

# 텍스타일 디자인의 과제 및 교육방향에 관한 연구 (A Study on the Problem and the Direction of Education in the Textile Design.)

심미숙(텍스타일디자인과)  
M.S.Sim(Dept.of,Textile Design)

Key words : Fashion Merchandising(상품기획),Fabrication(소재기획),Fabric Development(소재개발),Fashionble Finishing(심미성가공),Burn-out Finishing(오팔가공)

ABSTRACT : This study is a plan to have competitive power of the textile industry come to a very serious crisis in the present situation.

A method of study is to examine present conditions and problems in the korean textile industry and design, also to present the direction of education in the textile design.

In the direction of design education, it will be carried out three things - design, fabric development, merchandising - at the same time.

## 1. 서 론

우리나라의 근대산업은 섬유산업으로 그 태동을 보았고, 섬유산업은 1960년대 이후 제1의 수출산업으로서 경제성장의 중추적역할을 해왔다.

그러나 1980년대 말부터 국내의 노사분규, 동남아시아 후진 개발도상국들의 적극적인 세계 섬유수출시장 진출과 이태리, 미국 등 패션 선진국들의 기술·마케팅을 중심으로 한 체제강화에 다른 영향으로 성장률이 급격히 둔화되고, 90년대 중반이후 지속적인 고전을 면치못하고 구조 조정하에 연쇄적인 도산과 파산을 겪으며 현재에 이르러 섬유산업의 위기론이 크게 대두되고 있다.

그동안 국내 섬유산업은 저 임금의 노동력을 바탕으로 가격경쟁력에 기초를 둔 중·저가품 생산, OEM 수출방식을 중심으로한 양적 성장을 한 반면, 고부가가치 투자에 대한 연구 미약, 디자인 및 질적 성장의 미비 등의 취약점이 지적되고 있다.

그러면 섬유산업은 과연 Vision이 없는 산업인가?

결론부터 말하자면 오늘날의 섬유산업은 패션산업의 중심에 서있으며 최고의 부가가치를 창출하는 산업의 하나이다.

또한 정부에서도 국가경쟁력을 높이기 위한 세계화방안으로서 2000년대의 섬유산업을 「선진국형 생활문화 사업」으로 추진하고 1996년 패션산업을 전략산업으로 선언하고 업체에서도 다양한 자구책을 모색하고 있다.

그러나 경제전반에 걸쳐 불황이 장기화되고 1997년 하반기에 IMF(국제통화기금) 금융지원이 결정되면서 국가적 위기상황을 맞이하게 되었다.

이와같은 IMF구제금융시대에 있어서 근대화과정에서 큰 역할을 해낸 섬유산업이 다시한번 저력을 발휘하여 경제회복에 앞장서야 한다.

특히 이제까지 섬유산업 전반에 걸쳐서 기초원자재, 소재에 대한 수입의존도가 높았던 점과

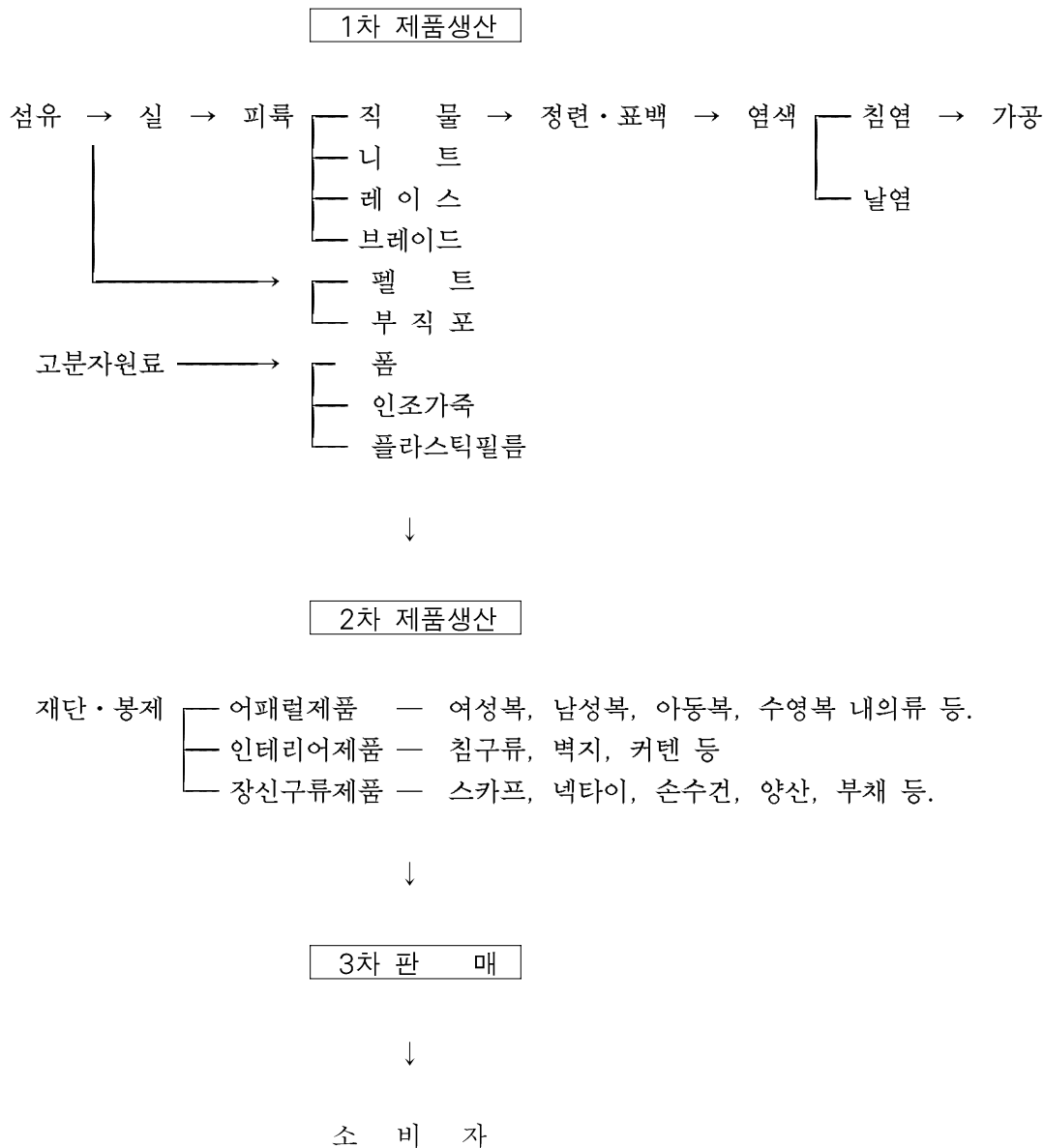
무분별한 브랜드의 수입을 반성하고, 원화가치가 폭락하고있는 현재의 경제상황에서 우선적으로 해야할일은 수출의 확대이다.

