

프라브 패션의 칩 시크 속성

윤을요

평택대학교 패션디자인 및 브랜딩학과 조교수

요약

과시적인 소비를 지양하고, 합리적인 소비 마인드를 추구하는 현명한 소비자를 일컬어 '프라브'라 칭한다. 이들은 비싸지 않은 저가의 상품을 믹스 앤 매치의 과정을 통해 자신만의 스타일로 바꾸는 패션계층이다. 또한 저 성장시대의 블루칩으로 등장한 '칩 시크'는 저렴한 가격에 멋진 스타일을 연출할 수 있다는 점에서 소비자에게는 매력 있는 패션 코드로 패션업계 종사자에게는 가치 있는 마케팅 전략으로 자리 잡고 있다. 다시 말해, 현명한 소비자 '프라브'와 칩 시크 사이에는 '저렴'함과 '시크'함을 동시에 추구한다는 점에서 공통적인 시각을 지향한다. 그러므로, 본 연구의 목적은 프라브 패션에서 나타나는 칩 시크 속성을 파악하는데 중점을 두었으며, 연구의 의의는 프라브 패션 속에 내재되어 있는 칩 시크적인 코드를 이해함으로써 소비자에게 합리적인 소비의 방법론을 제시하는데 그 의미를 둔다. 연구를 통해 프라브 패션의 믹스 앤 매치는 첫째, 가격의 믹스 앤 매치, 둘째 스타일의 믹스 앤 매치, 셋째 시간의 믹스 앤 매치 분류할 수 있었다. 연구의 결과, 프라브 패션에 내재된 '칩 시크'의 속성은 첫째, 실속에 주목하는 '구매성향의 합리성' 둘째, 스타일의 다양성을 인정하는 '세련된 감성의 심미성', 셋째, 시대를 초월한 희소가치와 취향을 중시하는 '개인의 가치중심성' 소비심리로 분석할 수 있었다.

주제어: 프라브, 칩 시크, 믹스 앤 매치

I. 서론

세계적인 경제 불황과 글로벌 금융위기, 실물경기 침체 등의 연이은 악재들로 패션계는 물론 모든 산업분야에 있어 블루오션에 대한 갈망과 기대가 큰 시점이다. 패션업계는 양극화된 시장의 침체 국면을 탈출하기 위하여 고객이 만족할 만한 마케팅 전략으로 매출증대에 힘쓰고 있으며, 그런 점에서 오늘날 불황타개를 위한 하나의 방안으로 제시되는 칩 시크 마케팅은 시대가 요구하는 시장 대응전략임에 틀림없다. 왜냐하면 적어도 ‘저렴한 비용으로 멋진’ 제품을 소유할 수 있다는데 불만족하는 소비자는 없기 때문이다. 실제로 칩 시크는 패션계는 물론 인테리어업계, 호텔업계, 항공업계, 자동차업계, IT 및 전자 통신산업, 서비스 산업 등 여러 부문에 걸쳐 성공적인 결과를 보이고 있다.

최근 젊은 층에서 사용되는 신조어 중에 ‘득템(저렴한 가격에 좋은 상품을 획득했다는 의미: 얻을 ‘득(得)’자와 영어의 ‘아이템(item)’이 합성된 단어)²⁾이라는 용어는 이 같은 실속형 구매에 대한 즐거움과 자부심을 반영한다. 그들은 싼 가격으로도 좋은 제품을 고를 수 있는 자신의 안목에 대하여 만족하며 이에 대해 자긍심을 갖는데, 패션부문에 있어서는 이러한 소비자를 가리켜 프라브(PRAV)라고 칭한다.

프라브는 칩 시크와 많은 공통성을 지니는데, 첫째, ‘저렴’하다는 가격적인 면에서, 둘째, ‘시크’함을 추구한다는 면에서 동일한 시각을 지향한다. 따라서 오늘날 현명한 소비자로 부상한 프라브족의 패션 코드를 알아보고, 칩 시크가 갖는 마케팅적 특성을 파악해 이를 패션과 연결지어 연구해 보는 것은 의미 있는 일이며, 시기적절한 논의라 사료된다. 그러므로 본 연구는 새롭게 부상하는 프라브 패션에 내재 되어있는 칩 시크 속성을 파악하는데 그 목적을 두고자 한다. 또한, 연구의 의의는 프라브 패션에 내재되어 있는 칩 시크 코드

를 이해함으로써 좀 더 합리적인 패션소비 방법에 대하여 생각하는 기회를 마련할 수 있다는데 그 의미를 둔다. 연구 방법에 있어서 문헌조사부문은 트렌드 서적과 마케팅에 관한 경제연구소의 자료, 온라인 신문기사 및 백과사전, 그리고 패션관련 학위, 학술 논문 자료를 참고하였으며, 이미지 자료는 영국, 미국, 독일, 이태리, 프랑스의 빈티지와 프라브 스타일에 대한 웹 이미지 자료를 발췌하여 참고하였다. 연구의 이론적 체계는 프라브와 칩 시크에서 나타나는 공통적인 3가지 성향을 근간으로 삼았으며, 첫째, 실용적인 합리성, 둘째, 멋스러움을 추구하는 심미성, 셋째, 개인의 취향을 중시하는 자기중심적인 소비심리를 전제로 그 내용 세분화하여 연구하고자 한다

II. 프라브와 칩 시크

1. 프라브의 정의와 가치 중심

1) 프라브의 정의

프라브(PRAV: proud realisers of added value)는 ‘부가가치에 대한 자부심을 깨달은 사람’, ‘부가가치를 자랑스럽게 실현하는 사람’이라는 의미의 신조어로서, 합리적인 소비와 자신만의 가치를 중시하는 실속형 패션 소비자를 일컫는다. 사치하지 않고 합리적으로 소비하며, 자신의 가치를 중요하게 여긴다³⁾는 점에서 그들은 현명한 소비자이다. 비싸지는 않아도 희귀한 패션 아이템을 갖고 있다는 것에서 생기는 뿌듯함과 멋스러움을 추구하는 이들은 돈보다는 안목의 우수성에 자부심을 느낀다.⁴⁾

2) 프라브의 합리적인 소비 마인드

합리적인 소비와 자신만의 가치를 중시하는 ‘실속파 소비자’ 프라브라는 말이 처음 사용된 곳은 영국이다. 고소득층인 유명 연예인들이 10파운드

(약 2만원) 안팎의 패션 물품을 파는 저가 소매점이 몰려 있는 하이 스트리트에서 쇼핑백 가득 물건을 구매하고 만족해하는 모습이 실례로 소개되면서, 이제 저가 상품의 구입은 그 자체가 패션 감각과는 무관한 것이고, 오히려 저렴한 가격의 상품을 구입해서 어떤 방식으로 코디네이션 시켜 멋진 개성을 표현하는가가 그 초점이 되었다.⁵⁾ 이들은 합리적이고 실속있게 구매하는 것을 좋아하며, 무조건 명품보다는 가격대비 제품의 상대적 가치에 주목하는 구매 성향을 띠고 있으며, 주로 중고매장을 이용하고 빈티지 패션을 즐긴다.⁶⁾ 결국 프라브 족의 구매심리에는 가격 공개 충동, 곧 다른 사람에게 자신이 얼마나 싼 가격에 좋은 제품을 구입했는지 자랑하고 싶어 하는 충동과 다른 사람보다 낮은 가격에 유사한 물품을 구매했을 때 느끼는 승리감이 동시에 작용하며, 이것은 자신의 패션 감각을 인정받는 또 하나의 방법으로 활용된다는 점에서 흥미롭다. 또한 이들은 비싼 제품이 반드시 좋은 것은 아니라는 점을 자각하고 있으며, 더 이상 명품 브랜드에 연연하지 않는다. 저가의 패션을 선호하지만, 싼 가격보다는 상품의 희소 가치를 더 중시한다는 점에서 저급 패션을 선호하는 차브(chav)와 구별된다. 차브는 ‘어린이’를 의미하는 루마니아 집시 언어 ‘차비(chavi)’에서 유래한 조어로서⁷⁾ 번쩍이는 가짜 금으로 만든 장신구와 유명 브랜드의 짝퉁 등 저급한 취향과 패션을 즐기는 영국 노동자 계층의 일탈 청소년과 그들의 문화를 폄하하는 의미로 사용되던 용어이다. 이후, 2000년대 들어서 점차 세련미와는 동떨어진 악취향의 청소년 문화를 뜻하면서, 젊은이들의 고유한 문화적 취향⁸⁾의 단면을 대변하는 의미로써 사용되어지고 있다. 하지만 차브가 이러한 저가제품을 통해 저급한 취향을 표현하는 것과는 반대로 프라브는 저가의 제품을 시크한 이미지로 표현하는데 관심이 있는 부류이다.

