

# 전통 복식의 현대적 활용 연구 (결과보고서)

1999. 10. 31.

주관기관 경원대학교 차세대디자인정보센터/디자인종합연구소  
위탁기관 서울대학교 생활과학대학 부설 생활과학연구소

산 업 자 원 부

이 보고서는 산업자원부에서 시행한 산업디자인기반기술 개발사업의 디자인 연구개발 보고서입니다.

동사업 관리규정 10항(개발사업결과의 활용)에 따라 전담기관이 결과 보고서를 관련 연구기관, 산업계, 학계 등으로의 배포에 동의합니다

1. 이 보고서는 산업자원부에서 시행한 산업디자인 기반 기술 개발 사업의 연구 개발 보고서이다.
2. 이 연구개발내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 산업자원부에서 시행한 산업디자인기반기술개발사업의 연구 개발결과임을 밝혀야 한다.

# 제 출 문

산업자원부장관 귀하

본 보고서를 “산업디자인기반기술 개발사업에 관한 연구개발” (사업기간: 1998. 9. 1. ~1999. 8. 31.) 과제의 결과보고서로 제출합니다.

1999. 10. 31.

주관기관명: 경원대학교 차세대디자인정보센터/  
디자인종합연구소

총괄 책임자 : 경원대학교 부교수 조효숙

연구원(책임급): 경원대학교 교수 김선경

연구원(선임급): 서울대학교 교수 강태진

서울대학교 부교수 남윤자

F.I.K. 부교수 김혜자

연구원(원급): F.I.K. 부교수 이형숙

고려대학교 강사 정인희

서울여자대학교 박사과정 윤지원

서울대학교 박사과정 박종규

서울대학교 박사과정 이정임

기술 기능직: 수원대학교 강사 박혜숙

기전여자대학 강사 안세라

서울대학교 석사과정 김성민

서울대학교 석사과정 김민효

경원대학교 석사과정 김윤희

경원대학교 석사과정 안지원

## 요 약 서 ( 초 록 )

사 업 명	전통 복식의 현대적 활용		
주 관 기 관	경원대학교 차세대디자인정보센터 /디자인종합연구소	총괄책임자	조 효 숙
총 사업기간	1998. 9. 1. ~ 1999. 8. 31.		
총 개발사업비 (천원)	정부출연금: 64,000    민간부담금: 36,085    계: 100,085		
참 여 기 관			
주 제 어	전통복식, 디자인, 현대적 활용, 생활한복, DB구축, 한국적 이미지		
<p>1. <u>최종 개발목표</u>: 전통복식을 현대화시키고, 한국의 복식미를 세계화하며, 패션 산업의 디자인 전개과정에 도움이 되도록, 전통복식 자료 및 현대적 디자인 활용 자료의 DB를 구축하고, 체계화된 디자인 전개과정을 제시한다.</p> <p>2. <u>연구개발의 목적 및 중요성</u>: 한국복식사 연구에서 이루어 놓은 학술자료들을 기초로, 우리 전통복식이 내포하고 있는 미적가치가 현대생활에 폭넓게 수용될 수 있도록 디자인 요소를 정리하여 DB를 구축하고, 현재 생활한복 업체와 소비자의 현황을 파악하며, 이를 토대로 한국적 정체성을 가진 제품 기획 과정을 디자인 개발, 소재 설계, 패턴 개발을 포함하여 제시함으로써 생활한복의 관련산업체는 물론 전통한복 및 서양복 디자인 분야에서도 활용할 수 있도록 하며, 한국의 복식미를 세계화하는 데 기여할 것이다.</p> <p>3. <u>연구개발의 내용 및 범위</u>: 전통복식의 현대적 활용 실태 조사에서는 문헌조사로 서양복에 적용되고 있는 한국적 이미지를 분석하고, 면접으로 생활한복 제작 업체를 조사하며, 서베이로 생활한복 착용자와 외국인의 생활한복에 대한 태도를 조사한다. 전통복식 자료를 추출하고 현대적 디자인을 개발하여 이를 DB로 구축한다. 한국적 이미지를 활용한 복식 디자인 프로세스를 디자인 개발, 소재 설계, 패턴 개발로 나누어 진행하며, 그 총합으로서의 시제품 개발 과정을 제시한다.</p> <p>4. <u>연구개발 결과</u>: 현재 서양복 디자이너에 의해 제시되고 있는 한국적 이미지의 디자인은 이미지의 원천을 조선시대에 한정하고 있어 다양성이 부족하고, 소재 또한 많이 제한되고 있었다. 또한, 현행 시판되고 있는 생활한복에 대한 소비자 불만도 다양성과 가격 대비 품질 측면에서 나타나고 있었다. 본 연구개발사업에서는 삼국시대부터 조선시대까지의 전시대에 걸친 복식 자료의 DB를 구축하고, 다양한 현대적 디자인들을 제시하였다. 또한, 실제 디자인 전개과정을 가시적으로 보여줌으로써 트렌드 및 소비자 기호를 반영한 제품 생산이 이루어지는 데 활용 되도록 하였다.</p> <p>5. <u>기대효과</u>: 본 연구결과로 구축된 전통복식 및 현대적 디자인 DB와 디자인 전개 과정을 교육에 활용함으로써 디자인 교육의 효과를 최대화시키고, 업계에 보급함으로써 체계적인 상품 개발 과정을 활용할 수 있게 하며, 아름다운 문화유산인 한복을 현대적으로 되살림으로써 한국적 정체성을 가진 디자인의 세계화에 기여한다.</p>			

# 목 차

제1장. 연구개요 .....	1
제1절. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
제2절. 연구 내용 및 범위.....	3
제3절. 연구 방법 .....	6
제4절. 연구에 대한 기술 환경 분석 .....	7
제5절. 연구 진행 일정 .....	9
제2장. 전통복식의 현대적 활용 실태 .....	10
제1절. 서양복에 표현된 전통복식의 요소.....	10
제2절. 생활한복 업체 및 소비자 조사 .....	20
제3장. 전통복식의 현대적 활용을 위한 DB구축 .....	77
제1절. 전통복식에 대한 고찰 .....	77
제2절. 자료 추출 및 DB 구축 과정 .....	86
제3절. 전통복식 및 디자인 활용 자료의 DB .....	91
제4장. 한국적 이미지의 복식 디자인 .....	92
제1절. 디자인 개발.....	
제2절. 소재 설계.....	
제3절. 치수 표준화와 패턴 개발.....	
제5장. 결론 .....	127
참고문헌 .....	129

## 부록

- 생활한복 업체 조사 설문지
- 생활한복에 대한 외국인 조사 설문지
- 생활한복 착용자 조사 설문지

# 제1장 연구 개요

## 제1절 연구의 필요성 및 목적

어느 사회에나 그 사회문화에 있어 고유로부터 내려오는 전통이 존재하기 마련이다. 그러나, 전세계적으로 거센 서구화 과정을 거친 지금, 각 지역 사회마다 전통문화가 보존되고 보전되는 정도에는 차이가 나서, 고유문화가 여전히 삶의 근간을 이루어 전통이 유지되는 지역도 있는 반면, 생활의 많은 부분에서 전통이 사라져 가는 지역도 있다.

우리 나라 역시 전통과 현대가 공존하고 있다. 그러나, 비교적 서구화가 많이 진행되어 전통보다는 현대가 삶의 중심이 되고 있고, 여러 생활 영역 중에서도 특히 의생활은 확실히 서구화된 부분이다.

1954년 국민생활 간소화 운동, 1955년 국민생활 검소화 운동, 1956년 신생활 운동을 장려하여 활동적인 활동적인 개량한복을 소개하였고, 1960년대에 ‘아리랑 드레스’가 선보이는 등 복식에서의 전통을 유지하기 위한 일련의 노력들이 광복과 한국전쟁 이후 끊임없이 시도되었으나, 번번이 대중들에 의해 외면되었다. 그리하여, 서양복은 일상복으로서의 자리를 확실히 굳히는 반면, 한복은 결혼예복 등 특수복으로 한정되어 그 명맥을 유지하여 왔을 뿐, 일상복에서는 점점 사라져갔다.

그러나, 1980년대 이후 세계는 산업화에 기저를 둔 획일화보다는 민속적이고 역사적인 다양성에 바탕을 둔 ‘포스트 모더니즘’의 흐름을 타고 있다. 이에, 우리 사회에서도 전통문화에 대한 관심이 증대되고, 전통을 바라보는 열린 시각들이 제시되며, 복식에도 전통을 도입하려는 노력들이 전개되고 있다.

몇몇 서양복 디자이너들은 전통 복식의 특성을 디자인에 적용하여 서양복에 도입하고 있으며, 그동안 외면되기만 했던 개량한복이 생활한복으로 다시 사람들의 관심을 끌고 있다. 이는 전통문화가 자연스럽게 생활 속에 융합되어가는 고무적인 일이라 할 수 있겠다. 그러나, 서양복에 도입된 한국적 이미지는 세계 시장에서 아직 뚜렷한 정체성을 획득하지 못하고 있으며, 생활한복 또한 수용 대상이 다소 한정적이며, 제품의 품질이나 디자인, 가격과 유통의 측면에서 많은 문제점이 제기되고 있다.

비록, 1996년 정부의 ‘한복입는날’ 선포 후 생활한복 생산 업체가 급증하였으며 매출액도 점차 신장하고 있기는 하나, 대부분의 생활한복 제작업체는 규모가 작은 중소기업으로 연구자본과 인력이 매우 부족하기 때문에 전통복식의 현대적 활용을 위한 새로운 직물소재 연구, 디자인 개발, 현대인의 체형에 적합한 치수

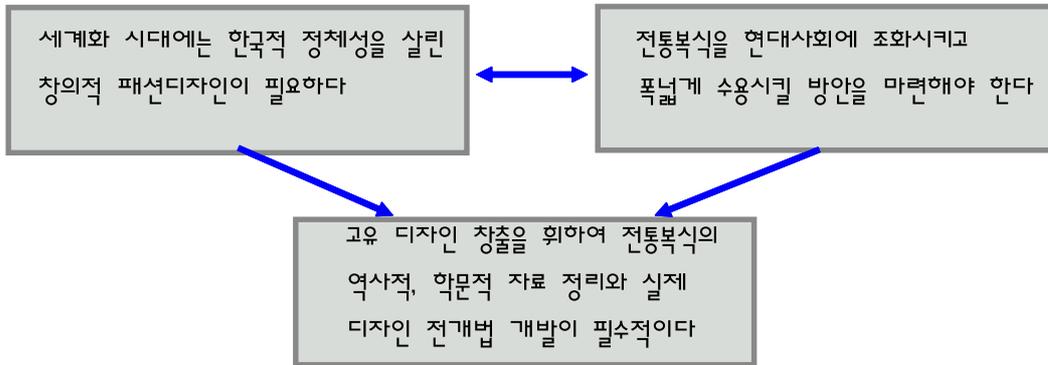
표준화 작업 등이 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 대부분의 브랜드들은 특징 없이 서로 모방하기에 급급하며 디자인의 현대화가 어설피게 도입되어 국적없는 옷이라는 비난과 함께 서양복에 대한 경쟁력도 잃고 있다.

서양패션업계는 논외로 하더라도 가까운 일본에서 전통기모노의 현대적 활용은 이미 성공적으로 이루어졌다고 하겠다. 일본에서는 오사카를 중심으로 전통복식 연구단지가 형성되어 있어 전통색의 재현이나 전통직물의 연구가 활발하다. 정부에서도 기모노 산업을 육성하기 위하여 많은 연구비를 책정하고 관련업체에 부과세 감면등 혜택을 주기도 한다. 이러한 노력으로 기모노를 편리하고도 현대생활에 실용적인 디자인으로 개발하는데 성공하였으며 전 국민이 생활복으로 손쉽게 입고 있다. 뿐만 아니라 호텔 등에 이를 비치하여 외국인들에게도 익숙한 옷으로 인식되어짐으로써 이제는 일본을 대표하는 문화상품으로 정착하여 외국 수출상품으로도 큰 역할을 한다. 이러한 분위기 속에서 겐조(Kenzo), 이세이미야케(Issey Miyake)와 같이 자국의 전통복식을 토대로 패션업계에서 성공하여 세계 속에 일본 민족의 정체감을 확고히 심는 세계적 디자이너가 탄생할 수 있었다.

한국 패션디자인의 문제는 철학의 부재에 따른 창조성의 결여라고 할 수 있다. 우리는 한국인만의 미적 특성을 소유하고 있으면서도 이를 제대로 발휘하지 못해 왔다. 이천년의 유구한 역사를 이어온 우리 전통복식은 우리민족의 의식구조와 기후풍토에 알맞게 변화되고 정착되어온 고유의상으로, 그 실루엣, 색채, 문양, 소재 등에서 우리 조상들의 뛰어난 미적 감각을 엿볼 수 있다. 따라서 전통복식은 무엇보다도 중요한 한민족의 문화유산자료이며 패션디자인에서 한국적 정체성을 표출시킬 수 있는 원천이 된다.

따라서, 전통복식의 디자인을 현대화하여 한국적 정체성을 가진 창의적 고유 디자인을 개발하는 것은 세계화 시대, 자유무역개방의 조류에 필수적인 작업이다. 더욱이 지금처럼 수출 증대가 절실한 국민 과제로 부과되고 있는 시점에서 디자인의 국제적 경쟁력을 회복하는 데에도 전통의 현대화는 절실한 과제이다. 이제, 빛을 보지 못하고 있는 전통의 미를 되살리고, 세계화시키는 작업이 조직적, 체계적으로 진행되어야 할 시점임에 분명하다.

본 연구에서는 이제까지 한국복식사 연구에서 이루어 놓은 학술자료들을 기초로, 우리 전통복식이 내포하고 있는 미적가치가 현대생활에 폭넓게 수용될 수 있도록 디자인 요소를 정리하여 DB를 구축하고, 새로운 직물 소재와 패턴을 개발하며, 한국적 정체성을 가진 디자인 전개이론과 실제적인 전개방법을 제시하여 실제로 생활한복의 관련산업체는 물론 전통한복 및 서양복 디자인 분야에서도 이를 활용할 수 있도록 할 것이다. 그리하여 한국 전통복식을 올바르게 이해시키고 한국 복식미를 세계화하는 데에도 기여하는 것이 본 연구의 목적이다.



<그림1-1> 연구의 필요성

## 제2절 연구 내용 및 범위

전통 복식의 현대적 활용을 통한 국제적 경쟁력 확보와 대중 수용 확대를 이루기 위해서는 다양한 분야의 연구가 필요하며, 각 분야의 개별적 연구가 상호 작용하는 가운데 공동의 목표에 이르게 된다. (1) 전통복식의 현대적 활용 실태 조사, (2) 전통복식 자료 추출 및 현대적 디자인 개발, (3) DB 구축 (4) 한국적 이미지를 활용한 제품 개발 과정의 영역으로 구분하여 구체적인 연구 내용과 범위를 살펴보면 다음과 같다.

### 1. 전통복식의 현대적 활용 실태 조사

전통복식의 현대적 활용은 크게 서양복에 전통 복식 요소를 적용하는 것과 전통복식인 한복을 실용화시키는 변형 사례 두 가지로 나누어 고찰해 볼 수 있다. 서양복에 적용된 전통 복식 요소를 찾는 작업은 문헌 조사로 진행하며, 한복의 특성을 살리면서 현대화시킨 생활한복에 대하여서는 그 제작업체와 착용자 및 외국인에 대하여 인터뷰와 서베이를 실행함으로써 현황을 파악하기로 한다.

서양복에 나타난 전통복식의 요소는 잡지나 문헌에 발표된 디자이너 작품을 분석하여 디자인 특성을 추출하는 것으로 정리한다. 그리고 생활한복 실태 조사 중, 생활한복 업체에 대해서는 업체들의 규모와 제품 기획 및 생산, 촉진 방법을 중점적으로 조사한다. 생활한복 착용자에 대해서는 생활한복 소유 실태와 만족·불만족 수준과 요소, 생활한복에 대한 가격 의식과 생활 한복 착용자에 대한 이미지 평가를 조사한다. 외국인에 대해서는 생활한복에 대한 태도와 활용의사를 조사한다.

## 2. 전통복식 자료 추출 및 현대적 디자인 개발

본 부문에서는 이제까지 한국복식사 연구에서 이루어 놓은 학술자료들을 기초로 우리 전통복식이 내포하고 있는 미적가치를 규명한 후 이들이 현대생활에 폭넓게 수용될 수 있도록 현대적으로 변형해 보는 작업을 진행한다.

먼저, 삼국시대, 고려시대, 조선시대에 이르기까지 모든 복식에서 유추할 수 있는 복식의 각종 디자인 요소를 문헌자료, 박물관의 유물자료, 불화, 풍속화 등의 각종 회화자료, 고분벽화 자료 등에서 추출하여 종합한다. 그 후, 전통복식의 디자인 요소를 응용하여 현대적 감각에 맞도록 한 새로운 디자인들을 개발한다. 그리고 모든 자료를 체계화시켜 정리함으로써 DB 구축에 쉽게 활용될 수 있게 한다.

## 3. DB 구축

추출된 전통복식 자료와 개발된 현대적 응용 디자인 자료를 체계적으로 정리하고, 이를 검색 시스템을 통해 검색, 활용할 수 있도록 DB로 구축한다. 전통복식 자료는 시대별, 아이템별, 디테일별로 체계화 하며, 상호 교환 검색이 가능하도록 시스템을 구축한다. 현대적 활용 디자인은 각 시대별, 아이템별로 체계화시킨다. 전통 복식 자료를 학습하고 그로부터 디자인 활용 검색을 가능하게 할 뿐만 아니라, 세부 디테일이나 아이템별 디자인 활용으로부터도 전통 복식을 검색할 수 있게 함으로써 한국적 이미지에의 접근과 탐색을 용이하게 한다.

## 4. 한국적 이미지를 활용한 제품 개발 과정 제시

### 가. 디자인 프로세스

각 부문별 개발 내용이 종합되는 최종 대안으로서 디자인 프로세스 제시와 더불어 시제품을 제작한다. 기획, 시장조사, 소재개발, 패턴 개발과정에 이어 다음의 디자인 전개 절차를 포함시킨다.

- (1) 패션 정보 분석
  - 패션 트렌드 분석
- (2) 디자인 컨셉 및 타겟 결정
  - 이미지 맵(Image Map)
  - 칼라 맵(Color Map)
  - 패브릭 맵(Fabric Map)

(3) 디자인 스케치 및 결정

- 디자인 DB 이용
- 색채 소재 적용

(4) 시제품 제작

- 새로 설계된 소재와 개발된 패턴 이용

## 나. 소재 설계

소재는 한국적 이미지의 디자인을 효과적으로 표현하는 데 중요한 부분이다. 현재 한복에서 사용되고 있는 소재와 문양은 서양복에 비해 기능이나 성능 면에서 많이 뒤떨어져 있으며 그에 대한 연구도 미미한 실정이다. 문양 또한 전통 직물에 대한 체계적인 연구가 없이 일제시대의 것을 그대로 답습하고 있는 것이 현실이다. 따라서 디자인 컨셉 및 타겟이 결정되면, 전통직물 DB 자료에서 이미지, 색상, 문양 등을 선정하여 이에 적합한 직물 소재를 설계하고자 한다.

즉, 디자인 스케치에 따라 한국적 이미지를 가장 효과적으로 표현할 수 있으면서도 성능면에서 착용감 및 내구성, 실용성을 고려하도록 한다. 또한 직물문양의 디자인에 따라 직물설계의 조건들을 적합하게 선택하여 한국적 이미지를 표현할 수 있도록 소재를 설계한다.

## 다. 치수 표준화와 패턴 개발

실용한복의 디자인 개발과 제품화 및 대중화를 위하여서는 일반 서양복의 기성복과 같은 적합한 치수체계가 필요하다. 현재 공업진흥청에서 신체치수에 따라 규정하고 있는 의류 치수규격은 서양복을 중심으로 이루어져 있어 의류 치수규격을 한복제품에 그대로 적용시키는 데는 여러 가지 문제가 있으나 이에 대한 실증적 연구는 거의 이루어지고 있지 않다.

따라서, 본 부문에서는 현재 시판되고 있는 실용한복의 디자인과 제품치수를 분석하고, 국민표준체위조사 결과를 참고로 하여, 전통적 디자인의 현대적 의복에 적합한 치수체계를 제안하고자 한다. 또한 CAD를 이용하여 한복에 적합한 Grading 기법을 개발하여, 의류생산업체에서 생산공정의 효율성을 높이고 한복의 대중화 및 기성화에 기여하고자 한다.

그 절차상의 범위는 다음과 같다.

- (1) 한국적 디자인에 필요한 치수 선정
- (2) 선정된 치수와 업체 치수와의 관계 분석
- (3) 기본 패턴을 이용하여 시제품 제작
- (4) 한국적 디자인에 적합한 치수체계 제안

- (5) 개발된 디자인과 패턴 제시
- (6) CAD를 이용한 그레이딩 작업



<그림 1-2> 연구의 내용

### 제3절 연구 방법

각 연구 내용별로 적용되는 연구방법을 살펴보면 다음과 같다.

연구내용	연구방법
전통복식의 현대적 활용 실태 조사	문헌조사 업체 방문 면접 조사 착용자 및 외국인 서베이 질적 분석 및 통계적 분석
전통복식 자료 추출 자료의 간략화 제작 현대적 디자인 개발	전통 복식의 전반적 고찰 문헌, 유물, 회화, 벽화 자료 조사 자료의 구분(시대별 구분/주제별 구분/아이템별 구분) 자료의 체계화 간략화 제작 디자인 세부 요소별 추출 아이템별 현대적으로 활용된 디자인 개발

연구내용		연구방법
각종 자료의 DB 구축		DB 모델링 스키마 설계 시스템 구성 DB 구현
한국적 이미지를 활용한 제품 개발 과정 제시	디자인	정보 분석 디자인 컨셉 및 타겟 결정 디자인 스케치 및 결정 시제품 제작
	소재설계	디자인 컨셉에 따른 소재 선정 직조 프로그램에 의한 소재 설계
	치수 표준화와 패턴 개발	국민 표준체위조사결과 분석 치수체계 확립 패턴 개발 CAD를 이용한 그레이딩

#### 제4절 연구에 대한 기술 환경 분석

세계적인 패션 정보지인 프랑스의 Promostyl, Carlin, 독일의 Tendances, Fashion Trend 등에는 컨셉이나 타겟에 맞추어 각종 주제 이미지로부터 디자인을 전개하는 방법을 제시하고 있어 전 세계에서 패션디자인을 하는 데 중요한 자료로 사용되고 있다. 특히 이집트시대에서부터 그리스, 르네상스, 바로크, 로코코, 아르누보, 아르데코 시대에 이르기까지 다양한 서양 역사 속의 복식이 패션디자인에 활용되기 쉽게 정리되고 있고, 일본·중국의 아시아권 복식도 연구되고 있지만 아직 한국의 복식을 다루지는 않고 있다.

이러한 정보지는 한 권 당 200만원에서 300만원 정도를 호가하여 가격이 비싸기 때문에 우리 나라에서는 매출 규모가 큰 업체에서만 구입할 수 있을 뿐이며 일반적으로 널리 활용되지는 못하고 있다. 이러한 외국의 정보지들은 아직 책자로 발간되고 있으며, 인터넷 등 컴퓨터를 통하여 검색할 수 있는 방법은 개발되지 못하고 있는 실정이다. 그러나, 패션 분야의 정보 소비가 매우 크기 때문에 세계적으로 인터넷 사이트를 관리하는 업체들에서는 현재 패션 정보의 DB화

에 지대한 관심을 갖고 있다고 한다.

우리 나라에서는 코오롱패션연구소, 삼성패션연구소, 인터패션플래닝 등에서 패션 정보지가 나오고 있는데 이들은 대부분 외국 것을 인용하여 포괄적인 패션의 경향을 분석하고 있으며, 국내 시장 환경에 적합하도록 독창적으로 제작되지는 못하고 있다. 특히 한국적 이미지를 가지고 디자인을 전개하여, 패션업체에서 바로 활용할 수 있도록 제공되는 정보지는 전무한 상태이다. 그러므로, 한국 패션 업계에서 한국적 이미지의 디자인을 수행하는 일이 아직 체계적으로 이루어지지 못하고 있음은 물론이고, 의상학을 전공하는 학계에도 한국적 이미지의 디자인을 학습할 툴(tool)이 없었다.

본 연구팀에서 수행한 전통 복식 자료의 DB와 이를 활용한 디자인 과정의 제시를 보여주는 CD-R이 활용된다면, 패션업계는 한국적 정체성을 표현하는 디자인을 개발할 때 시간을 단축하고 전통 복식 자료 및 지식의 부족에서 비롯되는 기술 개발의 애로점을 해결하며 개발 시간을 단축하고 인력 투자 절감 효과를 얻을 수 있을 것이다. 또한 디자이너 교육의 학습자료로 활용함으로써 가장 기본적인 디자인 접근을 시도하고, 이로써 진정한 전통 복식의 국제화를 이루어 세계 시장을 겨냥한 경쟁력 있는 패션 상품을 만들 수 있을 것이다.

## 제5절 연구 진행 일정

☐ 최초 일정 ■ 실제 진행 일정

일련 번호	사 업 내 용	추진 일정												기간
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	<b>생활한복업체 현황 조사</b> - 생활한복 업체 규모 - 생활한복 상품 기획 과정 - 생활한복 생산과 판매 및 촉진	☐ ■	☐ ■											9/1- 10/31
2	<b>생활한복 소비자 조사</b> - 생활한복 구매 및 착용 실태 - 생활한복 만족/불만족 요인 - 국내 거주 외국인의 선호 요인	☐ ■	☐ ■											9/1- 10/31
3	<b>서양복에 표현된 전통 복식의 요소</b> - 형태, 색채, 문양, 소재분석		☐ ■	☐ ■										10/1- 11/30
4	<b>전통복식의 디자인 요소 분석 및 현대적 활용 대안 제시</b> - 시대 및 주제별(의복, 직물, 장신구) - 각 디테일별, 아이템별 현대적 활용		☐ ■	11/1- 6/30										
5	<b>전통 복식의 디자인 요소 DB 구축</b> - 시스템 구성 - DB 설계 및 구현					☐ ■	1/1- 7/31							
6	<b>디자인 개발</b>						☐ ■	2/1- 8/31						
7	<b>치수 표준화 및 패턴 개발</b> - 서양복 치수 체계와의 비교 - 제품 기획에 의한 패턴 개발		☐ ■	2/1- 8/31										
8	<b>소재 설계</b> - 제품기획에 의한 직물 설계		☐ ■	3/1- 8/31										

## 제2장 전통복식의 현대적 활용실태

전통복식이 현대복식에서 어떻게 활용되고 있는가를 탐색하기 위한 접근은 두 가지 방향에서 이루어진다. 그 하나는 현재 우리의 일상복인 서양복에 전통복식의 요소가 어떤 식으로 나타나고 있는가 하는 것이고, 다른 하나는 변형한복, 개량한복으로서의 생활한복이 일상생활에서 어떻게 착용되고 있는가의 관점이다. 본 장에서는 서양복에 표현된 전통복식의 요소를 문헌 자료를 통해 간략히 살펴보았으며, 생활한복의 활용에 대해서는 생활한복 제작 업체와 국내 착용 소비자 및 잠재고객이라고 여겨지는 외국인들을 대상으로 인터뷰와 서베이를 진행하여 자료를 분석하고 해석하였다.

### 제1절 서양복에 표현된 전통복식의 요소

국제화 시대 도래와 포스트모더니즘 현상이라는 복합적 영향은 여러 분야에서 전통을 발견하고 한국적인 미를 되찾자는 움직임으로 이어지고 있다. 디자이너 계 또한 전통적 아름다움과 한국적 미라는 주제를 담은 일련의 ‘한국적 디자인’ 작품들을 선보이고 있는데, 디자인은 특히 문화를 담아내고 드러내는 고부가가치 수단으로서 중요한 위치를 차지하고 있다.

‘한국적 디자인’이란 디자인이라는 작품을 통해서 한국성을 느낄 수 있는 디자인이라고 할 수 있으며, 이때 ‘한국성(KOREANS)’이라는 것은 가시적 형상은 다르지만 구체적으로 역동성을 일으키고 특질을 발현시키는 내재한 연속성을 의미한다(김복영, 1988). 즉, 어떤 형상이 한국성을 규정한다기 보다는 형상에 의해서 떠오르는 이미지에 의해 한국성이 드러나는 것이라고 할 수 있겠다.

복식 디자인 분야에서도 ‘한국’과 ‘전통’을 모티프로 한 다양한 작품 활동이 여러 디자이너에 의해 지속적으로 이루어지고 있으며, 이러한 작업을 통해서 전통적 감각을 현재에 되살리고, 또한 가장 한국적인 것의 보편화를 통해 세계적 경쟁력 확보를 꾀하고 있다.

그러한 활동 경향을 정리해 보면, 먼저 80년대에는 전통에 대한 관심이 중대되면서 국내의 몇몇 디자이너를 중심으로 한복의 형태를 그대로 응용한 작품들이 발표되었다. 소매의 배래선이나 한글을 이용한 문양 등의 세부형태의 응용을 통해 한국적 이미지를 표현하고자 하는 시도가 이루어졌다.

90년대에 들어서는 이러한 한국미의 표현이 더욱 성숙되어 차츰 한복의 세부장식을 테마로 삼기보다는 그 속에 담겨있는 멋을 탐색하고 전통미와의 만남에

서 받은 이미지를 자신의 표현양식으로 재구성하는데 주력하는 디자이너들이 늘고 있다. 이신우는 95년 추동 파리 기성복 컬렉션에서 고구려 벽화의 문양을 도입하거나 한지의 이미지를 표현하는 소재를 사용하는 등 전통소재를 패션과 접목시키는 시도를 하였다.

이영희는 전통한복 디자인의 경험을 토대로 최근 파리 컬렉션에 진출하면서 한복 고유의 아름다움을 현대복식으로 표현하는 작업을 시도하여, '95년 춘하 파리 기성복 컬렉션'에서는 한복 저고리와 치마의 비례감각을 도입하거나 색동의 색조를 변화시켜 패션화한 디자인을 전개하였다. 96년에는 한복의 색채를 유행경향과 부합되게 아름답게 표현함으로써 프리미에르 비죤(Premiere vision)의 색채선정에 참여하고, 세계적인 유행예측 잡지에 소개되기도 하여 유럽에서 한국의 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 하였다(이상 조희래·김영인, 1996 참고).

이신우나 이영희 외에도 한복의 전통미를 현대 패션에 나타내고자 노력해 온 디자이너로는 진태옥, 설운형, 한혜자, 오은환 등이 있으며, 이들은 각자 독특한 개성을 가지고 현대 패션에 한국적 이미지를 표현하고 있다.

그동안 발표되었던 '한국적 특성'이 표현된 작품들을 살펴보면 첫째로는 우리의 고유 양식을 고수하면서 전통한복의 기능성을 보완하려는 방향과 둘째로는 전통적인 요소를 응용하여 한국적 디자인의 고유성을 강조하는 방향, 셋째는 한국적 디자인의 고유성뿐 아니라 세계인들이 공감할 수 있는 한국 복식미의 보편성을 추구하여 현대의 시점에서 복식전통을 수용하여 현대적으로 재창조하려는 경향의 세 방향으로 나타나고 있다. 그러나 이들은 한 가지 요소만을 사용하는 것보다는 한 의상에 전통복식의 형태나 색채, 문양, 소재들을 다양하게 이용하여 고유한 한국적인 멋을 보여주고 있다.

그동안 여러 디자이너들에 의해 발표된 작품들을 형태, 문양, 소재, 색채, 이미지 등의 요소별로 분류하여 본 결과, 형태, 이미지, 문양, 소재, 색채 등이 응용되고 있음을 발견할 수 있었다. 그러나, 한 작품 내에 두 세 가지의 요소들이 혼합되어 나타나고 있으므로, 명확한 분류를 하기보다는 각 작품에 표현된 한국적인미를 찾아봄으로써 우리 고유의미를 재발견하고 지속적으로 응용, 발전시켜 나갈 수 있을 것이다.

