

홈 > 뉴스 > 뉴스 > 유통

"값싸고 좋은 의류 만들어 열심히 팔아라"

2016년 10월 17일 (월) 11:19:03

국제섬유신문 [✉ webmaster@itnk.co.kr](mailto:webmaster@itnk.co.kr)

김현철 교수 Tex+Fa포럼

소비절벽 도래...고전방식으로 생존 힘들어
"원론적 불구 와 달는다" 참석자들 큰 호응



‘싸고 좋은 물건을 만들어 열심히 팔아라’

김현철 서울대 국제대학원 교수가 150여명의 섬유·패션 CEO 앞에서 주장한 말이다. 김 교수는 지난 13일 서울 임피리얼팰리스에서 열린 ‘제51회 Tex+Fa CEO 조찬포럼’에서 “장기 저성장 늪에 빠진 일본을 거울삼아 우리도 혁신적 마인드가 요구된다”며 이같이 말했다.

그는 “현재 한국 사회는 인구절벽에 봉착해 있고, 이는 곧 소비절벽을 의미한다”며 “이 같은 현상이 전 산업을 뒤흔들고 있지만 정작 사람들은 체감하지 못하고 있는 것 같다”고 지적했다.

그가 인용한 통계청 자료에 따르면 우리나라 생산가능 인구(15~64세)는 올해 3703만 명을 정점으로 해마다 줄어 2030년 3289만 명, 2040년 2887만 명, 2050년 2534만 명, 2160년 2186만 명 등 급격히 감소할 것으로 전망된다.

김 교수는 “특히 소비 주체인 젊은층이 줄고 있는 가운데 K뷰티와 화장품 업계는 그나마 발 빠른 대응을 하고 있지만 패션업계는 이를 인식하지 못하고 있다”며 “세상이 바뀌고 있는 만큼 업계도 혁신해야 한다”고 강조했다.

김 교수는 “결국 생산 활동 위축은 기업이 침체되고, 근로자 급여감소→소비감소→디플레이션→복합불황의 악순환을 낳는다”고 했다. 최근 일본의 백화점들이 호황 시기에 비해 매출이 반토막 난 상황도 이 같은 맥락이라는 것.

“하지만 유니클로의 경우는 저가 제품으로 소비를 일으키며 성공신화를 달리고 있다”며 “유니클로가 초기 저가 전략으로 대성공을 거두자 일본 내에서 ‘디플레이션의 주범’이라는 오명을 받기도 했다고 전했다. 이 회사는 저가전략이 한계에 부딪히자 곧바로 품질향상에 진력해 값이 싸면서도 질 좋은 의류를 공급하면서 다시 탄탄대로를 걷고 있다고 덧붙였다. 값싼 제품과 함께 품질향상을 도모했다는 의미다.

김 교수는 “결국 소비자는 값싸고 질 좋은 것을 찾게 된다”며 “제조 기업이 성공하려면 좋은 제품을 싸게 생산해서 열심히 판매하는 등 사업·장사의 기본에 더욱 충실해야 한다”고 역설했다.

© 국제섬유신문(<http://www.itnk.co.kr>) 무단전재 및 재배포금지 | 저작권문의

인쇄하기 창닫기