그러므로 본 연구에서는 섬유산업이 경쟁력을 갖기 위한 방안으로서 한국의 섬유산업 및 텍스타일 디자인의 현황과 전망, 과제를 고찰하고 텍스타일 디자인 교육방향을 제시하고자 하였다.

## 2. 텍스타일디자인의 개념

텍스타일(Textile)이란 직물을 만드는 섬유, 실, 제직 또는 편성제품과 펠트, 그물, 레이스, 수예품 등을 포함하는 각종 섬유제품<sup>1)</sup>을 말하며, 텍스타일 제품 생산과정<sup>2-3)</sup>은 다음과 같다.

표 1. 텍스타일 제품 생산과정



따라서 이와같이 텍스타일제품을 생산하는 과정에서 봉제품의 소재가 되는 피륙의 조직과 표면에 Pattern과 Color를 이용하여 보다 심미적·창조적으로 설계하고 도안함으로써 상품의 품질과 부가가치를 높이기 위한 작업이 텍스타일 디자인이다.

이와같이 텍스타일 제품의 생산과정이 많은 공정으로 이루어져 있는 만큼 그 종류도 매우 다양하며, 제조기술에 따라 사염(糸染)디자인, 직조디자인, 니트디자인, 자수디자인, 날염디자인 등으로 세분할 수 있다.<sup>4-6)</sup>

텍스타일 산업은 산업혁명기를 시점으로 현대산업으로써 본격 발전하기 시작하였다.

특히 18C~19C에 걸쳐 직조기, 방직기, 날염기, 화학염료 및 화학섬유등이 발명되고 실용화됨에 따라 산업상의 혁명화가 급격하게 일어나게 되어 수공업은 점차로 쇠퇴했으며, 기계화로 인한 대량생산이 가능하게 되었다.

그리고 수요가 증가함에 따라 치열해지는 판매경쟁하에서 제품의 가치를 인정받기 위하여 색채 및 문양 등 미적인 가치가 사업상 중요한 요점으로 대두되었고 따라서 텍스타일 디자인의 역할이 필요하게 되었다.

이 시기의 대표적인 텍스타일 디자이너로 윌리엄모리스를 들 수 있다.

1870년경 윌리엄모리스는 미술공예운동을 계기로 직물의 표면에 미를 부여하는 텍스타일 디자인에 많은 영향을 미쳤다.

그러나 윌리엄모리스의 미술공예운동을 기계생산이라는 시대의 변화에 대응하지 못하였는데, 이를 보완하여 독일의 바우하우스는 종래의 기능위주의 교육에서 탈피하여 사회의 새로운 변화에 유기적인 대응을 할 수 있는 전인 교육으로써 20C초 유럽 디자인 교육의 거점이 되었다.<sup>7)</sup>

### 3. 한국섬유산업 및 텍스타일 디자인의 현황, 문제점

최근 국내경제가 매우 어려운 상황임에도 불구하고 섬유수출은 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타나 섬유산업의 저력을 입증시키고 있다. 한국섬유산업 연합회가 발표한 '97년 1월~10월 섬유류 수출·입동향'에 의하면 수출액은 지난해보다 4.4% 늘어난 1백 85억달러를, 수입은 3.8%감소한 43억 달러에 달한 것으로 나타났다.

수출품목별로는 섬유원료, 실, 직물류가 각각 14.1%, 27.2%, 4.6% 증가세를 보였으나 제품류는 3.5% 감소했다.

국가별로는 직물류의 주요 수출대상국인 홍콩과 금융계부도 등의 여파로 내수가 위축돼있는 일본으로의 수출이 감소한 반면 경기회복세를 보이고 있는 미국으로의 수출이 증가해 전체적으로 4.4%의 증가세를 기록했다.

반면 수입은 최근 환율파동과 금융불안 내수경기 침체 등의 여파로 큰폭의 감소세가 지속되고 있다.

화섬원료, 사류, 직물류, 의류를 포함한 제품류가 각각 16.0%, 2.6%, 5.9%, 1.6% 감소해 전체적으로 3.8% 줄었다.<sup>8)</sup>

한편 이제까지 우리나라 섬유 전반에 걸쳐서 수입의존도가 높았던 점을 자각하고 반성 해야 한다.

