TEX+FA NEWS LETTER

2017. 6. 23

VOL. 05

한국섬유산업연합회 Korea Federation of Textile Industries

FaDI

한국패션협회

KRIFI 한국패션산업연구원 KOREA RESEARCH INSTITUTE FOR FASHION INDUSTRY

토종 SPA 3총사, 매출 1조 시대

유니클로, 자라 등이 장악하고 있던 SPA 시장에서 국내 업체들이 영향력을 확대하고 있음. 국내 톱3 SPA 브랜드인 이마트 데이즈(DAIZ), 이랜드 스파오(SPAO), 신성통상 탑텐(TOPTEN)은 한국인 체형에 맞는 사이즈, 빠른 상품 교체 및 디자인 변경, 저렴한 가격 등의 차별화 전략으로 올해 처음 연매출 1조원을 돌파할 전망. 85개 단독매장을 보유한 국내 매출 1위 데이즈는 이탈리아 명품 브랜드 라르디니(LARDINI)와의 콜라보에 이어 올해도 유명 디자이너들과의 협업 등 차별화된 디자인에 집중해 충성도 높은 소비자 확보를 지속할 계획. 글로벌 SPA 중 2위인 자라의 매출을 거의 따라잡은 스파오는 빠른 유통 시스템과 가격 경쟁력을 갖추기 위해 제품 기획부터 매장판매까지 신상품 교체 주기를 2주로 줄였고 100% 직매입 운영구조로 매년 두 자릿수 성장률을 기록. 올해 매출 3,500억 원을 목표로 중국, 동남아시아 등 해외 시장까지 사업을 확대할 계획. 1020 소비자를 공략한 탑텐은 타 SPA 브랜드보다 저렴한 가격이 장점. 베트남 미얀마 등의 자체 공장 생산으로 원가를 낮추고 직매입에 따른 유통비용을 절감하기 때문. 탑텐은 올해 2,200억 원을 목표로 탑텐키즈 매장 30여개를 포함해 160개 매장으로 늘릴 예정. 유니클로는 국내 SPA 시장에서 여전히 1위를 차지하고 있으나 매출 증가율은 국내 업체들이 앞서고 있기에 앞으로 SPA 경쟁은 빠른 유통 시스템과 디자인, 가격 등이 좌우할 것이란 전망

옷이 아닌 스타일을 구매하자, AI 기반의 패션 추천 서비스

인더스트리 4.0 등장에 따라 소비자의 니즈에 초점을 맞춘 맞춤형 패션 추천 서비스가 속속 등장하고 있음. 2030 여성들에게 최근 가장 각광받고 있는 여성 쇼핑몰 모음 서비스 앱 '지그재그'는 이용자가 원하는 스타일을 설정하면 그 범위 내에서 이용자의 구매 이력을 고려한 취향 맞춤 상품을 추천해주는 서비스를 제공. 모바일 패션 커머스 기업 위시링크는 모바일 앱 '원데이텐미닛'을 베타서비스 형태로 5월에 출시. AI 기반의 딥러닝 기술을 도입해 패션상품 정보와 사용자들의 패션 취향을 분석, 쇼핑 시간의 효율을 높인다는 전략으로 매일 100개의 추천 상품을 제안. 기성 패션 전문기업들도 상품의 다양성을 무기로 삼아 맞춤 추천 서비스를 이어가고 있음. 현재 국내 패션 큐레이션* 서비스의 대표격으로 꼽히는 세정그룹의 '유어스타일리스트'는 2030 남성을 겨냥한 1:1 스타일링 서비스로 이용자의 체형, 피부색, 선호디자인 등 정보에 따른 옷을 선별해 무료 배송하고 그 중 취향에 맞는 옷들만 후불 방식으로 결제하는 서비스를 제공

