

산업분석정보 신규콘텐츠 기획을 위한 전시회, 업체, 관련기관 방문 및 자문

- 이임자 부연구위원(성장동력산업연구센터)

I. 출장 개요

1. 출장자 : 이임자 부연구위원
2. 출장기간 : 2012년 9월 17일 ~ 9월 23일
3. 출장지 : 프랑스 파리, 영국 런던
4. 출장목적
 - 산업분석정보 신규콘텐츠 기획을 위한 전시회, 업체, 관련기관 방문 및 자문

II. 현지 일정

날자	장소	내용
9.17	인천 -> 파리	서울발 파리 도착
9.18	파리	-파리의류직물박람회의 1세션(Modomont), 2세션(Indigo) 참석 -산업용섬유업체 방문 -파리의상조합 방문
9.19	파리	-파리의류직물박람회의 3세션(Expoil), 4세션 (Texworld) 참석 -파리피혁박람회 참석, 섬유업체 방문
9.20	파리-> 런던	-한-EU FTA 발효 1주년 세미나 참석 -파리의류직물박람회 참가 한국업체 방문 및 면담
9.21	런던	-영국패션협회(BFC) 방문 -패션유통관련업체 방문
9.22	런던 -> 인천	런던 발
9.23	인천	인천 도착

III. 출장 복명 내용

□ 출장 복명 개요

○ 의류직물의 글로벌 생산 및 수출 규모와 가격 등에 대한 정량적 정보는 국가별 또는 지역별 생산·수출입 통계를 통해 파악이 가능하나, 디자인 트렌드, 색깔, 소재 등에 대한 정성적 정보에 대한 파악이 어려웠음.

- 최근 의류직물의 산업경쟁력은 단순한 생산설비 규모나 수출입 물량 등 정량적 분석외에도 소재의 고기능 여부, 컬러의 구현 정도, 트렌디한 디자인 등 소프트 경쟁력의 중요성이 더욱 부각되는 추세

- 또한 패션의류는 제조와 유통이 융합되면서 원가 절감 및 품질 제고 등 제조 분야의 경쟁력뿐만 아니라 의류 제조업체가 판매, 유통까지 도맡아 하는 중저가형 의류를 공급하는 글로벌 SPA(Specialty store retailer of Private label Apparel) 브랜드가 핫 이슈로 부상
- 따라서 ISTANS에서도 통계 기반의 산업통계 콘텐츠 외에 ISTANS Insight, 산업분석정보 등의 틀을 활용한 심층적인 콘텐츠 발굴 및 작성에 대한 필요성 급증

1. 의류직물 동향 분석 사례

□ 소재 트렌드

- 경제위기에 따른 불안감 탈피를 위한 몽환적이고 환상적인 패션 트렌드가 주를 이루었으며, 깊고 풍부한 컬러감을 지닌 소재들이 대거 출품
- 전시회의 주제는 시간(time), 모험(adventure), 감성(feeling) 등을 소재로 하여 향후 미래에 대한 긍정적인 메시지를 전달하려 함으로써 입는 옷의 기능적인 면에다 새로운 메시지를 담으려는 시도

- 시간(time) : 시간에 구애받지 않는 다양한 스타일과 형식의 조화

· 소재는 고품질이 여유로운 벨벳, 매듭진 실로 짠 거친 직물, 실크, 기하 무늬의 박시한 스웨터, 킨팅, 광택있는 구리빛과 골드 메탈릭 느낌의 고급스런 소재, 몸에 피트되는 데님, 타이트한 니트 등 다양한 소재의 믹스-매치

