

한국 모피 패션 산업 활성화에 관한 연구

-'88년 모피 내수시장 개방 이후를 중심으로-

인하대학교 가정대학 의류학과

조교수 정 성 혜

目 次

I. 서 론	V. 결론 및 제언
II. 모피 산업의 이론적 고찰	참고문헌
III. 해외 모피 시장 동향	ABSTRACT
IV. 수출 현황과 국내 시장 조사	

I. 서 론

1. 연구 목적

국내의 전반적인 섬유산업은 전 산업 대 비율이 30%의 수출 비중을 차지하면서 국민경제를 주도해 왔으나 원화 결상과 임금 상승의 가속화, 후발 국의 추격으로 경쟁력을 상실 현재 위험 수위에 달해 70년대의 정부주도형 수출정책, 저임금을 바탕으로 한 대량생산에 의한 물량 위주의 수출형식은 이제 마감하고 80년대 중반 이후는 큰 전환기를 맞이하게 되었다.

이중 모피 산업은 다른 섬유산업에 비해 원료구입의 특수성, 제조, 공정방식의 난이성, 많은 수공작업의 필요성이라는 점 등 다른 섬유 산업과 구분되며, 89년까지 수출위주 품목에서 급격한 해외시장 변화 즉, 유럽의 이상 난동현상, 특수 소비층의 기존 모피소비의 포화상태, 후발국의 추격, 풍

부한 원피 생산국의 시장점식이 국내적으로 임금 상승 등과 기타 요인들이 맞물려 이에 미쳐 대처하지 못한 수공형 국내 기업들이 잇달아 파산되고 있다. 내수시장이 첫 개방되고 수출이 어려운 상황에 많은 기업들이 내수를 겨냥해 다량의 물량을 국내시장에 유출시켰으나 아직 국내 소비자 심리가 정확히 파악되지 않고 경험이 부족한 유통, 판매 과정에서 지난 2~3년 동안 많은 기업이 도산되면서 재고가 누적되어 왔다.

이런 현 시점에서 모피에 관련된 통계자료나 문헌은 극히 부족하며 특히, 88년 이후 국내 모피 시장에 관한 논문자료는 1권¹⁾에 불과하고 전문 서적은 거의 없는 상황이다. '82년 黃仁業²⁾과 '90년 朱振燮¹⁾의 연구는 경영대학원 논문으로 모피제품의 원자재 수출현황과 모피 의류산업의 경영실태, 원가분석, 재무구조 등의 경영과 무역의 마케팅 구조분석이나 특정 단일기업조사를 위한 종진국 기업의 국제화 단계 및 결정요인 분석 등으로 경영

1) 朱振燮, "한국 모피산업의 국제화에 관한 연구", 고려대학교 경영대학원 석사학위 논문, (1990. 6)

2) 黃仁業, "한국 모피 의류 산업의 특성과 수출 산업으로의 육성 방안", 외국어대학교 무역대학원 석사학위 논문, (1982. 12)

이론 제시를 주 목적으로 되어있고 '86년의 김혜정³⁾은 모피 소재와 실루엣을 통해 모피 복식패션의 변천과정 분석을 하였고, '87년 김문숙⁴⁾은 미술대학 논문으로 Knit, Quilting, 모직, 실크 등 다양한 소재와의 match된 실증적 모피 의류 디자인 제작을 통해 모피 디자인의 새로운 방향을 제시한 것으로, 이것은 90년대 실재 모피 패션방향과 일치되어 디자인 측면의 연구로는 고무적이다.

그러나 이런 선행연구는 '89년 국내 모피 시장 개방 이후의 국내외 환경 여건과는 많이 다르며 현 시점의 국내 시장의 활성화와 디자인 기획 측면에서는 검토되지 않고 있다.

이에 본고는 모피 생산국들의 과잉 생산에 따른 재고 물량이 90년대를 고비로 거의 소진되어 가고 침체되었던 모피 의류도 새로운 디자인과 기획으로 Paris의 국제 Fashion Show에 선보이면서 소비자의 관심을 자극하고, 그동안 세계 주요 모피 수출국이면서 단일기업으로 가장 큰 모피 기업을 지닌 한국의 경험과 기술축적, 88년 이후 4~5년의 시행착오에서 겪은 국내 기업들의 내수, 수출 시장의 경험을 바탕으로 국내의 모피 산업이 계속적으로 발전되고 개발되어야 한다는 판단아래, 체계적으로 모피에 관한 해외, 국내 시장의 동향과 통계적 자료를 수집, 국내 모피 산업의 방향을 잡아보고 디자인과 상품기획 면에서 새로운 방안을 모색해 보고자 하는데 그 목적을 두고 있다.

2. 연구 방법과 범위

연구 방법으로는 문헌 및 자료 조사와 인터뷰방식을 병행하여 실시하였다. 덴마크에 있는 Saga Design연구소에 자료를 취득하였고, 한국 피혁 수출조합, 한국 모피산업 협동조합, 한국 섬유산업연합회 및 백화점 등에서 통계자료를 수집하고, 모피 단일기업으로서 세계에서 가장 큰 진도모피

본사를 통한 인터뷰 형식으로 여러 관련자료를 수집, 정리해 보았다. 인터뷰 조사는 1993년 1월 6일에서 3월 15일까지 이루어졌다. 그 외에 국내외 모피 패션 잡지, 모피 Show, 기업체 카탈로그에서 모피 디자인, 기획 방향 등을 모아 분석하였다.

본 연구는 88년 모피 내수 시장 개방이후 국내 기업과 소비자들에게 모피 Fashion이 큰 관심을 갖게된 이래로 3~4년 동안 모피에 대한 전문자료나 문헌 통계가 미비한 현 상황에서 국내에 산발적으로 흩어져있는 작은 자료들과 외국 자료들을 수집하여 체계적으로 모피에 대한 전문적 지식과 국내외 현황, 모피패션의 방향과 진로에 대해 고찰해 보고자 하는데 그 의의가 있는 반면에 이 논문이 지닌 한계이다. 이를 토대로 보다 구체적이고 실험적 분석 문헌이 나와, 열악한 가내수공업형태에서 헤어나지 못하는 많은 중소기업들과 모피를 사전 지식없이 자기 과시형태로 무분별하게 구입, 사용하는 소비자들에게 도움이 되고자 함이며 나아가 현 과도기적 모피 산업이 국내에 원활히 정착되어 국제 무대에 다시 제기되기를 바라는 바이다.

II. 모피 산업의 이론적 고찰

1. 모피 패션 산업의 성격

모피 산업은 다른 산업과 다른 몇 가지 점에서 구분된 특성을 지니고 있다.

