

트렌드 변화에 따른 패션이미지 분석

- 2000년~2006년 국내 여성복을 중심으로 -

박윤아

대구한의대학교 패션·시각디자인학부 조교수

The Analysis on Fashion Image through Change in Trend

- Focusing on Domestic Women's Wear between 2000~2006 -

Yun-A Park

Assistant Prof., Faculty of Fashion and Communication Design, Daegu Hanny University

(2007. 12. 20. 접수; 2008. 2. 11. 채택)

Abstract

This study has examined the shift in fashion styles in Korea by analyzing trends in fashion environment and fashion image by seasons in Korea to understand the domestic fashion flow from 2000 to 2006.

Since 2000, with the well-being trend, polarization of consumption, preference in luxury orientation, and digital revolution, consumers became individualized and detail oriented. They also became smart consumers equipped with information and knowledge in making choice and purchasing products suiting their taste. To satisfy the consumer trend, fashion market also saw changes such as expansion of advanced distribution, totalization of brands, growing of on-line shopping mall, expansion of outdoor-wear market, and formation of masstage(mass+prestage) market.

Fashion images in domestic women's wear since 2000 are analyzed as classic, elegant, minimalism, romantic, bohemian & vintage, ethnic, glam, girlish, kidult, sportive, femiculine, military, and lingerie image. Classic, romantic, and bohemian & vintage are the images that were popular throughout 2000 to 2006. Fashion images of domestic women's wear showed changes in three periods: Sportive image was popular in FW 2002; military image in SS 2003 to SS 2005; and femiculine, glam, and minimalism images in FW 2005 to FW 2006.

Through information and detail-oriented emotion, the wide-ranging acceptance of global trends, the consumer tendency towards purchasing products quickly and conveniently, the speedy supply of trendy products both on-line and in-store, and the evolution of the fashion market towards providing one-stop shopping and a cultural space, different fashion images have all emerged at the same time in Korea. It looks like this phenomenon is set to continue for a while.

Key Words: Fashion environment(패션 환경), Trend(트렌드), Domestic women's wear(국내 여성복), Fashion image(패션이미지)

Corresponding author ; Yun-A Park

Tel. +82-53-819-1537, Fax. +82-53-819-1524

E-mail: yuna@dhu.ac.kr

※ 이 논문은 2006년도 대구한의대학교 기린연구비 지원에 의한 것임

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

인터넷의 보편화와 대중매체를 통한 신속한 정보 전달로 세계 각국의 사회, 문화적 변화는 국내의 사회, 문화 환경에도 영향을 미치며 전 세계는 글로벌화, 첨단화되었다. 해외에서 대두된 트렌드가 국내에도 나타나게 되었고, 소비자들의 욕구는 더욱 다양해져서 자신의 취향에 맞는 제품을 선호하게 되었다. 패션에서도 인터넷을 통해 해외에서 진행된 섬유패션관련 전시회와 패션컬렉션에 관한 정보를 단시간 내에 접할 수 있으며, 보그(vogue)나 엘르(elle) 같은 글로벌 패션잡지를 통하여 세계패션의 흐름을 소비자들이 직접 볼 수 있게 되었다. 이는 국내 소비자들이 다양한 해외 트렌드를 수용하는 속도와 범위가 확대되는 현상으로 이어지게 되었다. 따라서 국내 패션도 매우 다양한 스타일이 동시다발적으로 나타나는 멀티 패션 트렌드 현상이 확대되고 있다. 이러한 현상은 2000년 이후 더욱 많이 보이고 있다. 학계에서도 국내의 트렌드변화, 패션이미지와 패션컬렉션 분석에 대한 연구가 다양하게 진행되고 있는데, 대부분 새롭게 나타난 트렌드와 패션스타일에 대한 연구^{1),2)} 패션트렌드가 반영된 패션이미지와 상품에 대한 연구^{3),4)} 그리고 국내외 컬렉션 분석을 통한 감성이나 스타일에 대한 연구^{5),6),7)} 등이 연구의 많은 부분을 차지하고 있으므로 2000년 이후 국내 패션의 구체적인 변화에 대한 연구가 필요하다고 사료된다. 본 연구의 목적은 2000년부터 2006년까지 국내 패션 환경의 트렌드 변화를 살펴보고 국내에서 대두된 패션이미지의 분석을 통해서 국내패션의 흐름을 파악하고자 한다.

2. 연구범위 및 방법

본 연구의 범위는 첫째, 최근 2000년부터 2006년까지 국내 패션 환경의 트렌드 경향을 조사한다. 둘째, 2000년부터 2006년까지 나타난 패션이미지를 분석한다. 셋째, 패션이미지와 시즌과의 연관성을 조사하여 패션 이미지의 변화추

이를 분석한다.

본 연구를 수행하기 위한 방법은 2000년부터 2006년까지 국내 패션정보업체인 인터패션플레이닝, 삼성디자인연구소에서 제시한 트렌드 자료와 패션관련 신문기사, 인터넷사이트의 정보를 분석 자료로 선정하였다. 이상의 문헌자료와 인터넷자료에서 유행한 패션이미지로 5회 이상 언급된 패션이미지는 세부적인 경향을 중심으로 시즌별로 분류하였다. 특히, 본 연구에서는 2000년 이후 국내에 나타난 세부적인 패션이미지와 시즌과의 연관성 및 변화추이를 정량적으로 살펴보기 위하여 spss 10.0 패키지를 이용한 교차분석, 대응일치분석을 실시하였다.

본 연구는 2000년부터 2006년까지 국내 여성복 패션 이미지와 그 변화를 살펴봄으로써 21C 중반까지 국내 패션의 변화에 대한 기초자료로 이용될 수 있으리라 기대한다.

II. 국내 패션 환경의 트렌드 변화

정치, 경제, 문화와 같은 환경적인 요소와 소비자 의식구조나 라이프스타일과 같은 개인적인 요인의 상호작용에 의해 생활전반의 트렌드가 형성되며, 이것이 패션에 반영된다.⁸⁾ 그러므로 국내 패션 변화에 영향을 주는 패션 환경을 알아보기 위하여 국내 패션에 큰 영향을 준 사회적인 이슈와 소비자의 변화, 패션마켓의 변화, 연도별로 크게 대두된 패션 트렌드를 살펴보았다.

21세기의 시작인 2000년은 IMF 이후로 위축된 경제의식이 회복되기 시작하면서, 소비자들은 유명상표를 선호하거나 고품질과 명품을 지향하는 소비의식이 확산되기 시작하였고, 10~20대 여성의 유행에 대한 의식이 상승하는 경향⁹⁾을 보이기 시작하였다. 패션업계는 선진유통의 확대로 MCS(mega culture store), SPA형 패션전문점, 멀티 컨셉 샵의 신 유통 형태를 중심으로 스트리트 상권이 부상¹⁰⁾하였다. 인터넷의 생활화로 인터넷 쇼핑이 확산되어 인터넷 쇼핑몰과 할인점이 유통의 주역으로 등장하면서 백화점은 고급화 전략, 명품브랜드의 확대와 같은 방안을 모색하기 시작하였다. 국내 패션에서는 럭셔리한 라이프스타일이 지향되면서 모던하고

심플한 클래식 스타일이 보였다. 그리고 사회전반의 캐주얼화에 따른 합리적인 가격의 캐주얼 웨어 선호현상이 지속¹¹⁾되었으며, 스포츠웨어의 영향으로 스포츠 감각의 럭셔리한 스타일이 나타났다.

2001년은 국외적으로는 미국의 9.11 사태, 아프간 전쟁, 중국의 WTO 가입으로 수출에 대한 불안감이 조성되었고, 국내에는 취업난과 주식의 하락으로 부진한 경제상황이 지속되었다. 그러나 디지털정보기술의 발달로 PDA, 인터넷, e-commerce, e-business와 같은 IT(information technology)관련 산업과 문화가 사회전반에 확산되었다. 소비자들은 경기침체로 인해 가치 있는 명품을 구매하려는 소비와 합리적인 저가 생활용품 구매하려는 소비의 양극화 현상이 나타났다. 성공한 20, 30대를 중심으로 뉴 럭셔리(new luxury)세대가 등장하였는데, 이러한 소비자들은 테크놀로지, 첨단성, 스피드를 중시하는 소비경향을 보였다.¹²⁾ 패션마켓에서는 국내 패션 브랜드들의 토털화 및 패밀리화 현상과 패션브랜드들의 타업태와의 제휴를 통해 복합 소비 공간을 형성함으로써 윈스톱 쇼핑이 확산되었다. 해외브랜드의 도입이 급증하였고, 영 마켓, 데님 마켓이 활성화되는 경향을 보였다. 국내 패션은 빈티지 트렌드와 로맨틱 스타일이 부각되었다. 밀리터리 이미지는 카무플라주(camouflage) 프린트와 사파리 스타일로 전개되었다.