현실적으로 프라브 족은 희소성이 있는 사물에

관심이 많아 빈티지 스타일의 패션코드와 관련이 있으며, 이러한 현상은 패션에만 국한되지 않고 생활 속으로 그 영역이 확대되고 있는 추세이다.⁹⁾ 실제로, 프라브가 영국에서 시작될 수 있었던 배경은 그들의 패션취향과 무관하지 않으며, 이 같은 패션 취향은 현실주의와 경험주의의 사고를 바탕으로 전통을 중시하는 국민성과 깊은 관련이 있다. 더불어 이러한 성향은 영국의 문화 예술은 물론 사회 전반의 모든 영역에서 나타나는 특질¹⁰⁾로서 철저한 자기질제를 표방하는 국민성은 오늘날 그들 행동양식의 기반이 되고 있다.

‘절제된(gentle) 사람’이란 의미를 갖는 젠틀맨(gentleman)이라는 어휘를 통해서도 알 수 있듯이 그들의 정서는 과도한 것을 기피하는 경향이 있으며, 감각적인 유행이나 변화 수용에 대하여는 보수적이며 신분에 대한 계급의식과 전통에 대한 집착이 강하고, 합리주의와 치밀한 준비성¹¹⁾¹²⁾을 자랑한다. 아울러, 그들은 개인의 부와는 무관하나 직업과 관련된 계급의식이 있으며, 패션에 있어서는 전통적인 가치를 중시하는 보수성과 이에 반하는 혁신성이 동시에 공존한다. 흔히 극과 극은 통한다는 그들의 패션 수용 취향은 상류층(혹은 하류층)이 하류층(상류층)적인 취향을 가지는 것은 비난의 대상이 아닌 별난 것으로 취급된다는 점에서¹³⁾ 영국만의 독특한 패션문화를 엿볼 수 있다. 그러므로 보수와 혁신의 공존, 현실적이고도 경험주의적인 소비 마인드는 사치하지 않고 실속있게 소비하며 자신만의 스타일과 가치를 중시하는 영국인들의 합리성과 연결되며, 이러한 성향은 오늘날 프라브의 출발이 영국에서 비롯되었음을 충분히 설명한다.

3) 프라브 패션 아이콘의 스타일

프라브 패션에 대한 좀 더 쉬운 개념 이해를 위해 프라브 아이콘의 스타일을 살펴보는 것은 의미 있는 접근법이라 판단된다. 17, 18세기 유럽의 귀



<그림 1> 시에나 밀러의 패션 스타일 (출처: <http://images.search.yahoo.com>)



<그림 2> 케이트 모스의 패션 스타일 (출처: <http://images.search.yahoo.com>)



<그림 3> 커스틴 던스트의 패션 스타일 (출처: <http://www.google.co.kr>)

축사회에서는 유명 지도자나 왕족, 귀족들이 패션의 리더가 된 반면 현대에는 유명 연예인, 정치인의 아내와 같은 사람들이 패션의 리더가 되고 있으며¹⁴⁾, 이러한 현상은 프라브 패션에 있어서도 예외가 아니다. 그러므로 본 연구에서는 프라브 아이콘으로 대표되는 명사들의 패션을 통해 프라

브 스타일에 관한 실질적인 면모를 이해하고자 한다. <그림 1>, <그림 2>, <그림 3>은 프라브 패션의 아이콘으로 알려진 할리우드의 신예 배우 시에나 밀러(Sienna Rose Miller)와 모델 케이트 모스(Kate Moss), 영화배우 커스틴 던스트(Kirsten Dunst)¹⁵⁾¹⁶⁾로, 이들을 프라브 족의 대표 아이콘으

로 내세우는 기준은 다음과 같다. 첫째, 이들의 유명세와 패션은 대중에게 영향력을 미칠 수 있는 아이콘으로서 기능한다. 둘째, 이들의 패션은 여러 가지 빈티지 아이템과 유명 브랜드의 제품을 뒤섞어 연출하는 프라브한 패션 코디네이션의 일례로서 제시할 만하다. 셋째, 이들의 소비성향은 중저가 제품에 대한 거부감 없이 자신이 원하는 스타일 연출을 위해서는 고가와 저가의 상품을 구별하지 않는 진정한 프라브의 정신을 실천하기 때문이다.

좀 더 구체적인 사례로서, 케이트 모스는 럭셔리한 고가의 명품만을 구매할 것 같은 편견을 깨고 스트리트 패션 체인의 의상을 재빨리 자신의 패션에 적용하기로 유명한 패셔니스타이다. 또한 그녀는 대중적으로 인기 있는 영국의 의류업체 탑샵(Top Shop)에서 자신이 디자인한 패션 컬렉션을 소개하였고, 모델과 디자이너로서의 유명세를 동시에 누리고 있다. 실제로, 저가의 제품을 자신의 패션 아이템과 적절히 믹스 앤 매치시킨 스타일이 대중에게 관심을 끌면서 프라브 패션의 대표 아이콘으로 자리매김 하였다. 또한 시에나 밀러는 제 2의 케이트 모스라 칭해지는 패셔니스타로 화려하지 않으면서도 세련된 패션으로 자신만의 패션 센스를 멋진 스타일로 정착시키는 배우¹⁸⁾로 널리 알려져 있다. 가격대에 연연하지 않고 다양한 패션 아이템을 자신만의 감각으로 승화시키는 그녀의 패션 스타일을 통해 프라브 아이콘으로 인정 받고 있다. 마지막으로 커스틴 던스트는 할리우드의 주목 받는 패셔니스타로 떠오르는 이후, 그녀의 자유분방하면서도 개성 넘치는 스타일이 파파라치들의 시선을 끌면서 감각적인 패션 연출로 젊은이들에게 주목받고 있다. 일명 키키(kiki) 스타일¹⁹⁾이라고도 불리는 그녀의 패션 스타일은 어떤 패션 아이템과의 조화도 꺼리지 않는 그녀의 감각적이면서도 개성 넘치는 패션 코디네이션에서 비롯된 것이라고 할 수 있다.

결과적으로 이들의 패션을 프라브 스타일의 단적인 예로 제시할 수 있는 근거는 앞선 사례 설명과 크게 다르지 않으며, 첫째, 가격대에 얽매이지 않는 패션 아이템의 선택 및 코디네이션의 방식, 둘째 제한된 스타일이나 트렌드에 구애 받지 않는 개성 넘치는 스타일 연출, 셋째 빈티지한 패션 아이템이나 스타일에 대한 선호, 넷째 많은 대중이 그들의 패션에 주목하며, 동시대 패션에 영향력을 줄 수 있는 패셔니스타라는 점을 이유로 들 수 있다. 또한 <그림 1>, <그림 2>, <그림 3>을 프라브 패션의 예로 선정한 기준을 밝히면, 첫째, 사진 캡처의 순간이 각본에 짜여진 상황이 아닌 자연스러운 일상의 모습(테일리 룩에서 좀 더 자연스럽게 명확한 개인의 패션 취향을 엿볼 수 있음)이라는 점, 둘째 모든 패션이 하나의 느낌이나 스타일만을 지향하지 않는다는 점, 셋째 각각의 패션 아이템이 가격대에 구분없이 개인의 패션 취향에 따라 적절히 믹스 앤 매치 되고 있다는 점, 넷째, 빈티지적인 패션 취향이 세련된 그들의 분위기와 배치되지 않고 자연스럽게 조화된다는 점이다.

