

流通市場 開放에 따른 패션專門店の 對應 方案에 觀한 研究

김 현 아

(서울여자대학교 의류학과 박사과정)

'96년 流通市場 完全開放과 그에 環境變化로 國內 流通產業에 새로운 時代가 열리고 있다. 그러나 지난 20년 동안 급속도로 發展해온 생산과 소비部門과는 달리 流通部門은 상대적으로 落後된 상태이며, 특히 패션 流通產業은 流通過程에서의 組織과 체계가 未備하고 流通기관이 定立되어 있지 않아 우수한 流通技術과 良質의 豊富한 資金力을 確保하고 있는 流通 先進國의 國內進出에 憂慮하고 있는 것이 現實이다.

反面 消費市場은 都市中流層의 浮上, 消費水準의 向上, 소비傾向의 變化가 나타나고 젊은 이들을 中心으로 새로운 라이프 스타일이 생성되고 있어 패션유통의 새로운 形態를 追求하게 된다.

이에 본 研究는 패션유통의 새로운 장르로 浮刻되고 있는 패션 專門店을 中心으로 유통시장 개방에 따른 波及效果와 그에 대한 對應戰略을 摸索하는데 그 目的을 두고 있다.

아직 도입기에 있는 패션전문점의 概念 定立을 위해 美國과 日本의 專門店에 관한 이론을 導入, 패션전문점이란 첫째, 깊이 있는 고관여상품을 專門적으로 다루고 둘째, 窮極的 目的이 顧客의 삶의 질을 높이는 데 있으며 셋째, 店舖의 位置, 規模, 이미지 등이 專門店の 기능과 役割을 수행하기에 充分하고 適合한 小賣流通기관이라는 定義를 내리고 專門店の 出現背景과 戰略的 適應過程을 살펴보았다.

또한 가장 活性化되고 있는 명동상권을 중심으로 類型別 分類 (멀티 브랜드 샵형, 사입형, 百貨店 專門店화) 하여 現況을 分析한 結果, 限定된 유치 브랜드의 치열한 경쟁 · 自社 브랜드 유치의 不可避 · 관리 전문시스템의 未洽 · 신관영업의 한계성과 月別 賣出의 流動性 · 專門入力 不足 등 問題點들이 流出되었다.

마 · 일 등 패션 流通의 先進國을 중심으로 소매업체 變化, 패션산업의 現況, 패션유통의 신업체, 패션전문점의 實例를 살펴봄으로써 유통시장 開放에 따른 國內 패션전문점의 대응전략으로 첫째, 商品, 價格, 서비스, VMD 등의 차별화 전략, 둘째, 프랜차이즈 체인 시스템 導入 및 다점포 戰略, 셋째, 地域밀착형 라이프 스타일별 專門店 構成, 넷째, 生産기지와 販路開拓의 海外 進出 積極化에 따른 國際化 전략, 다섯째, 入才養成 및 專門入力 確保 등을 提示하고 있다.