

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



FASHION TECH 증강현실 및 가상현실을 혼합한 런웨이스쇼 경험 ETRO, VR을 활용한 환상의 몰입형 라이브쇼⁽¹⁾

에트로(ETRO)가 지난 9월 18일 2025 SS 밀라노패션위크에서 애플 비전프로를 활용해 세계 최초로 환상의 몰입형 라이브쇼를 선보였다. 선정된 8명의 게스트와 아시아, 중동, 유럽, 미국 전 세계 고객을 대상으로 애플 비전프로 헤드셋을 통해 증강현실 및 가상현실을 혼합한 런웨이스쇼를 경험할 수 있는 기회를 제공했다. 항상 기술과 혁신의 최전선에 있는 에트로에는 고객들

이 증강 현실과 사용자의 환경을 매끄럽게 혼합한 완전히 새로운 방식으로 디지털 콘텐츠에 몰입할 수 있게 했다. 이벤트가 끝난 후 이 헤드셋은 도쿄 긴자, 뉴욕, 비아 몬테나폴레오네에 있는 에트로 플래그십 매장에서 제공되어 고객들이 몰입형 형식으로 쇼를 다시 체험하고 추가 콘텐츠를 몇 주 동안 즐길 수 있는 독특한 매장 경험을 제공할 예정이다.

에트로에는 2022년 3월 첫 메타버스 패션 위크에 참여하고 2024 봄에는 AI 주도의 Nowhere 광고 캠페인을 런칭하면서 테크 기술의 과감한 접목을 시도한 브랜드로 평가받고 있다. 이번 컬렉션을 통해 다시 한 번 선구적이고 실험적인 정신으로 물리적 세계와 디지털 세계를 연결하는 상호작용 경험을 선보였다.



FASHION TECH 한·이 수교 140주년 기념, KIFT 얼라이언스 포럼⁽²⁾

패션 테크 기술과 패션의 지속가능성 성장 토론

한국과 이태리가 외교 관계 수립 140주년을 기념해 패션산업의 발전을 위한 패션테크 기술과 패션의 지속가능성에 대해 논의하는 ‘KIFT 얼라이언스 포럼’을 진행했다. ‘KIFT 얼라이언스 포럼’은 성주재단이 한국과 이탈리아 양국의 전략적 비전과 공동 번영을 위해 국제적 협력 요구에 응하여 특별 기획한 것이다. 성주재단은 지난 19일 밀라노에서 열린 KIFT(Korea Italy Fashion Tech, 한국 이탈리아 패션 테크) 얼라이언스 포럼의 개막 행사와

K-POP 댄스 플래시몹 2024 댄싱 두오모 인 밀라노(2024 Dancing DUOMO in MILAN)를 주최했다. 주제제 살라 밀라노 시장과 오세훈 서울 시장은 개최사를 통해 축하와 함께 두 도시간의 패션 및 테크 전문가들의 융합의 중요함을 강조했다. 또한 패션테크 산업을 비롯한 다양한 분야의 최고 지도자들이 참석해 디지털 기술, 인공지능, 메타버스 등 혁신 기술을 바탕으로 한 패션의 지속 가능한 성장을 논의했다.

이번 행사를 주최한 성주재단 김성주 회장은 “‘KIFT 얼라이언스 포럼’은 양국의 리더들이 디지털 기술과 지속 가능성 강화를 통해 패션의 미래를 논의할 수 있는 대화의 장을 열어 매우 의미 있다”고 전했다. 성주재단은 밀라노 두오모 광장에서 K-POP 댄스 플래시몹 ‘2024 댄싱 두오모 인 밀라노’를 주최하고 현지 K-POP 팬들에게 특별한 경험을 선사한 이벤트로 뜨거운 관심을 받았다.



