

## 상품 기획 과정에서 사용하는 패션정보의 감성 요소에 대한 연구(I)\*

金 惠 英

배재대학교 의류학부 조교수

### A Study on the Emotional Factors of the Merchandising Process Used in Fashion Information

Hye-Young Kim

Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Pai-Chai University

#### 目 次

Abstract	패션정보의 분석 과정
I. 서 론	2. 패션정보와 마켓과의 상관성
II. 마켓에서의 패션정보의 흐름 분석	III. 마켓에 영향을 미칠 트렌드의 예측
1. 패션정보의 관리 시스템	1. '98 F/W 트렌드 자료 분석
1) 패션정보의 분류	2. '98 F/W 마켓에의 트렌드 제안
2) 자료발생 진행시기 및 정보 발생 일정	IV. 결론 및 제언
3) 브랜드 사에서의	참고문헌

#### Abstract

The consumers, who are characterized by gathering a wide scope of information and by putting into action immediately, have come to the new group searching for emotion and have played a leading role of market. The characteristics of consumers are the fact that they have followed the street fashion with no-concept, independent of the trends which the brand has provide for consumers. Therefore it leads to a big gap between the fashion information for enterprises and market formation for consumer class.

The principal purpose of this paper is to get closer the distance between the information which is used in merchandise plan and real market for consumers, and to suggest the new direction of information management system in order to enhance the hit rate of merchandise plan. The results are as follows:

(1) It is shown that enterprises should divide the information data between fashion infor-

\* 본 논문은 1996년 배재대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음.

mation and market information, and understand the mutual relationship of them, and regard the statistical data related on the change of sensitivity and desire in market specialized in attributes of street fashion as the emotional expression's view, and manage them by the feedback style.

- (2) It is shown that enterprises should fully understand the fashion factors in the line of fashion stream with the independence of theme in order to plan the merchandise effectively for market which are specialized in the duality that it has both conservation and innovation at the same time, and detect their change.
- (3) It is shown that in order to predict exactly, enterprises should reflect the statistical data and the emotional factors in planning the merchandise, bring up the systematic organization, expert system.
- (4) It is also shown that enterprises should make an effort to pursuit the discriminated brand through the feedback management in which the consumer's lasting desires are reflected.

Key words : Street fashion, merchandise plan

## I. 서 론

종래 트렌드 발신은 기업을 중심으로(innovator, opinion leader) 일어나 소비자측(early adapter, late adapter)으로 흐르던 구조가 깨어지고 소비자들을 중심으로 생겨난 스트리트 패션은 이노베이터에서 추종자까지의 역할을 모두 이들 일반의 소비자가 담당하는 획기적인 현상이 일어났다.

따라서 이들은 브랜드에서 제시한 트렌드와는 무관하고 차별화된 No-concept, 스트리트 패션을 추구하고 있다.<sup>1)</sup>

한편 기업에서, 매시즌 이루어지는 상품 기획은 국내의 정보사들이 제시하는 한정된 테마 이미지 내에서 중복되어지는 테마 중심으로 진행된다. 따라서 기획 단계에서 취급되는 정보는 패션 테마를 위주로 이루어지고 있고, 그 안에 내재되어 있는 감성 요소는 고려되지 않고 있는 현실이다. 이처럼 기업측에서 사용하는 패션정보와 소비자 사이에는 많은 격차가 생기고 있고, 이들의 빠른 변화에 대응하지 못하는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 특히 고감도 시장이라 불리는 패션 시장에서 상품 기획 과정시 한정된

이미지 전달 위주의 패션정보 사용의 한계성을 극복하고, 유행의 연장선상에서 지속적으로 이루어지는 감성적 요소의 반영을 통한 새로운 상품 기획의 방향을 제시하고자 한다. 그리고 이를 통하여 기업측에서 상품 기획시 사용하는 정보가 실소비자의 감성적 욕구를 충족시켜 고감도 패션 시장에서의 성공적인 머천다이징 전략을 수립하고자 하는데 그 목적이 있다.

이를 위한 구체적인 연구의 진행은 다음과 같다. 2장에서는 정보회사의 트렌드와 브랜드 사이에서 적용하는 테마와 스트리트 패션의 상관관계를 사례연구를 통하여 분석하고자 한다. 그리고 3장에서는 테마 이미지 중심의 트렌드 자료를 그 키워드를 중심으로 분류하여 마켓에 제정리된 감성 이미지로 제시하고자 한다.

연구분석에 사용된 정보지는 현대 한국의 브랜드사<sup>2)</sup>에서 주로 사용하는 「삼성 패션 트렌드」, 「TREND UNION」, 「I.C.A」, 「Nelly-Rodi」, 그리고 「Kanebo Fashion View Women's」를 참조하였다.

한편 현재까지 소비자의 성향과 라이프스타일에 따른 의복양식에 대한 연구<sup>3,4,5)</sup>는 이미 이루어지고 있으나, 기업의 패션정보 관리 차원에서 이루어지는 감성학적 연구는 아직 활발하지 못한

1) 「Fashion Forum vol. 40」, Samsung Fashion Institute, pp. 26-40, 1996. 10.

2) (주) Esquire collection, 테승트레이딩, (주)보섬어패럴, (주)풍연물산 등.

3) 염혜정, 「한국 신세대의 복식양식」, 이화여자대학교, 1991.

4) 강인애, 「신세대의 의복선택요인에 관한 연구」, 건국대학교, 1994.

5) 박유리, 「한국 신세대 여성의 패션 특성에 관한 고찰」, 국민대학교, 1995.

실정이므로 본 연구는 많은 선행연구를 참조하지 못하였음을 밝혀두는 바이다. 따라서 이러한 분야의 연구가 필요하며 또한 앞으로도 지속적으로 연구되어야 할 것이다.

## II. 마켓에서의 패션정보의 흐름 분석

### 1. 패션정보의 관리 시스템

어패럴 산업에서 말하는 정보는 크게 패션정보와 시장정보로 나뉜다. '트렌드'라고 불리는 패션정보는 해외패션정보, 국내패션정보, 코디네이터 및 바이어의 예측정보 등이 여기에 속하며, 시장정보는 주로 패션상품의 유통과정에서 피드백 되는 정보로 소비자정보, 소매점정보, 유통실적정

보, 매장실적정보 등이 이에 해당된다.<sup>6)</sup>

### 1) 패션정보의 분류

현재 국내 의류업계에서 반영하는 패션정보는 일반적으로 다음과 같은 정보를 취한다.

패션 산업의 구조적인 특성상 패션칼라 정보는 24개월 전 ICA(영국)를 기점으로 시작하여 미국의 CAUS등으로 이루어진다. 그리고 원사를 비롯한 소재 정보는 18개월에서 12개월 전에 이루어지며 스타일을 적용시킨 패션 트렌드는 15개월 전부터 발표되기 시작한다. 실제 의류업체에서 사용하는 색상·소재·트렌드 정보들을 정보기관과 시계열 매카니즘별로 정리하면 다음과 같다.

