

국내 패션정보 제공 업체의 기획 정보 유형에 관한 연구

최호정* · 하지수[†]

서울대학교 의류학과 박사과정* · 서울대학교 의류학과 교수[†]

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

Ho-Jeong Choi* · Ji-Soo Ha[†]

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

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University[†]

(2005. 2. 18 투고)

ABSTRACT

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.

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.

Key words: fashion information(패션 정보), information providers(정보 제공업체), trend direction(트렌드 디렉션), customised planning(맞춤형 기획)

Corresponding author: Ji-Soo Ha, E-mail: jisooha@snu.ac.kr

본 논문은 2005학년도 서울대학교 생활과학대학부속 생활과학연구소의 일부 연구비지원으로 수행되었음

I. 서론

최근 더욱 복잡해지고 다양해지는 소비자의 욕구로 인해 다음 시즌 디자인 컨셉을 결정하는 단계인 기획 단계에서부터 차별화된 기획에 대한 요구가 더욱 높아지고 있다. 문화와 사회 전반에 걸쳐 기하급수적으로 생산되고 창출되는 정보의 양으로 인해 특히 패션 산업에서도 정보가 갖는 의미는 그 어느 때 보다도 더욱 중요해지고 있다. 그럼에도 불구하고 패션정보와 관련되는 국내 정보 산업에 대한 연구는 적극적으로 이루어지지 않고 있는 실정이다.

국내 패션업계의 패션 정보 활용은 1980년대까지만 해도 소재관련 전시회를 통해서 혹은 패션 관련 잡지에 의존해서 해외의 동향을 파악하고 적용하는 정도였다. 그러나 최근 활용되는 막대한 양의 다양한 정보는 산업 전체에 막강한 영향력을 행사하며 매우 중요한 위치를 차지하게 되었으며 국내 패션 산업은 그 어느 때 보다도 더욱 적극적으로 정보를 활용하고 있다. 국내 패션정보 산업은 90년대 초반 대우 인터 패션 플래닝, 삼성패션연구소 등 국내 대기업이 패션정보산업에 진출하면서 시작되었다.

기존의 패션 트렌드에 관한 선행 연구는 트렌드 분석을 통한 예측방법 제시(김현경, 2003, 주소현, 2003), 소비자에게 반영된 트렌드 수용현황 분석(신현숙, 2002; 김숙현, 2001; 김지영, 2001), 트렌드 분석을 통한 정보 활용에 관한 연구(이재진, 2000; 조혜영, 2002), 트렌드 어휘분석(윤수정, 1999) 등으로 다수 찾아볼 수 있다.¹⁾ 그러나 대부분의 선행 연구들은 트렌드를 분석하고 예측할 수 있는 기반 마련을 위해 트렌드를 분석하고 앞으로의 트렌드 예측을 위한 감성적·이미지 분석 중심의 연구에 초점이 맞추어져왔다. 트렌드 기획의 중요도에 비해 정보 산업의 측면에서 패션정보 업체에 관한 정확한 특성과 현황 파악 및 제공 정보의 유형에 관한 분석 및 연구는 미비한 실정이다.

이러한 현황을 고려하여 본 연구에서는 국내 패션정보 산업의 발전 단계를 사적으로 고찰하여 국내 패션정보 산업의 현재를 파악하고, 국내 패션 정보 업체의 현황 고찰 및 제공 정보에 관한 유형 및

내용 분석을 통해 정보업체별 제공 정보의 중복성과 차별성에 대해 조사하여 각 업체별 구체적인 특성을 밝히고자 한다. 이를 통해 패션정보 산업의 측면에서 정보 업체의 정확한 현황 파악과 더불어 더욱 활성화가 기대되는 국내 패션정보산업의 발전 방향을 가늠해보고자 하며 향후 후속 연구의 기반 구축 및 상품 기획을 위한 정보 업체 선정 시 참고자료로서 도움이 되고자 한다.

연구방법으로는 문헌연구, 설문 및 인터뷰를 통한 업체조사, 사례연구를 병행하였다.

첫째, 국내 정기, 비정기 간행물, 관련 사이트, Fashionbiz·fashion marketing(1990~2004)에 기록된 패션정보 산업과 패션 정보 업체 관련 기사 및 각종 문헌 자료를 통해 국내 패션정보 산업의 발전 단계를 사적으로 고찰하였다.

둘째, 대기업형 정보 기획사별 연간 제공 정보의 유형을 파악하기 위해 국내 4대 대기업형 정보 기획사인 삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft의 연간 제공 정보의 유형을 비교·분석하여 정확한 업체별 특성을 살펴보았다.

셋째, 패션정보를 제공하는 정보 기획사의 현황 및 특성을 파악하기 위해 정보 기획사별 담당자와의 인터뷰 및 설문을 통해 정확한 업체 특성을 파악하고 현황을 조사하였다. 구체적인 담당자 인터뷰에 대한 정보는 논문의 참고 문헌에 표시하였으며²⁾, 설문의 내용은 크게 두 가지 내용으로 차별화되는 업체 특성과 기획 성공 사례를 묻는 질문으로 구성되었다.

넷째, 실증적 연구를 위해 삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft의 04 S/S, 04/05 F/W 제너럴 트렌드북에 제안된 트렌드 정보의 내용을 비교·분석하여 제공 정보의 중복성과 차별성을 살펴보았다.

II. 국내 패션정보 산업 발전에 대한 사적 고찰

문헌조사를 통한 국내 패션정보산업의 사적 고찰은 패션업체의 산업 환경 변화를 고려하여 80년대와 90년대로 나누어 살펴보았다. 발전 단계는 80년

대의 경우 1980년부터 1989년까지의 10년을 정보의 인식 단계로, 1990년대는 그 변화를 5년 주기로 나누어, 1990년부터 1995년까지는 패션정보 산업의 도입 및 기업화 단계, 1996년부터 2000년까지는 온라인 정보시스템 운영이 일반화되는 IT 정보화 단계, 2001년부터 현재까지는 맞춤형 기획화 단계의 4단계로 나누어 살펴보았다.

1. 태동기(1980~1989): 정보의 인식단계

1980년대에 이르러 비로소 한국 섬유산업은 OEM system을 기본으로 하는 저가 의류 제품 수출 중심에서 고부가가치를 창출하는 패션 산업으로 방향을 전환하기 시작하였다. 우리나라의 경우 70년대말 캐주얼 어페럴 브랜드 「E-Land」 등이 두각을 나타내면서 10대 캐주얼 붐이 일어나게 되고, 어페럴 업계는 80년대에 들어서면서 고감도 시대라는 격동의 전환기를 맞아 '감성으로의 이행'이라는 새로운 슬로건에 따라 패션정보의 필요성을 인식하게 된다.³⁾ 개성화된 소비자들의 변화된 라이프스타일에 맞는 패션 상품을 창출하기 위해 산업과 기업의 구조와 시스템을 전문화 그리고 세분화하기 시작한다. 또한 패션이 사치와 허영의 대명사가 아니라 생활의 수단이며 생활 자체의 표현이라는 개념으로 변화되었고, 라이프스타일에 조화되는 의복착용의 멋스러움이 전개되는 시기가 되었다.⁴⁾ 전문화와 개성화라는 문제가 대두되면서 공업화 사회의 성장기가 종료되고, 고도 정보화 사회가 시작된 것이다. 생산자 위주에서 소비자 중심으로의 사고 전환, 소비의 형태가 지금까지의 '필수품 만족'이라는 욕망 충족의 시대에서 소비자의 감각적 욕망을 만족시키는 '선택 소유의 시대' 돌입한다. 소비자의 의식 변화는 기업과 산업의 기획력을 요구하게 되고, 정보화 시대가 시작되면서 패션 산업도 정보력 경쟁의 시대로 돌입하기 시작하는 시기이다.⁵⁾