그러면 그림을 통해 이들 패션의 특징적인 면모를 좀 더 세분화하여 이해해 보고자 한다. 먼저, 외형적인 측면에 있어서는 인체에서 과장되지 않은 자연스러운 실루엣을 연출하고 있다는 점, 둘째, 빈티지 풍의 스타일이라는 점, 셋째, 하나의 룩을 완성하기 위해서 의류 아이템과 패션소품 사이의 적절한 믹스 앤 매치가 이루어지고 있다는 점, 넷째, 데님의 활용 비중이 높다는 점, 다섯째, 일상 생활에 부담을 주지 않는 편안한 복장이라는 점, 여섯째, 블랙, 화이트, 베이지, 블루, 그레이 같은 베이직한 컬러를 기본으로 약간의 포인트 컬러만을 활용(안정적인 컬러코디네이션으로 급진적으로 보이거나 튀어 보이지 않음)한다는 점, 일곱째, 대체로 에스닉한 분위기와 내추럴한 경향이 내재된 도시 감각적인 패션이라는 점이다. 결국, 프라브의 패션이란 명품 혹은 값비싼 제품만으로 모든 룩을

완성하지 않고, 가격대의 구분없이 저가의 제품을 고가의 제품과 믹스 앤 매치하면서 저가의 제품이 라도 그 느낌과 취향이 자신의 감성에 맞다면 주저없이 선택하여 ‘유니크’한 개성을 연출하는 패션으로 에스닉한 분위기와 내추럴한 경향이 내재된 빈티지 선호 스타일의 도시감각적인 패션을 일컫는다고 할 수 있다. 그러므로 앞선 <그림 1>, <그림 2>, <그림 3>의 사례는 프라브 패션을 좀 더 쉽게 이해하기 위한 노력의 하나이며, 사진에 예시된 패션만이 프라브 패션이 아님을 언급하고자 한다. 결과적으로 프라브 패션은 명품만을 지향하는 럭셔리도 아니고, 럭셔리의 대중화로 대변되는 매스티지도 아니며, 차브와 같은 저속함에서도 벗어나 있는 ‘합리적이고 현명한 자기 패션의 추구’ 그것이 프라브라 정의할 수 있다.

2. 칩 시크의 문화 코드

1) 칩 시크의 정의

칩 시크(cheap chic)는 칩(cheap: 값이 싼, 저렴한)이라는 어휘에 시크(chic: 멋진, 세련된)라는 단어가 합성된 용어로서, ‘값이 싸면서도 좋은 제품’, ‘저렴한 가격대에 멋진 상품 또는 스타일’로 저렴하지만 멋지다라는 상반된 욕구를 결합²⁰시킨 용어이다. 다시 말해, 칩 시크는 싼 가격에 실용성과 심미성을 겸비한 제품으로 가격 대비 제품의 부가가치가 높은 상품을 말한다.

최근 글로벌 패션시장에서도 UNIQLO, H&M 등 중저가 패션 브랜드를 중심으로 칩 시크 상품이 높은 인기를 얻고 있으며, 이 같은 칩 시크 상품의 인기는 가격 대비 가치가 높은 상품을 중시하는 실용적 소비문화와 저가 유통채널의 확산, 신흥국 중산층의 부상에 기인한다²¹)고 할 수 있다. 또한 이러한 칩 시크 현상은 실질적인 가치중심의 사고와 개인 취향에 관한 코드가 자연스럽게 맞물리면서 나타난 소비심리에 대한 부분으로 불

항기에 대응하는 소비에 대한 사회적인 현상이라고도 설명할 수 있다.

2) 칩 시크의 실질가치 중심의 사고

오늘날 장기적인 경제성장 둔화에 따른 불안정한 고용 환경 및 이분법적인 소득층의 분리현상 등 심각한 경제상황이 실용적인 소비문화를 이끌면서, 실질적인 가치중심의 사고로서 소비문화에 대한 기준이 재정리되고 있다.

일반적으로 가격과 품질은 비례하는 경향이 있지만 요즘 소비자는 초저가 제품에서도 기대 이상의 품질을 원한다. 의류, 신발, 잡화 등의 영역에서 ‘명품’이 대중화되고 있으며, 품질과 스타일에 대한 소비자의 눈높이는 계속 높아지고 있다. 또한 소비자 블로그, UCC 등의 힘으로 언제든지 다양한 관점의 가격대비 품질평가 등 경험적 소비정보를 접할 수 있게 된 결과, 제품의 실용적 가치에 대한 소비자의 감식안은 급속도로 향상되었다²²). IT분야에서는 과격적으로 저렴하면서도 성능은 고가품과 큰 차이가 없는 칩 시크 모델이 많은 인기를 모으고 있으며, 주거환경을 좌우하는 인테리어 분야에서도 쓰다버린 소품이나 저가의 장신구, 예스닉풍을 연상시키는 패브릭을 활용하여 안락하면서도 개성있는 세련된 주거 공간을 창조²³⁾²⁴)해 내고 있다.

실제로 이러한 칩 시크 현상은 패션상품, 화장품, 인테리어, 전자, 유통, 항공, 금융 등 업종과 지역을 불문하고 확산되는 추세이며, 이제는 비싸지 않아도 충분히 멋질 수 있다는 개념이 주목받고 있다.²⁵) <그림 4>는 유럽파인 스타일의 칩 시크 인테리어로 빈티지풍의 낡은 의자와 테이블이 소박하고 편안한 분위기를 연출한다. 과거 비싼 가격대의 상품이 좋은 품질을 대변한다는 일반 소비자의 생각은 공정거래의 추구와 원가 및 거액의 광고비에 대한 정보가 공개되면서 가격과 질이 반드시 동일한 것은 아니라는 인식이 확대되었고,



<그림 4> 칩 시크 인테리어
(출처: 「cheap chic」, 2010, p.1)

오늘날 이러한 인식은 좀 더 합리적이고 실용적이며, 작은 개인의 취향이 가치 있는 것으로 인정받는 방향으로 전이되어 간다고 할 수 있다.

3) 칩 시크의 상품화 전략

모든 부문의 칩 시크 상품이 실질적인 가치를 소중히 여기는 소비자의 기호에 초점을 맞추는데는 몇 가지 기준이 있으며, 이러한 현상은 패션부문에 있어서도 예외가 아니다.

첫째는 핵심가치의 극대화, 대다수의 기업들은 제품에 가급적 여러 종류의 기능과 서비스를 부가하고 싶어 하지만 소비자들은 필수 니즈를 정확히 충족시키는 상품을 선호한다. 둘째, 비용발생을 최소화하는 탄력적 사업구조의 구축, 칩 시크에 성공한 기업들은 공통적으로 ‘네트워크형’의 탄력적인 사업구조를 통해 비용발생을 최소화한다. 셋째, 시장 정착을 위한 상품 다각화 및 브랜드 인지도 개선, 칩 시크 상품이 급성장하면서 중저가 시장의 잠재성이 입증되면 기존 선두기업의 견제가 시작되고 동일한 사업유형의 신규 진입자도 등장하는데 이러한 경쟁을 극복하고 시장에 정착하기 위해서는 상품다각화와 브랜드 인지도 개선²⁶⁾이 필수적이며, 이러한 마케팅 활동은 업종별로 그 특색을 달리하며 시장에 적용되고 있다.

(1) 핵심가치 극대화 전략

고객 중심의 가치 극대화 전략은 칩 시크의 ‘합리적 가치기준’에 초점을 둔 것이다. 실제로 호텔사업의 경우는 고급스럽고 화려함을 지향하던 분위기에서 안락하고 단란한 가족중심의 중저가형 ‘라이프스타일’ 호텔이 확산되는 추세이다. 또한 저가항공사의 칩 시크 전략은 단거리 탑승자의 경우, 서비스 보다는 비용에 초점을 둔다는 점에 귀착하여 저렴한 요금의 상품을 출시하여 매출실적을 올리고 있다. 패션부문에 있어서는 핵심가치의 경쟁력을 극대화하여 사업에 성공한 예로 UNIQLO를 들 수 있다. 섬유 기업 도레이와 전략적 제휴를 맺고 땀을 흡수해 빠르게 건조시키는 ‘사파라인’과 발열의류 소재 ‘히트테크’ 개발에 성공하면서, 고기능, 고품질의 원단을 베이직한 디자인에 결합시켜 유사한 브랜드의 중저가 제품은 물론 고가의 의류 제품과 비교해도 기능적으로 우수한 소재를 개발²⁷⁾하여 사업에 성공하였다.

이처럼 칩 시크 마케팅 전략은 모든 사업부문에 확장되는 추세에 있으며, 이들 브랜드의 핵심가치 극대화 전략은 칩 시크의 ‘합리적인 실용성’에 초점을 둔 것으로 소비자가 원하는 핵심적인 요구에 대한 선택과 집중의 성공적인 실천 전략이라고 할 수 있다.