2002년은 대선, 월드컵, 개인 신용불량자 급증 등, 사회문화적으로 많은 변화가 있었다. 특히, 월드컵은 자유롭고 개방적인 글로벌 트렌드를 자연스럽게 수용하고 선택적이고 주도적인 소비자로 변화시키는 계기가 되었다.¹³⁾ 고급화와 럭셔리 트렌드는 더욱 확산되어 새로운 엘리트층인 보보스(bobos: bourgeois bohemian)족¹⁴⁾이 대두되었으며, 이들은 명품지향, 가치지향적인 소비를 선호하였다. 스피드와 첨단기술에 노출된 디지털 세대를 중심으로 최신의 상품을 빨리 구입하여 사용하려는 얼리 어답터(early adapter)족¹⁵⁾과 인터넷이나 전화로 집에서 쇼핑을 해결하려는 코콘(cocoon)족¹⁶⁾과 같은 새로운 소비 트렌드가 대두되었다. 2002년은 소비자의 가치관과 패션의식이 급변하고, 소비자가 스타일과 감성에 대한 기대치가 높아진 시기이다. 패션마

켓은 아울렛매장이 활성화되었고 대형할인점의 급속한 확대와 더불어 유통의 디지털화를 통해 TV 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑몰이 고도성장한 시기이기도 하다. 중국의 WTO 가입과 한류 열풍으로 패션업계의 중국진출이 본격화되었으며, 해외기업의 국내 직진출 현상도 보였다. 금융권의 주 5일 근무제, 대기업의 복장자유화 바람으로 레저와 스포츠에 대한 접근이 커지면서 아웃도어 웨어와 피트니스 웨어 시장의 확대를 가져왔고, 감성캐주얼 중심으로 캐주얼 시장이 확대되었다. 국내 패션은 70년대 낭만적인 히피, 보헤미안 트렌드가 가장 두드러지게 나타났는데 여성적인 디테일과 수공예적인 장식, 각 아이템들이 믹스매치(mix & match)되어 착장되는 경향을 보였다. 월드컵 붐을 타고 스포티즘 트렌드가 대두되면서 캐포츠(caports)룩이 10대에서 30대에까지 받아들여지기도 하였다.¹⁷⁾

중국의 부상으로 섬유를 비롯한 수출 시장의 약화, 청년실업문제와 신용카드의 규제로 20~30대의 소비가 급격히 줄어들면서 2003년은 경제적으로 매우 어려운 시기였다. 그러나 사회적으로 대두되기 시작한 웰빙(well-being)¹⁸⁾ 트렌드는 일상생활에 급속히 확산되어 건강, 레저, 스포츠 뿐만 아니라 외모에 대한 관심을 증대시켰으며, 웰빙 트렌드와 함께 오가닉(organic)트렌드와 로하스(lohas: lifestyle of health and sustainability)¹⁹⁾ 트렌드가 부상하면서 소비자는 자연친화적인 삶, 가족중심, 개성중시, 편리성을 추구하는 경향이 두드러졌다. 20대 소비자들을 중심으로 동심에 대한 동경으로 재미와 유희함을 추구하는 키덜트족²⁰⁾, 핸드메이드와 커스터마이즈(customize) 지향의 D.I.Y(do it yourself)족과 같은 다양한 소비자 성향이 나타났다. 패션마켓은 역신장하는 패션업체와 중단하는 브랜드가 속출하였고, 이랜드의 브랜드 인수 등, 브랜드간의 M&A가 잇달았으며 패션아울렛 타운, 스트리트형 패션몰 개발이 활성화 되었다. 고가 진 캐주얼과 캐릭터 여성복의 블랙라벨 제품출시와 같은 고급화 현상이 나타났다. 국내 패션은 몇 시즌 동안 강세를 보인 보헤미안 트렌드가 잠시 쇠퇴하면서 50년대 레트로, 브리티시(british)풍의 현대화된 클래식 트렌드, 60년대 풍의 미니멀리즘을 반영한 스타일이 대두되었다. 트레이닝복으로 대표

되는 캐포츠 룩이 급속히 확산되었으며, 밀리터리 룩은 여성스러운 스타일로 진화하였다. 걸리쉬 룩과 80년대의 남성적이고 핑크적인 스트리트 패션이 대두되었고, SS에는 란제리 룩으로 여성들의 노출이 증가하였다.

2004년은 수년간 할인된 가격에 눈높이를 맞춘 소비자들은 합리적인 가격과 품질을 선호하면서 대중적 명품을 지향하는 매스티지(mass+prestige)가 신 소비 트렌드로 부상하였고, 노 디자인(no-design), 노 로고(no-logo)를 주장하며 자기만의 스타일을 창출하는 노노스(nonos)족²¹⁾과 명품 속에서 뛰어나와 자신의 스타일을 추구하는 차브(chave)족²²⁾이 신 소비계층으로 나타났다. 남성들도 패션과 외모에 관심을 보이면서 메트로 섹슈얼이 대두되었다. 패션마켓은 주 5일근무제가 도입되면서 아웃도어 시장은 40%의 성장을 보였다. 여성복은 캐릭터 감성의 럭셔리 마켓과 합리적인 가격의 매스 마켓으로 극단적인 양극화가 지속되었고, 고가 진 브랜드를 비롯하여 해외수입브랜드가 국내 패션시장의 46% 이상을 차지하였다. 중국으로 진출한 패션업체도 40여개로 패션업계의 중국진출이 더욱 활발해졌으며 국내 패션업계는 브랜드의 라인을 여러 방면으로 확대시키는 메가 브랜드화 경향이 나타났다.²³⁾ 국내 패션은 50년대 레트로의 엘레강스하고 클래식한 트렌드가 지속되었고, 자연주의가 가미된 로맨틱시즘도 대두되었다. 이외에도 브리티시풍의 스타일, 히피, 빈티지 스타일, 섹시한 트레이닝 팬츠, 속옷 같은 란제리 룩도 지난 시즌에 이어 지속적으로 보였다. 국내 패션에서 드라마의 영향이 두드러졌는데, ‘파리의 연인’의 볼레로 자켓과 ‘풀하우스’의 미니스커트, 란제리 룩, ‘미안하다 사랑한다’의 어그부츠를 들 수 있다.²⁴⁾

2005년도에 접어들면서 2년 이상 지속되어온 웰빙 트렌드는 직접 체험하는 웰빙, 웰루킹(well-looking)의 개념으로 진화하였다. 선택과 집중형 소비, 최상의 품질과 최저의 가격을 추구하는 성향과 감동적인 제품을 골라 구입하는 감성적인 소비문화가 확산되었다.²⁵⁾ 싸이, 블로그나 UCC와 같은 디지털 매체를 통해 자신을 표현하는데 익숙한 업로드(up-road)형 세대²⁶⁾의 등장과 컴퓨터와 휴대폰 등 유비쿼터스(ubiquitous) 환경을

이용하여 외부와 소통하는 21세기 유비 노마드(ubi-nomad)족²⁸⁾은 바쁘게 활동하면서 간편하고 자유로운 삶을 즐기려는 트렌드를 부각시켰으며 싱글문화를 가속화시켰다. 패션마켓은 브랜드 경쟁력 및 로열티 확보를 위한 메가 숍(mega shop)이 확대되었고, 빠른 상품회전력과 가격경쟁력을 장점으로 내세운 보세의류의 패스트(fast) 패션이 중저가 패션시장에 크게 부각되었다. 휘라 코리아의 본사 인수, 성주디앤디의 MCM 인수 등, 패션 대기업의 글로벌 전략이 본격화되었다.²⁹⁾ 제 3의 유통이라고 불리는 무점포 판매(non-store retailing)가 빠르게 진화하여 인터넷 쇼핑과 TV홈쇼핑의 패션제품 판매비중이 크게 늘어났다. 국내 패션은 화려한 로맨틱시즘, 보헤미안 트렌드가 집시와 빈티지한 감성으로 다시 부각되었다. 에스닉 무드의 강세가 두드러졌는데 SS는 아프리카에서 영감을 얻은 프린트나 액세서리가 많이 나타났으며, FW는 제정 러시아 시대의 군복에서 영감을 얻은 러시아 룩이 부상하였다.

