

# TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



볼디스트

## FASHION 글로벌 워크웨어 시장 39조원 성장 전망 스타일과 기능 겸비한 워크웨어, 작업복 시장 새롭게 개척<sup>(1)</sup>

한때 단순한 작업복으로 여겨졌던 워크웨어 시장이 새로운 패러다임을 맞이하고 있다. 기존의 대량 생산된 단체복 이미지에서 벗어나, 기능성과 패션성을 겸비한 제품들이 주목받으며 시장이 확대되고 있다.

미국 시장조사 전문업체 스카이크레스트에 따르면 국내 워크웨어 시장 규모는 올해 약 1조 5000억 원으로 추정된다. 젊은 작업자들의 스

타일리시한 워크웨어 수요가 늘면서, 이 시장은 '블루오션'으로 떠오르고 있다.

2020년 런칭한 코오롱FnC의 워크웨어 '볼디스트'는 방한 소재를 적용한 작업복과 안전화를 선보이며 업계에 새 바람을 일으켰다. 볼디스트는 기업 맞춤형 작업복을 제작하며 다양한 산업 현장의 요구를 반영하고 있다.

2022년 대한제강이 출시한 맞춤형 워크웨어 '아카드'는 철강 작업 환경에 맞춰 방염 소재와 실용성 디자인을 도입해 산업계와 예방에 기여하고 있다.

글로벌 워크웨어 시장은 올해 약 2조 8100억 원(177억5000만 달러) 규모로, 2031년에는 39조 원(278억7000만 달러)까지 성장할 전망이다. 국내 시장은 상대적으로 작지만, 성장 가능성이 크다는 평가다.



## FASHION

### '베자', 블랙 프라이데이를 거부하다<sup>(2)</sup>

제품 수명 연장을 위한 Repair Friday

프랑스 브랜드 베자(veja)가 '리페어 프라이데이'로 블랙 프라이데이를 맞았다. 베자는 과잉 소비에 맞서기 위해 블랙 프라이데이 할인 행사를 거부하고 대신 11월 29일과 30일 파리 본사에서 '리페어 프라이데이(Repair Friday)'를 개최했다.

베자의 공동창립자인 세바스티안 콕(Sebastien Kopp)은 "2017년부터 우리는 블랙 프라이데이에 참여하지 않기로 했다. 2020년부터는 대안적인 행사를 열어 전 세계에 10개의 수선

공간을 마련했으며, 현재까지 베자와 다른 브랜드의 신발을 포함한 총 3만5000켤레를 수선했다"라고 설명했다.

그는 패션 시장의 블랙 프라이데이가 소비 열풍을 부추기고 구매된 물건 중 다수는 쓰레기로 전락하면서 막대한 탄소 배출의 원인이 된다고 지적했다.

지난해 베자는 '프리 프라이데이(Free Friday)'라는 행사를 통해 브랜드와 관계없이 신발 한 켤레를 무료로 수선해주는 프로그램을 진행한

바 있다.

한편 베자는 올해 미국 브루클린의 노스 5번가와 파리에서는 100㎡ 규모의 '베자 제너럴 스토어'를 오픈했는데 이 매장에는 하루 종일 신발과 옷을 수선하는 구두 수선공과 재단사가 상주하고 있다.

베자는 단순히 물건을 파는 데 그치지 않고 지속 가능성과 수선의 가치를 알리며 소비자와 환경에 긍정적인 영향을 미치는 브랜드로 자리 잡고 있다.

## FASHION TECH

### 미타운, CES 2025 혁신상 수상<sup>(3)</sup>

패션 테크 글로벌 시장서 인정

국내 하이퍼리얼리스트 뉴얼렌더링 스타트업 미타운(Mitown)이 CES 2025 혁신상을 수상하며 글로벌 기술력을 인정받았다.

이번 수상은 미타운이 개발한 'EVOVA 3D ShowRoom' 서비스가 패션 테크 부문에서 혁신성을 인정받은 결과다.

