



2023 순환패션지수

(CFX: The Circular Fashion Index)

조사 결과

May 2023

KEARNEY

01

순환경제로의 전환에 있어 패션산업의 현재

1. 선형모델 패러다임에 머물러 있는 패션산업: 지속가능성에 대한 소비자 의식과 브랜드 행동 간 불일치

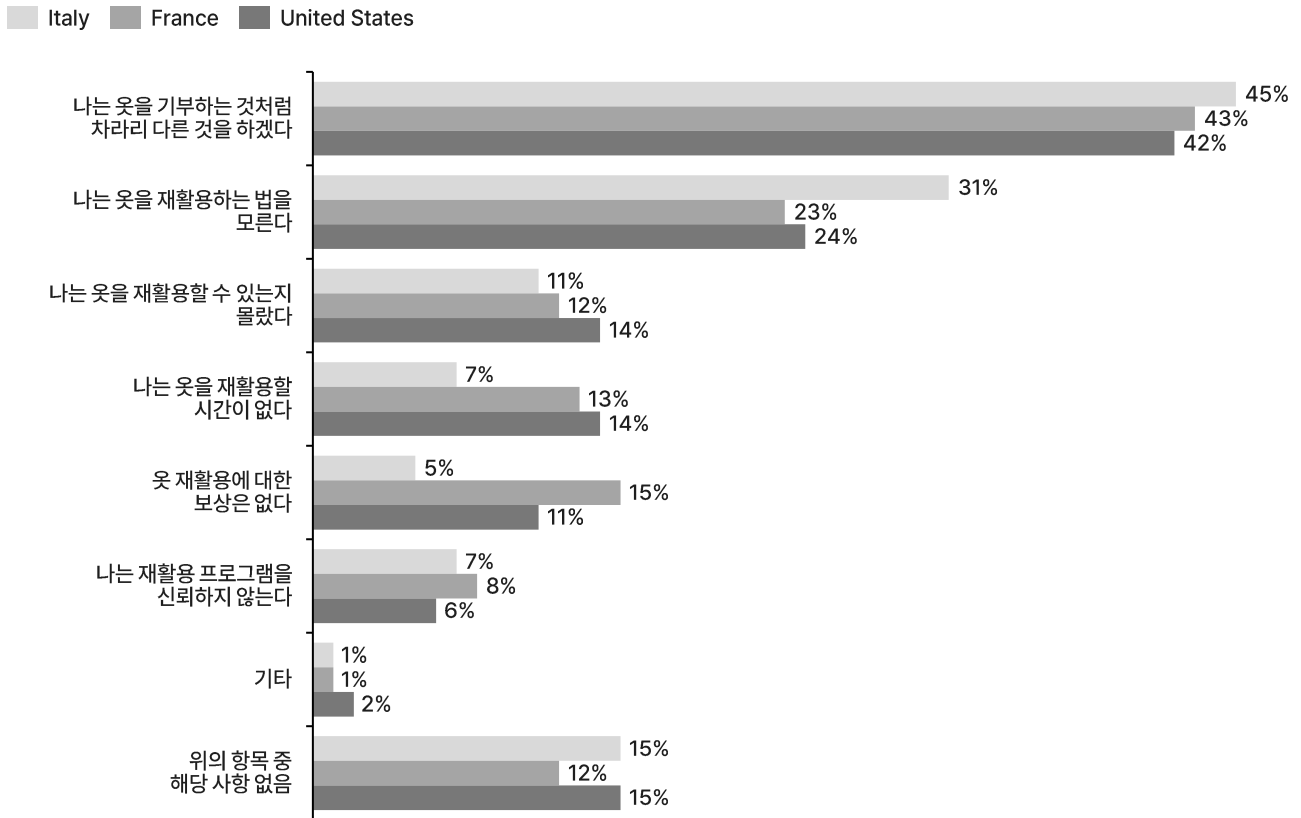
이탈리아, 프랑스, 미국 소비자를 대상으로 한 Kearney Consumer Institute(KCI)의 설문조사에 따르면 소비자가 패션 제품을 구매할 때 지속가능성에 대한 교육이 부족한 것으로 나타났다. 또한, 의류 반납 및 수거 인프라가 낙후되어 있고 기계적/화학적 재활용 기술이 아직 초기 단계에 있기 때문에 미판매 재고와 직물 재료 역시 순환 공급망으로 충분히 회수되지 못하고 있다.