(2) 비용 발생 최소화 사업구조 전략

대다수 칩 시크에 성공한 브랜드의 사업구조는 가격경쟁력을 유지할 수 있는 사업모델을 구축하여, ‘네트워크형’ 사업 구조를 통해 비용을 절감하는데 주력하고 있다.

실제로, 패션 브랜드 H&M은 전 세계 공급사에 제조를 위탁하고, 매장을 직접 운영하여 간접비를 줄여 비용을 절감²⁸⁾하고 있으며, 오늘날 패스트 패션의 붐을 일으키면서 매출신장을 극대화하고 있는 대다수의 SPA(speciality store retailer of private label apparel) 브랜드는 기획에서부터 디자인, 제조,

판매에 이르는 전 과정을 회사의 상황과 여건에 맞추어 관리하고 있으며, 핵심 총괄적인 부분만을 자사가 직접 전담하는 방식으로 운영함으로써 최대한 비용을 절감하고 저렴한 가격의 상품을 소비자에게 제공하고 있다. 또한 모든 부분의 위탁 시에도 핵심적인 부분의 통제 관리를 자사가 수행함으로써 빠른 재고관리와 퀄리티 컨트롤을 할 수 있다는 이점이 있다.

(3) 상품다각화 및 브랜드 인지도 개선전략

상품 다각화 및 브랜드 인지도 개선은 브랜드의 시장정착을 위해 필수적인 부분으로, 칩 시크 상품의 급성장에 따른 증거가 시장의 잠재성 입증은 기존 선두기업의 견제와 신규 진입자의 등장을 피할 수 없는 것으로, 저가이지만 품질, 기능, 브랜드 이미지의 개선을 통해 소비자에게 지속적인 브랜드 신뢰도 축적이 중요하다.

일본의 대표적인 균일가 할인매장 다이소는 과거 밀집형 인테리어를 바꾸고 새로운 콘셉트의 소매점을 운영함으로써, 월 소득 30만엔 이상의 계층에서도 높은 인기를 누리는 소매점²⁹⁾으로 성장하였다. H&M도 2004년부터 명품 브랜드의 디자이너 칼 라거펠트(Karl Lagerfeld) 스텔라 메카트니(Stella McCartney) 등과 협업해 스페셜 라인업을 출시하여 브랜드 신뢰도를 향상시키는데 성공하는 등 저가의 이미지에서 벗어나 상품의 다각화 및 이미지 개선을 통해 유명 디자이너의 제품 출시함으로써 소비자의 신뢰도와 인기를 쌓아가고 있다. <그림 5>는 2011년 H&M과 VERSACE의 콜라보레이션에 대한 홍보물로서, H&M은 2011년 가을, 베르사체의 크리에이티브 디렉터 도나텔라 베르사체(Donatella Versace)의 디자인을 독점 컬렉션으로 선보였으며, 베르사체의 디자인을 H&M의 저렴한 가격으로 구입할 수 있는 점에서³⁰⁾ 주목을 끌었다. 앞선 사례를 통해 확인된 것처럼 칩 시크 초기에는 가격경쟁력만을 내세웠으나, 현재는 품



<그림 5> 에이취앤엠과 베르사체의 콜라보레이션
(출처: <http://cursesincursive.com>)

질, 디자인 브랜드 등을 강화하면서 시장점유율이 확대되는 추세에 있다.

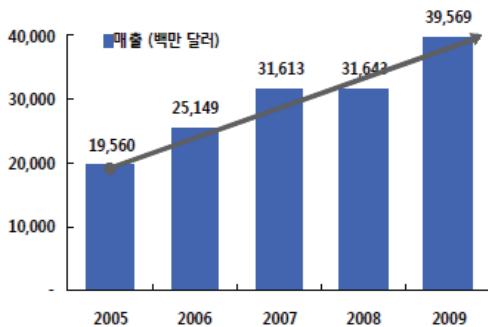
(4) 패션부문의 성공적인 칩 시크 모델 SPA

패션 부문에 있어 칩 시크를 대표하는 사례를 우리는 SPA 브랜드를 통해 찾을 수 있다. 가격과 품질은 ‘상충관계(trade off)’라는 오랜 편견을 극복하고, ‘저가와 고품질의 결합’이라는 칩 시크의 핵심을 경영에 도입한 SPA 브랜드들은 시장과 공급 및 유통 환경의 변화를 종합적으로 주시하고 관찰하여 칩 시크 상품 출시 가능성을 점검³¹⁾한다. 패션 시장이 양극화되면서 싸고 좋은 상품에 대한 소비자의 요구는 증가하면서, SPA 브랜드는 고객 니즈 분석을 토대로 상품계획과 판매계획에 의한 독창적인 상품개발을 통해 중간 유통을 거치지 않는 가격으로 제품 공급이 가능하고 아울렛 운영으로 재고 소진이 용이하다는 장점을 최대한 활용하고 있다.

국경을 초월한 경쟁 심화, 쇼핑센터를 비롯한 유통망 확대, 대리점 쇠퇴, 경기하락에 의한 출점 비용 저하 등 패션업계의 환경변화에 따라 탄생하게 된 SPA 브랜드는 기획, 생산 유통의 합리화, 비용절감을 통한 가격 경쟁력 확보, 소비자가 원하는 상품의 발굴, 적시, 적소 공급 등을 목표로 한다. 2006년 SPA 성공전략 세미나에서 FIK 정송향

교수는 SPA 브랜드는 빨리 만들어, 빨리 팔고, 모두 팔아 치우기, 즉, 고회전의 완판체제를 추구하며, 따라서 무엇보다 빠르고 정확한 의사결정 시스템 구축이 필수적이며, 상품의 회전율이 중요하다고 지적하고 있다. 아울러 소량의 적정재고 유지로 매장의 효율성을 높이고, 대담한 연출과 인기상품의 코디네이트 바リエ이션 제안, 고객의 이해를 돕는 진열, 사이즈와 컬러의 구색 완비 등, 오늘날 SPA 브랜드 성공요인 중 하나는 칩 시크한 제품과 서비스에 대한 소비자 요구의 적극적인 반영으로 분석할 수 있다.

결과적으로 이러한 마케팅 전략은 SPA 브랜드의 매출신장으로 이어졌으며, <그림 6>과 같이 ZARA, H&M, UNIQLO 등 SPA 브랜드의 매출은 최근 5년간 연평균 10.3% 성장하였고, 이는 명품 브랜드(7.3%)를 크게 상회하는 수준에 이르렀다. 2009년 글로벌 금융위기 이후 LVMH와 PPR 등 명품 브랜드의 매출은 전년 대비 0.7% 회복에 그쳤으나 글로벌 중저가 브랜드의 매출은 25% 증가하면서 그 성장세가 확대되는 양상³²⁾을 보이고 있으며, 이 같은 결과로 인해 SPA 브랜드들은 장기 불황의 패션계에 블루칩으로서 관심을 모으고 있다.



<그림 6> SPA 패션브랜드의 매출 실적(ZARA, H&M, UNIQLO)
(출처: seri 경영노트, 2011, p.2)

Ⅲ. 프라브의 칩 시크 현상

1. 프라브와 칩 시크의 가치중심 사고

프라브가 칩 시크에서 시작된 개념이라고는 할 수 없어도 칩 시크와 동일한 개념임에는 분명하며, 그 바탕에는 가치중심의 사고(value based thinking)가 내재되어 있음을 알 수 있다. 프라브는 자신만의 안목에 대한 자부심을 가지고 실용적이고 합리적인 관점에서 소비하는 실속형 소비 마인드의 소유자로서, 그들의 칩 시크적인 패션 코드는 차브와 비교하면 쉽게 이해되어질 수 있다. 그들은 상품가격에 관심을 두지만 저렴한 제품이라는 점에만 귀착하여 상품을 선택하는 차브와는 다르다. 다시 말해, 프라브는 차브가 고려하지 않는 ‘시크’함에 주목한다. 그런 점에서 ‘싸서 좋은 것’이 차브라면 ‘싸지만 좋은 것’은 프라브라 할 수 있으며, 싸지만 가치가 없다면 취하지 않는 프라브의 가치중심의 사고는 프라브의 합리적 소비를 이끄는 기준이 된다고 할 수 있다.