- 모험(adventure) : 스포츠와 자연스러운 도시적 패션의 결합으로 소재의 기능성과 패션성을 동시에 고려

· 소재로는 면, 데님, 촘촘한 짜임의 실크류 등 편하고 활동성이 강한 소재, 천연소재와 합성섬유간 믹스매치, 팬시하거나 평범한 무늬의 대비,

해랑본·트윌 무늬의 면 또는 시크 소재 등

- 감성(feeling) : 미스터리한 현실, 착시적 거울효과 등 비현실적인 이미지와 환상을 테마로 하며, 따라서 실루엣은 신체를 일부 감추는 정숙함과 살짝하는 노출하는 듯한 섹시한 스타일을 표현하는 소재로 구성
 - 신체를 감싸는 소재로는 부드러운 펠트, 유연한 몰스킨과 실크류, 스쿠버 스타일의 본딩처리 소재, 멀티 레이어드된 비치는 직물소재 등이 제안되었음.
 - 흘러내리는 듯한 소재로는 실크류, 매우 유연하고 캐주얼스러운 직물이 여성스러움을 표현하기 위해 제안됨.
- 종합하면 2012년 하반기 의류직물 트렌드는 아래와 같이 정리가 가능하며, 키워드는 친환경, 광택, 이중직, 레이스, 자카드, 입체감 등임.
- 소재는 천연섬유와 합성섬유가 본딩처리된 기능성을 더욱 높인 이중직의 인기가 지난 2년전부터 지속되고 있음.
 - 또한 한 가지 소재로 광택이나 촉감을 달리하여 두 가지 소재를 믹스매치한 이중직의 느낌을 구현
 - 유행 색상은 경기 불황을 반영하여 밝은 톤이 대세를 이루는 가운데, 어두운 컬러와 파스텔톤 등 다양한 컬러가 공존
 - 전체적으로 문양이 들어간 자카드가 대세이며, 문양이나 페턴은 다고 작아짐.
 - 또한 여성스러움과 환상적인 이미지 표현 등을 위한 레이스가 대세
 - 소재별로는 친환경 및 그린소재로 실크, 면 등 천연섬유가 고급소재로 많이 제안이 됐으며, 합성섬유의 경우에도 천연섬유와 같은 기능, 촉감을 구현하려는 시도가 지속됨.

□ 참가 실적

- Paris Premiere Vision은 1년에 상, 하반기 2회에 걸쳐 열리고 있으며, 세계 직물 바이어와 디자이너, 패션업계 종사자들이 가장 많이 참여
 - 매년 700여개 이상의 업체가 참여하여 새로운 트렌드를 선보이고, 새로운 교류를 촉진할 뿐 아니라, 1973년 이래 세계 의류직물 및 의류 액세서리, 특수기능성 직물 분야에서 트렌드를 선도
- 참가 전시업체수는 31개국의 745개사가 참여했으며, 방문객은 유럽 재정 위기에 따른 경제 불확실성에도 불구하고 46,000여명의 바이어가 참관한 세계최대의 의류직물박람회임.
 - 참여업체수는 전년대비 5.0% 증가했으며, 신규 참여업체수도 전년대비 4.3% 확대되어 내년 경기회복에 대한 성장전망 및 기대 반영
 - 참가국가별로는 이태리 업체가 352개로 가장 많고, 프랑스업체가 88개, 터키가 63개, 스페인이 28개, 포르투갈이 25개, 한국이 22개, 독일이 21개업체, 중국이 18개 업체 등의 분포를 보임.
 - 고품질의 의류직물 박람회로서 참가업체에 대해 사전적으로 엄격한 심사를 걸쳐 엄선함으로써 선진국의 참가 비중을 매우 높으며, 중국의 참가 비중이 매년 높아지는 추세임.

□ 전시품목

- Premiere Vision : 의류직물박람회로 의류용 대부분의 직물이 전시
 - 모든 종류의 직물, 자수리본, 셔츠슈미즈, 직포, 와이셔츠직물, 데님, 레이스, 양복지, 가죽, 프린트, 니트, 실크, 면 등 다양
- Expofil : 원단, 원사 박람회로 모든 소재의 원사가 있으나, 특히 천연섬유사가 대세
 - 소모, 방모 등 양모방적, 면방적, 마방적, 소모사, 면사, 팬시안, 방모사,

연사 등

○ Modmont : 의류 액세서리 박람회

- 단추, 버클, 라벨, 어깨패드, 지퍼 등 의류 액세서리 출품

○ Indigo : 원단 디자인 박람회

- 프린트지 대생, 편물지용 디자인, 숙녀/신사/주니어용 디자인, 수영복·란제리·스카르프용 등 다양한 디자인 전시 및 거래

2. 한·EU FTA 발효 1주년 기념 세미나 참석

(1) 개최 개요

○ 한국섬유산업연합회는 한·EU FTA 발효 1주년을 맞아 유럽섬유의류산업연합회(EURATEX)와 공동으로 2012년 9월 20일 프랑스 파리에서 세미나를 개최

- 한·EU FTA 발효 1주년 평가 및 효과 극대화 방안에 관한 한·EU 양국 섬유협회의 주제발표와 한·EU FTA 활용사례 발표

· 한·EU FTA 평가 및 활용 극대화(발표 한국섬산연)

· 한·EU FTA 활용 사례 연구(발표 웅진홀딩스)

