

TEX+FA NEWS LETTER

2017. 7. 7
VOL. 06

패션·의류 온라인 매출, 9개월 연속 증가세

패션의류 온라인 매출이 9개월 연속 증가세를 기록하며 무서운 상승세를 보이고 있는 동시에 백화점 매출은 지속적으로 감소세를 보이고 있음. 산업통상자원부의 '5월 주요 유통업체 매출 동향' 보고서에 따르면 온/오프라인 부문이 모두 성장한 가운데 전체 매출은 전년동기대비 6.3% 증가함. 오프라인 매출은 2.5% 증가, 온라인 매출은 15.2% 두 자릿수 성장 폭을 기록. 전체 상품 매출에서는 아동·스포츠(△1.6%)와 유명브랜드(△2.4%)를 제외한 모든 상품군 매출이 늘었으며, 패션·잡화는 전년동기대비 1.0% 소폭 증가함. 이 중 패션의류 제품군은 온라인시장에서 매출 성장세를 유지. 오프라인에서는 백화점이 유일하게 매출 감소세(△1.9%)를 기록. 특히 백화점의 주요 매출 품목인 패션의류의 경우 여성정장(1.9%)을 제외하고 여성캐주얼(△1.2%), 남성의류(△7.8%), 아동스포츠(△2.1%), 해외유명브랜드(△2.4%) 의류품목에서 감소세를 보임. 온라인 판매에서는 패션의류 매출이 전년동기대비 33.1% 증가하면서 생활·가구(37.9%), 식품(34.3%)과 함께 전체 매출 신장을 주도, 거래 비중도 전체 품목 중 1위로 21.3%를 차지, 16년 9월부터 9개월 연속 증가세를 유지하고 있음

웨어러블, 기계에서 의류분야까지 확장

기존 착용하는 개념의 웨어러블 기기들이 이끄는 시장은 이미 포화상태이므로 웨어러블 관련 업체들은 기계가 아닌 의류에 적용되는 개념의 웨어러블 시장을 새롭게 공략하고 있음. 스마트 워치, 피트니스 트래커, 웨어러블 카메라, 웨어러블 센서, 스마트 안경, 스마트 의류 등 다양한 품목들이 웨어러블 시장을 형성하고 있으며, KOTRA 로스앤젤레스 무역관에 따르면 웨어러블 기기 출하량은 2020년까지 1억8,700만 개가 될 것으로 추측. 웨어러블 관련 업체들은 새로운 돌파구로 의류를 선택함. 구글의 경우 리바이스와 협력해 개발한 스마트 재킷이 올해 출시될 예정. 재킷의 원단에 전도성 섬유를 넣어 다양한 센서, 배터리, 회로와 연결했으며 재킷 소매 부분의 터치 부분과 단추를 통해 컨트롤이 가능하고, 스마트 단추만 조심하면 기존 의류들과 같은 방법으로 세탁할 수 있다는 것이 장점. 글로벌 스포츠웨어 브랜드로 부상 중인 언더아머는 원단 안쪽에 바이오 세라믹 기술을 적용한 패튼을 사용해 숙면을 지원하는 리커버리 슬립웨어(Recovery Sleepwear)를 출시. 패튼 속 바이오 세라믹 입자가 신체에서 발산되는 적외선 파장을 흡수하고, 원적외선을 생성해 신진대사를 촉진시켜 피로를 해소시키는 원리. 나이키 역시 수분과 땀에 섬유조직이 즉각 반응하면서 자동적으로 확장 및 수축을 통해 공기 흐름을 제어하는 에어로리액트(Aeroreact) 기술을 개발. 미국 일간신문 로스앤젤레스 타임스(Los Angeles Times)에 따르면 "현재 웨어러블 소비자나 기업 모두 기능은 물론 외부 디자인도 중요시 여기기에 소비자 성향을 제대로 파악하는 것이 중요하며, 패션 브랜드와의 협업이 필수"라고 밝힘