1) 원자재 공급의 불안정성

모피생물은 자연 환경 조건에 따라 북반구 일부에 주로 서식하고 자연 환경 변화에 따라 공급이 일정치 않은 원자재 공급에 불안정성이 있고, Auction에 의한 경매에 의해 이루어지며 이에 대한 특별한 지식, 경험, 자금력이 뒷받침되어야 한

3) 김혜경, “모피의 패션화 연구”, 이화여자대학교 석사미술학과 석사학위 논문, (1986)

4) 김문숙, “모피 복식 패션 방향에 관한 실증적 연구”, 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문, (1987)

다. 대부분의 Auction은 12월에서 3월까지 주로 이루어지는데 가장 큰 Auction은 소련 모피 공단(SOJUE, PUSHIN)이 주최하는 Neningrad Auction이고 소련산 Sable, Fox, Mink, Squirrel 을 중심으로 1월 20일경부터 시작된다.

그외에 런던, 토론토, 뉴욕 등에서 Auction이 주로 이루어지며, London은 양식 Mink, Silver Fox, Blue Fox가 주류로 토론토는 양식 Mink, Sable, Beaver, Raccoon 등 알래스카에서 수확된 야생 모피도 많으며 뉴욕은 양식 Mink를 위주로 하고 있다.

또한 북구의 Oslo, Copenhagen, Helsinki에서 도 큰 Auction이 거래되고 “라이프찌히”에서는 동구나 아시아 공산권 등의 야생모피를 위주로 거래되고 있다. 미국의 EMBA나 북구의 Saga 등은 생산자 단체가 Auction을 행하여 Auction에 참가 할 수 있는 전문 바이어에 의해 거래되고 500~600명의 바이어 등이 주로 모이며 많은 기업들은 Auction 참가 권리(?)를 가진 바이어에게 상표를 의뢰하게 된다.

모피의 결본 시장으로는 매년 4월경에 Frankfurt에서 열리는 International Pelz Messe Frankfurt 가 유명하며 전세계의 모피업자가 한자리에 모이게 된다.

2) 원자재 및 제품 가격의 불안정성

원자재 모피 자체가 천연 동물로 종류, 등급, 서식지, 수확시기에 따라 가격이 다르며 구매시기, 장소에 따라서도 변화가 많으며 모피 제품 역시 제조방법, 디자인에 따라 제조가에 많은 차이가 있어 일정한 제품의 가격 산출이 어려워 제조업자, 소비자의 많은 지식을 필요로 하고 있다.

3) 기술, 노동 집약적 산업

모피의 원자재가 자연생물인 비규격품이므로 색상, 재질, 크기 등의 규격이 일정치 않고, 모피 코트 1벌 생산에 평균 5명의 근로자가 5일에 걸친 작업이 요구되는 제조방법의 난이성과 수공업

으로 자동화가 불가능하므로 선진국의 기술과 경험에 후발국의 노동력이 복합적으로 필요시되는 산업이다.

2. 모피의 종류

모피의 털은 열의 부도체이며 뛰어난 보온력과 반영구적인 내구성을 지닌다. 수분을 투석시키는 방수효과가 있으며, 다양한 광택과 화려한 기품을 지니나 온기, 열, 해충에 각별한 주위를 요한다.

모피의 품질은 수확시기에 따라 그 광택, 촉감, 털의 내구성이 좌우된다. 동물들은 추위에 견디기 위해 준비된 늦은 가을부터 한겨울에 털이 가장 많이 밀생하고 모근이 튼튼해 색상과 광택이 아름답다. 지역에 따라 11월부터 가장 좋은 수확기에 들어가며 이보다 빠를 경우 면모가 충분히 나있지 않아 뒷가죽이 푸른색을 띠우며, 초봄의 경우 모근이 약해 털이 쉽게 빠지며 색이 나쁜경우가 많다.

현재 사용되어지는 모피 종류는 100여종이나 이 중 많이 사용되어지는 것은 20여종에 이르며, 중요한 것만 살펴보겠다.

1) 링크(Mink)

모피의 대명사인 링크는 야생으로 알래스카, 캐나다 등의 추운 지방의 강, 호수, 해안에 사는 반수서동물로서 식육목 족제비류에 속한다.

링크는 Wild mink와 Ranch mink로 나뉘어진다. Wild mink는 강, 호수, 해안 등의 물가에서 사는 아주 작은 육식동물이며, 신장은 50~70cm 꼬리는 15~20cm, 색상은 서식하는 지역에 따라 다르며 등에 진한 줄무늬가 있다. Ranch mink는 양식 링크로 80~90년전부터 캐나다에서 양식이 시작되어 1920년대에 링크 품질이 개량 미국, 북유럽, 일본 등지에서 본격적으로 시작되었다. 1930년경 미국의 위스콘시 양식장에서는 돌연변이(Mutation)가 일어나 Silver Blue 링크가 탄생 “멘델의 법칙”을 적용하여 새로운 색의 여러 종류

의 링크를 탄생시켜 지금은 40여종에 이르고 있다. Blue계에서는 Blue-Gray에서 흰 백색까지, Brown계에서는 연한 커피색에서 흑색에 가까운 커피색까지 20여종의 색이 분류되고 있다. 이런 링크는 풍부한 자연색의 변화와 아름답고 부드러운 털 등으로 가볍고 내구력이 커 모피 의류의 대명사화 되었고, Male mink는 Female mink보다 크기는 2배이나 가격이 같아 Female mink가 보다 고급품이다. 새로운 Blue-Gray Mink는 Sapphire라고 명명되고 1946년에 개발된 커피색은 Pastel Mink라고 이름지워졌다. 현재 링크는 미국, 소련, 캐나다, 스칸디나비아에서 대량 사육되고 이 지역이 전 생산량 중 80%를 차지한다. 한국에서 주로 수입되는 것은 고급품의 미국산 Black Glama와 덴마크, 핀란드산 SAGA 링크가 있고, 하급품으로 러시아산 링크가 있다.

2) 여우(Fox)

북반구에서 서식하는 붉은 여우, 북극지방의 북극여우, 북부 및 중부 아메리카에 서식하는 회색 여우가 야생종이며 서식 여우에는 Silver, Blue, Red, White, Platina, Gross-Fox 등이 있다. 털이 길고 부드럽고 색상이 다양하며 화려해 Fashion성이 강하다.

- Blue Fox : 색은 Blue계통의 Grey이다. 소련, 스칸디나비아, 북아메리카의 북극에 가까운 지방에서 서식하고 있다. Fox중 가장 모의 밀도가 높고 부드러운 것이 특징이며 다양한 색상으로 가장 대중적으로 사용되고 있다.
- Shadow Fox : 색은 순백색이나 장모 부분에 검은색이 있다. 장모 단모가 빽빽하고 毛의 질이 유연함이 특징이며, 염색보다는 Natural로 많이 사용된다.
- Silver Fox : 붉은 여우의 돌연변이에 의한 것으로 보다 털이 거칠고 길며 wild한 느낌을 준다. 색상은 Black과 Silver의 광채를 지니고 있으며 Fox류중 희소가치가 높다. 장모와 단모의 차이가 많을수록, 등 중심의 검은줄이

선명할수록 좋은 모피이다.