## 1. 형태

다음은 한국적 디자인의 형태적 특징을 그대로 살려준 작품들이다. 이영희는 한복 디자이너답게 파리 기성복 컬렉션에 한복의 고유한 형태를 직접 염색한 아름다운 우리 감각의 색상과 소재를 이용하여 선보였다. <그림2-1>은 전통 한복을 그대로 재현한 볼레로와 드레스이다. 칼라와 단추는 한국 속적삼의 디테일을

응용하였다. 한복 치마의 치마허리는 자연스럽게 앵파이어 라인의 실루엣을 이루어 한국풍 에스닉의 아름다움을 표현하고 있다. <그림2-2>에서의 이영희 작품은 한복을 거의 그대로 국제무대에 재현하였다. 저고리, 치마의 상하비례와 깃, 치마폭 주름을 이용하여 한복 고유의 형태적 미를 보여주고 있다. <그림2-3>의 이영희 작품은 속살이 살짝 비치는 두루마기 안에 혈령한 팬츠를 조화시켜 새로운 느낌을 자아내고 있다.

## 2. 형태 + 이미지 + 색채

처음 한국적 디자인의 개발은 형태적 특징의 표현에서 시작되었다. 그러나 파리 컬렉션에 한국 디자이너들이 진출하면서 한국복식의 고유성과 세계인이 공감할 수 있는 한국 복식미의 보편성과의 조화를 모색하고자 직접적인 형태의 표현보다는 이미지를 표현하려는 노력을 하고 있다. <그림2-4>는 98년 아카데미 시상식측으로부터 의상협찬을 요청받은 이영희씨가 한국적 이미지를 서양복의 이브닝드레스에 담아 작품을 제작한 것이다. <그림2-5>에서 이영희는 한국 고유의 당의 형태를 옆선에 가볍게 살려주면서 한국적 색채를 매치시켜 한국적 이미지와 형태를 현대적인 감각으로 표현한 것을 보여주고 있다. <그림2-6>은 설윤형 작품으로 홀터 톱으로 재 탄생된 조각보를 당의의 선과 조화시켜 독창적이고 새로운 느낌의 이브닝 드레스를 보여주고 있다.

## 3. 형태 + 이미지 + 문양

<그림2-7>의 설윤형의 작품들은 한국적 형태에 고유의 이미지와 문양을 보여주고 있다. 설윤형은 한국적인 형태인 고름과 치마의 주름, 금박문양을 이용해 한국 치마를 서구적 이브닝 드레스로 재현하였다. 소재는 현대적인 씨드루 나일론으로 옛 것과 새 것의 융합을 자연스럽게 표현하고 있다.

## 4. 문양

파리 컬렉션에서 문양은 한국적 디자인을 강조하기 위하여 가장 많은 사용되어 온 요소중의 하나라고 볼 수 있다. 이신우, 박윤정은 95년 추동 파리 기성복 컬렉션에서 고구려 벽화의 문양을 도입하여 주목을 받았으며, 삼국시대의 복식 형태, 문양등을 모티브로 하여 작품을 발표하였다. <그림2-8>과 <그림2-9>는 고구려 벽화에 나타난 문양을 도입한 작품이다.

<그림2-10>의 작품에서 진태옥은 서구적 실루엣에 이조백자에 들어있는 당 초문을 프린트하여 고유한 아름다움을 표현하고 있으며, 그 외에도 전통민화나

풍속화의 미인도와 같은 문양을 삽입함으로써 고전과 현대미의 조화를 시도하고 있다.

박항치는 우리 고유 문양의 하나인 떡살을 모티브로 하여 작품을 발표하였으며, 설윤형은 창살 무늬를 프린트한 작품을 발표하여 우리 생활속의 소박한 아름다움을 현대적 감각으로 표현하였다. <그림2-11><그림2-12>

이상봉은 하의에 검은 색 스커트와 코디네이션하여 입을 수 있는 검은 색 톱을 발표하였는데, 끈으로 연결된 등 부분이 서구적인 섹시함을 주는 반면 우리 고유의 문양이 가운데 있어 동양적 감성을 자극하는 작품이다. <그림2-13>, <그림2-14>의 이상봉작품은 대나무 무늬를 현대적 감각으로 재현하고 있다. <그림2-15>의 이신우작품은 로맨틱한 꽃자수로 한국적 멋을 전해주고 있다.

## 5. 소재 + 문양

94년 이후 오은환, 설윤형, 진태옥 등의 많은 디자이너들이 양단을 소재로 하여 한국적 이미지를 현대 의상에 표현하고자 시도하고 있다. <그림2-16>, <그림2-17>의 설윤형의 작품은 한국적 소재인 양단을 사용하고 한복에 많이 사용되어 온 자수문양을 사실적으로 표현하면서 원색을 이용한 장식적이고 감각적인 디자인이다. 자수를 이용한 디자인은 영롱한 색조화와 함께 화려하며 찬란한 분위기를 연출하여 이후의 디자이너들에 의해 많이 사용되고 있다. <그림2-18>은 설윤형의 작품으로 매니쉬한 수트에 자수 디테일을 첨가하였다. 스트라이프 수트는 한복같은 랩형태의 여밈의 룻 재킷과 통이 넓은 팬츠로 이루어졌다. 한복 치마의 고름처럼 늘어뜨린 끈이 인상적인 작품이다. 한혜자는 <그림2-19>와 같이 마에 자수를 놓아 새로우면서도 한국적 정서를 담아 내고 있다.

## 6. 색채

설윤형, 이영희 등에 의하여 한국적 색감은 다양하게 의상에 시도되어 오고 있다. <그림2-20>은 설윤형의 작품으로 한국 고유의 기하 문양을 수영복에 색동으로 표현하고 고름을 허리띠 장식으로 같은 색동으로 매치시키고 있으며, <그림2-21>에서는 이브닝 웨어로 표현하고 있다. <그림2-22>에서는 대형 조각보의 이미지와 한국적 색감을 절묘하게 이용하여 신선한 느낌을 주고 있다.

이상에서 살펴 본 것처럼 한국의 여러 디자이너들은 한국적 이미지를 응용한 다양한 작품 활동을 하고 있다. 그러나, 그 내용을 살펴 보면, 활용 시대의 측면에서는 그 범위가 조선시대에 국한되고, 활용 품목의 측면에서는 치마나 저고리, 자수 등 몇 종류에 편중되고 있다. 그러므로, 향후 삼국시대나 고려시대 등 여러

시대의 복식으로 응용의 범위를 넓히고 바지나 배자, 포, 장신구 등 여러 종류의 품목으로 활용 범위를 확대할 필요가 있다. 한편, 소재의 개발은 무엇보다도 시급한 문제로, 실용적이면서도 한국적 이미지를 나타내는 소재의 개발과 사용을 위한 노력이 집중되어야 한다. 또한, 한국적 디자인이 세계시장에서 인정을 받기 위하여서는 디자이너 개인의 노력뿐만 아니라 전통 복식에 대한 체계적인 연구, 정부의 뒷받침, 국력의 신장, 마케팅 지원등이 지속적으로 이루어져야 한다.



<그림2-1> 이영희(97 S/S)

소녀의 이미지가 떠오르는 귀엽고 상큼한  
느낌의 이브닝 드레스



<그림2-2> 이영희(97-98 F/W)



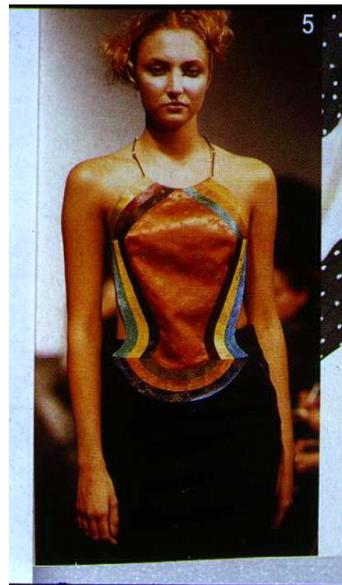
<그림2-3> 이영희(98 S/S)  
속살이 살짝 비치는 두루마기 안에 헐렁한  
팬츠를 조화시켜 연출



<그림2-4> 이영희(98 아카데미 시상식)



<그림2-5> 이영희(97-98 F/W)



<그림2-6> 설윤형(98 S/S)  
홀터 탑으로 탄생한 조각보와 당의선의 조화



<그림2-7> 설윤희(96 F/W)



<그림2-8> 이신우(94-95 F/W)



<그림2-9> 박윤정(94-95 F/W)



<그림2-10> 진태옥(97-98 F/W)



<그림2-11> 박항치(96 S/S)



<그림2-12> 설윤형(97 S/S)



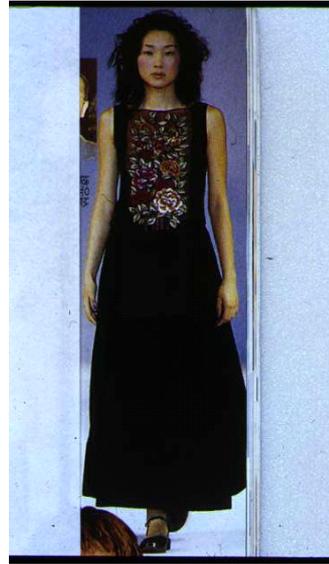
<그림2-13> 이상봉



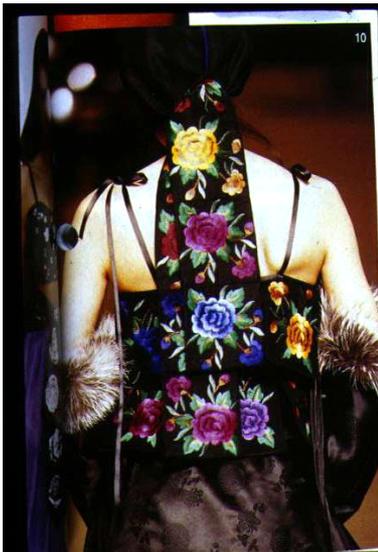
<그림2-14> 이상봉(97-98 F/W)



<그림2-15> 이신우(98 S/S)  
로맨틱한 꽃자수로 한국적 멋을 전해주고  
있다



<그림2-16> 설윤형(94-95 F/W)



<그림2-17> 설윤형(94-95 F/W)



<그림2-18> 설윤형



<그림2-19> 한혜자

이따리아나 브랜드의 한혜자에 의해 재창조된 한국적 소재. 마에 자수를 놓아 새로우면서도 한국적 느낌을 내고있다



<그림2-20> 설윤형(91 S/S)



<그림2-21> 설윤형(97 S/S)



<그림2-22> 설윤형(93 S/S)  
대형 조각보를 파레오처럼 소화했다

## 제2절 생활한복 업체 및 소비자 조사

생활한복 업체 및 소비자 조사 결과 제시에 앞서 생활한복에 대한 개념 정의와 업체 및 소비자 실태를 간략하게 정리하였다. 다음으로, 조사방법을 상세히 설명하였으며, 조사 결과는 업체, 외국인, 국내 착용자 순으로 제시하였다.

### 1. 생활한복의 개념과 생활한복 활성화 현황

#### 가. 생활한복의 개념

생활한복을 연구대상으로 이루어진 연구의 편수가 많지는 않으나, 그들 연구들을 살펴보면 개량한복이나 변형한복, 실용한복 등의 용어가 생활한복과 함께 혼용되어 사용되고 있으며, 생활한복이라는 용어를 사용하고 있는 경우라도 생활한복이라는 용어로서 나타내고자 하는 개념에는 다소 견해 차이가 나타난다.

황의숙(1995)은 “과거의 개량한복이 전통적인 선을 유지하면서도 기능적이고 사회적인 여건에 적합하도록 개량된 것과는 달리, 현대의 생활한복은 다양한 직물, 색채, 장식 등이 응용되고 현대감각에 맞추어 양복화된 형태를 갖추고 있다”고 하여 개량한복과 생활한복을 구분하고 있으며, 천종숙(1998)도 “개화기 이후의 개량한복이나 전통한복과 차별하여 1990년대 후반에 ‘우리옷’ 또는 ‘생활한복’이라는 이름으로 생산 판매되는 옷”을 생활한복으로 칭하고 있다.

그러나, 이인자·이태옥(1993)은 생활한복을 “입고 벗을 때 어렵고 복잡한 절차와, 착용시 답답함 그리고 일상생활을 할 때 여러 면으로 불편함을 주고 있는 전통한복의 단점을 보완하고 제거하면서 개량하여 만든” 개량한복으로 간주하고 있으며, 안명숙·김은정·양숙향(1998) 역시 “전통복이 우리 옷을 옛것대로 전수한 것이라면, 생활한복이란 현대의 생활에 좀 더 편리하고 기능적으로 대처하기 위해 약간 변형된 우리 옷을 말한다”고 하여, 개량한복과 동일선상에서 생활한복을 파악하고 있다.

조효숙·김선경·이희승(1998)은 “한복의 전통미를 유지하되 활동성이 떨어지는 전통한복의 문제점을 보완하여 현대 생활에 편리하도록 디자인된 한복”을 생활한복이라고 정의하고, 개화기 이후 사용된 개량한복의 개량이라는 단어에서는 한복에 대한 부정적인 이미지가 강하기 때문에 1990년대부터 생활한복이라는 호칭으로 정착되어 가는 추세라고 하였다. 김윤희(1998)는 개량한복이라는 용어에는 “한국 전통 복식을 ‘개선(改善)’시킨 한복이라는 가치평가적인 의미가 내포

되어 있기” 때문에 생활한복이라는 용어의 사용이 더 바람직하다고 하였다.

생활한복이 일상복으로 주목받게 된 것이 1990년대의 상황이기는 하나, 그 형태상 한복의 선에 기초하고 보다 실용적으로 변형시켰다는 점에서, 개량한복과 생활한복을 구분해야 할 필요는 없을 것이다. 본 연구에서도 생활한복의 개념을 광범위하게 사용하였다.

## 나. 생활한복 업계

1998년 3월 현재, 문화체육부에서 집계한 생활한복 업체 수는 총 26개로 96년도 10여개 업체가 있었던 것에 비해 배가 많아진 숫자라고 한다(Good Fashion, 1998: 3월호). 그러나, 당시 파악되지 못한 업체와 1년 사이에 새로 생겨난 업체들을 포함한다면 그 수는 수 백 개에 이를 것으로 보인다. 실제로, 이상은·조효순은 1998년 가을을 시점으로 180개 업체의 생활한복 관련 업체에 대한 실태 조사를 실행한 바 있다.

생활한복 업계의 호황은 생활한복이 일상복으로 주목받기 시작한 1990년대 중반부터 시작되었다. 전통한복이 일상복으로서의 자리를 내주고 예복화된 시점에서, 전통 문화의 맥을 잇는 한편 일상적으로도 수용될 수 있는 대안으로 생활한복이 주목받았기 때문이다. 이 시기에, 예전부터 소량으로 생활한복을 생산해 오던 업체들이 생활한복 전문 브랜드를 내걸기 시작하였고, 생활한복 보급에 사명감을 가지고 새롭게 가세하는 업체들이 생겨났으며, 점차적으로 전통한복업체들에서도 생활한복을 취급하기 시작하였다.

현재, 생활한복 업체들은 제품의 가격대 및 디자인 컨셉에 따라 크게 두 가지 유형으로 구분된다. 즉, 중저가를 표방하며 디자인의 현대화를 통한 대중화 전략을 앞세우는 다수의 업체들과 고급적 전통미를 살리는 방향에서 고급품을 생산하는 소수 업체들이 공존하고 있는 것이다.

또한, 생활한복 산업이 활성화되면서 비교적 영세했던 생활한복 업계에 대기업을 가세하기도 하고, TV광고나 스타마케팅으로 가시도와 인지도를 높이며, 직영점, 대리점, 백화점의 기존 판로에 더해 통신판매로도 유통 경로를 확대하는 등 여러 가지로 생활한복 업계는 변모를 겪고 있는 상황이다.

그러나, 이상은·조효순(1998)의 조사연구 이외에 생활한복 업계 현황에 대한 연구를 찾아보기는 힘들므로, 이들 업체들의 현황과 더불어 마케팅 전략을 분석하여 소비자들의 욕구를 만족시키는 한편, 이들의 틈새에서 새로운 생활한복의

대안을 찾는 연구들이 필요한 시점이다.

#### 다. 생활한복 소비자

최근 들어 생활한복이 의류학의 연구 주제로 부상하고 있어 관련 연구들이 증가하고 있는 실정이라는 하나, 그 실태 조사 연구는 찾아 보기가 힘들다. 최선형·정인희·강순제(1998)는 1996년 12월에서 1997년 1월 사이에 서울·부산·대전 지역에 거주하는 20대 이상 성인 여성 702명에 대한 전통한복과 변형한복(생활한복)의 착용 및 구매 실태를 조사하였으며, 조효숙·김선경·이희승(1998)은 1998년 6월과 7월에 걸쳐 서울과 수도권 지역의 20세 이상 성인 남녀 319명에 대해 생활한복 구매실태를 조사하였다.

생활한복 소유 여부 혹은 착용 경험에 대한 질문에, 1996년의 조사 결과에서는 85.6%가, 1998년의 조사 결과에서는 77.7%가 생활한복을 한 번도 소유하고 있지 않고 착용해 본 경험이 없다고 응답하였다. 두 경우 모두 생활한복의 보급이 아직은 한정적이라는 것을 보여준다.

결혼 여부는 생활한복 소유정도에 영향을 미쳐, 기혼은 평균 0.32벌, 미혼은 평균 0.06벌의 소유 벌수를 응답하는 등, 기혼이 미혼에 비해 착용경험 비율이 다소 높게 나타났다. 계절별로는 봄·가을용, 여름용, 겨울용의 순으로 많이 소유하고 있었다.

착용 용도의 측면에서 보면, 결혼식이나 잔치 참가시 외출복으로, 모임 참가시 외출복으로, 설날·추석 등의 명절에 한복 대신의 순서로 많이 입는 것으로 나타났다. 생활한복에 대한 불만족 내용으로는 디자인이 단순하고 규격화되어 있지 못한 것, 소재가 다양하지 못한 것, 색상이 다양하지 못한 것, 사이즈가 다양하지 못한 것의 순서로 많이 선택되었다.

조효숙·김선경·이희승(1998)의 앞으로 생활한복을 구매할 의사가 있는지에 대한 조사 결과는 대다수가 구매할 의사를 보이고 있었다. 특히, 20대를 제외한 모든 연령대에서 구매할 의사가 '있다'(전체64.3%)가 '없다'(34.7%)는 비율보다 훨씬 높게 나타났다.

같은 연구의 생활한복의 적정가격에 대한 조사 결과에서는 전반적으로 6~10만원대가 가장 적정하다고 응답되었으며(57.5%), 다음으로는 11~15만원(24.4%), 5만원 이하(15.9%), 16만원 이상(2.2%)의 순으로 나타났다.

한편, 강혜원(1979)은 한복에 대한 태도를 실증적으로 조사한 바 있는데, 표

집대상 전체 700명 중 80% 이상이 긍정적 태도를 보인 것은 고전적임, 우아함, 전통성, 아름다움 등이었고 70% 이상이 긍정적 태도를 보인 것은 정숙함, 긍지, 여성다움, 젊다는 것 등이었다. 또한, 강혜원·이주현(1990)의 한복에 대한 이미지 연구에서는 한복이 착용되는 목적 및 배경 도식과 관련하여 젊은 사람들에게 있어 한복은 운동권과 개성적인 이미지가 강한 것으로 밝혀졌다.

## 2. 조사방법

### 가. 업계 조사

1998년 8월 21일에서 9월 3일의 기간에 걸쳐, 생활한복을 제작, 판매하고 있는 수도권 지역의 업체들을 대상으로 방문 면접으로 자료를 수집하였다. 사전에 연락을 취해 협조를 약속받았고 실제 조사에 응해 준 업체 수는 모두 38개였다. 이들 업체 목록 및 주소록은 <부록>에 제시하였다.

방문 면접은 훈련된 4명의 면접자들에 의해 실시되었는데, 이들은 협조를 요청하는 편지와 조사 내용을 담은 면접지, 그리고 간단한 선물을 가지고 대상 업체를 방문하였다.

조사 내용은 크게 회사 개요, 제품, 그리고 촉진과 판매 부분으로 구성되었다. 회사개요에 있어서는 브랜드명, 회사명, 회사형태, 회사연혁, 생활한복 생산연한, 회사규모를 조사하였으며, 제품에 있어서는 상품기획담당자, 디자인 프로세스, 디자인 정보원, 사용 소재와 소싱방법, 시즌과 스타일 구분, 아이템별 가격대, 사이즈 스펙, 생산형태를 조사였고, 촉진과 판매 부분에서는 광고 및 홍보 방법, 재고처리방법, 그리고 주고객층을 조사하였다. 자세한 내용은 <부록>에 제시하였다.

### 나. 외국인 조사

외국인 조사는 현재 단기 혹은 장기 체류 중인 외국인 및 교포 중 생활한복을 인지하고 있는 사람들을 대상으로 이루어졌다. 1998년 9월 중에 같은 내용의 영문과 국문으로 개발된 질문지를 편의표집한 외국인들에게 배포하여 자기기입식으로 응답하게 하였다. 조사 내용은 인구통계적 문항 외에 생활한복에 대한 착용 경험 및 만족·불만족 내용, 생활한복의 용도 및 구입 의사, 그리고 관광상품으로서의 가치 등이었다(<부록>참조). 전체 102부의 응답지를 배포 및 회수하여 최종 분석에 사용하였다. 분석은 SPSS 프로그램을 이용하여 기술통계 중심으로 이루어졌다.

## 다. 국내 착용자 조사

국내 착용자 조사는 1998년 8월에서 9월 사이, 수도권 지역에 거주하는 성인 남녀 400명을 대상으로 생활한복을 소유하고 있는 착용 경험자를 목적표집하여, 질문지를 이용한 면접 및 자기기입법에 의해 이루어졌다.

질문지의 내용은 생활한복 소유 및 착용 실태, 생활한복에 대한 만족과 불만족, 적정 가격 의식, 생활한복의 이미지 및 전통성 평가, 그리고 향후 착용 의사와 개선 의견 및 인구통계적 문항들이다.

생활한복 소유 실태로는 생활한복 총 소유벌수 및 계절별, 구매유형별, 구매가격대별 소유벌수를 물었으며, 생활한복 착용 실태로는 생활한복 착용 기간, 생활한복 최초 착용 동기, 생활한복의 착용 빈도, 생활한복 착용 용도를 구체적으로 질문하였다.

생활한복에 대한 만족과 불만족은 디자인, 색상, 소재, 맞춤새, 품질, 가격 각각에 대한 만족도 측정과 디자인, 색상, 소재 및 맞춤새에 대한 불만족 사항 응답으로 구성되었다. 적정 가격 의식에서는 가격대 구분에 대한 의견, 각 가격대별 적정 가격을 질문하였다. 이미지 및 전통성 평가 부분에서는 생활한복 착용자에 대한 인상 평가와 그 이유, 생활한복의 대표적 이미지, 디테일별 전통성 반영 정도, 향후 착용의사를 응답하게 하였다.

그밖에도 자유기술형 질문으로 생활한복의 개선점을 서술하게 하였으며, 인구통계적 문항에는 성별, 연령, 학력, 직업, 주관적 응답법에 의한 귀속 사회경제적 계층을 포함하였다.

회수된 질문지 중 응답이 부실한 것을 제외하고 총 374부를 분석하였다. SPSS 프로그램을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 중앙치, 최빈치, 합계 등의 기술 통계와 다중응답표 및 교차분석표, 일원분산분석을 실행하였다.

### 3. 분석 결과

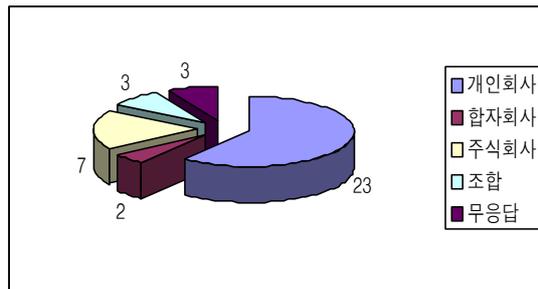
#### 가. 업체 조사 결과

##### (1) 회사 개요

본 조사에 응한 38개 업체들은 대부분이 개인회사로 23개, 60.5%의 비중이었다. 다음으로는 주식회사가 7개, 공동 출자한 합자회사가 2개 있었으며, 조합 형식을 취하고 있는 곳이 3곳이었다.

<표2-1> 회사형태에 따른 업체 분포

회사형태	업체수	백분율(%)
개인회사	23	60.5
합자회사	2	5.3
주식회사	7	18.4
조합	3	7.9
무응답	3	7.9
전체	38	100.0

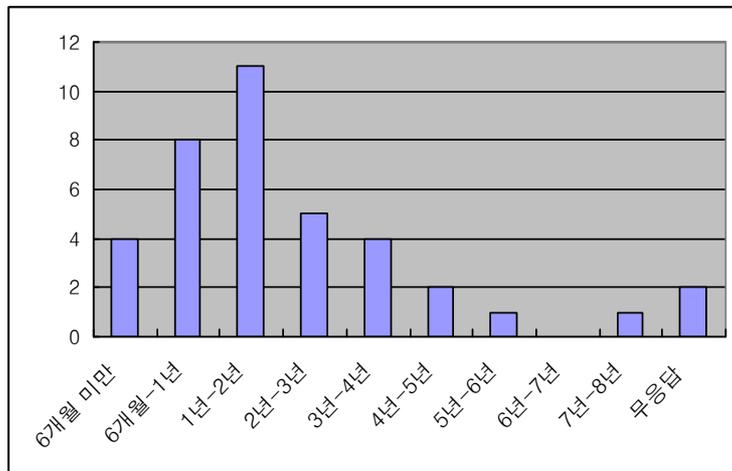


<그림2-23> 회사형태에 따른 업체 분포

생활한복을 생산하기 시작한지 얼마나 되었는가의 생활한복 생산연한에 대한 물음에 대한 응답을 보면, 아직 제품을 출시하지 않은 1개월 미만의 업체에서부터 최고 8년 정도의 경험을 가지고 있는 업체까지 존재하고 있다. 가장 많은 수가 조사 시점으로부터 1-2년 전의 기간 사이에 생활한복을 생산하기 시작했다고 응답하였다. 즉, 1996년 9월에서 1997년 9월 사이에 해당한다. 그리고 1년 미만의 업체도 12개인 것을 보아, 생활한복 업체는 계속 증가추세에 있으며, 그 증가 추세가 1996년 즈음하여 비롯된 것으로 보인다.

<표2-2> 생활한복 생산연한별 업체 분포

연한	업체수	백분율(%)
6개월미만	4	10.5
6개월-1년	8	21.1
1년-2년	11	29.0
2년-3년	5	13.2
3년-4년	4	10.5
4년-5년	2	5.3
5년-6년	1	2.6
6년-7년	0	0.0
7년-8년	1	2.6
무응답	2	5.3
전체	38	100.0

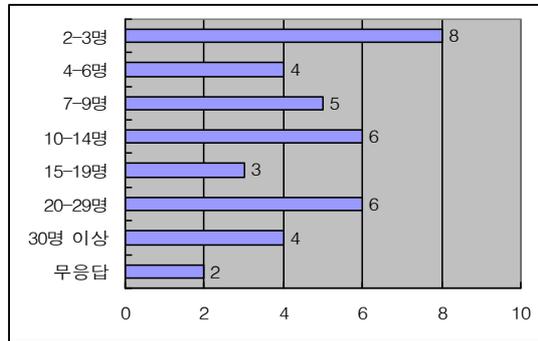


<그림2-24> 생활한복 생산연한별 업체 분포

생활한복 업체들의 규모를 알아보기 위해 가장 먼저, 고용하고 있는 종업원 수를 조사하였다. 2명의 종업원이 있는 업체에서부터 70명 정도의 종업원이 일하고 있는 업체까지 그 규모가 상당히 다양하게 나타났다. 2-3명이 8개 업체, 4-6명이 4개 업체, 7-9명이 5개 업체 등 10명 미만의 종업원을 두고 있는 업체가 17개로 약 반수에 이를 만큼, 비교적 영세한 업체들이 많은 것으로 보인다.

<표2-3> 종업원수별 업체 분포

종업원수	업체수	백분율(%)
2-3명	8	21.1
4-6명	4	10.5
7-9명	5	13.2
10-14명	6	15.8
15-19명	3	7.9
20-29명	6	16.8
30명 이상	4	10.5
무응답	2	5.3
전체	38	100.0

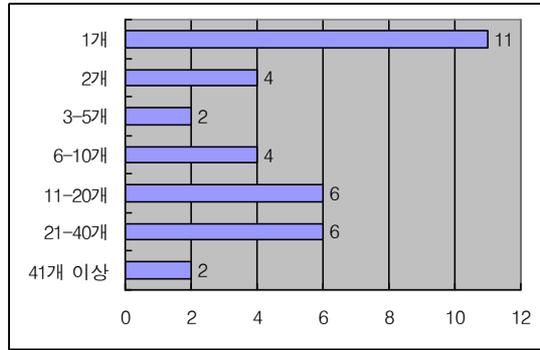


<그림2-25> 종업원수별 업체 분포

다음으로 생활한복 업체들의 규모를 알아보기 위해, 총 점포수를 질문하였다. 직영점, 대리점, 백화점 외에도 취급점을 모두 포함하였다. 결과, 1개의 점포를 가지고 직접 생산과 판매를 겸하는 경우가 11개사로 가장 많았다.

<표2-4> 점포수별 업체 분포

점포수	업체수	백분율(%)
1개	11	29.0
2개	4	10.5
3-5개	2	5.3
6-10개	4	10.5
11-20개	6	15.8
21-40개	6	15.8
41개 이상	2	5.3
전체	38	100.0

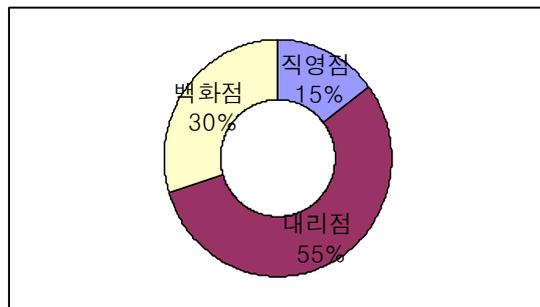


<그림2-26> 점포수별 업체 분포

다음은 생활한복 전체 시장의 점포 유형별 분포를 알아보기 위해, 각 업체들의 유형별 점포수를 유형 기준으로 합산하여 보았다. 대리점 방식이 압도적으로 많았으며, 백화점 입점이 직영점보다 많았다. 기타 취급점으로는 5개 업체가 각각 9개, 20개, 30개, 32개, 40개를 응답하였는데, 이들 취급점은 서로 중복될 가능성이 높으므로 합산하여 총 취급점수로 명시할 수 없다. 다만, 최소한 40개 이상의 생활한복 취급점이 존재한다고 유추할 수 있다.

<표2-5> 전체 응답 점포의 유형별 분포

점포유형	점포수	백분율(%)
직영점	47	14.6
대리점	179	55.8
백화점	95	29.6
전체	321	100.0



<그림2-27> 전체 응답 점포의 유형별 분포

다음은 역시 생활한복 업체 규모를 알아볼 목적으로 97년 매출액을 조사하였다. 여기에는 무응답 10개사와 97년 매출을 계산할 수 없는 1년 8개월 이하의 연한을 가진 회사 17개사를 제외한 11개사만 응답하였다. 97년 최고 매출액은

30억으로 나타났으며, 최저는 1억 5천만원이었다.