2006년의 패션 환경을 살펴보면, 소비자들이 제품을 선택하는 폭이 점차 다양해지고 제품선택에 대한 자신감도 점차 높아져, 자신의 개성과 라이프스타일을 고려한 소비를 지향하게 되었다. 제품의 정보를 통해 저비용, 고품질 상품이나 혁신적인 디자인과 제품을 사용하고자하는 하이제니아(hygenia)족³⁰⁾과 소비자가 제품개발에 직간접적으로 참여하는 프로슈머(prosumer), 자신의 취향에 맞게 제품을 창조하는 크리슈머(cresumer), 인터넷 쇼핑의 증가로 사용한 경험이 있는 소비자의 의견을 참조하여 제품을 구매하는 트윈슈머(twinsumer)와 같이 제품에 대한 최신 정보와 지식을 겸비한 신 소비계층이 나타났다. 패션마켓은 신규브랜드 런칭의 위험을 줄이기 위해 기존브랜드의 리뉴얼과 리런칭 경향을 보였다. 트렌드를 빠르게 감지하여 고감도의 제품을 낮은 가격에 제공하는 포스트 웰러티 프라이스(quality price)마켓이 각광을 받으면서 SPA형 트렌디 캐주얼 시장이 활성화되었다. 고도성장하고 있는 인터넷 쇼핑몰과 온라인 쇼핑몰도 스타샵, 패션커뮤니티 및 블로그 쇼핑 등을 통해 고객의 참여기회를 강화하면서 고급화, 감성화 하는 경향³¹⁾을 보였다. 패션브랜드들의

<표1> 국내 패션 환경 트렌드 변화

trend 연도	Consumer	Market	Fashion
2000	<ul style="list-style-type: none"> · 고품질, 명품지향의 소비의식 확산 · 10~20대 여성의 유행의식 상승 	<ul style="list-style-type: none"> · MCS, SPA, multi 샵의 스트리트 상권 부상 · 인터넷쇼핑몰, 할인점 유통의 주역으로 등장 · 백화점의 고급화 방안 모색 	<ul style="list-style-type: none"> · 럭셔리, 모던 심플 클래식 · 캐주얼웨어 선호현상
2001	<ul style="list-style-type: none"> · IT산업과 문화의 확산 · 소비의 양극화 현상 대두 · 20~30대 뉴 럭셔리 세대 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 패션브랜드의 토털화, 패밀리화 · 패션브랜드의 타입태와의 제휴 · 해외브랜드 도입 급증 · 영마켓, 데님마켓 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> · 빈티지 트렌드 대두 · 로맨틱 스타일 부각 · 카무플라주의 밀리터리룩 전개
2002	<ul style="list-style-type: none"> · 럭셔리 트렌드의 확산으로 보보스족 대두 · 소비자의 패션의식 향상 · 얼리 어답터족, 코콘족 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 아울렛매장 활성화 · TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑의 고도성장 · 패션업체의 중국진출 본격화 · 아웃도어, 캐주얼 시장의 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 70년대 히피 보헤미안 트렌드 확대 · 스포티즘, 캐프츠룩 확산
2003	<ul style="list-style-type: none"> · 웰빙 트렌드, 사회전반으로 확산 · 오가닉, 로하스 트렌드 대두 · 키덜트족, D.I.Y족 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 패션브랜드 중단 및 M&A · 패션아울렛타운 및 스트리트형 패션몰 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> · 50년대 클래식, 60년대 미니멀리즘 · 트레이닝룩, 여성스러운 밀리터리룩, 걸리쉬룩, 란제리룩
2004	<ul style="list-style-type: none"> · 매스티지 트렌드 부상 · 매트프로섹슈얼 대두 · 노노스족, 차보족 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 주5일근무제로 아웃도어 급성장 · 해외수입브랜드 국내패션시장의 46% 차지 · 패션업체의 중국진출 활성화 · 패션업체의 메가 브랜드화 경향 	<ul style="list-style-type: none"> · 50년대 엘레강스, 클래식 지속 · 자연주의 로맨틱시즘 · 브리티시, 히피, 빈티지, 란제리룩, 트레이닝룩 지속 · 국내 패션에서 드라마의 영향
2005	<ul style="list-style-type: none"> · 체험하는 웰빙, 웰루킹으로 진화 · 감성적 소비문화 확산 · 업로드형 세대, 유비노마드족 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 중저가 패스트(fast) 패션의 부각 · 패션대기업의 글로벌 전략 본격화 · TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑에서의 패션 제품 판매비중 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · 보헤미안 빈티지 트렌드 다시 부각 · 아프리카, 러시아 풍의 에스닉 강세
2006	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자의 개성에 맞는 소비지향 · 하이체니아족, 프로슈머, 크리슈머, 트윈슈머 등장 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존브랜드의 리뉴얼, 리런칭 확산 · SPA형 트렌드 캐주얼 활성화 · 인터넷 쇼핑몰과 온라인 쇼핑몰의 고급화, 감성화 · 문화마케팅의 부상 	<ul style="list-style-type: none"> · 네오미니멀리즘 대두 · 70,80년대 글래머러스 룩 부활 · 브리티시풍의 클래식 빈티지 대두

매장공간을 갤러리로 활용하는 새로운 문화마케팅이 부상하였다. 패션 트렌드는 2000년 이후 뉴 밀레니엄의 긍정적인 영향 속에 화려한 색상과 디테일의 영향에서 벗어나, 네오미니멀리즘(neo-minimalism)이 대두되었다. 70, 80년대 글래머러스한 록(rock)스타일은 블랙컬러, 스키니 팬츠, 레깅스와 같은 80년대에 유행한 아이템들로 부활하였다. 코트를 중심으로 브리티시풍의 클래식 빈티지가 대두되었다.

<표1>은 국내 패션 환경 변화에 영향을 준 트렌드를 소비자, 마켓, 패션으로 구분하여 제시한 것으로, 2000년부터 2006년까지 소비자들의 감성은 점차적으로 세분화, 다양화되었고, 디지털 환경의 영향으로 제품에 대한 정보와 편리한 구

매를 추구하는 경향이 두드러졌다. 마켓도 이러한 소비자들의 요구에 맞도록 패스트 패션, 브랜드의 토털화 및 글로벌화가 진행되었고, 패션 제품의 온라인 유통의 확대되었으며, 럭셔리, 스포티브, 레트로, 보헤미안, 빈티지 패션이 이 시기 동안 크게 부각되었음을 알 수 있다.

III. 국내 패션이미지 분석

1. 패션이미지 분석

2000년부터 2006년까지 문헌자료와 인터넷자료에서 유행한 패션이미지로 5회 이상 언급된 패

<표2> 국내 여성복 패션이미지

	00 SS	00 FW	01 SS	01 FW	02 SS	02 FW	03 SS	03 FW	04 SS	04 FW	05 SS	05 FW	06 SS	06 FW
Classic	← classic & luxury (formal & simple) →						retro classic (50's)	retro classic (50's)	retro classic (50's)	retro classic (20's)	retro classic (20's)	retro classic (50's)		classic vintage (british)
Elegance							feminine elegance (50's)	british	retro classic (50's)	british	feminine elegance (20's)	feminine elegance (50's)		feminine elegance
Minimalism							← retro minimalism (60's) →						retro minimalism (60's)	retro minimalism (0's)
Romantic			victorian	romantic	folklore	peasant	sweet	vintage	feminine (20's)	vintage	girlish romantic		neo romantic (80's)	
Bohemian & Vintage		vintage		vintage	hippie bohemian (70's)						hippie bohemian (70's)			
Ethnic				tylole	latin american	moroco					africa		russia	
Glamour							sexy glamour (80's)	sexy	punk mannish (80')			rock glamour (80's)		rock glamour (80's)
Girlish			← naive & pretty girlish →					cute girlish	school girl	romantic girlish				
Kidult				kidult		kidult		kidult		kidult				
Sportive	modern city sportive		caports		caports	caports	training	training	training	caports				
Military	military		military						utility					
Femiuline														
Lingerie							lingerie		lingerie		femculine			

션이미지를 세부적인 경향을 중심으로 각 시즌 별로 분석한 결과 <표2>와 같이 클래식, 엘레강스, 미니멀리즘, 로맨틱, 보헤미안 & 빈티지, 에스닉, 글램, 걸리쉬, 키덜트, 스포티브, 페미쿨린, 밀리터리, 란제리 이미지로 분석되었다<그림1>.