## ◆ COLOR ◆

### 1) 24개월 전

	도 서 명	발행국	발행 부수	발행시기
1	I.C.A. COLOR (MAN'S WOMEN'S, INERIOR 포함) : 22개월 season의 color를 예측하는 정보지로서 paper color, trend color image map과 이에 따른 상세한 설명이 첨부되어 있다.	영국	2	춘/하:11월 추/동: 5월

### 2) 18개월 전

2	CAUS MEN'S COLOR CAUS WOMEN'S COLOR CAUS INTERIOR COLOR : 미국 유행색 협회에서 발행하는 color forecast 자료	미국	2	춘/하: 9월 추/동: 4월
3	CARLIN-COLOR : 18개월 전 발행. men's, women's, children's의 color trend map. coloring 수록	프랑스	2	춘/하: 9월 추/동: 4월
4	HERE & THERE COLOR : 18개월 전 발행. item별 color story 전개, 40 color combination 수록	미국	2	춘/하:10월 추/동: 4월
5	HERE & THERE COLOR HE : 18개월 전 발행. item별 color story 전개, 40 color combination 수록	미국	2	춘/하:10월 추/동: 4월

6) 이호경, 「복식디자인」, 교학연구사, pp. 188-204, 1993.

## 2) 계속

	도 서 명	발행국	발행 부수	발행시기
6	D. 1-MEN'S COLOR : 18개월 전 발행. 5테마로 구성되어 있으며, 테마마다 image map, fabric개요가 수록, yarn color 및 swatch color 첨부	영국	2	춘/하:11월 추/동: 5월
7	D.1-WOMEN'S COLOR : 18개월 전 발행. 5테마로 구성되어 있으며, 테마마다 image map, fabric개요가 수록, yarn color 및 swatch color 첨부	영국	2	춘/하:11월 추/동: 5월
8	RAY COLOR : 18개월 전 발행. 현대인의 life style과 미의식을 근거로 한 image, color swatch를 제안하는 color forecast자료	일본	2	춘/하:12월 추/동: 6월
9	VIEW ON COLOR : color전문지로서 carlin을 보완하는 의미에서 general하게 참고가 되는 정보지이다.			

## 3) 15개월 전

10	MITHUBISHI RAYON COLOR : 12개월 전 발행. men's & women's, children's의 color trend 및 new color를 소개, rayon yarn color 첨부, color palette, turn map	일본	2	춘/하:12월 추/동: 6월
----	---	----	---	--------------------

## 4) 기타

11	PASTONE TEXTILE COLOR SYSTEM : 두 권이 1 set로 1701 colors chip을 5회 뜯어서 사용 가능. apparel/textile /Interior 등 다양한 분야 적용	미국	2	
12	PASTONE TEXTILE COLOR COTTON : 1701 colors, 소재는 T/C색상별 고유번호 및 color name이 명시	미국	1	
13	SCOTDIC 2450(POLYESTER) : 2468 colors(100% polyester color sample), 유채색 2450, 무채색 2450, 무채색 18색 보충 가능	일본	1 SET	
14	SCOTDIC 2020(COTTON) : 2038 colors(100% cotton color sample), 유채색 2020, 무채색 18, color swatch 보충 가능	일본	1 SET	

◆ FABRIC ◆

1) 18개월 전

	도 서 명	발행국	발행 부수	발행시기
1	CARLIN-WOVEN FABRIC : 유럽의 fabric경향을 3 theme로 나누어 최근 유행하는 fabric swatch를 첨부하여 다음 season의 소재 경향을 제시	프랑스	2	춘 / 하: 10월 추 / 동: 4월

2) 15개월 전

2	CARLIN-WOVEN FABRIC : theme별 image map, color coordination을 제안하며, fabric경향 및 item별 다양한 style을 제시	프랑스	2	춘 / 하: 1월 추 / 동: 6월
3	VIEW : textile전문지로서 trend를 상세히 설명.			연 4회
4	INTERNATION TEXTILES : trend정보를 간략하게 설명.			MONTHLY
5	ZOOM ON TEXTILE : 14개월 전 발행.			MONTHLY

◆ TREND (COLOR + FABRIC + STYLE) ◆

1) 15개월 전

	도 서 명	발행국	발행 부수	발행시기
1	D. I-JEANS WEAR Design Intellegence : new season의 jeans wear의 경향분석, denim과 denim관련 소재를 이용한 최신 design을 소개.	영국	2	춘 / 하: 12월 추 / 동: 6월
2	D. I-T.SHIRT & LOGOS : theme별 color palette외 경향분석, t-shirts & sweat shirts에 응용할 수 있는 print, logos symbols, label design 등을 제시	영국	2	춘 / 하: 12월 추 / 동: 6월
3	CARLIN-KNITWEAR LADIE'S : theme별 color coordination, jacquard design, silhouette, size spec, detail knit swatch	프랑스	2	춘 / 하: 12월 추 / 동: 6월