2. 발전기(1990~1995): 패션 정보산업의 도입 및 기업화 단계

소비자의 라이프스타일이 다양해짐에 따라 업계

에서도 이러한 추세에 대응하기 위해서 소비자의 니즈 파악에 노력하고 기획력, 디자인력을 우선시하기 시작하며 창조력이 풍부한 상품을 제공하지 않을 수 없게 되었다. 국내의 패션산업은 시대상황과 국제적 패션환경에 기민하게 대응하고, 소비자의 니즈에 맞는 패션의 창출을 위해 전문화, 세분화되어 가면서 양적, 질적으로 성장하는 시기를 맞이하게 된다. 유통시장의 백화점 장악과 개방정책 실시에 따른 외국 유명브랜드의 라이센스 도입홍수, 수입 자유화에 따른 외국 브랜드 상품의 직수입과 외국 패션 기업의 국내 설립 및 영업 허용, 국내 패션기업의 해외진출 시도 등 국제적인 패션 경쟁 시대로 돌입하게 된다.⁶⁾ 패션 트렌드의 역할이 중요해지고 활용도가 높아짐에 따라 국내에서도 1990년대에 들어서면서 패션트렌드와 디자인 트렌드가 연구되기 시작했다.⁷⁾

신속한 정보수집과 정확한 분석을 통한 세계패션 트렌드의 파악으로 소비자의 욕구를 만족시킬 수 있는, 정확한 패션 정보에 대한 필요의 확대로 1989년 대우 인터 패션 플래닝과 1993년 삼성패션연구소를 필두로 나산, 코오롱, SK 등 대기업의 패션정보 산업 진출이 본격적으로 시작된다. 대규모 정보 기획사들을 중심으로 회원사를 관리하고 대외 세미나를 활발히 개최하면서 경향정보의 다양화가 이루어지는 시기이고, 정보산업의 중요성이 부각되는 시기이다. 또한 Nelly Rodi, Carlin, Promostyle 등 해외 정보사들의 국내 에이전트 활동이 시작되고 이 외에 Trend Union, Peclers 등 다양한 해외 정보자들이 국내에 소개되는 시기로 트렌드 경향 정보의 제공자가 다양화된다. 탄탄한 정보와 분석을 바탕으로 한 정보 상품이 요구되는 시기이며, 또한 정보의 필요성을 절감한 성도, 코오롱, F&F 등 국내 패션 기업들은 자기업 내에 사내 정보실을 운영하기 시작하면서 자사 브랜드에 맞는 경향 정보를 구체적으로 분석하고, 적극적으로 브랜드를 진단하는 작업을 하게 되는 시기이다.

3. 성장기(1996~2000): IT정보화 단계

1996년 삼성패션연구소 web 출범(www.sfi.co.kr)

혹은 www.design.samsung.net)을 시작으로 1999년 firstviewkorea를 비롯한 각 정보사들의 온라인 정보 시스템 운영이 일반화되는 시기이다. 사회 전반에 인터넷의 빠른 보급으로 IT 정보화시기를 맞아 전 세계의 글로벌화가 가속화되고, 패션에 관심이 있는 소비자와 전문가와의 정보 시간차가 좁혀지면서 실시간 정보 교환이 가능해지고 전문가 수준의 정보를 접하게 되는 소비자가 등장하게 된다. 외국 상품의 시장 개방이 전전되면서 소비의 국제화도 점점 높아지는 시기이다. 컴퓨터에 의한 정보의 급속한 확산과 이것을 이용하여 늘어나는 막대한 정보를 업계와 소비자 모두 공유하게 되면서 정보의 지나친 대중화로 인한 효용성 문제가 부각되는 시기기도 하다. 세계의 유행은 동시에 서울의 유행이 되고 서울의 유행은 동시에 지방 도시로 흘러서 유행의 동질성과 동시성을 가져오고 있다. 이 문제를 해결할 수 있는 창조적인 대처 방안이 심각하게 요구되기 시작한다. 또한 IT 발달로 정보의 글로벌화가 가속화되면서 비주얼 시대 혹은 감성 정보화 시대를 맞아 컬러 마케팅, 컬러리스트 부상 등 색채 정보의 중요성이 부각되는 시기이다. 해당시즌이 도래하기 전에 기획하고 생산해야 하는 패션상품의 기획시기가 점점 빨라지면서, 패션정보 이외에도 시장 정보 및 소비자 정보의 정확한 분석 활용이 중요한 요인으로 부각되는 시기이다. 그러나 정보화 사회가 심화되면서 사람들이 정보 선택의 기준을 잊게 되고, 지나치게 패션 트렌드 정보에 민감하여 모두가 똑같은 정보를 공유함으로 인해 브랜드의 아이덴티티나 컨셉 부재 현상이 나타난다.

4. 2001~현재: 맞춤형 기획화 단계

기업형 정보사들의 활동이 활발해짐으로 인해 패션정보 산업의 저변확대의 의미는 있으나, 정보가 지나치게 대중화됨으로써 이로 인해 정보의 효용성 문제에 부딪히게 되고 자사에 맞는 전문화 그리고 특화된 가치 있는 정보에 대한 요구가 확대되는 시기이다. 너무 현명해진 소비자로 인해 패션 컨셉의 한계점, 글로벌 소싱과 기획, 글로벌 브랜드를 키우는 것이 대안으로 제시된다. 또한 소비자 스스로가

자신의 스타일을 만들고 창조해내기 시작하였으며 더욱 복잡해지고 다양해지는 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 세분화된 소비자 조사가 과거 어느 때보다 절실히 요구되며, 유행 경향 뿐 아니라 소비자 욕구의 신속하고 정확한 반영의 여부가 시즌의 성패를 좌우하게 되었다. 21세기는 정보 경제의 시대이며, 현대에는 패션에 대한 시각도 비단 패션에만 국한되지 않고 사회, 경제 그리고 문화 및 예술의 다양한 분야에 대한 총체적인 시각과 비전이 요구되는 시기이기도하다. 또한 패션 산업에 있어서 제조뿐 아니라 디자인에서 유통에 이르기까지 각 단계에 같은 비중의 중요도 부여가 요구되는 등 한 명의 패션 기획자가 아닌 다양한 분야의 총체적인 전문인에 의한 기획이 요구되는 시기이기도 하다. IMF를 거치면서 패션업체들은 매출에 따른 외형 중심의 양적 성장에서 벗어나 이제는 이익중심의 질적 성장으로 패러다임을 변화하기 위해 노력하면서, 브랜드의 블룸 확장보다는 브랜드 차별화를 추구한다. 21세기를 향한 보다 정확하고 적절한 전략과 신속함을 위해 디자이너의 감성에만 의존하는 것이 아닌 정보를 경쟁 수단으로 활용하고 적극적으로 도약을 시도하고 있다. 따라서 브랜드의 가치를 업그레이드(up-grade)시키기 위해 어폐별 업계는 브랜드 개발이나 상품기획 부분까지도 외부의 기획 서비스에 의존하는 경향이 두드러지고, 이에 관한 요구 확대로 다수의 전문 기획사가 출현하고 있으며, 다시금 오프라인(off-line)의 맞춤형 기획으로 차별화 전략을 모색하는 시기이다. 이로 인해 정보 산업도 재정비의 시기를 맞고 있다.