1) Classic Image

클래식 이미지는 어덜트(adult) 여성층에서 많이 보였다. 2000년대 초반의 클래식 이미지는 럭셔리하고 심플한 스타일로 나타났다. 소프트 캐주얼 정장의 박스 재킷이 팬츠 또는 무릎길이의 스커트와 착용되었다. 2003 SS부터는 50년대 패션에서 영향을 받은 레트로 클래식 스타일이 대두되기 시작하면서, 2004 FW까지 피트 앤 플

레이(fit & flare)라인과 로우 웨이스트의 H라인 원피스, 플리츠스커트, 샤넬풍의 트위드 재킷, 허리가 들어간 테일러드 재킷과 같이 20~50년대의 레트로 클래식 이미지가 많이 나타났다. 2003 FW부터 부각되기 시작한 브리티시 스타일은 타탄체크, 헤링본, 하운드투스 등의 클래식 패턴과 트렌치코트, 더플코트에 현대적으로 해석되어 나타났다. 특히, 국내에서는 클래식한 트위드 재킷이 캐주얼한 진(jean)과 함께 코디되어 클래식 스타일의 일반적인 틀을 벗어난 믹스 & 매치 착장 경향을 보였다. 2006 FW의 브리티시 스타일은 체크나 하운드투스 패턴의 허리를 묶는 코트를 중심으로 빈티지한 분위기로 전개되었다. 이상에서 국내에서 유행한 클래식 이미지는 크게 3가지로 분석할 수 있는데, 럭셔리하고

심플한 스타일, 20~50년대의 전통적인 레트로 클래식 스타일, 브리티시 스타일이다.

2) Elegance Image

엘레강스는 우아함, 고상함, 단정함 등, 품위 있는 이미지를 지향하는 클래식한 감성의 패션을 말하는데 넓게는 여성적인 아름다움을 지향하는 페미닌룩(feminine look)을 창출하는 패션³²⁾을 말한다. 2003 SS에 부각된 엘레강스 이미지는 여성스러운 50년대 레트로 스타일이 주를 이루었으며, FW에는 벨벳, 모피(fur)가 많이 사용되어 럭셔리한 경향을 보였다. 모피는 데님, 가죽 소재와 부분적으로 매치되거나 짧고 좁아진 실루엣으로 전개되어 젊은 층에서도 많이 착용되었다. 2004 FW에는 40, 50년대의 레이디 라이크(lady like) 스타일이 지속적으로 보였으며 드레이프와 광택 소재, 레이스가 이용되어 호화롭고 장식적으로 표현되었고, A라인의 플레어스커트와 H라인 펜슬스커트가 공존하면서 전개되었다. 전반적으로 엘레강스 이미지는 클래식 이미지와 상호 영향을 주면서 20~50년대의 레트로 경향의 럭셔리한 스타일이 많이 보였다.

3) Minimalism Image

2003년부터 다시 대두되기 시작한 미니멀리즘 이미지는 2004 FW까지 앙드레쿠레쥬 스타일, 모즈 룩(mods look)과 같이 60년대 패션에서 영향을 받은 모던한 스타일이 보였다. A라인의 미니스커트, 하프코트, H라인의 미니원피스, 솔칼라, 빅버튼, 7부 소매, 기하학 프린트와 같이 미니멀리즘을 반영한 단순한 스타일이 대표적이다. 특히, 미니스커트는 젊은 층뿐만 아니라 어덜트 층에서도 확산되는 현상을 보였다. 2006 SS부터 대두된 미니멀리즘은 블랙과 그레이 컬러, 절제된 장식의 세련된 정장풍의 네오미니멀리즘(neo-minimalism)으로 나타났다. 2006 FW는 코트를 중심으로 많이 대두되었는데 디테일이 줄어들고, 60년대의 트라페즈, 오벌, 볼륨 실루엣으로 전개되었다. 이상에서 국내에서 유행한 미니멀리즘은 1990년대 말 여성성을 없애고 무채색만을 위주로 한 딱딱한 스타일의 미니멀리즘과는 달리, 60년대 레트로 패션에서 영향을

받은 스타일과 세련된 네오미니멀리즘 스타일이 보였다.

4) Romantic Image

2001 FW부터 지속적으로 보인 로맨틱 이미지는 호화로운 장식이 가미된 빅토리안 스타일과 소녀적인 스타일로 대두되었으며, 초기에는 플라워 프린트 등을 이용한 단순한 스타일이었으나 점차적으로 디자인이나 디테일도 로맨틱하게 전개되었다. 2002 FW에는 포클로어(folklore), 나이브(naive), 빈티지(vintage) 느낌으로 제안되었으며, 2003 SS부터는 젊은 층에서는 귀여운 소녀풍이나 농부(peasant) 스타일, 어덜트 층에서는 극도로 여성스러운 스타일로 나타났다. 웰빙과 친환경주의의 영향으로 코튼, 실크, 린넨 등의 천연소재와 새틴, 쉬폰과 같은 얇은 소재 그리고 꽃, 과일, 풍경 등의 패턴과 화사하고 밝은 컬러 등이 이용되었다. 2000년 이후 로맨틱 이미지는 1990년대의 미니멀리즘을 대신할 수 있는 맥시멀(maximal)한 패션이미지라고 할 수 있다.

5) Bohemian & Vintage Image

2001년 9.11 사건 이후 전 세계적으로 유행한 보헤미안 & 빈티지 이미지는 국내에서도 나타나기 시작하였다. 2001 FW에는 빈티지한 머플러와 뱀거지 모자 등 패션 액세서리에서 보이기 시작하였다. 2002 SS부터 집시(gypsy)와 노마드(nomad) 트렌드가 부상하면서 초반기의 보헤미안 스타일은 30년대의 우아함과 70년대의 히피(hippie)이미지가 접목되어 빈티지(vintage)하고 에스닉(ethnic)한 스타일로 전개되었다. 민속풍 자수와 수공예적인 디테일, 여성스러움이 강조된 루즈하고 헐렁한 스타일의 아이템이 레이어드 되어 착용되어졌다. 2003 FW부터 2004 SS는 클래식의 강제로 보헤미안 스타일이 잠시 쇠퇴하였으나, 2004 FW부터 2005 FW에는 드라마 '아일랜드', '패션 70'의 영향으로 보헤미안 & 빈티지 스타일이 다시 나타났으며, 이국적인 블라우스, 털실로 짠 긴 목도리, 폭넓은 풀 스커트(full skirt), 크로체 니트(crochet knit), 자수 장식이 많이 보였다. 보헤미안 & 빈티지 이미지는 에스닉 이미지에 분류되기도 하지만, 2000년 이

후 국내 패션에서 장기간 유행한 패션이미지로써 에스닉과 구분하여 제시하는 것이 바람직할 것으로 사료되며, 믹스&매치, 레이어링 등 다양한 착장스타일을 제안하면서 로맨틱 이미지와 함께 21C 중반까지 대표적인 패션이미지라고 할 수 있다.

6) Ethnic Image

에스닉 이미지는 2002 FW에는 티롤(tyrol)과 라틴 아메리카 민속풍의 로맨틱하고 수공예적인 자수, 북유럽의 노르딕(nordic) 패턴이 주로 보였다. 2003 SS에는 인디안(indian), 중앙아메리카, 모로코, 중국의 민속풍에서 영향을 받은 스타일이 보였다. 특히, 모로코(morocco)풍의 바지가 밀리터리한 감성이나 로맨틱한 감성으로 재해석되어 나타났다. 2005 SS에는 아프리카나 인도의 에스닉이 강세였으며, 주로 강렬한 느낌의 투톤 컬러 프린트, 나무소재의 원색 액세서리, 아프리카 민속의상이 우아하면서도 야성적인 느낌으로 제안되었다. 2005 FW에는 동유럽의 러시아 에스닉이 강세를 보였다. 러시아 민속풍의 이지 블라우스, 러시아 장교복을 연상시키는 밀리터리 재킷, 황금빛의 정교한 자수, 벨벳, 모피, 비즈 장식으로 고급스럽고 우아한 스타일이 전개되었다. 2000년 이후의 에스닉 이미지는 글로벌화와 첨단화로 인해 트렌드를 수용하는 속도와 범위가 확대됨으로써 모로코, 아프리카, 러시아 무드가 국내 패션에서도 광범위하게 받아들여졌다.