## 1) 계속

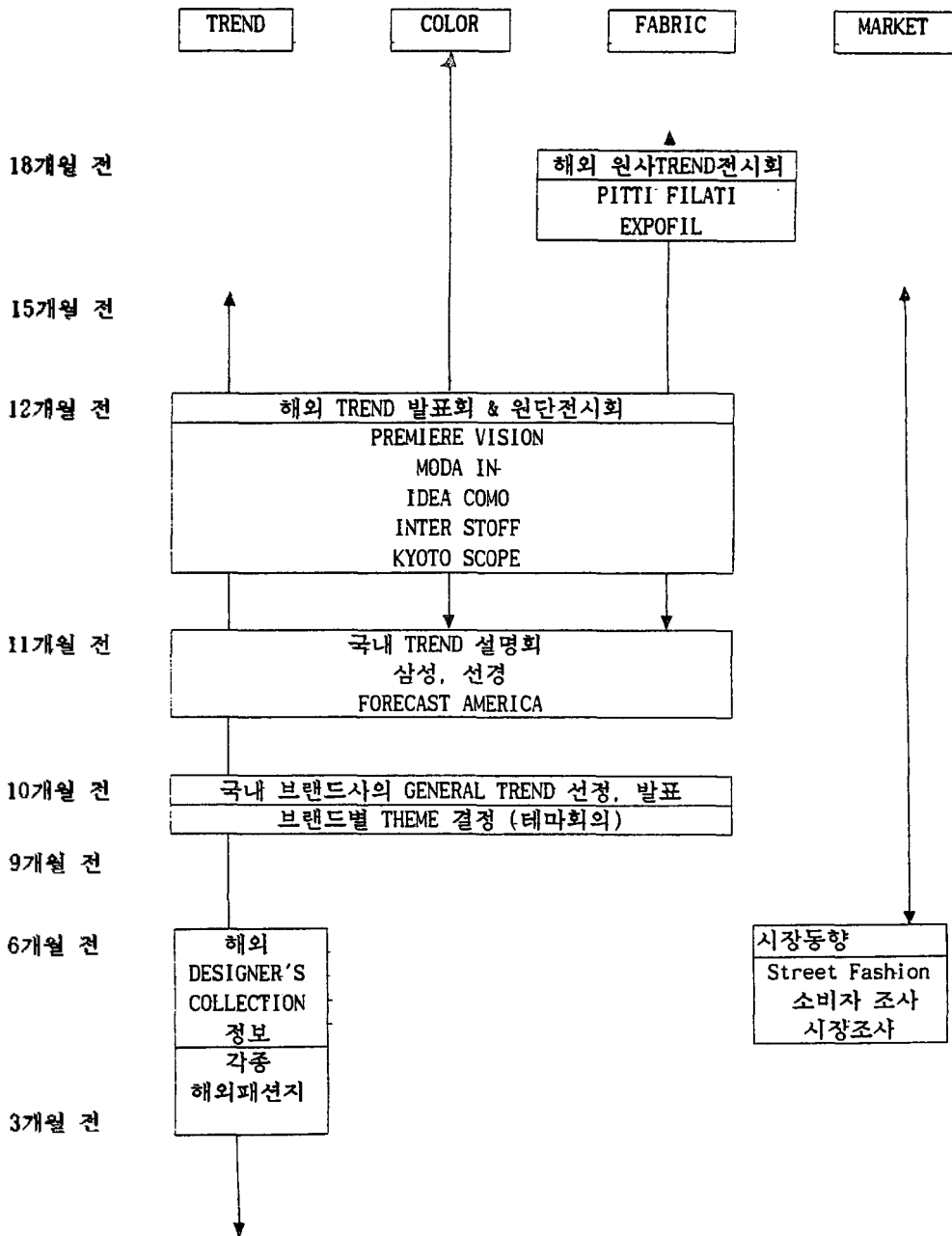
	도 서 명	발행국	발행 부수	발행시기
4	CARLIN-SPORTS : 3 theme로 구성, theme별 color경향 color coordination, print design, logo design, size spec까지 수록, fabric첨부	프랑스	2	춘/하: 12월 추/동: 6월
5	D. I-CAREER DRESSING : 유행에 맞춰 착용할 수 있는 all item의 최신 정보와 새로운 경향을 다양한 design으로 제시	영국	2	춘/하: 1월 추/동: 6월
6	D. I-SHIRTS & BLOUSE : sports, casual, career style을 기본으로 한 최신 경향을 제시, fabric swatch와 season 별 color에 대한 개요 설명	영국	2	춘/하: 1월 추/동: 7월
7	CARLIN-BLOUSES, TOPS : theme별 image map, color coordination, fabric경향 및 다양한 design, detail 이 수록	프랑스	2	춘/하: 1월 추/동: 7월
8	KANEBO FASHION VIEW WOMEN'S : theme별 image map, color & fabric경향을 제시, yarn color sample첨부	일본	2	춘/하: 2월 추/동: 9월
9	PROMOSTYL : 14개월 전 발행. influence, style fabric으로 나누어 정보가 제공되는데 특히 influence부분의 정보는 매우 좋은 평가를 받고 있으며, 전시회에 앞서 trend에 대한 이해를 가질 수 있어 권장되는 정보지이다.	프랑스		
10	PECLERS : 14개월 전 발행, accessory & detail이 포함, fabric은 비중이 작음, 한국 유행색 협회 회원으로 가입하면 열람, 복사, 사진 촬영이 가능하다.	프랑스		
11	ZOOM AND FASHION TREND : 14개월 전 발행			

## 2) 자료발행 진행 시기 및 정보 발생 일정

위의 1)에서 설명했듯이 칼라 정보기관에서 약 24개월 전부터 유행색상을 예측하여 트렌드 칼라를 이미지 맵으로 발표한다. 그리고 원사와 소재 정보기관에서는 이미 발표된 트렌드 칼라에 입각하여 18개월 전부터 테마별 이미지 맵과 소재 경향을 제시한다. 그 다음에는 이미 발표된 칼라와

소재 정보에 스타일을 적용시킨 패션 종합정보는 약 15개월 전부터 발표되기 시작하고 이렇게 각각의 정보사가 발표한 정보는 하나의 테마로 제시된다. 그리하여 12개월 전에는 모든 정보사가 테마를 제시하는 동시에 각 원단 메이커는 신제품을 제시하게 되는데, 사실상 이 시기에는 다음 시즌에 대한 모든 정보가 제시된다고 할 수 있다. 모든 정보 제시가 끝난 후 6개월 전부터 해당

<표 1> 자료발행 진행 시기 및 정보 발생 일정

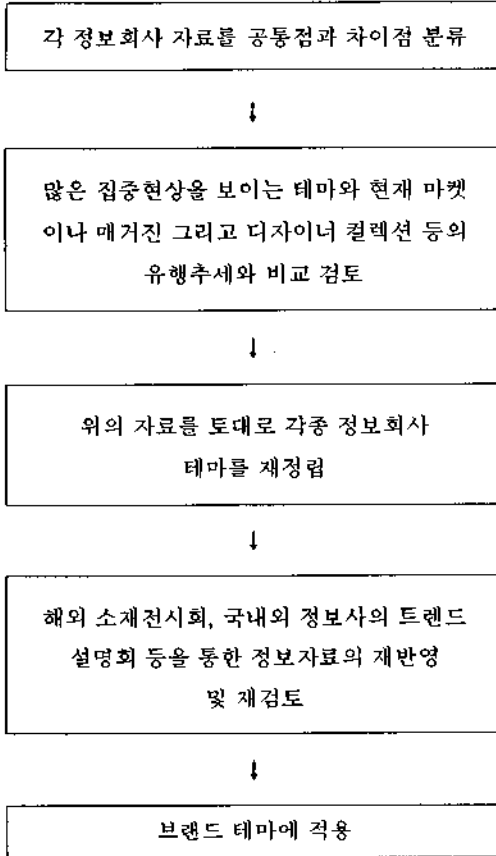


시즌에는 각 디자이너 콜렉션과 패션잡지가 만들어진다. 그리고 일반적으로 스트리트 패션과 소

비자 조사 등의 시장정보는 약 15개월 전부터 다음해 동시즌에 이루어진다.<sup>7)</sup>

7) 이호정, 전개서 pp.188-204, 1993

### 3) 브랜드 사에서의 패션정보의 분석 과정



각 정보회사에서 발표된 칼라, 소재, 스타일 트렌드 자료들의 정보를 가지고 브랜드 사는 집중현상을 보이는 테마와 시장정보와 패션 잡지 그리고 컬렉션 등의 유행 추세를 비교 검토 한 후에 각 정보회사의 테마를 재정립한다. 프랑스의 PREMIERE VISION, INTER STOFF, IDEA COMO 등 해외 소재 전시회 및 국내외 정보사의 트렌드 설명회 등을 통해 정보자료의 재검토가 행해진 후, 기업에서는 브랜드 테마를 기획·적용하는 단계를 거친다. 이렇게 검토한 정보를 테마에 적용할 때 시장정보는 일부 패션 정보에 귀속시키고 있다. 소매점 정보(정기적 상품조사),

소비자 정보(브랜드인지도 조사, 고객 라이프스타일 분석), 판매 실적정보(매출실적분석, 가격정책, 재고관리)등으로 구성되어 있는 시장정보 분석은 일반적으로 통계학적 분석으로 이루어진다.

그러나 자료를 분석하는 과정에서 시장정보는 수치를 통한 통계학적 분석에만 의존하고 있고 숫자 속에 드러나지 않은 소비자의 감성적 요소의 변수는 간과되고 있다.

