

A Study on Type of Planning Information Available from Fashion Information Providers of Korea

- With Focus on Relevant Cases -

Choi, Ho-Jeong* · Ha, Ji-Soo

Ph.D Candidate, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University

Given the fashion customer needs that are getting more complicated and diverse recently, differentiation is required more than ever even from the trend-planning phase where design concept for the forthcoming season is determined. Even though value of information in fashion industry is becoming more critical than any other time in the past, local fashion industry has yet to be approached academically. Therefore, this study attempted to identify the as-is status of local fashion information industry and analyzed duplication and differentiation of information provided by fashion information providers to suggest a roadmap for evolution of the fashion information industry of Korea that is expected to become more active in the future.

This research employed biblical study, industry interview, contents analysis and case study and the following conclusions were drawn:

First, in the biblical study, it was found that the development of local fashion information industry up to now could be broken down into 4 phases including introduction of advanced planning information, commercialization of fashion information, on-line IT technology incorporation and customized planning.

Second, Currently, independent planning information agencies are actively operating in Korea including large planning agencies such as Samsung Fashion Institute and 10 or so specialized ones such as Moravian Basel that provides information specifically aligned to the needs of discrete clients. About 8 corporations including SK operate in-house information teams. However, some services that used to be provided by in-house information team are often outsourced to independent specialty planning agencies these days, which would promote further growth of specialized planning agencies.

Third, in an effort to analyze type of information furnished by independent planning agencies, contents

of 04 S/S, 04/05 F/W material available from four independent planning agencies operating in Korea including Samsung Fashion Institute, IF Network, cft and firstviewkorea were cross-analyzed both from quantitative and qualitative perspectives. In the analysis, Samsung Fashion Institute and IF Network were found to provide information on customer trends, influence, color, material and style in a similar manner to each other. Firstviewkorea and cft tried to differentiate themselves by focusing on fashion themes and color trends respectively. But, they did not go as far as differentiating themselves in terms of direction. They stressed commonly "Rediscovery of Basic", "Sensual Femininity", "Ethnicity with Regional Touch", "Energetic feature Expressed by Bright Coloring" in 04 S/S and "British Classic", "Luxurious Elegance", "Comfortable & Nature-Close Modernism" and "Epicurean Trend with Focus on Happiness" as they relied simply on trend forecast information available overseas. More to-the-point trend forecast aligned to the preference of local customers is required.

Fourth, a new paradigm represented by partnership between specialized planning agencies and fashion companies is emerging at the moment as demand for qualitatively-differentiated information is on the rise and planning agencies are trying more to align their information specifically to the needs of their clients. In that context, the cases of QUA which has outsourced its planning function to Nelly Rodi and Caspi Conus which has joined hands with Moravian Basel were studied.

We have studied evolution of local fashion information industry and various types of planning information services as described in the above and expect this study to provide useful references to as-is status of local fashion information industry, for further studies by others and selection of product planning information providers.

국내 패션정보 제공 업체의 기획 정보 유형에 관한 연구

- 관련 사례연구를 중심으로 -

최호정* · 하지수

서울대학교 의류학과 박사과정* · 서울대학교 의류학과 교수

최근 더욱 복잡해지고 다양해지는 소비자의 욕구로 인해 다음 시즌 디자인 컨셉을 결정하는 단계인 트렌드 기획 단계에서부터 차별화된 기획에 대한 요구가 더욱 높아지고 있다. 패션 산업에서 정보가 갖는 의미가 그 어느 때 보다도 더욱 중요해 지고 있음에도 불구하고 국내 패션정보산업과 관련 산업에 대한 연구는 적극적으로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 국내 패션정보산업의 현재를 파악하고, 제공 정보의 중복성과 차별성에 대해 조사하여 더욱 활성화가 기대되는 국내 패션정보산업의 발전방향을 가능해 보고자 한다.

연구방법으로 문헌연구, 업체조사, 내용분석, 사례연구를 병행하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 문헌조사 결과 국내 패션정보산업의 발전 단계는 크게 고도 정보화의 도입 단계(1980~1989), 패션정보산업의 기업화 단계(1990~1995), 온라인 정보시스템 운영이 일반화되는 IT 정보화 단계(1996~2000), 맞춤형 기획화 단계(2001~현재)의 4단계로 나누어 볼 수 있다.

둘째, 업체조사 결과 기획 담당자에게 패션정보를 제공하는 역할은 기업형 정보 기획사 혹은 In House 개념으로 운영되는 사내 정보실에서 담당해 왔음을 알 수 있었다. 국내의 기업형 정보 기획사는 삼성패션연구소와 같은 대기업형 기획사와 거래 업체별로 특화된 정보를 제공하는 모라비안 바젤사(Moravian Basel)와 같은 10여개의 전문 기획사가 현재 활발하게 운영되고 있다. 사내 정보실은 SK를 비롯한 8개 기업에서 운영되고 있다. 최근 사내 정보실의 업무가 전문 기획사의 아웃소싱으로 행해지는 사례가 자주 발생하면서 향후 전문 기획사의 활성화가 예상된다.

셋째, 기업형 정보 기획사별 제공정보의 정보유형을 파악하기 위해 국내 4대 기업형 정보업체

인 삼성패션연구소, IF Network, cft, firstviewkorea의 04 S/S, 04/05 F/W의 정보 내용을 양적, 질적으로 비교·분석하였다. 분석 결과 삼성패션연구소와 IF Network의 경우 소비자동향, 인플루언스(Influence), 색상, 소재, 스타일로 나누어 유사한 방법으로 경향을 제안하며, firstviewkorea의 경우 패션테마부분을, cft의 경우 컬러경향을 세분화하여 제안하는 형태상의 차별화를 시도하였으나, 디렉션 면에서의 차별화는 이루어지지 않고 있다. 04 S/S의 경우 베이직한 재발견, 센슈얼한 여성스러움, 지역색이 강조된 에스닉, 브라이트 컬러감으로 표현되는 에너제틱, 04/05 F/W의 경우 브리티시 클래식, 럭셔리 엘레강스, 편안하고 자연친화적인 모더니즘, 행복을 향한 쾌락주의적인 경향의 동일한 디렉션을 중복 제안하고 있으며, 이는 해외에서 제작된 트렌드 정보를 그대로 활용한 결과로 국내 트렌드 주기를 고려한 방향성 있는 예측정보가 요구된다.

넷째, 중복정보의 효용성 문제가 부각되면서, 양적인 정보에서 질적차별화의 요구가 많아지고, 업체별로 특화된 정보를 제공하는 맞춤형 기획이 활성화되고, 전문 기획사와 패션업체간의 파트너쉽이라는 새로운 패러다임이 나타나고 있다. 맞춤형 기획의 유형을 알아보려 QUA(쿠아)의 기획 아웃소싱(Nelly Rodi /넬리 로디사 제공)과 카스피 코너스의 리포지셔닝(모라비안 바젤사 제공) 사례를 고찰하였다. 맞춤형 기획의 경우 향후 케이스별로 더욱 세분화된 연구가 진행되어야 할 것이다.

이상에서 국내 패션정보산업의 발전 단계와 더불어 정보제공 형태에 대한 유형과 차이점을 사례를 통해 밝혀보았다. 이는 국내 패션정보업체의 정확한 현황파악과 함께 향후 후속 연구의 기반 구축 및 상품 기획을 위한 정보업체 선정시 참고 자료로서 그 의의가 기대된다.