

A study on the textile pattern design of fashion designers' brands and H&M collaboration collections

Eun Oak Lee[†]

Dept. of Textile Design, Duksung Women's University, Korea

H&M 콜라보레이션에 참여한 패션 디자이너 브랜드의 자체 제품과 콜라보레이션 제품에 활용된 텍스타일 패턴디자인 연구

이 은 옥[†]

덕성여자대학교 텍스타일디자인학과

Abstract

This paper explored and compared the textile pattern and motive design of fashion designers' brands and H&M collaboration collections. In particular, this study put it focus on textile pattern design of seven fashion design brands such as Rovertto Cavalli and Versace, etc., which were collaborated with H&M. The color, motive type, motive layout, motive expression, and pattern drawing technique were collected from fashion internet sites over the five year period, and then were cross-sectionally examined and compared based on their color, motive type, motive layout, motive expression, and pattern drawing technique of products between fashion designers' brands and H&M collaboration collections. The analyses showed the following results: First, the similar color, motive type, motive layout, motive expression, and pattern were found between fashion designers' brands and H&M collaboration collections, in order to show the perspective texture of products to consumers. Second, H&M collaboration brands demonstrated unique textile design of H&M rather than the trendy design patterns. Finally, the textile design pattern used in H&M collection was more restricted in terms of motive expression technique and chromaticity than that used in fashion designers' brands.

Keywords: collaboration(콜라보레이션), H&M collection(H&M 컬렉션), textile pattern design(텍스타일 패턴 디자인)

I . Introduction

현대사회의 소비자는 상품을 구매함에 있어서

제품의 질적 가치에 우선하여 감성적 가치를 부여하는 경향이 두드러지고 있다. 이에 따라 패션브랜드들은 단순히 잘 만들어진 상품을 제공하는 것이 아니라, 상품을 통해 문화적 경험, 상상력과 감성

Received 15 January 2013, revised 13 February 2013, accepted 14 February 2013.

본 연구는 2011년도 덕성여자대학교 교내연구비 지원으로 이루어졌음.

[†] Corresponding author (haleolea@duksung.ac.kr)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

등 무형의 가치를 소비자와 공유하고 제안할 수 있어야만 다른 브랜드와의 차별화가 가능해지고 있다. 이러한 사회적 변화로 인해 패션분야에서는 문화, 예술과의 연계를 시도하는 한편, 동종 및 이종 간 협력을 통해 브랜드 이미지를 향상시키는 동시에 경제적인 효과를 극대화시킬 수 있는 콜라보레이션이 활발하게 이루어지고 있다. 특히 저가제품을 생산, 판매하는 대표적인 SPA브랜드인 H&M은 세계적인 패션 디자이너 브랜드와의 콜라보레이션을 통해 전 세계 소비자를 열광시키고 있으며, 제품 출시와 동시에 매진되는 등 콜라보레이션이 성공적으로 지속되고 있다. 이러한 H&M의 콜라보레이션 마케팅은 H&M에 있어서는 저가 브랜드 이미지를 제고하는데 일조함과 동시에, 패션 디자이너 브랜드에게는 최고의 제품을 일반소비자가 경험하게 함으로써 자체 브랜드의 소비자군을 확대하는 기회로 적극 활용되고 있는 것이다. 콜라보레이션은 산업은 물론 사회적으로 높은 관심의 대상이 되고 있어 여러 학문분야에서 다양한 연구가 활발하게 이루어지고 있지만, 주로 콜라보레이션의 유형 및 사례분석, 마케팅전략 등에 치중되고 있고, 콜라보레이션을 디자인적 관점에서의 분석은 아직 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 콜라보레이션에 참여한 패션디자이너 브랜드의 자체 제품과 콜라보레이션 제품에 활용된 텍스타일 패턴디자인을 분석하여 패턴디자인의 구성요소에 대한 공통점과 차이점에 대해 고찰하고자 한다.

본 연구에서는 동종 간 콜라보레이션을 지속적으로 실시하여 소비자들로 하여금 콜라보레이션 제품에 대한 충성도를 가장 높이고 있는 H&M 브랜드를 그 대상으로 선정하였다. 분석대상이 되는 H&M 콜라보레이션 브랜드는 마돈나, 미노그 등 패션 디자이너 브랜드가 아닌 대상을 제외하고, 2004년 칼 라거펠트로 부터 2012년 마틴 마르지엘라에까지 총 12개 브랜드이나, 이 중 패턴디자인을 많이 사용하는 로베르토 카발리, 베르사체, 마르니 등 총 7개 브랜드로 분석대상으로 한정하였다. 분석대상 브랜드에서 활용된 텍스타일 패턴디자인은 선염 및 후염, 우븐 및 니트, 자카드 등 소재와 그 표현방법에 상관없이 의류표면에 나타난 문양을 의미하며, 수집된 시각이미지 자료는 Lee(2007)의

텍스타일 패턴디자인 분류체계에 따라 모티브의 종류 및 표현기법, 패턴 배열방법과 컬러 도수 등의 요소로 구분하여 분석하였다. 분석에 활용된 이미지 자료는 2007년부터 2012년까지 발표된 여성복 컬렉션을 대상으로 패션컬렉션 전문사이트인 퍼스트뷰에서 주로 수집하였으며, 영국 및 이태리 보그 웹사이트 등의 자료도 활용하였다. 본 연구는 동종 간 협업에 참가한 두 패션브랜드, 특히 동일한 디자이너로부터 개발된 고가 및 저가브랜드의 텍스타일 패턴디자인이 갖는 공통점과 차이점을 이해하고자 하였으며, 이를 통해 향후 브랜드 간 콜라보레이션에 있어서 텍스타일 패턴디자인을 적용한 제품 개발을 위한 기본 자료로 활용하는데, 그 목적이 있다.

II. Background

1. Classification of collaboration in fashion industry

1) Understanding of collaboration

콜라보레이션(collaboration)은 라틴어 *collaboratus*에서 유래되었으며, *com*(함께)와 *labor*(노동)의 합성어로서 특별히 지적인 노력을 통해서 함께 일하는 것을 의미한다(Marriam Webster, 2012). Kang (1997)은 콜라보레이션은 각 기업이 보유하고 있는 경쟁우위요소를 바탕으로 전략적으로 상호 협력관계를 유지함으로써 타 기업의 경쟁 우위를 확보하고자 하는 전략적 제휴(*strategic alliance*)와 유사한 개념이라 하였다(Park, 재인용, 2009). Jang(2005)은 콜라보레이션이란 협업, 즉 공동 기획 작업이란 뜻을 지니며, 동종 혹은 이종 간의 상호협력을 통하여 각각의 이익을 극대화하는 전략이라는 측면에서 공동마케팅의 일종으로 기업 간 협력차원의 전략적 제휴라는 측면으로 이해했다. Chung(2008)은 콜라보레이션이란 브랜드나 기업, 혹은 독자적인 개인을 포함하는 콜라보레이터와 콜라보레이티가 협력적이고 동등한 위치에서 자신의 핵심역량을 바탕으로 일정기간 동안 협업을 하는 것을 의미한다고 정의하였다. Kim(2008)은 정보공유, 공동의사결정, 이익공유 등을 통해 경쟁적 위위를 창출하기 위해 둘 이상의 기업이 협력하는 것으로 정의하였다.

Chung and Han(2009)은 콜라보레이션이란 브랜드 간 경쟁력을 유기적으로 결합해 시너지를 발휘하는 전략으로서, 서로 이익을 얻고 살아가기 위한 공동마케팅과 비슷하지만, 전체적으로는 공동마케팅보다는 더 밀접한 관계가 요구된다고 하였다. 이와는 달리 Ra and Oh(2012)는 콜레보레이션이란 전략적 제휴와는 달리 협력대상이 광범위하며, 기능부분에 이점을 취하기 위해서가 아닌 부가적인 가치를 추구하기 위한 협력의 방식으로, 영역과 장르 간의 탈 경계화로 결합의 형태와 범위가 다양하게 나타나고 있으므로, 앞으로의 시장에 적합한 전략적인 협업의 방식이라고 규정하고 있다.

