

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



‘서클로스’를 활용한 제이드 크로퍼 코퍼레이션 컬렉션

TEXTILE 아시아 시장과 섬유·원사·직물 전방위로 도입 증가 리뉴셀, 리사이클 셀룰로오스 ‘서클로스’의 대중화 앞장⁽¹⁾

스웨덴 섬유 재활용 기업 리뉴셀(Renewcell)이 ‘서클로스(Circulose)’의 네트워크를 섬유, 원사, 직물 등 전방위로 확장하고 있다고 밝혔다. 리뉴셀(Renewcell)은 지난 6월 ‘서클로스’를 사용하는 원사 및 섬유 생산업체 협업체 CSN(Circulose Supply Network)을 설립했다. ‘서클로스’는 낚은 의류, 원단 조각 등 100% 섬유 폐기물로 만든 용해 펄프이다. 비스코스, 리오셀, 모달, 아세테이트 등의 생분해성 재생 섬유로서 ‘인조 셀룰로오스 섬유’라고도 부른다. 면화, 기름, 목재를 대신해 섬유 폐기물로 제조

함으로써 친환경 대체 소재로 주목받고 있다. ‘서클로스’를 활용하는 CSN은 설립 초기 47개 원사 및 섬유 생산업체로 구성되었던 것에서 최근 동남아시아 지역 기업들이 합류하며 116개 회원사로 확장되었다. 리뉴셀측은 이번 확장이 지역의 다각화를 포함해 12개 니트 편직 업체, 30개 이상의 실 방직 업체, 홈 텍스타일 공급업체가 포함되어 ‘서클로스’로 만든 제품이 더욱 다양해질 수 있게 되었다고 강조했다. 리뉴셀 CEO 패트릭 런던스트롬은 “CSN은 ‘서클로스’로 만든 원사와 직물의 가용성을 확대하

는데 중추적 역할을 하고 있다. 패션 브랜드들은 섬유 공급망 전반에 걸쳐 ‘서클로스’를 디자인에 통합할 수 있는 광범위한 지속가능한 옵션을 갖게 되었다”라고 설명했다. 한편 리뉴셀(Renewcell)은 2012년 스웨덴 KTH 왕립기술연구소의 혁신가들이 설립한 곳으로 셀룰로오스 섬유 폐기물을 재활용해 새로운 ‘서클로스(Circulose)’ 섬유 및 원사로 변환할 수 있는 특허 프로세스를 개발했다.



‘K2’ 크로스360 다이아마 배낭

TEXTILE 아웃도어 다변화 소재 ‘슈퍼섬유’가 뜬다⁽²⁾

아라미드 확산, 슈퍼루키 초강력 섬유 ‘다이아마’ 출시표

최근 ‘고프코어 룩’의 트렌드 강세 속에 고어텍스 섬유의 수요 상승폭이 여전히 고공 행진을 하고 있다. 여기에 지난해부터 강철보다 강력한 기능성 슈퍼 파이버 시장이 ‘지속가능성’의 날개를 달고 새로운 슈퍼루키로 부상하고 있다.

이는 ‘오래 쓰고 오래 입도록’ 강도가 우수한 기능성 소재를 활용한 ‘수명이 긴 제품’ 생산에 중점을 두고 있는 아웃도어, 워크웨어, 하이엔드 스포츠, 프리미엄 퍼포먼스 조닝이 이러한 슈퍼섬유 활용에 적극적이기 때문이다.

그 중에서도 강철보다 15배 이상의 강도와 나일론의 70% 초경량성을 가진 ‘지구상 가장 강한 섬유’로 불리는 ‘다이아마(Dyneema)’가 관심을 얻고 있다. 다이아마(Dyneema)는 초고분자량 폴리에틸렌 섬유 브랜드로, 시중에 유통하는 합성섬유 중 가장 강력한 섬유 중 하나다. 해외에서는 아우터와 방한의류, 가방, 패션 소품 등에 많이 사용하고 있고, 국내에서도 배낭 등 아웃도어 소품에 활용하고 있다. ‘블랙야크’가 롤담형 구조의 DCF(Dyneema Composite Fiber) 원단의 배낭을 출시했다.