지난 4일 오프닝 한국친환경융합소재센터

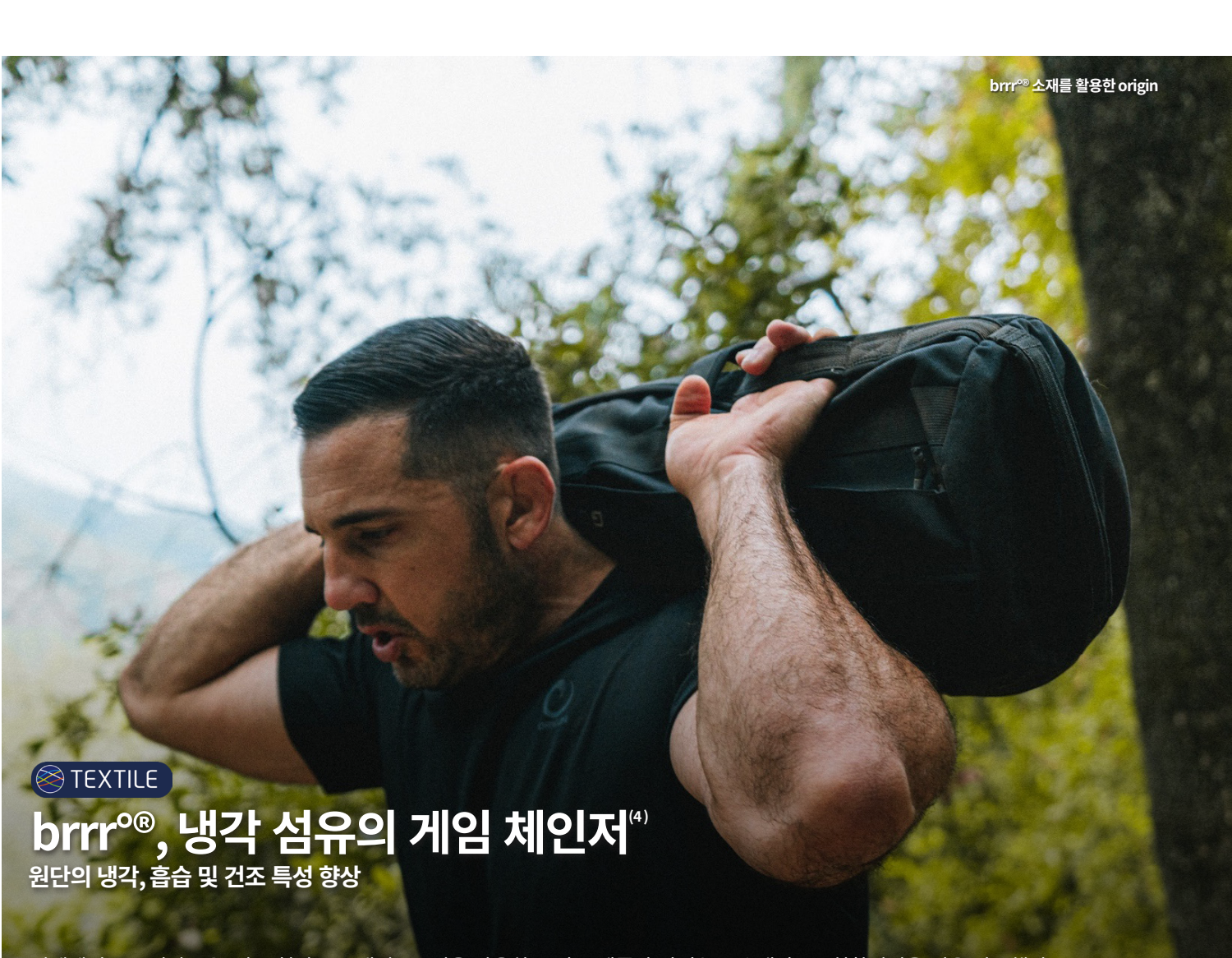
TEXTILE 경북, 대마·인견 친환경 섬유사업 주도권 잡는다⁽³⁾

친환경 섬유산업으로 대전환 정책 마련

경상북도는 정부가 지난 8월 제시한 섬유산업 밸류체인 전환 ‘섬유패션산업 경쟁력 강화 전략’과 유럽 중심 섬유산업 규제 및 기준 법제화 등에 대응하기 위해 친환경 섬유산업으로의 대전환을 위한 정책을 마련하고 있다. 경상북도는 특히 대마와 인견을 중심으로 한 친환경 섬유사업을 육성하기 위해 다양한 지원사업을 펼치고 있다. 경북 안동의 ‘한국친환경융합소재센터’는 지역에서 재배되는 대마를 다양한 분야에 적용

하는 연구를 진행하고 있는데 대마 인피 분리, 방적사 제조 등 대마 소재화 및 섬유화 설비를 국내 최초로 구축했다. 또 안동의 대마와 영주의 인견 소재를 복합해 경쟁력을 높일 수 있도록 ‘경북 북부권 친환경 섬유산업 육성 지원사업’을 통해 대마 고급 방적사 개발 및 시제품, 인견, 홍보 등을 지원한다. 이와 함께 자동차, 이차전지, 화장품 등 다양한 산업 분야에 천연물 기반 셀룰로스 나노섬유를 대체하는 친환경 소재 적용 확대를 위해