*** 큐레이션: 콘텐츠를 목적에 따라 분류하고 더욱 가치 있게 제시해주는 일을 뜻하는 말**

커피 찌꺼기·폐기물도 가치를 덧입다, 친환경 패션 주목

패션업계에서 가치소비를 중시하는 트렌드에 맞춰 의류, 신발 등 패션 아이템에 친환경코드를 접목하는 사례가 증가하고 있음. 아웃도어 브랜드 네파는 지난 8일 친환경 소재인 리젠을 사용한 티셔츠를 출시. 리젠은 페트병을 재활용해 만든 폴리에스터 원사로, 일반 기능성 원단에 비하면 에너지 소비량과 이산화탄소 배출량이 적음. 패션그룹 형지가 운영하는 여성복 브랜드 크로커다일레이디는 커피원두를 재사용해 만든 청바지를 선보임. 이는 커피원두를 내리고 난 뒤 남은 찌꺼기에서 나노 입자를 추출해 주입한 친환경 원단 제품으로 흡습·속건 및 냉감 효과가 뛰어남. 코오롱FnC는 연간 40억원어치의 의류가 버려지는 것에 착안해 2012년 'RE;CODE(래;코드)'를 론칭, 사용한 텐트, 군복 등을 활용한 밀리터리 라인과 자동차 에어백 등의 산업소재를 적용한 인더스트리얼(Industrial) 라인을 보유하고 있음

섬산련, 한국패션시장 조사분석 세미나 개최

한국섬유산업연합회는 산업통상자원부의 지원 하에 수행하고 있는 2017 섬유패션활성화 사업의 일환으로 '한국패션시장 조사분석 세미나'를 오는 7월 13일(목) 14시부터 섬유센터 17층 대회의실에서 개최. 동 세미나에는 패션인트렌드 이유순 이사가 2017년 상반기 한국 패션시장 규모 조사 및 국내 소비자 패션의식과 구매행동 조사 결과를 발표하며, 국내 패션시장의 실태에 대한 정확한 진단을 통해 향후 패션시장 트렌드 예측 등 중요 섬유패션기업의 마케팅 전략 수립에 필요한 유익한 정보를 제공할 계획

* 관련문의: 한국섬유산업연합회 산업조사팀(02-528-4023/79, ksw7695@kofoti.or.kr)

2018 Winter Pre-Trend: The better world(더 나은 미래를 위해)

FaDI는 기존에 오프라인 세미나 형태로 제공하던 Pre-Trend를 올해부터 FaDI 공식 홈페이지를 통해 웹진의 형태로 새롭게 제공함. 2018 Winter Pre-Trend는 The better world(더 나은 미래를 위해)라는 주제로 △Big idea, △Vision, △Season themes, △Color analysis 총 4가지의 콘텐츠를 선보일 예정. 그중 첫 번째로 공개된 'Big idea'는 트럼프의 파리 기후협약 탈퇴 선언이 가져온 논란을 다룬 Paris Climate Agreement와 세계적으로 혼란스러운 정치 상황에 맞서 시민 개개인이 적극적으로 참여하고 있는 현 상황의 메세지 등을 실고 있음. 이러한 변화의 중심축으로 떠오른 젊은이들과 그들의 문화를 다룬 Youth culture를 통해 2018 F/W시즌에 나아갈 방향성에 대해 이야기함. 'Big idea'에 이어 기타 콘텐츠 역시 홈페이지를 통해 순차적으로 공개될 예정

△ 2018 winter Pre-Trend: The better world

2017 Key Style Trend, 에스닉 썸머백(Ethnic Summer Bag)

△ 17SS 'Dolce&Gabbana' / www.thevivaluxury.com / 17SS 'Desigual'