- 특히 이번 세미나는 오는 9월 19일부터 21일까지 파리에서 열리는 세계 최대 규모의 섬유전시회인 '프리미에르 비종'과 연계해 개최

(2) 주요 논의 내용

한·EU FTA 성과 평가

○ 2011년 7월 1일을 기점으로 한·EU FTA가 잠정 발효됐으며, 섬유업계는

관세철폐에 따른 대EU 수출확대 효과 기대

- 대EU 수출은 2011년 2월부터 한·EU FTA 발효에 대한 기대감과 더불어 수출이 확대되기 시작하여 대미 수출규모를 능가
 - 3월 일본 대지진에 이어 하반기 미국 신용등급 강등조치, 유로권의 재정 위기 우려 등으로 수출이 둔화하기 시작한 과정에서도 대EU 수출은 발효 이후 1년간 전년동기비 7.1% 확대
 - 반면 동기간 섬유·의류 대세계수출 증가율은 2.7%에 그침.
 - 그 결과 EU는 2011.7~2012.6월간 수출액 누계 기준으로 중국, 베트남에 이어 미국을 따돌리고 4위에서 3위로 도약
 - 그러나 우리나라의 대EU 수입관세 철폐 및 인하에 따른 가격경쟁력 제고로 대EU 수입도 동기간 15.8%로 크게 확대되어 13억 1,500만 달러를 기록하여, 무역수지는 1억 300만 달러 기록
- 품목별로는 편직물(23.4%), 면직물(34.9%), 폴리에스터직물(14.9%) 중심으로 FTA 발효 이후 수출 증가세가 확대
 - 반면 수입 의존도가 높은 비스코스 레이온(29.6%)이 8,200백만 달러로 수입이 가장 많은 가운데, 남녀 코트 및 재킷, 담요 및 덮개류, 가죽의류 등은 증가율이 발효 전 1년 대비 50% 이상 수입이 확대되었음.
 - 그외 스웨터, 직물제 남성 바지, 여성 슈트 등 의류 완제품 중심으로 수입이 크게 확대되었음.
- 요약하면 EU의 재정위기 우려 및 경기 부진으로 수출증가율이 둔화하다가 한·EU FTA 발효이후 수출·입 증가율이 확대되어 교역이 더욱 활발하게 이루어지고 있는 것으로 나타남.
 - 반면 무역수지 성과측면에서는 상대적으로 EU의 경기가 더 부진하여 수출확대가 제한적인 반면 수입은 지속 확대되는 추세이나, 이는 유럽의

재정위기로 인한 소비수요 부진에 따른 대EU 수출부진의 영향이 더 큰 것에 기인하는 것으로 판단

□ 향후 협력 방안

- 섬산련과 EURATEX간의 구체적인 협력을 위해 한·EU FTA 에 대한 최근 이슈와 활용사례 등을 중심으로 양국 패션업계가 상호 이해 가능한 내용으로 “한·EU FTA 해설서”를 만들어 활용키로 협의
- 한국과 달리 EU 역내 회원국에서의 한·EU FTA에 대한 홍보가 잘 되어 있지 않으므로 한·EU FTA 활료 극대화를 위한 양 기관간 적극적인 홍보 협의

3. 변화하는 패션유통거리

- 파리의 유통 중심가는 샹젤리제, 몽테뉴, 포브르생토노레 거리 중심으로 형성되어 있으며 형성되며, 오랜 역사의 맞춤형 컬렉션 오프꾸튀르와 기성복 컬렉션 프레타포르테가 개최되며 지속적인 디자인 및 트렌드가 생겨나는 패션의 근원지임.
 - 샹젤리제는 패션의 시발점으로서 최고급 브랜드들의 본사와 매장이 함께 하는 명품 거리임.
 - 과거 중후한 분위기의 샹제리제 거리는 보다 젊은 취향의 분위기로 탈바꿈하는 추세
 - 단적인 사례는 샹젤리제 거리 양쪽에서 발견되는 멀티플렉스 영화관, 자라, H&M 등 글로벌 SPA 브랜드와 갭, 아디다스, 나이키 등 캐주얼 패션 브랜드들이 많이 포진되어 보다 대중적이고 젊은 거리로 변신 중
 - 이러한 변신의 가장 큰 이유는 높은 임대료가 가장 큰 요인으로 자본 경쟁력이 높은 글로벌 브랜드들의 입장 사례가 높아지는 반면, 자본력이 약한 전통 브랜드들은 버티기 힘든 구조로 변해가기 때문

- 몽테뉴거리와 포브르생토노레 거리는 고급 명품 부티크들이 밀집되어 있으며, 특히 포브르생토노레 거리에는 코코샤넬, 에르메스, 랑방, 구치, 피에르 발망, 랑코 등 고급 상점들이 있음.
 - 쇼핑객은 관광객들이 주고객이나, 파리 모든 매장에서는 중국인들의 구매 비중이 압도적으로 높아지고 있는 추세임.
- 런던의 패션 유통가는 옥스퍼드 스트리트, 리젠트 스트리트, 카나비 스트리트, 킹스로드 중심으로 구성
- 옥스퍼드 스트리트는 19세기에 들어서면서 직물시장이 들어서고 이후 부유층 대상의 고급 전문점이 모여 변화가로 변하기 시작한 런던 최고의 변화가이자 쇼핑가이며, 런던의 대표 브랜드인 셀프리지 백화점과 GAP 등의 브랜드가 있음.
 - '카나비 스트리트는 세계적인 브랜드외에도 개성있는 소규모 브랜드들도 많이 있으며, 건물마다 특색있게 꾸며진 것도 카나비 스트리트의 고유한 특징이며, 특히 원단으로 유명한 리버티가 있음.
 - 우리나라의 백화점의 매장 구성이 모두 비슷한 것과 달리 영국의 백화점들은 브랜드별로 매장의 구성이 상이한 특징

