

# 패션 브랜드의 트렌드 정보수집과 상품개발에 관한 탐색적 연구 -ELLE 수영복의 2007 S/S를 중심으로-

홍인숙\*, 김용숙

충북대학교 생활과학대학 패션디자인정보학과

An exploratory study on the trend information collection and product development of fashion brands  
- Focused on 2007 S/S of ELLE swimwear -

In SooK Hong\* · Young Sook Kim

Dept. of Fashion Design Information, Chungbuk National University

## 1. 서론

### 1.1. 연구목적

스포츠웨어시장은 2004년 이후 웰빙 열풍과 주 5일 근무 등으로 빠르게 급성장하고 있다. 그리고 2008년은 북경 올림픽이 개최되는 해로서 스포츠에 대한 관심이 더욱 높아질 것이며 많은 스포츠 스타들이 탄생할 것이다. 특히 박태환이라는 수영 스포츠 스타의 탄생을 기대하며 그는 우리나라 수영복업계에게 긍정적 영향을 미칠 것으로 생각한다. 이러한 시점에서 국내 수영복업계 현황과 상품개발에 관해 살펴보는 것은 그 의미가 있다고 사료된다. 그리고 상품개발과정에서 트렌드정보에 접근하는 방식이 다양해짐에 따라 객관적이고 합리적인 트렌드 정보 분석의 중요성을 인식하면서 패션브랜드의 트렌드 정보수집에 대한 고찰이 필요하다고 판단하였다.

따라서 본 연구에서는 상품개발을 위해 패션브랜드에서 수집하는 트렌드 정보에 대한 고찰과 수영복 브랜드의 상품개발과정을 살펴보고자 한다.

### 1.2. 연구방법

본 연구는 이론적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 이론적 연구는 패션 브랜드의 트렌드 정보 수집과 상품개발에 관한 선행연구와 관련 전문서적, 신문, 잡지, 인터넷 자료 등을 기초로 조사하였다. 그리고 실증적 연구는 국내 비치수영복 분야 1위인 액심(주)의 ELLE 수영복을 대상으로 대인심층면접법으로 2007년 8월 24일, 9월 28일 각각 약 2~3시간에 걸쳐 녹음과 해당 자료의 사진 촬영을 통해 상품개발과정을 탐색적으로 실시하였다.

## 2. 패션 브랜드의 트렌드 정보수집과 상품개발과정

트렌드는 과거, 현재, 미래로 이어지는 시간적 연속성을 기본으로 일정한 방향성을 가지고 움직이는 사회적, 정치적, 경제적, 문화적, 기술적 변화 현상이며 사회적 가치관을 반영하는 것이다[1]. 일반적으로 패션상품기획을 위해 브랜드에서 수집하는 정보는 크게 시장정보, 패션정보로 구분할 수 있으며, 시장정보, 패션정보, 소비자 정보로 분류하기도 하였다. 변화의 속도가 가속화된 오늘날 패션변화에 많은 영향을 미치는 환경의 변화, 소비자의 변화, 제품의 변화는 상품개발과정에서의 트렌드 분석에 대한 중요성을 한층 부각시키고 있다. 따라서 본 연구자는 패션상품개발을 위해 수집하는 정보를 패션트렌드 정보, 전시 및 박람회 정보, 월드컬렉션 정보, 마켓 트렌드 정보로 분류하여 고찰하였다.

그리고 패션브랜드의 런칭과 함께 계절별 신상품이 시장에 소개될 때까지의 제조업체의 상품개발과정은 크게 라인기획, 라인개발, 라인제시[2]로 나뉘며, 라인기획과 라인개발에는 기획단계와 생산단계가 포함되고 라인제시에는 물류단계와 판매단계가 포함된다. 각각의 하위그룹은 11단계로 다시 분류할 수 있다.

## 3. 수영복 브랜드 현황과 ELLE 수영복의 상품개발

2500억 규모의 국내 수영복 시장은 1985년 이후 전문 수영복 브랜드를 비롯하여 다양한 연령대의 스포츠 브랜드, 패션브랜드에 이르기까지 신규브랜드의 런칭이 이어지고 있다. 소비층도 가족단위 소비층으로 다양해지며 전문 수영복업체들은 세컨드 브랜드, 해외 라이선스, 직수입으로 활발한 전개를 하고 있다. ELLE 수영복은 계열사인 아레나 수영복(동인스포츠)과 함께 라이선스 브랜드로 각각 비치 수영복/실내 수영복 분야 1위를 차지하며 약 50%의 국내 시장점유율을 차지하고 있는

대표적 기업이다. 따라서 본 연구에서는 ELLE 수영복의 상품개발과정을 살펴보았다.