우선 기초 원자재인 원면, 원모, 후레이크, 염료, 기타 조제 등의 섬유원료 수입으로 인한 환율상승에 따른 환차손이 발생하여 면방업체와 소모방업체 및 각종 섬유사, 직물업체가 어려

움을 겪고 있으며 IMF쇼크로 경남모직, 동양어패럴 등을 비롯한 유수업체들이 도산하고 있는 실정이다.<sup>8-10)</sup>

현재는 환율상승으로 인해 주춤해지긴 했지만 그동안의 소비행태를 살펴보면, 외국 유명 브랜드제품을 누구나 수입할 수 있도록 허용하는 병행수입제 도입이후 가짜 외제상품과 함께 유명상품의 재고품수입이 급증하였고, 심지어 최근 국내 청소년 사이에서 미국산 청바지 등 중고 의류가 유행하고 있어서 넘마가 중고의류를 둔갑돼 고가에 유통되는 사례가 발생하였다.<sup>11)</sup>

특히 해외시장에서는 국내 수입업자간 과당경쟁으로 재고품가격이 뛰는 기현상이 생기고 미국이나 유럽상인들 사이에서는 한국시장이 재고처리의 최적지로 통하고, 최근에는 수입 브랜드 전문 아웃렛몰 조성 움직임이 활발하였다.<sup>12)</sup>

소비자들이 이와같이 수입제품을 선호하는 한편, 디자이너들은 수입원단을 사용하였다. 예를 들어 남성복부문의 수입소재 활용이 매년 확대되고 있는 가운데 '97년 추동출하 동향을 살펴보면, 정장의 경우 10~30%, 캐리커의 경우 50~97%까지의 절대비중을 차지하는 것으로 나타나 국내소재산업의 경쟁력 상실이 심화되었음을 알 수 있었다.<sup>13-14)</sup>

어패럴 패션 업체가 일반적으로 소재를 선택하는 조건은 대체로 3가지로 나눌 수 있다. 첫째는 원사의 종류, 원단조직의 짜임새와 두께, 드레이프성, 표면효과와 촉감, 무늬와 염색방법, 광택감과 투명감 및 가공방법에의한 촉감 및 시각효과.

둘째는 착용상의 쾌적성과 안정성, 취급과 관리의 용이성, 보관의 용이성, 재질의 내구성 등의 실용성.

셋째, 재단 및 봉제 가공시의 작업능률의 적합성, 입체재단의 견고성, 원가의 타당성, 브랜드 이미지와의 적합성, 고객 특성에의 적응성, 디자인 컨셉트와의 일치감, 심미성 등을 들 수 있다.

패션산업의 발전을 위해서 어패럴을 비롯한 제조 업체가 구상하는 제품의 이미지를 충분히 살려줄 수 있는 섬유소재의 공급이 필수적으로 요청된다.<sup>15)</sup>

어패럴업체가 국산 원단을 기피하는 가장 큰 이유로, 독특한 소재가 드물다는 점을 들 수 있다. 희소성을 강조하는 패션특성상 소재 차별화가 뚜렷해야 하고 특히 다품종 소롯트를 지향하는 부문의 강점을 유지하기 위해 소량 개발과 제작이 용이하지 않은 국내 소재업체는 자체원단 기획 능력이 부족하다고 할 수 있다.

이상과 같은 우리나라 섬유산업의 문제점을 총체적으로 정리해보면,

- 1) 업체규모의 영세성
- 2) 인력수급의 불균형 및 기능취약
- 3) 소재빈곤
- 4) 부자재업체의 영세성
- 5) 컬러정보 수집 보급 기능의 미약
- 6) 정보수집 보급활동 부족
- 7) 자체상품 기획력 부족
- 8) 디자이너 제품의 수출상품화 부족
- 9) 패션제품의 내수 위주 발전으로 수출감각 결여
- 10) 국내 유통시장의 왜곡을 들 수 있다.

이중에서 섬유디자인의 교육방향과 관련지어, 섬유산업가운데 텍스타일 디자인 분야가 취약한 요인을 살펴보면, 국가 섬유산업정책 중에서 이 분야에 대한 육성책의 부재와 안목부족, 섬유공학과, 의상디자인 관련학과에 비해 전문교육기관부족, 기업의 디자이너에 대한 인식부족과

효과적인 운용의 결핍 등을 들 수 있다.

특히 인력양성기관의 교육이 패션디자이너 교육에 편중되어 텍스타일 디자이너, MD(머천다이어저), 컬러리스트, 코디네이터 등 특수 전문인력은 부족현상을 빚고있는 실정이다.<sup>16)</sup>

또한 텍스타일 교육에 있어서 산업생산을 위한 소재개발에 관한 내용이 미흡하고 대부분 작품위주의 섬유예술이거나 프린트 디자인 방향으로 치중되는 경향이 있다.<sup>6)</sup>

그 결과 인력사용에 있어서 산업적 디자이너로서의 의식과 자질이 결여될 수 있으며 단편적인 기술 습득으로, 디자이너가 갖추어야 할 기획, 제작, 생산, 판매 등에 관한 전반적 능력을 겸비한 디자이너 육성이 부족하였던 점을 지적할 수 있다.

또한 소재빈곤 요인으로서, OEM방식에 의한 대량수출체제로 수요의 한계성에서 오는 국내소재메이커의 신소재개발의 소홀, 패션업계의 소재전문가 부재로 신소재에 대한 인지도 미약, 패션업계와 소재메이커의 협력체제 미흡, 컨버터 기능의 활성화 미비 등을 들 수 있다.

#### 4. 전망 및 과제

최근 삼성경제연구소가 발표한 'IMF 지원금융과 기업의 대응'보고서에 의하면 국제통화기금 지원금융체제에서는 기업의 해외투자 및 현지 생산계획이 대폭 수정되는 등 신속한 구조조정이 필요할 것으로 전망 됐다.<sup>17)</sup>

이와같은 총체적 경제 위기를 새로운 전환점으로 삼아 사양산업으로 일컬어지는 섬유산업을 고부가가치적 섬유산업으로 구조조정하여 2000년대 선진국형 생활문화 사업으로 육성하여야 한다.

세계 섬유수요는 개도국의 인구증가와 소득수준 향상등으로 인하여 계속 증가가 예상되어 2002년 까지는 연평균 2.9%의 증가를 전망하고 있다. 지역별로는 선진국은 다소 둔화가 예상되지만, 중국 등 아시아 지역의 증가세가 높을 것으로 예상된다. 따라서 향후 2000년대에는 우리나라를 포함한 동북아가 세계 섬유생산의 60%, 수요의 40%를 점유하게 되어 세계 섬유산업의 중요한 역할을 담당하게 될것으로 예상된다.