FaDI는 Micro Trend 리포트를 통해 2017 주목해야 할 Key Style Trend로 수공예적인 느낌의 에스닉 썸머백(Ethnic Summer Bag)을 제시함. 지난 시즌부터 인기를 끌고 있는 라탄백(Latan Bag)을 포함하여 라피아(Raffia), 스트로(Straw) 등으로 완성된 내추럴 위빙백(Weaving Bag), 이국적 패턴과 장식의 크로셰(Crocher)백 등 다양한 스타일의 썸머백이 올 여름 필수 아이템으로 급부상하고 있음. 특히 이번 시즌 런웨이에 등장한 썸머백은 화려한 컬러와 장식을 더한 투박한 소재의 내추럴 스타일부터 레더소재를 믹스매치한 포멀한 스타일까지 기존의 바캉스 아이템을 넘어 일상의 아이템으로 확장되어 등장함. 또한, 17 F/W 구찌의 컬렉션을 통해 썸머 시즌 뿐 만 아닌 전 시즌을 아우르는 새로운 잇백(It-bag)으로 각광 받을 수 있는 가능성을 보여주고 있음. 소셜 메트릭스를 통한 빅데이터 분석 결과, S/S 시즌 에스닉 썸머백 관련 검색어 탐색량 추이는 전년대비 4배 이상 증가하였고, '예쁘다', '좋다', '잘 어울린다' 와 같은 긍정여론의 상승과 함께 키워드 '핫하다'가 순위권내에 진입하여 에스닉 썸머백이 17 S/S시즌의 새로운 트렌드로 떠올랐음을 확인. 또한 에스닉 썸머백과 연관된 탐색어에서는 라탄백, 밤부백, 데일리백 등이 탐색량 순위권에 새롭게 진입하였고, 의류 연관 상품 탐색어 중, 원피스(전년대비 약 22배 증가)의 탐색량이 급증하여 썸머 시즌을 위한 원피스 아이템과 에스닉 썸머백의 매치가 인기를 끌고 있음을 입증함. 본 리포트에서는 런웨이에 소개된 미니 바스켓백, 네츄럴 쇼퍼백, 믹스드 레더백, 에스닉 패턴백 등에 대한 분석정보와 함께 빅데이터와 런웨이 트렌드를 통해 예측된 화려한 컬러와 장식의 수공예풍 에스닉 썸머백에 대한 분석정보를 제공. FaDI의 리포트는 FaDI 공식 홈페이지와 패션넷코리아 웹진을 통해 만나볼 수 있음

1인 가구의 증가, 소비의 시작은 '나'로부터

혼자 살아가는 1인 가구의 지속적인 증가로 이들에게 혼자라는 것은 더 이상 외로움이 아닌 편안함으로 정의되며, 온전히 자신이 주체가 되어 자신만을 위한 소비를 하는 경향 탓에 소비 트렌드 역시 이들에 맞게끔 변화하고 있음. 특히 소비자가 자신이 원하는 방향의 소비를 통해 만족도를 높이려는 추세가 강해지면서 더 이상 레디메이드에 만족하지 않고, 자신의 개성과 취향을 반영한 새로운 방법의 소비에 주목하며 모디슈머*를 위한 다양한 제품과 업체가 등장하고 있음. 모디슈머 열풍으로 자신이 직접 티셔츠를 커스텀(Kustom)하는 사례가 늘고 있으며, 소비자가 온라인에서 직접 커스텀 상품을 만들 수 있도록 커스텀 툴을 제공하는 '마플(MARPPLE)' 역시 인기를 끌고 있음. 또한, '패션스타트'라는 업체에서는 원단에서부터 패턴, 미싱 등을 판매하며 소비자가 직접 원하는 옷을 제작할 수 있게 하여 세상에서 하나뿐인 디자인으로 나만의 개성을 살릴 수 있는 의상 DIY 서비스를 제공해 소비자들의 환심을 사고 있음. 혼밥족, 혼술족 등 이른바 1인 가구의 증가로 롯데백화점은 6월 19일부터 다양한 식품을 한끼 분량으로 극소 포장한 상품을 판매하는 '한끼밥상' 코너를 기획하였다고 전했으며, 신 고객층으로 떠오르고 있는 카공족*을 대상으로 할리스커피는 본사 직영점에 한해 할리스커피 라이브러리(Hollys Library)를 선보이며 1인 가구 소비자를 확보하기 위한 마케팅을 앞다투어 선보이고 있음