III. 국내 패션정보 업체 현황과 제공 정보 내용 분석

변화하는 요구에 부합하는 국내 패션정보 산업의 성장을 위해 국내 패션정보 업체의 현황을 파악하여 현실을 바로 아는 것은 매우 의미 있는 일이라 할 수 있다.

1. 국내 패션정보 업체 현황

기획 담당자에게 패션정보를 제공하는 역할은 기업형 정보기획사 혹은 인 하우스(In House) 개념으로 운영되는 사내 정보실에서 담당해왔다. 국내의 기업형 정보 기획사는 삼성패션연구소와 같은 대기업형 기획사와 거래업체별로 특화된 정보를 제공하는 모라비안 바젤사(Moravian Basel)와 같은 10여개의 전문 기획사가 현재 활발하게 운영되고 있다. 사내 정보실은 SK를 비롯한 8개 기업에서 운영되고 있다.

1) 기업형 정보기획사

1990년대 초반부터 활성화되기 시작한 기업형 정보기획사는 대기업형 정보기획사와 전문 기획사의 두 가지 형태로 나누어진다.

① 대기업형 정보기획사

대기업형 정보기획사란 200~300여개의 회원사를 관리하면서, 회원사 및 비회원사를 대상으로 대외 세미나와 각 정보사에서 자체 제작한 정보지 제공을 통해 복종별 포괄적인 트렌드를 발신하는 역할을 하는 형태로 정의할 수 있다. 현재 국내의 경우 삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea 그리고 최근 cft가 활발한 활동을 하는 경향이다. 회원사별 연간 제공 정보는 <표 1>과 같다.

삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft 등 국내 대기업형 정보기획사가 회원들에게 제공하는 연간 제공 정보의 내용을 구체적으로 살펴본 결과 4개의 회사 모두 공통적으로 온라인과 오프라인 서비스를 제공하고 있음을 알 수 있었다.

Off-Line으로 제공되는 정보의 경우 크게 정보지와 설명회로 나누어지며 4개의 회사가 공통적으로 연2회 제너럴 트렌드 북을 제공하고 설명회를 통해 시즌의 인플루언스, 시즌 컨셉 제안하고 있다.

Off-Line 정보에서 차별화되는 부분은 삼성패션 연구소의 경우 마켓 리서치 부분으로 연2회 패션 마켓 지표 조사를 통해 패션 산업 부문의 상·하반기 시장규모 산정 및 예측, 소비자의 패션의식 지

표, 소비자의 패션제품 구매지수, 패션산업 내 브랜드 파워 인덱스 자료를 제공하고, 연2회 복종별 마켓 동향 조사를 통해 복종별 시장 진단 및 니치 마켓(Niche Market) 제안, 소비자 취향 추이 조사, 복종별 제품 출고 동향 조사 등을 통해 브랜드의 상품기획을 위한 마케팅 전략을 제공하는 역할을 하고 있다.

인터패션 플래닝의 경우 차별화 되는 부분은 4개의 회사중 유일하게 연2회 아동복에 관한 트렌드 자료와 설명회를 제공하고 있어, 특화시킬수 있는 부분으로 생각된다.

firstviewkorea의 경우 차별화되는 부분은 컬렉션 정보로 2000년 4월 미국 firstview.com과 컨텐츠 제공 독점 계약을 통해 국내 정보사중 유일하게 실시간 컬렉션 정보를 제안한다. 컬렉션 경향 분석과 세미나가 특화되는 부분이며, 트렌드 기획부분은 4개의 회사 중 가장 후발 주자로 현재는 이미지에 치중한 정보를 제공하고 있으며, 향후 마켓별로 좀 더 세분화되고 구체화된 업데이트 정보가 요구된다.

cft의 경우 차별화되는 부분은 Intercolor Book으로 세계적으로 가장 빠른 컬러 트렌드를 제시하는 Intercolor(국제 유행색 위원회)의 한국 대표 기관으로 참여하고 있으며, 차별화된 컬러 정보를 제공하고 있어 특화되는 부분이다.

On-Line의 경우 4개의 회사가 공통적으로 국내외의 패션 뉴스를 실시간 업데이트하고, 국내외 스트리트와 스토어 패션을 분석·제시하며, 각사가 제공하는 각종 트렌드 자료를 시즌별로 업데이트하고 있다.

삼성패션 연구소의 경우 국내 최초로 패션 정보의 D-Base 시스템을 구축하였으며, 가장 다양한 Division의 정보를 제공하고 있다. 차별화되는 부분은 데이터 뱅크의 경우 패션인물 정보나 패션 사전, Manufacture, Marketing 부분의 뉴스를 따로 제공하고 있다. firstviewkorea의 경우 국내에서 가장 빠르게 세계 4대 컬렉션 정보를 제공하고 있고, cft의 경우 마켓별 컬러 트렌드를 따로 제안함으로써 차별화를 시도하고 있다.

그러나 현재 연간으로 제공되는 컨셉형 정보의

〈표 1〉 대기업형 정보 기획사의 연간 제공 정보 내용

구분	삼성패션연구소	IF Network	firstviewkorea	cft	
off-line	정보지	▶ General Trend Book(연2회) ▶ Color Coordi Book(연2회) ▶ Color View(연4회) ▶ Fashion Trend에 따른 시장변화 추적 및 분석(연1회) ▶ Fashion Market 지표조사(연2회) ▶ Fashion Research: 복종별 Market Movement조사(연2회)	▶ 시즌별 트렌드 워치(연2회) ▶ 컬러 양 박스(연2회) ▶ 여성 커리어/영 캐주얼(연2회) ▶ 스포츠 & 유니섹스 캐주얼(연2회) ▶ 아동복 트렌드 북(연2회)	▶ 시즌 트렌드북(연2회) ▶ 컬렉션 컬러북(연2회) ▶ 소비자 조사 리포트(연2회) ▶ 메가 트렌드 핸드북(연1회)	▶ Intercolor Book(연2회) ▶ Preview Color 자료(연2회) ▶ Woman & Mens Directionbook(연2회) ▶ FabricTrend Book(연2회) ▶ 해외 Fashion market trend report(연2회) ▶ 국내fashion market color analysis report(연4회)
		▶ Trend 설명회(연2회) ▶ Pre-Trend 설명회(연2회)	▶ 시즌별 트렌드 워치(연2회)	▶ Preview Color 트렌드 세미나(연2회)	
		▶ Color Coordi 설명회(연2회)	▶ 해외 컬렉션(연2회)	▶ Color & Fabric 트렌드 세미나(연2회)	
	설명회	▶ 여성 커리어/영 캐주얼(연2회) ▶ 스포츠 & 유니섹스 캐주얼(연2회) ▶ 아동복(연2회)	▶ 캐주얼 트렌드 설명회(연2회) ▶ 마켓 전략 세미나(연2회)	▶ 국내·외 Fashion market 트렌드 세미나(연2회)	
		▶ 해외 Trend 전문가 초청 세미나(연2회)	▶ 스페셜 세미나(연2회)		
	www.samsungdesign.net	www.ifp.co.kr	www.firstviewkorea.com	www.cft.or.kr	
	News Databank Fashion Manufacture Report Knowledge Trend Textile Marketing	Fashion Trend World Collection Fair Report Market Analysis Street Fashion In-Store Fashion	News World City Market Consumer Collection Review Issue	News Color & Fabric Global City Market Color Collection Issue	

* 표의 빈칸은 해당 서비스가 제공되지 않음을 의미함(2004년 12월 기준)

경우 정보 제공이 지나치게 대중적이고 포괄적으로 진행되어 브랜드별 특이성을 놓치는 경우가 많다. 컨셉형 정보를 제안하던 대표적인 정보사인 삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft의 경우에도 패션업체의 이러한 현실을 반영하여 최근 컨설팅 비즈니스를 더욱 확대해 나가고 있고, 다년간의 노하우를 바탕으로 한 브랜드별 맞춤형 기획을 통해 차별화 전략을 모색하고 있는 실정이며 각 브랜드에 맞는 가치 있는 정보의 방향을 제시하고 있다.