주요 섬유선진국들의 섬유산업 육성을 위한 움직임을 살펴보면, 미국은 섬유산업을 육성하고자 정부중심의 산학연협력 연구에 의한 섬유기술개발(AMTEX)을 추진하고 민간기업에서도 경영효율화를 위해 QR(Quick Response)사업을 적극 전개하여 섬유산업의 재건을 꾀하고 있다.

일본의 경우도 섬유산업의 구조고도화를 위해 섬유산업구조개선 임시 조치법을 1999년까지 연장하여 섬유산업의 경쟁력제고를 위한 정책을 추진하고 있으며 주요산지에 섬유리소스센터의 건립, QR사업의 전개 등을 통해 섬유산업의 진흥을 도모하고 있다.

독일의 경우는 세계적인 화학공업 및 기계공업을 바탕으로 한 섬유소재 및 기계산업의 발달로 특수섬유 및 하이테크 섬유개발로써 섬유산업의 국제경쟁력을 강화하고 있다.

이탈리아의 경우, 1970년 전후의 이탈리아 패션산업의 위기상황은 우리와 많은 공통점을 내포하고 있다.

이탈리아는 20세기초까지 영국, 프랑스에 대한 저가품하청 생산기지 및 소재공급 기지로서의 역할을 하면서 기술을 축적하였다.

1970년대 이후 저임금국가와 경쟁에 대응하여 원가절감중심의 대량생산전략을 포기하고 우수한 기술, 디자인, 색채감각을 활용하여 고품질 고부가가치 제품의 생산전략을 채택하는 등 과감한 구조조정을 통해 경쟁력을 강화한 한편, 대기업들의 M&A 추진, 중견기업의 외국기업과의 제휴로 자체의 독특한 상품기획력과 마케팅을 가지고 세계 제 1의 섬유대국으로 성장하

고 있다.

이상과 같은 섬유 선진국 들을 타산지석으로 삼아 수출 경쟁력을 갖기위해 우리나라 섬유산업이 나아갈 방향은 다음과 같다.

첫째, 섬유산업의 수출고도화를 위한 전략의 기본방향은 선진국형 지식, 정보 집약형산업으로 구조를 개선하고 특수 섬유 등 신제품 및 신기술 개발과 전략품목인 신섬유·염색가공·디자인을 집중개발 육성하여 전략적인 해외마케팅으로 중고급품 시장을 개척해나가는 것이다.

둘째, 글로벌경영체제의 구축과 정보화.

셋째, 상품의 차별화 전략의 추진.

넷째, 해외마케팅력의 강화.<sup>18-19)</sup>

이를 위해 텍스타일디자인 교육방향과 관련지어 세부방안을 제시하면 다음과 같다.

## 1) 패션산업으로의 전환

최근까지 고수되었던 저임금을 바탕으로한 중·저가품 생산 OEM 수출방식등 후진적이고 생산자 위주의 국내 섬유산업은 고부가가치를 갖는 패션산업으로 전환되어야 한다.

패션산업이란 유행에 따르는 상품과 관련되는 산업으로서, 섬유소재 관련산업을 비롯하여 제조, 판매, 부자재, 봉제관련 기기 및 염료업, 컨버터 등 패션관련 산업과 패션지식산업, 연출업까지 포함하는 용어이다.

패션산업의 특성으로서는

첫째, 소자본으로 기업화가 가능한 특성을 지니면서 제품의 기획, 패션디자인의 질에따라 상품가치를 창출할 수 있는 지식집약형 산업이며,

둘째, 유행·패션디자인·소재선택·미적감각 표현방법 여하에 따라 부가가치를 높일 수 있으며, 브랜드 이미지나 스타일 등에 의한 고부가가치화도 가능한 산업이다.

셋째, 소비자 구매성향, 계절, 사회환경 등의 변화나 세계적 트렌드의 흐름에 따라 민감하게 변화하는 단 사이클 산업이다.

넷째, 소득이 높아질수록 옷의 개념이 단순한 의복의 개념에서 자기표현 수단인 생활문화 개념으로 변화하는 것을 활용할 수 있는 생활문화 산업이다.

또한 마지막으로 패션산업은 섬유산업의 최종단계 산업이므로 상위단계 산업발전과 밀접한 연관성을 가지므로 패션산업의 발전은 실·직물·염색·소재·부자재산업 발전의 원천이 된다.<sup>16)</sup>

## 2) 상품기획(Merchandising)

텍스타일 디자인과 의상디자인은 섬유산업의 패션성이 강조되는 상품의 생산과 판매에 관련된 패션산업의 양축이다.

그 중에서도 부가가치를 높여줄 수 있는 텍스타일 디자인의 중요성이 새롭게 인식되고 있다.<sup>2)</sup>

텍스타일디자인은 모든 예술과 마찬가지로 디자이너의 창의성과 더불어 예술성이 중시되지만 순수예술과의 구별은 그 목적이 생산과 유통, 판매에 있다는 점에서 차별성을 갖는다. 그러므로 텍스타일 디자이너는 조형적, 미적 감각 뿐만 아니라, 섬유소재에 대한 기본지식을 갖추고 패션 정보수집, 패션소재 기획 활동에 적합하도록 교육되어야 하며, 상품기획의 중요성을

새롭게 인식해야 한다.

최근들어 상품기획과 마케팅의 중요성이 대두되고 상품 판매의 성공이 소비자의 관심을 제고시키는 마케팅력에 달려있다는 사실이 인식되고 있다.

패션의 속성은 변화이며 매우 유기적이므로 항상 움직이는 소비자를 대상으로 끊임없이 움직이고 발전해 나가야 한다.

섬유업체의 불황과 난립 중에서도 '97년도에 호황을 누렸던 업체들은 예외없이 남다른 마케팅 전략으로 한발 앞서 갔던 것을 알 수 있다.

예를 들어, 벡타이, 셔츠류 전문업체인 클리포드는 자체브랜드를 개발하고 뛰어난 디자인력과 제품의 고급화를 추진, 세계 유명 벡타이 전문업체로 급부상하고 있다.