섬산련, CHIC 2017 한국관 (코리안 프리뷰 인 차이나) 참가사 모집

한국섬유산업연합회는 10월 11일(수)부터 13일(금)까지 중국 상하이에서 개최되는 아시아 최대 규모 의류 패션 액세서리 전문 전시회인 CHIC(China International Fashion Fair 2017) 전시회에 한국관(코리안 프리뷰 인 차이나)부스로 참가할 패션업체를 오는 7월 14일(금)까지 모집. 동 전시회는 인터텍스타일 상하이와 동시 개최를 통해 전 섬유스트림을 망라한 글로벌 소싱 중심지로서의 입지를 구축하고 있으며, 20개국에서 1,000여 개 사 참여, 약 10만 명의 중국 및 해외 바이어가 방문할 예정. 협력기관으로 지정된 한국섬유산업연합회는 한국 패션브랜드의 인지도 제고와 유통망 확대를 위해 참가업체와 바이어간 1:1 비즈니스 매칭 상담회, 코리아 스타일관 구성, 중국 유통매체를 통한 참가업체 제품과 브랜드 집중홍보 등 최적의 성과 확산을 위해 집중할 계획. 또한 참가업체를 대상으로 중국 패션유통 트렌드, 무역실무, 부스 디스플레이 등 현지에서 실제 비즈니스에 직접 활용할 수 있는 사전교육 프로그램도 편성할 예정

* 관련문의: 한국섬유산업연합회 전시패션팀(02-528-4019/22)

발렌시아가(Balenciaga)의 이케아(IKEA) 패러디



△ 발렌시아가(Balenciaga)의 토트백과 이케아(IKEA)의 프락타 백

발렌시아가(Balenciaga)의 2017 S/S 남성복 컬렉션을 통해 공개된 파란색 가방이 스웨덴의 가구 제조업 기업 이케아(IKEA)의 장바구니로 사용되는 프락타(Frakta) 백을 큰 이슈로 떠오르게 함. 프락타 백은 천 원대의 저렴한 가격과 폴리프로필렌 소재로 강한 내구성을 자랑하며, 높은 활용도로 사랑받고 있음. 하지만 명품 브랜드 발렌시아가가 컬렉션을 통해 공개한 아레나 엑스트라 라지 쇼퍼 토트백(Arena Extra-Large Shopper Tote Bag)이 이와 매우 유사한 모습으로 등장하며 논란이 되기 시작함. 240만 원대의 발렌시아가 토트백은 프리미엄 가죽을 사용하고 금장 로고를 박아, 이케아의 가방과 가격, 소재, 디테일에서 큰 차이를 보이지만 색상과 디자인에서 프락타 백을 연상시키며 많은 소비자를 혼란스럽게 함. 이케아는 이와 같은 논란에 대처하는 방법으로 오리지널 프락타 백을 판별할 수 있는 '진품 감정법'을 선보임. 진품 감정법은 무겁거나 커다란 물품을 담을 수 있을 정도로 기능이 다용도인지, 바스락거리는지, 작게 접히는지, 이케아의 오리지널 태그 유무, 가격 등의 내용을 포함하고 있음. 발렌시아가의 토트백뿐만 아니라 SNS를 통해 등장한 리폼(reform)의 숨은 고수들은 프락타 백으로 만든 또 다른 가방, 의류, 모자, 지갑, 신발 등 다양한 패션 아이템을 선보이며 이케아 패러디에 동참하기 시작함. 이처럼 이케아 패러디는 하나의 문화를 형성해나가고 있음

슈프림(Supreme)과 루이비통(Louis Vuitton)의 콜라보레이션



△ 2017 FW 파리 남성복 컬렉션

뉴욕 스트리트 브랜드 슈프림(Supreme)과 파리 럭셔리 하우스 브랜드 루이비통(Louis Vuitton)이 만나 2017 F/W 파리 남성복 컬렉션에서 'Friends and Heros'라는 주제로 70~90년대 초 업타운(Uptown)과 다운타운(Downtown), 예술가와 음악가 등 뉴욕의 다양한 문화를 다룬 콜라보레이션을 선보임. 1994년 시작된 슈프림은 스케이트보드를 판매하던 브랜드에서 스케이트보드, 힙합(Hiphop), 펑크록(Punk rock), 유스-컬처(Youth culture)를 아우르는 스트리트 문화의 중심 브랜드로 성장함. 루머에 그칠 줄 알았던 루이비통과의 만남까지 성사되며, 슈프림은 또 한 번 스트리트 브랜드로서의 독보적인 자존심을 지켜냄