‘셀룰로스 나노섬유소재 산업화센터’를 경산에 구축 중이며, 구미의 ‘해중합연구센터’는 페올리에스터섬유의 불순물을 여과해 고순도 원료로 추출하는 공정을 개발, 지속가능성 높은 생태계를 완성해갈 예정이다. 이를 위해 도는 지역 기업을 중심으로 ‘섬유소재 공정저탄소화 지원사업’을 추진 중이며 해마다 10개사 이상의 기업에게 생산설비 교체 지원과 탄소 감축을 위한 전문가 컨설팅을 지원하고 있다.



brrr® 소재를 활용한 origin

TEXTILE brrr®, 냉각 섬유의 게임 체인저⁽⁴⁾

원단의 냉각, 흡습 및 건조 특성 향상

전세계적으로 이상고온, 열돔 현상으로 매년에는 냉각 소재에 대한 수요가 더욱 증가할 것이라는 전망이다. 지속가능한 성능 원단의 선도적 혁신 기업인 brrr®은 천연 냉각 미네랄, 활성 흡습 및 빠른 건조를 결합하여 피부에서 열과 습기를 끌어내는 ‘트리플 질 효과’를 만드는 특허 기술을 개발했다. 냉각 효과를 만들어 내기 위해 스프레이 코팅을 사용하는 일부 제품과 달리 brrr® 냉각 기술은 생산 과정에서 원사에 직접 내장되는 것이 특징이다. brrr® 냉각 미네랄은 필라멘트 실로 압출될 때 풀리 또는 나일론 펠릿과 혼합되고 이후의 직조 또는 니팅 공정은 원단의 냉각, 흡습 및 건조 특성을 향상시킨다. 리사이클 소재인 brrr® Recycled는 냉각 미네랄 기술과 재활용 풀리 또는 나일론 펠릿을 결합한 것으로

친환경성을 더욱 강조했다. 뿐만 아니라 CICLO®와 협력해 매립 후 원단이 미세분해되는 생분해성 원사를 개발했는데 이 역시 뛰어난 냉각, 흡습 및 건조 기능을 유지한다. 가벼운 brrr® 소재는 기술 및 아웃도어 의류는 물론, 일년 내내 착용할 수 있는 기본 의류로도 인기를 얻고 있다.



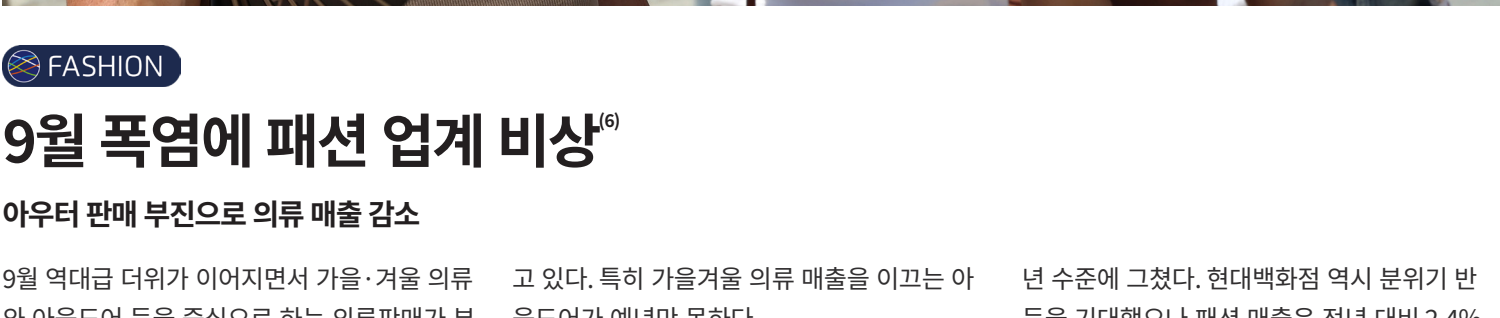
에르메스 Marques Almeida

FASHION 낭만과 혁신이 공존한 런던 패션위크 2025 SS⁽⁵⁾

화려한 꽃무늬와 러플, 깃털 등 우아한 드레이핑 강조

2025 SS 런던패션위크는 봄의 낭만과 혁신적인 디자이너들의 창의력으로 가득했다. 마르케스 알메이다는 대담히 꽃무늬와 러플을 더해 반향적인 귀족 이미지를 연출했고, 리차드 퀴은 중국과 난으로 꾸민 배경에서 화려한 사교계 결혼식을 선보였다. 버버리는 밀리터리 무드에 파스텔 컬러와 깃털 장식을 더해 경쾌한 룩을 선보였으며, 해리 스타일스와 엠마 코린의 참석으로 주목받은 S.S. 달리는 첫 여성복 컬렉션으로 노스웨스턴을 자극했다.