클리포드의 성장배경은 창의적인 디자인과 기술력을 바탕으로 제품의 고부가 가치화를 지향하고 다품종소량생산에 의한 마케팅전략을 구사했기 때문인데, 특히 철저한 시장조사, 분석에 의한 기획과 생산시간의 단축, 협력업체들의 장점을 적극활용해 벡타이 시장을 확대한 결과였다.<sup>9)</sup>

그외에도 1997년도의 경기침체와 매출부진, 연쇄적 부도의 패션환경속에서도 대표적 성공사례기업으로서 대현, 대하, 한섬 등을 들 수 있다.<sup>20-21)</sup>

텍스타일 디자인을 비롯한 패션 머천다이징 시스템과 상품기획 프로세스 및 패션머천다이징에 필요한 정보를 표에 제시하였다.<sup>22)</sup>

패션업체에서는 시즌마다 새로운 패션상품을 소비자에게 제공하기 위하여 머천다이징 프로세스를 체계화 하고 있는데 패션마켓에 대응할 수 있는 상품기획을 하기 위해서는 보다 구체적이고 체계적인 업무 수행을 필요로 한다.

표2는 전문화된 머천다이징 프로세스를 제시한 것이다.

또한 표3은 우리나라 어패럴 메이커의 상품 기획 과정의 사례인데, 이것은 수주회(受注會)를 통하여 주문을 받아서 생산을 하는 경우이므로 수주제도를 채택하지 않는 경우와는 다소 차이가 있다.

표2. 패션 머천마이징 시스템

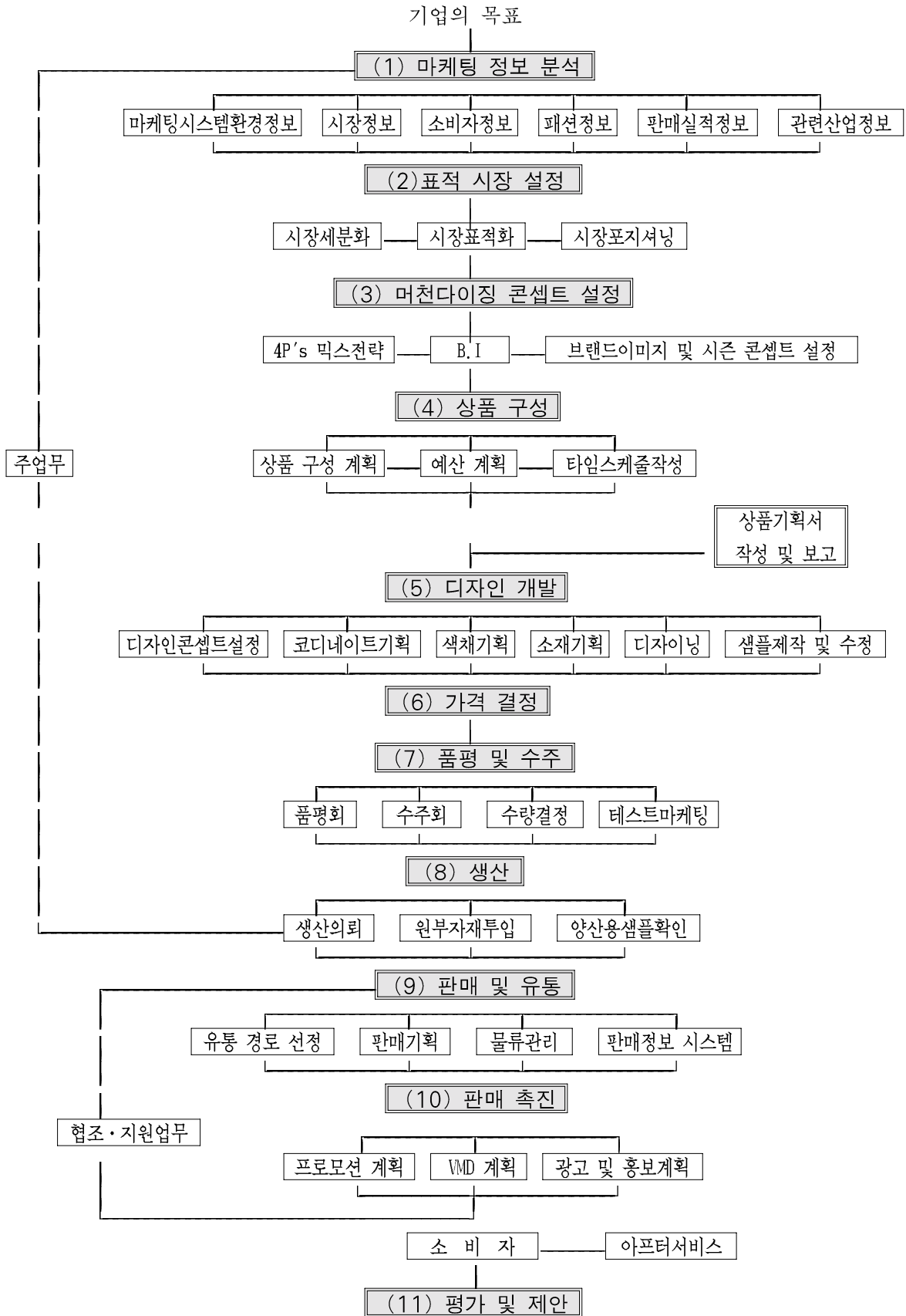
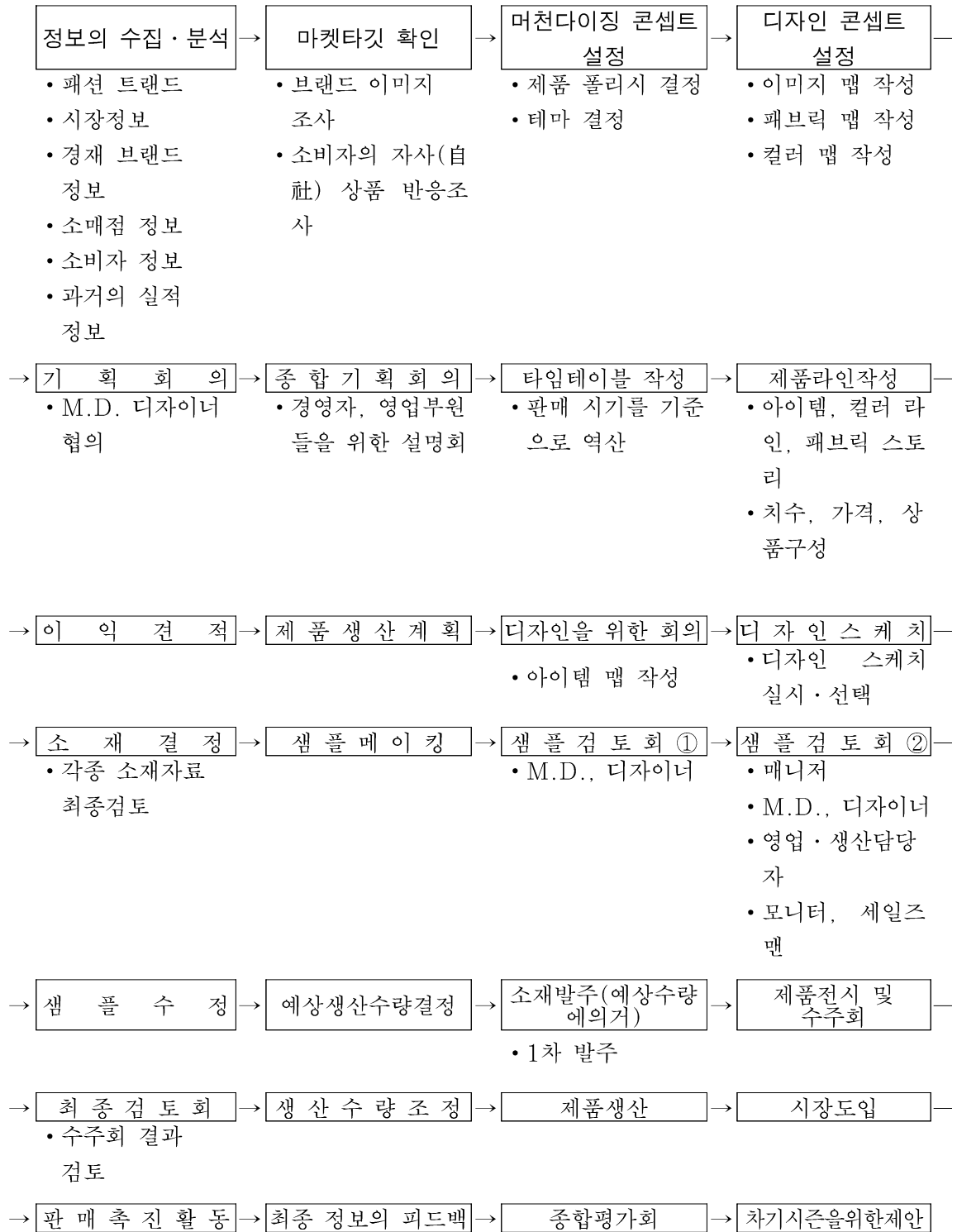