가치중심의 사고는 모든 것의 최우선 순위를 가치창출에 두는 것을 뜻한다. 경영을 예로 든다면, 경영의 초점을 매출액 증대나 시장점유율 확대와 같은 단순한 적정이익 확보에 두지 않고 중장기적 가치에 초점³³⁾을 두는 것과 마찬가지로 구매행동에 있어서 가치중심의 선택 기준은 외부에서 평가되어지는 객관화된 반응이나 평가에 주목하지 않고 궁극적으로는 소비자 자신의 개인적인 만족감에 뿌리를 둔다. 그러므로 엄밀한 의미에서 패션상품 구매에 대한 태도로서의 가치중심적 사고는 ‘개인화’에 근거한다고 할 수 있다. 그것은 낡고 오래된 소품이지만 향수를 자극하는 코드로서 구매선택 되어 질 수도 있으며, 합당한 기능을 보유한 이유로 선택 되어질 수도 있는 것으로 모든 선택의 기준은 철저히 자신의 취향에 초점 맞춰져 있다는 점이다. 유니야 가와무라(Yuniya

Kawamura)는 현대 사회에서 패션은 특정 패션 현상이 유지되기 보다는 사회적, 문화적, 소비행동에 따른 개인의 가치를 표현하는 것으로 나타나고 있다³⁴⁾고 하였다. 첨단기술 문명이 발달한 도시중심적인 삶을 살아가는 현대인들이 하찮은 주변의 사물과 자신만의 작은이야기(small story)에 집중하는 것은 이러한 부분과 무관하지 않다. 획일화되고 메뉴얼화된 일상에서 패션이나 패션소품은 작은 이야기를 표현할 수 있는 출구가 되며, 제품의 가격과 상관없이 사물이 지니는 내재된 가치에 근본을 둔 이 같은 사고는 프라브와 칩 시크가 갖는 가치인식에 관한 동일한 맥락으로 지적할 수 있다.

2. 프라브 패션의 칩 시크 코드

프라브가 실속형 소비 마인드를 가진 패셔니스타를 중심으로 시작된 트라이브(tribe)의 개념인 것에 비해 칩 시크 현상은 패션은 물론 경영 전반에 걸쳐 보다 더 광범위하게 사용되는 개념이다. 하지만 두 가지 개념이 지니는 공통된 코드는 믹스 앤 매치의 방식을 중심으로 전개된다는 점이며, 이러한 코드를 기초로 프라브의 패션에 대하여 파악해 보는 것은 새롭게 부상하는 프라브의 근원적 동기에 대하여 이해할 수 있는 계기가 된다고 여겨진다.

1) 칩 시크의 믹스 앤 매치

‘믹스 앤 매치(mix & match)’는 ‘서로 다른 것이 섞여 어울린다’는 어휘의 의미가 시사하듯이 ‘상충성의 조화’에 대한 개념이 전제되어 있으며, 적어도 칩 시크에 대한 구조적 면모는 이러한 ‘상충성’에 기초한 믹스 앤 매치라고 할 수 있다.싼 가격임에도 불구하고 좋다는 의미는 일반 상식과는 배치되는 개념으로 칩 시크의 믹스 앤 매치는 그 적용 분야가 광범위하고 사례별로 다양한 적용 내용이 존재하지만 공통적인 부분을 압축하면, 그것

은 ‘상충성’에 기초한 믹스 앤 매치로 정리할 수 있다.

다시 말해, 이것은 저 비용 체제에 의한 합리적 가격과 고객의 요구를 기준으로 선택과 집중을 통해 핵심가치를 극대화하는 ‘가격과 실질 가치의 반비례적인 체계’라 설명할 수 있다. 현실적으로 가격과 가치가 지니는 반비례적인 개념은 소비자에게 1차적으로 ‘의외성’을 제공하며, 이러한 ‘의외성’은 신선함으로 발전되어 ‘호기심’을 자극하고, 이어 구매를 촉발시키게 되는 것이다. 하지만 ‘상충성’에서 비롯된 구매동기는 그것에 대한 신뢰가 없으면 쉽사리 무너질 수 있는 것이며, 이러한 신뢰는 지속성을 담보해야만 가능하다는 고충을 전제한다. 적어도 저렴한 제품이 소비자에게 좋은 것으로 인식되기까지는 구매의 호기심을 자극했던 충격만큼의 지속적인 신뢰도 축적이 관건이기 때문이다.

2006년 SPA 성공전략 세미나에서 인터보그인 터내셔널 김강화 대표는 칩 시크에 성공한 브랜드들의 마케팅 전략에서 빼 놓을 수 없는 것은 ‘상품에 대한 특별한 가치’와 ‘상품의 회전율’이며, 그 ‘회전을 극대화’시키려는 노력이라고 언급하였다. 다시 말해, 상품의 다양화, 매장의 VMD 강화, 상품력의 제고, 판매와接客 업무의 개발을 통해 소비자의 신뢰도를 구축하는데 요체가 있으며, 소비자가 원하는 방식과 내용에 대하여 지속적인 관찰을 통해 상충된 가치를 추구하는 것, 그것이 칩 시크가 오늘날 블루오션의 코드로 인정받을 수 있는 이유라 할 수 있다.

2) 프라브 패션의 믹스 앤 매치

프라브 패션의 믹스 앤 매치에 대한 분류는 프라브 패션의 개념에 근거하여 구분할 수 있다. 다시 말해, 프라브의 특징이 첫째, 자신만의 스타일을 추구할 수 있다면 저가와 고가의 상품에 관계하지 않고 합리적인 실속형 구매를 지향한다는 점,



<그림 7> 가격의 믹스 앤 매치,
프라브 스타일, 2012년
(출처: <http://uk.images.search.yahoo.com>)



<그림 8> 가격의 믹스 앤 매치,
프라브 스타일, 2010년
(출처: www.vanessajackman.blogspot.com)



<그림 9> 가격의 믹스 앤 매치,
프라브 스타일, 2011년
(출처: www.blueisinfashionthisyear.com)

둘째, 시크한 스타일 연출을 위해서 어떤 아이템과의 크로스 오버도 주저하지 않는다는 점, 셋째, 벼룩시장이나 중고품 판매점 등 과거의 향수가 느껴지는 빈티지 아이템에 주목하는 개인적 취향에 의해 자연스럽게 과거와 현재를 결합시킨다는 점을 토대로 구분할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 3가지 기준 체계에 근거하여 프라브 패션의 믹스 앤 매치를 설명하고자 한다.

(1) 가격의 믹스 앤 매치

가격부문에 있어 프라브족들의 믹스 앤 매치는 저가와 고가품의 결합을 예로 들 수 있다. 벼룩시장 같은 곳에서 찾을 수 있는 빈티지 의상이나 패션 소품, 혹은 대형 쇼핑몰에서 저렴하게 구입한 아이템을 고가의 제품과 코디네이션 하는 프라브는 고가의 제품만이 최고가 아니라는 인식을 바탕으로 타인과 다른 나를 표현하는데 높은 가치를 두는 패션 리더이다. 인터넷 쇼핑과 홈 쇼핑이 활발해지면서 단품의 패션상품을 중저가 상품으로 대체하는 지혜로운 소비자가 늘고 있으며, 이 같은 사례는 SPA 브랜드와 같은 중저가를 표방하는 브랜드의 성장세를 통해 확인할 수 있다. 즉, 하나의 스타일을 완성하기 위해서 모든 아이템을 고가의 제품으로 구매하지는 않는다는 것이다.

결과적으로 이러한 실속형 구매의 확대는 모든

패션 아이템을 다양한 가격대와 다양한 스타일로 믹스 앤 매치 시키는 패션 마인드의 변화를 뜻하는 것이기도 하며, 이것은 저가 유통채널의 확산³⁵⁾과 더불어 더욱 활성화되어지고 있다. 그들은 명품 브랜드의 고정화된 이미지만을 추구하지도 않으며, 싸고 저렴한 이미지의 차브 문화를 좇지도 않는다. 그들은 이 세상에서 ‘단 하나’의 빈티지 제품에 집착하며, 믹스 앤 매치의 센스로 합리적인 소비와 나만의 가치를 추구한다. 다시 말해, 가격에 따른 믹스 앤 매치는 그 중심을 ‘합리성’에 두고 있다. 그러므로 단순히 ‘명품과 저가품의 결합’만이 아닌 구매에 대한 개인적인 실용가치에 주목한 저가품의 구입과 그것을 활용한 코디네이션이라는 것에 초점을 둔다. 아래 <그림 7>, <그림 8>, <그림 9>는 고가의 명품과 중저가의 상품을 믹스 앤 매치한 예이다.