7) Glam Image

2003 SS부터 보이기 시작한 글램 이미지는 탑(top), 시스루(see-through), 초미니, 핫팬츠와 같이 80년대의 관능적인 섹시 스타일과 글래머러스하고 럭셔리한 스타일이었다. 2003 FW는 80년대 패션에서 영향을 받은 Y실루엣의 다양한 재킷과 타이트한 레깅스, 스키니 팬츠가 보이기 시작하였다. 2005 FW부터는 80년대 록(rock) 스타일이 더욱 부각되어, 스키니 팬츠, 블랙재킷, 빈티지한 베스트(vest)가 강세를 보였다. 2006 FW에는 스펅글, 메탈릭 소재, 넓은 벨트, 오픈

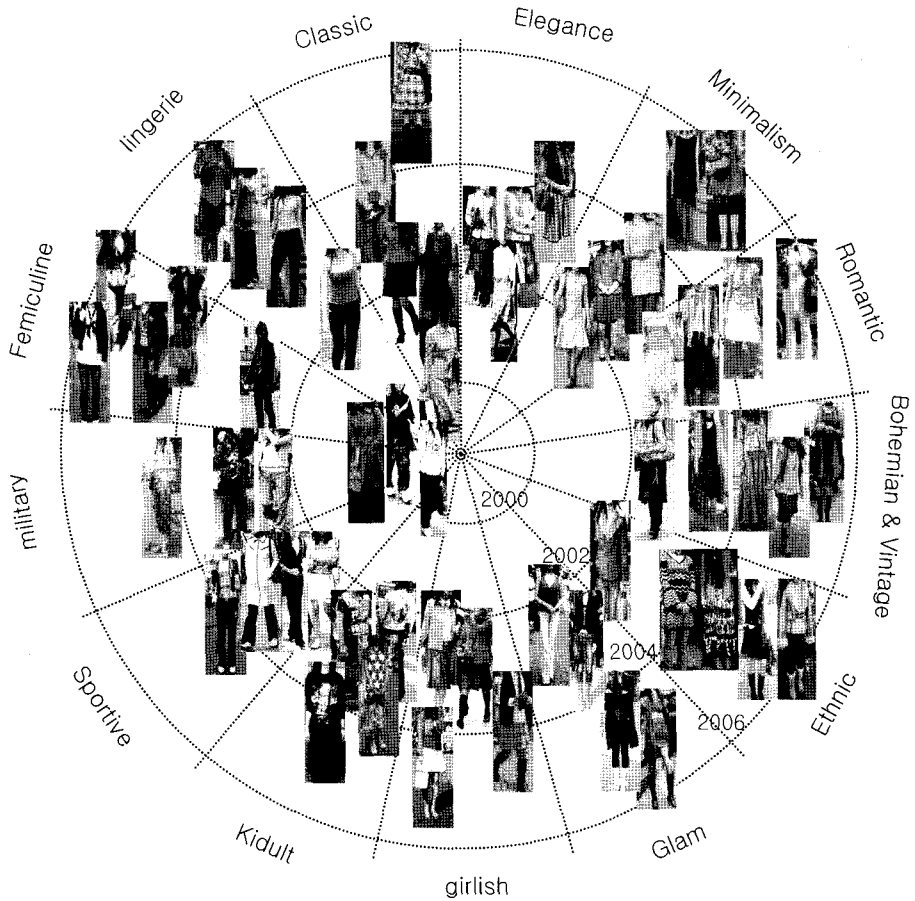
솔더의 저어지(jersey) 아이템이 많이 보였으며, 레이어드로 착용되거나 섹시한 느낌으로 전개되었다. 21C 중반부터 부각된 글램 이미지는 섹시하고 관능적인 이미지와 빈티지한 80년대의 록(rock)스타일이 여성적으로 해석되어 나타났다.

8) Girlish Image

2001 FW에 보이기 시작한 걸리쉬 이미지는 2002 SS에는 로고 티셔츠, 미니스커트, 핫팬츠, 오버롤(overall) 스커트와 같은 스포티한 캐주얼 스타일로 전개되었다. 2003 SS에는 프릴, 리본, 레이스 등의 디테일이 사용되어 순수하면서도 쿼트한 이미지로 나타났는데, 바지위에 치마를 착용하거나 티셔츠를 겹쳐 입는 레이어드 착장이 증가하였다. 2003 FW부터 2004 FW에는 브리티시풍의 영향으로 미니 플리츠스커트, 아가일 체크 스웨터, 무릎까지 오는 니삭스(knee socks)를 매치한 스쿨 룩(school look)이 크게 부각되었다. 2005 SS에는 로맨틱과 레트로의 영향으로 짧고 부드러운 재킷, 볼레로 가디건, 잔주름의 블라우스, 개더스커트, 크롭프트(cropped)팬츠, 롤 업(roll-up)진과 같은 소녀풍의 낭만적인 스타일이 보였다. 국내에 보인 걸리쉬 이미지는 미니스커트의 착용과 마찬가지로 10대뿐만이 아니라 20~30대 소비자까지도 확대³³⁾되었는데 이는 건강과 젊음을 추구하는 사회적인 영향으로 사료된다.

9) Kidult Image

키덜트(kidult)란 키즈(kids)와 어덜트(adult)의 합성어으로써 어린 아이 같은 어른³⁴⁾이라는 의미이다. 2000년대 이후 대두된 퍼놀로지(funology: fun+technology) 트렌드는 패션, 전자, 인테리어 등 다양한 방면에서 유머러스한 디자인으로 제안³⁵⁾되었는데, 키덜트 이미지는 이러한 퍼놀로지가 패션으로 해석된 한 형태이다. 2002 SS부터 키덜트 이미지가 젊은 층 사이에 확산되기 시작하였다. 유머러스한 디자인, 경쾌한 원색, 팝아트 등이 인기를 모으면서 만화캐릭터와 일러스트(illustration) 티셔츠, 로고 티셔츠 등이 보였다. 키덜트 이미지는 티셔츠를 중심으로 2002



<그림1> 국내 여성복 패션이미지

년부터 2005년까지 SS에 주로 부각된 패션이미지이다.

10) Sportive Image

사회전반의 캐주얼화로 스포츠 캐주얼룩이 확산되기 시작하면서 2000 SS부터 2002 SS에는 베이직한 스포츠 캐주얼 스타일과 힙합 스타일이 보였다. 2002 SS 월드컵 열풍은 스포츠 룩을 더욱 확산시키는 계기가 되어, 혈령한 운동복 같은 트레이닝복, 바지 옆선에 라인을 넣은 아디다스 룩이 나타났다. 2003 SS부터는 본격적으로 트레이닝 스타일이 보였는데, 트레이닝 룩은 캐포츠룩, 복서룩, 모터사이클룩, 요가룩으로 확대되었다. 트레이닝 스타일은 디자인의 변화도

다양하였는데, 2003 SS에는 섹시한 스타일과 반짝이는 소재가 이용되었고, 2004 SS에는 짧은 층을 중심으로 트레이닝 바지가 피트해지고 골반에 걸쳐지는 섹시한 스타일로 전개되었다. 이러한 트레이닝 바지는 짧은 블루종과 함께 착용되는 등, 다른 아이템과 코디되어 패션화 경향이 두드러졌다.³⁶⁾ 스포티브 이미지가 웰빙과 주 5일 근무, 피트니스, 웰루킹(well-looking) 등에 영향을 받아 패션화, 럭셔리화 되면서 단순한 운동복이 아닌 패션의 일부분으로 정착된 것은 2000년 이후 패션의 큰 변화라고 하겠다.

11) Military Image

2000 FW의 밀리터리 이미지는 군복의 영향을

받은 카무플라주(camouflage)패턴의 디자인이 대부분이었고, 2001 FW에는 트렌치 코트(trench coat)를 중심으로 밀리터리 이미지가 유행하였다. 그러나 2003 SS부터 2005 SS에 보인 밀리터리 이미지는 남성적인 느낌이 다소 부드러워지고, 빈티지한 느낌과 믹스되어, 여성스러움을 강조한 실루엣으로 나타났다. 유니폼(uniform), 작업복의 디테일이 도입되었고 밴딩, 테이프, 버클 등의 장식이 가미된 카고(cargo)팬츠 스타일이 보였다. 상의는 블루종, 범버 재킷(bomber jacket), 사파리 점퍼(safari jumper)와 같이 스포티하면서 밀리터리한 스타일이 여성스럽고 부드럽게 해석되면서, 섹시한 이미지로 전개되었다. 2000년 이후의 밀리터리 이미지는 남성적 경향에서 벗어나 로맨틱, 빈티지 이미지와 혼합되어 부드럽고 여성적인 스타일로 대중적으로 받아들여졌다.

12) Famiculine Image

페미쿨린 이미지는 2003 FW에는 남성적이면서 섹시한 스타일의 스트라이프 슈트와 셔츠가 보였으며, 젊은 층에서는 80년대 스트리트 펑크적인 남성적인 스타일이 부각되면서 낡은 듯 한 가죽점퍼와 테일러드 재킷 스타일이 조금씩 나타나기 시작했다. 2005 FW에는 글램 이미지의 영향으로 강하고 엄격함이 느껴지는 스타일에 여성스러운 디테일이 가미된 턱시도 스타일, 가죽점퍼, 길이가 짧아진 테일러드 재킷으로 전개되었고, 슬림한 스키니 팬츠, 팬슬 스커트, 레깅스등과 착용되었다. 페미쿨린 이미지는 2005 FW의 글램 룩, 2006 SS 네오미니멀리즘과 함께 스키니 팬츠, 레깅스, 그레이와 블랙 컬러를 중심으로 21C 중반부터 부각된 패션이미지이다.