□ 특징

- 중국의 명품소비 증가에 따른 명품 브랜드의 가격 인상
- 유럽 최대 명품 브랜드인 루이뷔통모엣헤네시(LVMH)는 최최근 유럽 재정위기 여파에 따른 글로벌 경기침체에도 불구하고 파리, 런던 등 유럽에서 판매되는 제품 가격을 올릴 것으로 예상
 - 이는 유럽에서 판매되는 명품 가격이 중국 본토보다 30% 가량 저렴하기 때문에 쇼핑을 목적으로 하는 중국 관광객들이 유럽으로 밀려들면서 수요가 급증하자 명품업체들이 마진을 극대화하기 위해 가격 인상으로 대

응하기 때문

- 중국관광객들이 유럽의 주요도시의 고가제품 판매에서 차지하는 비중은 70%에 달하는 것으로 나타남.

○ 글로벌 SPA 브랜드들의 세력 확장

- 자라, H&M, 유니클로 등 글로벌 브랜드들의 유명 패션거리 입점을 통해 유통망 확장
- 더불어 유럽의 고급 패션거리는 글로벌 SPA를 찾는 고객들의 평균 연령대가 낮고 방문객이 많은 등 젊은 세대의 유입을 증가 초래
- 따라서 파리, 런던 등 유명 패션거리 자체가 고급 명품브랜드를 찾는 고령층과 보다 저렴한 글로벌 SPA 제품을 찾는 젊은 층이 공존하면서 젊은 계층의 유동인구가 지속적으로 확대되는 추세

4. 영국(런던)의 디자인 양성 프로그램 및 산업통계 작성

- 런던이 다른 패션도시에 신인 디자이너들의 활약이 돋보이는 이유는 영국의 학교, 정부, 기업이 이들을 적극적으로 지원하고 후원하는 것에 기인함.
- 제 2의 버버리, 폴스미스 등 우수한 디자인 신구 인력양성을 목적으로 BFC에서는 다양한 기업과 함께 현재 총 8개의 신인 디자이너 후원 프로그램을 운영중임.
- 1993년 영국 패션 협회에서 설립한 신인 디자이너 후원 프로그램으로서 뉴 제너레이션(New Generation)의 약자인 뉴젠이 있으며, 2009년에는 신인 남성복 디자이너들을 위한 뉴젠 맨(NEWGEN MAN)도 설립된 바 있음.
- 매 시즌마다 약 20명 안팎의 디자이너를 선정해 캣워크, 프리젠테이션,

전시회 등 지원을 하며, 캣워크 디자이너로 선정되는 경우에는 BFC에서 제공하는 런웨이에서 쇼를 진행할 수 있는 자격과 약 1천만원~2천만원 가량의 재정 지원

- 뉴젠의 공식후원업체 톱숍은 전반적인 비용지원과 캣워크 공간 등을 제공하는 등 업체지원 역시 활발
- 그밖에 패션 포워드(Fashion Forward), BFC 보그 디자이너 패션 펀드 (BFC Vogue Designer Fashion Fund), 홍보담당 프로그램인 BFC 엘르 툴런트 런치 패드(BFC ELLE Talent Launch Pad) 등 다양한 프로그램이 있음.

○ 영국패션협회(BFC)는 패션산업에 관한 다양한 통계를 작성

- 패션산업의 고용자수, 국민경제적 위상, 수출입 등 다양한 통계와 더불어 패션산업이 경제에 미치는 효과 등 분석지표도 제공
- 이와 관련하여 영국패션협회는 ISTANS가 발간한 바 있는 '한국산업의 현재와 미래'라는 보고서와 유사한 양식의 'Value of the UK Fashion Industry(영국 패션산업의 가치)'라는 보고서를 작성한 바 있음.
- 또한 영국 패션산업의 동향에 대한 정책적 파악 및 정책지원을 패션산업이 안고 있는 문제점 등을 분석하고 Fashion 산업이 향후 지속적인 성장을 달성하기 위한 향후 반전전략 도출 등 산업연구도 병행
- 반면 국가 승인통계를 활용한 기초통계 확보 및 분석통계를 작성하기는 하나, 자체 생산하는 통계는 전무하며, 협회의 특성상 통계업무보다는 신규 디자이너 소개, 디자인, 소재, 전시회, 기술 등 제반 정보 제공에 더욱 집중하는 경향