

윤리적인 패션과 지속 가능성

- 새로운 럭셔리?

Fashion Futures 2018 12th Oct

Monika Zabel

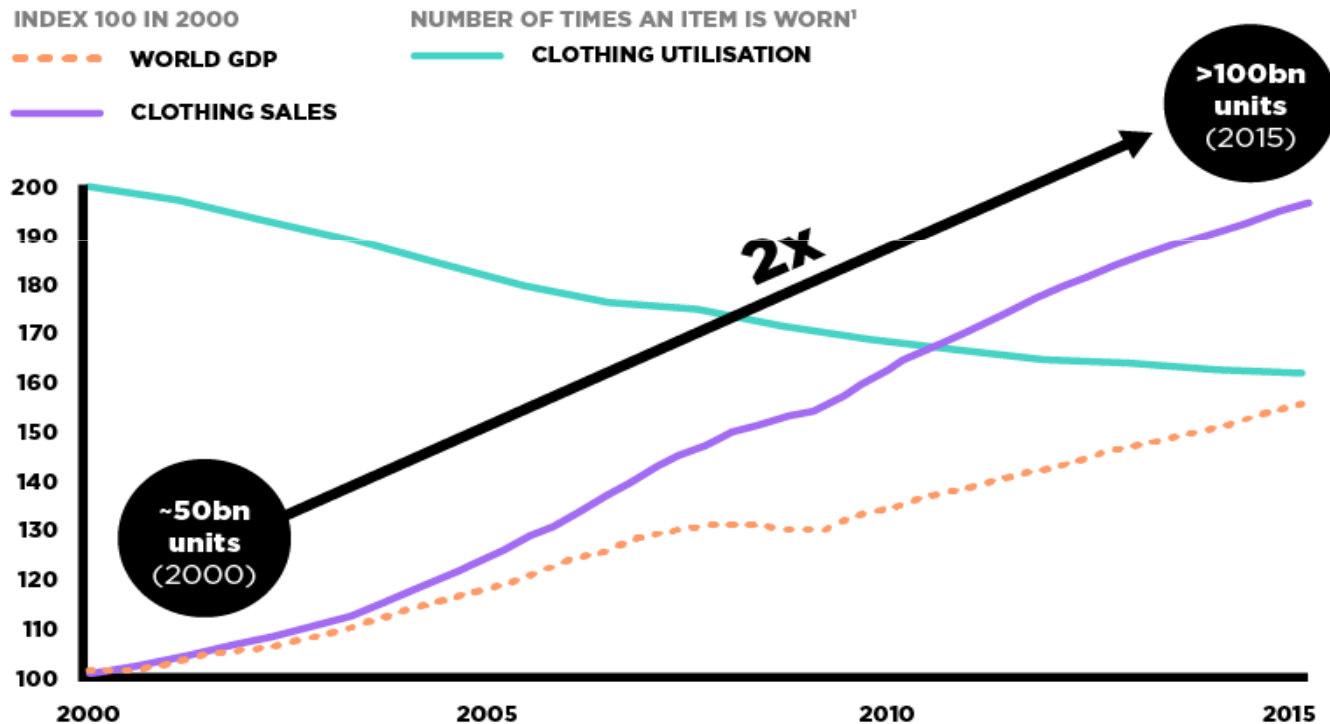
Cross x Culture Consulting

럭셔리 패션에 열광하는 밀레니얼 세대



패션을 대하는 소비자 태도의 변화

Growth of clothing sales and decline in clothing utilisation since 2000

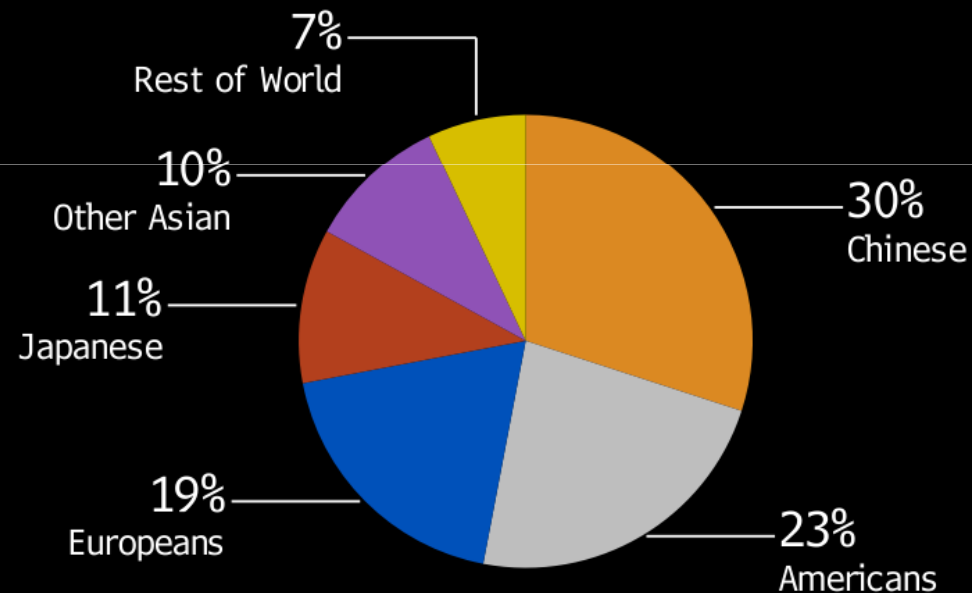


Average number of times a garment is worn before it ceases to be used
 Source: Euromonitor International Apparel & Footwear 2016 Edition (volume sales trends 2005-2015); World Bank, World Development Indicators - GD (2017)

럭셔리 제품의 전 세계 고객 분포도