***모디슈머: Modify(수정하다)와 consumer(소비자)의 합성어인 모디슈머(Modisumer)**

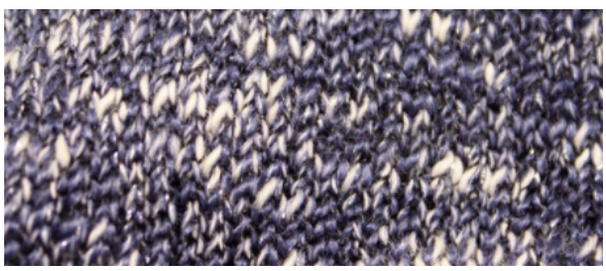
***카공족: 카페에서 공부하는 사람들을 일컫는 신조어**

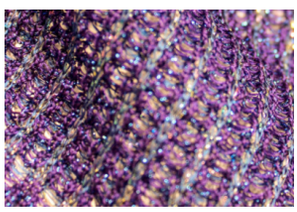
'한끼밥상'을 보고 있는 소비자(출처 : 패션비즈)

오프라인과 온라인, 상생만이 살 길

다양한 업체에서 O2O 플랫폼을 활용하여 오프라인 상권과 상생할 수 있는 서비스 개발을 위해 노력하고 있음. 편의점 GS25는 세탁소 네트워크 O2O업체인 리화이트와 손잡고 상생형 세탁서비스를 시작한다고 밝혔음. 해당 서비스는 주위에 세탁소가 어디에 있는지 몰라 세탁서비스를 이용하는데 어려움을 겪는 고객들을 위해 가까운 GS25가 골목 세탁소와 고객을 연결하는 거점으로 활용되는 방식으로 진행됨. 고객은 리화이트 모바일 앱을 통해 세탁물 수거부터 세탁완료, 편의점으로 이동 등 진행 과정을 확인 하고 완료 정보를 받을 수 있으며, 고객이 맡긴 세탁물은 전용 수거백을 통해 인근 세탁소에서 수거를 진행한 뒤 세탁이 완료 된 세탁물을 구김방지 및 오염 예방이 가능한 전용 배송 박스에 담아 고객에게 전달되는 경로임. 또한 패션기업 세정그룹의 라이프스타일 온라인 쇼핑몰 더훅(the hook)은 업계 최초로 대리점에 온라인 판매 채널을 제공하는 '쇼윈도 커머스'의 오픈 베타 서비스를 실시하며 그 동안 온라인 판매의 사각지대였던 대리점의 공식적인 온라인 판매 채널로 오프라인 매장 점주와의 상생에 포인트를 두고 있음. 점주가 매장에서 판매하는 제품 사진을 O2O 상생 플랫폼인 '쇼윈도 커머스'에 등록하면 고객이 쇼윈도 상품을 보고 주문 결제를 하고, 해당 상품을 매장에서 발송해 판매 수수료를 받게 되는 구조로 소비하는 고객에게도 편의성을 제공. 온라인, 모바일 쇼핑은 이제 연령과 상관없는 하나의 큰 트렌드이므로 온라인을 기반으로 한 소비 흐름의 급격한 변화 속에서 가두점 및 골목상권 활성화를 위한 새로운 판매 채널을 확보하기 위해 업계에서 다양한 시도를 하고 있는 것으로 보임

18 S/S Spinexpo Shanghai





[TREND CHECKLIST]

√ **Indigo Marls**: 슬러브 넵사, 스페이스다이 원사 등을 오버프린트 또는 오버랩해 다양한 캐주얼 룩으로 연출됨

√ **Blurred Marls**: 재활용 말드 코튼과 슬러브 리넨 혼방과 같은 원사에 초점을 맞춰 부드러우면서도 살짝 해진 룩을 완성함. 파인 게이지 니트에 색상이 혼합된 원사로 외관상 부드러움을 더함

√ **Sparkling Metallics**: 메탈릭 니트는 가볍고 섬세하며 반짝이는 메탈릭 색조의 이리데슨트 효과를 제공함. 메탈릭 원사는 코팅되거나 무광 또는 광택 꼬임사를 통해 업데이트됨

√ **Lacework**: 폴리에스테르와 나일론 원사를 꼬은 합성사로 포인텔 기법을 활용하고, 여기에 약간의 메탈릭사를 혼합해 레이스 같은 구조를 완성함. 매듭 방식의 마크라메 기법은 두툼한 울과 혼방사에 적합함