업체별 맞춤형 기획 사례는 〈표2〉와 같다.

② 전문 기획사

전문 기획사란 거래업체를 위한 일대일 맞춤형 패션정보를 제공하는 기획사들로 대중적이고 포괄적인 컨셉형 정보의 제공이 아닌 업체별 타겟 고객에 맞는 트렌드와 디렉션을 접목시킨 정보를 제공하며 프로세스의 차별화·전문화를 추구하는 정보 제공 업체이다. 부가가치 높은 브랜드 런칭과 컨셉

<표 2> 대기업형 정보기획사의 업체별 아웃소싱 사례

업체	설립 연도	운영사이트	맞춤형 기획 사례	특징
인터 패션 플래닝 → IF Network	1989 →1999	www.ifnetwork.co.kr	-서울 패션 디자인 센터 정보 제공 계약 체결(2000. 7) -전북 니트 종합 센터 컨설팅 계약(2002. 1) -(주)태평 Bean Pole 양 물산 여성 SPA형 브랜드 도입 컨설팅(2002. 3) -신성 통상, 세계 물산, 대우 인터네셔널 등 다수의 용역 회원사 보유	250개 이상의 회원사 보유, 네트워크와 노하우를 보유한 섬유, 패션 정보 컨설팅 사업
삼성패션연구소	1993	www.samaungdesignnet.net	-Bean Pole Golf, Jeans 브랜드 확장 조사(2000) -Bean Pole Ladies 브랜드 확장 조사(1999)/<갤럭시> 브랜드 파워 전략 조사(1999)/<아스트라> 골프웨어 시장 목표 소비자 조사(2000)/신세계 인터내셔널 신규 브랜드 컨설팅(2001)/한일 합섬 수출 전략(2001)	300개 이상의 회원사 보유, 네트워크와 노하우를 보유한 섬유, 패션 정보 컨설팅 사업
firstviewkorea	1999	www.firstviewkorea.com	-SK글로벌, SK eigenpost 런칭을 뉘한 기초 조사 컨설팅(2000) -빅토리아 시크릿 한국 시장 진출을 위한 시장 분석 컨설팅 -한섬 MINE 소비자 조사 및 브랜드 전략 수립(2001, 2002) -FNC 코오롱 신규 브랜드 전개를 위한 시장 조사(2003) -미샤 소비자 조사 컨설팅(2003) -갤러리아 백화점 컨설팅(2003)	고부가가치 산업으로의 전환을 위한 패션 전문 정보 컨설팅 사업
한국유행색협회 → cft (color & fashion trend center)	1991 (03)	www.kafcc.or.kr	(주)다담 텍스타일 시즌 칼라 및 소재기획(03~04) (주)동아텍스 시즌 컬러&소재기획(2004) (주)클레몽트 시즌 컬러 기획(2003)	-내수/수입 원단 업체, 어패럴 업체의 컬러 컨설팅 -중국 관련 수출 업체를 위한 맞춤형 컨설팅

(2004년 12월 기준)

리뉴얼 작업시 외부의 디렉터들 즉 전문 기획사들에게 도움을 받아 브랜드를 재정비하는 경우가 늘어나고 있으며 성공 사례들이 나타나고 있다. 전문 기획사의 업체 현황 및 업체별 아웃소싱 현황은 <표 3>과 같다.

2) 사내정보실

90년대 중반, 패션정보산업의 발전과 중요성의 부각, 정보를 바탕으로 한 상품 기획이 요구되면서 기업내 정보실 운영이 활성화되기 시작한다. 현재, 기업내 정보실의 경우 SK, 코오롱을 비롯 8개의 기업에서 운영되고 있다. 사내정보실 현황은 <표 4>와

같다.

사내 정보실의 주요업무는 크게 두 가지를 들 수 있는데, General Trend를 자사 브랜드에 맞게 각색하는 기능과 자사 브랜드 진단의 기능을 들 수 있다. 일반화되어 진행되는 General Trend를 자사 브랜드에 맞게 각색하여 사내 세미나를 진행하고, 이 외에도 up-date되는 각종 정보를 자사 브랜드에 feed-back하는 역할을 한다. 브랜드 진단의 경우 시장조사, 경쟁 브랜드 조사 등을 통하여 브랜드 기획 실과는 다른 객관화된 시각을 유지하면서 브랜드의 문제점, 컨셉, 컬러, 소재, 디자인에 관한 진단 기능을 담당한다. 또한 브랜드의 시즌 기획 작업과 디자

〈표 3〉 전문 정보기획사 현황 및 업체별 아웃소싱 사례

업체	설립 연도	운영사이트	맞춤형 기획사례	특징
C & T Union	1995		(주)한섬 F.J "AllFor YOU"(2001) (주)코오롱 "HEAD" Renewal(2003) (주)BM Global"울씨"시즌기획(95~04) -중국 신규 브랜드 SI Plus Launching Project(2004)	특정 브랜드의 상품 구성 및 디자인 디테일 정보를 제공하는 맞춤형 기획
Moravian Basel (모라비안 바젤)	2001	www.moravianbasel.com	-GNCO 기업 문화 경영 Project(2001) -EXR 신규 런칭 프로젝트(2001) -EXR Management Consulting(2003) -F&F 기업 진단 Project(2002) -SK 카스퍼 Repositioning(2002) -FNC 코오롱 기업 진단 Project(2004)	Business Consulting Management Consulting
Tomorrow People	2002	www.lpbranding.com	(주)신원"쿨하스"Brand Launching Project(2003) (주)미샤 시즌 기획(02~04) (주)테코 시즌 기획(02~04) (주)텔레그라프 시즌 기획(02~04)	통합적 Brand Identity
Johaness Burg (요하네스 베그)	1999		(주)카라 신규 브랜드 Launching Project (2000~04) (주)레이버스 신규 Launching Project (2000~04) (주)W. 광고, 홍보 기획(2003~04) (주)Nice Clap 광고 홍보 기획(2003~04)	Brand consulting, 광고, 홍보 기획
Design Network	1999	www.designnetwork.co.kr	(주)하이파이브 Trussardi 사업 브랜드 컨설팅 & 브랜드 로열티 컨설팅 (2003) (주)LG 패션 기업 브랜드 컨설팅 (99~02)	브랜드 커뮤니케이션 효율을 극대화할 수 있는 Soul Branding을 제공하는 브랜딩 전문회사
BMC	2001	www.nicebmc.com	-루이 까토즈 브랜드 마케팅 총괄 컨설팅 -DKNY 브랜드 마케팅 총괄 컨설팅 -JiHAYE Couture Fashion Show 기획 (2003) -BMW 신규 PR Launching 기획(2003)	럭셔리 여성 마켓 관련 브랜드 진단, 전략 수립, 각종 이벤트 기획 브랜드의 globalization consulting
Inter Plan Korea (인터플랜 코리아)	2003		일본 패션 정보사인 인터 플랜(Inter Plan INC)사와 제휴	패션 소재 컨설팅 업무