2) Classification of collaboration in fashion industry

패션산업에서의 콜라보레이션은 Park(2009), Kan(2008)과 Chung(2008)의 선행연구를 분석한 결과, 제품개발 주체, 전략적 유형, 생산방식에 따라 분류할 수 있다. 개발주체에 따른 콜라보레이션은 <Table 1>에서 보는 바와 같이 패션기업 및 비패션기업, 패션디자이너와 비패션기업, 패션브랜드와 패션디자이너, 패션브랜드와 아티스트, 패션브랜드와 스타 등으로 구분할 수 있다.

Chung(2008)에 의하면 전략적 유형에 따른 콜라보레이션은 가치상승성 콜라보레이션, 이미지 변화

성 콜라보레이션, 영역확장성 콜라보레이션, 이벤트성 콜라보레이션으로 나눌 수 있다. 생산방식에 따른 콜라보레이션 유형은 리미티드 에디션 방식, 프리미엄 라인 런칭 방식, 일반 라인 방식, 단일제품 생산방식이 있으며, 기타 방식으로 한 시즌 동안만 콜라보레이션 제품을 생산하는 방식 등이 있다. 리미티드 에디션 방식은 유니크한 아이덴티티를 활용하여, 희소가치를 부가하여 제품의 가치를 극대화할 때 채택하는 방식이며, 프리미엄 라인방식은 희소가치를 부여하진 않지만 높은 수준의 프리미엄 가치를 부여한다. 일반라인은 대중 지향적인 라인을 말하며, 단일제품 생산방식은 콜라보레이션 제품 하나만을 단발적으로 생산하여 단 기간 내에 시장점유율을 높이고자 할 때 사용한다.

2. History of H&M collaboration

H&M은 1947년 스웨덴 베스테로스시에서 알링 페르손에 의해 처음 설립되었고, 세계 2,700여개의 매장을 갖고 있는 스웨덴의 SPA브랜드인 헤네스앤모리츠(H&M)로서 패스트 패션의 선두주자인 저가의류유통업체이다. H&M은 리드타임이 짧아 소비자유행에 대한 반응이 매우 높아 가장 트렌디한 SPA브랜드로 성장했고, 2004년 샤넬과 펜디의 수석디자이너인 칼 라거펠트와의 콜라보레이션을 시도하면서 대중의 폭발적인 관심을 받게 되었다.

<Table 1> Classification of collaboration in fashion industry

Classification	Type	Typical cases
Combine subject	Fashion company + Non fashion company	Prada + LG Electronics
	Fashion designer + Non fashion company	Andre Kim + Samsung Electronics
	Fashion brand + Fashion designer	Puma + Jil Sander
	Fashion brand + Artist	Louis Vuitton + Takashi Murakami
	Fashion brand + Celebrities	Ninaricci + Inyoung Seo(musician)
Strategic purpose	Value ascending collaboration	Andre Kim + Hanbul Cosmetics
	Image changing collaboration	H&M + Karl Lagerfeld
	Business-field extension collaboration	Nike + Apple
	Event collaboration	Audi + WooYoungmi
Production methods	Limited edition method	Benz + Giorgio Armani
	Premium line method	Phillips + Swarovski
	Common line method	Addidas + Diesel
	Producing a collaborative product	Leesangbong + Emart home

〈Table 2〉 History of H&M collaboration

Season		Fashion brand	Collection item
2004	November	Karl Lagerfeld	Women's wear/ men's wear/ perfume
2005	November	Stella McCartney	Women's wear/ men's wear/ accessory
2006	November	Viktor & Rolf	Women's wear/ men's wear/ accessory
2007	March	Madonna	Women's wear/ accessory
	July	Kylie Ann Minogue	Beach wear
	November	Roberto Cavalli	Women's wear/ men's wear/ accessory
2008	November	Comme Des Garçons	Women's wear/ men's wear/ accessory
2009	April	Matthew Williamson	Women's wear/ men's wear/ accessory
	November	Jimmy Choo	Women's wear/ men's wear/ shoes
	December	Sonia Rykiel	Women's wear/ men's wear/ innerwear
2010	November	Lanvin	Women's wear/ men's wear/ accessory
2011	November	Versace	Women's wear/ men's wear/ accessory
2012	March	Marni	Women's wear/ men's wear/ accessory
	November	Martin Margiela	Women's wear/ men's wear/ accessory

H&M의 콜라보레이션은 가장 대중적인 브랜드의 이미지를 업그레이드한 이미지 변화성 콜라보레이션으로 이해할 수 있으며(Chung, 2008), 〈Table 2〉에서 보는 바와 같이 2004년 칼 라거펠트를 시작으로 스텔라 매카트니, 빅터 & 로프, 마돈나를 거쳐 최근에는 베르사체, 마르니 등과 리미티드 에디션 방식의 한시적 콜라보레이션을 통해 제품을 생산, 판매하고 있다.

3. Fashion designer brands for H&M

1) Karl Lagerfeld for H&M

패션계의 멀티 플레이어인 칼 라거펠트는 샤넬의 크리에이티브 디렉터로 활동하며, 끌로에, 펜디 등 기존 브랜드를 혁신하고 재창조하는 데 큰 능력을 발휘해 브랜드와 디자이너의 성공적인 협력 관계의 새로운 모델을 제시해 왔으며, 1984년 〈칼 라거펠트〉, 1998년 〈라거펠트 갤러리〉 런칭을 통해 자신의 브랜드를 전개해왔다(Song, 2012). 2004년 11월 출시된 〈칼 라거펠트 H&M 컬렉션〉은 모던함과 엘레강스함으로 대변되는 칼 라거펠트 디자인 스타일이 그대로 반영되었으나, 자체 브랜드의 제품과 마찬가지로 패턴디자인을 활용한 디자인은 거의 없어 분석대상 브랜드에서는 제외되었다.

2) Stella McCartney for H&M

스텔라 매카트니는 1997년 클로에의 수석 디자이너로 성공적인 출발을 한 후 대중적인 유명세를 치르며 급성장했으며, 에코 시크와 윤리적 트렌드의 대명사가 되었고, 아디다스, 퓨마 등과의 수많은 콜라보레이션으로 대중에게 확고히 자리매김하며 성장하고 있다(Choi, 2012). 2005년 11월 출시된 〈스텔라 매카트니 H&M 컬렉션〉은 풍성한 상의와 타이트한 하의가 특징인 스텔라라인을 적용한 넉넉한 사이즈의 니트웨어와 몸에 달라붙는 바지라인을 전개했으며, 패턴디자인을 활용하지 않아 분석대상 브랜드에서는 제외되었다.

3) Viktor & Rolf for H&M

빅터 & 로프는 동갑내기 패션 디자이너 빅터 호스팅과 로프 스뇌렌이 이끄는 패션 브랜드이다. 날카로운 장인정신과 특유의 모던한 감성으로 해석된 전위적이면서 동시에 우아하고, 초현실적인 유머에 정교한 재단 테크닉이 유희적인 즐거움을 주고 있다(Lee, 2006). 2006년 11월 출시된 〈빅터 & 로프 H&M 컬렉션〉은 로맨틱한 장식, 왜곡되고 과장된 디자인과 반복적인 패턴 등 그들 고유의 오프쿠트르적인 디자인감성을 대중에게 맞게 적용했으며, 시즌 테마에 따라 다양한 상

징적 모티브를 패턴디자인으로 활용하는 것이 특징이다.

4) Roberto Cavalli for H&M

로베르토 카발리는 이탈리아 피렌체 출신으로 가죽과 패브릭 패치워크를 다양한 의복에 접목시켜 보편화한 최초의 디자이너로 유럽과 아시아 각국을 포함한 세계 약 50개국에 전개하고 있으며, 아트진이라 불리는 데님은 그의 컬렉션의 주요 요소가 되었고, 다양한 컬러의 혼합을 그만의 예술적 기법으로 독특하게 표현한다(Shinhwa, 2012). 2007년 11월 출시된 <로베르토 카발리 H&M 컬렉션>(Fig. 1)은 남성복, 여성복, 액세서리 컬렉션으로 전개되었으며, 다양한 애니멀 문양과 여러 모티브가 혼합된 도발적인 패턴디자인을 폭넓게 활용하는 것이 특징이다.