2. 브랜드에 요구되는 지속가능성을 향한 노력: 소비자 교육과 최신 기술

브랜드는 고객으로 하여금 책임감 있는 쇼핑과 사용하지 않는 제품을 반납하도록 유도해야 한다. 또한, 판매량을 정확히 예측함으로써 생산량과 환경오염을 줄이고, 재활용과 업사이클링 등을 고려하여 제품을 디자인함으로써 탄소 발자국을 줄일 수 있다.

기부 외에 이용 가능한 재활용 선택권에 대한 교육이 제대로 이뤄지지 않는다

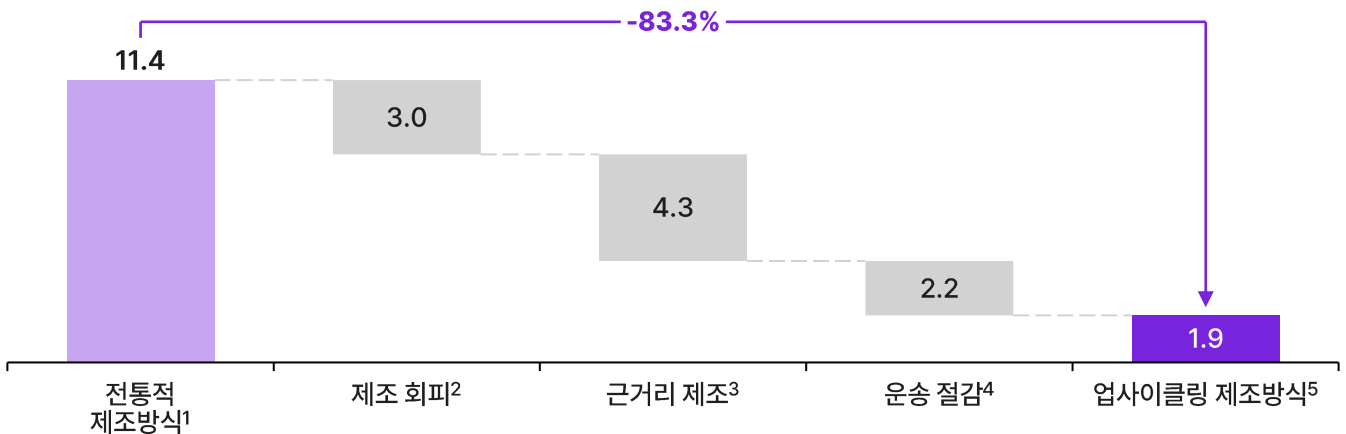
더 이상 원하지 않거나, 필요하지 않거나, 사용할 수 없는 품목을 소비자가 재활용하기 힘든 이유



Note: Percentage of respondents is calculated by dividing each answer count by the total unique respondents.
Source: Kearney Consumer Institute – Upcycling Fashion Survey, 1Q 2023

업사이클링 청바지 한 벌은 CO₂ 배출량을 83%까지 줄일 수 있다

CO₂ 배출량, 데님 청바지(2023년 기준, 단위: Kg)



1. 국가별 데님 공정 사용 사례: 원재료 단계, 이집트: 원사 및 원단 생산, 파키스탄: 의류 제조, 건식 및 습식 공정, 마감 및 포장, 중국: 유통 채널, 이탈리아
2. 원재료, 원사 생산, 데님 원단 생산
3. 의류 제조, 건식 및 습식 공정, 마감 및 포장
4. 유통 센터에서 업사이클링 지점까지 데님 운송 및 업사이클링 된 데님을 유통 센터로 운송
5. 이탈리아에서 진행되는 데님 업사이클링 공정의 사용 사례
Source: Kearney analysis on Edmond Climate Network simulation