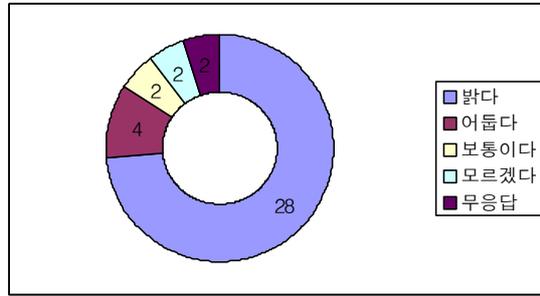
<표2-6> 97년 매출액

97매출액	업체수
2억 미만	3
2억 이상- 5억 미만	3
5억 이상- 10억 미만	0
10억 이상-15억 미만	2
15억 이상-20억 미만	1
20억 이상-30억 미만	0
30억 이상	2
전체	11

매출액과 관련하여 생활한복 업계에 대한 전망을 조사하였다. 긍정적인 대답(73.7%)이 부정적인 대답(10.5%)보다 월등히 많았다. 긍정적인 대답을 하는 이 유로는, ‘틈새시장이다’, ‘언론과 지도자의 지속적인 관심과 도움이 있다면 상승세를 탈 것이다’, ‘쌍방울, LG, 이랜드 등이 가세하는 등, 5년 후면 brand가 image화 되고 trend화 될 것이다. 10대 겨냥한 디자인이 관건이다’, ‘연령별, 소재별로 세분화되리라고 본다. 연령대로는 20대를 겨냥하고, 소재로는 고급소재를 사용한 40-50만원대를 출시할 예정이다’ 등의 내용이 있었다. 그러나, ‘경제 사정이 어려울 뿐만 아니라 경쟁업체가 많이 생겨났다. 실소비자는 거의 변동없고 서로 이윤을 나누는 식이 되어가고 있다’고 하여 부정적 전망을 나타낸 응답자도 있었다.

<표2-7> 생활한복 업계에 대한 전망

전망	업체수	백분율(%)
밝다	28	73.7
어둡다	4	10.5
보통이다	2	5.3
모르겠다	2	5.3
무응답	2	5.3
전체	38	100.0



<그림2-28> 생활한복 업계에 대한 전망

(2) 상품기획현황

상품기획현황의 내용은 상품기획 담당자 직명, 디자이너 수, 디자인 프로세스 체계화 정도, 컨셉, 타겟, 디자인 정보원, 사용 소재, 소재 소싱방법으로 조사하였다.

먼저, 업체별 상품기획 담당자 직명을 보면, 대표나 사장이 직접 상품 기획을 전담하고 있는 경우가 36.8%로 가장 높게 나타났다. 그 다음 실장급을 두는 경우, 디자이너가 책임지는 경우로 나타났으며, 담당자가 따로 없는 경우도 5개 업체나 되었다. 상품 기획에 대한 마인드가 아직 제대로 형성되지 못하고 있음을 알 수 있다.

<표2-8> 상품기획 담당자 직명

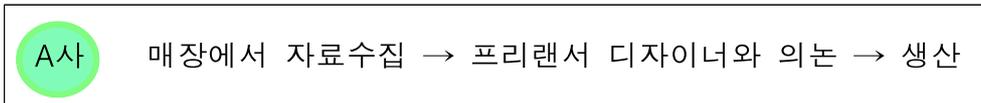
담당자 직명	업체수	백분율(%)
대표/사장	14	36.8
(기획)실장	7	18.4
디자이너	5	13.2
홍보과장	1	2.6
생산부장	1	2.6
부장	1	2.6
직명은 없음	4	10.5
담당자가 따로 없음	5	13.2
전체	38	100.0

다음으로 업체별로 고용하고 있는 디자이너 수를 살펴보면, 1명도 없는 경우가 6개 업체, 1명인 경우가 11개 업체, 상주 디자이너 없이 프리랜스 디자이너를 활용하는 경우가 2개 업체로 전체의 50%에 해당한다. 상품기획과 마찬가지로 디자이너에 대한 필요성도 아직 제대로 인식되지 못하고 있는 듯하다.

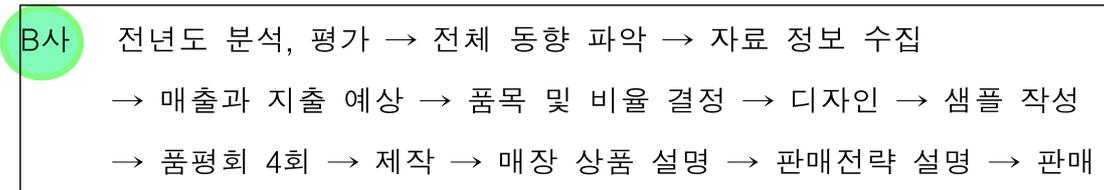
<표2-9> 디자이너 수

디자이너수	업체수	백분율(%)
없음	6	15.8
1명	11	29.0
2명	8	21.1
3명	7	18.4
4명	2	5.3
6명	1	2.6
7명	1	2.6
프리랜서 고용	2	5.3
전체	38	100.0

디자인 프로세스 체계화 정도를 알아본 결과, 대부분 특별한 프로세스 없다고 하였고, 38개 업체 중 단 두 곳만이 디자인 프로세스의 개념을 가지고 있었다. A사보다는 B사가 훨씬 체계적인 기획 과정을 가지고 있음을 볼 수 있다.



<그림2-29> A사의 디자인 프로세스

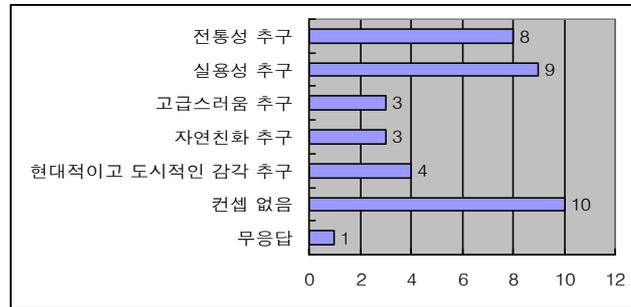


<그림2-30> B사의 디자인 프로세스

디자인 프로세스가 없더라도, 암묵적으로 설정하고 있는 컨셉과 타겟이 있는지를 물었다. 업체들의 컨셉 내용을 분석해 본 결과, 기본 컨셉 유형은 전통성 추구, 실용성 추구, 고급스러움 추구, 자연친화 추구, 현대적이고 도시적인 감각 추구로 구분할 수 있었다. 전통성 추구는 민족문화계승, 우리 멋과 맛, 우리 옷의 생활화 등의 용어로 표현되었고, 실용성 추구는 입기 편한 옷, 기능적인 옷, 실용적인 옷 등으로 표현되었다. 자연친화 추구는 건강한복, 자연친화적 삶 등의 컨셉으로 나타났다. 그러나 컨셉을 설정하지 않고 있는 경우가 10개사로 26%에 달했다. 아직 생활한복 업체들은 컨셉을 잡지 않고 있거나 대강의 개념만을 가지고 생산하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표2-10> 컨셉 구분별 업체 수

컨셉 구분	업체수	백분율(%)
전통성 추구	8	21.1
실용성 추구	9	23.7
고급스러움 추구	3	7.9
자연친화 추구	3	7.9
현대적이고 도시적인 감각 추구	4	10.5
컨셉 없음	10	26.3
무응답	1	2.6
전체	38	100.0



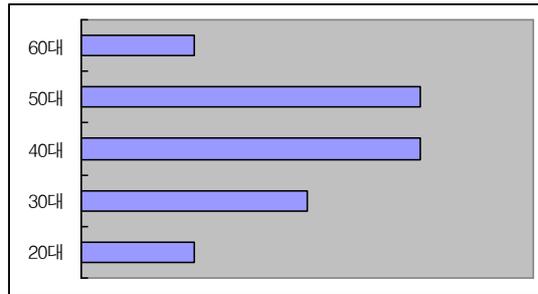
<그림2-31> 컨셉 구분별 업체 수

타겟 설정은 주로 성인 중심이었는데, 30대 이후의 성인 남녀를 타겟으로 하는 곳이 18개로 가장 많았다. 아동복까지 연령 및 성별에 상관없이 다양한 제품을 취급하는 곳이 5곳, 주로 여성을 타겟으로 하는 업체가 7개였다. 20-30대의 다소 젊은 층을 타겟으로 하는 업체가 5개 있었으며, 임부복이나 아기 돌복 등 특수복과 소품을 취급하는 곳도 있었다.

<표2-11> 타겟설정별 업체 분포

타겟	업체수	백분율(%)
아동복 포함 전연령층(특정 타겟이 없는 경우)	5	13.2
성인 남녀	18	47.4
성인 여성 위주	7	18.4
성인 남성 위주	1	2.6
20-30대 위주	5	13.2
고정고객만	1	2.6
소품 및 특수복 위주	1	2.6
무응답	1	2.6
전체	38	100.0

이들 업체 중 C사의 경우, 컨셉은 ‘우리 멋과 맛이 풍기는 생활복’이며, 아동복을 제외한 성인 전연령층을 타겟으로 삼고 있다. 이 경우 연령대별 비중을 다음과 같이 두고 있다고 한다.

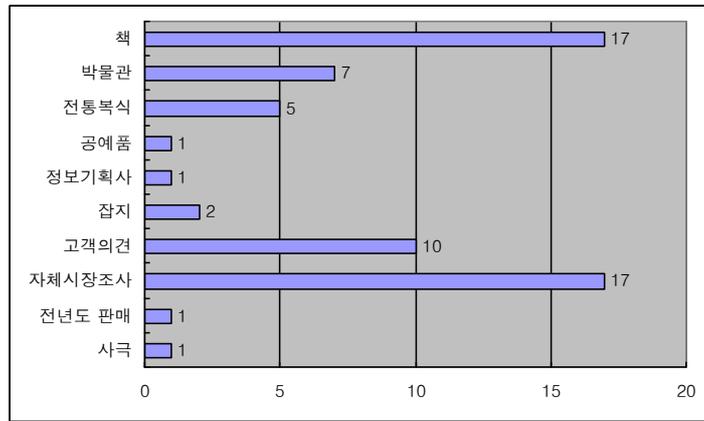


<그림2-32> C사의 타겟 설정

다음으로 디자인에 활용하는 정보원을 조사하였다. 현재 가장 많이 활용되고 있는 정보원은 문양이나 수, 복식사 관련 서적이었다. 전통적인 것과 관련하여 이밖에도 박물관의 유물, 전통복식, 공예품이 정보원으로 사용되고 있었다. 정보기획사 자료나 잡지 등을 보는 곳은 드물었으며, 다수 업체에서 판매사원을 통해 수렴한 고객의 의견을 디자인에 적용하고 있었다. 또한, 자체 시장조사를 한다고 하는데, 이는 전문적인 시장조사가 아니라, 타업체의 디자인을 보고 모방하거나 변경하는 정도인 것으로 나타났다.

<표2-12> 활용 디자인 정보원(다중응답)

정보원 유형	응답수	백분율(%)
책(문양, 수, 복식사)	17	27.4
박물관(유물)	7	11.3
전통복식	5	8.1
공예품	1	1.6
정보기획사 자료	1	1.6
잡지(패션 트렌드)	2	3.2
고객의 의견(판매사원 통해 수렴)	10	16.1
자체시장조사(타업체디자인 수집)	17	27.4
전년도 판매현황	1	1.6
TV 사극	1	1.6
전체	62	100.0



<그림2-33> 디자인 정보원

생활한복 소재로는 면을 가장 많이 사용하고 있었다. 면을 사용하는 이유로는 가장 대중적이고 입기 편하며 세탁이 용이하여 실용적이고 가격도 저렴하기 때문이다. 게다가 생활한복 소재로 많이 사용되고 있기 때문에 생활한복 소재로서 친밀감을 주기도 한다.

<표2-13> 사용 소재(다중응답)

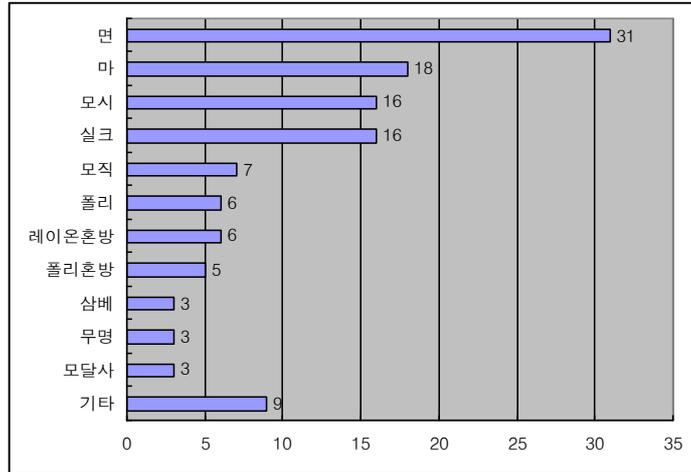
사용 소재	응답수	백분율(%)
면	31	25.2
마	18	14.6
모시	16	13.0
명주(실크)	16	13.0
모직	7	5.7
폴리(합섬)	6	4.9
레이온혼방	6	4.9
폴리혼방	5	4.1
삼베	3	2.4
무명	3	2.4
모달사(레이온)	3	2.4
기타	9	7.3
전체	123	100.0

마, 모시, 실크도 많이 사용되고 있었다. 모시나 마는 주로 여름용 소재였고, 모시는 옛멋을 느낄 수 있고 시원하기 때문에, 실크는 옷을 만들었을 때 느낌이 좋고 고급스러움을 주기 때문에 선호되었다.

그밖에 모직은 겨울용 옷감으로 사용되는데, 역시 고급스러운 느낌을 준다고 한다. 레이온 혼방이나 폴리혼방은 구김을 덜 가게 하는 소재로 선택하고, 폴리

는 서구식 복식에 익숙한 패션 감각을 요구하는 소비자들을 위해 사용한다고 했다.

기타 소재에는 양단, 공단, 누비, 감물천, 광목, 양장지 등이 포함되었는데, 양단이나 공단, 누비 등은 전통 한복지로서 생활한복의 한복다운 멋을 주는 데 활용되고 있었다.

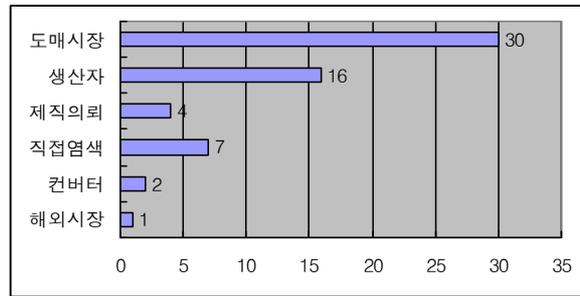


<그림2-34> 사용소재

소재 소싱은 주로 동대문 시장을 중심으로 한 도매시장에서 구매하는 것으로 나타났다. 그밖에 생산자로부터 직접 구입하는 경우가 있었는데, 제직공장뿐만 아니라 지방 수공업자로부터도 직접 구매하고 있었다. 공장에 제직을 의뢰하는 경우도 있었고, 염색을 하는 경우는 직접 하는 경향이었다. 컨버터를 이용하는 업체는 2곳으로 나타났으며, 해외시장에서 소재를 구한다는 것은 고가의 생활한복을 생산하는 업체의 응답이었다.

<표2-14> 소재 소싱 방법

소재 소싱 방법	응답수	백분율(%)
도매시장(동대문시장)	30	78.9
생산자(업체)로부터 직접 구입	16	42.1
공장에 제직의뢰	4	10.5
직접 염색	7	18.4
컨버터	2	5.3
해외시장	1	2.6
전체	38	100.0



<그림2-35> 소재 소싱 방법

### (3) 생산현황

생산현황은 시즌구분 방법 및 제품 출하 간격, 시즌당 생산 스타일수, 스타일당 생산 별 수, 그리고 아이템별 구성비와 가격대, 사이즈 스펙, 생산 형태로 알아보았다.

먼저, 시즌구분은 4계절에 따라 하는 경우가 대체적이었으나 봄·가을/여름/겨울, 여름/봄·가을·겨울, 봄·여름·가을/겨울, S/S와 F/W의 예외도 1개사씩 있었다. 대부분 신제품은 시즌구분에 따라서 출시되는 경향이었으나, 적게는 2-3일을 단위로 하여 지속적으로 신제품을 공급하는 업체도 있었다.

<표2-15> 시즌 구분

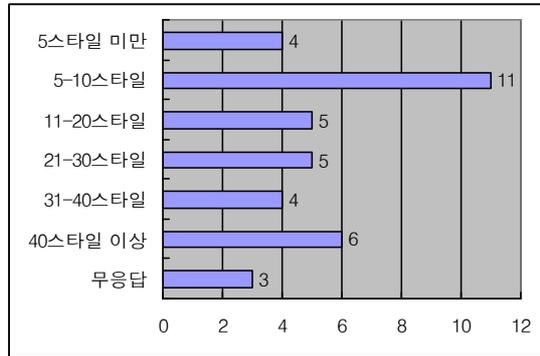
시즌 구분	업체수	백분율(%)
4계절 구분	32	84.2
봄·가을/여름/겨울	1	2.6
여름/봄·가을·겨울	1	2.6
봄·여름·가을/겨울	1	2.6
S/S와 F/W	1	2.6
무응답	2	5.3
전체	38	100.0

시즌당 출하하는 스타일 수는 업체별로 적게는 2스타일에서 많게는 100스타일까지였다. 본 조사업체에서는 5-10스타일 사이에 가장 많은 업체가 응답하였다.

그리고, 스타일당 생산하는 별 수는 가장 적은 경우 1-5별에서 가장 많은 경우가 3천-3천5백 별까지였다. 스타일 수보다도 스타일당 생산 별 수는 그 편차가 더욱 큰데, 업체별 디자인 경향과 생산체계 및 업체 규모에 따라 생산 별 수에 차이가 날 것이다.

<표2-16> 시즌당 생산 스타일 수

시즌당 스타일수	업체수	백분율(%)
5스타일 미만	4	10.5
5-10 스타일	11	29.0
11-20스타일	5	13.2
21-30스타일	5	13.2
31-40스타일	4	10.5
40스타일 이상	6	15.8
무응답	3	7.9
전체	38	100.0



<그림2-36> 시즌당 생산 스타일 수

<표2-17> 스타일당 평균 생산 벌 수

스타일당 평균 생산벌수	업체수	백분율(%)
10벌 이하	2	5.3
11-50벌	4	10.5
51-100벌	2	5.3
101-300벌	12	31.6
310-600벌	4	10.5
1000벌 내외	2	5.3
2000벌 이상	2	5.3
맞춤	3	7.9
무응답	7	18.4
전체	38	100.0

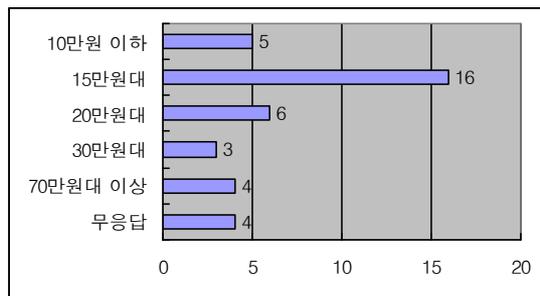
E사의 경우에는 아이템별로 생산 벌 수를 조절하고 있었는데, 1스타일 당 남자 저고리의 경우 30벌, 양상블은 5벌, 남성용 남방은 15벌, 원피스와 저고리 세트는 5벌, 여자 저고리는 50벌, 바지는 10벌을 생산한다고 하였다.

또한 1스타일당 평균 500벌을 생산하는 F사의 경우, 사이즈에 따라, 특대:대:중:소를 15:35:30(35):20(15)의 비율로 생산하고 있다. F사 이외에도 많은 업체에서 중간 사이즈를 더 높은 비율로 생산하고 있다.

아이템 구성내용은 업체마다 차이가 나서, 아이템 구성비를 체계적으로 비교하기가 힘들다. 다만, 대부분의 업체가 저고리·치마·바지를 90% 이상의 비중으로 생산하고 있는 경향을 보였다. 한 벌을 기준으로 하여 가격을 비교해 보면, 5개 정도의 가격대가 형성되고 있음을 알 수 있는데, 10만원 이하 가격으로 생활한복 한 벌을 판매하는 업체수가 5개, 15만원대의 업체수가 16개, 20만원대의 업체수가 6개, 30만원대의 업체수가 3개, 70만원대 이상의 업체수가 4개였다. 생활한복 중저가 시장이 15만원대에서 활성화되어 있으며, 100만원에 이르는 고가 시장 또한 차별화되어 존재한다.

<표2-18> 한 벌 당 가격대 분포

한벌 당	업체수	백분율(%)
10만원 이하	5	13.2
15만원대	16	42.1
20만원대	6	15.8
30만원대	3	7.9
70만원대 이상	4	10.5
무응답	4	10.5
전체	38	100.0



<그림2-37> 한 벌 당 가격대 분포

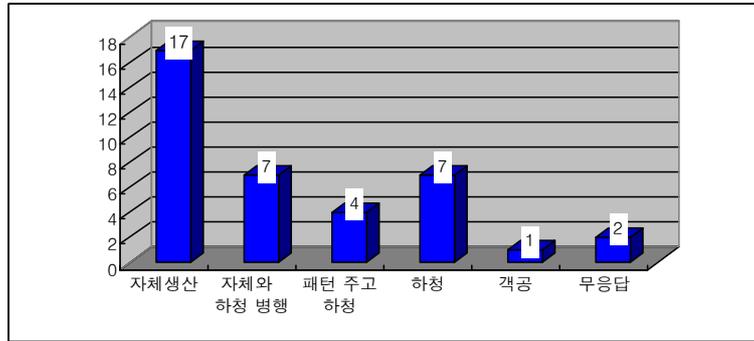
다음은 업체별 사이즈 스펙을 알아보았다. 결과, 거의 모든 업체들의 치수 표기 및 치수 설정 방법이 다 제각각이며, 같은 업체라도 남성복과 여성복의 치수 설정 방식에 차이가 나는 경우도 많다. 치수의 기준은 키, 가슴둘레, 허리둘레, 혹은 이들의 조합 등이다. 사이즈는 3-4 구별이 대체적이다. 사이즈 스펙의 유형을 열거해 보면 다음과 같다.

1. 대/중/소(키) 남 175/170/165 여 165/160/155
2. 특대/대/중/소(허리)
3. 대/중/소(가슴둘레와 키) 남 110-180/100-173/96-165 여 95-170/85-163/78-158
4. 남 대/중/소 여 55/66/77
5. 남 큰큰(105)/큰(100)/보통(95)/작은(90) 여 큰(95)/보통(90)/작은(85)
6. 성인 55 66 77 88 99 아동 연령별로 3/4/5/6
7. 허리 기준 남 95(30)/100(32)/105(34)/110(36) 여 55(26)/66(28)/77(30)/88(32)
8. 가슴둘레 기준 남 77(97)/88(100) 여 55(85)/66(88)/77(91)/88(94)
9. 95/100/105/110(가슴둘레)
10. 특대/대/중/소(허리둘레) 여 소(28)/중(29)/대(30)
11. 허리기준 여 55(26,27)/66(28,29)/77(30-32)
12. 상의 S/M/L/XL 하의 28/30/32/34/36
13. 여 66(91-96-160)/77(94-100-165)/88(96-104-170)
14. 키 기준 남 66(-165)/77(166-172)/88(173-178)/99(179-183)/100(183-)  
여 55(157-161)/66(160-165)/77(163-168)/88(163-170)
15. 키 기준 남 대(175-)/중(170-175)/소(-170)
16. 키와 가슴둘레 기준 남 95 100 105 110 여 85 90 95 100
17. 남 90 95 100 105 여 M L XL
18. 키 기준 남 대(178-180)/중(170-176)/소(165-170)
19. 남 키 위주 95/100/105 여 허리 위주 90/95/100
20. 맞춤

생활한복 생산 형태는 자체생산이 17개 업체로 가장 많았다. 다음이 자체생산과 하청생산을 병행하는 경우와 하청생산을 하는 경우였다. 패턴을 주고 봉제만 하청을 하는 경우도 4곳 있었고, 객공을 하는 경우는 1군데였다.

<표2-19> 생산 형태

생산형태	업체수	백분율(%)
자체생산	17	44.7
자체생산과 하청생산 병행	7	18.4
패턴주고 봉제만 하청	4	10.5
하청생산	7	18.4
객공	1	2.6
무응답	2	5.3
전체	38	100.0



<그림2-38> 생산 형태

#### (4) 판매와 촉진

회사 개요, 상품 기획, 생산 부분에 이어 판매와 촉진에 관한 내용을 조사하였다. 판매와 촉진 부분에서는 광고 및 홍보 방법, 재고율 및 재고 처리 방법, 그리고 판매시의 주고객층을 알아보았다.

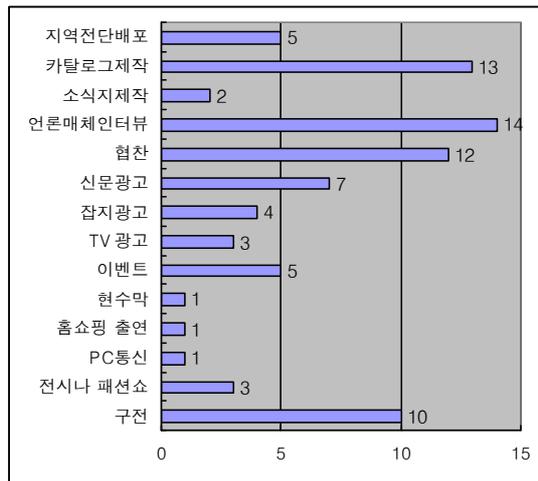
<표2-20> 광고 및 홍보 방법(다중응답)

광고 및 홍보 방법	응답수	백분율(%)
지역전단배포	5	6.2
카탈로그 제작	13	16.0
소식지 제작	2	2.5
언론매체 인터뷰	14	17.3
협찬	12	14.8
신문광고	7	8.6
잡지광고	4	4.9
TV(케이블 포함) 광고	3	3.7
이벤트	5	6.2
현수막	1	1.2
홈쇼핑 출연	1	1.2
PC통신	1	1.2
전시나 패션쇼	3	3.7
구전	10	12.3
전체	81	100.0

광고 및 홍보 방법을 알아본 결과, 대부분의 업체는 나름대로 광고와 홍보를 위한 방법들을 가지고 있었지만, 홍보를 전혀 하지 않는다는 곳도 5군데 정도 있었다. 다중응답에 의한 유형별 언급 빈도를 보면, 가장 많이 활용하는 방법은 인터뷰와 카탈로그, 그리고 협찬이었다. 인터뷰는 신문이나 잡지, TV 등의 인터

뷰 요청에 의해 기사화 시키는 홍보 방법이다. 협찬은 드라마 협찬, 오락 프로그램의 상품 협찬, 연예인 개인이나 국악인 협찬 등의 형식으로 이루어진다.

그밖의 응답 중에 잡지 광고는 여성잡지와 ‘말’지 등의 특수지를 대상으로 한다. 이벤트의 유형에는 펜 사인회 개최, 생활한복 강좌, 민족문화 강좌 등이 있었다. 구전을 활용한다는 응답도 꽤 많았는데 이는 적극적인 홍보는 하고 있지 않다는 것과 마찬가지로 여겨진다.



<그림2-39> 광고 및 홍보 방법

다음, 재고율을 알아본 결과, 재고 개념 자체가 없다고 응답한 업체가 가장 많아 13개사나 되었는데, 맞춤 제작을 하는 경우, 소량생산을 하는 경우, 아직 재고가 생기지 않은 경우, 그리고 재고가 있을 경우 다음시즌에 재판매하는 시스템으로 재고라고 여기지 않는 경우 등이 포함된다.

<표2-21> 재고율

재고율	응답수	백분율(%)
10%	3	7.9
15%	1	2.6
20%	3	7.9
25%	1	2.6
30%	3	7.9
35%	1	2.6
재고가 거의 없음	8	21.1
재고의 개념이 없음	13	34.2
무응답	5	13.2
전체	38	100.0

다음 순위는 재고가 거의 없다는 응답이었다. 재고가 거의 없다고 응답한 업체의 언급 중에, ‘20% 이내로 재고를 적절히 유지하고 있으므로 재고가 없다’고 한 것이 있는데, 이로 미루어 보아 재고가 거의 없다고 응답한 업체들의 재고율은 20% 이하 수준일 것으로 짐작된다.

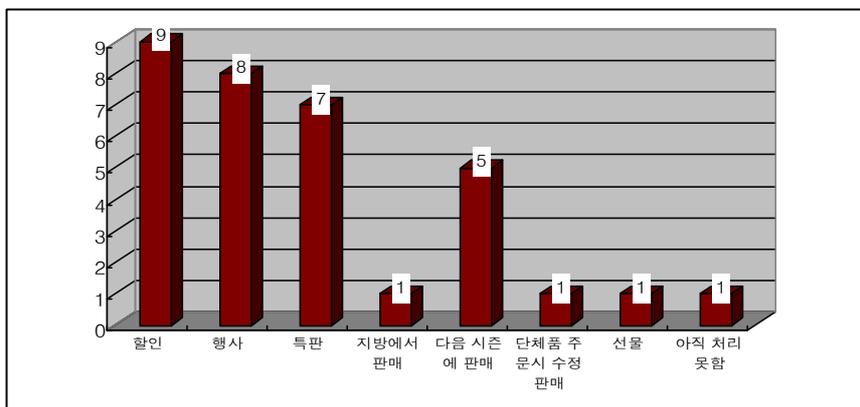
재고처리방법은 재고가 없다거나 아직 재고가 발생하지 않은 경우 응답하지 않은 업체가 다수 있었고, 또한 업체별로 중복응답하였으므로 재고 처리 유형별로 언급 빈도를 제시하기로 한다.

매장에서 할인판매하거나 백화점 세일 행사에 참여하거나 특판으로 처리하는 경우가 보편적으로 보인다. 각각의 할인율로 응답된 것은 할인판매의 경우 30%, 35%, 20-40%, 50%, 80% 이었으며, 행사판매의 경우 10-20%, 50%, 70-80%가 있었다. 특판의 경우 10-20%, 30-50%가 있었는데, 특판의 내용으로는 북한어린이돕기행사, 진해군항제 참여, 바자회 등이 있었다.

다음 시즌에 판매한다거나 수정판매하는 식의 재로 처리 방법은 아직 이들 업체들에 제품 기획이나 유행의 개념이 존재하지 않는 것을 의미한다.

<표2-22> 재고 처리 방법(다중응답)

재고처리 방법	응답수	백분율(%)
할인	9	28.1
행사	8	25.0
특판	7	21.9
지방에서 판매	1	3.1
다음 시즌에 판매	5	15.6
단체품 주문시 수정 판매	1	3.1
선물	1	3.1
아직 처리하지 못하고 있음	1	3.1
전체	32	100.0

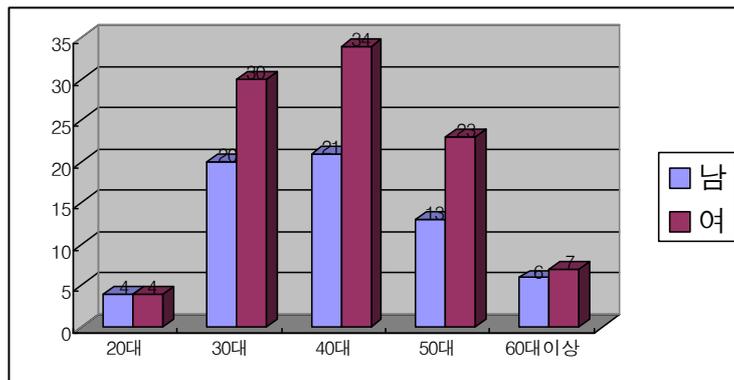


<그림2-40> 재고 처리 방법

주고객층에 대한 응답은 매우 다양해서, 아동복까지 연령대별로 고른 분포를 보인다는 응답이 4개, 그외에는 '30-40대 남녀' '30-50대 주부'하는 식이어서, 이들 응답에 언급된 회수로 연령대와 성별을 나누어 시장의 판도를 읽어보았다. 결과, 40대 여성이 현재 생활한복 업계의 가장 주된 고객임을 알 수 있었다. 소수의견으로 외국인, 스님, 대학 교수님들이 주고객이라는 언급과 상류층 아주머니들이 주고객이라는 언급도 있었다.