상단을 위로 말아서 고정할 수 있는 디자인이 특징이다.

‘K2’는 최근 다이아마를 사용해 내구성과 경량감이 뛰어난 ‘크로스360 다이아마’ 배낭을 선보였다. 뛰어난 ‘크로스360 다이아마’ 배낭은 일반 배낭보다 가볍고 내구성이 탁월하고, 방수성이 뛰어나다.

워크웨어 브랜드 ‘볼디스트’도 고강도 슈퍼섬유로 내구성과 내연성 산업소재인 아라미드 소재 상품군을 확대하고, 다양한 제품을 구성했다.

3D DIGITAL

‘망고’가 디지털 기업으로 혁신하는 방법은?⁽³⁾

대화형 생성 AI플랫폼 ‘리사’ 출시

스페인 패션 기업인 망고(Mango)가 자사 인공 지능 플랫폼에 대화형 생성 AI 플랫폼 ‘리사’를 출시했다.

‘망고’는 전체 밸류체인에 걸쳐 15개 이상의 인공 지능 플랫폼을 통합함으로써 디지털 혁신을 추구하고 있는 기업이다. 이번

에 추가한 제품은 콘텐츠 제작 및 대화를 위한 최첨단 생성 AI 도구 ‘리사(Lisa)’이다.

‘리사’의 주요 목표는 패션 컬렉션 개발부터 판매 후 서비스까지 프로세스를 간소화하는 것이다. ‘망고’의 기존 생성 AI 플랫폼인 ‘인스파이어(Inspire)’와 함께 디자이너 및 제품팀이 다양한 컨셉을 보고 영감을 얻어 직물 및 의류를 공동 제작할 수 있도록 돕는다. ‘리사’의 인터페이스는 챗GPT를 연상시키며, ‘망고’를 위해 특별히 맞춤화된 비공개 모델과 오픈 소스 모델을 활용

에 완성했다.

‘망고’의 기술 정보 담당인 조르디 알렉스는 “‘망고’의 AI 플랫폼 ‘리사’는 보조종사 역할을 하여 직원과 파트너를 지원하는 것을 목표로 한다. 기술을 통해 우리의 상호 작용을 보다 더

간접적으로 만들지 않으면 추구할 가치가 없게 된다”라고 말했다.

망고는 지난해 매출이 20.3% 증가해 26억 8,800만 유로를 달성했다. 현재 총 매출의 36%를 온라인 채널을 통해 창출할 만큼 이커머스 부문이 확대되고 있다. 또한 지난 2018년부터 기계 학습 플랫폼(MLE)을 도입해 디지털 혁신에 앞장서고 있다.

디자인 부서를 위한 이미지 생성에 중점을 둔 ‘인스파이어(Inspire)’, 고객을 위한 제품을 추천하는 서비스 ‘가우디(Gaudi)’, ‘아이리스(Iris)’ 그리고 최첨단 생성 AI 도구 ‘리사’까지 다양한 디지털 플랫폼을 구축하고 있다.



망고 글로벌 본사

망고 디자인 커스텀 AI플



‘몽클레르 X 아디다스’ 탐험가의 예술

3D DIGITAL

‘아디다스’ & ‘몽클레르’, NFT AI 협업을 통해 기술과 럭셔리 통합⁽⁴⁾

‘탐험가의 예술’, 실제 세계와 AI 세계를 연결한 프로젝트

글로벌 브랜드 ‘아디다스’와 ‘몽클레르’가 Web3에서 합쳤다.