Sales by Nation

Chinese and Americans buy more than half the world's luxury goods



Source: UBS Group AG

Bloomberg

럭셔리(Luxury)란?

**“ 소비자는
럭셔리 브랜드에 대해
높은 가격, 품질, 심미성, 희소성 등
제품의 비기능적인 부분에
높은 가치를 두는 것으로 나타난다”**

럭셔리 브랜드의 특징

- **높은 가격**
- **고품질의 제품**
- **외관의 심미성**
- **가치의 희소성**
- **제품의 가치**
- **브랜드의 상징성**

직선형 의류 시스템

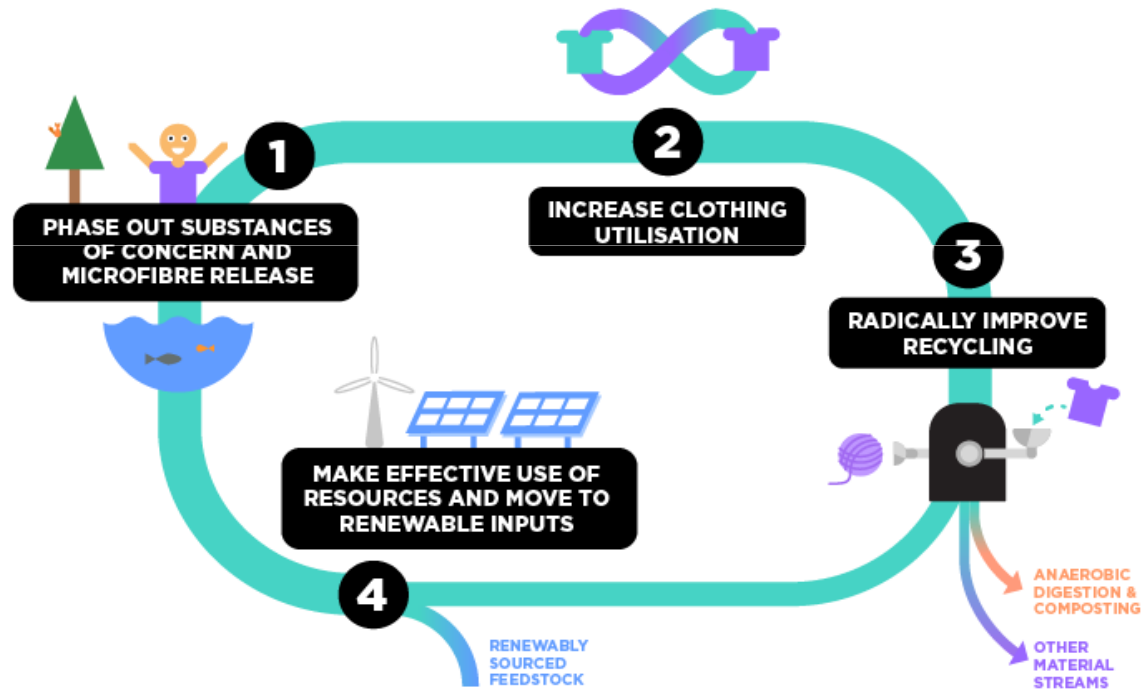
Today's linear clothing system has damaging effects on society and the environment



tiny.cc/fibres

새로운 섬유 경제

Creating a new textiles economy



tiny.cc/fibres

아름다운 패션, 추한 거짓말?



