

섬유업계에서 들려오는 토막 소식들 <15>

◎ 품질이 불량한 직물이나 제품 대부분은 수정하면 A등급 만들 수 있어

“아이치현(愛知縣)”의 “이치노미야시(一宮市)”에 있는 “다구치사(田口社)” 사장은, 섬유 제품이나 봉제품을 손수 검품(檢品)·수정을 하고 있는데, “불량원단이라고, 쉽게 포기하지 말고, 우선 우리 회사로 와서 상담해 주면 좋겠다.”고 말하고 있다.

실크(silk)는 실의 특성 때문에, 결점이나 흠이 생기면 수정이 어렵지만, 면이나 마, 합섬 등은 여러 방법으로 잘못된 부분은 정리하고 수정될 가능성이 크다. 얼마 전에 어떤 기업은 불량원단이 너무 상태가 좋지 않아 수정할 수 없다고 생각하여, 덤핑처리하였는데 실제로 감정해 보았더니 흠을 잘 정리하고 수정하여 A등급 원단으로 되살릴 수 있어, 너무 쉽게 처리해 버린 것을 매우 섭섭해 하였다.

이 회사는 2009년에 “국제전략개발실(國際戰略開發室)”을 만들고, 보수와 수정에 관련된 기술력을 강화하고 기술적인 요구나 질문에 대하여 즉석에서 회답하고 대응할 수 있는 체제를 만들었다. 그런 만큼 쉽게 포기하지 말고 우선 상담부터 해줄 것을 요청하고 있다.

◎ 한국의 “빨리 빨리 정신”은 즐거워

“테샛트 코리아”사의 회장은, “한국에서는, 무슨 일이든 간에 ‘빨리 빨리 정신’으로 결단이 빠르기 때문에 즐겁다.”고 말하고 있다. 한국은 “우리들은 빨리 빨리 병에 걸려있다.”고 한국의 신문이 한숨 쉴 만큼 스피드가 중요시 되는 사회이다. 그러면서도 매사를 크게 발전시키려는 의지도 강하다. “한국에서는 판매를 20%, 30% 정도 늘리는 계획은 보통이다. 일본시장에서 3%, 5% 판매를 늘리는 계획을 추진하는데 온갖 고통을 다하고 있는 것과는 대조적이다..”고도 말하고 있다. 그러면서도 귀찮은 일도 있다.

힘들여 판매계획을 다 이루었어도 엔고(円高)·원저(低)때문에 “엔 베이스(円 base)의 연

결계획에서는 업적이 미달되었다는 말을 듣는 것이 괴로운 일이다.” 이래저래 한국에서는 계획이상으로 “빨리 빨리” 벌지 않으면 안된다.

◎ “I LOVE 이치노미야” T-셔츠의 내력

“아이치현”, “이치노미야시”의 “지바산교 패션디자인센터(地場産業 Fashion Design Center : FDC)”에서는 2년전 부터 “I LOVE 이치노미야”라고 큼직하게 가슴에 찍은 T-셔츠를 판매하고 있다. “이치노미야”시청에서는, 이치노미야 시민의 긍지를 살리면서 이치노미야시의 명성을 높이는 것에도 좋을 듯하였으나, 어떤 상품이든 팔수가 없다고 결정되었기 때문이다. “이치노미야 다나바다 축제(7월 7일 밤의 견우성과 직녀성이 만난다는 축제)” 등의 이벤트에 많은 사람이, 이 T-셔츠를 즐겨 입으며 2010년에도 벌써 약 2,000매가 팔렸다고 한다.

색은 흰색, 검은색, 빨간색, 라이트 퍼플, 딥 오렌지, 올리브색의 6가지 색에 7가지 종류가 있으며, 사이즈는 남녀공용으로 S(small), M(midium), L(large)로 구성되어 있다.

원래 “이치노미야”는 울(wool)산지로 유명하므로, 소재를 울로 생각하기 쉬우나 이 셔츠는 면 100%이다. 확실히 “이 값으로는 울을 사용하기 어렵다.”고 FDC 관계자는 말하고 있다. 2011년에는 “이치노미야가 시(市)로 된지 90주년을 맞게 된다. 모처럼의 큰 행사가 될 것이므로, 좀 값이 올라도 울을 사용한 옷을 만들었으면 좋겠다는 의견도 적지 않다.

◎ “Good on” T-셔츠가 “코튼 USA” 마크에 새로 가입

국제면화평의회(CCI, Cotton Council International)와 일본면업진흥회는 “비 구드 컴퍼니”의 “Good On” T-셔츠 시리즈(T-shirts series)가 “Cotton USA mark”의 라이선스(licensee)에 새로 등록하였다고 발표하였다.

“Good On” T-셔츠는 생지, 봉제, 염색, 타입의 모든 면에서 최고의 제품을 만들고자 1997년에 판매를 개시하였다. 온 정성을 다한 컷 소 브랜드(cut sew brand)로서 남녀 모두가 입을 수 있으며, 많은 팬들로부터 지지를 받고 있다. 제품을 만드는 대부분의 공정이 미국현지에서 생산되고 있는 점이 특징이며, 품질이 우수하고 피부촉감이 좋은 미면을

100% 사용하여, 미 동부지역 공장에서 봉제하고, 일본인 기술자가 제품염색을 맡고 있다. 이 회사는 일본사람의 체형에 최적인 사이즈를 연구하고 있을 뿐만 아니라, 좋은 착용감이나 튼튼한 제품을 만들 수 있는 생산체제로 되어 있다.

이번에 등록된 것은, 중심상품 중 2개 아이템에서, 오픈 엔드(Open End : OE)사의 독특한 드라이감과 터프하면서도 촉감이 좋고, 실루엣이나 맵시가 흐트러지지 않게 신경을 쓰고 있다. 제품은 2종류이고 색상은 30가지를 출시하였다.

◎ 살아남을 듯한 회사의 경영진들 - 불퇴전의 각오

일본의 섬유산업에 몸을 담고 있는 사람으로부터 “일본에 섬유산업이 살아남기 어렵다.”는 말을 들을 때마다 매우 유감으로 생각하고 있다.

미국계 펀드가 스폰서로 된 방적회사를, 같은 사업을 하고 있는 다른 회사의 베테랑(veteran)사원은 “희망의 별”이라고 평하였다. 많은 방적회사가 공장을 줄이거나 문을 닫는 것과는 대조적으로, 사업을 확대하는 노선을 취하고 있기 때문이다. 이 펀드는 경영진에게는 “소비자가 사고 싶다는 생각할 수 있게 만드는 회사가 되어야 한다.”고 권고하였다. 경영진은 우왕좌왕하지 말고, 매력적인 방적회사로 만드느라 바쁘게 뛰어 다니라는 것이다.

어떤 큰 모회사(母會社)로부터 방적자회사로 파견된 기술자는 “우리 본사에서는 이 회사를 부셔버릴지도 모른다. 그래도 좋으냐”고 하청에 익숙해진 자회사의 종업원에게 물었다. 그런 말을 듣고 좋아할 리가 없다. 재고를 갖고 있을 수 없게 창고를 없애고, 팔다 남은 잔품을 숨길 곳을 막았다.

어떤 섬유회사가 일본에서 살아남을지는 누구도 알 수 없다. 다만 살아남을 것 같은 회사의 경영진의 공통점은 불퇴전의 각오를 갖고 있다는 것을 알 수 있다.♣