스포츠웨어 기업 아디다스는 ‘아디다스 오리지널스’와 ‘몽클레르’의 NFT 프로젝트를 위해 파트너십을 맺고, 디지털 수집품(digital collectibles)을 출시했다. ‘탐험가의 예술(The Art of Explorers)’로 명한 이번 캠페인은 몰입형 디지털 경험, NFT 한정판 컬렉션과 함께 AI로 생성된 모험가들과 함께 독특한 혼합 매체를 통해 나타난다.

이번 컬렉션은 지난 2월 런던에서 개최된 ‘아디다스 X 몽클레르’ 콜라보레이션 ‘아트 오브 지니

어스(Art of Genius)’쇼를 진화한 것이다. ‘몽클레르’는 다양한 분야의 예술가들에게 컬렉션 룩에서 영감을 얻은 탐험가들의 조형물을 요청했다. 그레이 카드(Gray Card), 이비 니조야(Ibby Njoya), 케이트 타버(Kate Taber)의 조형물과 공통 컬렉션의 스포티한 모습을 AI생성 모델의 창작을 통해 공개했다.

조각가이자 세트 디자이너인 게리 카드는 “자신의 모습을 웅장하면서도 인상적인 모습으로 만들었다. 두 사람이 나란히 서 있으면 ‘몽클레르’ 룩의 왜곡된 버전처럼 느껴질 것이다”라고 말했다.

다. 메이크업 아티스트 이사마야 프렌치는 “형

태, 색상, 질감은 투명한 플라스틱 진공 성형 마스

스크, 에어브러시 색상 및 반소 소재를 사용하여 만들었다”라고 설명했다.

‘몽클레르’ 웹사이트에서는 ‘아트 오브 지니어스’ 쇼에 등장했던 밝게 빛나는 대도시의 거리를 배경으로 한 몰입형 디지털 경험을 할 수 있다.

지난 10월 4일 한정판으로 출시된 NFT 컬렉션은 ‘몽클레르 X 아디다스 오리지널 NMD’ 클라보레이션 부츠가 대표 아이템이다. ‘몽클레르’ 웹사이트 몰입형 플랫폼과 ‘아디다스 컨퍼넬’ 앱에서 구매할 수 있다.



‘롤루레몬’ 파인드 유어 웰빙 캠페인

FASHION

‘롤루레몬’, ‘파인드 유어 웰빙’ 글로벌 프로젝트 시동⁽⁵⁾

10월 11일부터 4일 동안 서울숲 팝업스토어 오픈

라이프스타일 브랜드 ‘롤루레몬’이 10월 10일 세계 정신건강의 날을 맞아 새로운 캠페인 ‘파인드 유어 웰빙(Find Your Wellbeing)’에 참여한다.

‘파인드 유어 웰빙’은 각 개인이 건강한 삶을 계획하고 시작할 수 있도록 독려하는 캠페인이다. 정신 건강에 대한 사회적 인식을 개선하고 사회적 압박, 정서적 문제에 대한 사회적 낙인을 해소하기 위해 기획됐다. 카이