럭셔리 브랜드, 독성 화학 물질 사용

- **그린피스 보고서에는 8개 럭셔리 패션 브랜드의 27개 제품을 실험**
 - **그 중 16개의 제품이 화학물질 중 하나 이상에 대해 양성 반응**
 - **주요 검사항목은 환경에 축적되어 호르몬을 교란시키는 화학물질로**
 - **대표적으로는 노닐 페놀에톡실레이트 (NPEs), 프탈레이트가 있는데**
 - **아동용 베르사체 재킷에서 해당 화학물질이 검출**
- **럭셔리 브랜드 중 그린피스의 디톡스 캠페인에 참여하는 브랜드는**
 - **단, 2개!**
 - **발렌티노(Valentino), 버버리 (Burberry)**

업계 사례

- 2014년 1월, 2주 간의 여론의 압력이 있는 후,
영국 브랜드 버버리(British Brand Burberry)는
럭셔리 세그먼트(Luxury Segment)에서 새로운 트렌드를 시작했으며
그린피스의 디톡스 캠페인에 참여하기로 동의함
- 2014년 2월, 위험한 화학 물질이 명품 브랜드의 아동복에서 발견
→ Louis Vuitton, Versace, Dolce & Gabbana, Dior 등
- 2018년 7월, Burberry는 이전 회계 연도에 3,800만 달러의 완제품을 처분
→ 일부 주주는 환경에 대한 우려를 제기하며 해당 처분에 불만을 표함

유명 매거진 '비즈니스 오브 패션(BoF)' 2018년 7월 18일 기사 中

문제성 물질의 단계적인 제거

**그린피스는 2011년부터 디톡스 캠페인을 통해
2014년, 2016년, 2018년 2년마다 주요 보고서를 발간**

- **디톡스 캠페인 2020**

- **주의해야 할 유해 화학 물질 제거 시스템을 구축하여 사전 예방**

- **PFC(퍼플루오르화합물) 제거 및 위험 PFC를 안전한 물질로 대체**

- **투명성**

- **공급업체(1차, 2차, 3차) 및 배출 유해 화학 물질에 대한 정보 공개**

의류 활용도 증가

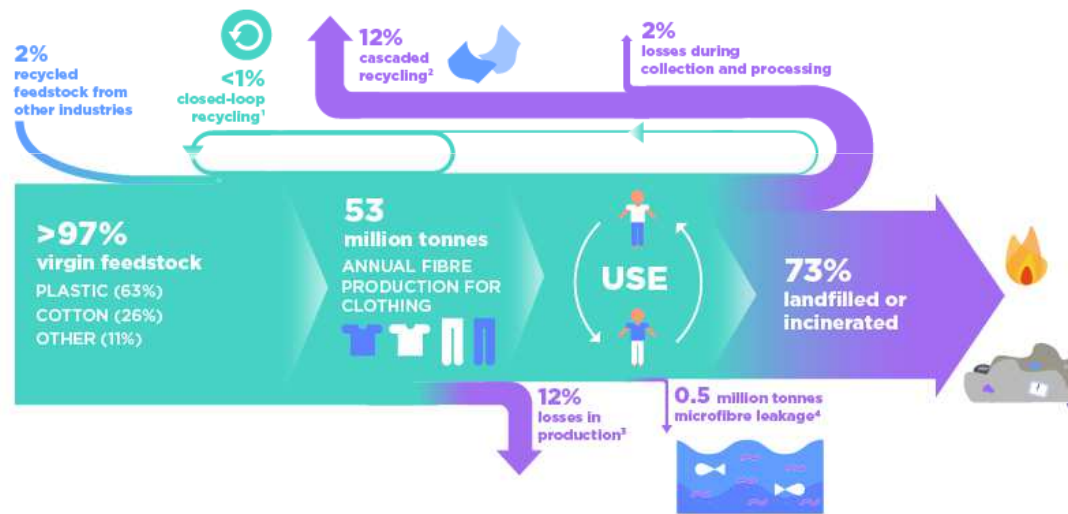
- 소량 제작의 희소성은 럭셔리 제품의 특징
- 수량 대신 가치로 이익 창출
- 섬유/소재의 품질 및 환경 기준 향상
- 관련된 장인 정신의 수준을 높임
- 구매 및 착용 의류에 가치를 재부여

지속 가능한 기술과 재활용 활성화로 근본적인 향상

- **폐원단이 발생하지 않는 재단방법(zero waste cutting)**
- **제품구입 시 폐기물의 발생 예방 및 줄이기**
- **제품구입 시 폐기물의 활용**
- **리패션(Re-fashion), 목적성의 전환(Re-purpose)**
- **대여, 교환**

글로벌 의류용 소재의 흐름

Global material flows for clothing in 2015



1 Recycling of clothing into the same or similar quality applications
 2 Recycling of clothing into other, lower-value applications such as insulation material, wiping cloths, or mattress stuffing
 3 Includes factory offcuts and overstock liquidation
 4 Plastic microfibres shed through the washing of all textiles released into the ocean
 Source: Circular Fibres Initiative analysis - for details see Appendix B of the full report