02

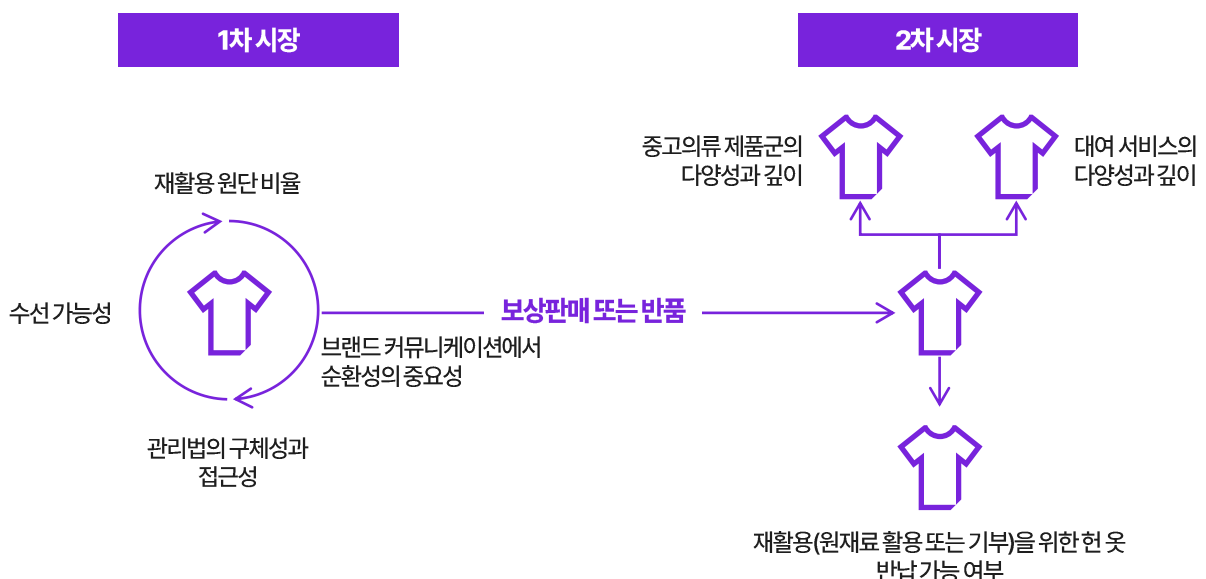
순환패션지수(The Circular Fashion Index)

1. 조사 범위 및 결과 산정 방법

세 번째로 행해진 이번 CFX 조사는 20개국, 200개 글로벌 브랜드를 대상으로 했으며, 스포츠 및 아웃도어, 언더웨어 및 란제리, 럭셔리, 프리미엄/저가 럭셔리, 매스 마켓, 패스트 패션 등 6개의 카테고리에 걸쳐 있다.

기업의 CFX 지수는 브랜드 순환효과에 영향을 미치는 7개의 요소를 기반으로 한다. 이 같은 요소는, 소비자 대상 신제품 판매에 영향을 미치는 1차 시장과 중고 또는 재활용과 관련된 2차 시장으로 구성된다. 각 요소별 점수에 가중치를 부여하는데, 재활용 원단 비율에 가장 큰 가중치를 부여한 후, 수선 가능성, 중고 판매, 대여 서비스, 그리고 반품된 의류의 원재료 활용, 또는 기부 순으로 가중치를 부여했다. 이러한 점수를 합산하여 1점에서 10점 사이의 종합 점수를 산출했으며, 1점은 가장 낮은 점수, 10점은 가장 높은 점수를 나타낸다.