표3. 상품 기획 프로세스(사례)



패션머천다이징 프로세스에 있어서, 패션산업이 발달할수록 정보의 가치가 더욱 중요시되고 있다.

정보는 미래의 정책을 입안하고 전략을 수립하기 위한 예측자료이다.

패션산업에서 패션정보를 근거로 한 패션 예측이란 다음 시즌을 위한 현재상태에서의 의사 결정이며, 패션예측의 정확성은 패션산업의 가능성을 높여주고 추진력을 강화시키는 역할을 한다.

패션 머천다이징에 필요한 정보는 표4와 같이 기업환경정보, 패션정보, 시장정보, 소비자정보, 판매 실적정보, 국내·외 학술정보, 관련산업부문정보 등으로 분류할 수 있다.

그 중에서 패션정보란, 국내 패션정보와 해외 패션정보로 대별되며 색상, 소재, 실루엣, 디테일 등에 관한 정보로 다음 시즌의 패션경향을 예측하기 위해 필요하다.

패션정보의 연구기관이나 전시회는 패션정보를 종합적으로 연구하는 기관외에 원료, 소재 전시회, 제품전시회, 패션쇼 등이 있다.

패션산업의 특성상 패션 컬러정보는 국제유행색협회의 국제유행색 결정이 24개월전에 이루어지는 것을 비롯하여, 패션종합정보는 대개 18개월전에 발표된다. 소재 전시회는 18개월~12개월전에 이루어지며, 각종전시회나 컬렉션은 6개월~해당 시즌에 개최된다.

표 5는 패션정보의 시계열(時系列)추이를 설명한 것이다.