<표2-23> 생활한복의 주고객층(다중응답)

주고객층	응답수	백분율(%)
20대 남자	4	2.5
20대 여자	4	2.5
30대 남자	20	12.3
30대 여자	30	18.5
40대 남자	21	13.0
40대 여자	34	21.0
50대 남자	13	8.0
50대 여자	23	14.2
60대 이상 남자	6	3.7
60대 이상 여자	7	4.3
전체	162	100.0



<그림2-41> 생활한복의 주고객층

## SUMMARY

생활한복 업체의 많은 수가 1-2년 전부터 생활한복을 생산하기 시작했으며, 그 수는 계속 증가추세에 있다. 그러나, 10명 미만의 종업원을 두고 있는 업체와 1개 점포로 직접 생산과 판매를 겸하는 경우처럼 영세한 회사가 많다.

상품 기획은 대표나 사장이 직접 하고 있는 경우가 많았고, 거의 모든 회사가 체계적인 디자인 프로세스를 가지고 있지 않았다. 디자인 정보원으로는 책을 많이 활용하고 있었고, 자체 시장조사로 타업체의 디자인을 모방 생산하는 경우도 많았다. 소재로는 면을 가장 많이 사용하고 있었으며, 소재 소싱은 주로 동대문 시장을 중심으로 한 도매시장에서 구매하는 것으로 나타났다.

업체들의 치수 표기 및 치수 설정 방법이 다 제각각이며, 같은 업체라도 남성복과 여성복의 치수 설정 방식에 차이가 나는 경우도 많다. 생활한복 생산 형태는 자체생산이 17개 업체로 가장 많았다.

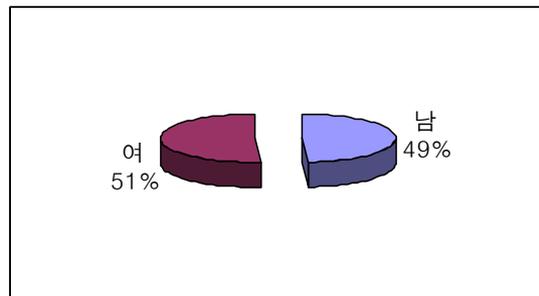
촉진 방법으로 가장 많이 활용하는 것은 인터뷰와 카탈로그, 그리고 협찬이었으며, 40대 여성이 현재 생활한복 업계의 가장 주된 고객임을 알 수 있었다.

생활한복 업체는 최근 1-2년 사이에 늘어나기 시작했으며, 아직 영세한 업체가 많다. 상품 기획자가 뚜렷이 없으며, 디자인 프로세스의 개념도 가지고 있지 않다. 특히, 치수 및 표기 방법은 혼란스럽다. 디자인과 생산의 측면에서 서양복 생산 업계를 벤치마킹하여 보다 기획력있는 제품을 공급할 필요가 있으며, 촉진의 측면에서도 다양한 방법들을 활용하여 고객층을 넓혀 나가야 할 것이다.

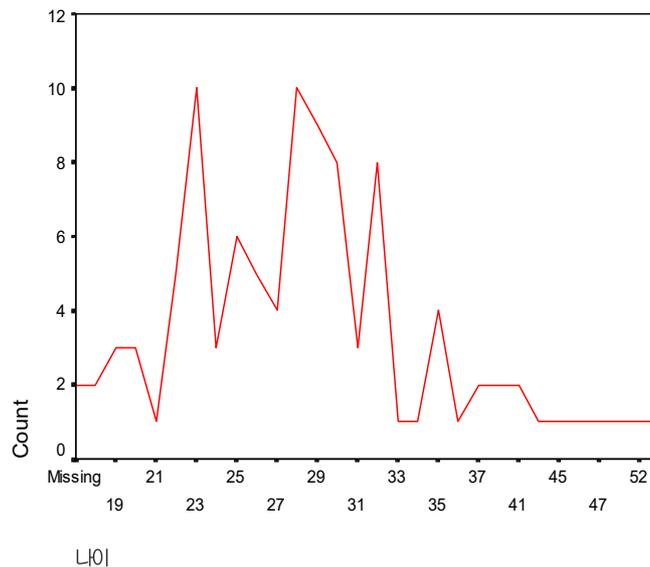
## 나. 외국인 조사 결과

### (1) 응답자 프로필

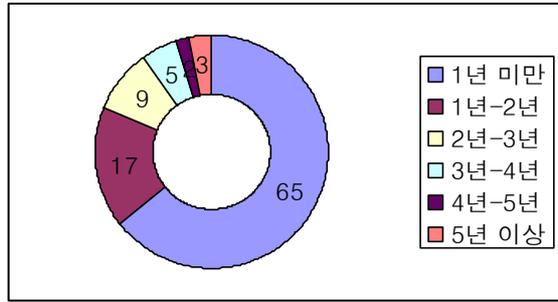
응답자의 성별 분포는 남자 50명, 여자 52명이었고, 연령 분포는 16세에서 66세 사이였다. 23세와 28세가 각 10명이었으며, 29세가 9명, 그리고 30세와 32세가 각각 8명의 순서였다. 응답자 한국 거주 연한은 1개월 미만에서 8년까지에 걸쳐 있었는데, 과반수 이상이 1년 미만 거주자였다. 응답자의 국적은 24개로 조사되었다. 미국인이 33명으로 가장 많았고, 다음이 일본인으로 18명, 캐나다인 11명, 독일인 5명의 순서로 응답자가 많았다. 응답자들의 직업은 학생이 53명으로 가장 많았으며, 학원이나 대학의 강사, 전문직 종사자, 사업 등의 순서로 나타났다.



<그림2-42> 응답자 성별 분포



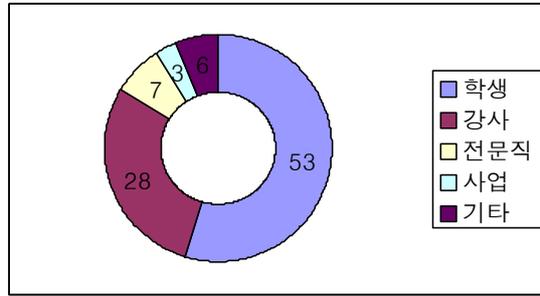
<그림2-43> 응답자 연령별 분포



<그림2-44> 응답자 거주연한별 분포

<표2-24> 응답자의 국적별 분포

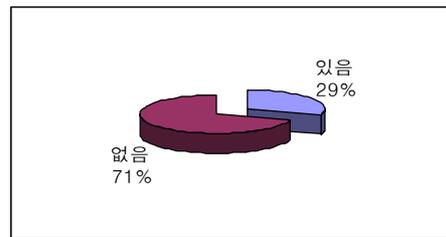
국적	응답자수	백분율
미국	33	32.4
일본	18	17.6
캐나다	11	10.8
독일	5	4.9
대만	4	3.9
교포	4	3.9
영국	3	2.9
파키스탄	3	2.9
방글라데시	2	2.0
중국	2	2.0
홍콩	2	2.0
덴마크	2	2.0
러시아	2	2.0
오스트레일리아	1	1.0
브라질	1	1.0
프랑스	1	1.0
인도	1	1.0
이라크	1	1.0
이탈리아	1	1.0
몽고	1	1.0
네팔	1	1.0
사우디아라비아	1	1.0
스위스	1	1.0
베트남	1	1.0
Total	102	100.0



<그림2-45> 응답자 직업별 분포

(2) 생활한복에 대한 평가

전체 응답자 102명 중 29%에 해당하는 30명은 생활한복 착용경험이 있었다. 무작위 조사임에도 불구하고 생활한복 착용경험자의 비율이 약 30%에 달하는 것은 국내 소비자 조사와 비교해 보아도 높은 수치이다. 즉, 국내 거주 외국인들의 경우 한국의 문화와 전통에 관심이 많고 따라서 생활한복에 대한 흥미도 높은 것으로 여겨진다.



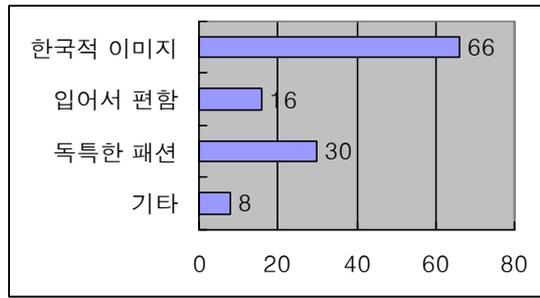
<그림2-46> 생활한복 착용 경험

생활한복 선호 이유는 모두 고르게 하였는데, 102명 중 66명이 한국적 이미지를 선택하여, 외국인에게 가장 소구하는 요소는 한국적인 이미지임을 알 수 있었다.

<표2-25> 생활한복 선호 이유(다중응답)

선호 이유	응답자수	백분율(%)*
한국적인 이미지	66	64.7
입어서 편함	16	15.7
독특한 패션	30	29.4
기타	8	7.8

\* 100명 중 응답자 비율을 나타낸 것임



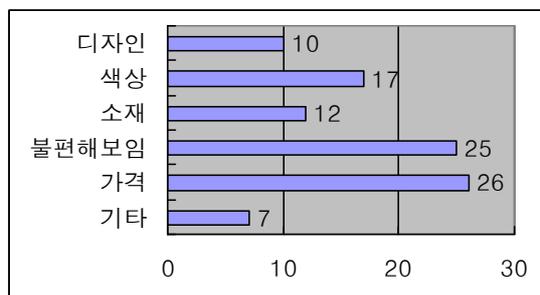
<그림2-47> 생활한복 선호이유

생활한복에 대한 불만족스러운 점을 모두 선택하게 하는 질문에 대한 응답수는 많지 않았고, 불만족도가 아주 높은 항목도 없었다. 보통 불만족은 착용 경험에서 오는 경우가 많으므로, 착용해보지 않은 응답자가 많은 본 조사의 경우 불만족 내용이 그다지 많이 제시되지 않은 것으로 보인다. 외국인 체형에 맞지 않을 것 같다 불편해 보인다는 항목과 가격 항목은 응답자 1/4 정도가 선택하였다.

<표2-26> 생활한복 불만족 내용(다중응답)

불만족 내용	응답자수	백분율(%)*
디자인	10	9.8
색상	17	16.7
소재	12	11.8
불편해 보임	25	24.5
가격	26	25.5
기타	7	6.8

\* 100명 중 응답자 비율을 나타낸 것임



<그림2-48> 생활한복 불만족 내용

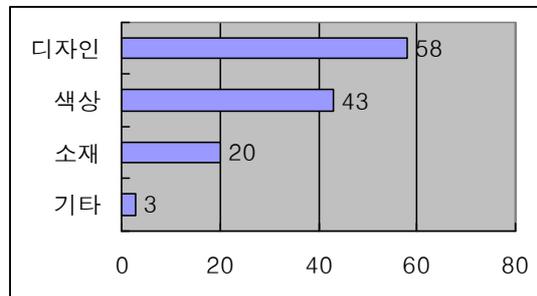
생활한복 요소 중 가장 한국적이라고 생각하는 부분은 디자인, 색상, 소재 순으로 응답되었다. 정인희·최선형·강순제(1997)의 연구 결과에서 변형한복을 보급할 때 색상과 배색은 현대화시키되 선에 있어서는 전통을 살려야한다고 하였

는데, 외국인들의 경우에도 디자인에서 가장 한국적인 느낌을 받는 것으로 조사되었다.

<표2-27> 생활한복의 한국적 요소(다중응답)

한국적 요소	응답자수	백분율(%)*
디자인	58	56.9
색	43	42.2
소재	20	19.6
기타	3	2.9

\* 100명 중 응답자 비율을 나타낸 것임



<그림2-49> 생활한복의 한국적 요소

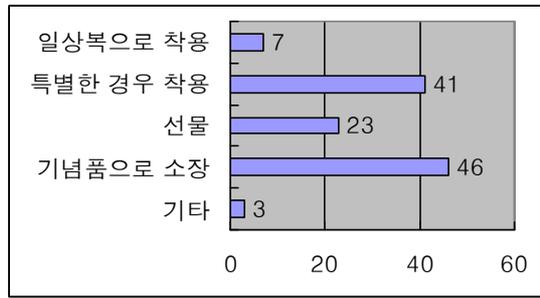
### (3) 생활한복 활용과 구매 의도

외국인들에게는 생활한복 착용 용도 대신 생활한복 활용 용도를 질문하였다. 기념품으로 소장하거나 선물하는 등과 같이 실제 착용 목적이 아니더라도 생활한복의 구매자가 될 수 있기 때문이다. 결과, 기념품으로 소장하거나 특별한 경우에 착용하고자 하는 목적이 가장 많이 응답되었다.

<표2-28> 생활한복 활용 용도(다중응답)

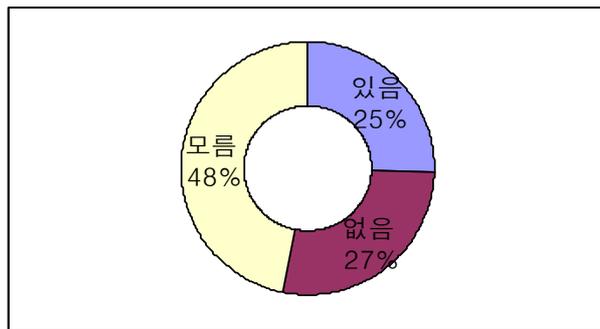
용도	응답자수	백분율(%)*
일상복으로 착용	7	6.9
특별한 모임에서 착용	41	40.2
선물	23	22.5
기념품으로 소장	46	45.1
기타	3	2.9

\* 100명 중 응답자 비율을 나타낸 것임



<그림2-50> 생활한복 활용 용도

생활한복에 대한 직접 구매의향은 생활한복 활용 용도를 높게 응답했던 것과 약간 거리감이 있어, 구매 의향이 있는 사람은 102명 중 26명이었다. 응답자들 중에는 실제로 생활한복을 선물받아서 소유하고 있는 경우가 있었는데, 생활한복을 한국의 기념품으로 소장하는 용도 등은 한국인들로부터 선물받는다는 전제 하에 이루어진 응답일 수도 있겠다. 그러나, 구매의향이 있다는 비율이 25%가 넘고, 아직 확실하지 않은 경우가 48%에 해당하므로, 외국인을 대상으로 한국적 디자인을 살린 생활한복(한국적 이미지의 옷)의 시장성을 검토해볼 필요가 있다.

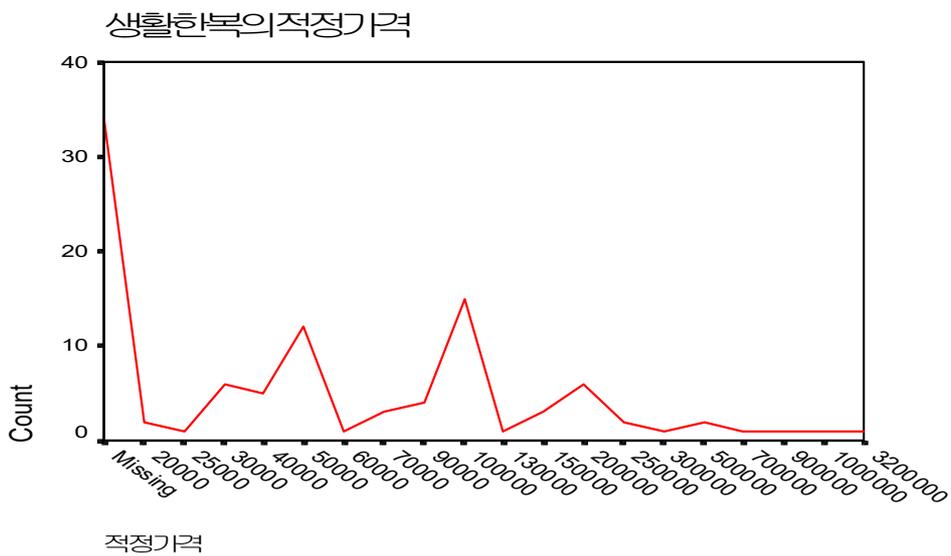


<그림2-51> 생활한복 직접 구매 의향

외국인들이 생각하는 생활한복의 적정가격은 2만원에서 100만원까지 다양하게 제시되었다. 달러를 환산하여 보면 320만원에 해당하는 응답을 제시한 경우도 나왔는데, 이는 보통의 응답과 너무 동떨어진 수치여서 응답자의 오기에 의한 것이 아닐까 짐작된다. 10만원 응답이 15명으로 가장 많았고, 5만원이 12명, 3만원과 20만원이 각 6명씩이었다. 15만원 이하를 적정가격으로 제시한 응답자가 80%에 가깝고, 앞서 불만족 요인에서도 가격이 비교적 많이 응답되었으므로, 외국인들을 대상으로 한 판매에서도 가격이 가장 문제가 될 것으로 보여진다.

<표2-29> 생활한복 적정가격

가격	응답수	백분율(%)
20000	2	2.0
25000	1	1.0
30000	6	5.9
40000	5	4.9
50000	12	11.8
60000	1	1.0
70000	3	2.9
90000	4	3.9
100000	15	14.7
130000	1	1.0
150000	3	2.9
200000	6	5.9
250000	2	2.0
300000	1	1.0
500000	2	2.0
700000	1	1.0
900000	1	1.0
1000000	1	1.0
3200000	1	1.0
무응답	34	33.3
전체	102	100.0



<그림2-52> 생활한복 적정가격

생활한복과 전통한복이 같은 가격이라면 어느 쪽을 선택하겠느냐는 비교 구매의사 질문에는 예상대로 전통한복에의 편향이 나타났다. 생활한복보다는 전통한복 쪽이 더 한국적 이미지를 많이 간직하고 있기 때문이다. 그러나, 생활한복을 선택한 사람도 20명에 달해 생활한복 선호 집단도 일정 비율 존재함으로 알 수 있었다. 그밖에 둘 다를 구매하겠다는 사람이 5명이었다.

<표2-30> 생활한복과 전통한복 비교 구매의사

구매 대상	응답자수	백분율(%)
전통한복	43	43.0
생활한복	20	20.0
둘 다	5	5.0
아무것도 사지 않겠다	7	7.0
모르겠다	25	25.0



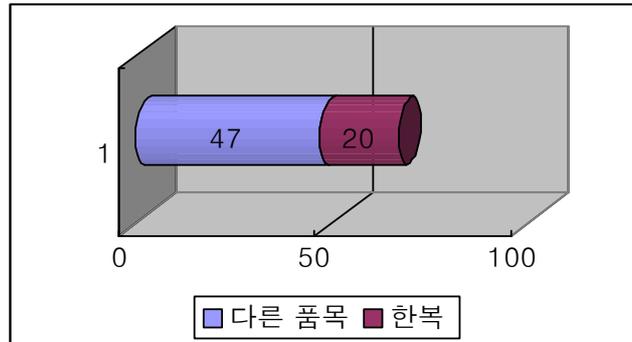
<그림2-53> 생활한복과 전통한복 비교 구매의사

#### (4) 관광상품으로서의 생활한복에 대한 전망

생활한복의 관광상품으로서의 전망을 확인하기 위해 먼저 원하는 관광상품에 대한 자유기술 응답을 받았다. 전체 102명 중 총 67명이 자유기술 응답을 하였는데, 이 중 47명이 다른 관광상품을 선택하였고, 20명은 한복 관련 응답을 하였다.

한편, 생활한복의 관광상품으로서의 전망을 묻는 질문에는 현재상태 그대로 좋다는 응답이 22명, 혹은 디자인을 개선하거나 가격이 다소 저렴해진다면 관광상품으로의 전망이 밝다는 응답이 59명이었고, 관광상품으로 적합하지 않다는 응답은 14명이었다. 전체 83%가 긍정적인 응답을 한 데 주목할 필요가 있으나,

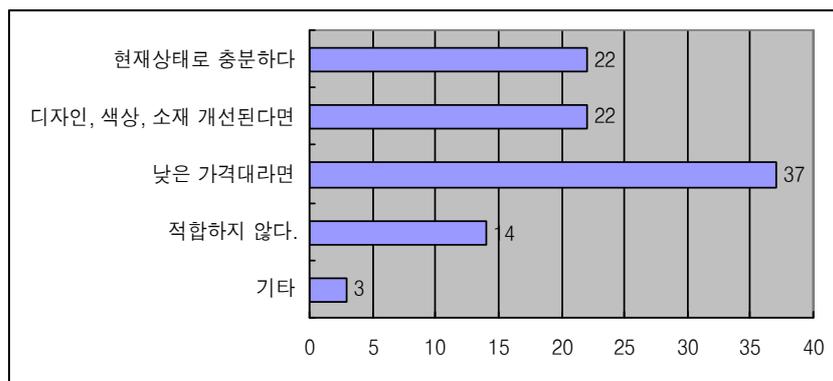
디자인 개선과 특히 가격 개선 등의 문제는 여전히 남아 있다.



<그림2-54> 원하는 관광상품

<표2-31> 생활한복의 관광품으로서의 전망

전망	응답자수	백분율(%)*
현재대로 충분히 좋다	22	22.4
디자인, 색상, 소재 개선된다면	22	22.4
좀 더 가격이 저렴해진다면	37	37.8
적합하지 않다	14	14.3
기타	3	3.1



<그림2-55> 생활한복의 관광품으로서의 전망

## SUMMARY

생활한복의 주된 선호이유는 한국적 이미지였으며, 응답자들이 한국적이라고 느끼는 요소는 디자인, 색, 소재 순이었다.

생활한복을 기념품으로 소장하거나 특별한 모임에서 착용하고 싶어했으나, 직접 구매 의향이 있는 사람은 25%였다. 구매할 경우 생활한복의 적정 가격은 2만원~100만원 사이로 응답되었으며, 10만원의 응답이 가장 많았다.

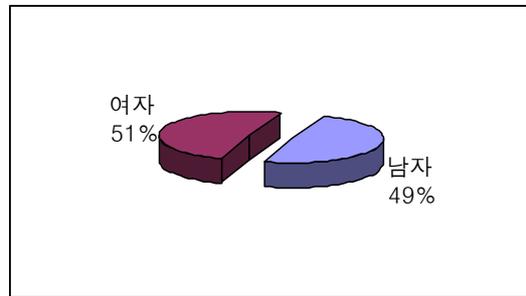
관광상품으로서의 전망은 현재대로 충분히 좋다(22.4%) 디자인, 색상, 소재 개선된다면(22.4%) 가격이 저렴해진다면(37.8%), 관광상품으로 적합하지 않다(14.3%) 순으로 응답되었다.

본 조사에 응답한 외국인들은 보다 한국적인 디자인으로 된 10만원 선의 생활한복을 구입하거나 선물 받아 기념품으로 소장 혹은 특별한 모임에서 착용하기를 원했다.

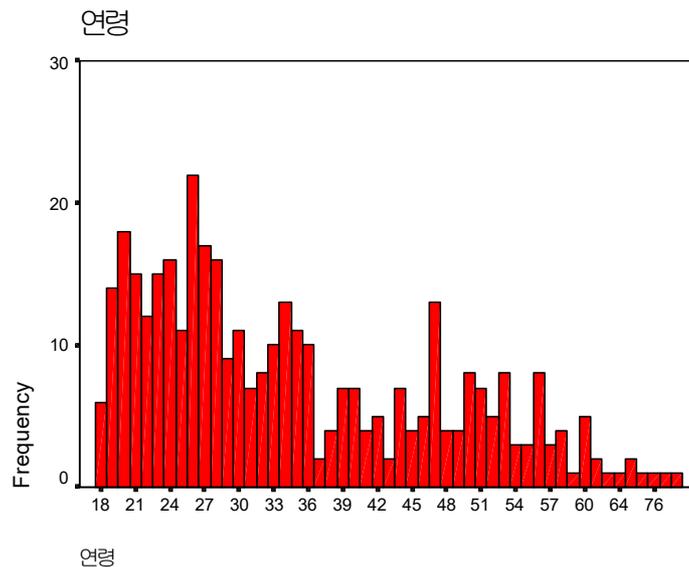
## 다. 국내 착용자 조사 결과

### (1) 응답자 프로필

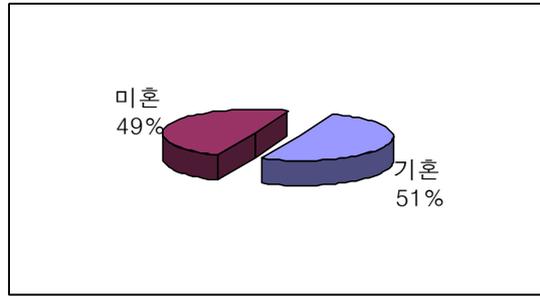
국내 생활한복 착용자 조사 응답자의 인구통계적 특성을 보면, 남자가 185명으로 49.5%, 여자가 189명으로 50.5%였다. 연령은 만 18세에서 80세까지 다양한 분포를 보였다. 결혼여부에 따라 기혼이 191명으로 51.1%, 미혼이 183명으로 48.9%였으며, 학력에 있어서는 대학교 재학 및 졸업자가 210명(56.1%)으로 과반수였다. 직업에 있어서는 학생(26.2%), 전문자유직 종사자(17.4%) 및 주부(12.0%)가 많았으며, 사회경제계층은 중중계층(47.1%), 중하계층(20.9%), 중상계층(16.0%)의 순으로 나타났다.



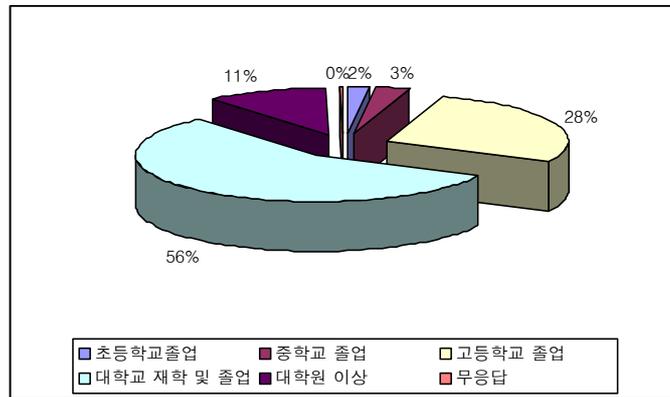
<그림2-56> 응답자의 남녀별 분포



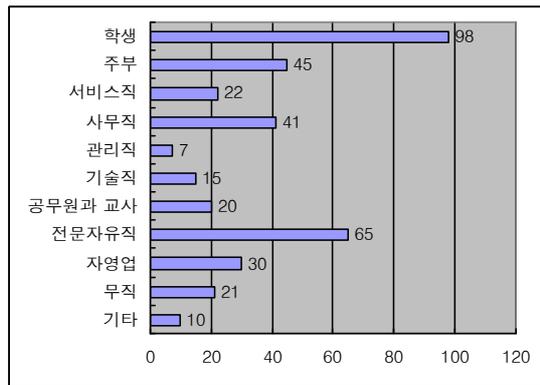
<그림2-57> 응답자의 연령별 분포



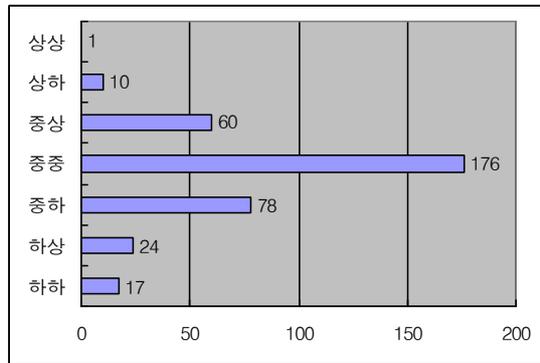
<그림2-58> 응답자의 결혼여부별 분포



<그림2-59> 응답자의 학력별 분포



<그림2-60> 응답자의 직업별 분포



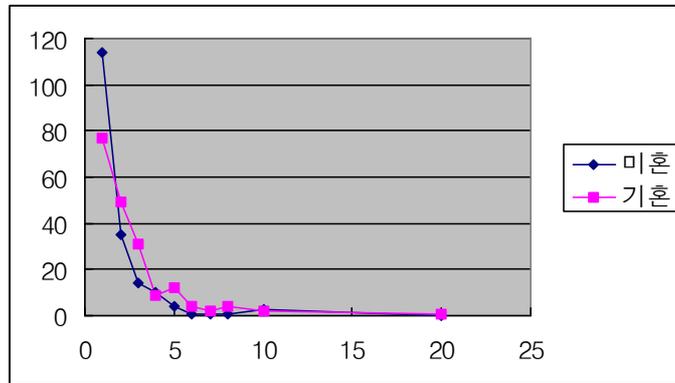
<그림2-61> 응답자의 사회계층별 분포

(2) 생활한복 소유 실태

본 조사는 생활한복 착용 경험자들만을 대상으로 하여 이루어졌으므로, 생활한복을 한 벌도 소유하지 않은 사람은 조사에 응할 수 없었다. 따라서, 응답자들은 모두 생활한복 1벌 이상 소유자들로, 응답자 개인별 최소 1벌에서 최대 20벌 까지 소유하고 있었다. 1벌의 소유자가 가장 많아 191명(51.1%)이었고, 2벌 이상 소유자는 183명(48.9%)이었다. 평균적으로 1인당 2.17벌의 생활한복을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 소유별수는 결혼여부에 따라 차이가 있어 미혼자의 경우 1벌 소유자가 62.5%에 달했으나, 기혼자의 경우 2벌 이상 소유자가 62.5%였다.

<표2-32> 생활한복 총 소유별수

소유별수	응답자수		전체(백분율)
	결혼여부별		
	미혼	기혼	
1	114	77	191(51.1%)
2	35	49	84(22.5%)
3	14	31	45(12.0%)
4	10	9	19( 5.1%)
5	4	12	16( 4.3%)
6	1	4	5( 1.3%)
7	1	2	3( 0.8%)
8	1	4	5( 1.3%)
10	3	2	5( 1.3%)
20	0	1	1( 0.3%)
전체	183	191	374(100%)
평균	1.84	2.48	2.17
F-value	10.278 (p=0.001)		

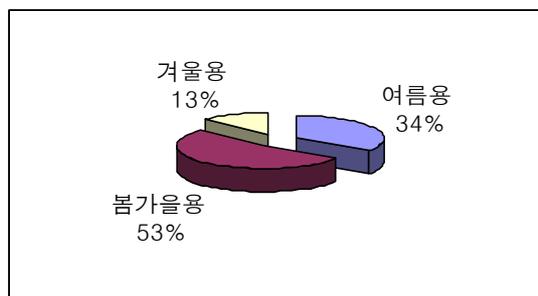


<그림2-62> 결혼여부별 생활한복 소유 현황

계절별 소유현황을 보면, 여름용 생활한복을 소유하고 있는 사람은 193명, 봄·가을용 생활한복을 소유하고 있는 사람은 289명, 겨울용 생활한복을 소유하고 있는 사람은 83명이었으며, 응답자 전체가 소유하고 있는 생활한복 별수를 계절별로 계산해 본 결과, 여름용이 279벌, 봄가을용이 424벌, 겨울용이 106벌로 나타났다. 이로써 봄가을용 생활한복 시장이 가장 활성화되어 있음을 알 수 있다.