미타운은 브랜드 고객사 실제 제품을 1~2시간 이내에 초실감형 3D 디지털화할 수 있는 인공지능 기술을 보유하고 있다. 이 서비스는 전문 3D 디자이너 없이도 포토리얼리스

틱한 결과물을 제공하며, 제작 단가와 시간을 획기적으로 절감해준다. 또한, 고객사의 웹이나 앱에 플러그 앤 플레이 방식으로 즉시 적용할 수 있는 기능을 제공해 서비스의 실용성을 높였다. 특히 주얼리나 액세서리처럼 디테일한 재현이 어려운 제품군에서도 뛰어난 구현력을 보여, 경쟁 솔루션과 차별화된 기술력으로 주목받았다.

미타운은 국내에서도 홈앤쇼핑과 같은 유통 기업들과 협업하며 이커머스 사용자 경험

혁신을 이끌고 있다. 최근에는 조이시티-씨엔테크 투자 조합으로부터 투자를 유치하며 성장 가능성을 인정받았으며, 연계된 TIPS 프로그램을 준비 중이다.

한편 미타운은 2023년 연세대학교 기술지주회사와의 합작으로 설립된 스타트업으로 디지털 네이티브 세대를 타겟으로 이커머스에 특화된 '이커버스(e-coverse)' 플랫폼 출시를 준비 중이다.

## FASHION TECH

### 루이비통, 디스코드 미스터리 게임 'Enigma' 출시<sup>(4)</sup>

디지털 기술과 럭셔리 결합으로 고객과 정서적 연결

루이비통이 디지털 혁신을 통해 럭셔리 브랜드의 새로운 기준을 제시하고 있다. 디스코드 커뮤니티 출범 1주년을 맞아 루이비통은 독창적인 미스터리 게임 에니그마(Enigma)를 선보였다. 이 게임은 루이비통의 디지털 커뮤니티 멤버 8,000여명이 매일 제공되는 수수께끼를 풀고 브랜드의 상징적 마스코트인 비비엔을 찾아내는 형식으로 진행된다.

지난 2023년 9월 디스코드 플랫폼에 진출한 루이비통은 NFT 소유자를 포함한 디지털 커

뮤니티를 중심으로 빠르게 성장해왔다. 이번 Enigma는 브랜드가 게임 문화를 활용해 젊은 세대의 기술에 익숙한 소비자와의 소통을 강화하는 방안을 모색한 결과물이다.

게임은 11월 26일부터 30일까지 매일 새로운 퍼즐을 제시하며 진행됐다. 참가자들은 비비엔을 찾기 위해 협력하고 추리를 통해 단서를 모아야 했다. 루이비통의 이번 시도는 디지털 기술과 럭셔리의 결합이 단순한 트렌드를 넘어 지속 가

능한 모델로 자리 잡고 있음을 보여준다. 브랜드는 Enigma를 통해 전통적인 럭셔리 브랜드의 한계를 넘어 게임화된 경험과 독창적인 스토리텔링을 통해 고객과의 정서적 연결을 강화하고 있다.

루이비통은 디지털 공간에서의 독창적인 시도를 통해 럭셔리 패션 브랜드가 진화하는 디지털 환경에서 어떻게 지속 가능성을 유지할 수 있는지 보여주고 있다.



루이비통의 디스코드 게임 Enigma.



## TEXTILE

### 대구 섬유패션산업 르네상스를 꿈꾸다<sup>(5)</sup>

친환경, 디지털, 첨단소재 섬유 융합

대구정책연구원 이 지난 11월 21일 '대구 섬유패션산업 르네상스 전략' 연구 결과를 발표하며, 지역 섬유산업의 새로운 도약 가능성을 제시했다.