13) Lingerie Image

란제리 이미지는 속옷을 겉옷처럼 착용하는 것을 말한다. 국내에서 란제리 이미지는 글램 이미지, 스포티즘, 노출패션의 영향으로 2003 SS부터 여름에 많이 보였다. 란제리 이미지는 속옷모양의 캐미솔, 튜브톱, 탱크톱, 비대칭 원 솔더 톱, 오프 솔더, 홀터 넥 스타일로 전개되면서 주로 레이어드되어 착용되는 경향을 보였다. 80

년대 스타일의 영향으로 V 네크라인의 클리비지 룩(cleavage look)이 나타났고, 2005 SS에는 로맨틱 히피풍의 영향으로 섹시함에서 벗어나, 활동성과 귀여움이 가미된 하늘거리는 원피스형 란제리가 짧은 재킷과 레이어드 되어 착용되었다. 란제리 이미지는 SS시즌에 집중적으로 보였는데 과거에는 여성들의 노출은 부정적인 의미가 강했으나, 웰빙과 웰루킹의 영향으로 건강함을 당당하게 드러내는 긍정적인 표현으로 해석되고 있다.

이상과 같이, 2000년부터 2006년까지 패션은 클래식과 엘레강스 이미지에서의 럭셔리 경향을 보였고 웰빙과 건강에 대한 관심, 주 5일 근무제로 걸리쉬나 키덜트 이미지와 같은 캐주얼한 스타일과 스포티한 이미지가 확산되었다. 그리고 40, 50년대의 클래식과 엘레강스, 60년대의 모던 미니멀, 70년대의 보헤미안과 히피, 80년대의 글램에 이르기까지 다양한 레트로 패션이 지배적으로 나타났다. 글로벌화와 첨단화로 해외 트렌드를 수용하는 속도와 범위가 확대됨으로써 에스닉 이미지는 국내 패션에서도 다양하게 전개된 것을 알 수 있다.

2. 패션이미지의 시즌별 변화

2000년부터 2006년까지 국내 여성복에서 나타난 세부적인 패션이미지와 시즌과의 연관성 및 변화추이를 정량적으로 살펴보기 위하여 spss 10.0 패키지를 이용한 교차분석, 대응일치분석을 실시하였다.

<표3>과 <그림2>에서 보는 바와 같이 2000년 SS부터 2006년 FW까지 국내에서 유행한 106개의 패션이미지와 시즌과의 교차분석 결과, 2000 SS~ 2002 FW, 2003 SS~2005 SS, 2005 FW~2006 FW로 3 기간으로 구분하였을 때 X^2 값이 38.393 (P-value=0.032)로 국내에서 나타난 패션이미지의 변화가 있는 것으로 나타났다.

2000 SS부터 2006 FW까지 나타난 패션이미지를 전체적으로 살펴보면, 클래식과 빈티지 & 보헤미안 이미지가 각각 12.3%로 가장 많이 나타났다. 다음으로 스포티브(11.3%), 밀리터리(11.3%), 로맨틱(10.4%), 미니멀리즘(7.5%), 걸리쉬(7.5%), 에스닉(5.7%), 페미쿨린(5.7%), 키덜트(4.8%), 엘

<표3> 패션이미지와 시즌과의 교차분석

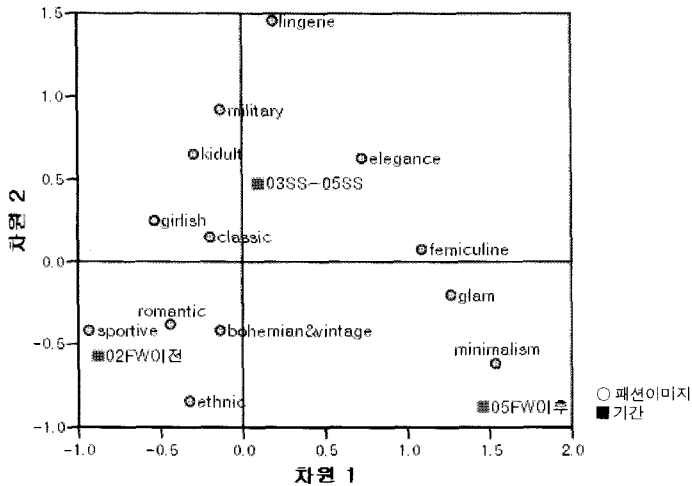
패션이미지 \ 시즌	00 SS~02 FW	03 SS~05 SS	05 FW~06 FW	합계(%)	χ^2 (P-value)
classic	4(13.3)	8(12.9)	1(7.1)	13(12.3)	38.393* (0.032)
elegance	0(0.0)	4(6.5)	1(7.1)	5(4.7)	
minimalism	0(0.0)	4(6.5)	4(28.6)	8(7.5)	
romantic	5(16.7)	5(8.1)	1(7.1)	11(10.4)	
bohemian & vintage	5(16.7)	6(9.7)	2(14.3)	13(12.3)	
ethnic	3(10.0)	2(3.2)	1(7.1)	6(5.7)	
glam	0(0.0)	3(4.8)	2(14.3)	5(4.7)	
girlish	3(10.0)	5(8.1)	0(0.0)	8(7.5)	
kidult	1(3.3)	3(4.8)	0(0.0)	4(4.8)	
sportive	7(23.3)	5(8.1)	0(0.0)	12(11.3)	
femiculture	0(0.0)	4(6.5)	2(14.3)	6(5.7)	
military	2(6.7)	10(16.1)	0(0.0)	12(11.3)	
lingerie	0(0.0)	3(4.8)	0(0.0)	3(2.8)	
합계	30(100.0)	62(100.0)	14(100.0)	106(100.0)	

* p<.05

레깅스(4.7%), 글램(4.7%), 란제리(2.8%) 이미지 순으로 나타났다. 각 기간별로 패션이미지의 변화된 세부사항을 살펴보면 다음과 같다<그림3>.

2000 SS~2002 FW에서는 스포티브 이미지가 23.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 로맨틱(16.7%), 보헤미안 & 빈티지(16.7%), 클래식(13.3%),

에스닉(10.0%), 걸리쉬(10.0%), 밀리터리(6.7%), 키덜트(3.3%) 이미지 순으로 나타났으며, 엘레강스, 미니멀리즘, 글램, 페미컬린, 란제리 이미지는 유행하지 않은 것으로 나타났다. 패션이미지의 변화를 세부적으로 살펴보면, 스포티브 이미지는 베이직한 스포츠 캐주얼스타일과 힙합스



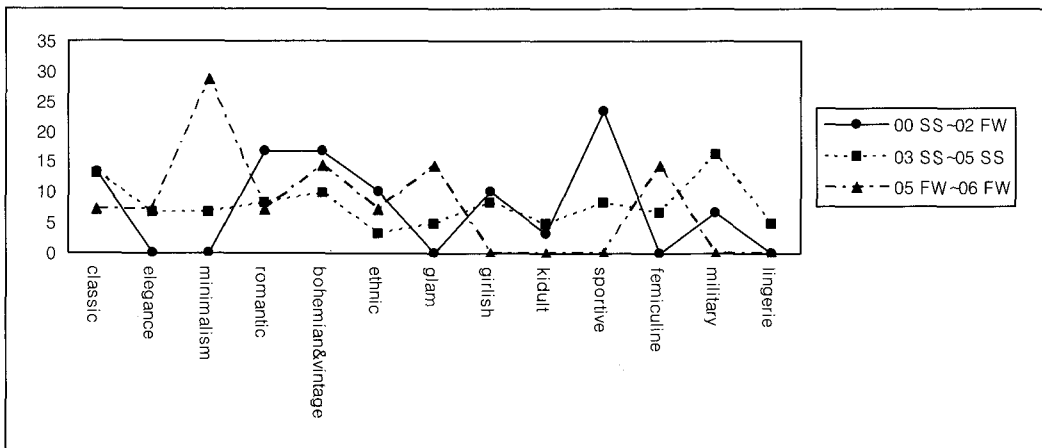
<그림2> 패션이미지와 시즌간의 대응일치 분석

타일이 보였는데, 2000년 이후, 사회전반으로 확산된 캐주얼화와 스포티즘 그리고 2002년의 월드컵 열풍에 많은 영향을 받은 것으로 사료된다. 미국의 9.11 사태이후 전 세계적으로 나타난 보헤미안 & 빈티지 이미지와 로맨틱 이미지는 포클로어, 집시, 히피적인 요소가 가미되어, 2001 FW부터 여성복에서 가장 영향력이 높은 패션 이미지라고 할 수 있다. 클래식 이미지는 2000 SS부터 2001 FW 동안 심플하고 럭셔리한 스타일이 많았다. 에스닉 이미지는 2002 FW에 티볼, 라틴 아메리카의 영향으로 수공예적이고 장식적인 스타일이 보였고, 걸리쉬 이미지는 스포티하고 캐주얼한 스타일로 나타났다. 밀리터리 이미지는 군복과 트렌치코트 스타일이 주로 보였고, 키덜트 이미지는 2002 SS부터 젊은이들 사이에서 캐릭터 티셔츠 스타일로 보이기 시작했다.