- Red Fox : 소련의 카마카산이 가장 좋은 질의 짙은 적색을 띠고 있어 「홍여우」라고 불린다. 색은 오렌지색에서 붉은색까지 다양하며 색상의 차이가 등급을 결정한다.

3) 담비(Sable)

모피중 가장 최고품으로 감촉과 광택이 격조높고 우아하여 옛날에는 귀족만이 담비를 걸칠 수 있게 법령으로 정했다. 약 7종류가 있고 이중 Russian Sable이 가장 최상급이며 색상은 얇은 담황색에서 짙은 흑갈색까지 검을 수록 고급에 속하며 내구력이 뛰어나다. 링크와 동질한 족제비류에 속하며 털의 길이는 4~5cm로 링크보다 부드럽다.

- 검은 단비 : 사할린, 시베리아 등지에서 서식하며 특히 시베리아의 카마카산이 최고급이다.
- 아메리카 단비 : 알래스카 남부, 캐나다, 북아메리카가 주요 산지이며 밝은 다갈색이다.
- 노랑 단비(일본 단비) : 일본, 한국 등지에서 잡히며 일본 동북산의 것은 황색이 선명하고 품질이 좋다.

4) 어민(Ermine)

툰드라(Tundra) 산림지대, 호수와 냅가의 숲속에 사는 족제비과 동물이며 크기는 큰 쥐 정도로 아시아 및 북아메리카 북부에 서식하고 있다. 털길이는 짧고 純白을 최고로 여긴다. 毛質은 산지에 따라 다르며 시베리아산이 최고품이다.

어떤 종류의 것은 Summer Ermine이라고 하여 여름철에 다갈색이나 코코아색으로 변색된다. 주로 Trimming에 많이 사용되며 evening coat나 망토 등에도 사용된다.

5) 사라소니(Lynx)

산고양이과에 속하는 동물들 중에선 큰 체구를 갖고 몸길이가 1m나 된다. 유럽의 피레네산맥과

알프스산맥에서부터 북부 아시아의 시베리아 태평양 연안에서 히말리아산맥에 이르는 지역, 카나다의 삼림지대에서 서식하며 야행성 동물이다. 털의 빛깔은 등부분이 Ivory색에서 짙은 빨간색까지 있고 암갈색의 반점이 있으며 17세기 말에는 영국의 카나다 무역에서 인기품종으로 남획하여 19세기에는 멸종위기까지 갔었으며 값비싼 모피종 하나이다. 북부에 흰털부분이 많을수록 高價이다.

6) 친칠라(Chinchilla)

남미의 안데스 산맥 외 페루, 볼리비아가 원산지이나 현재는 아메리카나 유럽 등 각국에서 양식되고 있다. 단모이며, 부드러우며 비단같은 털이 조밀하게 나있으며, 능부분엔 검은털이 나있고, 양옆으로 퍼져가면서 회색빛을 띠면서 전체적으로 은회색이다. 등부분에 검은털이 강한 것이 straight blue라고 최고품이 흰색, 실버, 베이지, 블론디가 있고 모피종 고급품에 속한다.

7) 새끼양(Lamb=Kid)

생후 6개월에서 1년이 된 새끼양으로 단모이며 털은 대부분 염색하여 사용된다. 생산지는 오스트레일리아, 중국, 소련, 유럽, 미국 등지며 생산지나 가공상태에 따라 크게 3가지로 분류된다.

- 카라풀 그룹 : 중앙아시아, 소련이 원산지인 고급모피이다.
- 프로세스 그룹 : 카라풀 그룹 이외의 교배종에 화학처리(염색, 뽑은털, 깎은털, 열처리)를 한 것이다.
- 내츄럴 그룹 : 양모 및 식육용 양종류의 부산물로써 나온 것이다.

그 외에 토끼(Rabbit), 미국 너구리(Raccoon), 해리(Beaver), 사향쥐(Muskrat), 마모트(Marmot) 등은 캐쥬얼 의류로써 이용되고, 오소리(Badger), 수달피(Mutria) 등은 장식품으로 많이 사용된다.

3. 모피의 특성

〈표1〉 모피의 강도⁵⁾

Very durable	Durable	Semidurable	Semiperishable
Otter	Persian lamb	Fox	Carakul
Raccoon	Sable	Opossum	Squirrel
Mountain lamb	Dyed muskrat	Mutria	Rabbit
Mink	Alaska furseal	Marten	Broadtail
Beaver			Ermine
			Mole
			Chinchilla

〈표2〉 모피의 가격⁶⁾

Expensive	Moderately Expensive	Inexpensive
Squirrel(for good grade)	Persian lamb	Fitch
Chinchilla	Caracul	Marten
Ermine	Pony	Otter
Mink	Vicuna(camel)	Skunk
Sable	Muskrat	Fox
Lynx	Leopard	Badger
Rusian Broadtail	Raccoon	.

5) Frings, Gini Stephens, "Fashion from Concept to Consumer", New Jersey : Prentice Hall Inc., p.104 (1982)

6) Craig, Hazel Thompson and Rush, Ola Day, "Clothes with Charcacter", Boston : Little Brown And Co., p.183 (1941)

〈표3〉 모피의 재질⁷⁾

Short – Haired	Long – Haired	Curly
Pony	Vicuna (camel)	Persian lamb
Muskrat	Lynx	Caracul
Beaver	Fox	
Leopard	Fitch	
Ermine	Opossum	
Mink	Skunk	
Marmot	Badger	
	Raccoon	

4. 모피 의류 제조 공정⁸⁾

1) 선별(Sorting)

털의 길이, 밀도, 광택 등에 따라 분류하는 작업이다.

Dressing된 모피 ⇒ 복개(복부의 중심선을 따라 절개) ⇒ 발을 갈라 평면으로 만든다 ⇒ 조립미싱으로 체손된 부분을 보수한다 ⇒ 물을 뿌려 가죽이 늘어나도록 10여분 놓아둔다 ⇒ 판장(폭을 늘려 박는다) ⇒ 50°C에서 50분간 건조 ⇒ size를 분류하고 먼지를 제거 50마리씩 묶는다 ⇒ 털의 색상, 크기, 길이, 밀도, 광택에 따라 선별한다.

2) Marching

분류된 모피를 옷의 부위에 따라 맞추는 것으로 옷의 품위가 결정된다.

3) Trimming

머리, 다리, 꼬리 등을 제거 부위별로 보관한다.