ELLE 수영복에서 라인기획을 할 때 패션트렌드 정보와 월드 컬렉션 정보 수집은 삼성디자인넷, 퍼스트뷰코리아 등에서 제공하는 정보와 다양한 정보웹사이트들을 활용하고 있었으며 수영복과 관련된 전문도서는 Linea Intima, Brint, Intimo, Collezioni Beachwear, Beachwear Forecast 등을 활용하고 있었다. 전시 및 박람회 정보는 리옹에서 가장 큰 규모로 열리는 리옹모드시티, 칸느, 홍콩 등의 수영복/란제리 박람회 등에 참석하면서 소재정보를 비롯한 다양한 트렌드 정보를 수집하였다. 그리고 해외의 마켓 트렌드 정보 수집을 위하여 7월에는 일본의 신주쿠, 시부야, 하라주쿠 거리를 조사하고, 9월에는 파리의 생제르맹데프레 패션가, 포름레알 패션지구와 런던의 본드거리, 리젠트거리, 옥스퍼드거리 등을 조사하고 있었다. 해외시장조사에서 일반 대중 패션 트렌드와 벤치마킹 브랜드조사, 시즌 콘셉트 상품조사, 명품브랜드조사 등을 하며 차기 시즌에 반영할 샘플구매도 함께 하였다.

그리고 라인개발과정을 조사한 결과 다른 복종과 달리 상품기획을 9월부터 시작하여 2개월 단위로 6차례 하였으며 시즌을 F/W(9월~2월), S/S(3월~5월), 비치(6월~8월)시즌으로 크게 구분하였다. 수영복 소재는 경편(tricot), 환편(다이마루), 직물(woven spun)로 구성되며 수영복지를 생산, 공급하는 국내 내수용 전문 소재업체는 약 10-15개 정도이며 미니멈의 제약으로 ELLE 수영복에서 사용하는 소재의 80%를 3-4개의 소재업체에서 거의 소화하며 소재개발은 10%에 불과한 실정이었다. ELLE 수영복은 소비자가 가족단위로 다양해지면서 전 연령대를 대상으로 일 년에 약 1600 스타일을 개발하였다. 아이템 개발은 과거에는 원피스 형태 위주의 스타일 개발을 주로 하였지만 최근에는 5 피스까지 아이템이 늘어났으며 이것은 리조트 인구의 증가로 수영복 아이템이 실내 평상복으로 활용되기도 하고 더 나아가서는 스트리트 패션으로 활용되는 경향을 보이기 때문이다. ELLE 수영복의 상품가격은 원가의 4-6배수로 진행되고 있으며 품평회는 다른 복종에서 진행되는 방법과는 다르게 개발한 상품을 옷걸이에 걸어 격월 단위로 연 6회 진행하였다. 품평회에서 선택된 스타일은 아이템별로 디자인 차트를 만들어 수주회의를 진행하며 실내 수영장과 수영복 유통업체에 제품이 공급되는 총판의 경우 100% 수주로 진행하고 있었다. 한편 기능적, 감각적, 문화적 기능을 충족할 수 있는 수영복을 개발, 제조하기 위해서는 소재개발과 함께 소재에 따른 패

턴개발이 더욱 더 요구되는데 과거 수작업에서 CAD(유가시스템)를 사용하면서 CAD 시스템을 이용하여 수영복 패턴만을 전문적으로 다루는 패턴사가 양성되지 않아 패턴개발의 어려움을 호소하고 있었다.

라인 제시는 라인을 시각화시키거나 잘 팔릴 수 있도록 하는 것으로 패션쇼와 같은 이벤트 진행과 카다로그 제작, 다양한 매체를 통한 광고와 홍보를 하고 있었다. 그리고 VMD는 전담팀이 따로 없이 카다로그를 활용하거나 여직원대상의 교육을 통해 매장 이미지와 브랜드 이미지를 재고하고 있었다.

#### 4. 결론

본 연구의 분석결과는 다음과 같다.

1. 어패럴업체에서 패션상품개발을 위해 수집하는 트렌드 정보를 패션트렌드 정보, 전시 및 박람회 정보, 월드컬렉션 정보, 마켓 트렌드 정보로 구분할 수 있었다.

2. 웰빙 열풍, 건강을 고려하는 시니어, 실버 계층의 확대, 해외여행 등의 증가로 수영복은 일상화, 패션화, 다양화가 이루어지고 있었다. 수영복은 단순히 스포츠 의류의 한 품목이 아니라 스트리트 패션화 하고 있었으며 이러한 경향을 고려하여 상품기획과 아이템개발을 진행하고 있었다.

3. ELLE 수영복에서는 수영복 소비자가 가족단위로 다양해지면서 남/여 성인용, 청소년용, 아동용, 유아용으로 구분하여 스타일을 개발하고 있었다. 앞으로 연령별로 세분화 시킨 세컨드 브랜드의 런칭이 필요하다고 판단되었다.

4. 기능적, 감각적, 문화적 기능을 충족할 수 있는 수영복을 개발, 제조하기 위해서는 소재개발과 소재에 따른 패턴개발이 더욱 더 요구되고 있었다. 패턴개발은 수작업에서 CAD를 사용하면서 수영복 패턴만을 전문적으로 다룰 수 있는 전문 패턴사의 양성이 시급하였다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 한소원, 패션트렌드정보기획 프로세스의 체계화와 지원도구의 개발 -꽃의 색채와 형태의 분석을 중심으로-, 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2003.
- [2] Kunt's, Grace I, Merchandising: Theory, Principle and Practice, Fairchild Publication, Inc. 1998.