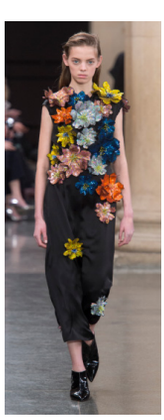
√ **Tufted Texture**: 테이프 원사, 코튼, 울 혼방 소재로 입체적인 플러시 및 터프팅 표면을 완성함. 루프사, 꼬인 테이프사와 섬머 부클레는 내추럴한 컬러로 구성되어 산뜻하고 모던하게 제안됨

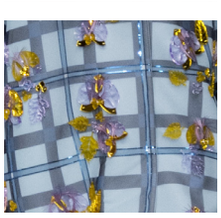
2017 F/W Collection Analysis 컬렉션 주요 트리밍&장식

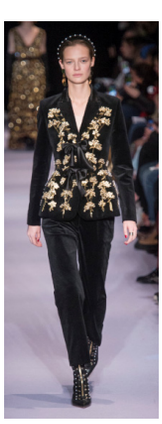
√ **Embroidery**: 자수로 플로럴 및 별자리 등을 표현해 로맨틱한 동화 속 모습을 표현함. 섬세한 비즈, 세퀸 액센트로 실크 시폰 및 시어 오간자 이브닝 드레스에 데카당트 감각을 더함. 미스매치 플레이드와 자카드에 독특한 감각을 더한 컨템포러리 룩을 제공함

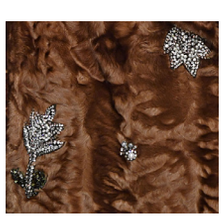
√ **Floral Dimensions**: 꽃 장식은 볼륨감 있는 오버사이즈 형태부터 구조적인 세퀸 플로럴, 펠트와 가죽으로 된 미니멀하고 건축적인 레이저 컷까지 다양하게 제안됨. 시어 오간자는 이브닝웨어에 신비롭고 로맨틱한 감각을 불어넣음

√ **Jewelled Glamour**: 화려한 클래식 감각의 귀금속과 주얼 디테일로 아우터웨어, 드레스, 수트를 장식함. 골드, 실버, 인조 다이아몬드, 크리스탈 및 진주는 빈티지 스타일의 브로치 형식으로 표현되고, 흩뿌려진 핀 도트 처리는 보다 미니멀한 감각을 제공함









자료출처 WGSN

“본 뉴스레터는 산업통상자원부의 지원 하에 수행한
‘2017년도 섬유패션활성화’사업의 일환으로
주관기관을 비롯한 참여기관 공동으로 참여하여 발간되었습니다”

[주관기관 / 한국섬유산업연합회 산업조사팀]

■ 패션 정보공유 및 패션시장 조사 ■
[Tel : 02-528-4023/79, E-mail : ksw7695@kofoti.or.kr]

[참여기관]

■ 컬러 & 패션 트렌드 정보제공 ■
[한국패션유통정보연구원 / Tel : 02-549-2566, E-mail : webmaster@fadi.or.kr]

■ 패션DB구축과 국내 글로벌 패션 포럼 ■
[한국패션협회 / Tel: 02-460-8358, E-mail: hsyoon@koreafashion.org]

■ 패션 패브릭 트렌드 정보제공 ■
[한국패션산업연구원 / Tel: 053-721-7425, E-mail: verysound@krifi.re.kr]

동 자료는 한국섬유산업연합회 홈페이지(www.kofoti.or.kr) 자료실에서 다운받아 볼 수 있으며, 기타 문의사항은 해당 기관으로 연락 주시면 됩니다.

'TEX-FA Newsletter'는
[한국섬유산업연합회], [한국패션유통정보연구원], [한국패션협회], [한국패션산업연구원]이 공동 참여, 제작한 자료로 섬유 패션산업과 관련된 주요 이슈와 업계 및 해외시장 동향 등을 정리하여 격주로 제공합니다.