

일본 정부의 섬유 패션 산업을 위한 연구 보고서에

관한 좌담회 <3/4>

◎ 패션은 생활 문화 산업으로 해외에 발신 - 다시 한 번 이길 수 있는 일본으로

이제까지는 패션을 기반으로 업계나 관계 기관과 제휴하여 해외 시장에 진출하는 것으로 알려져 있었는데, 2010년 6월 초순에 발표된 산업 구조 비전(産業 構造 vision)에서는 성장 분야(成長 分野)에 문화 산업(文化 産業)이 있는데, 패션은 그 중의 하나로 자리잡고 있다. 라이프스타일과는 보다 넓은 분야로 의류 제품(衣類 製品)뿐만 아니라 잡화나 악세서리(accessory : 裝飾品), 가구(家具), 콘텐츠(contents : 内容) 외에도 자동차도 포함되어 있다. B2C(business to consumer : 소비자를 대상으로 한 전자 상거래)의 사람들과 손을 잡는 것도 섬유의 새로운 방향성이라고 할 수 있을 것이다. 이들은 2010년도부터 추진하려는 체제로 되어 있으며, 예컨대 도쿄 국제 영화제(東京 國際 映画祭)나 게임쇼(game show), 디자인 위크(design week) 등의 이벤트가 10월에 집중되어 있어, 이것을 하나의 패키지로 만들어 해외로도 어필해나가는 방법을 검토하고 있다.

같은 10월에 하네다(羽田) 공항의 활주로가 4개로 늘어나기도 하여, 이쯤 되면 관광과의 타이 업(tie up)도 필요하다. 이 뿐 아니라 2011년은 식 문화(食 文化)를 다시 검토하기로 하고, 농림 수산성(農林 水産省)이 외식 산업 진흥(外食 産業 振興)을 계획하고 있다. 이는 경제 산업성으로서도 환영하고 있으며, 패션, 디자인, 일용품, 콘텐츠(contents : CATV나 internet 등의 情報

内容), 관광, 식(食) 등을 패키지로 발신하게 될 것이다.

2010년 6월에는 디자인, 애니메이션(animation), 패션, 영화와 같은 문화 산업을 ‘쿨 저팬(Cool Japan : cool, 볼품 있는, 멋진)’이라는 통일적이며 장기적인 컨셉(concept)으로 산학 제휴하여, 해외로 진출하는 것을 촉진하고 인재 육성을 추진하기 위한 창구가 될 것이다. 다른 한편으로는 산업 자재 분야에서 기술 개발이 있고, 소재로서는 섬유를 제공하고 있는데 라이벌 소재는 철이나 플라스틱이다. 탄소 섬유가 주목을 받고 있으며, 다른 분야에서는 더 강하고 더 가볍게 가공하기 쉬운 고성능의 것이 만들어지고 있다. 특히 메디컬 분야의 발전이 주목을 받고 있으며, 계속 끊임없는 기술 개발로 용도를 넓히는 방향으로 추진되고 있다.

연구회는, 리먼 쇼크 후에 일본이 그동안 활력을 유지할 수 있었던 분야가 급속히 줄어들어, ‘다시 한 번 이길 수 있는 일본을’이라는 위기감을 바탕으로 한 재구축 방향으로 활동하고 있다. 이러한 것들은 정권이 교체되어도 바뀌는 것이 아니다.

방법론으로서 해외 소비자층까지 직접 발신할 수 있느냐 하는 면에서는 아직도 먼 단계로 떨어져 있다고 볼 수 있다. 패션쇼라면 현지에서 개최하여야 한다. 예컨대 도쿄 걸즈 컬렉션(Tokyo Girls Collection)이 상하이에서 성공하였는데, 이를 홍콩 등에서 개최할 수 있으면 더욱 큰 임팩트(impact : 衝擊)를 줄 수 있을 것이다. 아시아에서 받고 있는 것은 일본의 ‘스트리트 패션(street fashion)’과 같은 수준의 것들이다. 정부도 그와 같은 사업에 좀 더 예산을 올려주면 좋겠지만....., 하지만 업계가 자기만족에 빠지면 안 된다고 생각한다.

도쿄발 일본 패션 위크(Japan Fashion Week) 사업에서 도쿄 컬렉션(Tokyo

Collection)의 지원 중지(支援 中止)는 사업 평가 결과라고들 생각하고 있지만 사실은 처음부터 그렇게 정해져 있었다. 이벤트 사업의 지원 때문이 아니라 비즈니스 지원에 집중시키기로 되었기 때문이다. 의욕적인 중소기업의 톱이나 젊은 디자이너가 해외를 거점으로 만들었다고 해도, 우수한 인재를 키워냄으로써 섬유 산업 전체를 활기 있게 만들 수 있을 것이다.♣