

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



H&M



TEXTILE 2025년 리사이클 다운&덕 100% 목표 H&M, 순수 다운과 깃털 내년까지 폐지⁽¹⁾

글로벌 SPA 브랜드 'H&M'이 내년까지 오리과 거위의 순수 털, 깃털 사용을 단계별로 중단한다고 밝혔다. H&M은 최근 성명을 통해 "2025년 말까지 소비자가 사용할 재활용된 원료로만 다운과 깃털을 사용할 계획이다. 현재 자사 제품에서 사용되던 다운과 깃털의 약 90%는 중고품에서 재활용된 것이다"라고 밝혔다. H&M은 현재 푸퍼 재킷, 다운 점퍼 등 다운 의류와 베개 등의 다운 용품을 제작할 때 리사이클

오리, 거위 털을 메인으로 사용하고 있는데 내년까지는 이를 100% 재활용 다운으로 바꾸겠다는 것이다. 이와 같은 결정은 모든 소재에 걸쳐 재활용 및 지속가능한 소재로 전환하려는 오랜 목표와도 일맥상통한다고 덧붙였다. 이 회사는 지난 상반기 스웨덴 임팩트 투자사 바르가스홀딩스와 함께 재활용 폴리에스터 합작벤처 '사이레(Syre)'를 설립한 바 있다. 사이레는 순수 폴리에스터와 동일한 품질의 재활용 폴리에스터를 생산하는 섬유 기업으로 폐

의류를 재활용해 재활용 폴리에스터를 순환시키고 있다. 한편 동물 복지 단체인 PETA 등의 단체는 수년간 패션 브랜드와 리테일러를 대상으로 다운, 가죽 등의 동물성 제품 사용을 중단하라는 캠페인을 벌여왔다. 올해 초 H&M 주주총회에서는 오리 의상을 입은 PETA 활동가들이 항의 시위를 펼치기도 했다.



TEXTILE 헤리팜스, 버섯 가죽 명성 세계에 알린다⁽²⁾

밀라노 리니아펠레 박람회서 친환경 가죽으로 주목

버섯 가죽 업체 헤리팜스(대표 임성혁)가 지난 9월 밀라노 리니아펠레 박람회에 참가해 큰 호응을 얻었다. 유럽의 패션시장은 '버섯 가죽'으로 판매되는 동물 가죽을 대체할 소재가 점점 더 많아지고 있다. 한국의 헤리팜스와 미국 캘리포니아 마이코웍스는 동물 가죽 대체품을 보다 환경 친화적인 접근 방식으로 개척해 이번 박람회에서 주목을 받았다. 버섯가죽은 톱밥에서 버섯 곰팡이의 뿌리와 같

은 네트워킹인 군사체를 배양해 4-5주 이내에 얇고 얽힌 시트로 자연스럽게 형성할 수 있도록 한다. 구조와 강도를 개선하기 위해 면화와 같은 섬유질을 첨가해 버섯 포자가 성장할 때 먹이를 먹을 수 있게 유도해 내고, 군사체 시트가 완전히 발달되면 외부에서 마무리 공정을 거쳐 완성된다. 26년 동안 바이오농업 버섯 농사를 지어 온 임성혁 대표는 현재 느타리버섯은 연간 4,500톤, 표고버섯 500톤, 양송이버섯 350톤을 직접 재

배 생산한다. 표고버섯배지는 연간 6,000톤을 생산할 수 있으며, 군사배양센터는 상당한 규모다. 헤리팜스는 이를 기반으로 군주 특허 및 기술을 이용한 군사체 매트와 패브릭을 제조하는 특허를 3건 등록 받았다. 미생물 균일생장을 돕는 원격제어 스마트팜의 제조 등 추가 3건이 출원 중에 있다. 헤리팜스는 홍콩박람회, 파리 프리미에비종 그리고 밀라노 리니아펠레 등 글로벌 전시회에 참가하며 버섯가죽 전문가로 명성을 쌓고 있다.