## 2. 패션정보와 마켓과의 상관성 ('97 S/S를 중심으로)

본 절에서는 패션이미지의 흐름이 정보회사의 제시와 브랜드 적용이미지 그리고 소비자 표현과의 사이에서의 변화를 살펴보고자 한다. 지난 정보자료를 모두 다시 새롭게 언급하는 것은 의미가 적어 '97 S/S 마켓을 타겟으로 하여 예측한 트렌드(삼성패션연구소의 Sport Casual Book)를 참조하였고 브랜드는 NIX, STORM, YAH, EnC등 지난 시즌 인기 있었던 영캐주얼 브랜드를 선택하였다. 그리고 소비자 표현은 임의로 짠 스트리트 패션을 참조하였다.<sup>7)</sup>

### 1) 패션 트렌드의 테마와 키워드

트렌드 자료는 전체적으로 테마에 영향을 미치는 이미지들의 키워드와 패션테마의 키워드만 정리하였다.

이와 같이, 전체적으로 마켓의 유행흐름의 감성을 정리하면 다양한 색상을 즐기려는 감성과 현대적 감각의 엘레강스한 감성, 자연과 기술이 조화를 이루는 신 감각의 요구, 과거의 클래식을 모던하게 재현하려는 감성과 패턴의 자유로운 매치의 리드미컬한 감성과 테크니컬한 미래적 감성 등이며 이를 토대로 테마 이미지를 5개로 제안하였고, 몇몇 브랜드에서 적용한 테마이미지를 살펴보면 Retro 감성을 모던하게 재현하려는 것과 컴퓨터 영향을 받은 Cyber, internet, technopia 등 테크니컬한 미래적 감성이 공통적으로 적용되었고, Ethnic 감성과 Natural 감성을 브랜드 별로 적용시킨 것을 알 수 있다.

7) (주) 풍연물산 정보기획실의 '97 S/S 스트리트패션 자료를 참조함.



〈패션테마 이미지〉

Timeless Chic

... Modern & Minimal  
Simple & Clean-cut.



<그림 1> Timeless Chic(Samsung Fashion Trend '97 s/s Sports Casual)

Hello ! James

... Retro graphic & Classic mood  
Smart & Popular elegance



<그림 2> Hello ! James(Samsung Fashion Trend '97 s/s Sports Casual)

Exotic Hippie

... Exotic & Sexy mood  
Multi Culture & Modern primitive  
Rhythm & Kitsch



<그림 3> Exotic Hippie(Samsung Fashion Trend '97 s/s Sports Casual)

Get Happy

... Fresh Memory & Happiness  
50's Relax & Naive Romantic.



<그림 4> Get Happy(Samsung Fashion Trend '97 s/s Sports Casual)

Glamour Tech

... Functional & Protective  
Ethno Kitch & Symbolism  
Sporty & Street.



<그림 5> Glamour Tech(Samsung Fashion Trend '97 s/s Sports Casual)

2) '97 S/S 캐주얼 브랜드의 테마와 키워드

Interactive cyber

...cyber, street

<NIX의 테마와 키워드>

<EnC의 테마와 키워드>

Retro Modern

...밀리터리, 유니폼, 브리티쉬

Zen

...Japanese, post ethnic,  
post minimal

Nix + Technopia

...chic, science, artificial

Boheme

...Twenties nostalgia

Natural

...high quality, comfortable

Fresco

...geometry

<STORM의 테마와 키워드>

<YAH의 테마와 키워드>

Street fighter

...70's mode, vintage

Robot & Angel

...cyber, purity,  
futuristic

Green internet ...graphic, trendy,  
street

이상에서 살펴본 바와 같이 테마를 정리하면 브랜드 별 이미지 표현은 차별화 되어있지만 소비자가 공통으로 느끼는 Cyber techno에 STORM과 YAH가 겹쳐있고 Retro감성에는 NIX와 EnC가 각 브랜드에 맞게 적용시킨 것을 알 수 있다. 이와 같이 4개의 브랜드사 중 2~3개 브랜드 사들이 중복된 테마 선택을 하고 있는 것을 알 수 있다.

### 3) '97 S/S Street Fashion

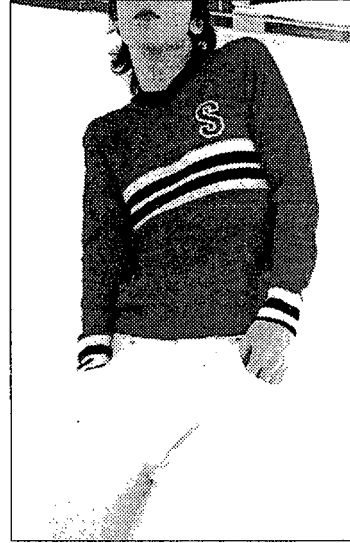
앞에서 검토한 결과, 패션정보의 테마 이미지에 브랜드가 집중하는 현상을 보았다.

다음은 패션정보와 브랜드의 테마 이미지 그리고 거리에서 소비자들이 표현하는 Look과의 관계를 사진자료를 통해 분석하고자 한다.

우선 패션정보 중 앞의 브랜드들이 인스피레이션의 집중이 된 테마인 'Glamour Tech(Sports · Technology · Futurism 감성)' <그림 5>와 'Hello! James(Retro Classic 감성)' <그림 2>의 키워드를 배열하였다. 이러한 키워드들은, 제품화된 브랜드 이미지에 영향을 주면서 한정된 이



<그림 6> 292513=Storm s/s Catalogue



<그림 7> 292513=Storm s/s Catalogue

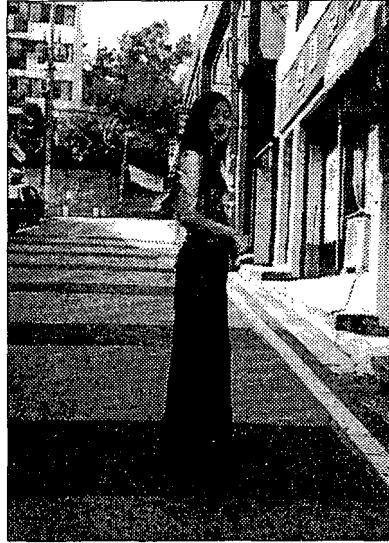
미지 전달을 하는 것을 알 수 있다. 그리고 이러한 키워드들의 요소를 지닌 제품을 구입한 소비자들은 테마 이미지 표현과는 무관해지며 자신들이 지니고 있는 것과 코디하거나 현재 사회의 영향을 받아 유행하는 또래들과 같은 모습을 하면서도 자신의 취향을 섞는 자유로운 라이프스타일 연출이 일어나는 것을 알 수 있다.(그림 9, 10, 11)

이처럼 패션정보에서 제시된 감성의 추상적 이미지가 브랜드의 제품화로 실현되면서 한정된 이미지로 되는 현상은 당연하다. 하지만 주목해야 하는 현상은 소비자들이 거리에서 컨셉없이 자유롭게 표현하면서 표출되는 그들의 라이프스타일과 욕구이다. 또 다른 현상은 테마 이미지의 키워드가 믹스되어가는 것도 알 수 있다. 예를 들면 Sports는 Futurism의 키워드였는데 스트리트 패션에 표현되는 현상은 Retro에서도 나타나고 있다. (그림 9), (그림 11).