표5. 패션정보의 시계열 추이

정보 발표 시기	패션컬러정보	패션종합정보 (컬러, 소재, 스타일)	원료·소재 전시회	컬렉션 (제품전시회)	매스컴
24 개 월 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>세계유행색협회 유행색의 결정</li> <li>· 발표: 영국, 스위스, 독일, 핀란드, 이탈리아, 스페인, 일본, 프랑스, 오스트리아, 중국, 불가리아, 네덜란드, 체코 슬로바키아, 필리핀, 폴란드, 루마니아, 한국</li> </ul>	유행색 제안	유행색에 텍스츄어, 배색을 더하여, 패션으로서의 가치가 창출	제품에서의 컬러 코디네이션이나, 컬러의 출현율에 의하여 유행색이 결정	업계지와 일반지에 취급되는 시기, 내용이 다름
18 개 월 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 각국유행색발표</li> <li>· J.A.F.C.A. (일본유행색협회)</li> <li>· I.C.A. (영국유행색협회)</li> <li>· C.A.U.S. (미국유행색협회)</li> <li>· K.O.F.C.A. (한국유행색협회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· I.W.S(국제양모사무국)</li> <li>· I.I.C.(국제면업진흥회)</li> <li>· I.M.(美)</li> <li>· 발비에(佛)</li> <li>· 마피아(佛)</li> <li>· 프로모스틸(佛)</li> <li>· 나이젤프랜치</li> <li>· 히아 앤드 비아</li> <li>· 트린토컬러(獨)</li> <li>· 노비탈컬러(伊)</li> <li>· C-M 컬러(佛)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 삐띠 벨라띠</li> <li>· 엑스포 필</li> <li>· 리용실크컬러(佛)</li> </ul>		인터내셔널 텍스타일 업계지, 업계 신문
12 개 월 전		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 도레이(日)</li> <li>· 데이진(日)</li> <li>· 아사히 가세이(日)</li> <li>· 가네보(日)</li> <li>· K.F.X. (한국:대우)</li> <li>· S.K.I. (한국:선경)</li> <li>· 삼성패션연구소 (한국:삼성)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인터스톤(獨)</li> <li>· 뿌리미에르비종(佛)</li> <li>· 이데아꼬모(伊)</li> <li>· 이데아비에라(伊)</li> <li>· 뿌라도(伊)</li> <li>· 패션 패브릭</li> <li>· 이데아 교토(日)</li> </ul>		
6 개 월 전		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국제양모사무국 한국지부의 패션 경향설명회</li> <li>· 대한방직협회의 패션경향설명회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 도쿄스토프(日)</li> <li>· 서울스토프(한국)</li> <li>· 텍스비전 서울(한국)</li> <li>· IDEA 서울(한국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 디자이너 컬렉션(파리, 밀라노, 뉴욕)</li> <li>· 사롱 드 뿌레따 뿌르떼</li> <li>· 모다인</li> <li>· 모데뜨</li> <li>· 비리카 돈나</li> <li>· 동경 패션위크</li> <li>· 하라주꾸 컬렉션</li> <li>· 동경컬렉션</li> <li>· 서울컬렉션(S.F.A.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 보그</li> <li>· 앙앙</li> <li>· 논노</li> <li>· 하이패션</li> <li>· 모드에모드</li> <li>· WWD</li> <li>· 엘르</li> <li>· 마리끌레르</li> <li>· 패션투데이</li> </ul>

### 3) 소재개발

최근들어 섬유산업이 소재 산업이라고 할만큼 소재의 경쟁시대가 되었으며 신소재개발에 대한 관심이 증가되고 있다. 특히 어패럴제조업체에서는 스타일 및 실루엣의 한계를 극복하기 위한 다양한 소재개발에 박차를 가하고 있다. 원사 제조업체에서의 첨단 신소재 개발을 위한 투자와 텍스타일 디자인의 중요성이 크게 부각된것도 이와 같은 이유에서 비롯되었다고 할 수 있으며<sup>2)</sup> 섬유자체의 신소재, 신가공법개발, 디자인 개발의 중요성이 재인식되고 산업체에서는 활발히 진행되고 있다.

또한 텍스타일 디자인 상품기획에 있어서도 소재기획이 매우 중요한 위치를 차지함에 따라 텍스타일 디자이너는 소재에 대한 바른 지식과 안목을 갖추어야 한다.

20C의 샤넬, 크리스찬디올, 발렌시아가, 지방시, 파코라반느 등과 같은 세계적인 디자이너는 소재를 중시하여 획기적이고 새로운 소재를 적극활용하여 앞서가는 디자인을 전개했던 것을 알 수 있다.

예를 들어 가브리엘 샤넬은 새로운 의복의 형태를 소재에 요구한 최초의 디자이너라고 일컬어지고 있는데 그는 시대에 적응한 활동력이 있는 기능적인 스타일을 만들기 위해 유연성이 있는 저지를 사용하였다.<sup>23)</sup>

또한 현대의 조지 알마니, 다나카란, 프라다, 베르사체, 구찌 등의 세계적 유명 디자이너들도 첨단소재를 새롭게 해석하고 사용하고 있는 대표적 사례이다.

특히 프라다는 1978년 그당시로서는 획기적인 소재였던 다기능적 나일론을 백에 시도하였는데, 재킷, 백, 구두에 이르기까지 토틀로 전개하면서 성공해 주목을 받았다.<sup>20)</sup>

섬유소재의 패션경향은 프랑스의 뿌리미에르비죤, 이탈리아의 모다인, 독일의 인터스토프, 일본의 프리텍스 등 매년 정기적으로 개최되고 있는 국제적 규모의 신소재 전시회 활동을 통하여 조직적인 유행을 전파하게 되는데, 최근들어 국내에서도 IDEA Seoul, Seoul Stoff, Texvision Seoul 등의 섬유소재전시회가 활성화되고 있으며, 이들 소재전시회는 신규개발소재를 제시하여 실질적인 수주활동으로 연결된다.<sup>15)</sup>

예를들어 국내 '97-98추동을 겨냥한 여성복 소재업체의 수주상담결과 복합섬유, 스트레치원단, 폴리에스테르 가공원단 등이 많은 발주를 받은 것으로 나타났다.<sup>12)</sup> 최근에 100% 섬유가 아닌 울/레이온, 울/나일론+아세테이트, 울/폴리에스테르, 면/스판텍스 등 복합섬유가 주종을 이루고 특히 기능성을 고려한 스트레치원단이 많이 애용되고, 또한 신가공법의 개발로 천연섬유의 단점인 구김, 관리 등을 보완해주고 끈적임이 없는 합성섬유가 많이 사용되고 있다.

최근 환경 및 패션트렌드에 따라 점차 대중소재로 부각되고 있는 신소재로서는 반사소재, 마이크로 화이버, 리오셀 및 텐셀, 등을 들 수 있다.

