

# 섬유패션산업의 포스트-코로나 대응 「변화와 전망」

“

포스트-코로나에는 섬유패션산업의 판도가 완전히 달라질 것이라는 사고의 전환과, 세계경제의 극적인 변화와 소비자 행동변화가 비즈니스에 미치는 영향 분석을 통한 경영체제의 재편에 대한 고찰이 필요하다.

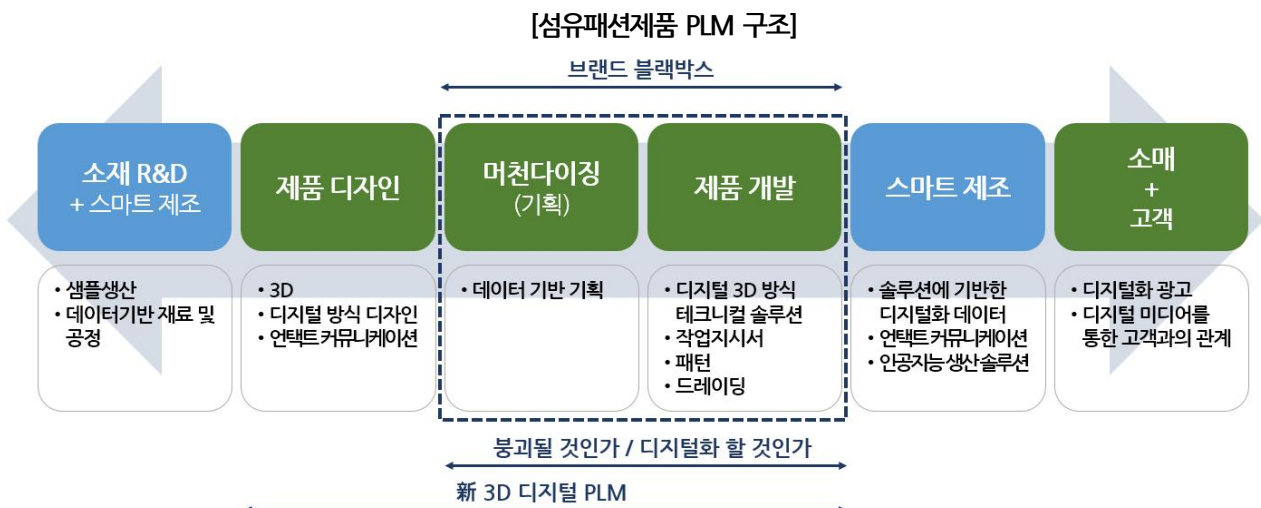
- 코로나19는 제2차 세계대전 이후 가장 큰 경제 위축을 유발하였으며, 자율재량적 속성을 갖는 섬유패션산업이 특히 취약함.
- 국내 섬유패션산업은 코로나19에 따른 미국·유럽의 이동제한 정책, 생산 및 매장 섯다운 등으로 원사·직물·의류 가치사슬 전반에 걸쳐 가동률 하락
- 정부의 사회적 거리두기 정책, 소비심리 위축 등으로 내수가 급감하는 가운데 비대면 쇼핑(e-커머스)이 오프라인 쇼핑을 일부 대체
  - \* 의류 온라인 거래액 증감률(%): (20.3) -3.8 → (4) -1.0 → (5) 7.1 → (6) 20.0
- 코로나19는 산업의 양극화를 심화하고, 섬유패션 비즈니스의 지형 변화를 촉발시키므로, 새롭게 바뀐 환경에 신속한 대응과 변화가 미래 성공의 관건
- 코로나19 사태 동안 성공적으로 구현된 기술과 프로세스에 대한 치밀한 분석을 통해 기업혁신에 반영하여야 함.
- 장기적인 혁신 추진을 위해 디지털 전환, 기술개발, 혁신인재 확보, 지속가능경영 등에 대해 종합적 고찰이 필요
- 가치사슬 전반에 걸쳐 보다 유연하게 운영해야 하며, 변화된 소비자의 관심과 소비행태에 따른 소비자 요구에 보다 신속하게 반응해야 함.