먼저, <그림 7>은 허름한 가죽 재킷에 트레이닝복 원단으로 많이 사용되는 먼 테리 소재에 스켈리톤(skeleton) 문양의 프린트가 그려진 캐주얼한 상의와 레깅스, 그리고 페도라(fedora)를 착용한 스타일에 샤넬 백을 코디네이션 시켰다. 흔히 엘레강스한 여성들의 소품으로 많이 활용되는 가죽체인인 샤넬 핸드백의 여성미와 고상함은 퇴색했지만 전체적으로 반항적인 분위기로 일축될 수 있는 스타일을 유니크한 영 패션 이미지로 상승시킨 스

타일이다. <그림 8>은 스트라이프 무늬가 있는 티셔츠와 데님 숏 팬츠에 프라다 부츠와 비니형 캡을 조화시킨 스타일로 평범한 티셔츠에 데님 팬츠로 밋밋할 수 있는 패션을 개성있는 패션 소품의 활용을 통해 감각있는 스타일로 개선하였다. <그림 9>는 밑단을 컷 아웃 처리시킨 허름한 데님 숏 팬츠에 세린느의 데님 패치셔츠를 매치시켜 전체적인 분위기를 진중 패션으로 통일시키며 젊은이의 활동성과 생기를 돋보이게 한 스타일로서, 3가지 스타일 모두 중저가 제품과 고가제품을 믹스 앤 매치시킨 프라브 스타일이다.



<그림 10> 믹스 앤 매치 룩, 2008년 뉴욕 패션 위크, (출처: www.runwaydaily.com)

(2) 스타일의 믹스 앤 매치

프라브 패션에 있어서 스타일의 믹스 앤 매치는 모든 스타일의 믹스 앤 매치가 가능함을 전제한다. 다만, 그 조화에 있어서 ‘동시대성’이 반영되어 있어야만 진부하거나 혹은 기괴함의 이미지에서 벗어날 수 있다. 실제로 패션에 있어서 믹스 앤 매치는 ‘잡다한 물건을 짜 맞추어 만든’³⁶⁾ 것이라는 단순한 사전적 의미를 넘어서 ‘어울리지 않는 것끼리의 짜 맞추음’이라는 매치리스(matchless)의 상충적 의미를 내재한다. 또한 이는 ‘고정관념을 깨고 전혀 어울리지 않는 아이템을 매치해 입는 스타일’이라는 상반된 의미를 전제한다. 다시 말해, 믹스 앤 매치는 일반적인 인식과 기준에 지녀왔던 고정관념의 벽을 과감히 허물어 내고 서로 상반되거나 어울리지 않는 것, 또는 이질적 느낌을 가지는 형태, 색상, 질감, 이미지 등을 다른 목적이나 의도로 자유롭게 조합시켜 새로운 미의식을 표출해내는 하나의 유형으로서, 패션 소비자의 행동 양식과 밀접한 연관성을 가지는 시대적 문화적 예술적 패션 현상 및 스타일을 이르는 표현이라 하겠다.³⁷⁾

결과적으로 이러한 매치리스의 개념은 고정관념적인 기준에 상반되는 것으로써 그 자체만으로도 충분히 신선한 동기를 부여하며, 다시 말해, 이

는 고정관념의 탈피를 통해 새로운 스타일의 모색으로 이어질 수 있음을 의미한다. 그러므로 차브나 정크와는 다른 ‘합리성’에서 출발한 프라브의 믹스 앤 매치는 도발성과 거부감이 배제 혹은 약화된 새로움으로 전개되기에 용이하며 그 결과물은 아직까지 존재하지 않는 신선함으로 유니크한 스타일을 추구하는 이들에게 주목받는다. 아울러 이러한 새로움에 대한 소비자의 요구는 트렌드나 컬렉션을 통해 소개되어 지는데, <그림 10>은 믹스 앤 매치 룩을 주제로 2008년 뉴욕 패션 위크³⁸⁾에서 소개된 의상들로 스트라이프와 플레이드, 플로랄 문양과 다양한 프린트를 믹스 앤 매치하는 방법론을 선 보였다.

일반적으로 컬렉션이나 트렌드에서 보여지는 패션 소재의 이미지는 그 사회를 반영하기도 하고, 사회에 반영된 이미지는 소재를 통해 표현되기도 하는 상호작용의 관계³⁹⁾를 갖고 있다. 또한 현실적으로 늘 변화를 추구해야하는 패션 트렌드는 새롭고 신선함에 대한 도전이 그 바탕에 깔려 있다.

하지만 월드 트렌드에서 소개된 스타일이 대중에게 수용될 때는 있는 그대로가 적용된다기 보다는 소비자의 기호와 방식대로 조율되고 희석되어 조금씩 다른 모습으로 패션에 투영된다. 따라서



<그림 11> 시크한 이미지의 프라브 스타일, 2011년
(출처: www.elle.com)



<그림 12> 시크한 이미지의 프라브 스타일, 2009년
(출처: http://image.search.naver.com)



<그림 13> 시크한 이미지의 프라브 스타일, 2011년
(출처: http://uk.images.search.yahoo.com)

이러한 맥락에 기초하면 프라브의 믹스 앤 매치는 모든 것을 믹스 앤 매치 시킬 수 있음과 동시에 결코 모든 스타일의 믹스 앤 매치로 통용될 수 없다는 한계를 발견하게 된다. 왜냐하면 여기에는 프라브가 소중히 생각하는 ‘시크’함이 핵심이 되기 때문이다. 앞서, 가격 부분의 믹스 앤 매치가 칩(저렴한)한 코드로 연결되었다면, 프라브의 스타일 코드는 시크(세련된, 멋진)에 초점이 맞춰져 있다는 사실이다.

<그림 11>, <그림 12>, <그림 13>은 시크한 이미지를 표방하는 프라브 스타일로, <그림 11>은 페도라에 니트 원피스 드레스와 가디건을 레이어드하고 풍성한 넥 위머와 에스닉풍의 펜던트, 그리고 블랙 스타킹과 빈티지풍의 울 스타킹을 덧신고 샌들로 마무리하여 시크한 이미지를 연출하고 있다. 개별적인 아이템은 하나 하나는 서로 그 분위기를 달리하는 것이나 블랙, 그레이, 베이지, 브라운과 같은 뉴트럴계의 차분한 컬러 코디네이션과 빈티지라는 공통된 코드를 통해 각각의 아이템이 자연스럽게 조화되고 있음을 확인할 수 있다. <그림 12>는 캐주얼 룩과 에스닉풍의 빈티지가 결합된 스타일로, 커다란 플로랄 패턴이 그려진 빈티지 쉬폰 원피스에 캐주얼한 상의가 매치되면서 자연스럽게도 시크한 도시여성의 분위기를 연출하고 있다. 그저 평범한 테일러 룩의 이미지로 남을 수 있는 패션을 빈티지풍의 원피스가 독특한 분

위기로 전환시킨 스타일이다. <그림 13>은 클래식한 빈티지 풍에서 자주 사용되는 플로랄 패턴의 원피스 드레스에 더블 버튼의 하프코트를 착용하고, 숄더백과 스트랩 힐로 코디네이션을 완성한 모습으로 전체적인 컬러는 블랙과 그레이로 정리하고 플로랄 패턴에서 레드와 그린을 포인트 컬러로 사용하였다. 전통적인 빈티지 스타일의 문양과 아이템으로 자칫 무거워 보일 수 있는 이미지를 짧은 길이의 착장법과 스트랩 힐로 현대적인 커리어우먼의 분위기로 재창조해 낸 스타일이다.

프라브 족들의 스타일 간의 결합에는 반드시 ‘시크’의 장치가 가동되어야 한다. 만일 프라브 패션에서 ‘시크’함이 사라진다면 그것은 이미 프라브의 근본을 왜곡하는 것으로 지적할 수 있다. 왜냐하면 저가의 상품을 기꺼이 선택하는 프라브의 구매심리에는 가격을 초월한 스타일 표현에 대한 자신감이 있기 때문이다. 저가의 상품을 구매하지만 자신의 패션 감성으로 새롭게 재탄생되는 스타일 연출에 대한 우월적 자신감이 프라브에게 존재하기 때문이다. 그러므로 선택한 제품이 ‘시크’하지 못한 스타일로 남는다는 것을 프라브는 인정할 수 없다. 따라서 프라브에게 있어 모든 스타일의 결합은 가능한 것이지만 반드시 부가되는 전제는 그것은 프라브의 감각을 통해 탈바꿈하여 진정한 프라브의 스타일로 남을 수 있는 ‘멋진 스타일’의 결합이어야 한다는 점이다.