* 표의 빈칸은 해당 서비스가 제공되지 않음을 의미함(2004년 12월 기준)

인의 품평 기능도 담당한다. 그러나 현실적으로 소수의 인원으로 구성된 사내정보실의 체계적이고 전문화된 운영이 용이하지 않고, 전문 인력의 부재로 인해 사내 정보실의 기능을 대행하는 전문 기획사의 필요와 요구가 생겨나는 실정이다. Tomorrow People의 경우 미샤, 테코 등 여성복 브랜드를 중심으로 이러한 기능을 대행하고 있으며, 여러 시즌에 걸친 장기적인 파트너쉽을 유지하고 있다. 사내정보

실의 업무를 대행하는 기획사가 생겨남으로 인해 서로 다른 시각으로 브랜드를 진단하고 객관화 할 수 있는 효과가 기대되며, 특정 브랜드를 위한 맞춤형 정보제공 및 시즌 기획을 대행하는 기획사들의 활동은 더욱 활성화 될 것으로 예상된다.

<표 4> 사내 정보실 현황

업체	설립 연도	운영 사이트	보유 브랜드	구성
SK	1993	www.sknetworks.co.kr	카스파 코너스, aigenpost, SMART, Tommy Hilfiger	팀장 외 2명
코오롱	1993	www.kolon.co.kr	멘스타, 헤드, 잭 니클라우스, 코오롱 스포츠	팀장 외 5명
한섬	1987	www.handsome.co.kr	타임, 마인, 시스템, SJ, Time Homme	팀장 외 9명
F&F	1995	www.fnf.co.kr	Elle Sports, Renoma Sports Club, MLB, Benetton Korea, Sisley, Banila B, Elle Golf, AMH	팀장 외 2명
성도	1989	www.sungdo.co.kr	톰보이, 코모도, 톰키드, Vims Outfitters, 톰스토리	팀장 외 2명
대현	1995	www.daehyun.co.kr	blue pepe, ENVY, CC club, ZOOC, MOJO S, Phine	팀장 외 1명
네티션 닷컴	2000	www.netision.com	EnC, 96NY, A6, CASH	팀장 외 2명
서양 물산	2000		Blue Dog, R, Robot, 링크 뮤	팀장 외 2명

* 표의 빈칸은 해당 서비스가 제공되지 않음을 의미함(2004년 12월 기준)

2. 제공 정보에 대한 유형 및 내용 분석

대기업형 기획사별 제공정보의 유형을 파악하기 위해 국내 4대 대기업형 정보업체인 삼성패션 연구소, IF Network, firstviewkorea, cft의 제너럴 트렌드 북의 유형 분석과 04 S/S, 04/05 F/W 정보내용을 트렌드 디렉션을 중심으로 양적·질적으로 비교·분석하여 제공 정보의 중복성과 차별성을 살펴보았다.

1) 시즌별 제공 정보의 유형 분석

제공 정보의 유형은 마켓, 인플루언스(Influence), 컬러, 소재, 스타일 등으로 나누어 제안되고 있으며, 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, 내용면에서의 차별화는 이루어지지 않고 있다. 각사의 회원사별 시즌 트렌드 제공 정보의 내용은 <표 5>와 같다.

제공 정보의 유형 분석 결과 업체별 특성으로 부각되는 부분은 삼성패션 연구소의 경우 마켓 리서치와 소비시장의 변화 및 소비자 동향 분석 부분, IF Network의 컬러 트렌드를 제안함에 있어 3시즌의 컬러 변화 포인트를 비교·분석하여 제안함으로써 정보지의 내용상의 차별화를 시도하고 있다. firstviewkorea의 경우 패션 테마부분을 세분화하여

다양한 이미지의 패션 테마를 제안하고 있으나, 좀 더 구체적인 업데이트 자료의 제공이 요구되며, cft의 경우 컬러 트렌드를 복종별로 제안하고 있어서 특성화 할 수 있는 부분으로 생각되나, 좀 더 활용방안에 대한 구체적인 아이디어의 제안이 요구된다.

선진 디자인 국가, 기업 및 디자이너들은 산업시대 이후 지금까지 미래 트렌드 예측과 관련하여 지속적인 노력을 기울이고 있다. 반면에 우리나라의 디자인 트렌드 분석과 예측의 방법을 아직까지도 지극히 주관적이거나 단편적인 자료에 의존해 왔다.⁸⁾ 해외의 경우 일반 회원사와 개별 고객을 위한 맞춤형 기획 컨설팅이나 전문 프리젠테이션 제공부분을 나누어 정보를 제공하고 있고, 일반 회원사를 위한 정보제공의 경우에도 양북(Yarn Book), 컬러북(Color Book), 소재북(Fabric Book), 프린트북(Print Book), 니트북(Knit Book), 레디 투 웨어북(Ready to Wear)과 아이템별 업데이트, 마케팅 스타일(Marketing Style), 인플루언스북(Influence Book) 등 정보지를 세분화하고, 업체별로 특성을 살린 차별화된 디렉션이 제안되고 있다.

국내의 경우 연간으로 제공되는 컨셉형 정보의 경우 4사가 모두 공통적으로 General Trend Book이라는 한권의 정보지에 기본적으로 자기 시즌의 국내외 패션의 전체적 경향, 패션테마, 컬러, 소재, 스타일 및 아이템 경향 등으로 제안되고 있으나, 정보 제공이 지나치게 대중적이고 포괄적으로 진행되어 브랜드별 특이성을 놓치는 경우가 많다. 시즌 경향을 압축한 일반화된 정보 제공으로 정보 기획사

