

일본 정부의 섬유 패션 산업을 위한 연구 보고서에

관한 좌담회 <4/4>

◎ 해외 시장 진출하려면 톱 러너와 산지가 과제

패션 시장은 많았던 럭셔리(luxury) 브랜드 층이 줄어들고 있다. 예전처럼 일본의 디자이너가 혼자서 국제무대에 데뷔(debut)하려면 심사 조건이 엄해져서 어려워지고 있다.

섬유 산업은 정책적으로 둘로 갈라질 수 있는 상태에 있다. 패션에서 분명히 팔리고 있는 것은 젊은 여성을 대상으로 한 스트리트 패션계이며, 의외로 곧잘 팔리고 있는 것이 멘즈 패션(men's fashion)인데, 둘 다 하이패션(high-fashion)은 아니기 때문에, 이 가격대에서 일본제의 텍스타일을 사용해도 되느냐가 문제이다. 새로운 사람은 경제적으로 여유가 없고, 가격이 높은 일본산 소재를 사용하는 것은 현실적이 아니라 하이패션을 목표로 하려면 업계 전체의 협업(collaboration)이 이루어져야 한다.

메이드 인 저팬(made in Japan)은 품질이 좋은 일본산 소재로 지탱되고 있다. 다만 리스크와 마진의 균형이 무너져가고 있는 점도 있어, 해외 진출에 있어서는 유통 방식, 마진의 배분 방법을 다시 검토하여야 할 것이다.

도요타 통상(豊田 通商)이 홍콩의 큰 구두 메이커인 심포니 홀딩스(Symphony-Holdings)와 소매 사업을 같이 할 JFT 홀딩스를 설립하게 된 경위에서 제일 먼저 살펴본 것이 디벨로퍼(developer : 土地 開發 業者)나 빌딩 오너(building owner)는 믿을 수 있는 파트너인가이다. 점포 정보의 수집이나

임대료의 교섭이 필요하게 되는데 아무런 방비가 없으면 수상한 브로커(broker)와 불평등한 계약을 하게 되어, 큰 위험에 처할 수도 있기 때문이다. 도요타의 경우 일본 파트너 기업과 아시아 홀딩스(Asia holding) 기업을 먼저 설립하고, 이들 거점으로 현지 유력 기업 자본을 끌어들이는 판매사를 만드는 방법을 쓰고 있다.

해외 현지 기업가나 브로커들은 브랜드나 지적 재산에 관한 의식이 아직도 낮다. 이런 것은 섬유에 제한된 일이 아니다. OEM으로 사용하던 현지의 봉제 공장이 상표를 빼앗아 가는 케이스조차도 있다. 상표 등을 한번 결정한 것을 취소하는 것은 매우 어려우며, 현지에서는 지적 재산에 밝은 파트너를 잡지 못하면 사업의 존속까지도 어려워지기 때문에 주의하여야 한다. 일본 섬유 산업 연맹은 지적 재산권 보호 추진 위원회에서 지적 재산권 침해의 피해 사례나 대책 사례 등으로 정보 공유를 강화하고 있으며, 2008년 12월에는 중국 방직 공업 협회와 ‘지적 재산권 보호에 관한 각서(覺書)’를 체결하여 지적 재산권 보호 활동을 하고 있다.

일본의 패브릭 시장은 자꾸 줄어들고 있다. 저지(jersey)나 트리코트(tricot) 등에 여러 가지의 많은 소재가 흘러 들어가고 있다. 보고서를 보면, 톱 러너(top runner) 분야를 강화하는 것을 정책의 축으로 잡고 있는데, 산지는 톱 러너가 아니더라도 공정(工程) 하나가 없어져 버리면 산지 전체뿐만 아니라 다른 산지까지도 영향을 주게 된다. 완전한 제품을 만들어 낼 수 없어 경영하기 어렵게 되어가고 있다.

산지의 기능을 살려두는 것은 매우 중요하다. 아이치현(愛知縣)에서 근무할 때부터 톱 러너론(top runner論)을 주장하였는데, 다만 톱 러너가 있기 때문에 산지가 남아 있어야 한다는 것이다. 산지에 있는 큰 기업의 경영 방법도 바

뀌고 있다. 봉제 이외의 공정을 거의 자체 내에서 모두 제조하거나, 중류 기업으로 진출하거나 소매업으로 바꾸려는 곳도 있었다. 그동안 외주를 주던 조그만 공정도 자체 내에서 제조하지 않으면 부가 가치를 만들기 어렵게 되어 가고 있다.

톱 러너론은 산지 지원이 아니라 기업 지원 문제인데, 이익률이 높고 새로운 비즈니스 모델을 추진해야만 산지도 탄탄하게 남아 있게 될 것이다.♣