연구에 따르면, 대구의 섬유패션산업은 사업체 수 5,376개, 부가가치 1조3,321억 원, 종사자 2만6,397명으로 전국 3위의 비중을 차지하고 있다. 그러나 노동생산성은 서울 대비 1/3 수준으로 하락하며 경쟁력 약화가 우려되고 있다.

세계 시장이 친환경, 디지털, 첨단소재 섬유로 빠르게 전환되는 가운데, 연구원은 대구의 R&D 역량과 섬유패션 지원 분야의 집적도를 바탕으로 도약의 기회가 있다고 강조했다.

이를 위해 연구원은 '첨단테크산업 글로벌 중심지로의 도약'을 비전으로 내세우고 ▲로봇 등 미래 신산업과의 연계 ▲대구 SPA 브랜드 개발 ▲그린·첨단소재·디지털 전환 등 6대 전략 과제를 제안했다.

또한 기술 인재 양성, 메가 R&D 기반 구축, 대구국제섬유박람회와 소비촉진 연계, 글로벌 인증 지원 등을 통한 세계 시장 진입 방안을 제시했다.

연구원은 이 전략 실현 시 전국적으로 5조1,534억 원의 생산 유발, 1조7,124억 원의 부가가치 창출, 3만3,103명의 고용 효과가 기대된다고 전망했다.

## TEXTILE

### 버버리, 지속 가능성을 담은 키즈웨어 리메이크 캡슐<sup>(6)</sup>

잉여 원단과 실을 사용해 30여 스타일 아동복 출시

버버리가 최근 지속 가능성을 고려한 다양한 프로젝트를 선보이고 있는 가운데 이번에는 키즈웨어 리메이크 캡슐 컬렉션을 공개하며 지속 가능성의 선두주자로 자리 잡고 있다.

최근 버버리는 식물 기반 재료를 발효해 만든 실험실 섬유로 제작된 스카프, 영국 존슨스 오브 엘리과 협업한 '메이드 인 UK' 프로젝트, 그리고 중고 거래 플랫폼 베스티에르 콜렉티브와의 파트너십으로 재판에 시장에 뛰어드는 등 여러 시도를 이어가고 있다.

이번에 공개된 리메이크 캡슐 컬렉션은 기존 컬렉션의 잉여 원단과 실을 사용해 제작된 아동복 라인이다. 이번 컬렉션은 버버리가 1911년부터 잉여 원단으로 아동복을 제작한 역사에 뿌리를 두고 있으며, "디자인을 통한 순환성 강화"를 목표로 30여개 스타일로 기획했다.

컬렉션에는 미니어처 아우터웨어, 후디, 스웨트셔츠, 니트 제품 등 다양한 아이템이 포함되어 있다. 일부 제품에는 새로운 '다수의 소유자' 라벨이 부착되어, 옷을 물려줄 것을 장려하는 메시지를 담고 있다. 또한, 버버리의 시그니처 모티프인 오리와 토마스 배어를 재해석한 디자인도 주목할 만하다.

이번 캡슐 컬렉션은 'Wrapped In Burberry'라는 캠페인을 통해 소개되며, 다양한 초상화와 비디오를 통해 축제 시즌의 분위기를 담아내고 있다.



버버리 키즈

## 가사 및 사진 출처

- 파이낸셜뉴스, '작업복이라고 무시하지마!'. 근로자 안전과 패션까지 챙긴다, 24년 11월 25일
- WWD, Forget Black Friday: Veja Introduces 'Repair Friday', 24년 11월 29일
- 중앙일보, 미타운 '패션 3D 디지털화 서비스' CES 2025 혁신상, 24년 11월 15일
- Hypebae, LOUIS VUITTON'S NEW GAME 'ENIGMA' BRINGS LUXURY FASHION TO DISCORD, 24년 11월 26일
- 연합뉴스, 대구정책연구원, '섬유패션산업 르네상스 전략' 제안, 24년 11월 21일
- Fashionnetwork, Burberry unveils kidswear made from surplus fabrics, 24년 11월 28일