5) Comme Des Garçons for H&M

콤 데 가르송은 일본의 디자이너인 레이 가와쿠보에 의해 1969년 도쿄에서 설립되었으며, 실험적 실루엣과 지적인 해체주의로 대표되는 검정색, 레이어링, 사이즈에 구애 받지 않는 그런지 룩, 미니멀리즘, 안티 패션 등 혁신적이고 도전적인 디자인을 지향하며, 세계적인 디자이너로 발돋움했다(Lee, 2012). 2008년 11월 출시된 <콤데가르송 레이 카와쿠보 H&M 컬렉션>은 특유의 시그니처 마크와 도트 무늬를 활용한 남성복, 여성복, 액세서리와 향수를 출시하였다.

6) Matthew Williams for H&M

매튜 윌리엄스는 알렉산더 맥퀸과 함께 영국패션을 리드하고 있는 디자이너로 과감한 컬러의 혼합과 기하학적 패턴의 응용을 선호하며, 에밀리오 푸치의 크리에이티브 디자이너로 활동했다. 2009년 4월 출시된 <매튜 윌리엄스 H&M 컬렉션>(Fig. 2)은 그의 과거 디자인이 시대 변화에 맞게 재탄생되는 과정을 담고 있으며, 절묘한 컬러 구성에 전형적인 프린트는 다양하게 밝은 소재와 섞이면서 모던하고 세련된 느낌을 강조했다.

7) Jimmy Choo for H&M

지미 추는 말레이시아 출신으로 타마라 이어디가 함께 설립한 브랜드로서, 30여 개국에 100여개의 매장을 갖고 있는 글로벌 브랜드로서 슈즈 이외에도 가방, 향수로 사업 분야를 확장하면서 럭셔리 토털라이프스타일 브랜드로 발전하고 있다. 2009년 11월 출시된 <지미 추 H&M 컬렉션>은 지미 추 특유의 섹시함이 돋보이는 애니멀 프린트, 강렬한 스타드, 정교한 컷 아웃라인이 강조되었으며, 지미 추 브랜드 사상 처음으로 의류와 남성용 제품을 디자인하여 제품영역을 확장하게 되었다.

8) Sonia Rykiel for H&M

소니아 리키엘은 파리 여성복 프레타포르테를 발전시킨 개척자이자, 니트웨어를 섹시하고 패셔너블한 패션으로 인식시켜 놓은 디자이너로 활동성과 우아함을 동시에 살린 디자인과 상식을 뒤엎는 독특한 스타일, 유행에 좌우되지 않는 것이 특징이며, 감각적이고 섹시하면서도 실용적이고, 소니아 블랙이라 불릴 만큼 검은 색상을 선호한다(Choi, 2012). 2009년 12월 <소니아 리키엘 H&M 컬렉션>(Fig. 3)은 특유의 화려한 색상과 스트라이프 무늬를 활용한 니트웨어, 여성 란제리와 액세서리 컬렉션을 제안하였다.

9) Lanvin for H&M

랑방은 20세기를 대표하는 파리의 패션 디자이너로, 랑방 하우스는 가장 오랜 역사를 갖고 있으며, 화려한 아름다움과 세련된 절제미가 공존하는 랑방의 스타일은 파리 패션을 대표하고 있다(Lee, 2011) 2001년 10월 출시된 <랑방 H&M 컬렉션>(Fig. 4)은 알바 엘바즈와 루카스 오센드라이브에 의해 티셔츠, 재킷, 수트, 코트, 드레스, 액세서리 등이 출시되었으며, 일러스트를 활용한 원포인트 패턴디자인을 주로 활용하였다.

10) Versace for H&M

베르사체는 메두사와 그리스 신화를 모티프로 한 독특한 신고전주의의 디자인으로 유명하며, 지안니 베르사체가 피살된 후 여동생 도나텔라가 고전미에 현대적 세련미를 접목시킨 디자인과 다양한 색상으로 변화를 시도해 성공을 거두었다. 2011년 11

월 출시된 <베르사체 H&M 컬렉션>(Fig. 5)는 가죽 소재, 프린트, 컬러 등 베르사체의 화려한 디자인의 특성을 표현했다. 2012년 1월에 온라인으로만 독점 판매된 <크루즈> 컬렉션은 다양한 색상을 기본으로 딸기, 포도, 과일과 나비 문양의 수영복과 비치가운 등을 출시했다.

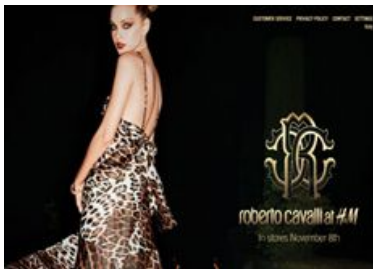
11) Marni for H&M

마르니는 지안니 카스틸리오니에 의해 런칭된 아이코닉 럭셔리를 표방하는 이태리 브랜드로서, 특이한 크래프인 감성과 기성품의 조화를 이루는 아방가르드한 스타일로 소재와 실루엣, 대비되는 컬러, 독창적 프린트와 질감에 대한 현대적 접근을 통해 의류와 액세서리 컬렉션을 전개하고 있다(Marni homepage, 2012). 2012년 3월 출시된 <마르니 H&M 컬렉션>(Fig. 6)은 자유로움과 실험 정신을 기본으로 마르니 고유의 대담한 프린트와 컬러가 조화롭게 강조되고, 실크, 깔끔한 느낌의 포플린 등을 포

함한 다양한 소재를 자유롭게 응용하여 모던한 감성을 표현한 것이 특징이다.

12) Martin Margiela for H&M

마틴 마르지엘라는 기본적인 것만 남은 기능주의 미학과 함께 ‘해체주의’라는 새로운 패션을 도입함으로써 노출된 솔기, 마무리하지 않은 단 처리, 구조의 해체와 재활용 등을 통해 익숙한 의복을 입는 새로운 착장 방식을 보여주었을 뿐 아니라, 의복의 생산과정을 노출한 새로운 스타일을 제안하였다(“Martin Margiela”, 2012). 2012년 11월 출시된 <Martin Margiela H&M 컬렉션>(Fig. 7)은 설립된 이후 23년을 대표하는 아이템을 새로워진 스타일과 소재로 리에디션을 제안하며, 독특한 라벨을 통해 해당 작품이 소개된 연도와 시즌을 표시함으로써 가장 대표적인 아카이브들을 접할 수 있게 하였다. 자체 제품에서와 마찬가지로 프린트를 거의 사용하지 않는 특징이 있다.



<Fig. 1> Roberto Cavalli for H&M.
From Londonoa. (2008).
<http://www.londonoa.com>



<Fig. 2> Matthew Williamson for H&M.
From Zimbio. (2009).
<http://www.zimbio.com>



<Fig. 3> Sonia Rykiel for H&M.
From Davidson. (2010).
<http://www.weheart.co.uk>



<Fig. 4> Lanvin for H&M.
From Laliberte. (2010).
<http://www.refinery29.com>



<Fig. 5> Versace for H&M.
From Nitrolicious. (2011).
<http://www.nitrolicious.com>



<Fig. 6> Marni for H&M.
From Intuition. (2012).
<http://www.intuition-online.co.uk>



<Fig. 7> Martin Margiela for H&M.
From Selectism. (2012).
<http://www.selectism.com>

III. Method

1. Image data collection

연구대상은 H&M 콜라보레이션 컬렉션 중 텍스타일 패턴디자인을 특징적으로 활용한 로베르토 카발리, 매트 윌리엄스, 소니아 리키엘, 랑방, 베르사체, 마르니, 마틴 마르지엘라 등 총 7개 브랜드이다. <Table 3>에서 보는 바와 같이 7개 브랜드를 대상으로 H&M 콜라보레이션에 참여한 패션디자이너 자체 제품과 H&M 콜라보레이션 제품에 표현된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 수집하였고, 총 513개의 자료를 분석에 활용하였다.