4) 성형(Cutting)

대부분의 옷을 가위로 자르나 모피는 털이 상하지 않도록 특별한 칼로 드러누운어 털이 손상되지 않도록 가늘고 일정한 넓이로 잘라 봉제하기 편하도록 모피를 길게 늘이는 방법이다.

letting-out 방법이라고 하고 모피제조로 특유의 노동 집약적 과정으로 원피를 V나 A자 모양의 작은 조각들로 잘라 접합시킨다. male은 4.5mm, female은 4mm 폭으로 자른다. corduroy 방법이

라 하여 split 하여 돈피(pig suede)를 삽입시키는 경우도 있다. Fox의 경우는 수평, 수직, 사선 등으로 가죽을 사이사이 끼워 넣기도 하고 Re-set 방법이라 하여 소모량이 충분치 않을 때 1마리로 2,3마리 skin looking이 나도록 하는 방법도 있다.

5) 판장(Nailing)

원피를 성형시켰을 경우 고르지 못한 표면을 다림질대신 평형한 상태로 유지하기 위해 물을 뿌려 편과 못, 스테플 등으로 고정시켜 형태를 바로 잡아준다.

6) 재단

판장후 건조시킨 모피를 staple pin을 제거후 패턴에 따라 재단한다.

7) Taping

가죽의 수축을 방지하기 위해 옷을 가장자리에 테이프를 부착하는데 모피의 부위별로 유연성이 차이가 있기 때문에 옷의 완성시 불균형을 막기 위한 공정이다.

8) 조립(Closing)

소매, 몸판, 칼라 등으로 나누어 작업한 옷의 부위를 연결 봉제하는 과정이다.

9) Drumming

작업도중 흐트러진 모피를 정리하고 윤기를 내기 위해 Cage drum과 Saw-dust drum에 돌린다.

10) 수봉

후크, 단추, 주머니, 칼라, 패드, 앞단심 등을 부

7) Ibid., p.183 (1941)

8) 신도모피 주식회사 작업 지시서 참조

착후 안감과 합봉한다.

11) 증기 다림질(Steam Ironing)

증기 다림질로 텔의 방향을 바로잡고 잡열 등을 제거, 약품 등을 뿌려 윤기와 광택을 준다.

III. 해외 모피 시장 동향

세계의 모피 산업은 70년, 80년 초까지만도 큰 호황을 누려 세계의 교역 규모를 기록한 UN 통계 연감에 따르면 77년 약 500만 달러에서 80년에는 1,246백만달러를 기록 70년대 말 연평균 30% 이상의 신장세를 보이고 있으나 80년대 이후 선진국들은 임금인상에 따른 압력과 생모피 가공에서 발생되는 폐수처리, 공해 등으로 생산을 꺼려 중저가 모피의류는 한국, 홍콩 등 개발도상국으로 옮겨져 원자재 수입, 생산, 판매가 모두 다른 곳에서 이루어지는 특이성을 지니며 발달되어 왔다. 80년대 이후 생산, 제조지가 대폭 이동되면서 꾸준히 증가세를 보이던 모피 산업은 88년을 기점으로 이상 난동 현상, 원피의 파임 생산에 따른 재고품 급증, 동물 애호가의 반 모피운동 등 세계 모피시장은 침체기에 들어가 사양화 산업으로 인정되었다.

그러나 92, 93년을 기점으로 그동안 제고품이 거의 소진되고 파리의 유명 디자이너는 새로운 모피 패션을 다양하게 선보여 모피 소비에 대한 자극을 일으키고 이상 난동 현상은 풀려 93, 94년은 예년 겨울기온을 되찾아 다시 경기가 호전되어갈 전망이다.

다음은 모피 주요 소비, 생산국들에 대한 간략한 시장 동향을 알아보았다.

1. 미국

70년대 중반까지도 50세가 평균 모피 의류 소비 연령층이던 것이 10년뒤 80년대 중반은 평균 소비 연령이 26세로 2인 이상의 소득 가족 확대로 가계

수입이 많아지고 경제적으로 자립된 직업여성의 증가에 따른 결과로 86년 미국의 모피 의류 소비는 전년도비 20%가 증가된 20억 달러에 달하였다.⁹⁾

모피 소비액은 증가했으나 모피 생산액은 감소하여 72년 800개사에 이르던 모피 제조 공장이 82년에는 504개사, 88년은 250개사에도 못미치고 있다. 85년까지 한국이 최대 수입국으로 50% 이상의 시장 점유율을 보였으나 이후 계속 둔화되어 현재는 홍콩의 시장 점유율이 가장 높다.

2. 독일

독일은 세계 최대의 모피 의류 소비국일 뿐 아니라 세계 최대 모피 의류 거래장으로서 세계 모피 의류의 연간 거래 총액의 1/4 정도가 거래되는 곳이다.¹⁰⁾ 성인 여성 2명중 1명은 모피를 소유하고 있을 정도이다. 80년 초까지는 Nutria 및 Muskrat 등에서 250여개가 있었으나 현재는 100여군데에 지나지 않고 이는 수요량에 0.1% 정도에 못 미치고 있고, 반면 모피 가공 공장이 발달, 원모피 수입량의 90% 정도를 가공하고 있다. 주로 그리스 등의 해외 생산기지에서 위탁 생산 공급을 받고 있다.

83년 총 2억 D.M의 생산량에서 계속 감소 추세를 보여 80년대 중반부터는 Velours 가공법, Napper 가공법 등 다양한 가공법을 개발, 다른 의류 소재와의 접목으로 Casual한 디자인 개발 등 모피 의류의 대중화를 시도, 87년 이후 회복세를 보여 87년에는 지난 해에 비해 25%의 증가세를 보였다. 80년대 말 세계적 모피 시장 침체에 따른 여파로 주축인 소비량은 90년대 들어 해외 생산 기지를 새로이 개발하였고 중국, 모로코, 튀니지아, 인도 등 저임금 국을 통한 해외 생산 제품의自家 수입이 현저히 늘어 제품가격을 실용화하고 다양하고 이색 디자인을 계속 개발, 외부 환경 변화에

9) 과학페션, p.34, (1988. 11)

10) 김영진, "한국 모피 의류 산업의 성장 전략에 관한 연구", 연세대학교 경영대학원, p.44, (1986)

도 불구하고 꾸준히 모피 소비량이 증가 추세에 있다.

독일 소비자는 미국이나 일본에 비해 유명 상표 명에 덜 민감하며 신분 과시용이 아닌 질좋은 내 구성 있는 실용적 디자인에 더 가치를 두어 중저 가 제품이 꾸준한 상승세를 보이고 있다.

3. 일 본

일본은 현재 세계 2위의 모피 의류 소비국이며 유럽은 모피 의류가 사양화 단계인 반면 일본은 70년대 중반 이후 계속 증가세를 보여 왔다. 그러나 일본 역시 87년에서 90년까지 일본내외 모피 의류 소비량의 둔화를 보였는데 이는 엔고 현상으로 많은 해외 여행자들이 해외 판매소에서 구입하는 경향이 많은데 기인하기도 한다.