<표2-33> 생활한복 계절별 소유현황

계절별	소유자수	응답자 전체 소유량
여름용	193	279
봄·가을용	289	424
겨울용	83	106
합계	-	809



<그림2-63> 계절별 소유량

구매유형별 소유현황은 소유자수와 전체 응답자 모두의 소유별수, 두 가지로 살펴보았다. 우선 각 구매유형별 소유자수를 보면, 생활한복 전문 고급 메이

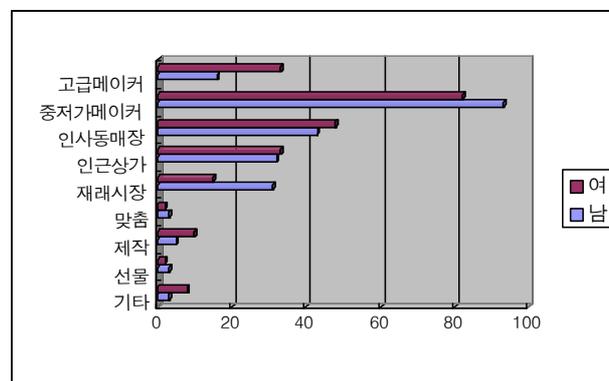
커 49명, 생활한복 전문 중저가 메이커 175명, 인사동 생활한복 전문 사입 매장 91명, 인근 상가 65명, 재래시장 46명, 맞춤 5명, 제작 15명, 선물 5명, 기타 11명으로 나타났다.

또한, 응답자 전체 소유별수는 생활한복 전문 고급 메이커 제품 78벌, 생활한복 전문 중저가 메이커 제품 306벌, 인사동 생활한복 전문 사입 매장 제품 151벌, 인근 상가 제품 93벌, 재래시장 제품 69벌, 맞춤옷 7벌, 직접 제작한 옷 53벌, 선물받은 옷 14벌, 기타 19벌이었다.

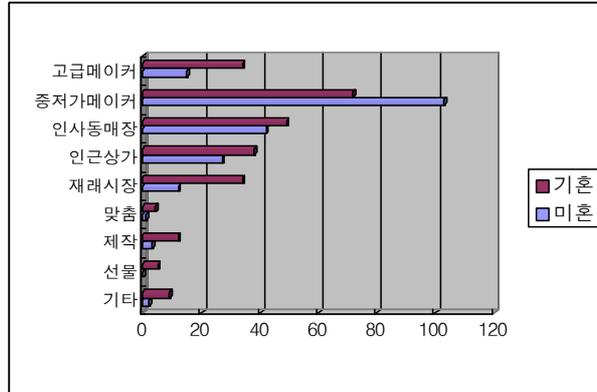
즉, 생활한복 구매유형은 중저가 메이커가 가장 많았으며, 다음이 인사동 전문 매장, 인근 상가, 고급 메이커, 재래시장, 제작 순이었다. 성별로 비교해 보면, 남자는 여자보다 중저가 메이커 구매가 많고, 여자는 남자보다 고급 메이커 구매가 많았다. 그리고 기혼집단이 미혼집단보다 고급 메이커와 재래시장 구매가 많고, 미혼집단이 기혼집단보다 중저가 메이커 구매가 많았다.

<표2-34> 생활한복 구매유형별 소유현황

구매유형별	소유자수				전체 (N=370)	응답자 전체 소유벌수
	성별		결혼여부별			
	남 (N=184)	여 (N=186)	미혼 (N=181)	기혼 (N=189)		
생활한복 전문 고급 메이커	16	33	15	34	49	78
생활한복 전문 중저가 메이커	93	82	103	72	175	306
인사동 생활한복 전문 사입 매장	43	48	42	49	91	151
인근 상가	32	33	27	38	65	93
재래시장	31	15	12	34	46	69
맞춤	3	2	1	4	5	7
제작	5	10	3	12	15	53
선물	3	2	0	5	5	14
기타	3	8	2	9	11	19
합계	-	-	-	-	-	790



<그림2-64> 성별 구매유형 차이



<그림2-65> 결혼여부별 구매유형 차이

구매가격대별 생활한복 소유현황 또한 소유자수와 전체 응답자 총 소유별수로 나누어 고찰하였다. 구매가격대별 소유자수를 보면, 5만원 미만 59명, 5만원 이상 10만원 미만 180명, 10만원 이상 20만원 미만 161명, 20만원 이상 30만원 미만 55명, 30만원 이상 50만원 미만 20명, 50만원 이상 8명이었다.

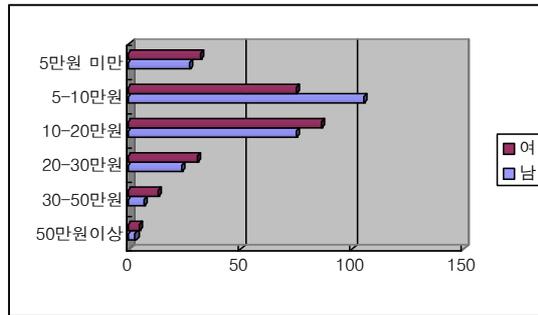
전체응답자들의 소유별수를 모두 합해보면, 5만원 미만 제품 105벌, 5만원 이상 10만원 미만 제품 312벌, 10만원 이상 20만원 미만 제품 71벌, 30만원 이상 50만원 미만 제품 30벌, 50만원 이상 제품 12벌이 된다.

소유자수나 전체 벌수 모두에서 5만원 이상 10만원 미만 제품의 수요가 가장 많았고 10만원 이상 20만원 미만이 그 다음이었다. 비록 중저가 제품의 시장 수요가 가장 크다고는 하나, 고가제품에 대한 선호도 형성되고 있다는 것을 간과하지 말아야 한다.

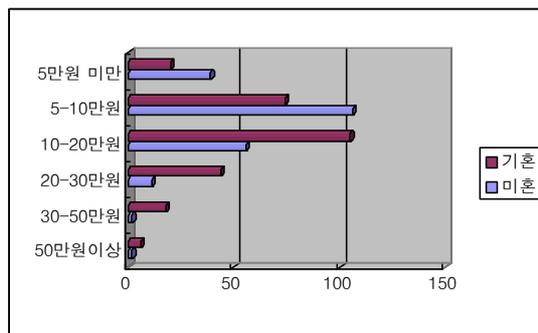
<표2-35> 생활한복 구매가격대별 소유현황

구매가격대별	소유자수					응답자 전체 소유벌수
	성별		결혼여부별		전체 (N=368)	
	남 (N=183)	여 (N=185)	미혼 (N=181)	기혼 (N=187)		
5만원 미만	27	32	39	20	59	105
5만원 이상-10만원 미만	105	75	106	74	180	312
10만원 이상-20만원 미만	75	86	56	105	161	256
20만원 이상-30만원 미만	24	31	11	44	55	71
30만원 이상-50만원 미만	7	13	2	18	20	30
50만원 이상	3	5	2	6	8	12
합계	-	-	-	-	-	786

성별에 따라, 남자는 5만원 이상 10만원 미만의 제품 구매자가 가장 많았으나, 여자는 10만원 이상 20만원 미만의 구매자가 가장 많고 이보다 더 고가제품의 소유비율도 여자쪽이 높은 것을 보아, 남자보다는 여자가 더 생활한복 구매에 많은 투자를 한다고 보여진다. 결혼여부에 따라서도 기혼 집단이 미혼 집단보다는 고가의 제품을 소유하고 있는 것으로 보인다.



<그림2-66> 성별 구매가격대 차이



<그림2-67> 결혼여부별 구매가격대 차이

### (3) 생활한복 착용 실태

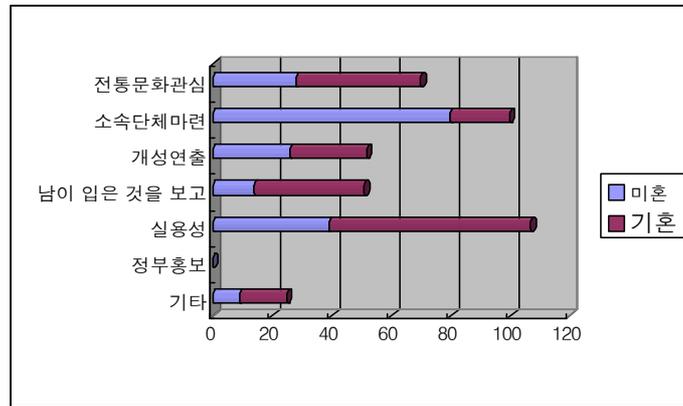
응답자들이 생활한복을 착용해 온 기간은 최소 1개월에서 최대 30년까지로 응답되었으며, 총 48명이 생활한복을 착용하기 시작한 지 1년이 지났다고 응답하였다. 생활한복을 처음 착용하게 된 동기는 ‘편하고 실용적일 것 같아서’가 가장 많았으며, ‘소속단체에서 함께 마련’한 경우가 이와 비슷한 수준이었다. 다음이 ‘전통문화에 대한 관심 때문에’, ‘개성있는 자기연출을 위한 한 방법으로’, 그리고 ‘누군가가 입은 것이 좋아 보여서’의 순서였다. ‘정부 차원에서의 홍보 및 각종 혜택부여 때문에’ 생활한복을 착용하기 시작했다는 응답은 하나도 없었다.

성별에 따른 착용 동기의 차이는 뚜렷이 보이지 않으나, 결혼여부에 따라서는 최초 착용 동기가 다르게 나타난다. 미혼집단은 소속단체에서 함께 마련한

경우가 다른 어떤 이유보다도 월등하게 많이 응답된 반면, 기혼집단은 편하고 실용적인 것 같아서 생활한복을 착용했다는 응답이 가장 많았다.

<표2-36> 생활한복을 처음 착용하게 된 동기(다중응답)

착용 동기	응답수		
	결혼여부별		전체 (백분율)
	미혼 (N=183)	기혼 (N=191)	
전통문화에 대한 관심 때문에	28	42	70(17.3%)
소속 단체에서 함께 마련	80	20	100(24.7%)
개성있는 자기 연출을 위한 한 방법	26	26	52(12.8%)
누군가가 입은 것이 좋아 보여서	14	37	51(12.6%)
편하고 실용적인 것 같아서	39	68	107(26.4%)
정부 차원에서의 홍보 및 각종 혜택 부여	0	0	0( 0.0%)
기타	9	16	25( 6.2%)



<그림2-68> 생활한복 착용 동기

생활한복 평균 착용 빈도를 보면, 거의 매일 착용하는 사람이 40명, 일주일에 한 번 이상 착용하는 사람이 116명, 한 달에 한 번 이상 착용하는 사람이 106명, 6개월에 한 번 이상 착용하는 사람이 70명, 일 년에 한 번 이상 착용하는 사람이 34명이었다. 일주일에 한 번 이상 착용하거나 한 달에 한 번 이상 착용하는 사람이 59.3%에 해당하며, 응답자들의 70%는 적어도 한 달에 한 번은 생활한복을 착용하는 것으로 나타났다. 거의 매일 착용하는 사람도 11%에 달한다.

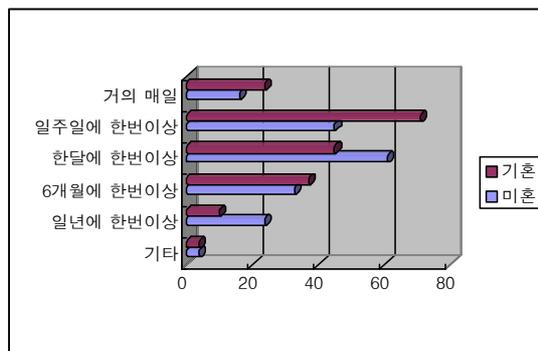
평균 착용 빈도는 결혼여부에 따라서 유의한 차이가 있었는데, 기혼자가 미혼자에 비해 더 자주 착용하였다.

한편, 착용빈도 집단별로 생활한복 소유별수를 확인해 본 결과, 일년에 한 번 이상 착용하는 사람은 1.32벌, 6개월에 한 번 이상 착용하는 사람은 1.71벌, 한

달에 한 번 이상 착용하는 사람은 1.77벌, 일주일에 한 번 이상 착용하는 사람은 2.14벌, 거의 매일 착용하는 사람은 4.85벌의 생활한복을 평균적으로 소유하고 있었다. 일원분산분석 결과, 착용빈도 집단 구분에 따라 생활한복 소유벌수에 유의한 차이가 있었는데( $F=23.363$ ,  $p=0.000$ ), 던컨 테스트 결과 거의 매일 착용하는 집단만 다른 집단들보다 생활한복 소유벌수가 유의하게 많았다.

<표2-37> 생활한복의 평균 착용 빈도

착용 빈도	응답자수		
	결혼여부별		전체
	미혼	기혼	
거의 매일 착용	16( 8.7%)	24(12.6%)	40(10.7%)
일주일에 한 번 이상 착용	45(24.6%)	71(37.2%)	116(31.0%)
한 달에 한 번 이상 착용	61(33.3%)	45(23.6%)	106(28.3%)
6개월에 한 번 이상 착용	33(18.0%)	37(19.4%)	70(18.7%)
일 년에 한 번 이상 착용	24(13.1%)	10( 5.2%)	34( 9.1%)
기타	4( 2.2%)	4( 2.1%)	8( 2.1%)
합계	183(100%)	191(100%)	374(100%)
Chi-square	15.672( $p=0.008$ )		-



<그림2-69> 결혼여부별 착용 빈도 차이

생활한복의 착용 용도별 빈도를 보면, 가정에서 평상복으로 입는 경우가 152명, 직장이나 학교 갈 때 입는 경우가 107명, 간단한 외출시에 입는 경우가 209명, 단체활동을 위한 유니폼으로 입는 경우가 107명, 결혼식이나 잔치 참가시에 입는 경우가 115명, 명절이나 예식에 전통한복 대신 입는 경우가 122명, 제사 때 입는 경우가 37명, 기타 응답 12명으로 나타났다.

100명을 기준으로 환산하여 보면, 100명 중 41명은 평상복으로 생활한복을 착용하고 있으며, 29명은 직장이나 학교 갈 때, 56명은 간단한 외출시에, 29명은 단체활동시에, 31명은 결혼식이나 잔치 참가시에, 33명은 명절이나 예식에, 10명

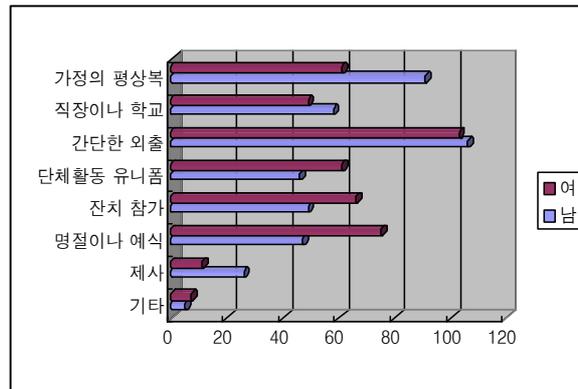
은 제사 때 입는다고 할 수 있다. 즉, 응답자들은 간단한 외출시에 생활한복을 가장 즐겨 착용하며, 집에서 평상복으로 입는 경우도 많았다.

남자가 여자보다 가정에서 평상복으로, 직장이나 학교 갈 때, 제사 때 생활한복을 더 자주 착용하는 경향이었으며, 여자는 단체활동을 위한 유니폼으로, 결혼식이나 잔치 참가시에, 명절이나 예식에 전통한복 대신 입는 경향이 높았다.

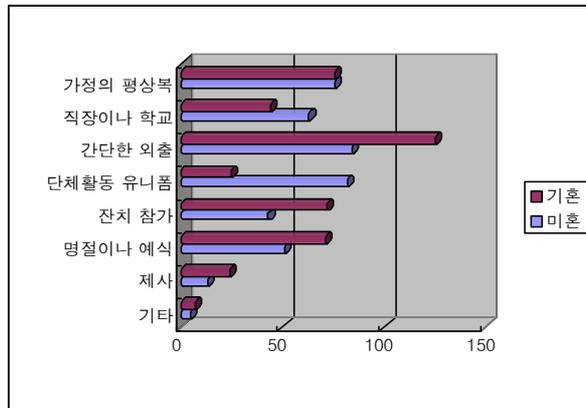
<표2-38> 생활한복의 착용 용도(다중응답)

착용 용도	응답수				전체 (백분율*)
	성별		결혼여부별		
	남 (N=185)	여 (N=190)	미혼 (N=184)	기혼 (N=191)	
가정에서 평상복으로	91	61	76	76	152(40.6%)
직장이나 학교 갈 때	58	49	63	44	107(28.6%)
간단한 외출시에	106	103	84	125	209(55.9%)
단체활동을 위한 유니폼으로	46	61	82	25	107(28.6%)
결혼식이나 잔치 참가시에	49	66	43	72	115(30.7%)
명절이나 예식에 전통한복 대신	47	75	51	71	122(32.6%)
제사 때	26	11	13	24	37( 9.9%)
기타	5	7	5	7	12( 3.2%)

\* 100명 중 해당 용도로 착용하는 사람의 수로 나타냄.



<그림2-70> 성별 착용 용도 차이



<그림2-71> 결혼여부별 착용 용도 차이

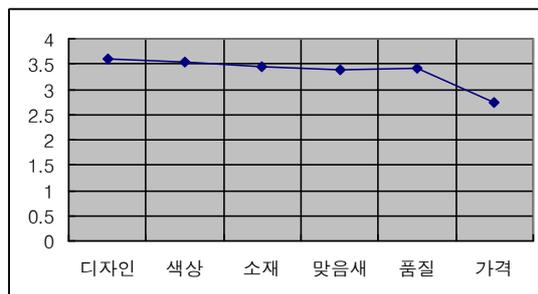
(4) 생활한복에 대한 만족과 불만족

생활한복에 대한 만족도는 디자인, 색상, 소재, 맞춤새, 품질, 가격에 대해 만족하는 정도를 5점 척도로 응답하게 하여 측정하였다. 다른 항목들은 대체로 만족하는 경향을 보였으나, 가격만큼은 가장 불만족하는 항목으로, 만족도가 보통 이하로 낮게 나타났으므로, 소비자들의 가격만족도를 높일 필요가 제기된다. 만족도가 높은 순서대로 보면, 디자인, 색상, 소재, 품질, 그리고 맞춤새였다.

<표2-39> 생활한복에 대한 항목별 만족도

항목	평균*	표준편차
디자인	3.60	.72
색상	3.53	.81
소재	3.45	.81
맞음새	3.38	.83
품질	3.43	.74
가격	2.73	.86

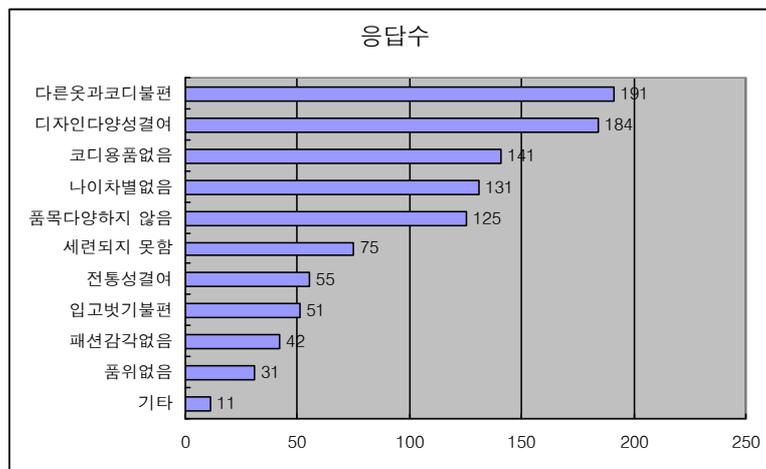
\* 1-5점으로 응답한 점수의 평균으로 3점이 보통이며, 점수가 높을수록 만족도가 큼.



<그림2-72> 항목별 만족도

<표2-40> 생활한복 디자인 불만족(다중응답)

불만족 내용	전체 응답수 (백분율)
다른 옷과 코디해 입기가 불편하다	191(18.5%)
디자인이 다양하지 못하다	184(17.8%)
생활한복과 맞추어 착용할 액세서리나 신발류가 제대로 없다	141(13.6%)
착용자 나이에 따른 디자인 차이가 없다	131(12.7%)
품목이 다양하지 못하다	125(12.1%)
디자인이 세련되지 못했다	75( 7.3%)
디자인이 전통을 제대로 살리지 못하고 있다	55( 5.3%)
입고 벗기가 불편하다	51( 4.9%)
패션감이 없다	42( 4.1%)
품위가 없어 보인다	31( 3.0%)
기타	11( 0.7%)



<그림2-73> 디자인 불만족 내용

다음은, 디자인, 색상, 소재, 맞춤새 각각에 대한 불만족 내용을 구체적으로 밝힌 것이다. 먼저, 생활한복 디자인 불만족 내용을 응답 빈도가 높은 순서대로 보면, 전체적으로 볼 때 불만족하는 측면은, 다른 옷과 코디해서 입기 힘든 것, 디자인이 다양하지 못한 것, 함께 착용할 액세서리나 신발류가 부족한 것, 착용자 나이에 따른 디자인 차이가 없는 것, 품목이 다양하지 못한 것, 디자인이 세련되지 못한 것, 디자인이 전통을 제대로 살리지 못하는 것, 입고 벗기가 불편한 것, 패션 감각이 없는 것, 품위가 없어 보이는 것의 순서였다.

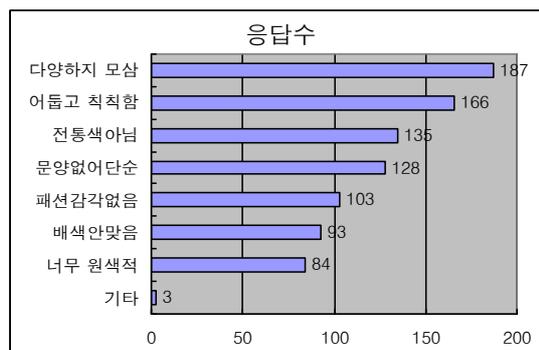
디자인 자체에 대한 것보다는 디자인이나 품목, 코디용의복이나 용품 등의

다양함에 대해 불만족하는 응답이 많았다. 앞서 만족도 측정에서 디자인에 대한 만족도가 가장 높게 나타난 것과 더불어 해석하여 볼 때, 생활한복의 개별 디자인에 대해서는 그리 불만하는 바가 많지 않음을 다시 한 번 확인할 수 있다.

생활한복 색상에 대한 불만족 내용을 응답 빈도 순으로 보면, 색상이 다양하지 못한 것, 색깔이 어둡고 칙칙한 것, 전통색을 잘 살리지 못하고 있는 것, 문양이 없어서 단순한 것, 패션감각이 없는 것, 배색이 잘 맞지 않는 것, 너무 원색적인 것, 기타의 순서로 나타났다. 색상에서 역시 다양함 부족이 주된 불만족 원인이었다.

<표2-41> 생활한복 색상 불만족(다중응답)

불만족 내용	전체 응답수 (백분율)
색상이 다양하지 못하다	187(20.8%)
색깔이 어둡고 칙칙하다	166(18.5%)
전통색을 잘 살리지 못하고 있다	135(15.0%)
문양이 없어서 단순하다	128(14.2%)
패션감각이 없다	103(11.5%)
배색이 잘 맞지 않는다	93(10.3%)
너무 원색적이다	84( 9.3%)
기타	3( 0.3%)



<그림2-74> 색상 불만족 내용

생활한복 소재에 대해서는 구김이 잘 가는 것, 후줄근한 것, 세탁 후 다림질이 꼭 필요한 것, 소재가 다양하지 못한 것, 맴시가 나지 않는 것, 부드럽지 않은 것, 거친 것, 쾌적하지 않은 것, 기타의 순으로 불만족이 많이 응답되었다. 소재에 있어, 다양함에 대한 불만족도 높게 나타났으나, 관리의 문제가 더 심각한 것으로 보인다. 구김이 가고, 후줄근하며, 세탁 후 다림질이 꼭 필요한 것은 천

연섬유의 성질에 기인하는 것이므로, 생활한복의 소재를 좀 더 실용적인 것으로 다양화시키는 것이 필요하다.

<표2-42> 생활한복 소재 불만족(다중응답)

불만족 내용	전체 응답수(백분율)
구김이 잘 간다	211(21.4%)
후줄근하다	165(16.8%)
세탁 후 다림질이 꼭 필요하다	154(15.6%)
소재가 다양하지 못하다	134(13.6%)
맵시가 나지 않는다	107(10.9%)
부드럽지 않다	88( 8.9%)
거칠다	78( 7.9%)
쾌적하지 않다	44( 4.5%)
기타	4( 0.4%)



<그림2-75> 소재 불만족 내용

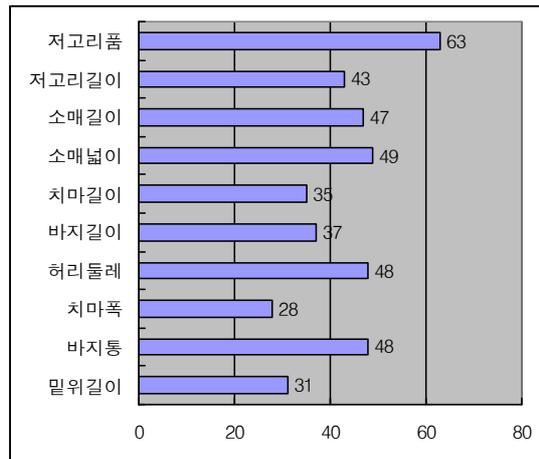
다음은, 맞춤새에 대한 불만족 정도와 불편한 이유를 살펴보았다. 먼저 부위별 불편 응답 빈도는 저고리 품 63회, 저고리 길이 43회, 소매 길이 47회, 소매 넓이 49회, 치마 길이 35회, 바지 길이 37회, 허리 둘레 48회, 바지 통 28회, 밑위 길이 31회였다. 치마 길이, 바지 길이, 바지 통, 밑위 길이에 대한 응답 빈도가 상대적으로 적은 것은 치마와 바지가 성별에 따라 달리 착용되는 품목이기 때문이다.

불편한 이유를 분석해 보면, 부위별로 크고 넓고 길거나 작고 좁고 짧은 것이 모두 응답되고 있는데, 이는 응답자 개인별 착용 경험을 반영한 결과이기 때문이다. 그러나 일관성있는 몇가지 불편 이유를 찾아보면, 저고리 품이 크고, 소

매가 넓고, 치마 길이가 길거나 어중간하고, 치마폭과 바지통이 넓고, 밑위가 길어서 처지며, 허리둘레가 넓고 여밈이 불편하며 흘러내린다는 것이다. 이러한 점들을 개선하기 위하여 품목별 패턴 보정이 요구된다. 또, 사이즈 부족의 문제가 간간히 언급되고 있는데, 생활한복에 적합한 사이즈 체계의 개발을 통해 맞춤새에 대한 만족도를 증진시킬 수 있을 것이다.

<표2-43> 생활한복 맞춤새 불만족(다중응답)

불편 부위	응답수	불편한 이유(응답수)
저고리 품	63	크다(22) 작다(12) 일정치않다(2) 앞이 들린다(1) 뒤가 들린다(2) 체형별 사이즈 없다(2)
저고리 길이	43	길다(13) 짧다(13) 일정치않다(3) 어중간하다(3)
소매 길이	47	길다(18) 짧다(14) 다양하지않다(3) 선이 곱지 않다(1)
소매 넓이	49	넓다(37) 좁다(2) 다양하지않다(2) 계절별 차이 없다(1)
치마 길이	35	길다(14) 짧다(2) 어중간하다(10) 다양하지않다(1) 맞는 사이즈가 없다(1) 몸매를 살리지 못한다(3)
바지 길이	37	길다(11) 짧다(9) 일정치않다(3) 맞는 사이즈 없다(3) 통과 길이의 비례가 맞지 않는다(1) 반바지 필요하다(1)
허리 둘레	48	넓다(12) 끈사용이 불편하다(13) 흘러내린다(5) 후크와 단추 사용이 불편하다(2)
치마 폭	28	넓다(14) 다양하지않다(1) 선이 곱지 못하다(6)
바지 통	48	넓다(31) 좁다(4) 어중간하다(2) 다양하지않다(3)
밑위 길이	31	길어서 처진다(20) 짧아서 여유필요하다(3) 일정치않다(2)



<그림2-76> 불편 부위별 응답수

(5) 생활한복에 대한 적정 가격 의식

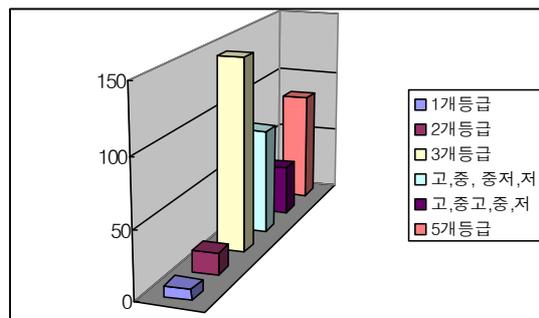
생활한복의 용도를 고려해 볼 때, 시판 가격이 몇 개 등급으로 구분되어 형성되는 것이 적합하겠느냐는 질문에는 고가품, 중가품, 저가품의 3개 등급 형성이 적합하다는 응답이 147명(39.2%)으로 가장 많이 나왔다. 다음이 고가품, 중고

가품, 중가품, 중저가품, 저가품의 5개 등급으로 84명(22.4%)의 응답이었으며, 그 다음이 고가품, 중가품, 중저가품, 저가품의 4개 등급으로 80명(21.3%)의 응답이었다.

생활한복의 가격 등급이 적어도 3개 정도로는 형성되어야 한다고 소비자들은 생각한다. 또한 생활한복의 가격대 범위가 넓어서 용도에 따라 선택할 수 있는 것을 바라고 있다. 특히 고가 시장은 독립적으로 형성되더라도 증가 이하는 좀 더 넓은 선택범위를 필요로 하고 있음을 알 수 있다.

<표2-44> 적합한 가격 등급 구분에 대한 의견

가격등급 구분	응답자수	백분율
구분없이 1개 등급	8	2.2
고가품과 저가품의 2개 등급	16	4.3
고가품, 중가품, 저가품의 3개 등급	146	39.4
고가품, 중가품, 중저가품, 저가품의 4개 등급	80	21.6
고가품, 중고가품, 중가품, 저가품의 4개 등급	37	10.0
고가품, 중고가품, 중가품, 중저가품, 저가품의 5개 등급	84	22.6
전 체	371	100.0



<그림2-77> 적합한 가격 등급 구분에 대한 의견

고가품, 중가품, 저가품의 3개 등급으로 생활한복 가격대가 형성되는 경우 각 등급별로 한 벌 당 적합한 가격을 질문한 데 대한 응답은 다음과 같다.

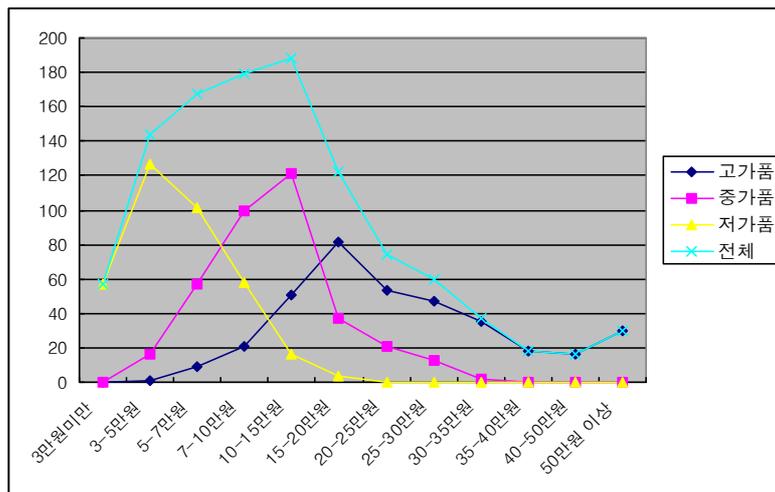
고가품의 경우 15만원-20만원 사이의 응답이 가장 많았는데, 응답이 몰린 범위는 10만원-35만원 사이였다. 그러나, 50만원 이상에 응답한 사람도 30명이었다. 중가품의 경우, 10만원-15만원 사이의 응답이 가장 많이 나왔는데, 응답이 집중된 범위는 5만원에서 20만원 사이였다. 저가품의 경우 3만원-5만원 사이의 응답이 가장 많았고, 3만원 미만에서 10만원대까지에 응답되는 경향이 높았다.