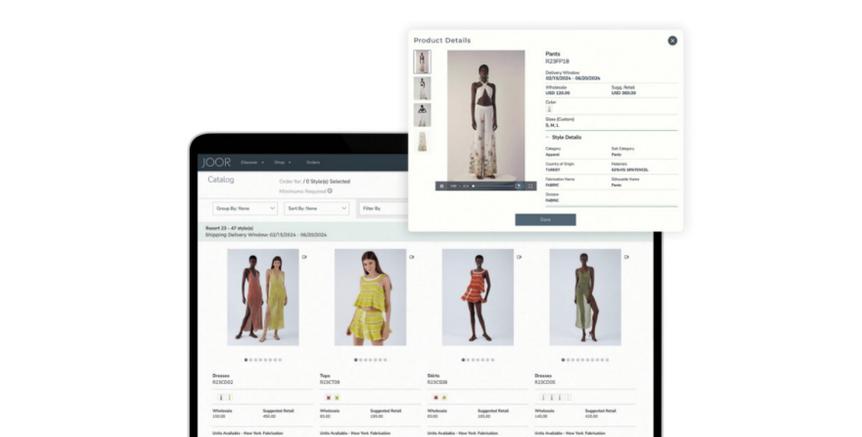
FASHION '아크테릭스', 아웃도어 마켓 성장 견인⁽³⁾

지난해 70% 성장 이어 올해도 40% 성장세

아웃도어 브랜드 '아크테릭스'를 전개하는 넬슨스스포츠(대표 정호진)가 지속적인 성장세를 이어가고 있다. 아크테릭스는 9월 말 기준, 올해 누적 매출이 전년 대비 40% 성장하며 연말까지 당초 목표했던 25% 성장을 훨씬 뛰어넘을 것으로 예상하고 있다. 넬슨스스포츠는 아크테릭스, 스카르타, 빅 아그레노, GSI아웃도어, 매드락 등 다양한 아웃도어 브랜드

를 수입 및 유통하며, 편집숍 '더기어샵'을 운영 중이다. 지난해 매출은 소비자가 기준 1,273억 원이었으며, 올해는 1,700억 원으로 33.5% 성장할 것으로 기대된다. 전체 매출의 90%를 차지하는 핵심 브랜드 '아크테릭스'는 지난해 70% 성장에 이어 올해도 40%에 가까운 성장세를 보이고 있다. 넬슨스스포츠는 지난해보다 30% 이상 물량을 늘려 수입했고, 주요 백화점에 대형 매장

을 오픈하면서 매출 규모가 더욱 커졌다. 10월 초에는 잠실 롯데월드몰에 대형 매장을 새롭게 오픈할 예정이다. 또한 아웃도어 슈츠 브랜드 '스카르타'는 지난해 두 배 이상의 성장을 기록한 데 이어 올해도 20% 이상의 성장을 이어가고 있다. 아웃도어 편집숍 '더기어샵' 역시 올해 연말까지 매장을 12개로 늘리며 새로운 성장동력으로 육성하고 있다.



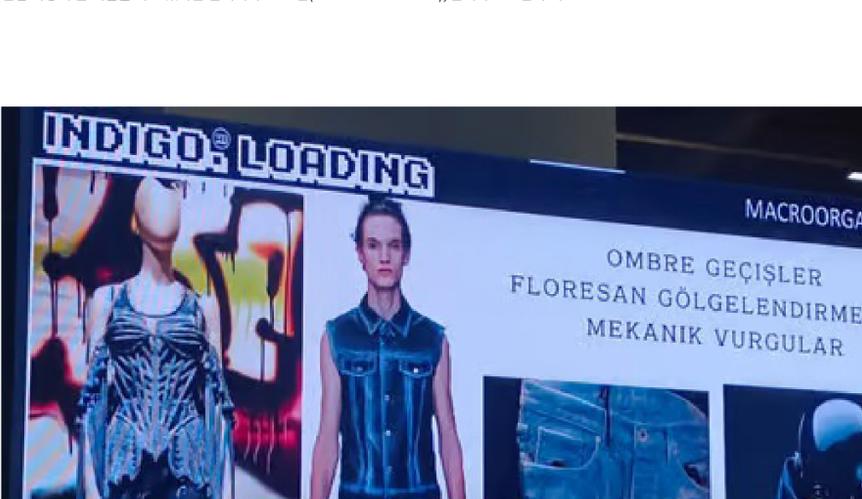
FASHION Joor, 독립 리테일러가 글로벌 B2B 주도⁽⁴⁾

매디슨, 마리스 컬렉션, 메리디안 부티크 등 독립 리테일러 강세

글로벌 B2B 유통 플랫폼 주어(Joor)가 전 세계적으로 홀세일 거래가 증가하고 있는 가운데, 독립 소매업체들이 그 주도적인 역할을 하고 있다고 밝혔다. Joor는 올해 처음으로 [Joor 100: 2024년 최고의 글로벌 소매업체]를 선정했다. 이를 통해 지난 5년 동안 독립 소매 업체들이 차지하는 총 판매 거래량의 비중이 47%에서 59%로 12%p 증가했다고 설명했다. 이는 독립 부티크들이 패션 산업 확장을 큰 역할을 하고 있다는 분석이다.

이 중 북미가 59%, 유럽, 중동 및 아프리카가 31%, 아시아 태평양이 10%를 차지했다. Joor는 이와 별도로 100개 소매업체들의 지표를 종합한 결과, 주문량은 이전 12개월 대비 26% 증가했으며 소비자들은 다양한 브랜드에 지출하고 있어, 구매된 브랜드의 평균 수가 20% 증가했다고 밝혔다. 주요 소매업체로는 로스앤젤레스의 매디슨(Madison), 플로리다 네이플스의 마리스 컬렉션(Marissa Collections), 몬테나 보즈먼의 메

리디안 부티크(Meridian Boutique), 필라델피아의 조안 셉(Joan Shepp), 뉴욕의 ESSX 등이 포함되었다. 한편 이 리스트는 Joor의 65만 명 이상의 구매자와 14,000개 이상의 브랜드 네트워킹에서 수집된 소매업체들을 포함하고 있으며, 독립 소매업체의 브랜드 다양성, 주문 성장, 전체 주문량, 신규 브랜드 연결 노력 등을 고려해 선정했다.