이미지 자료는 자체 제품의 경우, 콜라보레이션에 참여한 시즌과 동일한 시즌에 발표한 최근 5년간 컬렉션을 대상으로 수집하였으며, 구체적인 자료 수집 기간은 로베르토 카발리의 경우 콜라보레이션에 참여한 시기가 2007년이므로 2007년에서 2011년까지 총 5개의 F/W 컬렉션이 자료 수집의 범위였다. 로베르토 카발리를 제외한 나머지 브랜드의 경우 콜라보레이션 참여 시기에 따라 F/W 또는 S/S 컬렉션을 대상으로 하되, 2008년에서 2012년 컬렉션까지로 수집의 범위를 한정하였다. 다만, 베르사체 브랜드의 경우 콜라보레이션 시기는 2011년 F/W이나 비치웨어 제품이었기에 S/S 컬렉션 이미지 자료를 함께 활용하였고, 랑방 브랜드의 경우 콜라보레이션 시기는 2010년 F/W이나 S/S 제품이 함께 출시되었으므로 S/S 시즌의 이미지 자료를 함께 활용하였다. <Table 3>에서 보는 바와 같이 디자이너

별 수집된 이미지 자료의 수가 차이가 나는 것을 볼 수 있는데, 이는 브랜드 및 시즌에 따라 사용되는 패턴디자인의 수가 불규칙하기 때문이며, 일부 브랜드의 경우 동일한 패턴이나 컬러를 변경한 컬러웨이 디자인을 다양하게 활용하는 경우도 많은 것으로 나타났다. 분석에 활용된 이미지 자료는 자체 제품의 경우 패션컬렉션 이미지 온라인 제공 사이트인 퍼스트뷰에서 수집하였으며, 콜라보레이션 제품의 경우 H&M 판매 사이트를 비롯해 영국 및 이태리보그 등의 패션 전문 사이트, 기타 실제 매장에서 촬영, 제공된 온라인 이미지 자료를 수집하였다.

2. Research tools and analysis method

수집된 총 513개의 이미지 자료는 선염 및 후염, 우븐 및 니트, 자카드 등 소재와 표현방법에 상관없이 의류표면에 나타난 문양, 즉 텍스타일 패턴디자인이 시각적으로 인지 가능한 이미지만을 자료로 선택하였다. 특히 컬러만 다른 컬러웨이 패턴의 경우 동일한 패턴디자인으로 간주하였으며, 의류 앞부분과 뒷부분에 활용된 패턴이 상이하면 다른 자료로 간주하였다. 자료 분석은 Lee(2007)가 제시한 텍스타일디자인의 분류체계를 활용하여 분석하였으며, 구체적인 분석항목은 텍스타일디자인의 구성요소 중 모티브의 종류, 모티브의 표현기법, 모티브 패턴 배열방식과 패턴디자인에 사용된 컬러 도수로 하였다.

모티브의 종류는 자연물, 기하물, 인공물, 상징물로 구분하고, 모티브 표현기법은 사실적, 추상적,

<Table 3> Analysis textile pattern design image data

Fashion brand	H&M collection	Image data per year						Total	Collaboration season
		2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Roberto Cavalli	16	11	13	9	18	17	-	68	07 F/W
Matthew Williamson	19	-	9	17	15	16	14	71	09 S/S
Sonia Rykiel	12	-	14	7	5	17	5	48	09 F/W
Lanvin	11	-	5	7	8	14	17	51	10 F/W
Versace	17	-	8	8	18	19	13	66	11 F/W
Marni	13	-	12	26	15	14	16	83	12 S/S
Martin Margiela	9	-	9	1	1	3	9	29	12 F/W
Sub-total	97							416	
Total					513				

그래픽적, 약화적 표현으로 분류하였다. 패턴의 배열방식은 1차적으로 규칙적 패턴과 불규칙 패턴으로 구분한 뒤, 1차 분류 내에서 올오버 패턴, 셋트 레이아웃 패턴, 원포인트 디자인 패턴으로 2차 분류를 하였으며, 컬러 도수는 이미지 자료에 사용된 컬러의 수를 분석하되, 디지털자료의 특성상 정확하게 구분할 수 없었으므로 시각적으로 인지 가능한 색상 만을 선택하였다.

IV. Results and Discussion

1. Comparative textile pattern design in H&M and fashion brands collection

1) Roberto Cavalli's textile pattern design

로베르토 카발리의 경우, 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 분석한 결과, 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류 및 모티브 표현방법은 <Table 4>와 <Table 5>에서 보는 바와 같이 거의 유사한 것으로 나타났다. 사용된 모티브의 종류는 애니멀 스킨을 비롯해 꽃 등의 자연물이 주로 사용되었고, 모티브의 표현 기법은 그래픽적 표현과 사실적 표현을 주로 사용한 것으로 나타났다. 로베르토 카발리가 제안한 H&M 컬렉션은 한시적 컬렉션으로서, 자체 브랜드에 비해 분석대상 패턴디자인의 수가 상대적으로 적어 모티브 종류와 표현기법은 다양하지 않았으나, 전반적으로 두 브랜드는 유사한 패턴디자인을 활용하고 있는 것으로 나타났다(a, b, c, d, e, f). 모티브 패턴의 배열방식으로는 두 브랜드에서 대체로 규칙적 배열의 올오버 패턴을 주로 사용하고 있는 것으로 나타났으나, 디자인에 사용된 컬러 도수에 있어서는 H&M 컬렉션에서는 5도 이하의 컬러와 사진 프린트 방법을 사용한 반면, 자체 브랜드에서는 대부분 9도 이상의 컬러를 사용한 것으로 분석되었다.

2) Matthew Williamson's textile pattern design

매튜 윌리엄슨은 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지를 자료를 분석한 결과, <Table 6>과 <Table 7>에서 보는 바와 같이 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류 및 모

티브 표현방법은 다소 차이가 있는 것으로 나타났다. H&M 컬렉션에 사용된 모티브 표현기법은 추상적 기법을 통해 모티브를 표현한 반면, 자체 브랜드에서는 사실적 기법을 통해 모티브를 표현한 것을 볼 수 있다. 모티브 패턴의 배열방식은 두 컬렉션 모두 불규칙한 배열을 사용하는 것은 동일했으나, H&M 컬렉션에서는 주로 올오버 패턴을, 자체 브랜드에서는 특정부분에 맞춰 배열되는 셋트 레이아웃 패턴을 주로 활용하는 것으로 나타났다(a, b, c, d, e, f). 컬러는 두 브랜드 모두 디자인에 사용된 컬러 도수가 많았으며, 특히 자체 브랜드에서는 15도 이상의 컬러를 활용한 디자인이 많은 것으로 분석되었다.

3) Sonia Rykiel's textile pattern design

소니아 리키엘은 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 분석한 결과, <Table 8>과 <Table 9>에서 보는 바와 같이 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류 및 모티브 표현방법은 스트라이프와 기하학적 모티브로 거의 유사하였다. 모티브 패턴의 배열방식은 H&M 컬렉션에서는 규칙적 배열의 올오버 패턴을 주로 사용하였고, 자체 브랜드에서는 불규칙한 배열에 셋트 레이아웃 패턴을 주로 사용하는 것으로 나타났다(a, b, c, d, e, f). 컬러는 두 컬렉션 모두 5도 이하로 사용한 것으로 분석되었다.