이와같은 신소재개발에 있어서 염색가공분야는 섬유제품의 기능, 색상, 디자인 등의 심미적인 효과를 극대화시켜 상품의 고부가가치화를 부여하는 중요핵심공정이라 할 수 있다.<sup>24)</sup>

가공이란 기계적·화학적처리에 의해 섬유제품의 시각적 또는 촉각적 느낌을 변화시키고 형태안정성을 섬유제품에 부여하거나 새로운 성능을 부여함으로써 제품의 가치를 높이는 공정이다.<sup>1)</sup>

가공의 목적은 섬유제품의 효용증대를 기본으로 다음과 같이 구분할 수 있다.<sup>25)</sup>

첫째, 촉감 및 외관개선 - 착용성능, 촉감, 광택 등의 개량.

둘째, 실용적 성질 개선 - 방화성, 방수성 등의 증진을 통한 용도의 확장.

셋째, 편리도 증진 - 관리의 편의성을 위한 성질 개선, 방추가공, 방오가공 등.

넷째, 경제성 향상 - 내구성 증대를 위한 방충가공 등  
다섯째, 편리도 증진 - 소비자의 새로운 요구에 부응할 수 있는 가공 공정의 개발, 투습방수 가공 등.

그 중 광택, 드레이프, 재질, 촉감 등을 변화시키는 것을 심미성가공이라 할 수 있으며, 이를 통하여 다양하고 독특한 패셔너블한 신소재개발이 가능하다.

심미성가공의 대표적인 예로서 번 아웃가공(오팔가공), 오건디가공, 리플가공, 기모가공, 드레이프가공 등을 들 수 있다.<sup>26)</sup>

예를들어 '96·'97년도를 비롯해 '98년도에 예상되는 유행소재중 번아웃가공제품이 크게 대두되었는데,<sup>14,27)</sup> 번아웃(Burn-out) 또는 오팔(Opal)가공이란 내약품성의 차를 이용하여 혼방 및 교직물의 한쪽섬유를 제거함으로써 투명한 무늬를 내는 가공을 말하며 염색방법, 소재에 따라 다양한 디자인의 신소재개발이 가능한 가공방법이다.<sup>1)</sup>

지금까지는 이와같은 심미성가공에 적합한 디자인개발이 미흡하였고, 이에따라 가공의 효과를 충분히 발휘할 수 없었다.

따라서 평범하고 단순한 원단의 표면을 다양한 효과로 변화시킬 수 있고 가공의 특성을 살릴수 있는 디자인의 개발을 위해서는 텍스타일디자이너의 감각이 외관에 영향을 주는 가공에 대한 새로운 인식과 교육이 이루어져야 하겠다.

## 5. 결 론

이제 우리나라 섬유산업도 기술집약적인 섬유기술의 혁신과 다품종소량체제, 자동화 제품의 차별화, 고부가가치의 신소재 개발 즉, 상품의 질적 향상 및 고급화에 대한 관심이 고조되고 있다. 그동안 취향했었던 텍스타일 디자인 분야도 정부시책으로 텍스타일 디자인 경진대회, 예술작품의 상품화 개발, 정보지 발간, 연구·개발 세미나 개최 등을 통해 활성화되고 있다. 디자인교육에 있어서도 디자인과 소재개발과 마케팅이 동시에 이루어질 수 있는 종합적인 교육을 시행하며 산업화, 국제화에 걸맞는 창조, 기술, 마케팅 의식을 갖춘 패션전문인을 배출 할 수 있는 교육이 지향되어야 할 것이다.

## 참고 문헌

- (1) 한국섬유공학회·한국섬유산업연합회, 1989, 섬유사전,p803,p566,p384
- (2) 권오정, 1995, 텍스타일 디자인의 이론과 실제, 미진사.pp9~14
- (3) 김성련, 1993, 피복재료학, 교문사.pp239~241,pp343~364
- (4) 이선화, 1993, 텍스타일디자인, 미진사.p7
- (5) 금기숙·이선화, 1993, 현대패션에 나타난 텍스타일디자인연구, 한국복식학회지, 제21호.
- (6) 심춘섭, 1993, 한국텍스타일 디자인의 주변환경에 관한연구, 명지대학교 정보산업대학원 석사학위논문.pp4~5,p16,p36
- (7) 한국섬유산업연합회, 1996, 21세기 패션교육방향에 관한 국제 심포지움.p38
- (8) TIN 뉴스, 1997년 12월 3일.
- (9) 어패럴뉴스, 1997년 12월 15일.
- (10) 매일경제, 1997년 12월 10일.

- (11) TIN 뉴스, 1997년 12월 10일.
- (12) 섬유저널, 1997년 6월.pp282~285
- (13) 섬유저널, 1996년 12월.
- (14) 한국섬유신문, 1997년 7월 7일.
- (15) 한국패션섬유소재협회, 1996, 한국패션섬유소재 산업의 중요성.pp7~22
- (16) 한국섬유산업연합회, 1994, 패션산업기반 강화 방안.p81~86
- (17) 중앙일보, 1997년 12월 11일.
- (18) KTDI News, 1997년 10월 8일, 선진국의 섬유산업 수출고도화전략과 우리의 대책.
- (19) KTDI News, 1997년 10월 22일, 섬유산업의 기술집약화 방안.
- (20) 섬유저널, 1997년 11월.pp148~153,pp286~288
- (21) 섬유저널, 1997년 12월.p86
- (22) 이호정, 1995, 의류상품학개론, 교학연구사.pp94~104
- (23) 라사라, 1993, 어패럴소재기획.pp15~17
- (24) 김승진·김삼수, 1997, 한국섬유산업의 구조개선방향, 한국염색가공학회지, 제9권, 제4호.
- (25) 김성련·조성교, 1991, 피복재료학, 한국방송통신대학.p214
- (26) 신정숙, 1993, 피복재료학, 경춘사.pp424~436
- (27) 섬유저널, 1997년 7월.pp261~262