## 1. 섬유패션산업 스트림 라인의 디지털 전환[DT]

- 포스트-코로나에서 소비자 습관, 소비자기업 간, 기업-기업 간 상호 작용과 접점 등이 모두 변경되고, 공급망 속도와 유연성에 대한 요구가 증가되어 디지털 전환에 대한 장기 전략 구축 필요
- 섬유패션산업 스트림 전반에 비대면 비즈니스를 위한 디지털 전환(DT)\* 대한 공감대 확산으로 디지털 밸류체인 형성

\* 디지털전환(Digital transformation, DT) : 새로운시장·서비스·운영방식을 창출하는 역량과 절차

- 신뢰할 수 있는 정보를 바탕으로 주문·기획·생산·제조·유통에 이르는 오픈 플랫폼과 이를 활용한 비즈니스 확대
  - 기획·설계 데이터, 제조공정 표준화 데이터, 제품 유통 마케팅 데이터, 생산 및 재고 관리 데이터 등 데이터 플랫폼 확산 중
  - 빅데이터 및 분석을 활용하여 공급망을 관리하여 공급망 전체의 속도, 비용, 유연성 및 지속 가능성을 크게 향상
- 제품 생산 가치사슬 전반에 디지털 제조기반을 위한 제품 수명주기 관리(PLM)\*\*시스템 형성
  - 불량률 최소화, 생산성 향상 등 경쟁력 강화를 위한 섬유제품 및 의류 생산 디지털 제조 기반 조성



## 2. 신기술 기반 소비자 맞춤형 시장으로 재편

- 급변하는 트렌드 및 소비자 요구에 유연하고 신속하게 반응하기 위한 혁신적 기획·실행·서비스가 비즈니스의 원동력
- 오프라인 매장의 쇠퇴로 e-커머스가 패션유통 시장의 우선순위로 급성장
  - 유통채널 다변화, 모바일 결제 솔루션 다양화 등 산업 패러다임이 패션e-커머스 시장으로 급격한 전환 주도
    - \* 美아마존 2분기 매출 889억1000만 달러(전년동기 대비 40% 증가)
    - \* 한국 전자상거래 시장 세계 5위 규모('19년 약80조원 추정, 보스턴 컨설팅 그룹(BCG))
    - \* 디지털 스토어 : 자동결제 및 배송 시스템을 이용한 판매 (AmazonGo/미국)
- 다양한 채널과 소셜 미디어를 통해 고객에게 제품의 정보 뿐 아니라 가치, 트렌드, 체험을 제공하는 맞춤형 서비스 급성장
  - 사용자 경험에 중점을 둔 인터페이스로 구매를 위한 간접체험 제공
  - 인플루언서, 크리에이터가 고객과 소통하며 패션 제품 판매로 연결하는 V-Commerce 시장(V-Live, 유튜브, 인스타그램 등) 확산
    - \* 고객과의 관계, 인지/소통을 중시하는 마케팅 채널 확대(키워드, 리타게팅 광고)
- 온라인 전시(e-Exhibition)가 마케팅·컨벤션의 주요 전략으로 부상되면서, 다양한 디지털 기술이 패션 트렌드·전시·기획과 연계되어 B2B 비즈니스 수단으로 이용
  - 3D가상 디자인, 디지털 쇼룸 등 시험단계에 있던 전략들이 현실화
    - \* 라이브 스트리밍 바이어 상담, 디지털 패션쇼 등이 무역 전시회, 패션쇼를 대체