순환패션지수는 패션 브랜드가 제품과 소재의 수명 주기를 연장하기 위한 노력을 측정함



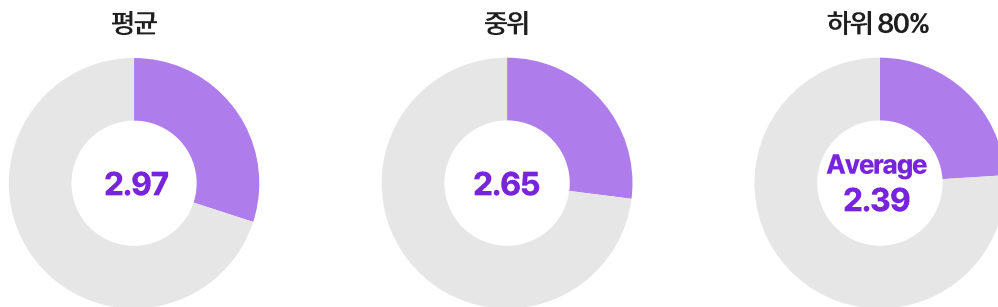
Source: Kearney analysis

2. 2023 조사 결과

분석 대상인 200개 패션 브랜드의 올해 평균 CFX 지수는 10점 만점에 2.97점으로 2022년 결과와 비슷한 수준이다. 눈에 띄는 점을 살펴보면, 브랜드는 상세한 관리 지침을 제공하는 경향이 있으며 재활용 소재의 사용 비율을 늘리고 있다는 것이다. 반면, 소비자에게 순환성의 중요성을 알리는 일은 거의 이루어지지 않고 있다. 또한, 중고 시장에서 렌탈 서비스 개발에 거의 노력을 기울이지 않는 것으로 나타났다. 의류의 수명을 연장하고 재활용 및 업사이클링에 사용할 수 있는 소재를 만드는 데 중요한 역할을 할 수 있는 헌옷 반납 서비스가 소비자들에게 더 광범위하게 제공되지 않고 있다는 점은 우려할만하다.

패션산업은 2023 순환패션지수에서 여전히 낮은 점수를 받았다

CFX 순위 종합 결과



Source: Kearney analysis

7개의 순환성 요소 중 어느 것도 브랜드가 광범위하게 활성화한 것은 없다

		포괄적 (10~8)	보통 (7~3)	제한적 (2~1)
	재활용 원단으로 만든 의류 비율	2%	65%	33%
1차 시장	브랜드 커뮤니케이션에서 순환성의 중요도	6%	49%	45%
	의류 관리 지침의 구체성과 접근성 수준	5%	67%	29%
	수선/관리 서비스의 이용가능성	4%	22%	74%
2차 시장	중고 의류 제품군의 다양성과 깊이	5%	27%	68%
	의류 대여 서비스의 다양성과 깊이	3%	7%	90%
	재활용을 위한 헌 옷 반납 가능 여부	5%	33%	62%

Source: Kearney analysis

CFX 브랜드별 순위를 살펴보면, 올해 최고 기업은 Patagonia, Levi's, The North Face였다. Patagonia는 주로 순환성에 대한 홍보와 커뮤니케이션을 강화하여 높은 점수를 받았다. 환경에 영향을 미칠 수 있는 디자인의 영역을 결정하기 위해 수선가능성, 내구성, 기능성을 기준으로 10점 척도로 제품을 평가하기 시작했다. Levi's도 지속가능성 캠페인을 통해 소비자 인지도를 높였다. 재활용 데님 제품을 위한 별도의 쇼핑 페이지를 개설했고, 탄소 발자국을 보여주기 위해 공급업체 지도를 공개하기 시작했다.

순위권에 새로 진입한 Madewell은 특히 Madewell Forever program 같은 중고품 사용 부문과, 헌 옷이 매립되는 것을 막기 위한 take-back program에서 높은 점수를 받았다.

2023년 CFX 상위 10개 기업은 새로 진입한 Madewell을 제외하고는 2022년에 이어 순위권을 지켰다.

Rank 2023	Rank 2022	Brand name
1	1	Patagonia
2	2	Levi's
3	3	The North Face
4	5	OVS
5	6	Gucci
6	-	Madewell
7	8	Coach
8	4	Esprit
9	9	Lululemon Athletica
10	10	Lindex

Note: CFX (Circular Fashion Index)
Source: Kearney analysis

확인된 모범 사례의 대부분은 상위 브랜드에서 실행되었다.