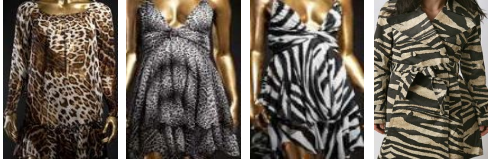
4) Lanvin's textile pattern design

랑방은 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지를 자료를 분석한 결과, <Table 10>과 <Table 11>에서 보는 바와 같이 두 컬렉션에 모두 사용된 모티브의 종류는 자연물과 상징물, 모티브 표현방법은 약화적 표현기법으로서 거의 유사한 것으로 나타났다. 모티브 패턴의 배열방식은 규칙적 배열의 올오버 패턴과 불규칙적 배열의 원포인트 패턴을 주로 사용하는 것으로 나타났다. H&M 컬렉션에서는 주로 올오버 패턴을, 자체 브랜드에서는 특정부분에 맞춰 배열되는 셋트 레이아웃 패턴을 주로 활용하는 것으로 나타났다(a, b, c, d, e, f). 사용된 컬러의 수는 상이하게 나타났는데, H&M 컬렉션에 사용된 디자인에



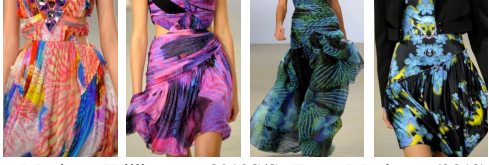
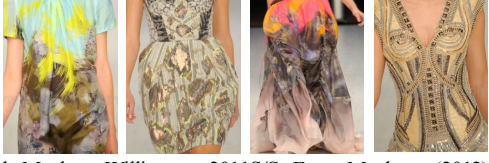

<Table 4> Roberto Cavalli's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2007	Motive	Geometrical figure	 <p>a. Roberto Cavalli 2007F/W. From Roberto. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/set pattern	
	Color	Over 9 colors	
2008	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>b. Roberto Cavalli 2008F/W. From Roberto. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic e./simplification	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 15 colors	
2009	Motive	Geometrical figure	 <p>c. Roberto Cavalli 2009F/W. From Roberto. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Abstract expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 9 colors	
2010	Motive	Symbolic object	 <p>d. Roberto Cavalli 2010F/W. From Roberto. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2011	Motive	Natural object	 <p>e. Roberto Cavalli 2011F/W. From Roberto. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Realistic expression/simplification	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 9 colors	


<Table 5> Roberto Cavalli's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2007	Motive	Natural object	 <p>f. Roberto Cavalli for H&M. From Iamfashion. (2007). http://iamfashion.blogspot.kr</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors/photo color	

<Table 6> Matthew Williamson's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>a. Matthew Williamson 2008S/S. From Matthew. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/set pattern	
	Color	Over 9 colors	
2009	Motive	Geometrical figure	 <p>b. Matthew Williamson 2009S/S. From Matthew. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/set pattern	
	Color	Over 15 colors	
2010	Motive	Geometrical figure	 <p>c. Matthew Williamson 2010S/S. From Matthew. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 15 colors	
2011	Motive	Geometrical figure	 <p>d. Matthew Williamson 2011S/S. From Matthew. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Abstract/graphic expression	
	Layout	Irregular/set pattern	
	Color	Over 9 colors	
2012	Motive	Symbolic object	 <p>e. Matthew Williamson 2012S/S. From Matthew. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Abstract expression/simplification	
	Layout	Irregular/set pattern	
	Color	Over 9 colors	


<Table 7> Matthew Williamson's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2009	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>f. Matthew Williamson for H&M. From Fashionista. (2009). http://fashionista101.com</p>
	Expression	Abstract expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 9 colors/photo color	

<Table 8> Sonia Rykiel's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>a. Sonia Rykiel 2008F/W. Sonia. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 9 colors	
2009	Motive	Geometrical figure	 <p>b. Sonia Rykiel 2009F/W. Sonia. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Over 5 colors	
2010	Motive	Geometrical figure	 <p>c. Sonia Rykiel 2010F/W. Sonia. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 9 colors	
2011	Motive	Geometrical figure	 <p>d. Sonia Rykiel 2011F/W. Sonia. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 9 colors	
2012	Motive	Geometrical figure/natural object	 <p>e. Sonia Rykiel 2012F/W. Sonia. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression/	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Over 5 colors	


<Table 9> Sonia Rykiel's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2009	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>f. Sonia Rykiel for H&M. Weareyouneak. (2009). http://www.weareyouneak.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors/photo color	

<Table 10> Lanvin's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Geometrical figure	 <p>a. Lanvin 2008F/W. Lanvin. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/stripe pattern	
	Color	2 colors	
2009	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>b. Lanvin 2009F/W. Lanvin. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2010	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>c. Lanvin 2010F/W. Lanvin. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2011	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>d. Lanvin 2011F/W. Lanvin. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic/realistic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2012	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>e. Lanvin 2012F/W. Lanvin. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic e./simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	

<Table 11> Lanvin's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2010	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>f. Lanvin for H&M. Nitrolicious. (2010). http://www.nitrolicious.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Regular/allover pattern irregular/ one point pattern	
	Color	Under 5 colors/ photo color	

는 5도 이하의 컬러가 사용된 반면 량방 자체 브랜드에서는 5도 이상의 컬러가 사용되었으며, 사진과 같은 프린트 방식은 두 컬렉션에서 모두 공통적으로 사용되었다.

5) Versace's textile pattern design

베르사체의 경우, 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 분석한 결과, <Table 12>와 <Table 13>에서 보는 바와 같이 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류 및 모티브 표현방법, 모티브 패턴의 배열방식은 거의 유사한 것으로 나타났다. 모티브 종류로는 자연물과 상징물이, 모티브 표현기법으로는 사실적 표현과 그래픽적 표현기법이 주로 사용되었으며, 모티브 패턴의 배열방식은 규칙적 배열의 올오버 패턴과 불규칙적 배열의 셋트 레이아웃 패턴을 주로 활용하는 것으로 나타났다(a, b, c, d, e, f). 사용된 컬러의 수는 H&M 컬렉션에서는 9도 이하의 컬러와 사진프린트가 주로 사용된 반면, 베르사체 자체 브랜드에서는 12도 이상의 많은 컬러가 주로 사용되었다.

6) Marni's textile pattern design

마르니는 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 분석한 결과, <Table 14>와 <Table 15>에서 보는 바와 같이 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류와 모티브 표현방법, 모티브 패턴의 배열방식은 거의 유사한 것으로 나타났다. H&M 컬렉션에 활용된 패턴디자인의 수가 적어 자체 브랜드와는 다소 차이가 있기는 하지만, 모티브 종류는 기하물이, 모티브 표현기법은 그래픽적 표현기법이, 모티브 패턴의 배열방식은 규칙적 배열의 올오버 패턴이 공통적으로 사용되었다(a, b, c, d, e, f). 컬러는 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션 모두 5도 이하로 사용해 디자인을 표현하는 것으로 나타났다.

7) Martin Margiela's Textile pattern design


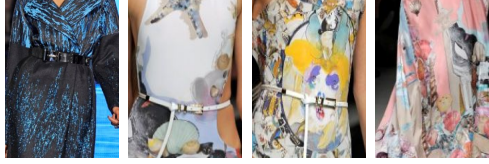
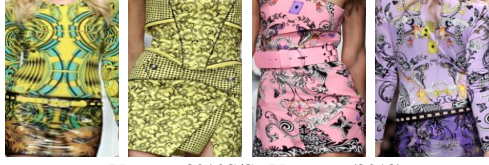
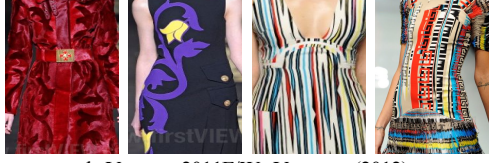

마틴 마르지엘라는 자체 브랜드 컬렉션과 H&M 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인 이미지 자료를 분석한 결과, <Table 16>과 <Table 17>에서 보

는 바와 같이 두 컬렉션에 사용된 모티브의 종류와 모티브 표현방법, 모티브 패턴의 배열방식은 거의 유사한 것으로 나타났다. 모티브 종류는 기하물이, 모티브 표현기법은 그래픽 표현기법이, 모티브 패턴의 배열방식은 규칙적 배열의 올오버 패턴이 공통적으로 사용되었으며(a, b, c, d, e, f), 컬러는 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션 모두 5도 이하로 사용해 디자인을 표현하는 것으로 나타났다.