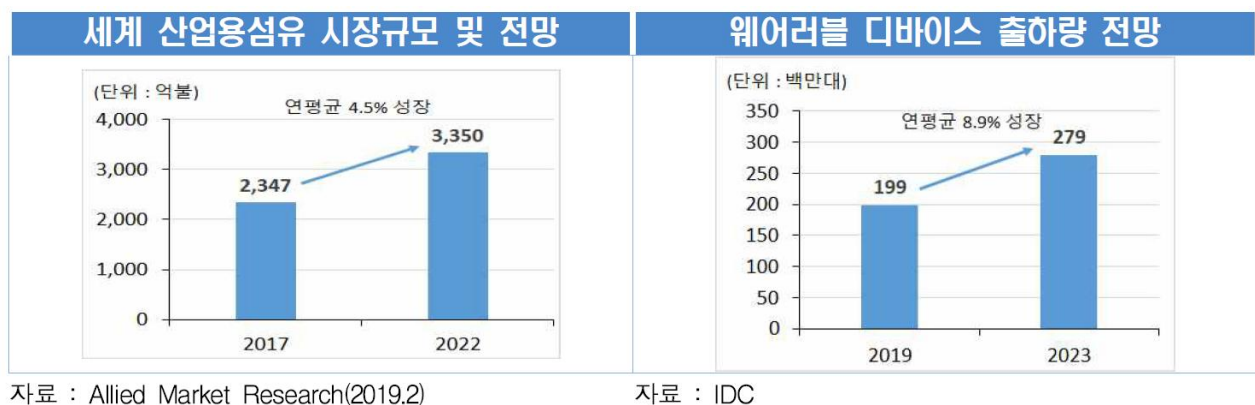
[섬유패션산업 가치사슬 전반으로 확산되는 디지털 기술]



### 3. 첨단섬유 소재·부품·장비의 비중 확대

- 섬유가 전통적인 의복의 소재에서 탈피하여 타산업의 소재·부품으로 활용성이 증가되면서, 첨단섬유소재 기술력이 섬유패션산업 제조업 혁신의 원동력
- 산업용 융복합섬유의 용도가 확대되면서 '산업의 옷'을 만드는 타 산업의 부품소재 산업으로 급부상 및 양적 성장
  - 자동차, 항공, IT, 레포츠 등 활용산업의 발전과 극한수준의 경량화, 극한화, 기능화 요구를 반영한 섬유소재 성능향상으로 활용도 확대
    - \* 세계 산업용섬유 수요(억불) : ('05)1,069→('10)1,273→('15)1,905(연평균 5.9%)
    - \* 섬유소재는 형태, 특징, 용도 등의 기능변경이 가능하여 산업 영역에 적용이 용이
- 디지털 기기의 고성능화(플렉시블화, 고감성화, 고지능화) 및 웨어러블 기술 가속에 따른 ICT융합형 섬유소재·부품·제품의 수요 확대
  - 디지털화, 초연결, 온도조절, 신체보호, 위치인식 등 전자섬유의 기능이 스마트웨어, 스포츠웨어, 생활용, 보호용 등 다방면에서 활용

[산업용 섬유 시장 규모·전망 및 웨어러블 디바이스 출하량 전망]

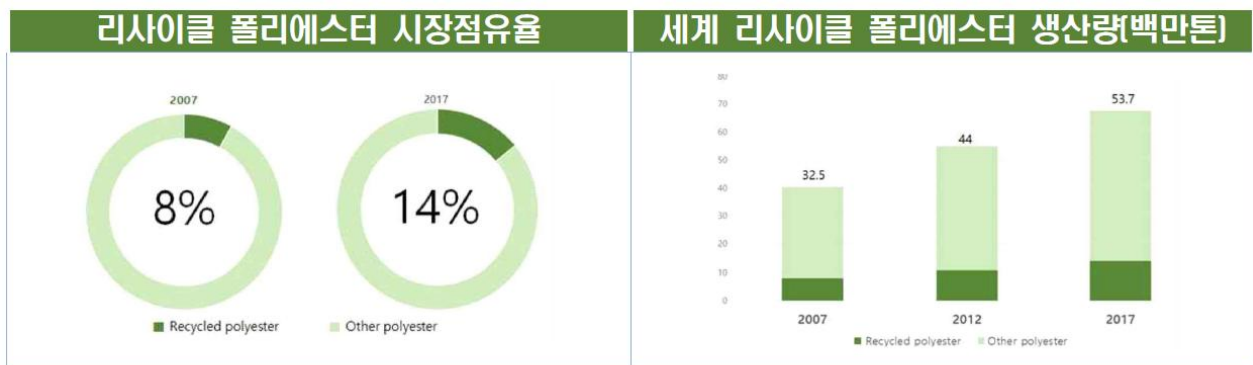


- 기술보호, 수출규제, 보호무역주의에 따른 자국 기술 우선주의로 핵심 소재·부품 기업의 경쟁력 확보를 위한 신뢰성 Test-Bed 확대
  - 비교우위 핵심기술 및 품목 육성에 중점을 둔 산업 생태계 조성