일본은 대부분 모피 기업이 30명 이하의 영세성 자가 공장으로 상품기획, 생산, 도소매업을 거의 동시에 하는 고품질 소량위주의 생산을 맡고 일본 시장의 50% 이상이 홍콩 제품이 점유하고 10% 정도는 한국, 그외 10~20%가 타지역에서 수입되고 있다.

일본은 경제 제일국으로 세계 제5대 패션도시에 속하며 고부가가치 품목에 대한 넓은 소비자층을 지니고 있고 계절적으로 겨울이 긴편에 속해 지역적으로 가깝고 신체적, 정서적으로 유사한 특성을 지닌 한국에게 일본 시장은 좋은 타겟이므로 일본 시장 참식을 위한 꾸준한 노력이 필요하다 하겠다.

4. 홍 콩

40년대 말 상해 지역으로부터 자본과 기술이 이전된 뒤 주요 수출 산업으로 신장하여 87년도는 538백만 달러의 최대 모피 수출국으로 부상하였고 현재 200여개 업체가 생산에 종사하고 있고 이중

30~40업체가 중국에 생산 기지를 옮겨 생산하고 70% 이상의 원피 공급을 중국에서 보급받고 있다.¹¹⁾

관광객의 구매가 높은 곳으로 일본, 미국은 를 래식하고 포멀한 것을, 유럽 고객은 캐주얼하고 패션성이 강한것을 선호한다. 동서양의 유명 상표와 하청품과 다양한 중저가 제품들이 많으며 각종 모피, 가죽 소비객이 많은 곳이다.

5. 그리스

전통적 유럽의 모피 의류 생산 수출국으로 3억 달러 이상의 모피 의류를 수출하였으나 87년부터 하락되자 그리스 정부는 모피 의류 제품을 그리스의 전통적 비교 우위 업종으로 간주하여 수출 전략 상품으로 육성코자 수출 지원 제도를 실시하였다.

- ① 모피제품 전문 생산지역 설정
- ② 자금 읍자
- ③ 기술자 및 기능공 훈련센터 설정
- ④ 국제 박람회 참가 확대 및 지원
- ⑤ 해외 광고 선전 활동 강화

그외에 동물 사육 농장의 확대 및 신규 설치 타당성 조사, 모피 제품 공업단지 조성, 모피 제품 생산단지내에 중소기업 및 공예품 조합의 사무소 설치, 모피 제품전시장 및 경매 센터 설치 등을 정부 주도하에 추진중에 있다.¹²⁾

이외에 주요 모피 수요국으로는 북유럽의 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 노르웨이, 영국과 중부의 프랑스, 스위스 등으로 이들은 동절기에 모피 의류 사용이 거의 생활화된 곳이다. 이곳의 수출전망은 밝으나 이들의 기호에 맞는 다양한 디자인 색상 등 패션화 연구에 보다 중점을 두어 이태리, 독일, 프랑스, 기존의 선진 모피 의류 생산국에 부응하는 제품 개발 연구가 필요하다.

그외에 동구권 개방으로 소련, 평가리, 체코, 중

11) 피혁패션, p.35, (1988. 11)

12) 피혁패션, “모피 의류 해외 시장 동향”, pp.34~36 (1988. 11)

국 등에서의 원피 수입과 생산기지 개발, 나아가 미래의 판매를 위한 시장 개발 연구가 필요한 시점이다.

IV. 수출 현황과 국내 시장 조사

1. 한국의 수출 동향

한국의 모피 의류산업의 역사는 1960년대 후반부터 시작되어 30여년의 역사를 지나면서 정부의 수출 정책을 바탕으로 89년까지 수출산업으로 육성되어왔다. 외국의 경우 모피 의류가 고가품이라는 특성으로 가내수공업 형태로 발전되었으나 국내의 경우 진도 모피가 50% 이상의 수출을 점유하면서 대량생산에 의한 대기업화로 세계 최대의 단일 공장을 지닌 모피 제조업체로 부상된 것이 특이할 만하다. 선진국에서 공해문제와 노동력 확보의 문제로 밀려나면서 한국은 정부의 수출산업 육성 정책과 풍부한 노동력을 바탕으로 76년부터 81년까지 연평균 44.5%의 신장세를 보였다.¹³⁾ 그러나 80년대부터 급격히 신장세가 둔화 88년까지 10% 미만의 수출세를 유지하였으나 89년부터는 감소세를 보여 89년 \$174,858 → 90년 \$133,477 → 91년 \$93,109 → 92년 \$57,344(단위 : 천원) 등 연평균 30% 이상의 감소 추세를 보이고 있다.¹⁴⁾

* 국내적 원인을 보면,

- ① 임금인상으로 인한 가격경쟁 상실
- ② 원화 절상으로 인한 많은 수출 계획 차질
- ③ 대량 생산에 의한 OEM방식의 하청 형태에서 벗어나지 못하고 있음
- ④ 디자인, 기술개발, 경영합리화, 시장개척에 투자가 적었음.

* 국외적 여건 변화를 보면,

- ① 주요 수입국의 라이프 스타일 변화에 따른 기존 모피 의류 스타일에 대한 수요감소
- ② 풍부한 모피 자원국과 신흥 개발 도상국들의 시장 침식
- ③ 유럽의 이상 난동 현상에 따른 재고 누적
- ④ 자연 동물 보호운동에 따른 Anti-fur 캠페인 확대
- ⑤ Non-quata 품목이던 모피 의류는 EC시장에서 250만불 밖에 GSP혜택을 못받는 보호무역 장벽이 높아졌다.

* <표4>에서 주목할 것은 북유럽, 기타 지역의 수출과 전 수출액 대 일본에 대한 수출 비율이 증가하고 있는 것이며 이는 우리나라 중소 모피 업체들이 적극적인 시장개척과 제품개발에 힘쳤다는 증거라고 보겠다. 유럽에서 사양화되고 있는 모피제품이 일본, 홍콩, 한국 등 동양으로 그 기점을 옮기고 있고 경제 제일의 대국이며 유럽에 비

<표4> 모피 의류의 수출 현황

단위 : US \$ 1,000

나라 년도	USA	CANADA	JAPAN	NETHER- LAND	ENG- LAND	FRANCE	DEN- MARK	BEL- GIUM	ITALY	SWISS	NOR- WAY	SWE- DEN	AUST- RALIA	OTHER
'90	40,040	12,399	63,202	1,372	55	112	74	26	1,806	2,352	335	741	224	4,479
'91	23,025	6,436	47,384	3,429	67	128	177		2,117	2,000	94	670	55	5,193
'92	6,051	2,812	29,827	5,097	668	27	547	93	2,645	1,176	29	286	241	7,288

한국 괴혁제품 수출 조합 통계 자료

13) 괴혁패션, p.52 (1988. 10)

14) 한국 괴혁제품 수출 조합 통계 자료 ('89~'92)

해 모피 수요역사가 짧은 일본은 앞으로 계속적으로 연구하고 개척해야될 시장으로 보인다.