〈표 5〉 시즌별 트렌드 제공 정보 내용 분석

구분	삼성패션 연구소	IF Network	firstviewkorea	cft
Market	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Consumer Attitude <ul style="list-style-type: none"> : 마켓 리서치, 소비시장의 변화 및 소비자동향 : 제너럴 마케팅 경향 			
Influence	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Influence <ul style="list-style-type: none"> : Design Influence, Season Concept ▶ Season Concept <ul style="list-style-type: none"> : Style Direction 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Influence <ul style="list-style-type: none"> : 전체시즌의 전반적 경향 ▶ 소비자 성향 ▶ Design Influence ▶ Trend Mainstream <ul style="list-style-type: none"> : Season Concept, Style Direction 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Edit <ul style="list-style-type: none"> : 전체적인 시즌 경향 및 테마 구성 방법에 관해서 	
Color	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Color <ul style="list-style-type: none"> : Hue/Tone Chart : 컬러 계열별 Map : 삼성 Proposal Color : Color Theme : Color Application (Coordination) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Color Trend ▶ Color Change Point <ul style="list-style-type: none"> (3시즌 톤별 컬러 경향비교) : Hue/Tone Chart : I.F.N. 제안 컬러 : Color Theme, Key Point Color, Color Combination 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Intercolor <ul style="list-style-type: none"> : Intercolor 결정색 (Key Concept, Key Words) : Intercolor 주요국 제안색 (France, Swiss, China, Japan, Britain, Finland) ▶ Color Analysis <ul style="list-style-type: none"> : Color Ranking (시즌별 남.여 랭킹 컬러, 전년대비 휴/톤 경향, 남.여 컬러차이) : 04/05 F/W 해외 색상 경향 분석 	
Fabric	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fabric <ul style="list-style-type: none"> : Fabric, Yarn, Finishing Point : Weave : Key Fabric : Fabric Theme, Pattern 경향 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fabric Trend Point <ul style="list-style-type: none"> : Fabric Trend Point : 전체적 경향 1. Key Aspect, 2. Essencial Fabric, 3. Season's Report, : Yarn,Weave,Pattern Finishiong Point 4. Key Expression 5. Fabric Theme 6. Pattern Theme 		
Style	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Silhouette ▶ Style Theme <ul style="list-style-type: none"> : Image, Color, Fabric, Style ▶ Key Item 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Woman's Style <ul style="list-style-type: none"> : Trend, Key length, Key Lines, Key Style ▶ Fashion Theme <ul style="list-style-type: none"> : Image, Color, Materials, Style 제안 ▶ Trend Summary ▶ 용어 해설 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fashion Theme <ul style="list-style-type: none"> : 전체적인 테마 경향 : 키워드 ▶ 테마 컬러 <ul style="list-style-type: none"> : 컬러 커비네이션 : 스타일, 소재 경향/ 키워드와 이미지 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Color Direction <ul style="list-style-type: none"> : 시즌 인플루언스 : 테마별 컬러제안 (이미지, 스타일) ▶ Woman's harmony. ▶ Man's harmony. ▶ Interior harmony ▶ Cosmetic harmony

* 표의 빈칸은 해당 내용이 없음을 의미함.

별 제공 정보의 차별화가 이루어지지 않고 있다.

2) 04 S/S, 04/05 F/W 트렌드 디렉션 비교·분석

삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft

의 04 S/S, 04/05 F/W 제너럴 트렌드북에 제안된 트렌드 정보를 제안 테마, 컬러, 소재, 스타일로 나누어 비교·분석하여 업체별 제안 트렌드의 중복 성과 차별성을 살펴보았다.⁹⁾

트렌드 분석 자료의 중복성과 차별성에 대한 자료는 서울대 의류학과 대학원에 재학중인 학생으로 구성된 10명의 전문가 집단의 설문 조사 결과로 이루어졌다. 설문은 각사의 04 S/S, 04/05 F/W의 제안 트렌드를 이미지, 컬러, 소재, 스타일 특성으로 나누어 중복성과 차별성에 관한 의견을 이끌어내는 설문으로 작성되었다.

연구자가 제안한 중복성에 관한 테마명은 04 S/S의 경우 Basic, Feminine, Ethnic, Energetic, 04/05 F/W의 경우 Classic, Luxury Elegance, Neo-Modernity, Happyness였으나, Neo-Modernity 테마의 경우 설문자의 의견을 수렴하여 테마를 더 잘 설명할 수 있는 Utility로 테마명이 수정되었다.

① 04 S/S 트렌드 디렉션

고찰 결과 Basic, Feminine, Ethnic, Energetic의 4가지 디렉션을 중복제안함으로 정의내렸으며 각각 디렉션의 정의는 다음과 같이 내렸다.

Basic의 경우 새로이 발견되는 모더니즘 경향으로 뉴트럴 계열의 컬러와 클린한 소재, 간결함이 돋보이는 디자인 경향으로 새로이 주목되는 미니멀리즘의 경향이다. Feminine의 경우 여성스러운 엘레강스 경향으로 핑크나 레드계열의 중간톤의 여성스러운 컬러와 광택감의 소재, 드레이퍼리를 활용한 여성스러운 디자인 경향이다. Ethnic의 경우 이국적인 무드로 에스닉 계열의 멀티 컬러 혼재와 수공예적인 디테일, 지역색이 강조된 디자인과 스포티브한 느낌의 믹스 경향으로 전개된다. Energetic의 경우 활력 넘치는 팝적인 분위기, 멀티컬러 믹스의 낙관적인 분위기로 자유롭고 창조적인 분위기의 테마이다. 04 S/S의 디렉션 비교 분석은 <표 6>와 같다.

삼성패션 연구소의 경우, Rethink the Element, Modern Day Goddess, Dream for the Unknown, Dear Brigitte의 4개의 테마를 제안하고 있는데, 4사의 경향과 동일 디렉션으로 중복 제안하고 있다.

IF Network의 경우 Daily Pure, Sense & Sensibility, Elitist Elegance, Paradise, Instinctive Energy의 5개 테마를 제안하고 있고, 중복되는 4개의 디렉션 이외에 Elitist Elegance 테마는 전통적이고 지적인, 겹소하고 품격 있는 엘리트주의, 전통과 클럽 인스파이레이션의 엘리트 스타일과 50년대 모더니티의 접목을 시도한 전통적이면서도 모던한 분위기의 테마를 차별적으로 제안하고 있다.

cft의 경우 True Basics, Blending In, Eco Luxury, Over Pigmentation의 4개의 테마를 제안하고 있는데, 4사의 경향과 동일 디렉션으로 중복 제안하고 있다.

firstviewkorea의 경우 Nu Real, The Great Memories of Elegance, Mediterranean, Rethink our basic, Express in Energy, Tracing the Culture, Free Your Mind, Dream Nature의 8개의 테마를 제안하고 있는데, 중복되는 디렉션 이외에, Mediterranean 테마는 easy & relax의 리조트 웨어 분위기, Free Your Mind 테마는 다소 정제된 언더그라운드적인 테마로 단순히 만들어진 의미를 입는 것이 아닌 내가 하고 싶은 말들을 표현하는 의견 주장하기 테마, Dream Nature 테마는 꿈꾸는 듯한 어린 시절, 즐겁고 아기자기한 일상을 로맨틱하고 소녀적으로 해석한 테마를 차별적으로 제안하고 있다.

② 04/05 F/W 트렌드 디렉션

고찰 결과 Classic, Luxury Elegance, Utility, Happyness의 4가지 디렉션을 중복제안함으로 정의내렸으며 각각 디렉션의 정의는 다음과 같이 내렸다.