2003 SS~2005 SS에는 여러 가지 패션이미지가 다양하게 보였다. 밀리터리 이미지가 16.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 클래식(12.9%), 보헤미안 & 빈티지(9.7%), 로맨틱(8.1%), 걸리쉬(8.1%), 스포티브(8.1%), 엘레강스(6.5%), 미니멀리즘(6.5%), 페미쿨린(6.5%), 글램(4.8%), 키덜트(4.8%), 란제리(4.8%), 에스닉(3.2%) 이미지 순으로 나타났다. 패션이미지의 변화를 살펴보면, 밀리터리 이미지는 16.1%로 증가하였는데, 2003 SS부터 2005 SS 동안 보인 밀리터리 이미지는 2002 FW 이전의 군복 스타일과 달리 여성스럽고 부드러운 스타일과 빈티지가 믹스된 섹시한

스타일로 나타났다. 클래식 이미지는 2002 FW 이전의 심플하고 럭셔리한 스타일에서 변화하여, 레트로 패션의 영향을 받아 20-50년대 스타일과 브리티시풍의 스타일이 나타났다. 보헤미안 & 빈티지 이미지는 2003 FW 에서 2004 SS 동안에는 클래식 이미지의 강세로 잠시 쇠퇴하였으나 2004 FW에 다시 부각되었다. 로맨틱 이미지는 여전히 화려한 장식과 디테일의 소녀적인 스타일과 극도로 여성적인 스타일이 보였다. 걸리쉬 이미지는 지속적으로 보였는데 이 기간 동안에는 브리티시풍의 스쿨 룩이 강세를 보였다. 스포티브 이미지는 8.1%로 현저하게 감소하였는데, 2002 FW이전의 캐주얼한 스포티브 스타일에서 벗어나 본격적으로 트레이닝복 스타일이 보였으며, 디자인에서도 섹시한 스타일로 전개되었다. 이 기간 동안 엘레강스, 미니멀리즘, 글램, 페미쿨린, 란제리 이미지가 새롭게 대두되었는데, 엘레강스 이미지는 50년대 레트로 스타일이 럭셔리하게 나타났다. 미니멀리즘 이미지는 2003 SS부터 60년대 패션에서 영향을 받은 모던한 스타일, 페미쿨린 이미지는 남성적인 스타일과 80년대 핑크적인 스타일, 글램 이미지는 섹시하고 글래머러스한 스타일로 대두되었다. 키덜트, 란제리 이미지는 이 기간 동안 집중적으로 보여 다른 기간과 차이를 보였다. 에스닉 이미지는 모로코풍의 스타일이 로맨틱하게 전개되었다.

2005 FW~2006 FW에서는 미니멀리즘 이미지



<그림3> 기간 별 국내 패션이미지의 변화

가 28.6%로 가장 높게 나타났고, 보헤미안 & 빈티지(14.3%), 글램(14.3%), 페미퀸(14.3%), 클래식(7.1%), 엘레강스(7.1%), 로맨틱(7.1%), 에스닉(7.1%) 이미지 순으로 나타났으며 걸리쉬, 키덜트, 스포티브, 밀리터리, 란제리 이미지는 유행하지 않은 것으로 나타났다. 패션이미지의 변화를 살펴보면, 미니멀리즘 이미지가 28.6%로 크게 증가하였는데, 2003 SS~2005 SS에 대두된 미니멀리즘 이미지가 60년대 스타일의 모던한 라인의 미니멀리즘인 반면, 2005 FW~2006 FW에 나타난 미니멀리즘은 블랙과 그레이 컬러와 함께 절제된 장식의 세련된 네오 미니멀리즘으로 변화하였다. 보헤미안 & 빈티지 이미지는 지속적으로 나타났다. 글램 이미지는 2005 FW부터는 80년대 록 스타일이 더욱 부각되고 섹시한 느낌으로 전개되었다. 페미퀸 이미지는 턱시도 스타일과 가죽점퍼와 같은 엄격한 스타일에 여성스러운 디테일이 가미되어 나타났다. 클래식 이미지는 빈티지한 브리티시풍 스타일로 나타났으며 엘레강스, 로맨틱 이미지도 지속적으로 보였다. 에스닉 이미지는 아프리카와 러시아 스타일이 강세를 보였다.

이상과 같이, 2000 SS~2002 FW, 2003 SS~2005 SS, 2005 FW~2006 FW, 3기간 동안 지속적으로 많이 보인 패션이미지는 클래식 이미지(12.3%), 보헤미안 & 빈티지 이미지(12.3%), 로맨틱 이미지(10.4%)로, 2000년 이후 2006년까지의 국내 여성복의 가장 대표적인 패션이미지라고 사료된다. 그리고 각 기간별로 2000 SS~2002 FW에는 스포티브 이미지, 2003 SS~2005 SS에는 밀리터리 이미지, 2005 FW~2006 FW에는 미니멀리즘, 글램, 페미퀸 이미지가 각 기간 동안에 부각된 패션이미지로 분석되었다.

IV. 결론

본 연구는 2000년부터 2006년까지 국내패션의 흐름을 파악하고자 국내 패션 환경의 트렌드 변화를 살펴보고, 각 시즌별 패션이미지를 분석하여 국내 패션이미지의 변화 추이를 분석하였다.

연구 결과, 사회 전반에 웰빙, 오가닉, 로하스 트렌드가 부상하여 건강과 자연친화적인 삶의

추구가 중요시되었으며, 웰빙은 웰투킹의 개념으로 진화하면서 외모에 대한 관심이 증가하였다. 소비자들은 가치있는 명품을 구매하려는 소비와 합리적인 저가 생활용품 구매하려는 소비의 양극화 현상이 분명해졌다. 고급화와 럭셔리한 명품지향적인 소비가 증가하여 뉴 럭셔리족인 보보스족이 등장한 반면, 자기만의 스타일을 고집하는 노노스족과 차브족도 나타났다. 21세기의 디지털 혁명은 업로드형 세대, 얼리어답터, 하이제니아족, 코쿤족, 유비노마드족과 같은 새로운 소비자 유형을 창조하면서, 새로운 것에 대한 적극적인 수용과 편리성에 기준을 둔 소비 스타일이 나타났다. 자신의 스타일에 맞는 제품을 직접 제작하는 D.I.Y족 그리고 제품의 생산에 직접 참여하는 프로슈머나 크리슈머와 같은 소비자들은 집단적이고 획일적인 소비자에서 차별화되고 개성을 표현하는 유니크한 소비자로 분화하였다.

패션마켓에서는 소비의 양극화로 인해 백화점은 리뉴얼과 고급화되었으며, 대형 할인점의 급성장을 통한 저가시장이 확대되었다. 선진유통의 확대로 MCS(mega culture store), 패스트(fast) 패션의 중저가 SPA형 패션전문점과 멀티샵이 확대되었다. 패션업계는 동종 혹은 타 업종과의 제휴를 통해 브랜드의 토털화 및 패밀리화 경향을 보였다. 유통의 디지털화로 인해 인터넷 쇼핑몰과 TV 홈쇼핑의 고도성장으로 패션제품의 판매비중도 크게 증가하였다. 웰빙과 주 5일제 근무는 캐프츠, 아웃도어 웨어 시장의 확대를 가져왔으며, 럭셔리의 추구는 해외 브랜드의 도입을 증가시키고 동시에 국내에서 대중적 명품을 지향하는 매스티지(mass+prestige) 마켓을 형성하였다. 국내외 패션브랜드의 M&A, 중국의 WTO가입과 한류열풍은 국내 패션브랜드의 해외진출을 가속화하면서 글로벌화의 기반을 마련하였다.