## 4. 섬유패션산업의 지속가능성 이슈 확대

- 제품의 친환경성과 기업의 사회적 책임을 통한 지속가능경영의 비중 확대
  - 새로운 경쟁력을 확보하기 위해 '지속가능성'을 장애물이 아닌 기회로 활용할 수 있도록 지속가능경영 전략 수립 필요
  - 세계적인 환경 규제 강화와 친환경 소재의 요구에 따라 환경을 고려한 생산 공정기술 및 소재 개발 확대
    - 염색, 가공 등 생산 공정에서 환경을 우선적으로 고려한 친환경 제조기술개발 및 적용이 가속화
    - 섬유 폐기물 문제해결을 위해 친환경, 재생, 생분해성 소재 활용 확대
- \* '30년 재활용 polyester시장 규모는 전체 시장의 20% 전망(美Textile Exchange)
- \* '19년 선진국 150여개 브랜드는 플라스틱 사용금지, 해양 보호 등을 내용으로 한 G7패션협약(Fashion Pact)을 공표

[재활용 폴리에스터 시장 규모]



자료 : Preferred Fiber & Materials Market Report '18, Textile Exchange

- 섬유패션 제품의 지속가능성을 객관적으로 확인할 수 있는 제품 정보의 투명성 확보가 기업의 주요한 마케팅 수단으로 작용
- 환경과 인간, 사회 공동체와의 공동 발전을 고려하는 사회적 책임과 윤리의식 요구 확대
  - 기본적인 안전관리 수준을 넘어 원료부터 중간·완제품, 부속품까지 제조공정 전반에 걸쳐 환경적 요소를 비롯해 안전한 작업환경, 노동자 인권, 장인정신 보전 및 동물보호 등으로 강화

## 5. 시사점

- 코로나로 인한 피해 완화, 새로운 규제에 대응, 경제 및 소비자 변화에 대응하기 위해, 기업들은 사업 모델이 미래에 대비할 수 있도록 가치사슬 전반에 걸쳐 새로운 도구와 전략을 도입해야 함.
- 산업구조 다변화 및 수요시장 다양성에 대응하기 위하여 공정혁신과 디지털 제조기반의 플랫폼 확산으로 산업의 구조혁신이 예견됨.
- 생산자 중심에서 소비자 중심으로 산업 구조가 변화하는 상황에서 개인화 · 혁신화 요구에 부합하는 감성적 창의혁신의 필요성이 높아짐.
- 코로나로 인한 글로벌 가치 사슬(GVC, Global Value Chain)의 환경변화로 첨단섬유 소재부품의 경쟁력 향상, ICT 융합섬유 등에 대한 우위기술력 확보, 적극적인 연구개발, 공공분야의 국산소재 사용을 위한 공감대 필요
- 기업들은 데이터 기반 기술 고도화를 위한 비전을 수립하고 기업 맞춤형 디지털 융복합 기술 교육을 시급히 추진하며, 디지털 전환을 한 조직정비, 인재 확보, 비즈니스 모델 개발 등을 진행해야 함.
- 산업의 변화를 반영한 교육과정 개발·개편과 창의적 인재와 연구인력육성을 위한 산학연 협업이 필요하며, 섬유산업 스트림 전반에 걸친 디지털 인력양성을 위한 거버넌스가 구축되어야 함.
- ‘지속가능성’이라는 미래가치 투자를 통한 새로운 경쟁력 확보 필요하며, 섬유패션산업의 지속가능한 성장은 정부와 산업, 소비자의 협력이 필요

◆ 출처 : 한국섬유산업연합회 동향&통상 정보 자료(2020. 10. 08.)