Classic 테마는 전통적이고 클래식한 가치와 문화를 지향하는 클래식 레트로 테마로 내추럴한 컬러, 편안하고 내추럴한 스타일로 전개되는 테마이다. Luxury Elegance는 40, 50년대 꾸뛰르 지향의 엘레강스 테마로 여성스럽고 섬세한 컬러, 페미닌한 소재로 표현되는 엘레강스 테마이다. Utility는 진보적이고 우주적인 미학으로 표현되는 미래적인 테마로 모노톤의 컬러, 기능적인 소재, 도시적이고 스포티한 실용적인 패션테마이다. Happyness는 60년대 영감의 낙관적인 레트로 취향의 테마로 낙관적인 브

<표 6> 04 S/S 트렌드 디렉션 비교분석

04 S/S	업체별 중복 제안 테마				차별 제안 테마
	Basic	Feminine	Ethnic	Energetic	
삼성 패션 연구소	Rethink the Basic 베이직의 새로운 발견. utility 감성의 새로운 모더니즘 경향. colored neutral, clean look, modern futuristuc	Modern Day Goddess 고대 시대 드레이퍼리가 주는 우아함, 여성스러운 Mid & Deep Tone, Antic Style Drapery, Dressy Sportive Style	Dream for Unknown 원시적인 느낌, 미지의 세계 Burnt Earth, 이국적, 수공예적, Feminine Roughness	Dear Brigitte 60년대 활력 넘치는 pop적인 무드가 표현하는 energetic world, multicolor mix, cute lady, retro sports	
IF Network	Daily Pure 미니멀과 purism whitened neutral 기능적, 테크니컬 퓨리티	Sense & Sensibility Feminine Romanticism Sweet Pastel, 향락적 장식성, 뉴 빈티지	Paradise 원시주의, 휴양지의 낯설고 신비스러움 Tropical, Rustic Ethnic, Modern & Primitive	Instinctive Energy playful modernity 원색적인 컬러 아티스틱한 자유정신, 창조적 에너지	Elitist Elegance
cft	True Basics 클래식과 베이직, 이지적이고 확고한 이미지, Cool Neutral 실용적이고 기능적인 Chic city casual	Blending In 로맨틱 레트로 grayed dusty pastels, 50년대 엘레강스 + 모던 빈티지가 만드는 여성미	Eco Luxury 동양적이고 이국적인 관능미 Exotic & Sensual 컬러감	Over Pigmentation 원색적인 컬러가 만드는 창의적인 유쾌함, Joyful Color 자유롭고 아티스틱한 분위기	
firstview korea	Nu Real 차갑고 미래적인 뉴트럴 모던 감각의 클린한 라인으로 전개되는 스타일 Rethink our Basics 깔끔하고 군더더기 없는 컬러, 단순함과 편안함이 돋보이는 디자인.	The Great memories of Elegance 그리이스, 르네상스 문화, 부드러운 파스텔, 단순하고 연약함이 있는 엘레강스	Tracing the Culture 제3세계, 지역문화에 대한 관심, 에스닉한 느낌의 컬러, 지역과 지역, 스포티브한 스타일의 모던 믹스	Express in Energy 자기 방식으로 표현하는 창조적인 행위, 다채로운 컬러 예술의 연장선이 된 일상의 예술 입기	Mediterranean Free Your Mind Dream Nature

라이트 컬러에 단순하고 실용적인 레트로 스포티 캐주얼 테마이다. 04/05 F/W 디렉션 비교 분석은 <표 7>과 같다.

삼성패션 연구소의 경우 Brit Life, Day & Night, Shield of Daily Life, Wonderful Days 4개의 테마를 제안하고 있는데, 4사의 경향과 동일한 디렉션으로 중복 제안하고 있다.

IF Network의 경우 Opulence, Exclusive, Happy 50's, Lyric, Progressive의 다섯 개의 테마를 제안하고 있는데, 중복되는 3개의 디렉션 이외에 Opulence

테마는 극도의 화려함과 퇴폐주의적인 장식성과 오리엔탈 무드의 혼합에 의한 테마로 장식적이고 글래머러스 감각의 테마이고, Lyric 테마는 빈티지 감각의 자연주의와 로맨티시즘이 혼합된 포스트 로맨티시즘 경향의 테마를 차별적으로 제안하고 있다.

cft의 경우, Neo Avant-Garde, Allure Elegance, Everyday Comfort, Happy Retro의 4개의 테마를 제안하고 있는데, 중복되는 3개의 디렉션 이외에 Neo Avant - Garde 테마는 베이직하고 친근한 감성에 절제된 파워가 더해져 새롭게 태어나는 모던

〈표 7〉 04/05 F/W 트렌드 디렉션 비교분석

04/05 F/W	업체별 중복 제안 테마				차별 제안 테마
	Classic	Luxury Elegance	Utility	Happiness	
삼성 패션 연구소	Brit Life 클래식한 가치와 문화 의 재조명, soft natural color, 빈티지 로맨틱 무드, 아웃도어 아이템	Day & Night 40's, 50's 엘레강스, 세 시한 menswear 이미지, perfection, light fragile tone & deep, dark 컨트라스트	Shield of Daily Life 우주적인 미학으로 표 현되는 space age grayish dark color, 유니폼 스타일, 미래적 인 sportswear	Wonderful Days 60년대 영감의 happy vintage acidic multi color, 빈티지, 로맨틱 young couture,	
IF Network		Exclusive 오뜨구뛰르 엘레강스 그레이드된 핑크 및 오 뜨구뛰르 엘레강스, 완 벽한 아름다움을 위한 페미닌 & 매스큘린	Progressive 진보적인 urban life, 모노크로마틱 컬러 가능적인 프로텍션, 실 용적인 패션, urban life를 위한 sportswear	Happy 50's 레트로 취향의 낙관 적, playful color, 60's inspiration, 나이 브 & 스마트 감각의 레트로	Opulence
cft	Everyday Comfort 노매딕 & 클래식 natural wooden color. 전통적이고 러스틱한 클래식, 편안하고 내 추럴한 클래식 캐주얼	Allure Elegance 럭셔리 엘레강스와 매 니시한 도발성 핑키쉬 뉴트럴과 다크 엘레강스 컬러코디		Happy Retro 시즌의 활력소, 희망 적인 분위기 그래픽 브라이트 레트로 & 스포티 캐 주얼	Neo Avant-Garde
firstview korea	360° 클래식 아웃도어, 레트로 스포츠 deep, grayed retro noblesports, upgrade casual,	Nu 40년대 클래식, 남성 적이면서도 섹시한 이 중적 이미지	Oxygene 남성적이고 미래적인 차갑고 도시적인 컬러, 기능적인, 구조적 라 인, 도시적 스포티	Truth 60년대 미래적인 감 각, fresh accent 단순한 커팅, 실용성 에 재미의 요소가미	Noa Ptisenbon Crave
		Tresor 엘레강스, 영원한 클 래식 soft feminine			

클래식 테마, 절제된 럭셔리 엘레강스 테마를 차별적으로 제안하고 있다.

firstviewkorea의 경우 Tresor, Nu, Noa, Truth, 360°, Oxygene, Ptisenbon, Crave 의 8개 테마를 제안하고 있는데, 중복되는 5개의 디렉션 이외에 Noa 테마는 북유럽의 심플함, 노매딕 테마로, 캐주얼하고 편안한 실루엣을 강조한 테마이다. Ptisenbon 테마는 다양한 문화적 영향, 어린 시절의 향수를 느껴지는 복고적인 디자인과 다양한 문화적 감성이 공존하는 테마이다. Crave 테마는 대중적이고 획일화된 트렌드가 아니라 나만을 위한 나의 개성을 표현해주는 새로운 컬쳐를 재치 있는 감성들을 통해 표현되는 기발하면서도 나이브한 패션 테마를 차별적으로 제안하고 있다.

내용 분석 결과 업체별로 제안하고 있는 테마명

은 다르나 04 S/S, 04/05 F/W의 제안 트렌드를 살펴본 결과 시즌별로 크게 4가지의 디렉션을 중복 제안하고 있었다. 이는 각 사별로 차기 시즌의 경향을 패션테마, 컬러, 소재경향, 스타일 및 아이템 경향 등으로 나누어 제안하고 있으나, 해외에서 제작된 트렌드 정보에 전적으로 의존하고 활용하여 예측 정보를 제안한 결과로 업체별 특성을 살리지 못하고 있기 때문에 사료된다. 또한 국내의 새로운 변화를 제시하거나 국내 트렌드 주기를 고려한 방향성 있는 예측정보의 기능을 제대로 수행하지 못하고 중복되는 디렉션을 제안하고 있다. 향후 국내 트렌드 주기를 고려한 방향성 있는 예측정보와 각 사의 특성을 살리는 특성화된 정보제공이 요구된다.

