

패션 기술: 패션 기술이란 무엇이며, 왜 중요한가?



작성자: 제시카 헤머
(JESSICA HEMMER)
크리에이티브 디렉터, 헤머 디자인 (HEMMER DESIGN)

“패션 기술 (fashion technology)”이라는 용어는 거창하고 전문적으로 들리지만 실은 일상 가까이에서 접할 수 있습니다. 우리는 패션 기술을 매일 어디에서나 경험합니다. 우리가 걸치는 직물에서부터 쇼핑하는 상점까지, 패션 기술은 소비자 문화의 모든 요소에 스며들어 있습니다. 소셜 엣지 서밋 (Social Edge Summit)의 창립자인 제니퍼 마골린 (Jennifer Margolin)은 패션 기술이란 “기술과 패션이 결합하여 디자인, 연결, 교육, 판매 및 구매하고, 궁극적으로는 패션산업을 경험할 수 있는 보다 창의적인 방법을 보다 빠르게 생성할 수 있는 공간”이라고 설명했습니다. 기업들은 패션 기술이 고객 경험, 상품 개발, 심지어 소재 설계까지 모든 층위에서 일어날 수 있다는 것을 증명했습니다. 패션 기술에 대한 투자 가치를 이해하기 위해서 기존의 방식에 도전해서 성공을 거둔 기업들을 소개합니다.

소비자 친화적인 상거래

와비 파커 ([Warby Parker](#))에 대해 아시는 분은 손을 들어보세요. 당신이 지금 쓰고 있는 안경테가 와비 파커의 상품일 수도 있습니다. 저는 와비 파커의 안경테를 착용하고 있습니다. 와비 파커의 오프라인 매장 또는 웹사이트를 방문하시면 그들의 사업 방식이 기존의 안경업체들과는 혁신적으로 다르다는 사실을 느끼게 될 것입니다. Find Your Fit 과 같은 새로운 기술과 유연한 서비스 (소비자가 가정에서 착용해 보게 하는 서비스)을 결합시킨 와비 파커 (Warby Parker)는 쇼핑 경험에서 마찰점 (points of friction)을 제거했습니다. 와비 파커는 소비자에게 권력을 부여함으로써 대단히 충성도 높은 다수의 소비자들로부터 변화를 이끌어냈습니다.

착용할 수 있는 기술

tech-enabled 의류 브랜드인 웨어러블 엑스 ([Wearable X](#))의 경우 마찰 없는 브랜드 경험에 대한 정의는 전혀 새롭게 규정됩니다. 그들이 만든 나디 엑스 (Nadi X) 요가 팬츠를 착용하고 웨어러블 엑스 (Wearable X)의 앱을 켜면 예전에는 없었던 전혀 새로운 방식의 요가 수련이 가능해집니다. 10개의 햅틱 모터와 일련의 가속도계가 직물에 직접적으로 삽입되어 있어 실시간으로 피드백을 제공하고 자세를 교정해줍니다. 요가 동작들을 취하는 동안 알고리즘을 학습하는 기계 장치가 착용자의 자세를 탐지하여 골반, 무릎, 발목의 위치를 교정하기 위해 미세한 진동 신호를 보냅니다. 와비 파커 (Warby Parker)와 마찬가지로 웨어러블 엑스 (Wearable X) 또한 기술을 어떻게 사용할 것인가에 대한 창의적인 발상에 근거하여 고객 맞춤형 서비스를 제공합니다.

ADVANCED MATERIAL DEVELOPMENT

조금 더 깊게 살펴본다면 패션과 기술은 세포 차원에서 상충할 수도 있다는 것을 알게 됩니다. CCI의 What's New in Cotton Program에 참여하는 디자이너 및 연구자들은 코튼의 물리적 구성을 다시 고찰함으로써 직물의 감촉과 기능을 변화시키고 있습니다. 예를 들어, 솔루셀 ([Solucell](#))의 경량 섬유는 체온 및 습기 조절 향상을 위해 설계되었습니다. 코튼은 언제나 편안함을 의미하는 단어였지만 솔루셀 (Solucell)의 특허 기술은 편안함 이상의 것을 보여주고 있으며 이를 통해 최종 소비자들은 보다 많은 혜택을 누릴 수 있게 되었습니다.

또 다른 예로, 원사 중심에 광물 매트릭스를 주입하는 셀리언트 ([Celliant](#))가 있습니다. 산소 처리, 운동 기능 및 회복 향상을 위해 운동하는 동안 신체에서 발생하는 적외선 전자기 광 에너지를 광물 매트릭스가 포착하여 발산시킵니다. 셀리언트 (Celliant)와 함께 개발된 의류를 착용하는 소비자들은 패션 기술의 위력을 경험하게 됩니다. 세계 곳곳의 디자이너들이 이러한 혁신 기술들을 본격적으로 도입함에 따라 패션 기술의 영향력은 점차 세계화되고 있습니다.

이러한 혁신 기업들은 우리 소비자들이 가능하다고 여기는 범위를 점점 더 확대하고 있습니다. 이들 기업들은 쇼핑에서부터 실제 착용, 공유까지 소비자들이 거치는 모든 단계들을 처음부터 새로 그려보고 있습니다. 디자이너인 저는 바로 이러한 점에 열광하게 됩니다. 모든 것이 바뀌고 있습니다. 화학이든 빅 데이터든,

과학과 디자인, 소비자 인사이트를 결합시킬 때 패션에 마법이 일어납니다. 어떤 경우에는 그것이 맘에 쏙 드는 안경테가 될 수도 있고 또 어떤 경우에는 직물의 미래가 될 수도 있을 겁니다. 이 모든 것들이 패션 기술이고 이 모든 것들이 바로 지금 실제로 일어나고 있는 변화입니다.

제시카 헤머 (Jessica Hemmer)는 헤머 디자인(Hemmer Design)의 창립자이자 크리에이티브 디렉터입니다. 스포츠 의류, 패션 및 첨단 소재 업계에서 10년 이상 쌓은 경험을 토대로 헤머는 브랜드와 공급자 양쪽 모두의 관점에서 디자인 및 제조 상황을 파악하는 이해력을 지녔습니다. 그녀의 스튜디오는 기업들이 자신들의 미래 위치를 설정하고 그 목표 위치에 도달하기 위한 상품을 설계하는 일을 지원하고 있습니다.