아프 스타인 전소미와 태양이 ‘롤루레몬’의 새로운 캠페인에 참여해 웰빙을 위한 도전과 개인적 라이프스타일에 대해 솔직하게 이야기할 예정

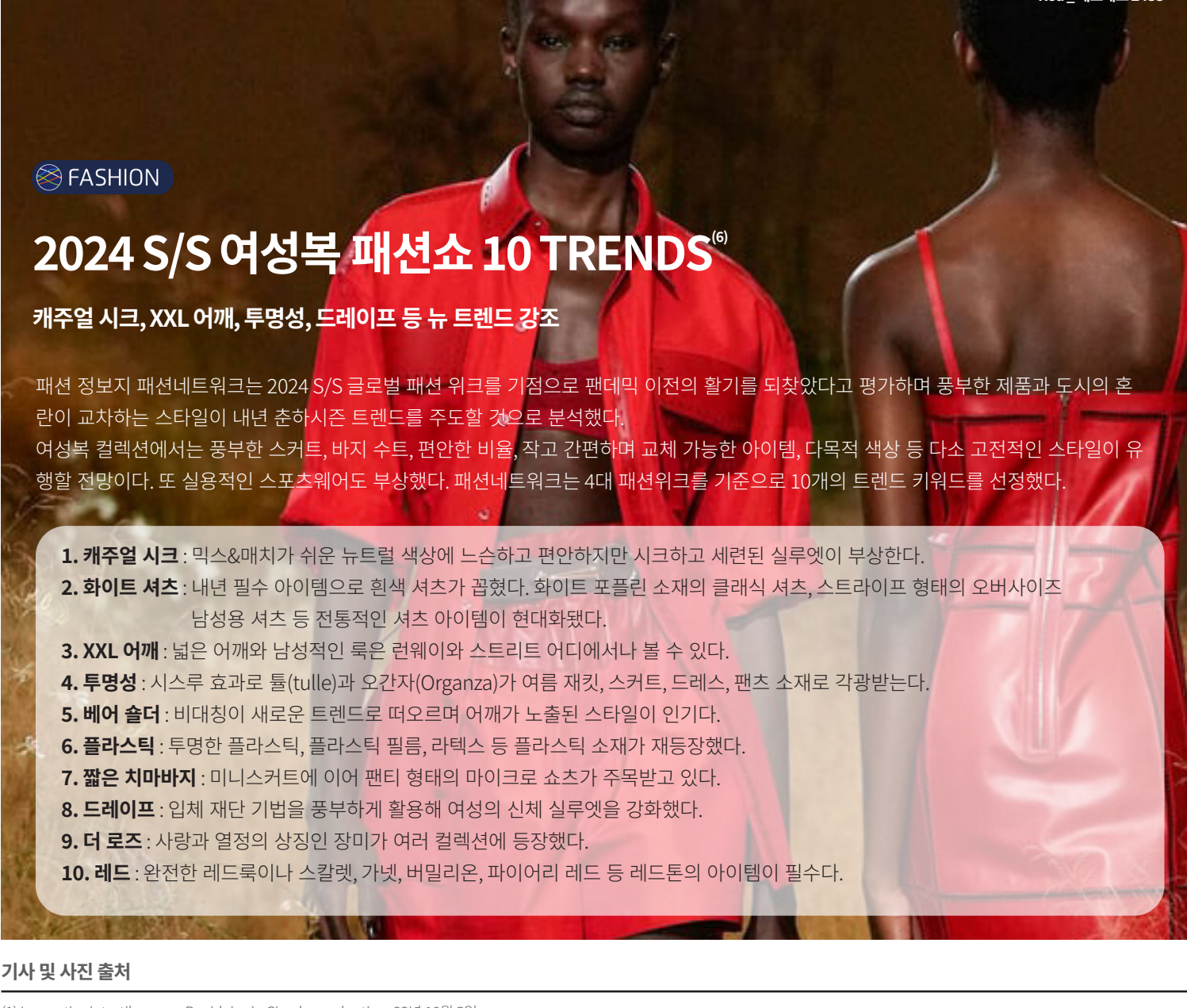
이다.

10월 11일 서울숲 코사이어터에서 팝업이벤트 프리뷰 행사를 시작으로 12일부터 15일까지 4일간 팝업스토어를 진행한다. 팝업 이벤트에는 전소미, 태양뿐만 아니라 ‘롤루레몬’의 글로벌 및 아시아 태평양 지역 임원진이 참여하며 셀러브리티, 운동선수, 현장 전문가들과 지역 앰버서더들이 함께 한다.

태권도 검은 띠를 보유한 전소미는 “내 감정을 인정하는 것이 웰빙의 가장 중요한 부분이다. 또 춤을 출 때도 무슬에 필요한 힘, 균형 감각, 유연성이 모두 적용된다며 움직임의 통해 기분과 감정들을 표출한다”라고 설명했다.