2. Comparative textile pattern design in the same season collection

H&M의 콜라보레이션에 참여한 패션브랜드들은 H&M 컬렉션을 한시적으로 출시하지만, 동시에 자체 브랜드 컬렉션을 개최한다. 앞에서 콜라보레이션에 참여한 브랜드의 H&M 컬렉션 및 자체 브랜드 컬렉션에 활용된 패턴디자인을 비교했다면 본 장에서는 분석대상 7개 브랜드의 H&M 컬렉션이 출시된 동일 시즌의 패턴디자인을 비교하였다. <Table 18~24>에서 보는 바와 같이 모티브는 분석대상 브랜드에서 모두 유사한 종류의 대상을 선택하여 활용하는 것을 볼 수 있다. 모티브의 표현기법은 브랜드 간에 차이가 있는데 로베르토 카발리, 소니아 리키엘, 마르니의 경우는 대체로 유사하였으나 매튜 윌리엄스, 량방, 베르사체, 마르지엘라는 서로 다른 표현기법을 적용하고 있는 것으로 나타났다. 모티브 패턴의 배열방법도 브랜드 간의 차이가 있는데, 도형 및 스트라이프를 주로 활용하는 소니아 리키엘과 마르니를 제외한 분석대상 브랜드는 모두 서로 다른 패턴배열방법을 사용하고 있다. 대체로 H&M 컬렉션에서는 그래픽적 표현과 약화적 표현을 많이 사용하는데 비해, 자체 브랜드에서는 약화적 표현과 사실적 표현을 활용하고 있는 것을 볼 수 있다. 컬러 도수의 경우, H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션의 차이가 현저하게 나타났는데, 전자의 경우 5도 이하의 컬러를 활용하는 것으로 나타났고, 후자의 경우 적어도 9도 이상의 컬러를 통해 패턴을 표현하는 것으로 나타났다. 전체적으로 동일 시즌 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션에 활용된 텍스타일 패턴디자인은 모티브의 종류는 유사하나, 모티브 표현기법, 배열방법, 사용된 컬러의 수는 차이가 있는 것을 분석되었다.

<Table 12> Versace's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>a. Versace 2008F/W. Versace. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Realistic/simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors/photo color	
2009	Motive	Natural object	 <p>b. Versace 2009F/W. Versace. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Realistic/simplification	
	Layout	Irregular/set layout pattern	
	Color	Under 15 colors	
2010	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>c. Versace 2010S/S. Versace. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 9 colors	
2011	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>d. Versace 2011F/W. Versace. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Irregular/set layout pattern	
	Color	Under 9 colors	
2012	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>e. Versace 2012S/S. Versace. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Simplification	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 9 colors	


<Table 13> Versace's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2011	Motive	Natural object/symbolic object	 <p>f. Versace for H&M. Grazia. (2011). http://www.graziadaily.co.uk</p>
	Expression	Realistic/graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern irregular/set layout pattern	
	Color	Under 9 colors/ photo color	

<Table 14> Marni's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>a. Marni 2008S/S. Marni. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic/simplification	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2009	Motive	Geometrical figure	 <p>b. Marni 2009S/S. Marni. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2010	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>c. Marni 2010S/S. Marni. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic/simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2011	Motive	Geometrical figure	 <p>d. Marni 2011S/S. Marni. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2012	Motive	Geometrical figure	 <p>e. Marni 2012S/S. Marni. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	


<Table 15> Marni's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2012	Motive	Geometrical figure	 <p>f. Marni for H&M. Styleintel. (2012). http://www.styleintel.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	

<Table 16> Margiela's textile pattern design analysis

Year	Classification	Result	Design image
2008	Motive	Geometrical figure	 <p>a. Margiela 2008F/W. Margiela. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2009	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>b. Margiela 2009F/W. Margiela. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2010	Motive	Geometrical figure	 <p>c. Margiela 2010F/W. Margiela. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2011	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>d. Margiela 2011F/W. Margiela. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic e./simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	
2012	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>e. Margiela 2012F/W. Margiela. (2012). http://www.firstview.com</p>
	Expression	Graphic e./simplification	
	Layout	Regular/allover pattern	
	Color	Under 5 colors	



<Table 17> Margiela's textile pattern design analysis for H&M

Year	Classification	Result	Design image
2012	Motive	Natural object/geometrical figure	 <p>f. Margiela for H&M Vogue. (2012). http://www.vogue.co.uk</p>
	Expression	Graphic expression	
	Layout	Irregular/set layout pattern	
	Color	Under 5 colors	

<Table 18> Roberto Cavalli's textile pattern design analysis in 2007 F/W collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object	Natural object/symbolic object
Expression	Graphic expression	Graphic & realistic expression
Layout	Regular/allover pattern	Regular/allover, set layout pattern
Color	Under 5 colors/photo color	Over 9 colors
Design Image		

<Table 19> Matthew Williamson's textile pattern design analysis in 2009 S/S collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object/geometrical figure	Geometrical figure
Expression	Abstract expression	Graphic expression
Layout	Irregular/allover pattern	Irregular/allover pattern
Color	Under 9 colors/photo color	Over 15 colors
Design image		

<Table 20> Sonia Rykiel's textile pattern design analysis in 2009 F/W collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object/geometrical figure	Geometrical figure
Expression	Graphic expression	Graphic expression
Layout	Irregular/allover pattern	Irregular/allover pattern
Color	Under 5 colors/photo color	Over 5 colors
Design image		

<Table 21> Lanvin's Textile pattern design analysis in 2010 F/W collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object/symbolic object	Natural object/symbolic object
Expression	Simplification	Graphic/abstract expression
Layout	Regular/allover pattern irregular/one point pattern	Regular/allover pattern irregular/set layout pattern
Color	Under 5 colors/ photo color	Over 9 colors
Design image		



<Table 22> Versace's textile pattern design analysis in 2011 F/W collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object/symbolic object	Natural object/symbolic object
Expression	Realistic/graphic expression	Simplification/graphic expression
Layout	Regular/allover pattern irregular/set layout pattern	Irregular/set layout pattern
Color	Under 9 colors/ photo color	Under 9 colors
Design image		

<Table 23> Marni's textile pattern design analysis in 2012 S/S collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Geometrical figure	Geometrical figure
Expression	Graphic expression	Graphic expression
Layout	Regular/allover pattern	Regular/allover pattern
Color	Under 5 colors	Under 5 colors
Design image		

〈Table 24〉 Margiela's textile pattern design analysis in 2012 S/S collection

Classification	H&M Collection	Original Brand Collection
Motive	Natural object/geometrical figure	Natural object/geometrical figure
Expression	Graphic expression	Graphic e./simplification
Layout	Irregular/set layout pattern	Regular/allover pattern
Color	Under 5 colors	Under 5 colors
Design image		

3. Discussion

〈Table 25〉에서 보는 바와 같이 패션브랜드별 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인은 1차적 분류유형으로서의 모티브 종류의 범위는 대부분 유사한 것을 알 수 있었으며, 크기, 세부 종류 등은 차이가 있었다. H&M 컬렉션에 사용된 모티브의 표현기법은 그래픽적 표현기법이 많은 반면, 자체 브랜드 컬렉션에서는 사실적 표현과 약화적 표현이 많았으며, 그래픽적 표현도 사용된 것을 알 수 있다. 이는 모티브를 표현함에 있어 H&M 컬렉션이 자체 브랜드 컬렉션에서 보다는 대상을 단순화하여 표현하는 경향을 보인 것으로 이해할 수 있다. 또한 모티브의 배열형식인 패턴 배열방법은 H&M 컬렉션에서는 주로 규칙적 올오버 패턴과 원 포인트 디자인 등을 활용한 반면, 자체 브랜드 컬렉션에서는 불규칙적 올오버 패턴과 셋트 레이아웃 패턴을 주로 사용하는 것을 알 수 있다. 이는 올오버 패턴은 직물 재단 시 불필요한 낭비를 줄일 수 있는 가장 경제적인 배열방법이며, 셋트 레이아웃 배열은 완성된 제품의 부분을 고려하여 모티브를 배열하기 때문에 재단 시 가장 많은 직물이 소요되는 배열방법이다. 이러한 점을 고려한다면 H&M 컬렉션은 경제적인 모티브 배열 방법을 사용하고 있는데 반해, 자체 브랜드 컬렉션에서는 완성된 제품에 중점을 둔 배열방법을 선호하는 것으로 이해할 수 있다. 따라서 고급 브랜드

컬렉션에 활용되는 디자인은 효과적으로 소재를 표현하기 위해 모티브 종류 및 표현기법의 사용이 제한적이지 않으며, 특히 균일한 문양을 배치하여 직물을 표현하기 보다는 의류 특정 부분에 문양을 통해 스타일이 완성되도록 배치하는 경향이 있다는 것을 의미한다고 할 수 있다. 특히 두 컬렉션 간 모티브의 종류와 표현기법이 전반적으로는 유사한 것으로 나타났으나, 동일 시즌의 비교에서는 서로 다르게 나타난 것을 볼 수 있었는데, 이는 한시적 출시제품인 H&M 컬렉션은 시즌 트렌드를 반영하는 자체 브랜드 컬렉션보다는 소비자가 인지하고 있는 브랜드의 대표적인 모티브의 사용을 통해 콜라보레이션 제품을 제안하는 것으로 이해할 수 있는 것이다.