세계로 뻗어나가는 K-뷰티

한국 화장품 업계에 글로벌 기업들의 관심이 쏟아지고 있는 가운데, 한류 붐을 타고 급성장하는 한국 시장에서 새로운 기회를 찾으려는 추세가 만연하는 중이며 역으로 한국산 화장품 역시 수출의 영역을 넓히고 있음. 과거 중점적으로 수출했던 중국시장이 사드 사태로 인해 주춤하자 동남아, 중동, 그리고 화장품의 본고장 유럽에서도 우리나라 화장품 브랜드가 맹활약 중임. 특히 일본은 글로벌에서 불고 있는 한류 열풍의 시작점으로 불리며 이미 많은 국내 화장품 기업들이 시장 진출을 진행한 바 있으며, 중국에서 메디힐 마스크팩으로 큰 성과를 올린 엘애피코스메틱은 최근 일본에 지사를 구축하고 현지 생산을 통한 일본 시장 진출을 발표해 관심을 모았음. 아모레퍼시픽은 오는 9월 프랑스 파리에 있는 갤러리 라파예트 백화점에 간판 브랜드인 설화수의 단독 매장을 오픈할 예정으로 한국을 대표하는 화장품 브랜드인 만큼 고유의 철학과 진정성을 앞세워 정면승부를 펼친다는 계획을 밝혔음. 또한 동남 아시아인들의 한류 사랑이 뷰티로도 이어져 오면서, 천연 성분을 강조한 제품군이 큰 인기를 끌고 있는데 이는 동남아시아에서 최근 자연유래 화장품이나 할랄(Halal) 인증을 받은 화장품을 선호하고 있기 때문으로 해석 가능함. 그동안 K-뷰티는 중국의 사드 보복으로 고초를 겪어 왔는데, 과거의 품질 문제를 1년이 지난 시점에 거론하며 불허 판정을 내리는가 하면, 소방 점검을 이유로 현지 공장에 공문을 보내는 등 압박의 수위를 높였음. 업계에서는 이번 일을 계기로 중국의존도를 낮춰야 한다는 데 통감하며 수출국 다변화에 힘쓰고 있으며, 최근에는 아세안 지역이 제2의 중국으로 거론되고 있으며, 뿐만 아니라 화장품 선진국인 유럽에서도 시장을 장악하며 진정한 의미의 K-뷰티의 세계화가 완성될 것이라 평가하고 있음



아모레퍼시픽이 오는 9월 파리 라파예트 백화점에 단독매장을 선보일 예정(출처 : 한국일보)

아마존 VS 월마트, 그 승자는?

미국 최대 전자상거래업체 아마존이 홀푸드 마켓(Whole Foods Market)을 137억 달러에 사들이며, 아마존 전자상거래 사업의 주요 전략이었던 저비용 고효율 방침을 식품사업 부문에도 그대로 적용할 방침이라고 밝혔음. 아마존은 홀푸드 인수 이후 비용감축과 소비자들을 위한 제품 가격 하락에 집중할 것으로 보이며, 아마존 사업방식은 다른 식품회사들이 가격을 낮추도록 계속해서 압박하게 될 것이라고 업계 관계자는 전했다. 아마존이 월마트의 핵심 사업인 식료품 사업에 뛰어들자 월마트가 폭발하여 아마존에 전쟁을 선포한 것으로 보이며, 현재 월마트는 정보기술 협력사에 아마존의 캐시카우(Cash-Cow) 역할을 하는 클라우드 서비스(AWS, 아마존웹서비스)를 사용하지 말 것을 요구하며, 아마존의 수익창출원인 AWS에 해당사의 정보가 플랫폼에 저장되는 것을 견제하고 있는 상황임. 월마트와 아마존의 싸움은 치열하게 전개돼 오고 있는데, 월마트는 최근 몇 년 동안 온라인으로 사기 어려운 식료품 가격을 집중적으로 낮추면서 소비자를 오프라인 매장으로 유인해왔음. 아마존은 최근 월마트의 주요 고객층인 저소득층을 대상으로 연 99달러인 프라임 회원 수수료를 49달러로 낮추고, 홀푸드를 인수하며 식료품 유통업체의 주가 폭락을 촉발했음. 한편, 월마트는 남성리뷰 전문 업체 보노보스(BONOBOS)를 3억 1,000만달러에 인수하며 아마존의 홀푸드 인수를 비롯, 유통업계 내 경쟁사가 새로이 추진하는 전략에 대응하기 위해 온라인 사업 부문 개발에 박차를 가하는 중임. 월마트가 2016년부터 시작하여 제트닷컴(Jet.com)과 슈바이닷컴(ShoBuy.com) 등 온라인 의류업체 인수에 힘을 쏟고 있는 중이라면, 아마존은 소비자가 옷을 주문해 입어본 뒤 마음에 드는 상품만 구매할 수 있는 프라임 워드روب(Prime Wardrobe) 서비스를 새로이 선보일 계획이라고 밝혔음. 아마존과 월마트의 싸움은 더욱 거세질 전망이지만, 아마존 같은 혁신기업이 더 많아져야 한다는 게 전문가들의 시각이며, 아마존처럼 위험을 무릅쓰고 현실을 바꾸는 기업이 있다면 경제는 더 성장할 수 있을 것이라고 전망함

