

일본 생지상의 중국 전략 - 중국의 왕성한 구매력을 겨누어

일본의 생지상 중 대부분은 중국 사업을 본격적으로 추진하고 있다. 현지에서 생산하여 현지에서 판매하거나 순 수출을 하고 있는데, 이들이 모두 사업을 본격적으로 깊게 파고 들어가려는 움직임이 빨라지고 있다. 이와 같은 움직임의 배경에는 저출산(低出產 : 일본은 少子化)이나 소비 불황에 따른 일본 국내 시장의 축소와, 앞으로의 경기를 내다보면서 시장에서 저가격을 찾는 경향에 대응하려는 어패럴 등이 중국으로 시프트하고 있기 때문이다. 중국에 현지 법인을 갖고 있는 대부분의 생지상이 중국에서 업적을 키우고 있어, 앞으로도 이런 흐름이 강해지는 것은 틀림없다고 보고 있다.

2008년 가을에 발생한 리먼 쇼크(Lehman shock) 이후로 일본 국내 텍스타일 시장의 상황은 완전히 바뀌었다. 가게 앞에서는 값싼 제품만 팔리고, 일본산 생지를 중국에서 봉제하여 갖고 돌아오는 비즈니스 모델(business model)은 비용 측면에서 고전하지 않을 수 없게 되었다. 일본은 소득에 대한 의류 제품 가격이 세계에서 가장 싼 나라 중의 하나이지만 현황(現況)으로 봐서 많은 일본 사람들은 의류 제품을 사려고 하지 않고 있다. 다만 사려는 것은 구미계(歐美系)의 캐주얼 숍 체인(casual shop chain)이나 규모가 큰 SPA(specialty store retailer of private level apparel : 어패럴 製造 小賣業)의 상품에 대해서 뿐이고 그 제품에는 일본산 생지가 거의 사용되지 않고 있다.

이와 같은 흐름 속에서 생지상이 중국 현지에 판매하려 하는 것은 자연스런 흐름이라고 할 수 있다. 이미 규모가 큰 기업들을 중심으로 현지 법인을 설립한 기업도 많으며 이 법인을 활용한 사업이 점차 궤도에 오르고 있다.

판매 측면뿐만 아니라 중국제 생지의 품질 향상이나 공장의 안정 조업을 배경으로 중국 생산도 빨라질 것이다. 다키사다 오사카(瀧定 大阪)가 2009년 11월에 다키사다 오사카 상무 상하이(瀧定 大阪 商貿 上海)를 설립하였고, 교토 계통(京都 系統)의 롱샴(Longchamp)도 2009년 가을에 외여 용향 항저우(外與 龍鄉 杭州)를 설립하였다. 이보다 더 앞서서 다키사다 나고야(瀧定 名古屋), 선웰(Sunwell), 소지쓰 패션(双日 fashion), 곡카(Kokka), 우니 섬유(宇仁 纖維) 등이 현지 법인을 설립하고 동시에 인터 텍스타일(inter-textile)과 같은 소재전에 출품하거나 개인전에서 계속 고객을 유치하고 있다. 이 외에도 “중국에서 생산하고 중국에서 판매하지 않을 수가 없다.”고 말하는 생지상이 많다. 이들 현지 법인의 대부분이 업적을 늘리고 있다.

선웰의 현지 법인인 찬일천 상하이(燦日泉 上海)의 전반기 판매고는 2008년기와 비교하여 20% 이상 늘었다. 2007년기에는 2006년기와 비교하여 30%를 늘렸다. 소지쓰 패션의 소지쓰분 시대 상하이(双日奔 時代 上海)도 두자리 수 %의 신장률을 보이고 있다.

우니 섬유의 소문 무역 상하이(小紋 貿易 上海)도 “계획대로는 안됐다.”고는 하나 계속 증수하고 있다. 이들은 일본계 현지 기업을 비롯한 중국 현지 기업에게 생지 판매를 늘릴 수 있는 가능성을 숫자로 나타낸 사례들이다.

생지상의 현지 법인 책임자 중에는 “중국의 어패럴은 자기 회사 브랜드의 사회적 지위(status)를 끌어올리기 위하여, 이탈리아나 일본의 소재를 중요시하고 있다.”고 분석하는 사람도 있다. 또한 일본의 어패럴이나 규모가 큰 상사가 잊어버린 “소재에 대한 진지한 안목을 느낀다.”고 말하고 있다. 수년 전과 비교하여 세계의 섬유 원료가 중국으로 집중되고 있으며 부유층도 아주 커지고 있다. 일본 소재는 이탈리아 소재나 일본의 가전, 자동차 정도는 못

되어도 브랜드로서 높이 평가되고 있다. 일본 생지상이 중국으로 눈을 돌리는 데에는 헤아릴 수 없을 정도의 많은 요소가 있기 때문이다.

중국이라면 세계의 공장으로만 알려져 있었는데 이제는 세계의 시장으로 바뀌고 있으며, 세계의 여러 나라들이 겨냥하고 있는 시장이기도 하다. 이웃나라라는 장점(merit)을 살려 메이드 인 저팬 또는 메이드 바이 저팬의 가치를 이제까지보다 더 높이 올려 발신해나가는 것이 중요하다.♣