IV. 결론

이상에서 국내 패션정보산업의 발전 단계와 업체 현황과 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. 결과를 바탕으로 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 패션정보업체의 경우 4개의 대기업형 정보사와 10여개의 전문기획사, 8개의 사내정보실이 활동 중이다. 제공 정보의 질적 차별화를 위해 지금까지의 해외정보의 각색이나 제너럴 트렌드에 국한된 단순한 기획 아이디어 제공이 아닌 브랜드별로 세분화되고 차별화된 정보기획의 필요성이 요구되고 있으며, 의류업체에서 경력을 쌓은 전문인력들이 독립하면서 향후 기획력을 갖춘 기획대행사들이 증가할 것으로 예상된다.

둘째, 제공 정보의 유형 분석 결과 국내의 경우 삼성패션 연구소, IF Network, firstviewkorea, cft 4사가 모두 공통적으로 General Trend Book이라는 한권의 정보지에 시즌 경향을 압축한 일반화된 정보 제공으로 정보 기획사별 제공 정보의 차별화가 이루어지지 않고 있다. 업체별 특성으로 부각되는 부분은 삼성패션 연구소의 경우 마켓 리서치와 소비시장의 변화 및 소비자 동향 분석부분이 타사와 차별화할 수 있는 부분으로 생각된다. IF Network의 경우 마켓 리서치 부분을 제외한 트렌드 분석 부분의 경우 삼성패션 연구소와 동일한 형태의 정보를 제공하고 있어 업체의 특성화가 요구된다. firstviewkorea의 경우 패션 테마부분에 치중한 정보를 제공하고 있으나 이미지 위주의 제안으로 좀 더 구체적인 업데이트 경향 정보의 제안이 요구된다. cft의 경우 복종별 컬러 정보를 제공하고 있으나 활용 방안에 대한 구체적인 아이디어 제안이 요구되며 각사의 특성을 살리는 특성화된 정보 제공이 요구된다.

셋째, 내용 분석 결과 삼성패션연구소, IF Network, firstviewkorea, cft의 04 S/S, 04/05 F/W 제

너럴 트렌드북에 제안된 트렌드 정보의 경우 업체별로 사용하고 있는 테마명은 다르나 04 S/S의 경우 Basic, Feminine, Ethnic, Energetic의 4개의 디렉션을, 04/05 F/W의 경우 Classic, Luxury Elegance, Utility, Happyness의 4개의 디렉션을 중복 제안하고 있다. 이는 각 사별로 차기 시즌의 경향을 패션테마, 컬러, 소재경향, 스타일 및 아이템 경향 등으로 나누어 제안하고 있으나, 해외에서 제작된 트렌드 정보에 전적으로 의존하고 활용하여 예측 정보를 제안한 결과로 국내 트렌드 주기를 고려한 방향성 있는 방향성 있는 예측정보와 각사의 특성을 살리는 특성화된 정보제공이 요구된다.

넷째, 소비자 니즈의 감성화 추세, 엘리트 소비자를 위한 브랜드 세분화, 제품 싸이클의 단축 등 패션기업이 사내인력만으로는 대응 할 수 없어, 상품 기획을 외부 전문가에게 위탁하는 사례가 증가하면서 패션정보산업의 중요성이 부각되는 시기이고, 전문 기획사와 패션업체간의 파트너쉽이라는 새로운 패러다임이 나타나고 있다. 이를 통해 정보의 질적 완성도와 상품기획의 완성도를 높이는 새로운 부가 가치를 창출할 수 있을 것으로 기대되며 패션정보산업과 패션산업 모두 Win-Win 할 수 있는 발전 전략으로 진행되어야 한다.

본 연구는 패션 정보를 산업의 측면에서 업체별 특성 및 제공 정보에 관해 살펴보았다. 패션 정보업체 현황에 관한 선행 연구 및 자료의 부족으로 업체별 구체적 특성을 밝히는 부분은 주로 업체 담당자의 인터뷰 및 설문조사에 의존하여 연구가 진행되어진 제한점이 있다. 향후 이를 보완할 후속 연구가 적극적으로 이루어져야 할 것이다. 또한, 아직은 규모가 영세하고 전문화가 진행 중인 다수의 기획사에 대한 지속적인 업체 조사와 맞춤형 기획에 관한 관련 사례 연구, 해외 정보기획사의 활동에 관한 구체적인 후속 연구가 진행될 필요가 있다고 생각된다.

참고문헌

- 1) 김현경 (2003). 메가트렌드 형성요인과 디자인 트렌드 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 주소현 (2003). 여성 패션 트렌드 분석을 통한 감성 지표화 연구. 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 신현숙 (2002). 패션 트렌드에 대한 국내 여성 소비자의 수용 현황과 수요 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김숙현 (2001). 소비자의 라이프스타일에 따른 스포티브 트렌드의 수용 현황과 배경 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김지영(2001). 국내 여성복 소비자의 최근 패션 트렌드 수용과 배경 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이재진(2000). 패션 트렌드 정보가 여성복 디자인 기획에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조혜영(2002). 국내 패션정보 활용에 관한 실증적 연구. 국민대학교 테크노대학원 석사학위논문.
- 윤수정(1999). 패션 트렌드의 다중화·복합화 현상에 대한 질적 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 2) 삼성패션 연구소 김정희 팀장 인터뷰
 firstviewkorea 안원경 팀장 인터뷰
 cft 박성주 실장 인터뷰
 C&T Union 윤순황 대표 인터뷰
 Moravian Basel 조태현 대표 인터뷰
 Tommorow People 김연수 이사 인터뷰
 Johanness Burg 박은경 실장 인터뷰
 Inter Plan Korea 윤정옥 대표 인터뷰
 SK 정보실 이은희 이사 인터뷰
 코오롱 정보실 김복희 상무 인터뷰
 F&F 정보실 전수경 팀장 인터뷰
 성도 정보실 채희정 이사 인터뷰
 대현 정보실 한미경 대리 인터뷰
 서양물산 정보실 김효진 인터뷰
- 3) 금영철 (2000). 패션정보비즈니스. 패션산업 전략 연구 소, pp. 10-13.
- 4) 라사라 교육 개발원 (2000). 패션의 변천사. (주)라사라 패션정보, pp. 188-192.
- 5) 권수애 외 (2000). 현대사회와 의복. 도서출판 하우. p. 52.
- 6) 안병기 (1998). 패션기업 경영론 어페럴 경영학. 경춘사. pp. 57-64.
- 7) 김현경 (2003). 앞의 논문. p. 2.
- 8) 한소원 (2003). 패션트렌드정보기획 프로세스의 체계화 와 지원도구의 개발. 연세대학교 대학원 박사학위논문. p. 4.
- 9) 04 S/S. 04/05 F/W. Samsung Fashion Trend
 04 S/S. 04/05 F/W. IF Network General Trend Book
 04 S/S. 04/05 F/W. firstviewkorea Season Trend Book
 04 S/S. 04/05 F/W. cft Direction Book