서양복의 단품들처럼, 아주 저렴한 가격으로도 구입할 수 있는 생활한복을

바라고 있으며, 전체적으로 볼 때, 소비자들에게 가장 걱정하다고 여겨지는 가격대는 10만원-15만원대, 넓게는 3만원-20만원대라고 할 수 있다.

<표2-45> 가격대별 걱정가격

가 격 대	고가품 가격대	중가품 가격대	저가품 가격대	전체응답수
3만원 미만	0	0	57	57
3만원-5만원	1	16	127	144
5만원-7만원	9	57	101	167
7만원-10만원	21	100	58	179
10만원-15만원	51	121	16	188
15만원-20만원	81	37	4	122
20만원-25만원	53	21	0	74
25만원-30만원	47	13	0	60
30만원-35만원	35	2	0	37
35만원-40만원	18	0	0	18
40만원-50만원	16	0	0	16
50만원 이상	30	0	0	30



<그림2-78> 가격대별 걱정가격

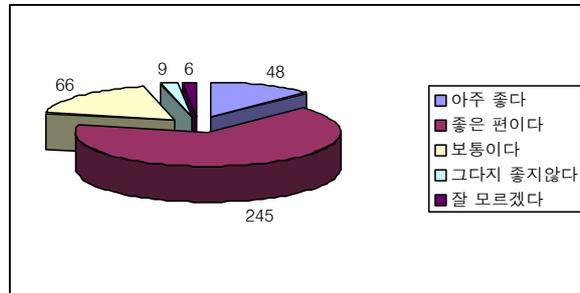
(6) 생활한복의 이미지 및 전통성 평가

생활한복 착용자들에 대한 일반적인 인상을 물었을 때, 좋은 편이라고 말한 응답자가 245명으로 65.0%였다. 반면, 좋지 않다는 응답은 9명의 2.4%에 그쳐, 생활한복 착용자들은 대체로 생활한복을 착용하는 데 대해서 매우 긍정적으로 지

각하고 있으며, 타인들도 그러하리라고 판단하고 있다.

<표2-46> 착용자 인상 평가

인상	응답자수	백분율
아주 좋다	48	12.8
좋은 편이다	245	65.5
보통이다	66	17.6
그다지 좋지 않다	9	2.4
잘 모르겠다	6	1.6
전체	374	100.0



<그림2-79> 착용자 인상평가

그러한 인상평가를 하게 되는 이유를 자유기술 응답으로 받았는데, 위의 결과에 따라 이 응답들은 주로 호의적인 인상평가의 이유로 기술되었다. 응답 내용을 분석해 본 결과, ‘우리 전통, 고유의 것이어서’가 82번 언급되었고, ‘착용자가 편해 보인다’가 59번, ‘개성있어 보인다’가 24번, ‘실용적으로 보인다’와 ‘품위있어 보인다’가 각각 18번씩 언급되었다. 또한, ‘여유롭고 넉넉해보인다’가 15번, ‘의젓하고 점잖아 보인다’가 14번 언급되었다.

이 결과에서 우리 것에 대한 애정을 확인할 수 있으며, 또한 편하고 실용적이고 여유로운 것이 생활한복의 가장 큰 장점으로 여겨지고 있고, 생활한복으로 개성을 표현하는 사람들도 많은 것을 알 수 있다.

소수의견이기는 하나, 부정적 인상평가에 대한 이유로는 신세대 감각에 맞지 않고 특정 집단을 연상시키며, 불편하다는 응답들이 있었다.

다음, 개성적이다, 세련되었다, 단정하다, 활동적이다, 편하다, 품위있다, 우아하다, 젊어보인다, 기타의 9개 항목을 주고, 양복에 비해 더 많이 가지고 있다고 생각되는 이미지를 모두 선택하라고 요청하였다. 그 결과, ‘편하다’가 가장 많이 선택되었으며, 다음이 ‘개성적이다’였다. 이 둘은 100명중 과반수 이상의 응답을 얻어, 위에서의 인상 평가 이유와 더불어 해석하여 볼 때, 대부분의 사람들이 생활한복의 대표적 이미지로 생각하는 것이 편한 것과 개성적인 것이라는 것을 다

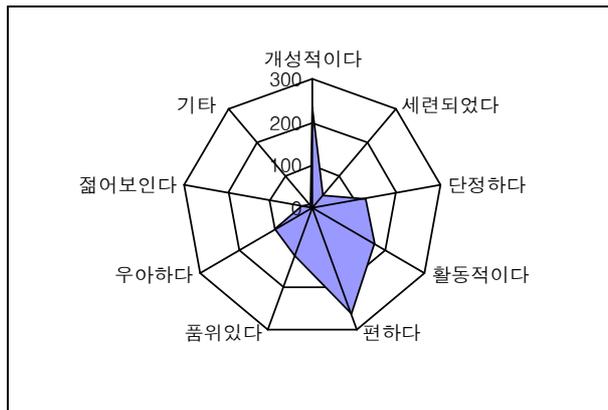
시 한 번 확인할 수 있다.

‘활동적이다’, ‘단정하다’, ‘품위있다’도 생활한복의 이미지 속성에 포함될 수 있으나, 생활한복이 세련되거나 젊어보이게 하지는 않는다는 인식을 사람들은 가지고 있다.

<표2-47> 생활한복의 이미지(다중응답)

이미지	응답수	백분율*
개성적이다	234	62.6
세련되었다	36	9.6
단정하다	123	32.9
활동적이다	163	43.6
편하다	265	70.9
품위있다	121	32.4
우아하다	97	25.9
젊어보인다	25	6.7
기타	7	1.9

\* 100명 중 그렇다고 응답한 사람의 수로 나타냄.

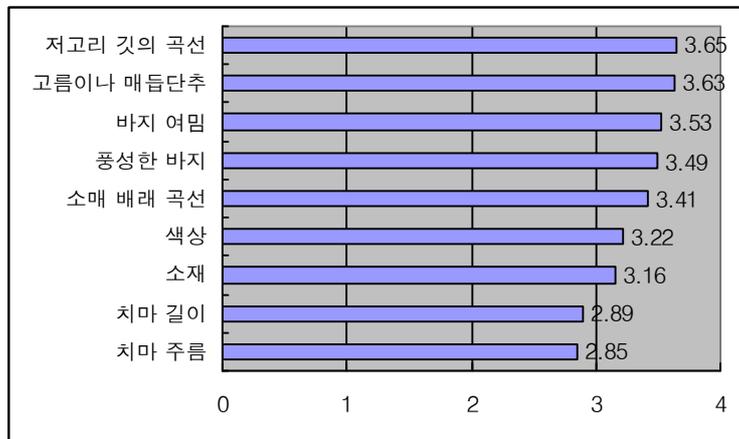


<그림2-80> 생활한복의 이미지

다음, 전통을 살리는 생활한복 디자인에 필요한 자료를 얻기 위해, 생활한복의 각 디테일들을 제시한 후, 각 디테일에서 전통적 이미지를 느끼는 정도를 응답하게 하였다. 그 결과, 저고리 깃의 곡선, 고름이나 매듭단추로 저고리를 여미는 것, 바지 여밈을 끈으로 하는 것, 발목을 조이는 풍성한 바지 모양, 소매 배래의 곡선, 색상, 소재의 순서로 전통적 이미지를 느끼는 정도가 응답되었다. 치마는 생활한복 구성 품목 중 가장 서구적 일상복과 가까운 형태로, 많은 사람들이 그다지 전통적 느낌을 받지 않는다고 응답하였다.

<표2-48> 부위별 전통적 이미지를 느끼는 정도

부 위	평 균	표준편차
저고리 깃의 곡선	3.65	.88
고름이나 매듭단추로 저고리를 여미는 것	3.63	.87
바지 여밈을 끈으로 하는 것	3.53	1.00
발목을 조이는 풍성한 바지 모양	3.49	1.01
소매 배래의 곡선	3.41	.89
색상	3.22	.87
소재	3.16	.91
종아리를 덮는 치마의 길이	2.89	.96
치마의 주름	2.85	.86



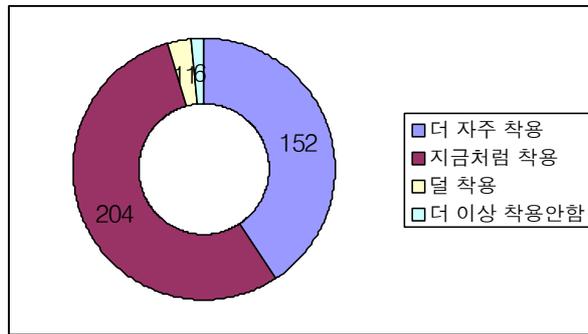
<그림2-81> 생활한복 부위별 전통적 이미지를 느끼는 정도

(7) 생활한복 향후 착용 의사 및 개선 의견

생활한복 향후 착용 의사는 매우 긍정적이었다. 204명, 즉 54.7%의 응답자가 지금과 같은 정도로 착용하겠다고 하였고, 152명, 즉 40.6%의 응답자는 지금보다 더 자주 착용하겠다는 의사를 표명했다. 95%를 넘는 현재 생활한복 착용자들이 향후 긍정적 착용 의사를 밝힘으로써, 생활한복 시장의 수요 안정성을 예측할 수 있다. 그러나, 이들이 밝힌 불만족 내용을 잘 반영하여 제품과 시장 상황을 개선하여 나갈 때만 지속적인 구매를 야기할 수 있을 것이다.

<표2-49> 향후 착용 의사

향후 착용 의사	응답자수	백분율(%)
지금보다 더 자주 착용하겠다	152	40.6
지금과 같은 정도로 착용하겠다	204	54.7
지금보다 덜 착용하겠다	11	2.9
더 이상 착용할 생각이 없다	6	1.6
전 체	373	100.0



<그림2-82> 향후 착용 의사

아울러, 어떠한 측면에서 생활한복이 개선되었으면 좋겠는가를 자유기술 응답으로 받았다. 개선 의견으로 가장 많이 언급된 것은 ‘디자인 다양화’였다(24회). 비록, 현재 디자인 자체에 큰 불만은 없다 할지라도, 시장에서 볼 수 있는 생활한복 전체가 비슷비슷한 스타일인 것에는 불만족을 표시하고 있는 것이다.

또한, 가격을 보다 저렴하게 해 줄 것(23회)을 소비자들은 요청하고 있으며, 전통을 제대로 살릴 것(21회), 디자인을 세련화시켜 줄 것(14회), 색상을 다양화시켜 줄 것(14회), 소재를 다양화시켜 줄 것(13회), 세탁과 손질을 편리하게 해 줄 것(12회) 등의 언급이 많은 편이었다.

이밖에도, 홍보를 제대로 하여 대중화시켰으면 좋겠다는 의견, 연령대별로 디자인을 세분화했으면 좋겠다는 의견, 구매하기 쉽게 판로를 넓혔으면 좋겠다는 의견, 가격대를 다원화시켰으면 좋겠다는 의견, 신세대 취향에 맞게 제품을 개발했으면 좋겠다는 의견, 그리고 서양복 패턴을 도입했으면 좋겠다는 의견 등 좋은 개선 의견이 많이 도출되었다.

## SUMMARY

응답자들은 1인당 최대 20벌까지의 생활한복을 소유하고 있었다. 응답자들이 소유하고 있는 생활한복은 5만원 이상 10만원 미만의 중저가 메이커 제품인 경우가 가장 많았으며, 편하고 실용적일 것 같아서 처음 입기 시작했고, 간단한 외출 시에 가장 많이 착용한다.

생활한복에 대한 만족도는 디자인, 색상, 소재, 맞춤새, 품질 순으로 나타났다. 구체적인 불만족 내용으로 다른 옷과 어울리게 입기 힘든 것, 색상이 다양하지 못한 것, 소재 관리가 힘든 것 등이 있었다.

생활한복은 3개 정도의 가격대에서 3만원~35만원 사이로 판매하는 것이 가장 적합하다고 응답되었다. 생활한복의 주된 이미지는 편하고 개성적인 것이었으며, 저고리 깃의 곡선에서 가장 전통적인 느낌을 많이 받았다. 생활한복 착용자에 대한 인상은 좋으며, 95% 이상의 응답자가 현재만큼 혹은 지금보다 더 자주 생활한복을 착용하고자 하였다.

생활한복은 점차 일상복화되어 가고 있는 경향이며 생활한복에 대한 인상 평가도 좋다. 다양한 가격대에서, 보다 손질하기 편한 소재로, 전통을 잘 살린 디자인과 다양한 색상의 제품을 생산하여 소비자에게 제공한다면, 생활한복에 대한 수요는 점차 증가할 것이다.

## 제3장 전통복식의 현대적 활용을 위한 DB구축

한국 전통복식의 아름다운 요소들을 발굴, 동시대 감각에 맞게 재현하고, 다양한 활용 대안을 제시하며, 이들 자료를 정리하여 DB를 개발함으로써, 생활한복 디자인으로 혹은 서양복의 한국적 정체성을 표현한 디자인으로 적용하고자 하는 이들에게 도움이 되게 하는 것이 본 장에서 진행하는 작업의 목적이다. 이를 위해, 첫째, 한국 전통복식의 원류 및 상대로부터 조선에 이르기까지의 역사적 변천을 고찰하였고, 둘째, DB 자료성격 및 구축 과정을 기술하였으며, 셋째, DB 자료의 사례를 제시하였다.

### 제1절 전통복식에 대한 고찰

한국복식의 원류 및 전통복식을 역사적 시기에 따라 삼국시대의 복식, 통일신라시대의 복식, 고려시대의 복식, 조선시대의 복식으로 구분하여, 대표적 복식 유형과 형태의 특징을 중심으로 고찰해 보았다.

#### 1. 한국복식의 원류

한국복식이란 한국의 민속복식이나 한국의 전통복식이란 개념으로, 시대에 따라 여러 변모가 있었다. 그러므로 가장 기본적인 한국의 민족복식을 말한다. 그 한국민족의 기본복식이란 상의하복(上衣下袴)로, 이는 왕국유(王國維)가 말한 호복(胡服), 즉 바지·저고리를 입었던 스키타이계에 속하는 것이다. 스키타이라는 명칭은 기원전 7-3세기에 걸쳐 흑해를 중심으로 거주하였던 유목 기마민족을 지칭하며, 그들의 거주지는 아한(亞寒) 또는 아온지대(亞溫地帶)(-30~30℃)로, 신체의 여러 부위를 덮을 필요가 있는 의복, 즉 바지가 필요하다. 이러한 바지 저고리를 착용한 민족은 기원전에 북유럽에서 우랄·알타이산맥으로, 시베리아 동부로 이어지는 line을 통하여 이동해 왔다. 그 이남에는 Tunic, Toga, 가사의(袈裟衣), 포(袍)를 착용하였고, 남방에 거주한 한족(漢族)도 바지를 착용하지 않았다.

우리 나라에 영향을 미친 스키타이계 문화의 가장 대표적인 것 중의 하나인 유고제(襦袴制)의 복장은 고대로부터 조선시대에 이르기까지 대다수의 사람들에게 착용되어, 예복(禮服)이나 관복(官服)으로 사용된 중국 복식과의 이중구조를

이루게 되었던 것이다. 그러나 이는 어디까지나 우리 나라에 중국 문화의 영향이 강하게 미치기 시작한 후의 일로서 그 이전에는 상하(上下) 계급을 막론하고 스키타이계의 유고제(襦袴制), 즉 왕국유가 말한 호복(胡服)을 착용하고 있었던 것이다.

우리 나라의 복식은 현재까지 크게 5차례의 변형기를 맞았다. 1차 변형기는 통일신라시대로 김춘추가 진덕여왕을 도와 羅·唐 연합군을 이루었을 때, 당나라의 복식을 받아들여 우리나라의 기본 복식과 중국복식의 이중구조가 처음으로 나타나는 시기이며, 2차 변형기는 고려말 몽고 침입 후 몽고의 영향을 받은 시기이며, 조선조에 들어서 명나라의 영향기에 들어가게 되어 3차 변형기를 맞게 된다. 4차 변형기는 임진왜란과 병자호란을 겪은 후, 국풍화되는 때이며, 개화기를 맞아 평상복으로 양복을 입게 되면서 한복은 예복화 되는 때가 5차 변형기이다.

## 2. 삼국시대의 복식

上代の 의복 구성은 대체로 저고리(襦)·바지(袴)와 치마(裳)·포(袍)를 중심으로 하고, 관모(冠帽)·허리띠(帶)·신(履,靴)이 첨부된 것이다. 이것은 북방(北方) 스키타이계통의 의복에 속하는 것이었다. 고구려·백제·신라 삼국의 기본 복식은 대체로 비슷하였는데, 그 기본복 구성을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 관모(冠帽): 우리 나라의 기본 관모 형태는 변형모(弁形帽), 즉 삼각형 관이다. 여기에 새의 깃털을 꽂으면 조우관(鳥羽冠)이 된다. 이외에 시베리아 샤만의 관모와 유사한 대륜식 입식관(臺輪式立飾冠)이 있고, 립(笠), 무후책(無後幘), 건(巾), 두 개의 관을 겹쳐서 쓰는 이중관(二重冠) 등이 있다.
- ② 머리모양: 고구려 벽화를 통하여 보면, 여자는 엷은 머리, 쪽진머리, 묶은 머리, 푼기명 머리 등 다양한 모습을 볼 수 있다. 그 중 안악3호분의 여자 주인공의 머리 형태는 가발 형태의 건귀(巾)을 쓰고 있는 것으로 알려져 있다. 남자는 주로 관모를 착용하고 있으나, 이를 착용하지 않은 상투와 쌍상투의 형태도 볼 수 있다.
- ③ 저고리(襦): 길이는 둔부(臀部) 길이로, 소매가 좁은 착수(窄袖) 형태이다. 앞이 트여서 여미는 형태(前開交衽形)이며, 깃은 곧은 깃이다. 깃·섶·수구(袖口)·밑단에 선(襷)을 둘렀으며, 고름 없이 허리에서 띠로 여미었다. 중국의 영향으로 넓은 소매를 입기도 하였는데, 이는 주로 상류층에서 착용하였다.
- ④ 바지(袴): 기마 등의 활동에 편리한 북방민족의 의복이며 중국과 일본

에 전해졌다. 남녀 모두 착용하였으며, 바지 통이 넓은 관고(寬袴)와 통이 좁은 궁고(窮袴)가 있다. 바지를 입는 방법으로는 대님을 묶은 것, 대님을 묶지 않은 일자 바지 형태, 행전을 친 것 등이 있다.

- ⑤ 치마(裳, 裙): 승복 등의 특수한 경우를 제외하고는 주로 여자들의 전유물이었다. 군은 상보다 폭이 넓고 허리에서 도련까지 주름이 잡혀있다. 특이한 형태로는 도련에 장식선이 둘러있거나 주름마다 색이 다른 색동치마 등이 있다.
- ⑥ 포(袍): 바지(치마) 저고리 위에 입는 외의(外衣)로, 방한(防寒)과 의례(儀禮)적 의미를 모두 지닌다. 길이는 종아리에서 발꿈치 길이이며 직령교임식(直領交衽式)이 기본 형태이다.
- ⑦ 대(帶): 저고리와 포(袍) 모두 옷고름은 없었으며 허리에 대를 띠어 입었다. 피혁대, 포백대, 과대의 종류가 있다.
- ⑧ 신(靴, 履): 신목이 올라오는 화(靴)와 신목이 없는 리(履) 두 가지 형태가 있었다. 재료로는 가죽, 마, 비단, 동(銅)등이 있다.
- ⑨ 장신구(裝身具): 귀고리, 목걸이, 팔찌, 반지 등이 있으며 금, 은, 동 옥을 원료로 하였다. 귀고리는 귀에 부착되는 부분의 굵기에 따라 세환식과 태환식으로, 목걸이는 옥류연결형과 쇠식형으로 구분된다. 팔찌는 남녀 공용으로 양팔에 착용하는 것이 보편적이었으며 한번에 여러개를 차기도 하였다.

### 3. 통일신라시대의 복식

민족통일을 완성한 신라는 그 광대한 지역을 통치하기 위해 당(唐)의 제도를 모방하여 제반제도를 개편하여 중앙집권적 체제를 완성하고, 문화면에서도 그들 고유한 문화를 잘 보존하면서 중국문화를 융합하여 명실공히 찬란한 민족문화를 이룩하였다.

통일 후는 문화가 더욱 원숙해지고 복식에 있어서도 많은 발전과 변화가 있었으며 또한 사치와 문란이 심했던 시기이기도 하다. 따라서 흥덕왕 대에는 복식금제(服飾禁制)를 내려 복식의 질서를 바로 잡고 검약을 꾀하였다.

《삼국사기》에 의하면 “신라 초의 의복제도는 분명치 않고 제23대 법흥왕 대에 비로소 복색의 상하준비를 가려서 의복제도를 정했는데 그 형태는 이속(夷俗)이었다. 공복(公服)은 28대 진덕여왕 2년에 김춘추가 당에 청병하러 가서 당 태종에게 관복을 받아 온 이후로 중국 관복을 입기 시작해서 후대까지 계속되었다. 30대 문무왕(661-668) 4년 부인의 의복을 중국제도로 바꿨다. 이후로 의(衣)와 관(冠)이 중국제도와 같게 되었다. 삼국통일을 달성한 후로 태평세월이 계속되어 모든 문화는 난숙기에 들어갔으며 도덕과 함께 복식 제도가 문란해져서 상

하준비의 구별 없이 사치에 흘러 예절도 벗어나므로 42대 흥덕왕(844)에 복식금제를 내렸다. 그 내용은 22종 복식에 대해서 10계급의 착용규정을 정했다.”

기록으로 보건대, 원래 신라의 의복은 고구려·백제와 비슷하였으나 삼국 통일 후 당(唐)의 영향을 급속하게 받았음을 알 수 있다. 통일신라시대의 복식을 알 수 있는 시각자료는 거의 없다. 그러나 흥덕왕 복식금제 및 고분 출토된 토용자료를 통하여 어느 정도 파악할 수 있는데, 그 기록을 중심으로 통일신라시대의 복식을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 복두(幘頭): 왕에서 평민에 이르기까지 모든 남자들이 착용한 중국식 관모로, 당(唐)의 복두제도와 같은 형태였을 것으로 보인다.
- ② 표의(表衣): 가장 겉에 입는 옷으로, 귀족층은 중국제인 단령포(團領袍)를 착용하였으며 편복(便服)으로는 평민들과 마찬가지로 직령교임식의 고유포를 착용했을 것으로 추측된다.
- ③ 단의(短衣): 여성전용 저고리로 유(襦)와 같으나, 치마를 저고리 위에 입게 되면서 길이가 다소 짧아진 것으로 추측한다.
- ④ 내의(內衣): 표의(表衣) 속에 착용했던 저고리로 직령깃과 함께 둥근것도 있었다고 추측한다.
- ⑤ 상(裳): 삼국시대와는 달리 치마 허리부분에만 주름을 잡은 형태로 변화하였으며, 저고리를 먼저 입고 그 위에 치마를 입도록 그 입음새에 있어서 변화가 있었다.
- ⑥ 고(袴): 통이 넓은 관고(寬袴)와 통이 좁은 세고(細袴)가 있었던 것으로 보인다.
- ⑦ 반비(半臂)·배당(裱襠): 배자의 일종으로 반수의(半袖衣)를 말한다. 여인 전용으로 평민 여자들은 착용이 금지되었다.
- ⑧ 표(裱): 지금의 솔과 같은 형태로 여인들이 어깨에 들렀다.
- ⑨ 요대(腰帶): 대(帶)의 일종으로 남자들은 백옥, 오서, 유, 철, 동 등의 재료를 사용하고 여자들은 공작모, 비취모등으로 장식한 포백대를 사용하였다.
- ⑩ 혁대(革帶): 남자용의 가죽으로 만든 대이며 백옥, 오서, 유, 철, 동으로 장식하였다.
- ⑪ 요반(褰攀): 치마허리를 지칭하는 것으로, 단의(短衣) 위에 입은 상(裳)의 허리로서 저고리 위에 치마를 입게 되면서 중요해졌다. 겉으로 드러나므로 매우 좋은 비단을 썼을 것으로 생각된다.
- ⑫ 말(襪)·말요(襪袂): 버선과 버선끈으로 비단류를 사용하였다.
- ⑬ 소(梳)·채(釵): 소는 빗으로 실용적인 목적 이외에 장식용으로 사용하였고 채도 장식용 비녀이다.

#### 4. 고려시대의 복식

신라의 문화를 토대로 하였으나, 정치적으로는 신라의 후계자가 아니라 고려 부흥자로서 고려의 역사는 오랜 동안 북진정책을 취함으로써 많은 나라와 대립을 하였고, 북방민족과 끊임없이 무력 또는 정치적인 싸움으로 계속됨을 볼 수 있다. 고려는 외국과의 관계에서 오대(五代)·송(宋)과 친교(親交)를 맺었으며, 만주의 거란(契丹)·금(金)과 대립해야 했고, 몽고가 동방을 지배하여 원(元)을 세우게 되자, 그 강대한 세력으로 인하여 정치제도와 복식제도에 적지 않은 영향을 끼쳤다. 원(元) 멸망 후 고려말기에는 자주성을 발휘하였으며, 명(明)과 친분을 도모하고 관복을 명에서 받아들여 새로운 명과의 외교관계를 수립하였다.

고려시대의 예술은 귀족 사회의 특성을 반영하여 귀족 생활, 불교 미술과 연관된 분야에서 크게 발달하였다. 그 중 가장 대표적인 예술품이 고려 청자, 팔만대장경, 고려 불화이다.

고려의 서민 남자는 삼국시대 때부터 쓰던 책(幘), 오건(烏巾)을 쓰고 상의로는 둔부선까지 오는 장유(長襦)를 입고 있는데, 소매는 착수(窄袖)이다. 서민 여자도 둔부선까지 오는 착수장유에 주름이 잡힌 상(裳)을 착용하였다. 이것으로 보아 일반서민의 복식은 착수장유에 대를 매고 하의로는 바지와 치마를 입는, 우리 고유의 복식의 기본형이 계속되었음을 알 수 있다. 고려시대의 복식은 크게 초중기·후기·말기로의 3시기로 구분될 수 있다.

- ┌ 초중기: 오대, 송, 요, 금과의 복식교류기
- └ 후기: 100여년간의 원나라 복속기
- └ 말기: 20여년간의 명 영향기. 공민왕 이후 개혁기

##### 가. 오대(五代)·송(宋)·요(遼)·금(金) 복식 교류기

당시의 의복제도는 시각적으로 천명해 줄 만한 것이 없고, 《고려사》여복지와 《고려도경》에 의존할 수밖에 없다.

《高麗史》〈輿服志〉 서문에 따르면, “고려 태조는 개국 초에 일이 많고 초창기이기 때문에 신라의 舊制度를 그대로 따라 사용했다. 제4대 광종11년(960) 百官의 4색 公服을 정해서 上下尊卑의 등위가 밝혀졌다. 현종 때 남쪽으로 난리를 피하여 피난하였을 때 책이 흩어져서 제도나 시행방법을 잘 알 수 없다가 18대 의종 때(1140~1190) 최윤의한테 명령하여 ‘詳定古今禮’를 만들어서 제도가 갖추어졌다.”라고 되어 있다. 《고려도경》에 의하면, “우리 나라는 중국에 해마다 신사(信使)를 보내고 누차 중국이 사

여(賜與)하는 습의(襲衣)를 받음으로써 화풍(華風)에 젖어 옷이 점점 화려해지는 등 송(宋)의 제도를 따르고 있다”고 하였다.

王服에는 제복(祭服), 조복(朝服), 공복(公服), 상복(常服), 편복(便服)이 있다. 祭服인 면복(冕服)은 이등체강원칙에 따라 구류면구장복(九旒冕九章服)이었으며, 평상복인 편복으로는 서민과 같은 바지·저고리·포를 착용하였다.

백관복(百官服)으로는 제복(祭服), 공복(公服), 조복(朝服)이 있었으며, 제복은 계급에 따라 7류면7장복에서 무류면무장복으로 차이가 있었다. 공복으로 복두(幘頭)와 곡령대수(曲領大袖)를 착용하였다.

왕비복도 통일신라시대의 복식제도가 계승되었는데, 《고려도경》에 의하면, “왕비는 홍색(紅色)을 숭상하여 그림과 수(繡)를 더하되 관리와 서민의 처(妻)는 감히 이를 쓰지 못한다”라고 되어 있다. 예복으로 칠적관(七翟冠)과 적의(翟衣)를 착용하였다.

일반 여자 복식은 일부 중국의 제도를 모방·가미한 통일신라시대의 복식제도를 계승하였으나, 중기 이후부터 치마 위에 저고리를 입는 차림으로 되돌아가게 되고 저고리 길이가 약간 짧아지게 된다.

#### 나. 원[몽고] 복식 영향기

몽고족의 원나라에 복속되어 있던 80여 년간의 고려 복식은 몽고풍을 따르는 풍조가 나타났다. 그 중 하나가 머리 변두리를 깎고 정수리 부분의 머리털만 남겨 땡아 늘인 ‘개체’인데, 이는 일반 국민 모두가 따른 것은 아니고, 다만 지배계급인 관료층과 출세를 희구하는 일부 지식층에서만 호응하였으리라 본다.

또한 원나라에서의 사여복으로는, 옥대·탑자포(塔子袍)·금포(金袍)·금단의(金段衣)·주사표리(注絲表裏) 등이 있으며, 원(元)의 의복을 상징하는 ‘진주의(眞珠衣)’가 있다. 그리고 대표적인 몽고복으로는 질손(質孫)을 들 수 있다.

여자 복식에 있어서는 족두리와 도투락땡기를 착용하게 되었는데, 궁중 또는 특수층에서만 착용하였다. 그러나, 일반적으로 몽고의 영향으로 알고 있는 가체(加髻)나 귀고리, 연지를 찍는 풍습 등은 고대 우리 나라에도 있었던 풍속이다.

그러나 원 복속기에도 원의 고유 복식 일색으로 변모한 것은 아니고, 우리 나라의 제도와 송제(宋制)를 물려받은 원제(元制)의 이중적인 구조를 지니면서 왕의 면복(冕服), 백관의 공복 계통은 송제와 차이가 별로 없는 것을 사용했다.

고려시대 복식을 연구할 수 있는 유물 및 회화 자료는 매우 부족하여

조선시대나 삼국시대에 비하여 확실한 복식제도를 밝히지 못하고 있다. 현재까지 발굴된 고려시대 복식 중 가장 오래된 의복은 1302년 아미타불 복장물인 직령교임포 형태의 자의(紫衣)와 초척삼(綃脊衫)으로 묵서된 저고리이다. 또한 1346년의 불복장물인 답호 형태의 반수의(半袖衣)가 있는데, 《고려도경》에 나오는 백저포(白紵袍)가 이 반수의와 관계가 있을 것으로 보인다. 1350년 전후한 비로자나불 복장물에도 철릭, 반수의, 장수의, 홀적삼등이 발굴되어 고려불화와 초상화들과 함께 고려 후기의 복식을 이해하는데 도움이 된다.

#### 다. 명 복식 영향기

공민왕 이후 배원향명(背元向明)의 새로운 정치적 배경 속에 자주성을 모색하였고, 왕의 면복에 명의 황제와 동격인 십이류면 십이장복을 착용하였고, 관복제도 역시 중국 명대(明代)의 복제에 영향을 받아 사모와 단령을 받아들였으며 이러한 경향은 조선시대로 이어지면서 더욱 강화된다.