<그림 14> 시간의 믹스 앤 매치
프라브 룩, 2010년
(출처: www.waynetippetts.com)



<그림 15> 시간의 믹스 앤 매치
프라브 룩, 2011년
(출처: www.dajipop.com)



<그림 16> 시간의 믹스 앤 매치
프라브 룩, 2012년
(출처: www.thebuenofashionisto.com)

(3) 시간의 믹스 앤 매치

프라브 스타일에 있어서 시간의 믹스 앤 매치는 빈티지로 표현된다. 과거와 현재가 하나의 룩 안에서 공존하며, 이 같은 프라브의 빈티지는 ‘유니크’를 추구하는 개인적인 취향에서 출발한다. 오랜 시간의 가치와 개인적인 정서나 감성에 주목하려는 노력은 ‘빈티지 룩’의 선호 현상으로 나타나고 있다.

일반적으로 프라브 족들의 패션은 빈티지한 아이템들로 이루어져 있으며, 이 같은 소비 패턴은 패션 관련 제품뿐만 아니라 여가생활, 생활용품, 화장품 등에도 적용된다.⁴⁰⁾ 빈티지는 물질적으로는 풍요롭지만 정신적으로는 황폐한 현대인들의 소외감을 표현하기 위한 방법으로 단순한 형태와 색상을 선호하고 빈곤과 여유를 과시적으로 드러내는 라이프스타일이다. 틀에 박힌 옷을 거부하는 젊은이들을 중심으로 관심을 끌기 시작했으며, 낡은 털실로 짠 니트나 패치워크, 리버티 프린트 등 오래되어 낡은 분위기의 직물이나 먼, 레이스를 사용하기도 한다. 빈티지 스타일은 소외되고 주변적인 것에 새로운 미적 가치를 부여하고 추함을 아름다움의 일부로 인정하는 시각의 전환과 인간성 회복을 꾀하는 것이며,⁴¹⁾ 이는 기존에 우아함과 아름다움으로 고정화 되어있었던 기준에서 벗어나 새로움을 찾고자 하는 탈 형식에 관한 노력이다. <그림 14>, <그림 15>, <그림

16>은 과거와 현재의 스타일을 믹스 앤 매치한 프라브의 스트리트 패션이다. 먼저 <그림 14>는 빈티지 스타일의 의상을 캐주얼한 아이템과 매치시킨 영국 여대생의 모습으로, 아가일 플레드(argyle plaid)와 레이스를 활용한 울 원피스에 여성스럽지만 약간은 나이 들어 보이는 에스닉풍의 스카프를 매치시키고 여기에 캐주얼한 점퍼와 체크 레깅스, 그리고 빈티지한 보띠느(bottine)로 패션을 마무리하였다. 복고풍의 헤어스타일과 과거 지향적인 빈티지 무드가 캐주얼한 아이템과 결합되면서 색다른 분위기의 프라브 스타일을 연출하고 있다. <그림 15>는 젊은이의 패션에서 흔히 볼 수 있는 도전적이고 활동적인 이미지와 어머니 옷장에서 발견될 법한 여성스러운 빈티지 레이스 재킷의 조화가 이채롭다. 캐주얼한 티셔츠에 가죽 숏 팬츠를 착용하고 거기에 선이 굵은 스트라이프 스타킹과 워커를 착용한 이 스타일을 재킷과 나머지 의상들의 분위기에 시차가 존재하지만 전체적으로 착용자의 분위기와 자연스럽게 조화됨을 엿 볼 수 있다. 일견, 도전적인 분위기로 평가될 수 있는 스타일을 빈티지 코드로서 부드럽게 완화시키고 있음이 파악된다. <그림 16>은 1900년대 초 세계대전 당시 연합군 군복을 연상시키는 군용재킷에 도시적인 감각이 돋보이는 스키니한 블랙팬츠와 빈티지 스타일의 화이트 셔츠, 그리고 부츠를 믹스 앤 매치시켜 시크한 분위기의 도시 여성을 잘 표현해

주고 있다. 밀리터리룩과 모던한 스타일의 조화 뿐 아니라 오버 솔더된 어깨와 앞여밈의 방향을 통해 남성이 착용했던 군복의 특성을 그대로 반영한 과거 지향의 재킷과 여성의 길고 가느다란 다리 실루엣을 그대로 보여주는 스키니 팬츠가 서로 충돌하지 않고 빈티지한 화이트 셔츠를 매개로 오묘하게 어울린다.

결과적으로 이들 스타일의 공통점은 이질적인 아이템이 결합하여도 결코 거부감이 느껴지지 않는다는 것에 핵심이 있다. 즉, 고가와 저가 사이에, 아이템이나 스타일 사이에, 과거와 현재 사이에 분명 배치되는 코드가 존재하지만 결합의 과정에서 매개의 장치가 상반된 분위기를 완화시키고 있으며, 바로 ‘빈티지’ 코드가 그 역할을 수행하고 있다고 볼 수 있다. 빈티지는 짜 맞추어진, 획일화된, 깔끔한, 빈틈없는 도시지향적인 감성을 의외적인, 다채로운, 소박하고 수수한, 여유로운, 자연지향적인 감성 코드로 변화시키는 힘이 있다. 다시 말해, 서로 상충되는 이미지로 긴장될 수 있는 딱딱한 분위기를 느슨하게 하는 영향력을 발휘한다. 차브가 간과한 시크함에 주목한 프라브 패션의 빈티지는 과거를 선호하되 추종하지 않으며, 동시대적인 패션에 색다른 코드로서 빈티지를 즐길 뿐이다. 시대에 뒤떨어진 진부함이나, 전위적 급진성의 아방가르드는 프라브가 추구하는 동시대적인 패션 마인드를 부담스럽게 할 수 있다. 따라서 멋지다고 인정되는 프라브 스타일의 핵심은 빈티지 코드와 동시대적인 패션 코드의 적절한 조화와 활용에 있으며, 이러한 ‘시크 빈티지’의 성향은 칩 시크의 성향과 일맥 한다고 볼 수 있다.

IV. 결론 및 제언

저 성장시대에 저비용 고효율의 장점을 바탕으로 글로벌 시장에 블루칩으로 떠오른 칩 시크는 과시적인 소비의 거품을 제거하고 합리적인 소비

마인드로 자신만의 개성을 유감없이 발휘하는 현명한 패션 소비자 ‘프라브’와 여러 가지 면에서 공통점을 지닌다. 비싸지 않은 저가의 상품을 믹스 앤 매치를 통해 개성있는 스타일로 완성시키고, 이러한 과정을 통해서 자신의 선택적 안목에 자부심을 갖는 프라브는 브랜드의 특성과 소비 구매의 핵심을 기초로 적절한 마케팅으로 시장에 대응하는 칩 시크 전략과 무관하지 않다. 적어도 현명한 소비자 ‘프라브’와 ‘칩 시크’ 사이에는 첫째, ‘저렴’하다는 것과 둘째, ‘시크’함을 추구한다는 실속형의 합리적 소비에 대한 공통분모가 있다.

본 연구는 프라브 패션에 내재되어 있는 칩 시크 속성을 파악하는데 목적을 둔 연구이다. 따라서 프라브에 대한 이론적 배경은 첫째, 프라브의 정의에 대하여 알아보았고, 둘째 프라브의 특징을 실속형 소비 마인드를 기초로 파악해 보았으며, 셋째, 프라브 아이콘의 패션에 대하여 고찰함으로써 프라브 스타일에 대하여 개괄적으로 이해할 수 있었다. 또한 칩 시크 부문의 이론적 고찰은 첫째, 칩 시크의 정의 파악, 둘째 실용적 합리성을 중시하는 칩 시크의 사고, 셋째 칩 시크의 상품화 전략과 실천에 대하여 살펴보았으며, 넷째 패션부문에 있어서 성공적인 칩 시크 모델에 대하여 고찰해 보았다. 다음으로 본론은 첫째, 프라브에 대한 칩 시크적인 이해를 가치중심 사고와 믹스 앤 매치의 코드로 나누어 접근하였으며, 둘째, 프라브 패션의 칩 시크 코드를 믹스 앤 매치를 중심으로 고가와 저가의 믹스 앤 매치, 스타일과 스타일의 믹스 앤 매치, 과거와 현재의 믹스 앤 매치로 나누어 프라브 패션에 내재된 칩 시크 속성을 파악하였다.