FASHION TECH 올덴니스, AI 기술로 데님 트렌드 제안⁽⁵⁾

미래 지향적인 텍스처 및 그래픽 활용

최근 열린 이스탄불 소싱 페어 '텍스처비전(Texhibition)'에서 Indigo AI라는 부제의 데님 트렌드 프리젠테이션이 발표됐다. Indigo AI 트렌드는 인공지능이 디자인한 원단이 중심이 되어 머신 러닝이 패션 팔레트에 영향을 미칠 다양성, 혁신을 보여주는 것이 핵심이었다. 올덴니스의 독립 패션 하우스 '올덴니스'는 내년 데님 트렌드 일부로 AI가 만든 디자인을 선보였다.

2025 데님 주요 트렌드로는 디지털 측면을 강조하기 위해 분홍색, 보라색에 초점을 맞춘 Lux Deluxe, 또 어두운 색조와 유니섹스 디자인을 강조한 Significant Void, 또 데님 원단에 미래적이고 메탈릭한 룩을 강조한 Macroorganisms 등이다. 특히 Rise and Shine 테마는 AI의 도움으로 만들어진 반짝이고 투명한 작품을 결합했다. 눈길을 사로잡는 테일러링과 디테일을 강조한 Witness는 AI로 만든 패턴을 적용한 것

이다. 올덴니스는 데님 트렌드를 기획하며 AI 기술을 접목해 트렌드 분석과 함께 새로운 패턴과 그래픽을 개발하는데 도움을 얻었다고 설명했다. 뿐만 아니라 디자이너들은 미래 지향적인 텍스처를 컬렉션에 통합하는 과제와 새로운 패턴이 있어 AI가 제안하는 디자인이 새로운 영감을 주는데 서포트 역할을 할 것이라고 강조했다.



FASHION TECH 프리피플, 룰루레몬 등 가상 피팅룸으로 반품률 감소⁽⁶⁾

신체 측정 플랫폼 Fytted 가상 피팅룸 출시

AI 기반 신체 측정 플랫폼인 Fytted가 가상 피팅룸을 출시해 소매업체들의 반품 문제 해결에 나섰다. Fytted는 프리피플(Free People), 룰루레몬(Lululemon), 제이크루(J. Crew) 등 600여개 브랜드의 100만 개 이상의 제품을 가상으로 착용해볼 수 있도록 지원하고 있다. Fytted는 가상 피팅룸 적용 후 지금까지 반품률을 40% 이상 줄였다고 밝혔다. AI 기반 신체 측정 서비스를 제공하고 있는 Fytted는 패션 브랜드 온라인 쇼핑에 있어 가장 큰 어려움이 높은 반품률이며, 이를 해결할 수 있는 방안이 정확한 사이즈 정보 전달이라고 강조했다. 사이즈 피팅 서비스를 고도화하기 위해 이번에 본인의 착용 모습을 확인할 수 있는 가상 피팅룸 기능을 추가했다고 설명했다. Fytted의 CEO 그렉 아우어바흐는 "온라인과 오프라인 검색의 장점을 결합한 간편한 앱으로, 사용자들 의류를 시각화하고 시착하며 완벽한 핏을 찾을 수 있도록 했다"며 "이 도구가 사용자에게 컬러 시즌, 체형, 개인 스타일에 맞는 아이템을 추천한다"고 강조했다.

실제 온라인 쇼핑 기능을 확대하는 패션, 유통 기업들의 가상 피팅 기술 도입 사례가 늘어나고 있다. Walmart는 2021년 가상 시착 기술 업체 Zeekit을 인수하는 등 가상 피팅 기술 도입을 위한 노력이 이어지고 있다.

Fytted

기사 및 사진 출처

1. Reuters, H&M to phase out virgin down by the end of 2025, 24년 10월 5일
2. 한국섬유신문, 버섯가죽 '헤리팜스', 하이엔드 시장 진입 위한 고투보 마린 재킷, 24년 9월 26일
3. 어패럴뉴스, 불황 없는 '아크테릭스', 올해도 탄력 성장, 24년 10월 3일
4. SOURCING JOURNAL, Independent Retailers Account for More Than Half of Global Wholesale Transactions, 24년 10월 4일
5. FASHIONUNITED, Denim Trends 2025: 'Indigo AI', 24년 9월 26일
6. WWD, Online Returns Reduced With AI-powered Virtual Room, 24년 9월 30일



문의 : 다이텍연구원 소재빅데이터연구센터
Tel : 053-350-3734, 3743 Email : fabricdive@dyetec.or.kr

JOIN US