2. 업계별 수출 현황

80년대 말 해외 경기위축 보호무역주의 강화, 국내적으로 정국불안 증시침체 등 많은 불안 요인과 모피의류의 수요감소 등은 크게 모피 수출을 악화 시켜 '87년도 매출액을 1백 20억을 내고 고급 모피의류 생산업체로 해외의 인지도가 올라가던 Jacey(JC통상)의 89년 부도 이후, 90년이 지나 물산, 삼정통신, 대도상사, 91년 한강물산, 우단모피 등 중견 모피 의류 제조업체들의 부도사태로 이어졌다. 수출 경기악화에 탄력성 있게 대처하지 못하고 경영부실, 내수시장 전략에 시행착오로 모피 수출업계는 큰 과도기를 맞게 되었다.

국내 모피 수출량의 60%, 세계 모피 거래량의

10%를 차지해온 세계 제일의 규모의 진도모피 역시 90년도 \$23,160,595. 91년도 \$16,884,266. 92년도 \$15,865,356으로 30~40% 매년 감소 현상을 보이고 있다.¹⁵⁾ 그러나 그동안 OEM방식에서 얻은 노하우를 살려 고유 브랜드를 개발, 해외 관광도시를 중심으로 직매장을 열어 관광상품으로 써의 광고 판촉 활동을 벌이고 있고, 88년에 소련에 지사를 설치, 동구권 국가 진출을 꾀하고 있으며 90년엔 미국의 모피 유수회사인 Fur Vault사를 인수하여 미국의 선진 유통, 경영방식을 습득하여 홍콩에 밀려난 미국시장 석권을 위해 미국 소비자를 직접 통하는 Retail 방식으로 미국 시장에서의 재기를 노리고 있다. 이는 또한 서구인의 소비자 심리와 판매 기술을 통해 유럽시장으로 확대할 수 있는 발판의 계기가 될 수 있을 것이다.¹⁶⁾

88년 이전까지의 중급품위주의 OEM방식의 안정한 형태의 대량 생산식 수출에서 탈피하여 고급

〈표5〉 92년 업계별 수출 현황

단위 : US \$1,000

국명\업계명	보양무역	삼양모피	삼정통신	삼화기업	신유	조한int	진도	진도패션	기타	total
미국	1,204	4	593	75	653	2	231	1,774	295	4,831
캐나다	293		99	213	443	101	105	1,249	274	2,777
일본	92	1,017	150	9	172	759	1,879	714	21,999	26,791
독일	682	444			202	8	82	2,820	262	4,500
네덜란드						16		653		669
프랑스	77	7	19	51	230	301	16	2,426	224	3,351
덴마크				22	19	55		451		547
이태리		58			11	80	24	2,315	79	2,567
스위스			109		24	61	19	539	424	1,176
스웨덴				3				242	39	284
벨기에	17		42		10				24	93
기타	1,214	144	24	2			665	2,682	2,423	7,154
total	3,399	1,674	1,036	375	1,764	1,383	3,012	15,865	26,231	54,739

한국 모피제품 수출 조합 통계 자료

15) 진도 모피 영업부 통계 자료('90~'92)

16) 朱振燮, “한국 모피 산업의 국제화에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원 석사학위 논문, p.85 (1990. 6)

품시장으로의 진화, 해외 모피 전문 유통회사, 직판망을 확대 등은 선진 기업 형태로의 변신을 의미하는 것이다.

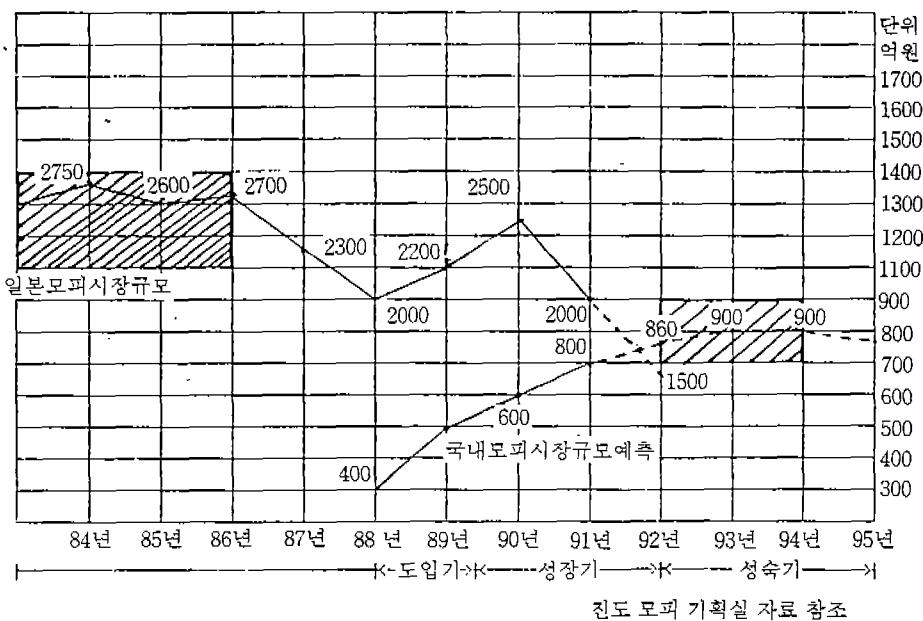
3. 국내 시장 현황

89년 모피제품에 대한 국내 판매가 허용되면서 국내 모피업체들은 수출 부진을 극복하기 위해 국내 시장에서 치열한 경쟁을 벌이기 시작하였다. 약 1천 5백억원 규모의 내수시장에 100%의 특별 소비세가 60%로 인하되었고 공장도 가격 1백만원 미만 제품에 대해선 특별 소비세가 면세되면서 내수 업체의 경쟁은 가열화 되었었다. 진도모피는 제품 차별화를 하여 600만원대 이상의 고가로 Sovereign, 100~500만원대 정통 classic style Jindo, 50~100만원대의 casual 의류로 미국에서 인수한 Antonovich, 프랑스 모피 디자이너 Gerard Babin의 디자인을 중심으로 가죽, 모피,

타직물과 콤비로 엮어지고 모피를 printing, sheering, grooving 등 특수 공정에 의한 패션성을 부각시킨 High Casual UVA 등을 선보이면서 새로운 광고, 판촉을 중심으로 65%의 시장 점유율을 보이며 국내 모피 패션을 리드해오고 있다.