연구의 결론으로 프라브 패션에 나타난 칩 시크 속성은 첫째, 가격과 품질의 상충성을 극복하고 고가와 저가의 결합을 통해 실속에 주목하는 ‘구매성향의 합리성’, 둘째, 일반화된 패션코드나 트렌드만을 좇지 않고 다양한 스타일 결합에 바탕을 둔 ‘새로운 감성의 심미성’ 추구, 셋째, 시대를

초월한 희소가치 및 개인의 취향을 중시하는 ‘개인의 가치중심성’ 소비심리로 분석할 수 있었다. 아울러 연구를 통해 합리적인 소비성향과 가치중심의 사고를 바탕으로 자신만의 스타일을 즐기는 것이 진정한 ‘프라브’의 정신임을 알 수 있었다. 연구의 의의는 프라브 패션 속에 내재되어 있는 칙 시크적인 코드를 이해함으로써 합리적인 패션 소비에 대한 인식 재고의 기회를 가질 수 있었다는 점과 새롭게 부상하는 프라브의 패션과 그들의 칙 시크적인 소비성향에 대하여 알 수 있었다는 점에 의미를 둔다. 또한, 연구의 한계는 프라브 패션과 칙 시크에 대한 보다 광범위한 실증자료와 문헌자료를 제시하였어야 함에도 제한된 자료만을 제시하였음과 국내 프라브 패션과 칙 시크 현상에 대한 연구의 부재를 한계로 들 수 있다. 따라서 연구의 제언으로 국내 프라브 패션과 칙 시크에 대한 심화된 후속연구를 제안하는 바이다. 아직까지 패션 분야에 있어서 칙 시크에 대한 학계의 연구는 거의 미비한 상태이다.

그러나 소비자에게는 현명한 패션소비의 형태를 제시하고 패션업계에는 불황타개를 위한 참신한 마케팅전략으로 시장의 점유율을 높일 수 있다는 점에서 국내 사례를 중심으로 하는 프라브와 칙 시크 현상에 대한 연구는 가치있는 일이라 사료되며, 저 성장시대의 블루오션을 제공할 수 있는 칙 시크에 대한 심화 연구를 기대하는 바이다.

참고문헌

- 1) 하승 (2011. 1. 13). 칙 시크의 성공비결, SERI경영노트(88호), 삼성경제연구소, p.1.
- 2) 위키 백과사전(검색어: 득템), 자료검색일 2012. 9. 30. <http://ko.wikipedia.org>
- 3) 위키 백과사전(검색어: 프라브), 자료검색일 2012. 7. 2. <http://ko.wikipedia.org>
- 4) 김민주 (2008). 2008 트렌드 키워드, 서울: 미래의 창, p.307.
- 5) 위의 책, p.307.
- 6) 김민주 (2007). 대한민국 트렌드, 서울: 한스미디어, p.71.
- 7) 조주연 (2005). 차브 패션의 코디네이션에 관한 연구, 한국디자인문화학회지, 11(3), p.178.
- 8) 김기란, 최기호 (2009). 대중문화사전, 서울: 현실문화연구, p.57.
- 9) 두산 백과사전(검색어: 프라브족), 자료검색일 2012. 7. 1. <http://doopedia.co.kr>
- 10) 두산 백과사전(검색어: 영국), 자료검색일 2012. 7. 1. <http://doopedia.co.kr>
- 11) 위키 백과사전(검색어: 첼트리), 자료검색일 2012. 7. 1. <http://ko.wikipedia.org>
- 12) 네이버 백과사전(검색어: 영국의 국민성), 자료검색일 2012. 7. 1. <http://terms.naver.com>
- 13) Kate, F. (2008). 영국인 발견, 권석하 옮김 (2012). 서울: 학고재, pp.115-132.
- 14) Yuniya Kawamura (2006). Japanese Teens as Producers of Street Fashion, Current Sociology, 54(-), p.797.
- 15) 김민주 (2009). 2010 트렌드 키워드, 서울: 미래의 창, p.252.
- 16) 헐리웃 스타일, 스트리트 패션(검색어: 프라브), 자료검색일 2012. 7. 10. <http://pravia.tistory.com>
- 17) 톱스타 ‘패션CEO’로 빛난다(검색어: 케이트모스), 자료검색일 2012. 7. 1. <http://news.heraldcorp.com>
- 18) Joel, K. B. (2012). 패션 뮤즈, 서울: 미래의 창, pp.135-139.
- 19) 스타패션 키키의 여름패션(검색어: 키키패션), 자료검색일 2012. 10. 1. <http://www.naver.com>
- 20) 한국트렌드연구소 (2011). 메가트렌드 인 코리아, 서울: 이진아 콘텐츠컬렉션, p.205.
- 21) 하승. 앞의 책, p.1.
- 22) 김난도 (2009). 트렌드 코리아, 서울: 미래의 창, p.80.
- 23) Emily, C. and Ali, H. (2003). 유럽 쉬크 스타일, 강효수 옮김 (2007). 서울: 이끼북스, p.8.
- 24) Emily, C. and Ali, H. (2003). Cheap Chic, London: Ryland Peters & Small, pp.1-8.
- 25) 김난도. 앞의 책 p.84.
- 26) 하승. 앞의 책, p.5.
- 27) 위의 책, p.6.
- 28) 위의 책, p.7.
- 29) 위의 책, p.9.
- 30) 이소진 (2011. 6. 24). 베르사체 디자인 H&M 가격으로 산다, 시티신문, 자료검색일 2012. 7. 10. <http://citydaily.co.kr>
- 31) 하승. 앞의 책, p.10.
- 32) 위의 책, p.2.
- 33) 네이버 시사용어(검색어: 가치중심), 자료검색일 2012. 7. 10. <http://terms.naver.com>
- 34) Yuniya Kawamura, 앞의 책, p.799.
- 35) 하승. 앞의 책, p.3.
- 36) 네이버 영어사전(검색어: Mix & Match), 자료검색일

2012. 7. 2. <http://endic.naver.com>
- 37) 김선아 (2011). Ready to Wear 컬렉션에 나타난 Mix & Match 패션 경향, 한국생활과학학회지, 20(1), p.157.
- 38) 2008 New York Fashion Week - Mix & Match Look Runway Daily: "Mix & Match" Looks(검색어: 믹스 앤 매치), 자료검색일 2012. 7. 10. <http://runwaydaily.com/runwaydaily>
- 39) 박주희 (2009). 현대 패션의 소재 및 이미지 동향에 관한 연구, 한국패션디자인학회지, 9(1), p.48.
- 40) 위키 백과사전(검색어: 프라브족), 자료검색일 2012. 7. 2. <http://ko.wikipedia.org>
- 41) 이재정, 박은경 (2004). 라이프스타일과 트렌드, 서울: 예경, p.138.

Cheap Chic Characteristics of PRAV Fashion

Yun, Eul Yo

Assistant Professor, Dept. of Fashion Design & Branding, PyeongTaek University

Abstract

PRAV(proud realisers of added value) refers to wise fashion consumers who do not have bubbles of an ostentatious consumption mind but fully express their own individuality with a reasonable consumption mind. They form a fashion class that changes low-priced products into their own styles through mix-and-match process. Cheap chic, which has emerged as a blue chip in the slowly-growing era, is being established as an attractive fashion code for consumers and a valuable marketing strategy for people in the fashion industry because it can produce wonderful styles with cheap prices. In other words, wise 'PRAV' consumers and cheap chic have mutual characteristics such as cheap price and good style. Therefore, the purpose of this study is to get a good grasp of the characteristics of cheap chic which is emerging from PRAV fashion, and the signification of this study is to present a methodology of logical consumption to consumers by understanding the code of cheap chic that is immanent in PRAV fashion. In the process of this study, mix and match of PRAV fashion is classified into 3 groups; firstly price, secondly style, and finally time. As a result of this study, the characteristics of cheap chic immanent in PRAV fashion are analyzed as follows: firstly, the 'rationalization of purchasing trend' to avoid any purchase of little substance; secondly, the 'polished sense of the esthetic' to recognize the diversity of styles; and thirdly, the psychology of consumers, that is oriented toward 'the individual sense of value'.

Key words: PRAV, cheap chic, mix and match