섬유 산업이 환경에 미치는 영향

Negative impacts of the textiles industry are set to drastically increase by 2050

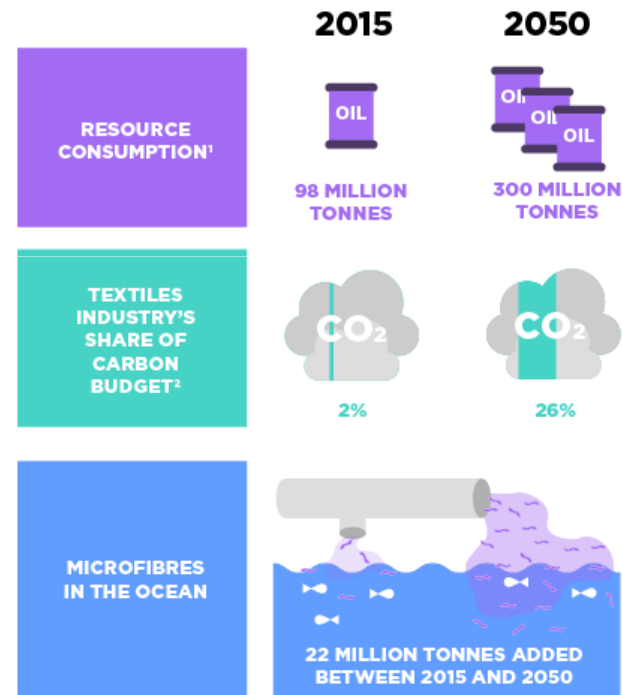


1 Consumption of non-renewable resources of the textiles industry, including oil to produce synthetic fibres, fertilisers to grow cotton, and chemicals to produce, dye, and finish fibres and textiles

2 Carbon budget based on 2 degrees scenario

Source: Circular Fibres Initiative analysis - for details see Part I of the full report

tiny.cc/fibres



새로운 자원의 사용

The textiles industry uses significant amounts of resources



The production of 1 kilogram of cotton garments uses up to 3 kilograms of chemicals.



The equivalent of more than 3 trillion plastic bottles is needed to produce plastic-based clothes every year.¹



Textiles production (including cotton farming) uses almost 100 billion cubic metres of water annually, representing 4% of global freshwater withdrawal.

¹ Based on an average weight of 10 gram of a 0.5 litres PET bottle
Source: KEMI, Chemicals in textiles: Risks to human health and the environment (2014), p.33; World Bank, AQUASTAT, and FAO, Dataset: Annual freshwater withdrawals, total (2014); Circular Fibres Initiative analysis

업계 집중도

세계 주요 패션기업인

‘LVMH, Kering, Richemont, Hermès는 220억 달러의 현금을 보유하고 있다. 어디에 투자하는 것이 좋을까? 샤넬(Chanel) 투자에 확실히 지대한 관심이 있지만, 막상 샤넬 소유주는 지분 판매에 관심을 보이지 않는다"고 말했다.

데일리 다이제스트, 패션 오브 비즈니스 (BoF), 2018년 4월 13일

패션 산업의 목소리

..... 패션은 "예술성과 장인들이 작업하는 공예"를 확대하고 있지만 얇은 이윤 추구에 저항하는 추세

“럭셔리 제품의 궁극적인 목적이 옷장을 유지하고 수년 동안 이를 즐기고, 딸이나 손녀, 손자, 또는 아들에게 물려주는 것이라는 것을 이해해야 한다.”

패션 산업의 목소리

Kering은 럭셔리 패션에서 지속 가능성과 혁신을 향한 변화가 유한한 자원 환경에서 필수적일 뿐만 아니라 큰 기회라고 믿는다.

우리는 2025년 지속 가능성 전략을 통해 파트너사와 적극적으로 협력하여 미래의 명품을 제작할 뿐만 아니라, 업계 파트너와 전문 지식을 공유하고 미래 세대를 교육함으로써 고급 패션의 발전에 기여하고자 한다."

패션 산업의 목소리

런던 컬리지 오브 패션 (College College of Fashion) 과 Kering의 파트너십이 새로운 단계를 통해 학교가 아닌 곳에서도 교육에 접근할 수 있는 기회를 제공함을 자랑스럽게 생각한다. 이것은 지속 가능한 럭셔리 패션 산업 최초의 개방형 디지털 과정이다.

*** 런던예술대학, 런던 (UAL)**

패션의 아름다움

“패션이 진정으로 선택하기 위해서는 제품의 아름다움이 그것이 만들어진 과정과 일치되어야 한다. 양심적으로 제작되는 패션에는 시적인 우아함과 고조된 기쁨이 있다.”

Joshua Katcher - Brave GentleMan, New York