17) 매출 규모는 90년도에 213억원에서 91년 371억 원, 92년도에는 460억원, 93년 이후의 목표로 약 600억원으로 매년 20% 이상씩 증가 추세를 보이고 있다. 그외에 근화모피는 30%의 고급모피 시장의 점유율을 보이며 다품종 소롯트 중심의 소규모 기업형태로 급부상하고 있으며 이외에 국제, 다이아나, 노블레서, 태립 등 '92년 현재 10개 기업체 정도만이 백화점 유통시장에서 존립하고 그외에 초기의 많은 수출업체가 도산되었다. 재고율 20% 미만으로 '89년에서 '91년까지 적자를 보며 광고, 판촉, 유통 등에 투자를 해오던 기업들이 92년을 고비로 혹자로 돌아서 모피업체들의 안정기를 맞고 있다.¹⁸⁾

〈표6〉 일본과 국내 모피 시장규모



17) 월간섬유, "UVA 소개", p.197 (1990. 10)

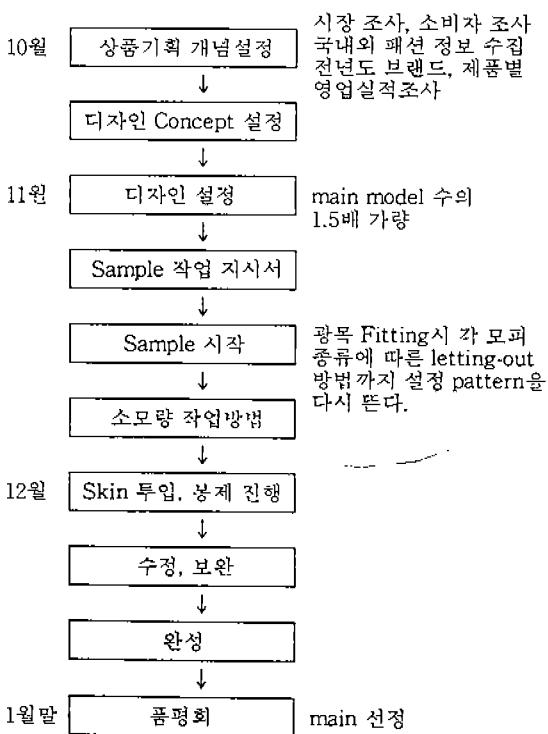
18) 롯데 백화점 상품 기획실 모피 의류 영업 자료 참조

따라서, <표6>과 같이 일본시장과 우리시장이 약 10년의 Cycle Gap을 갖고 있다고 판단할 때 92년에서 94년까지가 성숙기로 볼 수 있겠다. 기존의 사치품으로 써온 이미지에서 탈피하여 실용성과 패션성을 부각시킨 캐주얼 의류로써 모피를 대중화하고 선진 외국제품들과의 신속한 정보로 이를 국내에 보급시켜 새로운 디자인 감각, 타소재와의 조화 등의 현대적 감각과 A/S 등의 고객 서비스로 새로운 경영 전략을 세운다면 국내시장 뿐 아니라 국제 시장에서의 재기도 가능하리라 본다.

4. 모피 제품의 상품 기획 및 유통 판매

보통 한국 모피 업체들은 10월~1월 말까지 모피 제품 기획을 마치고 2월에 원피를 구입, 5월부터 신상품이 선보이기 시작한다.

모피 제품의 상품 기획 과정을 보면,¹⁹⁾



19) 진도 모피 상품 기획실 자료 참조

20) 롯데, 현대 백화점 상품 기획실 자료 참조

보통 의류 상품기획이 S/S, F/W 연 2회로 중저가 의류는 판매시기보다 디자인 기획이 1년, 고가의 High Fashion의 경우 6개월 앞서 진행되나 모피 의류의 상품기획은 연 1회, 8개월 앞서 진행되는 점이 특이하며 5월부터 8월까지가 신제품을 가장 싸게 구입할 수 있는 시기라고 볼 수 있다.

93년 현재 main model 수는 진도 모피 경우 170 내외이며 사이즈는 66, 77, 88로 나오고 있다. 종전엔 60~70% 이상이 링크 제품의 클래식 하프 코트였으나 92년부터는 Fox, Karakul, Muskrat 등 타모피 사용률이 늘고, 타직물과 콤비 스타일, 깃털을 뽑거나 일정한 높이로 깎아 다양한 염색, 프린트를 입히는 경우 등 새로운 디자인과 실루엣을 지닌 Jacket 유로 캐주얼 스포티 형태의 디자인이 꾸준히 늘어가고 있다. 원피의 경우 씨애틀에서 60% 이상을 공급받고 있다. 백화점의 판매 계획을 보면 10월~1월까지가 성수기이고 특히 모피 판매의 60%가 이루어지며, 2월~9월 월 1회, 1주간 특별 세일기간을 갖고 있으나 20~30%가 성수기보다 싸게 구입할 수 있다. 가격대는 150~250만 원대가 50% 판매 절유율을 보이고 있고, 500만 원대 이상이 30% 이상의 판매율을 갖고 있으나 수량으로 볼 때 10% 미만이다.²⁰⁾

백화점 거래량은 전체 시장 규모의 2/3에 해당하며, 1/3 약 500억 원 규모가 암시장에서 주로 거래되고 있다.

모피 시장은 국민소득이 5,000~10,000 \$ 일 경우 가장 높은 성수기를 갖고 있는 것으로 분석되며, 한국시장은 앞으로 3년 가량이 성수기로 예상되나 기업들이 계속적인 디자인, 기술 개발 여하에 따라 제2, 제3 구매가 이루어져 모피 기업들의 안정적 발전을 꾀할 수 있으리라 본다.

V. 결론 및 제언

지난 89년 이전까지 전량 수출에만 의존했던 모

과 산업이 해외 시장 여건의 악화로 수출 경기의 부진을 타개키 위해 내수시장으로 활성화 되면서 지난 2~3년간 큰 과도기를 겪었다. JC통상, 한강, 우단, 삼정 등의 해외 인지도가 높은 종전 모피 의류 업체들의 도산 이후, 근화, 태림 등의 내수 시장 전략을 통한 새로운 모피 업체들의 부상, 진도 모피의 수출위주에서 내수 시장 타겟을 위한 기업 변신, 제조 생산 system의 축소와 재정비, 영업, 판촉관리의 과감한 투자를 통한 내수 시장에서의 성공과 새로운 해외시장 개척은 기업의 디자인 상품 기획과 Marketing전략이 어려운 대외적인 기업 환경을 극복할 수 있음을 실증하였다.