가수 태양은 “저에게 있어 웰빙은 사고방식, 정신력 그리고 신체적 건디선에 따라 좌우되는 것이며 이 중 한 가지 만으로는 웰빙에 도달할 수 없고 모든 것이 적절히 균형 잡힐 때 비로소 가능하며, 결국 이 균형이 무너지게 된다면 웰빙이 가진 아름다움도 무너지게 된다”라고 말했다.

‘롤루레몬’은 서울에서 열리는 팝업 이벤트를 기점으로 일본, 싱가포르, 태국을 포함한 주요 시장에서 웰빙과 관련한 행사와 이벤트를 진행할 예정이다.



Red_에트메스 24SS

FASHION

2024 S/S 여성복 패션쇼 10 TRENDS⁽⁶⁾

캐주얼 시크, XXL 어깨, 투명성, 드레이프 등 뉴 트렌드 강조

패션 정보지 패션네트워크는 2024 S/S 글로벌 패션 위크를 기점으로 팬데믹 이전의 활기를 되찾았다고 평가하며 풍부한 제품과 도시의 혼란이 교차하는 스타일이 내년 춘하추동 시즌 트렌드를 주도할 것으로 분석했다.

여성복 컬렉션에서는 풍부한 스커트, 바지 수트, 편안한 비올, 작고 간편하며 교체 가능한 아이템, 다목적 색상 등 다소 고전적인 스타일이 유행할 전망이다. 또 실용적인 스포츠웨어도 부상했다. 패션네트워크는 4대 패션위크를 기준으로 10개의 트렌드 키워드를 선정했다.

1. **캐주얼 시크**: 믹스&매치가 쉬운 뉴트럴 색상에 느슨하고 편안하지만 시크하고 세련된 실루엣이 부상한다.
2. **화이트 셔츠**: 내년 필수 아이템으로 흰색 셔츠가 곧한 화이트 포폴린 소재의 클래식 셔츠, 스트라이프 형태의 오버사이즈 남성을 셔츠 등 전통적인 셔츠 아이템이 현대화됐다.
3. **XXL 어깨**: 넓은 어깨와 남성적인 룩은 런웨이와 스트리트 어디에서나 볼 수 있다.
4. **투명성**: 시스루 효과로 툴(tulle)과 오간자(Organza)가 여름 재킷, 스커트, 드레스, 팬츠 소재로 각광받을 전망이다.
5. **베어 숄더**: 비대칭이 새로운 트렌드로 떠오르며 어깨가 노출된 스타일이 인기다.
6. **플라스틱**: 투명한 플라스틱, 플라스틱 필름, 라텍스 등 플라스틱 소재가 재등장했다.
7. **짧은 치마바지**: 미니스커트에 이어 팬티 형태의 마이크로 쇼츠가 주목받고 있다.
8. **드레이프**: 입체 재단 기법을 풍부하게 활용해 여성의 신체 실루엣을 강화했다.
9. **더 로즈**: 사랑과 열정의 상징인 장미가 여러 컬렉션에 등장했다.
10. **레드**: 완전한 레드룩이나 스칼렛, 가넷, 버릴리온, 파이어리 레드 등 레드톤의 아이템이 필수다.

기사 및 사진 출처

(1) Innovationintextile.com _ Rapid rise in Circulose adoption, 23년 10월 5일

(2) 국제섬유신문 _ 아웃도어 다변화 소재 ‘슈퍼섬유’가 뜬다, 23년 10월 6일

(3) 패션네트워크, Mango launches ‘Lisa’, a conversational generative AI platform, 23년 10월 5일

(4) 제인데이리, Adidas and Moncler merge tech and luxury in NFT AI collaboration, 23년 10월 4일

(5) 롤루레몬 제공

(6) 패션네트워크, Women’s fashion shows: the ten trends for Spring/Summer 2024, 23년 10월 5일



FABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform

문의 : 다이텍연구원 소재빅데이터연구센터
Tel : 053-3503734, 3743 Email : fabricdive@dyetec.kr

JOIN US