1	재활용 소재	Patagonia 재활용 소재 사용 비율이 높다(예: 면 36%, 나일론 90%).
2	프로모션과 커뮤니케이션	Patagonia 환경에 미치는 영향을 고려한 재디자인을 추진하기 위해 수선가능성, 내구성, 기능성에 따라 10점 척도로 제품을 평가한다
3	의류 관리 지침	Mammut 의류 수명 연장을 위한 제품별 지침 뿐만 아니라 상세한 소재별 지침을 제공한다
4	수선/관리 서비스	Levi's '리바이스 테일러숍'과 'DIY' 콘텐츠를 통해 데님의 수명을 연장한다
5	중고 의류	The North Face '노스페이스 리뉴얼 웹 숍'을 통해 광범위한 중고 의류를 제공한다
6	의류 대여 모델	TWINSET 한정판 렌탈 드레스를 제공하기 위해 '제발 구입하지 마세요' 프로그램을 런칭하였다
7	재사용/기부를 위한 반납	Madewell "오래된 청바지가 버려지지 않고 순환되도록 하는 것이 우리의 목표이다" '메이드웰포에버'를 통해, 소비자는 포인트와 무료 라벨을 받고 오래된 데님을 재판매하거나 재활용할 수 있다

골든구스는 낡은 신발을 수선, 재제작, 재판매, 재활용하는 순환 이니셔티브를 장려하는 '포워드 스토어' 콘셉트를 출시했다

Source: Kearney analysis

CFX 국가별 순위로는, 프랑스 브랜드의 평균 점수가 가장 높았으며 미국과 독일 브랜드가 그 뒤를 이었다. 2023 CFX에서 분석된 200개 브랜드 중 80% 이상은 미국, 프랑스, 이탈리아, 인도, 독일, 영국에 걸쳐 있는데, 현저히 낮은 점수를 받은 인도 브랜드를 제외하고는 다른 국가의 결과는 평균 점수가 2.6~3.4점으로 비슷하였다.

2023 CFX 국가별 지수

	미국	프랑스	이탈리아	인도	독일	영국	기타
브랜드 개수	57	28	27	20	15	14	39
평균 점수	3.32	3.43	2.92	1.51	3.05	2.63	2.98

Note: CFX (Circular Fashion Index)
Source: Kearney analysis

2023 CFX에서 분석된 200개 브랜드는 6개 카테고리에 고르게 분포되어 있는데, 각 카테고리의 평균 점수는 2.5~3.5점으로 나타났다. 스포츠 및 아웃도어 브랜드의 평점이 가장 높았으며, 패스트 패션이 가장 낮았다.

2023 CFX 카테고리별 지수

	럭셔리	프리미엄/ 저가 럭셔리	매스 마켓	스포츠 및 아웃도어	패스트 패션	언더웨어 및 란제리
브랜드 개수	41	42	46	25	38	8
평균 점수	2.99	2.95	3.11	3.52	2.48	2.66

Note: CFX (Circular Fashion Index)
Source: Kearney analysis

03

결론: 방향은 정해졌고, 이제 행동에 나서야 할 때!

1. 브랜드의 명확한 지속가능성 전략 수립 필요

어떤 브랜드는 모든 요소에서 순환성을 확보하고 있는 반면, 어떤 브랜드는 일부 요소에서만 순환성을 구현하고 있다. 브랜드의 투명성과 사회적 책임을 고려해 소비자가 제품을 선택한다는 것을 고려할 때, 기업은 보다 명확하고 측정가능한 환경 목표를 설정하고 공개할 필요가 있다. 이를 통해 브랜드는 소비자와의 신뢰를 쌓을 수 있다.

2. 일관성 있는 사회적, 환경적 영향 측정

국제 표준이 존재하지는 않지만, 패션산업 내 탄소 발자국 및 기타 영향을 측정하기 위해 쉽게 구현할 수 있는 여러 도구에 접근이 가능하다. 이에 기반한 일관성 있는 측정을 통해 보다 의식적인 지속가능성 의사 결정 프로세스를 수행할 수 있다.



KEARNEY

Copyright©2023 A.T. Kearney Korea LLC. All rights reserved.