젊은 디자이너들의 활약도 돋보였다. 해리스 리드는 빈티지 소재로 19세기 드레스를 재현했고, 초포바 로우나는 정교한 레이어드링으로 독창적인 스타일을 완성했다. 라텍스를 활용한 해리의 파격적인 실루엣도 눈길을 끌었다. ‘뉴 제너레이션’으로 소개된 신인 레이미 중에는 우아한 드레이핑이 특징인 스탠딩 그라운드, 매력적인 스포츠웨어를 선보인 조나나 파브, 모든 세대의 여성을 위한 옷을 만드는 카롤리니 비투 그리고 식물성 소재로 아방가르드한 스타일을 추구하는 파울로 카자나가 주목할 만했다. 40주년을 맞이한 런던패션위크는 파리로 떠난 대형 하우스들의 빈자리가 크게 느껴질 만큼 전반적으로 다소 조용한 분위기였다. 런던답게 더 큰 변화와 도전이 필요한 시점이다.



9월 솔리브리스를 입고 있는 외국 관광객

FASHION 9월 폭염에 패션 업계 비상⁽⁶⁾

아우터 판매 부진으로 의류 매출 감소

9월 역대급 더위가 이어지면서 가을·겨울 의류와 아웃도어 등을 중심으로 하는 의류판매가 부진하며 분위기가 싸늘하다. 올해 9월 전국 평균 폭염일수는 지난 10월 기준 2.1일이며 평균 폭염일이 9월에 2개일을 넘어서는 것도 올해가 처음이다. 더위와 관련한 9월 통계가 모두 신기록을 세우면서 백화점 업계에 의류 판매에 비상이 걸렸다. 추석 연휴까지 더위가 예상되며 가을겨울 의류 매출이 부진할 것 같다는 분위기가 감지되고 있다. 특히 가을겨울 의류 매출을 이끄는 아우터와 아웃도어는 예년만 못하다. 신세계백화점에 따르면 최근 2주간(지난달 26일~이달 8일) 아우터와 매출 성장률이 전년 동기 대비 약 1.6%에 그쳤다. 지난해 성장률의 절반 수준이다. 다른 상품군과 비교하면 패션 상품군의 매출 성장률 둔화가 특히 두드러진다. 롯데백화점은 키즈와 스포츠 상품군은 이달(9월 1~10일) 전년 동기 대비 10% 이상 성장했지만, 그 외 여성·남성패션의 매출 성장률은 전

년 수준에 그쳤다. 현대백화점 역시 분위기가 반등을 기대했으나 패션 매출은 전년 대비 2.4%, 스포츠 상품군은 5.3% 증가로 평년 수준을 밑돌았다. 한편 때아닌 9월 무더위에 백화점 식당가는 특수한 누렸다. 현대백화점 8월 1일부터 9월 8일까지 식당가 매출이 전년 동기 대비 22.7%, 롯데백화점은 35% 상승하는 등 무더위를 피해 고객들이 백화점 식당으로 몰리고 있다.

기사 및 사진 출처

1. WWD, Entro to Flank Upcoming Runway Show With Apple Vision Pro Experience, 24년 9월 16일
2. 연합뉴스, 성주재단, 한국·이탈리아 수교 140주년 ‘KIFT 포럼’ 성료, 24년 9월 22일
3. 아시아투데이, ‘대마·인견, 친환경 섬유산업’ 경북이 주도한다, 24년 9월 18일
4. 소싱저널, How brrr® is Changing the Game in Cooling Performance Fabrics, 24년 9월 10일
5. 보그코리아, 현대판 ‘브리저튼’, 런던 패션 위크 2025 S/S 하이라이트, 24년 9월 19일
6. 매일경제, “전날 ‘보이 알리요’... 사장님들 일기예보 보며 물상짓는 까닭”, 24년 9월 11일, 사진출처: 연합뉴스