### 5. 조선시대의 복식

조선왕조는 1392년 태조 이성계가 개국한 후 1897년 대한제국을 거쳐 1910년까지 계속되었다. 조선시대 정치 및 사회구조의 특징은 조선을 건국한 신진유사들이 불교를 배격하고 유교를 신봉한 세력이었으므로 고려와 달리 유교가 조선 전시대에 걸쳐 일관되게 존재한 지도 이념이었다는 데 있다. 따라서 의례와 절차를 중시한 유교정신은 복식문화에도 영향을 미쳐 조선시대에는 의례복과 평상복의 구분이 우리 나라 역사상 그 어느 시대보다 분명하였다. 그리고 유교에 의한 관료주의 사회정비를 위해 조선시대 최고의 법전인 경국대전에 관료제도와 함께 관등에 따른 복식제도를 엄격히 명시하여 복식을 통한 왕과 신하, 지배층과 일반백성의 신분차를 분명히 하였다. 또한 유교적 미의식이 확립되어 과장과 허세를 피하고 소박한 성격의 문화가 자리잡게 됨에 따라 조선시대 예술작품은 자연주의적 성격을 강하게 띠었고, 이러한 점은 당시 남녀 복식에 지대한 영향을 미쳤다.

조선왕조의 복식은 전기에는 명 복식의 영향을 받으며 변천해 왔다. 중·후기에 들어와서는 임진왜란·병자호란을 치르는 동안 중국에 한족에 의한 명(明) 대신 만주족에 의한 청(淸)이 들어섰음에도 관복만은 그대로 고수하면서 우리 민족복식을 형성하고 정착시켜 나갔으며, 복식 전반에 걸쳐 국속화 현상을 나타내었다.

계급별 복식을 살펴 보면, 왕복은 면복(冕服)·원유관포(遠遊冠袍)·익선관포(翼善冠袍)·용복(戎服)·평상복으로 구분된다. 백관의 조복(朝服)·제복(祭

服)·공복(公服)·상복(常服)의 제(制)가 완성된 것은 세종 조의 일이었으며, 고종 조에 이르러서 청의 쇄망으로, 오랜 세월동안의 중국의 기반(羈絆)에서 벗어나 고종은 황제위에 오르고 황제와 동격의 것을 착용하기에 이르렀다. 백관(百官)의 상복(常服)에는 흉배를 착용하였는데, 이는 단종 때 처음 제작하여 착용하기 시작하였다. 처음엔 가슴 가득히 크다가(40~45cm) 말기에 가서는 간소화(18cm)되었으며, 문양에 있어서도 시대별로 변화가 있었다.

조선시대 남자복식에는 관복 외에도 편복(便服)이 있는데, 편복은 특히 포를 중심으로 발달하였다. 이는 포의 기능적인 필요에서뿐만 아니라 의례적인 이유에서였다. 조선 시대의 남복(男服)에서는 우선 입제(笠制)가 확립되었으며, 포제(袍制) 또한 관복의 단령과는 달리 고려 대에도 보인 직령의 포의[백저포]가 원의 질손(質孫)의 영향을 받고, 다시 조선조 이래 명제를 도입하여 습합된 도포(道袍)·창의(擘衣)를 거쳐 주의(周衣)에까지 이르는 다양한 종류의 포제(袍制)를 이루고 있다. 조선시대 양반들은 연거시에도 의관을 정제하였는데 이것이 곧 선비로서의 바른 몸가짐이었다. 이 당시 선비들은 저고리와 바지 위에 소색(素色)이나 백색(白色), 옥색(玉色)의 포를 착용하고, 검정색의 건이나 갓을 써 간소하면서도 청렴한 선비로서의 품위를 표현하고자 했는데, 대표적인 포제(袍制)로는 철릭(帖裡), 답호, 심의(深衣), 도포(道袍), 창의(擘衣), 주의(周衣), 액주름(腋主音), 중치막(中致莫) 등이 있다.

초기에는 양반 외에 일반 서민들에게는 이러한 포류가 제한적이었으나 후기에는 서민계층에서도 다양한 포류의 착용이 일반화되었다. 이 시기 출토유물 및 각종 풍속화를 보면 포의 형태가 매우 크고 풍성하며 그 종류도 다양하고 같은 종류의 포류라도 부분 세부장식이 다양해졌다. 또한 말기에는 주의(周衣: 두루마기)가 생겨 상하에 관계없이 널리 착용되었다.

유교로 인하여 조선시대 여성의 사회활동은 허락되지 않았다. 또한 내외법이 엄하여 여성의 외출시 얼굴을 가리게 하여 너울, 쓰개치마, 장옷, 천의 등의 쓰개가 매우 발달하였다. 여복(女服)에서는 오히려 명제를 배격하는 경향이 강했는데, 그것은 여성 자체의 보수성 때문이기도 했다. 조선 초 여자복도 화제(華制)로 고치려 하였으나 그 뜻을 이루지 못하였고, 다만 포제(袍制)가 명의 것을 그대로 받아들인 것이라고 하나, 왕비의 법복(法服)을 제외한 노의(露衣)·단삼(團衫)·배자(褙子) 등 예복에 속하는 것들은 신라 삼국통일을 전후로 당제(唐制)에서 비롯되어 국속화(國俗化)되다시피 한 활옷[華衣]·원삼(圓衫)·당의(唐衣)로 집약되었으며, 이밖에 복잡한 친의(襯衣; 속옷)류는 우리의 여복에만 있는 것이었다. 그러나 예복은 궁중을 중심으로 입혀졌고, 일반 반가 여인이나 서민 여성 그리고 천민층의 여성은 우리 고유의 치마, 저고리가 기본이었다.

조선시대 여자복식은 500여년 동안 그다지 많은 변화를 겪지는 않았다.

즉, 저고리·치마의 기본복은 그대로 입혀지면서 그 길이나 선이 조금씩 변했다. 16세기 중반까지 H라인을 보이며 상하의가 거의 1:1의 비율을 보이던 여성 복식은 18세기 후반에 이르면 각종 미인도에서 볼 수 있듯이 코쿤 실루엣(cocoon silhouette)으로 변하였다.

상의의 저고리는 짧아져 가슴 위까지 올라왔으며 넓은 허리말기를 가슴에 두르고 품과 소매는 활동하기 불편할 정도로 꼭 맞아 긴박감이 느껴진다. 이와는 반대로 속옷을 겹쳐 입어 부풀린 치마는 극도로 부풀린 가채와 함께 꼭 맞는 상의와 대비되는 극적인 미를 보이고 있다. 또한 짧아진 저고리로 인해 여성의 가슴과 겨드랑이 부위가 노출되었고, 조선 전기에는 활동의 자유를 위해 노동을 주로 하는 서민층 여성들에게서나 볼 수 있는 치마 밑 속곳의 노출이 이 시기에는 기생층을 중심으로 복식에서 성적 미감을 자극하는 장식으로 공공연하게 나타났다. 그리하여 영·정조 시대에는 그 절정기에 이르게 된다. 이후 다시 점점 완화되어 저고리는 품과 길이에 여유가 생기게 된다. 여자의 머리 모양으로는 삼국시대부터 가장 많이 했던 엷은 머리가 있으며, 여기에는 가채(加髷)를 엷어 크게 만들었다. 또 엷은 머리로서 궁중용 예복용 머리인 어여머리와 떠구지 머리가 있다. 첩지를 엷은 첩지머리, 쪽머리인 낭자머리, 처녀의 상징인 땅은 머리 등이 있었다.

영·정조 때 실학으로 개화는 조금 이루어졌지만, 천주교 박해 등으로 실패하고 외세에 의해 개화(1876~1910)를 이루게 된다. 이 때 복식에 있어서도 많은 변화를 겪게 된다.

우선 고종에 의한 의복 변화를 들 수 있다. 그 첫 번째로 갑신정변 때 上·下가 모두 주의(周衣; 두루마기) 하나로 입도록 포제(袍制)를 만들었는데, 흑색으로 소매를 좁게 하였다. 둘째, 공복·상복·시복[단령]을 흑단령 하나로 통일한다. 셋째, 1897년 대한제국 때 9류면9장복(九旒冕九章服)에서 12류면12장복이 되면서 곤룡포가 황색이 된다.

왕비의 법복(法服)도 황후(皇后)의 법복인 심청색 적의(翟衣)를 착용하게 된다. 이 때 내명부(內命婦)와 외명부(外命婦)의 대례복(大禮服)과 소례복(小禮服)이 원삼과 당의로 간소화되면서, 옥색 저고리에 남치마가 예복으로 승격되어, 치마·저고리 차림인 옥색저고리·남치마가 지금까지도 예복으로서 입혀진다.

백관복에 있어서는 차츰 양복으로 변화되어, 1900년에는 백관의 대례복·소례복·상복을 모두 양복으로 바꾸게 된다.

머리 모양은 단발령이 실시되었고, 모자가 수입되었으며, 평상복으로는 바지·저고리·배자를 착용하게 되었다. 그리고 흥선대원군이 청나라에서 볼모에서 돌아 올 때 전해졌다는 마고자가 있고, 양복 조끼가 변형되어 저고리 위에 입는 겉옷이 되었다. 1920~1930년에 고무신이 등장하고, 운동화와 서양식

구두(버선 위에 신음)를 착용하게 되었다. 그리고 남바위는 사라지고 목도리가 등장하였으며, 토시가 없어지고 면장갑을 끼게 되었으며, 행전은 없어지고 양말이 보급된다.

조선조 복식은 그 구조면에서 그다지 큰 변천을 겪어 온 것은 아니다. 오히려 계급 분화에 따른 신분제도에 준한 복식제도가 확립된 시기이다.

## 제2절 자료 추출 및 DB 구축 과정

의복, 직물, 장신구에 대한 전통 복식 자료는 각종 문헌자료, 박물관의 유물자료, 회화자료, 고분 벽화자료로부터 추출하였다.<참고문헌 참조> 대부분의 자료들의 상태가 실제 형상을 식별하기 어려운 상태이므로, 이를 간략화로 재현하여 명확한 형상을 알아볼 수 있게 하였다. 그 후, 실물자료 및 간략화로 구성된 기본 자료를 시대별, 주제별로 정리하였으며, 각 시대를 대표할만한 복식을 근거로 하여 현대 감각에 어울리게 새로운 디자인을 개발하였다. 이상의 모든 자료와 자료 유형은 DB로 제작되어 검색을 용이하게 하였다.

DB에 포함된 자료의 유형별 성격 및 자료 검색 시스템 구축 내용과 과정을 정리하여 본다.

### 1. 자료의 성격

자료의 주제는 의복, 장신구, 및 직물로 구분하여 정리하였으며 이들 자료는 실물자료를 근거로 하여 간략화가 다시 제작되었다. 실물화의 형태가 모호한 경우에 간략화를 제작하는 것을 기본으로 하였으므로, 실물화 만으로 유물의 형태를 명확히 알 수 있는 일부 장신구들은 간략화 제작에서 제외되었다.

실물자료와 간략화로 구성된 기본 자료는 먼저 시대별로 정리되었는데, 자료 검색에서의 시대 구분은 삼국시대, 고려시대, 조선시대의 세 시기로 하였다. 통일신라시대는 그 양이 얼마 되지 않고, 남아 있는 복식 자료의 특성이 삼국시대의 복식 특성과 크게 다르지 아니하므로 삼국시대에 포함시켜 정리하였으며, 조선시대에는 개화기의 복식도 포함되었다.

정리된 실물자료와 간략화의 시대별 자료 수는 다음 표<3-1>와 같다. 의복은 실물자료 213개, 간략화 213개였으며, 장신구는 실물자료, 143개, 간략화 27개였다. 직물은 실물자료 160개, 간략화 159개였다. 시대별로는 삼국시대 212개, 고려시대 193개, 조선시대 510개로, 가장 근래의 조선시대 자료가 가장 많았다.

<표 3-1> 시대 구분별 실물자료와 간략화의 수

자료형태 \ 시대	시대	삼국시대	고려시대	조선시대	합계
1. 실물자료	의복	60	31	122	213
	장신구	45	14	84	143
	직물	14	55	91	160
2. 간략화	의복	60	31	122	213
	장신구	20	7	0	27
	직물	13	55	91	159
합계		212	193	510	915

다음으로는, 상기의 간략화에서 디테일 요소들을 추출하여 확대, 독립시켜 같은 유형의 디테일들과 디자인을 비교해 보기 위한 자료를 만들었다. 디테일 요소는 깃, 소매, 허리선(주름의 형태 및 帶 포함), 무, 셔, 고름, 장식선, 트임, 기타 등으로 분류하였다. 디테일 입력 자료 수는 모두 188개로 시대별, 디테일 요소별 입력 자료 수는 다음 <표3-2>와 같다.

<표3-2> 디테일별 입력 자료수

자료형태 \ 시대	시대	삼국시대	고려시대	조선시대	합계
디테일별	깃	17	4	33	54
	소매	17	7	20	44
	허리선	6	3	10	19
	무	0	1	9	10
	셔	0	1	4	5
	고름	0	0	6	6
	장식선	12	1	8	21
	트임	0	2	3	5
	기타	1	4	19	24
합계		53	23	112	188

전통복식 자료에 근거하여, 현대복식으로 활용하기 위한 디자인 자료들을 제시하였다. 디자인 변형 작업은 아이템별로 진행하였는데, 치마, 저고리, 바지, 포, 배자로 아이টে을 구분하여 각 시대별로 대표적인 형태를 추출하여 디자인에 활용하였다. 디자인 활용의 자료 입력수는 모두 188개로 시대별, 아이টে별로 입력된 자료 수는 다음 <표3-3>과 같다.

<표3-3> 디자인 활용 자료수

자료형태 \ 대	삼국시대	고려시대	조선시대	합계	
아이템별	치마	18	6	20	44
	저고리	44	7	20	71
	바지	56	0	20	76
	포	30	52	60	142
	배자	0	0	20	20
합계	148	65	140	353	

## 2. 자료 검색 시스템

### 가. 시스템 구성

본 시스템의 핵심적인 구성은 Informix DBMS와 Web DataBlade라 할 수 있다. Informix DBMS는 ORDBMS로서 DBMS 차원에서 기존의 관계형 DBMS에 객체지향의 개념을 도입함으로써 멀티미디어 데이터의 활용 및 시스템의 유지보수에 있어 RDBMS에 비해 상대적인 우위에 있다. 이는 결국 본 시스템과 같이 다양한 이미지 정보를 다루어야 한 경우에 매우 유리하다고 할 수 있다.

Web DataBlade는 Informix의 핵심적인 기술요소 중의 하나인 DataBlade중의 하나이다. 이는 시스템 개발의 효율성을 높이기 위해 필요한 기능을 가진 모듈을 추가하면 DBMS의 기능을 바로 확장할 수 있는 모듈인데 Web DataBlade는 DBMS로 구현한 내용을 비교적 쉽게 WWW 서비스가 가능하도록 해주는 기능을 가지고 있다.

### 나. DB 설계 및 구현(Table 구성)

```
create table DDL_Trad_Cloth1 (
    ID          int          NOT NULL,
    Title       varchar(200),  -- 이름
    Age         int,          -- 시대구분 (삼국,고려,조선)
    Use         int,          -- 주제 (의복,장신구,직물)
    NO1         int,          -- 구분 (포)
    NO2         int,          -- 구분 (저고리)
    NO3         int,          -- 구분 (바지)
    NO4         int,          -- 구분 (배자)
    NO5         int,          -- 구분 (치마)
```

```

Descr          lvarchar, -- 설명
Del            int,          -- 삭제 Tag (0 : 표시, 1 : 삭제)
RealThumb_Name varchar(200), -- Real Image의 Thumb Nail File Name
RealThumb_Type varchar(200), -- Real Image의 Thumb Nail File Type
RealThumb_Pic  BLOB,        -- Real Image의 Thumb Nail File
Real_Name      varchar(200), -- Real Image의 File Name
Real_Type      varchar(200), -- Real Image의 File Type
Real_Pic       BLOB,        -- Real Image의 File
Style_Name     varchar(200), -- Style Image의 File Name
Style_Type     varchar(200), -- Style Image의 File Type
Style_Pic      BLOB,        -- Style Image의 File
StyleThumb_Name varchar(200), -- Style Image의 Thumb Nail File Name
StyleThumb_Type varchar(200), -- Style Image의 Thumb Nail File Type
StyleThumb_Pic BLOB,        -- Style Image의 Thumb Nail File
Primary key    (ID)
)

PUT      RealThumb_Pic IN (bdb3),
        StyleThumb_Pic IN (bdb3),
        Real_Pic IN (bdb2),
        Style_FPic IN (bdd4);

create index Trad_Cloth1_Index1 ON DDL_Trad_Cloth1(Title);
create index Trad_Cloth1_Index2 ON DDL_Trad_Cloth1(Age_Type);
create index Trad_Cloth1_Index3 ON DDL_Trad_Cloth1(Use_Type);

create table DDL_Trad_Cloth2 (
    CID          int          not null,
    CName        varchar(200), -- 이름
    Descr        lvarchar,    -- 설명
    CAge         int,         -- 시대구분 (상동)
    Use          int,         -- 활용 (포, 저고리, 바지, 배자, 치마),
                                -- 세부화 (깃, 소매, 고름, 허리선, 무, 싹, 트임, 장식선,
                                -- 기타)
    Del          int,         -- 삭제 Tag (0 : 표시, 1 : 삭제)
    NO           int,         -- 각 활용/세부화의 일련번호
    Thumb_Name   varchar(200), -- Thumb Nail의 File Name
    Thumb_Type   varchar(200), -- Thumb Nail의 File Type
    Thumb_Picture BLOB,       -- Thumb Nail의 File
    Real_Name    varchar(200), -- Real Image의 File Name
    Real_Type    varchar(200), -- Real Image의 File Type
    Real_Picture BLOB,       -- Real Image의 File
    Primary key  (CID)
)

PUT      Real_Picture IN (bdb3),
        Thumb_Picture IN (bdb2);

```

```

create index Trad_Cloth2_Index1 ON DDL_Trad_Cloth2(CAge);
create index Trad_Cloth2_Index2 ON DDL_Trad_Cloth2(Part);
create index Trad_Cloth2_Index3 ON DDL_Trad_Cloth2(Use);
create index Trad_Cloth2_Index4 ON DDL_Trad_Cloth2(NO);

```

## 다. 기능 구현

### (1) 검색과정

전체적인 검색과정은 크게 네단계로 구성되어 있다. 이 과정은 인터넷상의 검색엔진의 과정과 유사하게 구현되어 있다

첫 단계는 검색조건입력 화면으로 검색하고자 하는 전통복식의 시대, 주제, 구분(의복의 아이템), 이미지(Real Image, Style Image)를 선택하여 입력할 수 있도록 되어 있으며, 이때 키워드를 쳐서 직접 입력할 수도 있다.

두번째 단계는 검색결과 출력화면이다. 이는 앞의 검색조건에 부합되는 자료만을 검색하여 그 목록을 출력하는 화면이다. 이때 목록은 출력시 속도를 높여 주기 위해 축소된 이미지인 Thumb Nail Image를 출력하고 있다.

세번째 단계는 최종 화면으로 앞단계에서 원하는 이미지를 선택하면 그 이미지와 관련된 자세한 정보가 출력된다.

네번째 단계는 활용 및 세부화 정보 검색으로 앞의 단계와 같은 화면에서 구현 하였다. 즉 화면 하단부에 관련된 활용 및 세부화 정보가 있는 경우에 이를 선택하면 관련된 정보가 보여지게 된다.

### (2) 검색방법

<1단계> 검색하고자 하는 전통복식의 시대와 주제를 선택한다. 시대는 **삼국시대, 고려시대, 조선시대**로 구분된 하위메뉴가 있으며, 주제는 **의복, 장신구, 직물**로 구분된 하위메뉴가 있다. 주제의 하위메뉴에서는 의복의 경우에만 다시 세분되어 검색이 가능하며 **포, 배자, 저고리, 바지, 치마**의 아이템별로 구분된다. 모든 자료들은 이미지의 형태를 **Real Image**와 **Style Image**로 선택하여 검색할 수 있도록 되어 있는데, Real Image는 실제의 모습을 그대로 나타내며, Style Image는 Real Image를 간략화로 보기 쉽게 그린 모습이다.

<2단계> 1단계의 검색조건에 부합되는 모든 자료들의 전체 개수와 함께 자료들이 모두 Thumb Nail Image로 출력되는 화면이 나온다. 한 화면에 들어가지 못할 경우에는 다음 화면으로 연속된다. Thumb Nail Image의 출력 화면은 1단계의 이미지 선택에 따라 Style Image와 Real Image로 출력될 수 있다.

<3단계> Thumb Nail 중에서 원하는 이미지를 선택하면, 그 이미지에 대한 자세한 정보가 나오며, 이 화면에서는 Image와 Real Image를 실제 크기로 확대하여 동일 화면에서 비교가 가능하다.

<4단계> 3단계 화면 하단부에 **활용** 및 **세부화** 문자가 나올 경우, 이를 선택하면 동일한 화면의 하단에 관련된 활용 및 세부화 정보가 모두 Thumb Nail Image로 보여지게 된다. 더 자세한 형태를 원하면 Style Image만을 다시 실제 크기로 검색해 볼 수 있다. 활용된 디자인들은 앞에 보이는 것이 유물과 유사하며, 뒤로 갈수록 변형이 많이된 디자인이 나타난다.

활용 및 세부화 정보 검색은 4단계에서 검색하는 방법 이외에 초기화면에서도 별도로 검색할 수 있다. 초기 화면의 우측에 **활용**을 선택하면 **포, 배자, 저고리, 바지, 치마**로 구분된 하위메뉴가 나타나며, 원하는 아이টে을 선택하면 이에 맞는 활용 실례가 모두 Thumb Nail Image로 출력되고, 이중에 하나를 선택하면 확대된 크기의 Style Image 정보가 나온다. 또한 초기화면 하단의 **세부화**를 선택하면 **깃, 소매, 허리선, 장식선, 고름, 무, 셔츠, 트임, 기타**로 구분된 하위메뉴가 나타나며, 그중 하나를 선택하면 조건에 맞는 세부화의 Thumb Nail Image가 출력되고 다시 하나를 지장 선택하면 확대된 크기의 Style Image 정보가 나온다.

### 제3절 전통 복식 및 디자인 활용 자료의 DB

전통 복식 자료와 전통 복식을 응용하여 개발된 한국적 이미지의 현대적 디자인 자료는 체계화되어 DB로 구축되었으며, 인터넷으로 검색 가능하도록 제작되었다. 그 양이 방대하므로 본 보고서에는 검색법 별로 몇 가지 사례들을 제시하여 DB 활용을 위한 이해를 돕도록 하였다. 다음(/DB구축.ppt)에, 검색 시스템의 초기 화면 및 검색 사례 7가지를 제시하였다.

## 제4장 한국적 이미지의 복식 디자인

개발된 전통복식 DB를 이용하여 디자인에 응용하는 경우 디자인 variation들을 Data Base로 구축하는 것이 필요하다. 패션 컨셉이 결정되면 이에 따른 design variation 들이 스타일화 등으로 만들어지는데 이를 보존하지 않으면 매번 처음부터 디자인해야 하는 번거로움이 생긴다. 또한 이를 보존하더라도 체계적인 정리방법이 없다면 검색해 볼 수 없기 때문에 효과적인 이용이 불가능하다. 이러한 자료들을 DB화하여 체계적으로 관리하면 언제나 지나간 자료들을 쉽게 검색해 볼 수 있어 다음 season의 패션을 예측하고 새로운 디자인을 개발하는데 참고자료로 활용할 수 있다.

디자인 데이터의 확보는 디자이너가 손으로 그린 흑백 선도의 스타일화를 스캐너로 읽어 파일로 저장하였으며, 일부 채색작업을 한 채색도 역시 스캐너로 읽어 파일로 저장하였다. 마찬가지로 방법으로 소재설계 및 패턴작업을 저장하였다.

Data Base 관리 시스템(DBMS)으로는 마이크로소프트사의 Access를 사용하였다. 이는 다량의 데이터를 쉽게 관리할 수 있을 뿐만 아니라 DB를 인터넷에 개방하여 많은 사용자들이 동시에 조회해 볼 수 있는 장점이 있다. DB에는 각각의 스타일에 대하여 흑백선도, 채색도, 패턴, 소재 등에 대한 정보가 있다. 디자인 원도를 스캐너로 읽어들이는 경우 그림 파일의 이름을 저장하고 있어 원하는 디자인의 스타일을 많은 데이터 중에서 쉽게 찾을 수가 있다.

### 제1절 디자인 개발

DB화된 전통복식의 요소를 현대적으로 활용하기 위하여 타겟은 20대와 40대의 여성으로 선정하였다. 소비자 조사 결과, 40대는 생활한복의 가장 주된 고객층으로 밝혀졌고, 20대는 여러 가지 변형 디자인으로 접근할 수 있는 좋은 시장이라고 판단되었기 때문이다. 20대의 경우 ‘어울림 한마당’을 테마로 하여 20대 초반의 영 캐릭터 캐주얼 라인으로 전개하였고, 40대는 ‘비원으로 초대된 칵테일 파티’를 테마로 고급스럽고 우아한 포멀웨어를 전개하였다.

시즌은 99/00 F/W로 하여, 각종 정보지<sup>1)</sup>를 중심으로 트렌드를 수집 분석하였으며, 설정된 컨셉과 부합하면서 현재의 패션 시장의 흐름과 잘 일치될 수 있도록 스타일, 칼라, 소재를 적용하였다.

1) SK 케미칼, K.F.S. 삼성패션연구소, 인터패션플래닝, 패션디자인 연구센터

## 1. 패션 정보 분석

99/00 F/W의 트렌드를 INFLUENCE, COLOR, FABRIC, STYLE 측면에서 각각 살펴보았다.

### 가. INFLUENCE

새천년의 시작을 앞두고 이제 우리는 21세기에 대한 무성한 말들과 상상력을 뒤로 하고 좀 더 차분해진 모습으로 다가올 미래와 우리가 흘려보낸 지난 세기를 돌아본다. 그 속에서 우리는 고대와 현대, 자연과 인공, 남성과 여성, 음과 양, 미니멀과 데카당스, 블랙과 화이트 등의 대조적인 성향에 대한 융합을 추구하며, 이러한 이질적인 결합은 우리가 예상치 못한 아주 새로운 모습으로 나타날 것이다.

### 나. COLOR

대조와 다양함을 보였던 색들이 새롭게 차분한 색들로 융합된다. 과거와 현재, 현실과 초현실, 그리고 가상의 세계가 교차하는 느낌으로 미묘한 컬러의 웨이드가 탄생한다.

- 침착하고 냉정해진 Neutral color
- 풍부한 색감의 deep color
- 차갑고 매우 어두운 모크 블랙(Mock Black)계의 스페이스 타크(Space dark)
- 아티스틱한 표현을 위한 네온 브라이트(Neon Bright)의 액센트 컬러
- 레드 is skin pink에서 strong red, purple로 이어짐
- 세피아(sepia) 컬러의 톤온톤에 붉은 색이 더해진 새로운 내추럴 브라운
- 그린에 블랙이나 실버 메탈릭이 첨가된 독성분이 있는 듯한 차가운 느낌의그린
- 그레이쉬, 소프트, 미드톤의 yellow
- 광물과 같은 자연물에서 발견되는 metallic color

### 다. FABRIC

지속적으로 등장해왔던 기능성에 대한 연구는 이번 시즌, 매우 중요한 트렌드로 대두되고 있다. 기능성이라고 하는 것은 자연과 과학의 결합에 의해서 창조되며 이것에는 편안함(comfort)과 보호(protection)의 개념이 공존한다.

- 모든 소재에서 점점 필수화되어 가는 소프트 & 라이트, 테크놀로지에 의한 자연

- 과 인공의 결합을 보여주는 테크노-에콜로지(techno-ecology)
- 미래적인 감각을 주는 메탈릭 터치, 기존의 러스틱한 요소로부터 떨어져 민속 풍의 장식적 요소의 포클로릭데코(folkloric Deco)
- 소재의 외형은 변형시키지만 베이직한 특성을 유지하는 현대적인 클래식 소재 (Neo Classic)

## 라. STYLE

다양한 융합에 의한 새로운 럭셔리(new luxury) & 편안함(comfort)을 추구한다. 그동안 지속되었던 미니멀리즘은 보다 인간적인 측면으로 변형되며 캐주얼한 라이프 스타일의 추구로 macro sports mood가 지속되고 복합 감성의 자유로운 착장이 정착된다.

- mannish & dandyism 의 확산
- rich casual clothes
- elegant & feminine emotion
- 편안하고 감각적인 실루엣
- 소재와 디테일의 특징을 반영한 다차원적인 실루엣
- 절제된 디테일
- collarless, sleeveless
- high, low 의 다양한 waist line
- 평행선과 사선의 지오메트릭 디테일

## 2. 디자인 컨셉 및 타겟 설정

### 가. 20대

Theme: 어울림 한마당



어울림 한마당

자진모리 자진모리  
 넘치는 듯 쏟아지는 어울림 소리  
 비바체 비바체  
 부서질 듯 잦아드는 한바탕 춤사위

시간을 넘어서...  
 공간을 넘어서...

천년이 묻어나는  
 월광이 흐드러지는  
 젊음이 흥에 겨운  
 어울림 한마당

(1) Influence

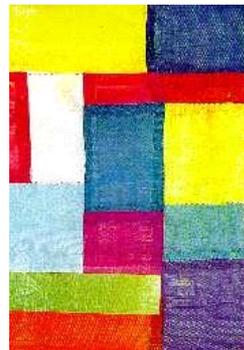
한국 전통의 모티브들이 캐주얼 라이프 스타일과 매치되어 신선한 감각으로 전개된다. 고전적인 형태는 사이버 일렉트로닉 세대를 맞이하여 시각화됨으로써 테크노적 요소가 가미된 현대적 전통미로 융화되고 자유로워진다. 음악, 거리, 스포츠에서 영향을 받은 트렌드로 전통을 자신의 스타일로 수용하며 스스로의 스타일을 만들어간다.

자유로운 감성과 다양한 문화가 넘쳐흐르는 젊은이의 도시에 어울린 축제 한마당은 화합과 융화로 활기차고, 사물놀이와 락, 장구와 전자기타 등 어울릴 것 같지 않은 매치들이 이들에겐 오히려 자연스럽다.



### (2) Color

구름이 낀 듯한 신비로운 그레이쉬 컬러그룹에 비비드한 컬러를 액센트로 사용한다. 뉴트럴 칼라에 브라이트한 컬러가 포인트로 믹스되어 모호한 색조와 독특한 콤비네이션을 띠는 세련미를 더한다. 여기에 미래에 대한 낙천적인 joyful color range의 가미는 젊음의 활기를 느끼게 하기에 충분하다.



### (3) Fabric

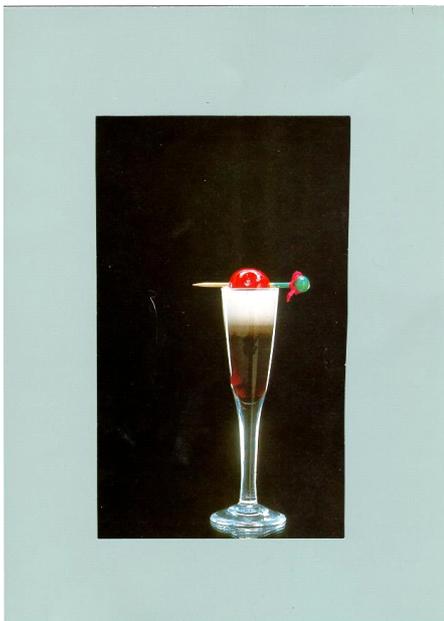
테크니컬하며 내추럴한 감각을 지닌 soft & rough의 표면효과가 조화를 이루며, 여기에 스트레치가 가미되어 활동성을 살린다. 캐주얼한 감성을 살리고 자연의 거칠음 표방, 표피의 매끄러움을 추구하는 다양한 표면감의 소재군이 가미된다. 은은한 광택과 같은 테크놀로지가 자연스럽게 융화된 패브릭이 일상의 편안함을 추구한다. 클래식이즘에 young한 아방가르드적 요소가 터치되어 재미를 더한다.