또한 <그림 10>은 retro 감성과 Futurism 감성이 mix되어 있는 것을 볼 수 있다. 바로 이렇게 키워드가 믹스되어가면서 감성 이미지의 변화의 흐름을 감지하여 반영할 때 좀 더 소비자 층의 빠른 변화의 격차를 줄이고 그들의 요구를 창출해 낼 수 있을 것이다.



<그림 8> Nix Jeans '97 s/s Catalogue



<그림 10> 스트리트 패션 1997. 8  
Retro+Technology



<그림 9> 스트리트 패션 1995. 7  
Sports+Retro



<그림 11> 스트리트 패션 1997. 7  
Sports+Retro

이상에서 살펴본 바와 같이 소비자들의 스트리트 패션은 브랜드의 테마의 표현에 집중하지 않는 것을 알 수 있다. 물론 상품 기획의 초기 단계에서 어떤 영감을 불러일으키는 특정한 이미지의 제시없이 진행될 수 없다. 하지만 이상과 같이 제시된 테마와 소비자의 표현을 고려한 재검토에

대한 피드백 관리 시스템은 반드시 재정비해야 한다고 생각된다.

또 반면 정보 사에서 제시되는 트렌드를 너무 한정적으로 받아들이는 소극적 자세도 좀더 적극적인 자세로 브랜드를 차별화 하는 공동적인 노

력도 필요하다고 본다.

### Ⅲ. 마켓에 영향을 미칠 트렌드의 예측

본 장에서는 아직 상품 기획 단계에 있지 않은 '98 F/W 시즌을 대비하기 위해 현재까지 제시되어 있는 트렌드 자료와 그런 자료들을 앞으로 마켓의 변화에 따라 분석할 수 있도록 한 시즌에 국한하지 않고 유행흐름의 연장선상에서 그룹핑 하였다.

#### 1. '98 F/W 트렌드 자료 분석

일반적으로 칼라정보는 이미지 위주로 제시되고 패션 테마는 여러 감성이 복합된 키워드로 제시된다. 따라서 본 장에서는 각 정보의 칼라 트렌드의 이미지는 유행선상에서 지속적으로 보여지는 7가지의 감성 이미지로 분류하였다. 그리고

패션 테마는 여러 감성 이미지들이 서로 상호작용하면서 발생하는 테마 요소에 따라 키워드별로 분류하였다.

#### 1) 칼라 트렌드의 테마들

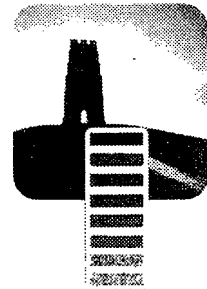
'98~'99 F/W 모든 마켓에 적용되는 전반적인 색상의 경향은 중간톤 색조에서 어두운 색조를 강하게 이동하는 경향과 함께 현재 유행의 흐름인 여성스러움을 과시하기 위한 빨강색 계열은 깊은 심홍색과 오렌지 색조로 표현되거나 자주색 역시 강렬함을 잃지 않고 여러 색상 테마에 등장한다.

반면 내추럴한 부드러움의 생명력을 지닌 회색과 회색빛 색조도 지속적 경향이고 그 가운데 옐로우 계의 녹색 계는 안락함을 제공하고 블루 바이올렛 계의 색상은 계속 경향에 있다. 이와 같은 전반적 유행 색상 추세에서 각 정보회사들은 다음과 같은 색상·테마를 제시하였다.

### <Trend-Union>

#### 석기시대

눈에 띄지 않으면서 생명력을 지닌 단단한 돌의 고체 같은 특성과 세월의 기쁨을 표현하는 색조



<그림 12> 석기시대(Trend Union '97 s/s)

#### 철기시대

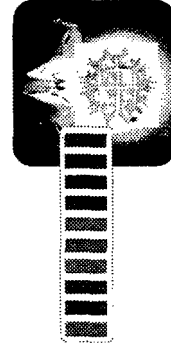
철의 미광과 광택과 차가움을 우리들의 새로운 저항력으로 보호하는 영감을 불러일으키는 색조



<그림 13> 철기시대(Trend Union '97 s/s)

### 이성의 시대

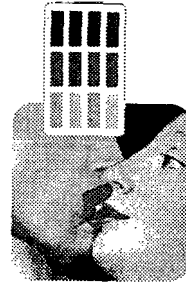
인간의 탁월한 본성인 이성을 재발견하여  
끊임없는 재창조를 해야 하는 명확하고  
이성적인 색조



<그림 14> 이성의 시대(Trend Union '97 s/s)

### 사랑을 위한 시간

불가능하고 희망 없는 가운데서도 비밀스러운  
사랑의 절박한 요구를 불러일으키는 꾸미지  
않은 낭만적 색조



<그림 15> 사랑을 위한 시간(Trend Union '97 s/s)

### 바다의 시대

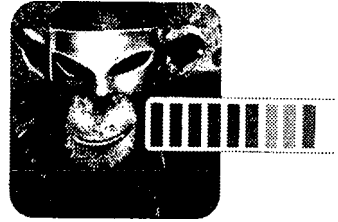
진실된 생명의 사랑을 지닌 바다의 영혼을  
불러일으키는 안락하고 통일성 있는 색조



<그림 16> 바다의 시대(Trend Union '97 s/s)

동물의 왕국

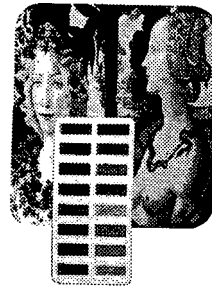
인간의 동반자로서 오랜 생명력을 지닌  
동물에 대한 새로운 인식을 불러 일으  
키는 색조



<그림 17> 동물의 왕국(Trend Union '97 s/s)

후기 중세시대

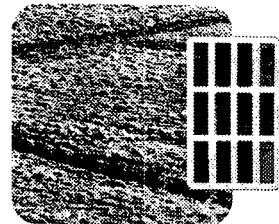
르네상스. 인간의 본능인 창의력을 재생  
시키며 모든 감각이 총동원되는 '생존의 예술'  
과도 같은 화려한 색조



<그림 18> 후기 중세시대(Trend Union '97 s/s)

지구의 계절

지구에 대한 자연주의를 낭만적으로  
표현하기 위한 색조



<그림 19> 지구의 계절(Trend Union '97 s/s)

## 종교적인 주기

세기말 현상중 하나인 영혼을 위한 종교적 관심을 새로운 차원으로 해석하려는 요구의 깊게 가라앉으면서도 여성적 우아함을 지닌 색조

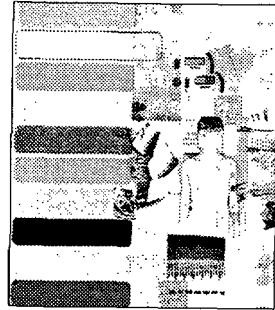


<그림 20> 종교적인 주기(Trend Union '97 s/s)

## &lt;I.C.A.&gt;

## Thème 1

전통성과 현대성 사이에서 균형감을 찾는 회색을 띤 흰색, 파랑색, 보라색의 순수하고 화미한 색조



<그림 21> Thème 1(I.C.A '97 s/s)