패션에서는 명품위주의 럭셔리한 트렌드를 추구하는 현상이 나타났다. 웰빙과 주 5일 근무제로 점차 캐주얼한 스타일이 확대되고 스포티브한 트렌드가 자리를 잡았다. 40, 50년대의 클래식과 엘레강스, 60년대의 모던 미니멀, 70년대의 보헤미안과 히피, 80년대의 글램에 이르기까지 레트로 패션이 지배적으로 나타났다. 글로벌

화와 첨단화로 해외 트렌드를 수용하는 속도와 범위가 확대됨으로써 에스닉 이미지가 국내 패션에서도 다양하게 전개되었다.

국내 여성복에서 나타난 대표적인 패션이미지는 클래식, 엘레강스, 미니멀리즘, 로맨틱, 보헤미안 & 빈티지, 에스닉, 글램, 걸리쉬, 키덜트, 스포티브, 페미컬린, 밀리터리, 란제리 이미지로 분석되었다. 이 기간 동안 국내 여성복의 패션 이미지는 2000 SS~2002 FW, 2003 SS~2005 SS, 2005 FW~2006 FW로 크게 3 기간으로 구분되어 변화한 것으로 나타났는데, 2000 SS부터 2002 FW에는 스포티브 이미지가 부각되었고, 2003 SS부터 2005 SS까지는 밀리터리 이미지의 강세가 나타났으며, 2005 FW~2006 FW에는 페미컬린, 글램, 미니멀리즘 이미지가 부각되었다. 그리고 2000년부터 2006년 동안 지속적으로 나타난 패션이미지는 클래식, 로맨틱, 보헤미안 & 빈티지 이미지로써 20세기 중반까지 가장 대표적인 패션이미지라고 할 수 있다.

이상과 같이 2000년 이후, 소비자들의 정보화되고 세분화된 감성, 글로벌 트렌드의 광범위한 수용, 빠르고 편리한 제품 구매 욕구, 그리고 패션마켓의 온, 오프라인을 통한 패션 트렌드 제품의 신속한 제공, 윈스톱 쇼핑과 문화적인 마케팅을 통해 다양한 패션 이미지가 동시다발적으로 국내에 대두되었으며, 이러한 현상은 앞으로 지속될 것으로 사료된다.

본 연구는 2000년부터 2006년까지 국내 여성복 패션이미지에 대해서 연구하였으나, 본 연구는 패션이미지 분석이 국내 패션정보업체의 트렌드 자료와 패션관련신문기사, 인터넷사이트의 자료만을 사용한 점과 패션이미지와 소비자 간의 세부적인 비교분석이 부족한 점에서 아쉬움이 있으며, 향후 21C 국내 여성복 패션이미지 변화의 기초자료 구축을 위하여 2007년 이후의 국내 여성복 패션이미지에 대한 연구 또한 지속적으로 이루어져야 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

- 1) 김소영, 양희영 (2006). 문화코드의 변화에 따른 패션트렌드 경향 연구. *복식* 56(2), pp.134-146.
- 2) 전해영, 하지수 (2007). 현대패션에 나타난 메가 트렌드의 영향에 관한 연구. *복식* 57(4), pp.110-125.
- 3) 이미연 (2007). 패션 트렌드 정보 키워드에 따른 국내 이국적 이미지 상품 분석. *복식문화연구* 15(4), pp.634-646.
- 4) 임지완, 박민여 (2007). 국내 패션트렌드에 반영된 빈티지에 관한 연구. *복식문화연구* 15(3), pp.405-419.
- 5) 김윤경, 이경희 (2004). 패션컬렉션에 나타난 남성패션 스타일 분석. *한국의류학회지* 28(2), pp.270-279.
- 6) 추미경, 김혜경 (2007). 파리컬렉션에 나타난 밀리터리 룩 연구. *복식* 57(8) pp.137-151.
- 7) 이은숙 (2007). 패션잡지광고에 표현된 패션 아이템 경향분석. *한국의상디자인학회지* 9(1), pp.123-140.
- 8) 김소영, 양희영 (2006). Op. cit., p.145.
- 9) 삼성패션연구소 (2000. 12. 5). 패션라이프스타일로 본 의식변화. 삼성디자인넷. 자료검색일. 2006. 9. 28.
자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 10) 어패럴뉴스 (2000. 12. 25) 어패럴뉴스 선정 2000년 10대 뉴스. 어패럴뉴스. 자료검색일. 2007. 1. 5.
자료출처 <http://www.apparelnews.co.kr>
- 11) 한국섬유신문 (2000. 12. 28) 한국섬유신문 선정 2000년 10대 뉴스. 한국섬유신문. 자료검색일. 2007. 1. 5.
자료출처 <http://www.ktnews.com>
- 12) 삼성패션연구소 (2001. 6. 19). New Luxury 시대의 Brand Business. 삼성디자인넷. 자료검색일. 2006. 9. 29.
자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 13) 삼성패션연구소 (2002. 12. 19). 2002국내 패션시장 10대 트렌드. 삼성디자인넷. 자료검색일. 2006. 9. 30.
자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 14) 이재정, 박운경 (2006). *라이프스타일과 패션 트렌드*. 서울: 예경, p.136.

- 15) 박정화 (2002. 7. 26). 패션프리즘 얼리 어답터가 사는 법. Citylife. 자료검색일. 2006. 10. 5. 자료출처 <http://www.news.mk.co.kr>
- 16) 이수진 (2002, 4. 15). 인터넷 쇼핑, TV 홈쇼핑 즐기는 코쿤쇼핑족 유통시장변동. 문화일보. 자료검색일. 2006. 10. 8. 자료출처 <http://www.munhwa.com>
- 17) 삼성패션연구소 (2002. 12. 19). Op. cit.
- 18) 김상일 (2004). *대한민국 소비 트렌드* 서울: 원앤원북스. pp.225-240.
- 19) LG경제연구원 (2005). *2010 대한민국 트렌드* 서울: 한국경제신문. p.184.
- 20) 최세정 (2003. 6. 9). 나 아이로 돌아가고 싶어. 늘어나는 키덜트족. 매일신문. 자료검색일. 2006. 10. 5. 자료출처 <http://www.imaeil.com>
- 21) 홍미경 (2004. 11. 20). 노노스족을 아십니까?. 이코노믹리뷰. 자료검색일. 2006. 10. 8. 자료출처 <http://www.ermedia.net>
- 22) 김후남 (2004. 11. 11). 양아치 패션 ‘차브’의 도발. 경향신문. 자료검색일. 2006. 10. 8. 자료출처 <http://www.news.khan.co.kr>
- 23) 삼성패션연구소 (2004. 12. 29). Review 2004, Preview 2005. 삼성디자인넷. 자료검색일. 2006. 9. 30. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 24) Ibid.
- 25) 김상일 (2004). Op. cit., pp.145-147.
- 26) 정재윤, 장진영 (2007. 5. 10). *대한민국 UCC 트렌드* 서울: 새빛에듀넷. p.96.
- 27) 대한상공회의소 (2004 12. 8). *한국인 라이프 스타일 특성과 기업의 대응전략보고서* 서울: 대한상공회의소. p.8.
- 28) 김소영, 양희영 (2006). Op. cit., p.139.
- 29) 어패럴뉴스 (2005. 12. 26). 2005 어패럴뉴스 선정 패션유통 2005 10대 뉴스 어패럴뉴스 자료검색일. 2006. 10. 5. 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>
- 30) 이형석 (2006. 6. 1). 가격과피점은 가라... 소비자 개성 따라 구매. 파이낸셜뉴스. 자료검색일. 2006. 11. 30. 자료출처 <http://www.fnnews.com>
- 31) 김희선 (2006. 12. 17). 2006년 패션산업 10대 이슈. 연합뉴스. 자료검색일. 2007. 1. 5. 자료출처 <http://app.yonhapnews.co.kr>
- 32) 정삼호 (1998). *현대패션모드* 서울: 교문사. p.127.
- 33) 이성희 (2002. 4. 18). Girlish Fashion 내안에 소녀가 도발한다. 한국일보. 자료검색일. 2006. 10. 5. 자료출처 <http://www4.hankooki.com>
- 34) 이재정, 박운경 (2006). Op. cit., p.204.
- 35) 최여경 (2005. 4. 27) 패션, 전자, 인테리어 퍼블로지 바람. 서울신문. 자료검색일. 2006. 10. 8. 자료출처 <http://www.seoul.co.kr>
- 36) 최여경 (2004. 1. 7). 부조화속 조화 2004 패션키워드. 서울신문. 자료검색일. 2006. 10. 8. 자료출처 <http://www.seoul.co.kr>