텍스타일디자인의 표현요소 중 소재단가에 가장 많은 영향을 주는 컬러 도수는 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션 간에 상당한 차이가 있는 것으로 나타났다. 대부분 브랜드의 H&M 컬렉션에 사용되는 컬러 도수는 5도 이하로 나타났으며, 자체 브랜드 컬렉션에서는 적어도 9도 이상의 컬러를 활용한 패턴을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이는 저가 제품은 최소한의 컬러를 통해 패턴을 구현하며, 고가 브랜드의 경우 컬러로 인한 단가 상승은 크게 고려하지 않는 경향이 있으므로 저가브랜드에 있어서 컬러는 제한적일 수 있고, 본 연구의 분석결과도 이를 증명하고 있다고 할 수 있겠다.

〈Table 25〉 H&M Collection & Original Brand Collection's textile pattern design analysis

	Fashion brand	H&M Collection	Original Brand Collection
1	Roberto Cavalli	Natural object	Natural object/symbolic object
		Graphic expression	Graphic & realistic expression
		Regular/allover pattern	Regular/allover, set layout pattern
		Under 5 colors/photo color	Over 9 colors
2	Matteu Williamson	Natural object/geometrical figure	Geometrical figure
		Abstract expression	Graphic expression
		Irregular/allover pattern	Irregular/allover pattern
		Under 9 colors/photo color	Over 15 colors
3	Sonia Rykiel	Natural object/geometrical figure	Geometrical figure
		Graphic expression	Graphic expression
		Irregular/allover pattern	Irregular/allover pattern
		Under 5 colors/photo color	Over 5 colors
4	Lanvin	Natural object/symbolic object	Natural object/symbolic object
		Simplification	Graphic/abstract expression
		Regular/allover patternirregular/one point pattern	Regular/allover patternirregular/set layout pattern
		Under 5 colors/ photo color	Over 9 colors
5	Versace	Natural object/symbolic object	Natural object/symbolic object
		Realistic/graphic expression	Simplification/graphic expression
		Regular/allover patternirregular/set layout pattern	Irregular/set layout pattern
		Under 9 colors/ photo color	Under 9 colors
6	Marni	Geometrical figure	Geometrical figure
		Graphic expression	Graphic expression
		Regular/allover pattern	Regular/allover pattern
		Under 5 colors	Under 5 colors
7	Martin Margiela	Natural object/geometrical figure	Natural object/geometrical figure
		Graphic expression	Graphic e./simplification
		Irregular/set layout pattern	Regular/allover pattern
		Under 5 colors	Under 5 colors

V. Conclusion

기술제품 중심에서 감성제품으로 소비자의 선택이 이동하면서 패션기업들은 문화 및 감성적 체험 등이 중심이 되는 문화, 감성마케팅을 통해 브랜드를 제안하고 있으며, 소비자의 감성적 욕구를 충족시키기 위한 다양한 분야와의 콜라보레이션이 가속화되고 있다. 서로 다른 분야와의 협업을 통해 기대하지 않은 새로운 감성을 도출하는 반면, 동일

한 패션분야 내 기업과 브랜드들 간에도 기존에 갖고 있는 서로 다른 감성의 가치를 적극적으로 협업에 적용함으로써 새로운 이미지를 창조하는 경우도 점차 증가하고 있는 추세이다. 그만큼 패션기업과 패션브랜드들은 확고한 이미지를 유지함과 동시에 지속적으로 변화하는 소비자에게 새로운 감성을 제안하는 것도 매우 중요하게 인식되기 때문이다. 이러한 측면에서 가장 활발하게 콜라보레이션을 활용하는 기업이 H&M이며, 본 연구에서는 패

션디자이너 브랜드가 전개한 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션에 사용된 텍스타일 패턴디자인을 비교 분석함으로써 자체 브랜드의 디자인과 H&M을 위한 콜라보레이션 디자인의 연관성에 대해 이해하고자 하였다.

이를 위해 패션 디자이너 브랜드별 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션에 활용된 텍스타일디자인을 분석하고, 2007년부터 2012년까지 자료를 수집하여 분석한 결과는 다음 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 패션 디자이너 브랜드가 제안하는 두 컬렉션에 사용되는 모티브의 종류는 매우 유사하여 소비자로서 하여금 브랜드에 대한 시각적 인지를 가능하게 하는 요소로 텍스타일패턴디자인이 활용되고 있음을 알 수 있었다. 이는 분석대상 브랜드에서 제안한 H&M 컬렉션과 자체 브랜드 컬렉션 모두에서 사용된 모티브의 종류와 그 모티브의 표현방식이 패턴 배열방식이 유사한 것으로 나타났기 때문이다. 둘째, H&M 컬렉션 제품을 출시함에 있어서 자체 브랜드에서 제안하고 있는 트렌드를 반영한 패턴디자인이라기 보다는 소비자가 인지하고 있는 기존의 브랜드를 대표하는 패턴디자인을 H&M에 반영함을 알 수 있었다. 이는 H&M 컬렉션에 활용된 텍스타일디자인을 분석한 결과, 최근 5년간 제안된 디자인과는 모티브의 종류 및 표현기법, 패턴배열이 거의 유사하였으나, 해당 시즌에 출시된 자체 브랜드 컬렉션과는 서로 상이하게 나타났음에 기인한다. 셋째, H&M 컬렉션에 사용되는 텍스타일 패턴디자인은 자체 브랜드 컬렉션에 비해 모티브 표현 컬러 도수에 제한이 있음을 알 수 있었다. 이는 디자인을 표현하는 컬러 수가 증가할수록 직물 단가가 상승하기 때문으로 이해될 수 있으며, 분석결과 H&M 컬렉션에 사용되는 컬러 도수가 대부분 5도 이하로 나타난 반면, 자체 브랜드 컬렉션에는 대부분 9도 이상의 컬러가 사용되고 있는 것을 볼 때 사실상 사용되는 컬러 도수에는 제한이 없는 것으로 나타났다.

본 연구를 위해 분석된 자료는 온라인 사이트에서 수집한 디지털 자료로서 소재 자체의 특성 즉, 질감, 직물구성 등을 확인할 수 없는 상태에서 표면적으로 인지 가능한 시각적 문양 등을 분석하였기에 실제 프린트 패턴디자인과는 차이가 있는 연

구의 한계점이 있다. 그러나 본 연구는 동일한 디자이너로부터 개발된 고가의 자체 브랜드 제품과 콜라보레이션을 통해 개발된 저가 제품에 표현된 텍스타일 패턴디자인이 갖는 공통점과 차이점을 분석하였고, 그 결과를 통해 디자인적 측면에서의 콜라보레이션을 이해할 수 있는 연구 자료로는 물론 향후 브랜드 간 콜라보레이션에 있어서 디자인 개발방향을 제안할 수 있는 디자인 자료로 활용될 수 있을 것이다. 본 연구를 토대로 콜라보레이션에 있어 각 브랜드의 아이덴티티와의 관계를 분석하는 연구가 필요할 것으로 사료되며, 특히 텍스타일 패턴디자인의 모티브와 패턴, 컬러 등을 통해 콜라보레이션 과정에서 전달하고자 하는 고유의 브랜드 특성을 시각적으로 전이시키는 방안에 대한 후속연구가 필요할 것으로 생각된다.