## Thème 2

함께 조화를 이루면서 얻어내는 감각과 가치를 반영하기 위한 새련된 파랑 색으로 현대적 도시 양식을 표현하는 색조

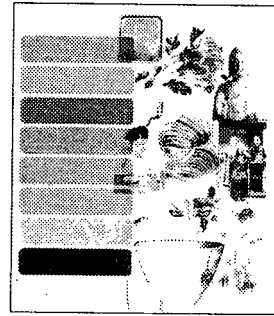


<그림 22> Thème 2(I.C.A '97 s/s)



Thème 3

정신적 평온상태를 요구하는 침착하고  
섬세한 색조



<그림 23> Thème 3(I.C.A '97 s/s)

Thème 4

또 다른 차원의 귀족적 표현을 위한 완벽  
함과 고도의 기술에 대한 열정을 표현하는  
화려한 색조

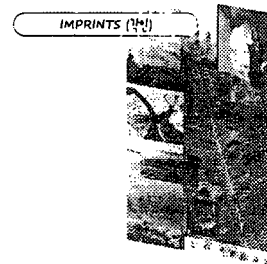


<그림 24> Thème 4(I.C.A '97 s/s)

<Nelly-Rodi>

Imprints

각인  
사라진 문명 속에서도 존재하는 갯빛  
효과에 감추어진 화이트의 재인식하는  
색조 이미지

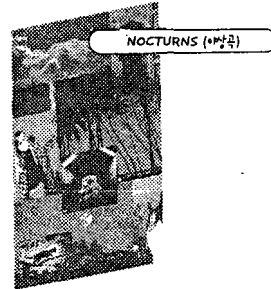


<그림 25> Imprints(Nelly-Rodi '97 s/s)

### Nocturne

야상곡

수많은 블루를 지닌 도심하늘의 미묘함과  
도심의 불빛의 균질적 조화를 표현하는  
색조 이미지

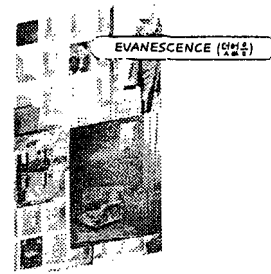


<그림 26> Nocturne(Nelly-Rodi '97 s/s)

### Evanescence

덧없음

세월 속에 덧없이 불현 고풍스런 미술에  
대한 경의를 표현하는 섬세하고 고급스런  
색조 이미지

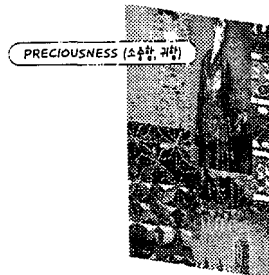


<그림 27> Evanescence(Nelly-Rodi '97 s/s)

### Preciousness

소중함, 귀함

장식적이고 육감적인 민속적 무드를  
재창조하려는 색조 이미지

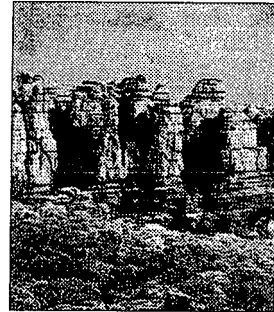


<그림 28> Preciousness(Nelly-Rodi '97 s/s)

<가네보>

Mineral vein

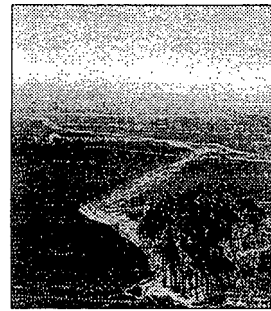
소박하고 민속적 이미지 표현에 적당함.  
저 채도의 그레이쉬 칼라를 중심으로  
한 내추럴 색상 그룹



<그림 29> Mineral vein(Kanebo Fashion view women's '97 s/s)

Misty Tint

페미닌한 이미지를 표현하기 위한  
소프트하고 우아한 파스텔풍 컬러그룹



<그림 30> Misty Tint(Kanebo Fashion view women's '97 s/s)

Festival Costume

화려한 이미지 표현이나 액센트로  
활용하기 위한 소프트 브라이트 칼라  
그룹



<그림 31> Festival Costume(Kanebo Fashion view women's '97 s/s)

Decor Rich

화려한 장식 이미지를 표현하지만  
깊이감 있는 색조



<그림 32> Decor Rich(Kanebo Fashion view women's '97 s/s)

Nocturne

매니쉬 이미지를 표현하기 위한 야경  
풍경을 연상시키는 색상그룹



<그림 33> Nocturne(Kanebo Fashion view women's '97 s/s)

위에서 정리한 각 정보회사들에서 제시한 색상  
테마의 공통적 이미지를 크게 다음과 같은 감성  
의 이미지로 분석하였다.

Natural 감성 × 모더니즘

- Trend Union의 석기시대, 동물의 왕국, 바다의 시대
- Nelly Rodi의 각인
- 가네보의 Mineral vein

Romantic 감성 × 모더니즘

- ICA의 테마 3
- Nelly Rodi의 덧없음
- 가네보의 Misty tint

- Trend Union의 사람을 위한 시간

Futurism 감성 × 모더니즘 × Retro

- Trend Union의 철기시대

Retro × 모더니즘

- Trend Union의 이성의 시대

Androgynous 감성 × 모더니즘

- Trend Union의 종교적인 주거, 후기 중세 시대
- ICA의 테마 2
- 가네보의 Festival Costume

Modernism

- ICA 의 테마 1

2) 패션 트렌드의 테마들

다음은 각 정보회사에서 예측 제시하는 패션 테마들에 영향을 주는 키워드들을 기준으로 하여 그룹별로 분류하였다.

Natural  
Out-door wear  
Workwears

- Hard wearing (peclers)
- ... 저항력 있는 소재를 중심으로 편안하면서 자연스러운 이미지를 표현
- Winter Indian (가네보)
- ... 자연과 조화를 이루며 살아가는 인디언을 인스피레이션한 자연스럽고 소박한 이미지 표현

Ethnics, Rustic  
Folklore

- Celtic Quilt (가네보)
- ... 북유럽 민속패션의 인스피레이션의 축제 의상의 장식성을 믹스시킨 이미지
- Tundra (peclers)
- ... 추운 지방의 민속적인 거칠고 장식적인 Ethnic 요소를 재현시킨 이미지

Pale & Icy  
cyberspace

- Ice planet (Lousmijn van den akker)
- ... 모던한 테크니컬한 감각의 색상과 소재로 표현한 신로맨틱 감성의 이미지
- Fragility (carlin)
- ... 얼어붙은 듯한 파스텔 색상으로 억제되어 표현되는 뉴트럴 감성

Sophisticated  
Elegance

- Precious simplicity (peclers)
- ... 세계에서 공통적으로 재인식되어 가는 엘레강스

Decoration  
Humorous  
Luxury-fancy  
mixing-look

- Elegance Value (가네보)
- ... 도회적이며 케리어를 느끼게 하는 고급스런 엘레강스를 좀더 색상과 소재의 장식성과 믹스시킨 이미지

Sporty  
Technical

- body-fitting (peclers)
- ... 자연스럽게 변형되는 신체의 여러 형태의 곡선을 보호하고 가볍게 수정해주는 테크니컬 이미지
- '99 Forme (가네보)
- ... 자연과 조형물의 대담하면서 섬세한 라인을 인스피레이션한 입체적이고 모던한 유희적인 테크니컬 이미지