독일, 홍콩의 제3국으로의 생산기지 이전, 모피 제품의 다양한 Fashion화, 경영전략 등과 그리스의 정부 수출 지원 제도 등은 기업과 정부의 대응에 따라 어려운 국제적 환경 속에서도 모피 산업을 발전시킬 수 있음을 보여주었고, 국내의 중진급 모피 기업들도 '88년 이전부터 정확한 해외 시장 동향 파악과 정보, 기획능력을 갖추어 국제 환경에 능동적으로 대처하였다면, 수출의 격감과 많은 기업의 도산은 최소화할 수 있었을 것이다. 수출면에서 볼 때 중저가 시장 난립으로 경쟁이 치열해졌고 상품력 강화로 고부가가치품의 적극적 진출로 시장의 이원화 현상이 뚜렷해져 불황회복을 위해 질적인 변신과 기업과 정부의 장기적 육성책이 필요하다.²¹⁾

결론적으로, 해외시장 개척과 수출 증대를 위해선

첫째, 미국, 일본, 독일, 홍콩, 이태리 등의 각종 모피 전시회, 쇼에 직접 참여하여 수주활동이 필요하고 해외 패션의 흐름과 정보를 신속히 입수해 새로운 디자인을 개발하고 저임금 해외 현지 공장 구축, 판매, 생산, 기획이 다른 곳에서 이루어지는 삼각 무역의 구축이 필요하다.

둘째, 자체 브랜드 개발, 해외 유명 브랜드 도입

으로 기획 상품화하여 판촉전략 강화로 소량 단품 종 order에 적합한 생산라인을 구축한다.

셋째, 세계 제2위로 부상된 모피 의류 소비국인 일본 시장잠식을 위한 시장조사, 홍보가 필요하다.

넷째, 새로운 원피공급, 수요창출을 위한 동구권 국가들에 대한 시장 개척과 투자가 필요하다.

국내시장은 '92년을 고비로 모피의류업체의 매장확보와 홍보, 판매를 위한 치열한 경쟁이 완화되면서 2~3년간의 투자와 시행착오에서 벗어나 흑자선으로 돌아서고 소비자들의 의식 수준과 인식이 사치품에서 개성과 실용성을 중시해가며 2차 구매가 형성, 안정기와 성숙기를 맞고 있다.

국내 모피 시장의 지속적인 활성화를 위해선,

첫째, 고객의 다양한 욕구와 소비층 확대를 위해 새로운 디자인 창출, 다양한 소재와 match된 trimming 연출, 색상, 가공 기술, 합리적인 가격대, 홍보, 정기적인 컬렉션 쇼 등이 필요하다.

둘째, 동종제품의 과다경쟁을 피해, 기업간의 제품차별화, 브랜드 차별화 등을 하여 소비자에게 구매의 편리성과 다양성을 준다.

셋째, 모피의 내구성, 실용성, 경제성을 강조하여 개조 가능성과 A/S 서비스 체계를 확대하고 합리적인 판촉 활동을 한다.

넷째, 위의 항들을 위한 M.D, 디자인, 패턴, 봉제 등의 기술교육강화와 투자가 필요하다.

다섯째, 전체 물량의 1/3에 해당하는 암시장 거래의 비활성화를 위해 60%에 해당하는 특별 소비세가 인하되어 유통질서가 확립되고 소비자 계몽 활동이 필요하다.

이런 국내 소비시장의 활성화, 유통 질서의 확립은 모피 산업의 국내외 정착을 의미할 뿐 아니라 수출과 연결, 수출을 촉진시켜 30여년간 축적되어 온 기술과 인력을 계속 개발, 선진 모피 제조

21) 월간섬유, pp.55~58, (1993. 1)

판매국의 위치를 찾게 할 것이다.

* 본 연구는 '92년도 인하대학교 연구비 지원에 의하여 수행되었음.

참고문헌

- 1) 朱振燮, “한국 모피산업의 국제화에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원 석사학위 논문, (1990. 6)
- 2) 黃仁業, “한국 모피 의류 산업의 특성과 수출 산업으로의 육성 방안”, 외국어대학교 무역대학원 석사학위 논문, (1982. 12)
- 3) 김혜경, “모피의 패션화 연구”, 이화여자대학교 창식미술학과 석사학위 논문, (1986)
- 4) 김문숙, “모피 복식 패션 방향에 관한 실증적 연구”, 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문, (1987)
- 5) Frings, Gini Stephens, “Fashion from Concept to Consumer”, New Jersey : Prentic Hall Inc., p.104 (1982)
- 6) Craig, Hazel Thompson and Rush, Ola Day, “Clothes with Charcacter”, Boston : Little Brown And Co., p.183 (1941)
- 7) Ibid., p.183 (1941)
- 8) 진도모피 주식회사 작업 지시서 참조
- 9) 과학패션, p.34, (1988. 11)
- 10) 김영진, “한국 모피 의류 산업의 성장 전략에 관한 연구”, 연세대학교 경영대학원, p.44, (1986)
- 11) 과학패션, p.35, (1988. 11)
- 12) 과학패션, “모피 의류 해외 시장 동향”, pp. 34~36 (1988. 11)
- 13) 과학패션, p.52 (1988. 10)
- 14) 한국 과학제품 수출 조합 통계 자료('89~'92)
- 15) 진도 모피 영업부 통계 자료('90~'92)
- 16) 朱振燮, “한국 모피 산업의 국제화에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원 석사학위 논문,

p.85 (1990. 6)

- 17) 월간섬유, “UVA 소개”, p.197 (1990. 10)
- 18) 롯데 백화점 상품 기획실 모피 의류 영업 자료 참조
- 19) 진도 모피 상품 기획실 자료 참조
- 20) 롯데, 현대 백화점 상품 기획실 자료 참조
- 21) 월간섬유, pp.55~58, (1993. 1)

ABSTRACT

A Study on the Activation of the Fur Fashion Industry in Korea (Focused on the opening domestic Fur Market after 1988)

Since 1988, the fur fashion industry in Korea has been difficult in exporting and competition with too many brands after opening the domestic fur market. However, comparing with the interest of manufactures and consumers, there are few of related references and books. So, the purpose of this study is to put in order and summarize the manufacture in fur clothing, the informations of domestic and oversea fur markets, and the other professional references.

After all, it is to help succeed in domestic and international fur makets, and give the new ideas of designing and merchandising to the fur fashion industry.

The results were as follows :

1. Contact with fur specialty stores in the international fashion cities and tourist cities directly.
2. Establish oversea factories in the low labor countries.
3. Exploit and invest in Russia, China, and the East European countries for suppliment of law materials and fur market.

4. Need the market research and promotion for encroachment in Japanese fur market.
5. Create the original brands with international fashion sense.
6. Develop the manufacture line for diverse models in small lots matching with the modern life styles.
7. Need the fashion show, exhibition, promotion with reasonable prices, and creative new designing with various color, trimming, texturizing and combination with the other materials.
8. Subdivide and distinguish labels into different types for avoiding with too much competition and convenience of consumers.
9. Make an effort to weaken the black market, the 30% of the domestic fur market.