References

- Choi, K. H.(2012, 26 October). Stella McCartney. *Navercast*, Retrieved November 9, 2012, from http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=14954
- Choi, K. H.(2012, February 24). Sonia Rykiel. *Navercast*, Retrieved November 11, 2012, from http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=7554
- Chung, J. Y., & Han, K. C.(2009). The direction of brand collaboration applied to design products. *Korean Society of Design Trend*, 24, 317-328.
- Jang, N. K., Myoung, H. J., & Cho, H. A.(2005). Collaboration strategy in fashion industry -Focused on individual and company collaboration cases-. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 5(1), 19-37.
- Jeong, H. S., & Kim Y. I.(2008). Collaboration among design fields with a focus on the fashion industry. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, 58(6), 110-123.
- Kan, H. S.(2008). A study on the cultural traits of collaboration in the contemporary fashion. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan Uni-

versity, Seoul, Korea

Kim, H. O.(2012, November 16). *Margiela*. Retrieved November 24, 2012, from http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=201211161105423&mode=sub_view

Kim, J. W., Lee, S. Y., Park, J. Y., & Hong, T. H. (2009). A study on the role of collaboration as safeguard for supplier's relationship-specific intangible asset. *Korea Knowledge Management Society*, 10(3), 35-49.

Lanvin 2008F/W. (2012, November 19). *Firstview.com*. Retrieved November 19, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=17473>

Lanvin 2009F/W. (2012, November 19). *Firstview.com*. Retrieved November 19, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=20924>

Lanvin 2010F/W. (2012, November 19). *Firstview.com*. Retrieved November 19, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=23860>

Lanvin 2011F/W. (2012, November 19). *Firstview.com*. Retrieved November 19, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=26941>

Lanvin 2012F/W. (2012, November 19). *Firstview.com*. Retrieved November 19, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=30761>

Lanvin for H&M. (2012, November 18). *Nitrolicious.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.nitrolicious.com/blog/2010/11/02/lanvin-for-hm-womens-collection/8/>

Lanvin for H&M. (2012, November 7). *K. Laliberte*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.refinery29.com/is-hms-latest-collaboration-with-lanvin>

Lee, E. O.(2007). A study on the classification in Korean textile design. *Design Forum*, 13(3), 271-280.

Lee, M. S.(2011, September 2). Lanvin. *Navercast*, Retrieved November 27, 2012, from http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=6100

Lee, M. S.(2011, September 2). Lanvin. *Navercast*, Retrieved November 27, 2012, from http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=15634

Margiela 2008F/W. (2012, November 23). *Firstview.com*. Retrieved November 23, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=18672>

Margiela 2009F/W. (2012, November 23). *Firstview.com*. Retrieved November 23, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=21937>

Margiela 2010F/W. (2012, November 23). *Firstview.com*. Retrieved November 23, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=23826>

Margiela 2011F/W. (2012, November 23). *Firstview.com*. Retrieved November 23, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=28129>

Margiela 2012F/W. (2012, November 23). *Firstview.com*. Retrieved November 23, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=30744>

Margiela for H&M. (2012, November 22). *Vogue*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.vogue.co.uk/news/2012/10/17/margiela-h-and-m-collection-pictures-revealed/gallery/1>

Marni 2008S/S. (2012, November 22). *Firstview.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=15813>

Marni 2009S/S. (2012, November 22). *Firstview.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=19443>

Marni 2010S/S. (2012, November 22). *Firstview.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=22578>

Marni 2011S/S. (2012, November 22). *Firstview.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=25589>

Marni 2012S/S. (2012, November 22). *Firstview.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=28872>

- Marni for H&M. (2012, February 21). *Styleintel.com*. Retrieved November 22, 2012, from <http://www.styleintel.com/2012/02/what-to-buy-from-the-marni-for-hm-collaboration/>
- Marni for H&M. (2012, November 7). *Intuition-online.com*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.intuition-online.co.uk/article.php?id=2269>
- Martin Margiela for H&M. (2012, November 7). *Selectism.com*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.selectism.com/2012/10/08/maison-martin-margiela-for-hm-collection-campaign-looks/>
- Matthew Williamson 2008S/S. (2012, November 17). *Firstview.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=15734>
- Matthew Williamson 2009S/S. (2012, November 17). *Firstview.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=19174>
- Matthew Williamson 2010S/S. (2012, November 17). *Firstview.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=22483>
- Matthew Williamson 2011S/S. (2012, November 17). *Firstview.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=25528>
- Matthew Williamson 2012S/S. (2012, November 17). *Firstview.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=28777>
- Matthew Williamson for H&M. (2012, March 20). *Fashionista101.com*. Retrieved November 17, 2012, from <http://fashionista101.com/home/2009/03/20/matthew-williamson-for-hm-summer-collection/>
- Matthew Williamson for H&M. (2012, November 7). *Zimbio.com*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.zimbio.com/Matthew+Williamson/articles/19/Matthew+Williamson+H+Launching+Party>
- Oh, B. S., & Na, J. Y.(2012). Study on the connectivity between the 21th century culture code and textile design change -with focus on the case of Louis Vuitton brand. *Korean Society of Basic Design & Art*, 13(1), 265-275.
- Park, K. A., & Kim, S. K.(2009). Collaborations in fashion and arts across industry disciplines. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(7), 1152-1163.
- Popstar Dictionary. *Samho Music*. Retrieved November 23, 2012, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=2999&docId=358269&mobile&categoryId=2999>
- Roberto Cavalli 2007F/W. (2012, November 25). *Firstview.com*. Retrieved November 25, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=14154>
- Roberto Cavalli 2008F/W. (2012, November 25). *Firstview.com*. Retrieved November 25, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=17325>
- Roberto Cavalli 2009F/W. (2012, November 25). *Firstview.com*. Retrieved November 25, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=20951>
- Roberto Cavalli 2010F/W. (2012, November 25). *Firstview.com*. Retrieved November 25, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=23787>
- Roberto Cavalli 2011F/W. (2012, November 25). *Firstview.com*. Retrieved November 25, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=30660>
- Roberto Cavalli for H&M. (2012, November 25). *Iamfashion*. Retrieved November 25, 2012, from <http://iamfashion.blogspot.kr/2007/11/roberto-cavalli-at-h.html>
- Roberto Cavalli for H&M. (2012, November 7). *Londonoa.com*. Retrieved November 7, 2012, from <http://londonoa.com/tag/cavalli-hm/>
- Song, S. W.(2012, May 18). Karl Lagerfeld. *Navercast*. Retrieved November 20, 2012, from http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=8583
- Sonia Rykiel 2008F/W. (2012, November 18). *Firstview.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=17463>
- Sonia Rykiel 2009F/W. (2012, November 18). *Firstview.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=20941>

- Sonia Rykiel 2010F/W. (2012, November 18). *Firstview.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=23842>
- Sonia Rykiel 2011F/W. (2012, November 18). *Firstview.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=26950>
- Sonia Rykiel 2012F/W. (2012, November 18). *Firstview.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=30752>
- Sonia Rykiel for H&M. (2012, November 18). *Weareyouneak.com*. Retrieved November 18, 2012, from <http://www.weareyouneak.com/2009/12/28/sonia-rykiel-pour-hm-preview/>
- Sonia Rykiel for H&M. (2012, November 7). *Davidson*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.weheart.co.uk/2010/02/10/sonia-rykiel-pour-hm/>
- The Merriam-Webster Dictionary. (2012, November 11). Retrieved November 11, 2012, from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/collaboration>
- Versace 2008F/W. (2012, November 7). *Firstview.com*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=17348>
- Versace 2009F/W. (2012, November 7). *Firstview.com*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=17530>
- Versace 2010S/S. (2012, November 7). *Firstview.com*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=22586>
- Versace 2011F/W. (2012, November 7). *Firstview.com*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=26973>
- Versace 2012S/S. (2012, November 7). *Firstview.com*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.firstview.com/collection.php?id=28854>
- Versace for H&M. (2012, November 20). *Grazia*. Retrieved November 20, 2012, from <http://www.graziadaily.co.uk/fashion/archive/2011/11/09/versace-for-h-m--watch-the-catwalk-show.htm>
- Versace for H&M. (2012, November 7). *Nitrolicious.com*. Retrieved November 7, 2012, from <http://www.nitrolicious.com/blog/2011/09/30/versace-for-hm-hads-anna-dello-russo-paris-fashion-week/>
- Wikipedia(2012, December 21). *Kylie Ann Minogue*, Retrieved November 24, 2012, from http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%B9%B4%EC%9D%BC%EB%A6%AC_%EB%AF%B8%EB%85%B8%EA%B7%B8