Fancy  
Sexy  
Sporty

- Winter Circus (peclers)
- ... 겨울밤 축제의 무대 위에서 벌어지는 환상적 게임에서 인스피레이션한 장식적이며 스포티한 이미지

Luxury  
Glamorous  
Decorated

- Mischievous. lady (peclers)
- ... 화려함과 엘레강스한 여성스러움을 자신 있게 표현하기 위한 이미지

- Second Habsburg (가네보)
- ... 19세기말 예술가들의 메카였던 합스부르크 왕조의 풍요하고 화려한 야외복에서 인스피레이션한 이미지
- gipsy palace
- ... 집시여왕과 화려한 색채감의 럭셔리하고 글래머러스한 열정적인 삶의 이미지를 인스피레이션한 이미지
- Magic (Carlin)
- ... 미지 속의 놀라운 상상력의 여행. 어둠 속에서 발견되는 신비함과 기이한 자연현상에 대한 이미지

Graphic  
Technical  
Urban, city life

- The tech force (Lousmijn van den akker)
- ... 그래픽한 도식에서 느껴지는 미래의 Technical 이미지
- '99 Forme (가네보)
- ... 자연과 조형물의 대담하면서 섬세한 라인을 인스피레이션한 입체적이고 모던한 유희적인 테크니컬 이미지

Fancy  
Sexy  
Mixing-British

- Misses Jones (Lousmijn van den akker)
- ... 영국 풍의 유머러스한 감성이 칼라풀하게 표현된 Retro 이미지

이상과 같이 각 정보 회사에서 예측한 테마 이미지에서 언급되는 키워드들을 분류하였고 이렇게 함으로써, 같은 용어의 이미지 감성이라도 마켓에 따라 지속적으로 변화하는 것을 관찰하고자 한다.

## 2. '98 F/W 마켓에의 트렌드 제안

앞절에서 제시된 '98 F/W 정보자료의 어미지들을 우선 '기본적 감성'과 '특정 이미지 감성'으로 분류하였다. 분류 기준은 유행흐름에서 성장

기 단계에서 여러 테마에 영향을 미치는 것을 '기본적 감성'으로 하고 도입 단계에서 지속적으로 특정 이미지 전달을 목적으로 하는 것을 '특정 이미지 감성'으로 나누었다. 위의 기준에 의해 기본적인 감성에 해당하는 요소를 크게 '모더니즘'과 '데코레이션'으로 분류하였다.

'모더니즘'은 90년대 초부터 언급되었던 Real Clothes, Simple Basic에서 현재의 minimalism으로 까지 표현되며 이러한 키워드의 범주에서 다양한 테마에 영향을 미치면서 지속적인 유행선상에 있다. '데코레이션' 역시 시즌에 따라 좀더 과장되거나 억제되면서 지속적으로 다양한 테마 이미지에 영향을 주고 있다.

다음은 특정 이미지 감성에 해당되는 것들은 근간 몇 시즌 유행흐름의 연장선상에서 유사한 look과 이미지들이 그룹핑되어 형성되는 테마를 크게 5가지 이미지로 분류하였다.

첫째는 Natural 감성으로 이 감성은 90년대 초 Ecology 붐과 함께 많은 테마에 영향을 미치다가 Technology의 영향으로 잠시 사라진 듯하다가 근래에 다시 표면화되고 있는 감성이다.

두번째는 96년 가을컬렉션 부터 지속적으로 확산되는 여성스런 이미지를 강조한 Romantic 감성이다.

세번째는 90년대 메시즌 다양한 시대를 재현시키면서 과거를 통하여 현재를 재구성하는 Retro 감성이다.

네번째는 좀더 다양하고 한정적인 틀을 벗어나기 위한 성차별을 의식하지 않는 Androgynous 감성이다.

다섯번째는 2,000년대를 앞두고 막연한 미래에 대한 기대와 관심의 Futurism 감성이다.

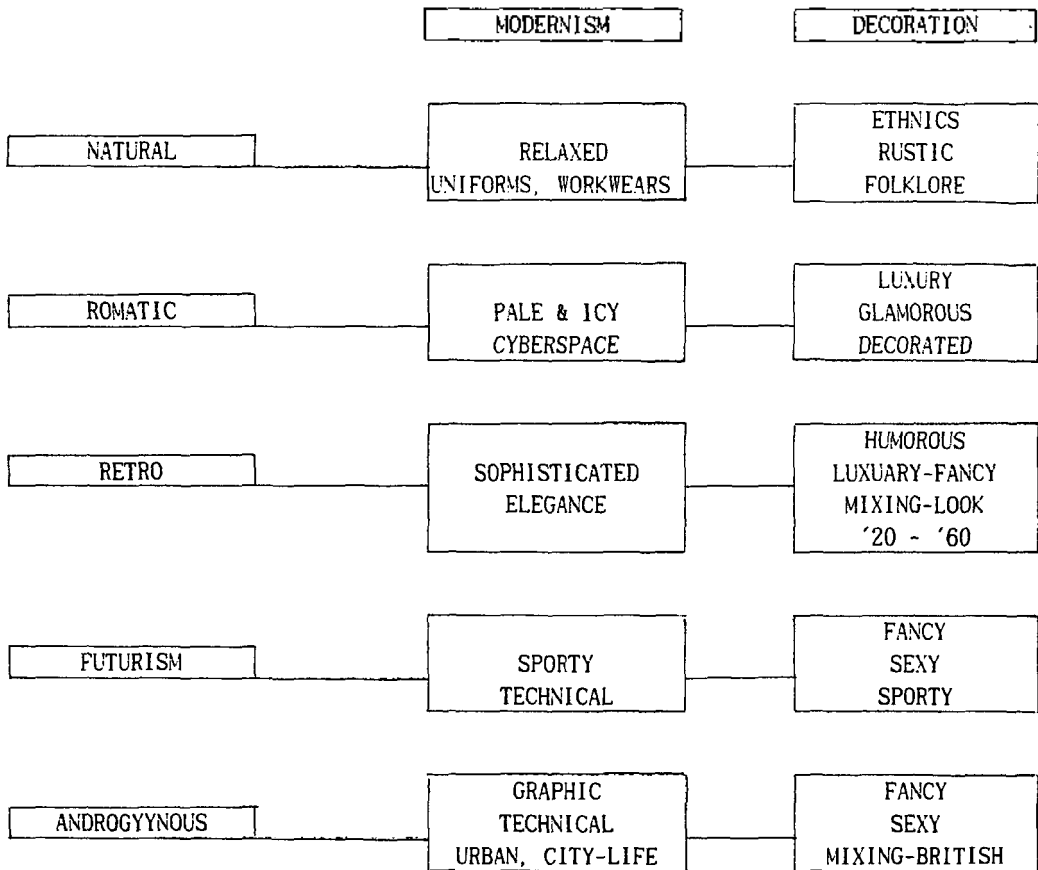
이와 같이 분류한 것은 유행의 흐름선상에서 매 시즌에 부각되는 테마 이미지를 좀더 세부적으로 관찰하기 위해서이다. 그리고 기본적인 감성에 해당되는 것을 가로축으로 나열하고 '특정 이미지 감성'에 해당되는 것을 세로축으로 나열하였다. 그리고 이와 같이 세로와 가로축이 서로 영향을 미치면서 또 다른 이미지를 만들어 가는 과정의 요소인 키워드는 앞장의 여러 정보회사에서 제시하는 테마를 근거로 정리하면 다음 그림과 같다.