Innovation & Sustainability : Fruit Waste

과일 폐기물로 만든 친환경 혁신소재

식물성 소재와 비건 소재에 대한 관심이 고조되면서 섬유 업계는 친환경과 동물보호를 실천하는 대체 소재를 모색하고 있음. 이러한 해결책 중 하나로 패션, 제화, 액세서리 마켓에서는 과일 찌꺼기를 신소재로 재활용하는 사례가 이어지고 있는데, 음식 쓰레기와 폐기물을 활용함으로써 제로 폐기물, 친환경 소재 혁신에 한 발 다가가고 있음



✓ Orange

이탈리아 시칠리아섬의 오렌지류 가공식품 공장에서 배출되는 대규모 쓰레기의 현황을 인식한 오렌지 화이버(Orange Fiber)는 오렌지 신섬유를 개발해 2017년 시장에 출시함. 오렌지 찌꺼기에서 펄프를 추출하고 셀룰로오스 섬유를 방적하고 직조해 부드럽고 매끄러운 감촉의 친환경 섬유로 탄생시킴. 페라가모가 이 섬유를 자사 디자인에 사용하는 등 친환경 섬유에 대한 관심과 수요가 증가하고 있음



✓ Grape

이탈리아의 Vegea는 와인 생산 업체에서 배출되는 포도 찌꺼기를 활용해 와인 가죽을 개발함. 올해 H&M 글로벌 체인지 어워드는 이 와인 가죽의 제품 개발 자금을 지원하면서 관심이 급증함



✓ Fruit Leather

네덜란드에 위치한 Willem de Kooning Academy에서 탄생한 과일 가죽은 아직 개발 단계에 있지만, 제로 폐기물 생산과 친환경 소재 개발에 앞장서는 패션 업계의 긍정적 변화를 조명함

2018 Pre-Summer Collection Analysis 컬렉션 주요 소재

✓ **Sheers** : 아플리케, 자수, 필쿠페 등으로 정교하게 장식된 페미닌 시어 드레스가 주요하게 등장함. 큰 플로럴과 메탈릭 광택 효과의 세련은 시어 소재와 함께 멋지게 어우러짐



✓ **Tweeds** : 은은한 표면의 핸드메이드 감각을 더한 트위드는 슬러브사와 부클레사가 어우러져 전통 미니 체크와 대형 플레이드로 완성됨. 편안하고 캐주얼하게 혹은 클래식 테일러드 의상에 활용됨



✓ **Leather** : 부드럽고 유연한 가죽이 시즌을 초월해 여성미를 물씬 풍기며 등장함. 드레이프나 개더로 부피감 없이 볼륨을 더하며, 특히 무난하고 캐주얼한 느낌의 무광 가죽이 주요하게 활용됨



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]

본 자료는 한국섬유산업연합회 홈페이지(www.kofoti.or.kr) 자료실에서 다운로드 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.