

일본 진즈 업계의 2010년 회고

2010년의 일본 진즈 업계는, 2009년에 폭풍우처럼 거칠게 불던 ‘저가격 진즈(低價格 jeans)’의 붐(boom)이 일단락(一段落)하여 정상적인 상태로 되돌아간 것 같이 보였다. 그러나 오직 싼값만을 찾던 저가격 진즈는, 화젯거리로도 안 되었지만, 사나운 손톱이 할켄 자리가 상당히 컸던 것 같다.

첫째는 규모가 큰 진즈 전문점의 체인이 오랫동안 저공비행을 계속하였다. ‘라이트 온(light-on)’ 진즈 전문점의 경우 2010년 8월기(期)에 기존 점포의 판매고가 2009년기(期)와 비교하여 16.1% 줄어들었다. 2010년 9 ~ 12월의 추동절에도 전년과 비교하여 13.4% 줄어들어 계속 고전하였다. ‘진즈 메이트’ 전문점은 2011년 하반기(下半期 : 9 ~ 12월)에는 18.7% 줄어들어 더욱 어려워졌고, 비교적 견조한 상태(堅調 : 오름세의 시세)를 보였다는 ‘맥하우스’ 전문점조차도 전년 동기(前年 同期)와 비교하여 2.5% 감소(9 ~ 11월)한 것으로 나왔다.

각 사가 모두 2009년에는 기존점의 판매고를 전년과 비교하여 거의 20% 정도 낮추고 있으며, 줄어들고 있는 숫자가 2자리 수로 되어 있어 상황은 더욱 심각하다고 볼 수 있다.

각사가 모두 노력하고 있는 프라이빗 브랜드(private brand : PB)의 완성도가 부족하며 NB(national brand)의 브랜드 가치가 작아졌다는 이유를 생각해 볼 수 있는데, 저가격 진즈가 보급되어 상대적으로 가격이 높게 된 것처럼 보이게 된 것이 첫째 원인일 것이다.

진즈의 NB도 여전히 계속 어려운 상황 속에 있다. 주요 거래선의 진즈 전문점 체인이 활발치 못한 영향은 말할 필요도 없지만, 주력인 포켓(pocket) 5개의 블루 진즈(blue jeans)가 부진하여 각사가 모두 고생하고 있다. 일본 진즈 협의회(日本 jeans 協議會)가 조사한 2009년의 블루 진즈 생산량은 전년과 비교하여 16.9% 줄어든 2,924만 점이었다. 벌써 정변만을 생산하면 살아남을 수 없다는 것이 뚜렷하게 되었다.

축소(shrink)되어 있는 쪽의 일본 국내 시장만을 상대하고 있으면 곤란하다고 하여 해외

진출을 본격적으로 추진하는 움직임도 보였다.

‘에드윈(EDWIN)’ 전문점은 3월에 도요타 통상(豊田通商)과 합판(合辦 : 둘 이상의 기업체가 공동으로 기업을 경영함)하여 에드윈 아시아 홀딩스(EDWIN Asia Holdings)를 설립하였다. 이 밑에 ‘아시아 자본’도 들어 있는 에드윈 통상 상하이 무역을 만들고 중국 시장을 공략하기 시작하였다. 상품은 모두 메이드 인 저팬이며 중국인의 기호나 체형을 고려한 중국으로의 오리지널 기획도 있어, 부유층을 중심으로 호평을 받고 있다.

미국에 공장이 있는 카이텍 인터내셔널도 자사 브랜드로 중국에 진출하려고 준비 중이다. ‘데뷔 3 시즌(debut 3 seasons)’으로 구미 60개사의 도매업자를 개척한 ‘블루스 잉크(Blues ink)’가 판매되고 있는 ‘구로(KURO)’나, 이탈리아(Italia)를 중심으로 인기를 높이고 있는 오카야마(岡山)에서 나오고 있는 ‘아나크로 노름(ANACHRONORM)’ 등 개성과 진즈 브랜드가 연달아 구미로 진출하고 있다.

또한 면화 값이 높이 오른 데에 따라 원료 값은 오르고 중국의 봉제 능력이 불안한 점 등 생산면의 과제가 추동절이 되면서 뚜렷이 나타났다. 2011년은 더욱 악화할 것으로 예상되며 생산 기반이 더욱 튼튼하게 되기를 요구하게 될 것 같다.♣