현재 청소년 마켓이 부상함과 동시에 대부분

테크놀로지와 스포츠가 믹스된 테마와 젠더리스로 테마가 집중되고 있다. 현재까지의 많은 테마에 영향을 미치고 있는 '모더니즘 감성'과 '데코레이션 감성'에 영향을 받아서 현재 미래적 테마와 모더니즘 감성이 만났을 때 발생하는 키워드는 Sporty, Technical, Cyber, Graphic이고 Futurism과 데코레이션이 교류되면서 발생하는 키워드는 세기말적 현상과 함께 나타나는 핑크룩의 재현, Fancy, Sexy, Sporty 등이다. 그리고 젠더리스와 모더니즘 감성이 교류되면서 나타나는 키워드는 Urban, Graphic, Technical, City-Life 등이다. 그리고 앤드로지너스와 데코레이션이 교류해서 발생하는 키워드는 Fancy, Sexy, Mixing-British 등이다. 이상은 모더니즘 감성과 테

코레이션 감성이 현재의 여러 테마에 영향을 주면서 발생하는 키워드들이지만 현재 특성 이미지로서 표현되었던 다른 감성 이미지들이 확산되는 과정을 소비자 층을 둘러싼 여러 요소를 분석하여 키워드들의 변화를 관찰하면서 소비자의 욕구를 찾도록 정보의 재정비를 해야 할 것이다.

그리고 물론 이러한 감성 이미지들과 키워드들은 지속적으로 유행흐름에 따라 자리바꿈을 하며 변하기도 하고 서로 혼합되면서 추가되거나 지속 또는 삭제되기도 한다. 그러나 이렇게 분류해 봄으로써 시즌마다 예측 못한 새로운 테마가 소비자 마켓과 소비문화와 관계하면서 변해 가는 과정을 관찰함으로써 좀 더 정확한 상품 기획을 할 수 있을 것으로 기대한다.



## IV. 결론 및 제언

본 연구는 고감도 패션시장에서 상품기획 과정의 정보분석 시 사용하는 패션정보가 한정된 이미지 전달 위주의 한계성을 극복하고 유행의 연장선상에서 지속적으로 이루어지는 감성적 요소의 반응을 통하여 새로운 상품기획의 방향을 제시하고자 하였다. 이를 위한 연구방법으로는 정보회사의 트렌드와 브랜드사에서 적용하는 테마 그리고 스트리트 패션의 상관관계를 분석하고 테마이미지 중심의 트렌드자료를 그 키워드를 중심으로 분류하여 재정의된 감성이미지로 제시하였다.

지금까지의 연구결과는 다음과 같다. II장 1절에서, 기업은 정보자료의 분석 과정에서 시장정보를 일부 패션정보에 귀속시키고 있다. 또한 소비자정보 등으로 구성되어 있는 시장정보는 통계학적 분석에 그치고 있고 소비자의 감성적 요소의 변수는 상품 기획 과정에서 간과해 버리고 있는 것으로 나타났다.

II장 2절에서는 패션정보와 브랜드사의 테마 이미지와 스트리트 패션을 통한 소비자들이 표현하는 Look과의 관계를 고찰하였다. 그 결과, 기업에서 제시하는 테마 내에서의 한정된 이미지 전달은 한계성이 나타났다. 즉 무형화된 패션 마켓 소비자들에게 한정된 테마 제시는 무의미한 것으로 나타났다.

따라서 III장에서는 아직 상품 기획 단계에 있지 않은 '98 F/W 시즌을 대비하여 각 정보사에서 제시한 정보자료를 한 시즌에 한정시키지 않고 근간 몇 시즌 지속적으로 유행 흐름의 연장선상에 있는 유사한 감성 이미지를 기본적 감성과 특정 이미지 감성으로 그룹핑 하였다. 따라서 이들은 서로 영향을 미치면서 또 다른 감성 이미지와 키워드를 만들어가고 지속적으로 유행의 흐름에 따라 변화되어간다.

그러나 이상과 같은 작업은 키워드의 흐름을 주도하는 감성 이미지가 마켓에서 생성 또는 소멸되어 가는 것을 지속적으로 검토함으로써 변화속도가 빠른 소비자의 욕구를 파악할 수 있도록 하기 위함이다.

따라서 기업에서는 메시즌 상품 기획시 위치료를 하드웨어로 활용하여 소비자 욕구와 기업의 상품 기획시 사용하는 정보 사이의 격차를 최소화 시키고자 하기 위함이다.

이상의 연구결과, 고감도 패션시장의 소비자는 항상 새로운 이미지를 추구하는 성향을 가진다. 그러나 이들은 또 분명히 사회적 환경의 영향에 놓여 있기도 하다. 이처럼 사회적 환경의 영향을 받은 보수성과 변화를 추구하는 이중성을 지닌 소비자 마켓을 대상으로 효율적인 상품 기획을 위해서는 정보의 통계학적 분석과 감성적 요소를 동시에 반영시킬 수 있는 기획력이 필요하다. 또한 노출된 테마 이미지와 실소비자들의 표현과의 격차를 최소화하기 위해 기업측에서는 소비자의 감성적 욕구 파악을 지속적으로 기획 과정에 반영시켜 피드백 관리하여 차별화된 브랜드를 지향하는데 노력해야 할 것이다.

그리고 앞으로도 계속 이 연구를 진행시켜 메시즌 감성적 욕구를 포함한 소비자정보를 체계적으로 관리하여 기업의 상품 기획에 기여코자 한다.

## 참고문헌

1. 「Fashion Forum vol. 40」, Samsung Fashion Institute, 1996, 10.
2. 엄혜정, 「한국 신세대의 복식양식」, 이화여자대학교, 1991.
3. 강인애, 「신세대의 의복선택요인에 관한 연구」, 건국대학교, 1994.
4. 박유리, 「한국 신세대 여성의 패션 특성에 관한 고찰」, 국민대학교, 1995.
5. 이호정, 「복식디자인」, 교학연구소, 1993.
6. 「삼성 패션 트렌드 '97 S/S Sports Casual」, 삼성패션연구소, 1996.
7. 「삼성 패션 트렌드 '98 F/W Sports Casual」, 삼성패션연구소, 1997.
8. 「PREMIERE VISION」, 프랑스, 1997.
9. 「T.C.A.」, 영국, 1997.
10. 「HERE & THERE COLOR」, 미국, 1997.
11. 「HERE & THERE COLOR HE」, 미국, 1997.



12. 「PROMOSTYLE」, 프랑스, 1997.
13. 「RAY COLOR」, 일본, 1997.
14. 「CARLIN」, 프랑스, 1997.
15. 「CAUS」, 미국, 1997.
16. 「PECLERS」, 프랑스, 1997.
17. 「MITHUBISHI RAYON COLOR」, 일본, 1997.
18. 「DESIGN INTELLIGENCE」, 영국, 1997.
19. 「KANEBO FASHION VIEW WOMEN'S」, 일본, 1997.
20. 「PASTONE TEXTILE COLOR SYSTEM」, 미국, 1997.
21. 「PASTONE TEXTILE COLOR COTTON」, 미국, 1997.