- 쉬폰, 크레이프
- 크링클
- 데님
- 야광 프린트와 주름
- 방수 코팅된 코튼 폴리에스테르
- 오버프린트된 스트레치성 소재
- 라이크라와 모혼방
- 희미한 효과의 트윌
- neon bright 액센트 소재



## 나. 40대

Theme: 秘苑으로 초대된 칵테일 파티



밤새 내린 이슬에도 시간의 역사가 묻어나는 곳  
 찬란한 태양이 시리도록 아름다운,  
 비 개인 오후가 더욱 빛나는 곳  
 도도함과 부드러움이 묻어나는 옷깃의 스침이  
 낯설지 않는...

그런 곳.

비원으로  
 초대된 칵테일 파티

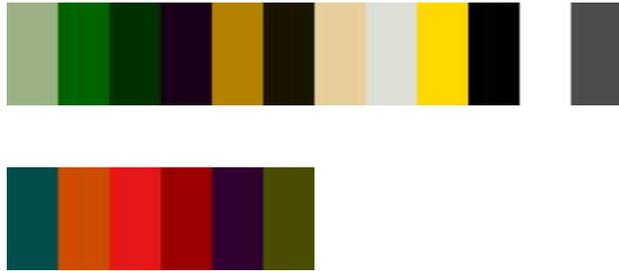
### (1) Influence

안개 낀 고궁의 아침을 맞는 듯한 정제된 내적 감성은 한국 전통의 재해석으로 이어져 클래식과 모더니즘의 완벽한 조화를 이루는 신 럭셔리의 이미지를 창조한다.한복의 기본적인 질서에 초점을 맞춘 우아함과 고급스러움에서 이지적인 세련미를 더하여 만들어지는 감각이 신선함을 준다. 철릭에서 느껴지는 중후한 미감은 상징으로 부각되고 그 시대의 감성을 느끼게 하는 대표적인 소재들로 다양하게 표현된다. 각테일 잔에 투영된 고궁의 매혹적인 색의 조화와 같이 감각적으로 표현된 한국의 정서는 미니멀리즘과 더불어 진정한 행복감을 추구한다.



### (2) Color

고요하고 안락한 색조의 따뜻하고 감각적인 멜란지 혹은 블러쉬된 무드로 사용된다. 다크하고, 리치한 칼라에 소프트한 분위기가 가미되어 세련되고 우아한 신비감이 과거의 럭셔리와는 구별된다. 그레이와 블랙은 모노 톤의 이미지를 띠며 쉬크한 느낌으로 다가오고, 파우더리한 골드, 브라운은 고급스러움을 강조한다.



### (3) Fabric

자연과도 같은 부드러움을 통하여 편안하며 우아하고, 무겁지 않은 고급스러움을 추구한다. 한복에서 느껴지는 박시한 웨이프와 자연스럽게 흐르는 절제된 실루엣을 살리는 소재가 사용된다. comfort & good look 의 추구로 softness, warmth, lightness, new look classics 등과 감성적인 면이 강조된 수공예적 감각의 장식효과가 가미된다.

- 메탈안으로 자수 놓은 실크
- 반투명 효과 가진 크링클 텍스추어
- 불규칙한 주름효과의 폴리에스테르
- 전통문양 자카드
- 금박새틴
- FUR
- 번아웃가공된 비스코스
- 수공예적 패브릭
- 벨벳,쉬폰



### 3. 디자인 스케치

가. 20대



나. 40대



4. 디자인 제시

가. 20대



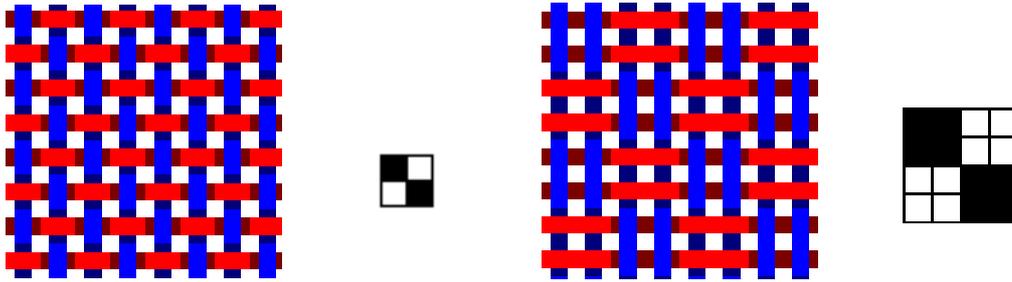
## 나. 40대



## 제2절 소재설계

직물(woven fabric)은 경사와 위사가 교차하면서 결합력을 갖는데, 이때 경사와 위사가 교차하는 방법에 따라서 직물의 조직이 결정된다. 경사와 위사가 교차하는 순서를 그림으로 나타낸 것을 조직도 또는 포인트 다이어그램(point diagram)이라 하며, 직물의 조직도는 반복단위(repeat unit)를 하나만 그려준다.

다음 <그림4-1>에서 볼 수 있듯이 경사와 위사가 교차하는 곳은 정사각형 하나로 나타내고, 경사가 직물의 표면으로 올라 온 부분은 검게, 위사가 표면으로 올라 온 부분은 희게 나타내어 조직을 표현할 수 있다.



<그림 4-1> 평직과 바스켓직

소재 설계에 의해 문양을 표현하는 반복단위가 정해지면 제직시 실의 선택, 즉 섬유 종류, 색사 배열, 실의 변수, 꼬임수, 꼬임방법, 경사와 위사의 밀도 등을 변화시킴으로써 같은 조직을 가진 직물일지라도 상이한 색감과 태를 나타내어 전체 의복의 느낌을 다양하게 표현할 수 있다.

우리 전통직물의 문양은 본 연구에서 구축된 DB자료에서 보듯이 매우 다양한 반면 섬유의 성분은 견이나 면, 마섬유 등 천연섬유로 이루어져 있다. 그러나 이러한 제한된 천연섬유 소재만을 사용하는 것은 현대적 감각에 적합치 않다. 따라서 천연섬유의 외관과 위생성을 지니면서도 세탁과 관리가 편리하여 다림질 등 후처리가 간단하고 세탁 후 변형이 없는 소재, 내구성이 우수한 고강도, 내추성, 내마모성을 지닌 섬유의 선택이 중요하다 하겠다.

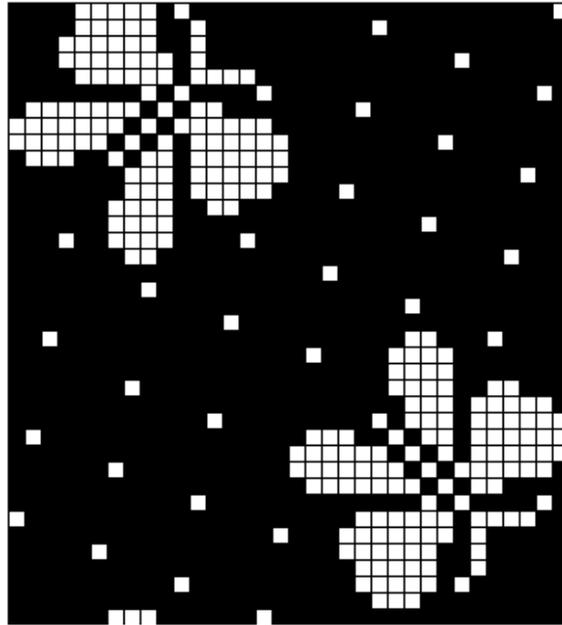
최근에는 다양한 신소재 섬유가 등장함으로써 전통직물의 외관을 지니면서도 실용적이고 고기능성 소재를 제조하는 것이 가능하게 되었다. 따라서 한국적 감성이 느껴지면서도 현대에 활용이 가능하고 가격면에서도 경제적인 소재의 다양화를 도모하여 널리 활용할 수 있다.

다음의 <그림4-2>과 <그림 4-3>은 패션 컨셉에 따라 설정된 직물 소재들을 설계한 것이다. 각 그림의 (a)는 반복단위 조직도이며, (b)는 컨셉에 따른 색상으로 제직한 경우의 직물이며, (c)와 (d)는 경사 또는 위사의 색을 변화시키는데 따라 다른 느낌을 줄 수 있음을 예를 들어 보여주고 있다.

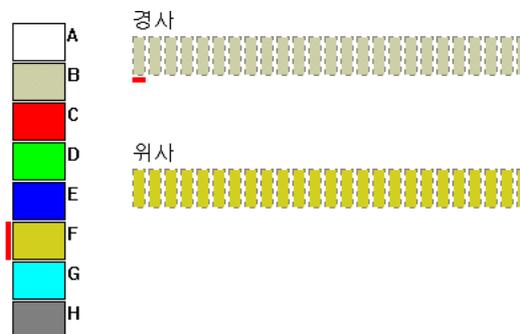
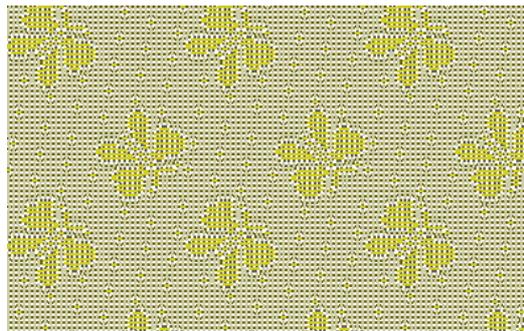
<그림4-2>은 가볍고 반투명 상태의 바탕을 가지도록 밀도를 적게하여 제직하고 문양부분은 부드럽고 표면이 매끄러우며 중간 정도의 광택을 지니도록 한다. 유사 견으로 가공된 폴리에스터사를 사용하면 얇고 비치는 직물일지라도 강도를 지니게 되며 세탁 관리가 용이하면서도 견직물과 같은 우아함과 텍스처를 표현할 수 있다.

<그림4-3>은 탄력있고 탄탄하며 두꺼운 보온성 직물이 되도록 고밀도로 제직한다. 경사의 밀도가 위사의 밀도 보다 크게하며 간간이 금사를 사용하여 장식 및 광택 효과를 부여한다. 유사 모섬유로 가공된 이수축 혼섬의 스펀 폴리에스터사를 사용하면 모직물과 같은 따뜻하고 풍성한 느낌과 실용성을 동시에 부

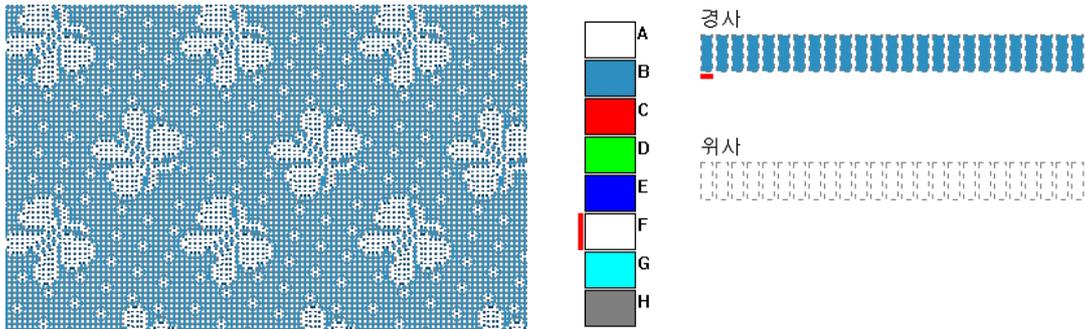
여할 수 있다.



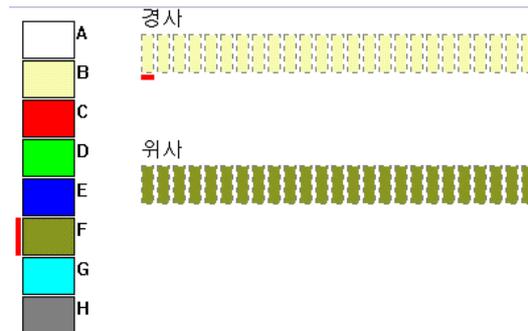
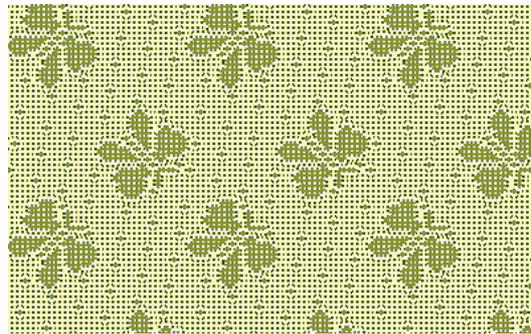
<그림 4-2(a)> 조직도(20대)



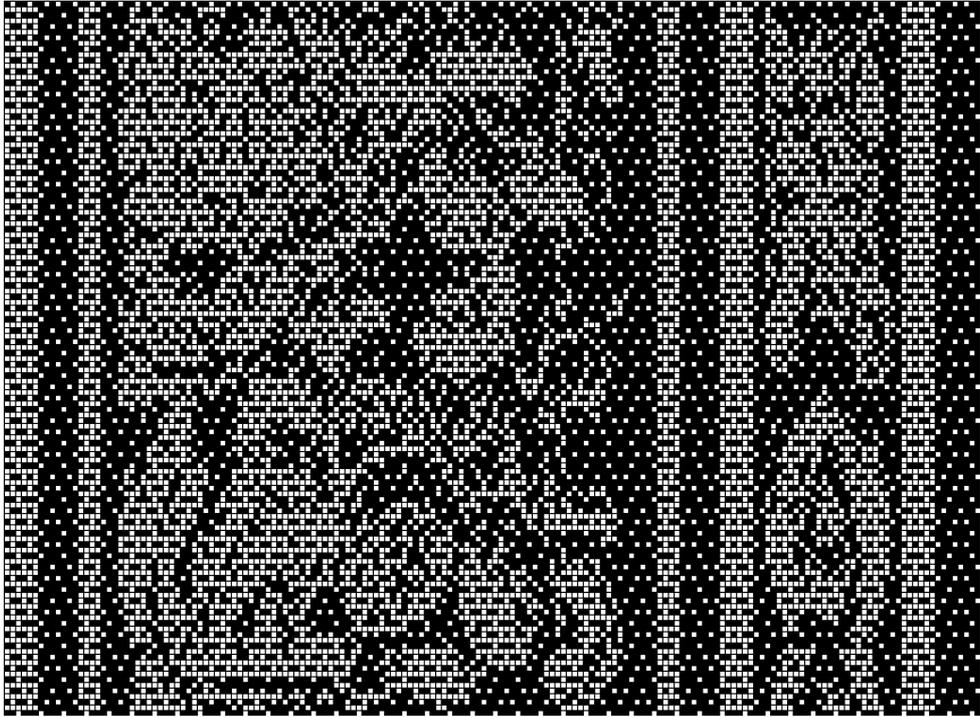
<그림4-2(b)> 기본조직과 실의 배열



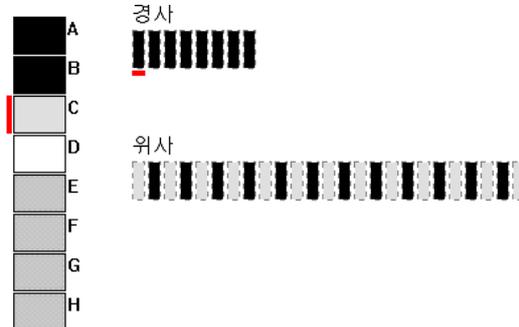
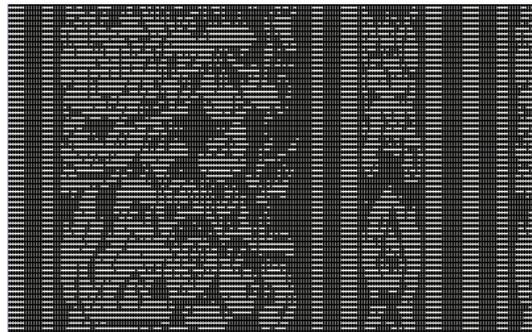
<그림4-2(c)> 변형조직1과 실의 배열



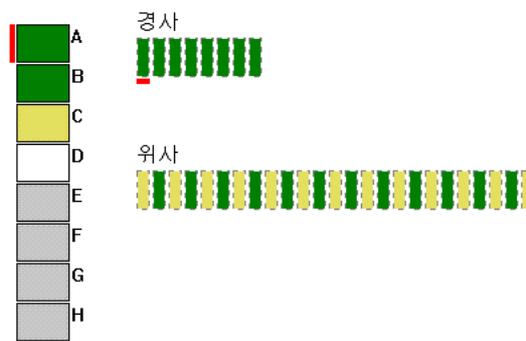
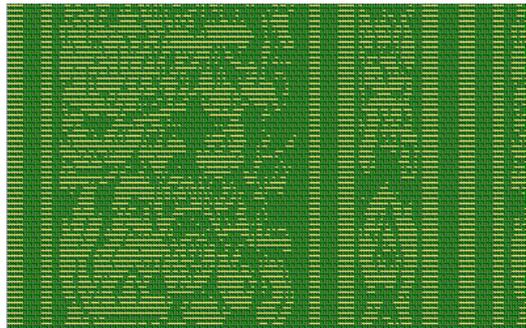
<그림4-2(d)> 변형조직2와 실의 배열



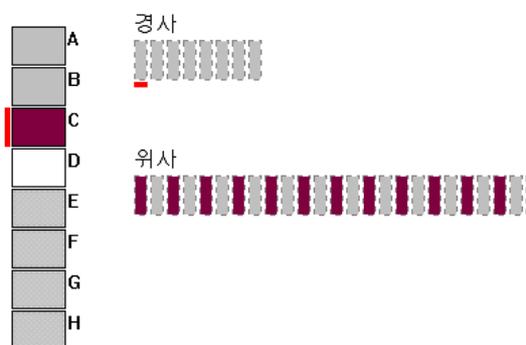
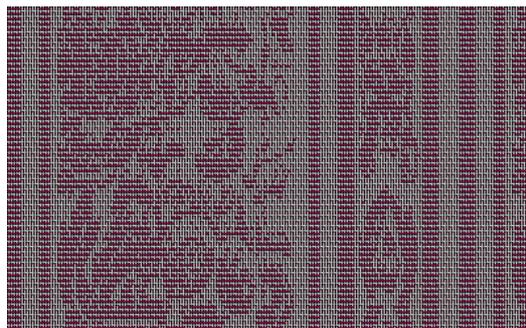
<그림4-3(a)> 조직도(40대)



<그림4-3(b)> 기본조직과 실의배열



<그림4-3(c)> 변형조직1과 실의 배열



<그림4-3(d)> 변형조직2와 실의 배열

### 제3절 치수 표준화와 패턴개발

#### 1. 한국적 디자인에 필요한 치수 선정

한국적 이미지의 디자인 개발과 제품화 및 대중화를 위하여는 일반 서양복의 기성복과 같은 적합한 치수체계가 필요하다. 현재 공업진흥청에서 신체치수에 따라 규정하고 있는 의류 치수규격은 서양복을 중심으로 이루어져 있어 의류치수규격을 한국적 디자인 제품에 그대로 적용시키는 데는 여러 가지 문제가 있으나 이에 대한 실증적 연구는 거의 이루어지고 있지 않다.

한국적 디자인에 적합한 치수를 선정하기 위하여 생활한복 업체 및 소비자의 치수에 관련한 현황 조사 결과, 업체마다 치수 표기 및 치수설정이 제 각각이며, 착용자 나이에 따른 디자인에 차이가 없어 불만이 많은 것으로 나타났다. 앞으로 전통복식의 현대적 활용이 활발하게 진행되고 더 많은 소비자에게 가깝게 다가가기 위해서는 착용자 나이가 고려된 디자인과 그에 적합한 세부치수 체계를 갖추는 것이 매우 필요하므로 본 연구에서는 체형차이가 뚜렷하게 나타나고 선호하는 디자인 취향도 차이가 있는 20대와 40대를 연구대상으로 선정하였다.

본 연구에서는 국립기술품질원의 '1997년도 국립표준체위 조사 보고서'와 '1998년 국민표준체위 조사결과에 따른 체형분류 연구'를 이용하여 한국적 디자인에 필요한 치수를 선정하고, 20대와 40대의 치수체계를 제안하고자 한다.

등간치수의 선정은 공업진흥청에서 1990년에 개정한 여성복 치수(KS K 0051)와 1998년 국립기술품질원에서 제안하고 있는 KS 규격을 참고로 하였다. 이에 따르면 피트성이 요구되는 디자인은 가슴둘레 3cm, 허리둘레 3cm, 엉덩이둘레 2cm, 키 5cm 간격으로 설정되어 있다. 그러나 피트성이 크게 요구되지 않는 디자인의 경우 1990년에 개정한 여성복 치수(KS K 0051)에서는 가슴둘레 5cm, 허리둘레 5cm, 키 5cm 간격이고, 1998년 국립기술품질원에서 제안하고 있는 KS 규격은 가슴둘레 간격을 10cm로 제안하고 있다. 이는 통계적 커버율을 높일 수는 있으나 실제 적용하기에는 무리가 있는 것으로 보여진다. 본 연구에서는 등간치수를 가슴둘레 3cm, 허리둘레 3cm, 엉덩이둘레 2cm, 키 5cm 간격

으로 선정하고자 한다. 이러한 등간치수를 적용한 치수체계의 이용 시 피트성이 크게 요구되지 않는 경우에는 3cm로 되어있는 가슴둘레를 6cm간격으로 적용하면 되도록 구성하였다.

연령대를 고려한 치수선정의 필요성과 실제 연령대 별 치수의 차이를 밝히고자 1997년도 국립표준체위조사 120항목 중 사이즈선정과 세부치수제안, 패턴연구에 필요한 35항목을 선정하고 t-test를 실시하였다. <표4-1>은 20대와 40대의 35항목 측정치의 평균과 표준편차, 두 집단간의 t-test결과를 보여주고 있다.

선정된 35항목 중 앞뎀, 어깨끝점사이길이, 발목둘레의 3항목만이 유의한 차이가 나타나지 않았으며 나머지 32항목 모두 0.001수준에서 높은 유의차를 보여주고 있다.

이같은 결과는 연령에 따른 차별화된 사이즈체계 구축의 필요성을 보여주고 있다고 하겠다.

<표4-2>, <표4-3>은 20대와 40대의 키와 가슴둘레 분포도를 살펴보았다. 이같은 방법으로 <표4-1>에 나타난 항목을 중심으로 20대와 40대의 여러 치수의 분포도를 살펴본 결과 키, 목뒤높이 등 높이항목에서 20대가 40대보다 3.35cm정도 크게 나타나고 작은 키에 적게 분포되어 있어 20대가 40대보다 키 등 높이항목이 큰 집단임을 알 수 있다.

<표4-1> 20대와 40대 평균값과 t-test 결과 (cm)

항 목		평 균 · 표 준 편 차				t-value
		18~29세		40~49세		
		M	S.D	M	S.D	
높 이	키	157.47	5.25	154.12	4.75	9.12 ***
	목뒤높이	135.59	4.52	132.89	4.35	7.89 ***
	허리높이	97.43	3.89	94.79	3.33	10.08 ***
너 비 · 두께	윗가슴너비	28.05	1.79	29.12	1.71	-7.86 ***
	허리너비	23.44	1.83	26.14	2.18	-16.60 ***
	엉덩이너비	31.38	1.66	32.36	1.55	-7.79 ***
	진동두께	10.35	1.22	11.54	1.43	-11.06 ***
	가슴두께	21.10	1.75	23.01	1.87	-14.04 ***
	허리두께	16.54	1.60	19.14	2.47	-14.35 ***
	배두께	19.00	1.79	21.58	2.19	-15.71 ***
	엉덩이두께	20.51	1.67	21.28	1.75	-5.92 ***
길 이	앞폭	30.85	1.80	31.03	1.51	-1.50
	앞중심길이	32.37	2.39	33.84	2.28	-8.17 ***
	앞길이	40.12	2.56	41.96	2.53	-9.44 ***
	등길이	36.95	2.62	38.30	2.65	-6.77 ***
	엉덩이길이	20.12	2.40	19.86	1.88	1.74
	밑위앞길이	26.20	2.08	25.99	2.02	1.31
	화장	70.24	2.95	69.49	2.70	3.36 ***
	뒤폭	35.27	2.08	35.80	1.95	-3.38 ***
	어깨끝점사이길이	38.19	2.24	38.04	2.35	0.88
	진동길이	14.72	2.02	16.04	2.16	-8.59 ***
	어깨길이	13.00	1.32	12.52	1.29	4.77 ***
	소매길이	51.05	2.36	49.30	2.13	4.56 ***
안소매길이	42.15	2.12	40.89	1.97	7.91 ***	
둘레	목밑둘레	36.69	1.95	38.30	2.13	-9.92 ***
	윗가슴둘레	79.86	4.24	84.93	4.86	-13.95 ***
	가슴둘레	80.90	5.05	86.60	6.50	-11.86 ***
	밑가슴둘레	71.75	4.48	78.04	5.58	-15.24 ***
	허리둘레	64.63	4.67	73.68	7.16	-17.25 ***
	엉덩이둘레	88.37	4.41	90.80	4.63	-7.13 ***
	발목둘레	20.49	1.06	20.43	1.15	0.70
	진동둘레	35.92	2.70	37.92	2.79	-9.69 ***
	윗팔둘레	26.25	2.20	28.12	2.36	-10.98 ***
	손목둘레	14.65	0.70	15.36	0.91	-10.40 ***
몸 무 게	50.05	6.03	54.90	6.72	-9.57 ***	

\* : p<0.05 \*\* : p<0.01 \*\*\* : p<0.001

허리높이의 경우 20대가 40대보다 높게 나타나고, 등길이는 짧게 나타나 키는 20대가 더 크지만 상반신의 길이는 20대가 더 짧아 두 연령간에 신체비례의 차이를 보이고 있어 사이즈, 패턴의 연구와 적용시에 고려하여야만 한다. 둘레, 너비, 두께의 항목에서는 40대가 20대보다 크게 나타나고, 화장, 소매길이, 넓적다리길이등 사지의 길이는 20대가 40대보다 길게 나타났다.

즉 20대는 40대보다 키가 크고, 신체 몸통부위는 짧고 가늘며, 팔, 다리는 가늘고 긴 체형으로 나타났다. 이것은 일본의 경우도 비슷하게 나타나 이들을 일본에서는 헤세신인류라고 부르기도 한다.

이처럼 20대와 40대 즉 연령에 따라 신체크기뿐만 아니라 신체비례가 다르기 때문에 그에 적합한 디자인과 사이즈, 패턴의 차별화가 이루어 졌을 때 치수에 의한 소비자의 불만족과 재고를 줄일 수 있으며, 국내시장에서 일반 기성복과의 경쟁력이 생기며, 더 나아가 세계시장을 바라볼 수 있을 것으로 생각된다.

1997년도 국민체위조사에 나타난 20대와 40대 여성의 가슴둘레와 키의 분포도는 다음과 같다.

<표4-2> 20대 여성의 가슴둘레와 키의 분포도 (cm)

가슴둘레 키	67	70	73	76	79	82	85	88	91	94	97	계
140미만			1 (0.08)	2 (0.16)	7 (0.55)	2 (0.16)	6 (0.47)	3 (0.23)		1 (0.08)		22 (1.72)
140												
145		1 (0.08)	6 (0.47)	6 (0.47)	6 (0.47)	2 (0.16)	4 (0.31)		2 (0.16)			27 (2.11)
150	2 (0.16)	3 (0.23)	27 (2.11)	31 (2.43)	60 (4.69)	24 (1.88)	25 (1.96)	2 (0.16)	14 (1.10)	3 (0.23)	1 (0.08)	192 (15.02)
155	1 (0.08)	7 (0.55)	42 (3.29)	48 (3.76)	112 (8.76)	66 (5.16)	83 (6.49)	27 (2.11)	20 (1.56)	1 (0.08)	1 (0.08)	408 (31.92)
160		3 (0.23)	42 (3.29)	39 (3.05)	133 (10.41)	70 (5.48)	92 (7.20)	21 (1.64)	22 (1.72)	5 (0.39)		427 (33.41)
165		1 (0.08)	12 (0.94)	12 (0.94)	43 (3.36)	37 (2.90)	42 (3.29)	16 (1.25)	12 (0.94)			175 (13.69)
170			1 (0.08)	3 (0.23)	10 (0.78)	5 (0.39)	4 (0.31)	3 (0.23)	1 (0.08)			27 (2.11)
계	3 (0.23)	15 (1.17)	131 (10.25)	141 (11.03)	371 (29.03)	206 (16.12)	256 (20.03)	72 (5.63)	71 (5.56)	10 (0.78)	2 (0.16)	1278 (100)

<표4-3> 40대 여성의 가슴둘레와 키의 분포도 (cm)

가슴둘레 키	73	76	79	82	85	88	91	94	97	100	103	계
140미만					2 (1.00)		1 (0.50)					3 (1.49)
140				1 (0.50)								
145	2 (1.00)		4 (1.99)		5 (2.49)	1 (0.50)					1 (0.50)	13 (6.47)
150	1 (0.50)	1 (0.50)	11 (5.47)	7 (3.48)	15 (7.46)	3 (1.49)	16 (7.96)	1 (0.50)	3 (1.49)		2 (1.00)	60 (29.85)
155	3 (1.49)	3 (1.49)	8 (3.98)	4 (1.99)	15 (7.46)	11 (5.47)	13 (6.47)	5 (2.49)	7 (3.48)	5 (2.49)	1 (0.50)	75 (37.31)
160			7 (3.48)	5 (2.49)	14 (6.97)	5 (2.49)	7 (3.48)	4 (1.99)	1 (0.50)	1 (0.50)		44 (21.89)
165			1 (0.50)		2 (1.00)	1 (0.50)	1 (0.50)					5 (2.49)
170												
계	6 (2.99)	4 (1.99)	31 (15.42)	17 (8.46)	53 (26.37)	21 (10.45)	38 (18.91)	10 (4.98)	11 (5.47)	6 (2.99)	4 (1.99)	201 (100)

## 2. 선정된 치수와 업체치수와의 관계분석

업체별 치수표기와 신체치수의 적용에 대하여 조사한 결과 각 업체들의 치수 표기 및 치수 설정 방법이 다 제 각각이며, 같은 업체라도 남성복과 여성복의 치수 설정 방식에 차이가 나는 경우도 많이 있다. 여러 업체의 치수표기방식과 신체치수 혹은 제품치수를 기준부위별로 정리하여 보면 <표4-4>와 같다. 치수의 기준으로 삼고 있는 부위는 키, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레 혹은 이들을 조합하여 사용하고 있으며, 대체로 3내지 4단계의 사이즈로 제품을 생산하고 있다.

30여개 업체에서 사용하고 있는 사이즈 표시는 <표4-4>와 같이 일관성이 없으며, 같은 표시인 경우에도 실제 의미하고 있는 신체부위와 치수 자체가 달라 소비자들이 실제 제품을 입어보기 전에는 사이즈를 정확히 알 수 없는 문제점을 가지고 있다. 또한 대부분의 업체가 영세하다보니 신체 세부 사이즈의 정보가 부족한 가운데 제품을 생산하고 있어 가슴둘레에 맞추어 옷을 선택하면 소매가 맞지 않는 등의 문제가 도출되고 있다.

그러나 기본부위로 많이 사용되고 있는 키, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레는 KS 규격에서도 기본으로 삼고 있는 부위이며 본 연구에서도 기본부위로 선정하고 있다. 이들 항목의 등간치수를 살펴보면 키의 경우 5cm는 업체치수와 유사하다. 가슴둘레의 경우 한 업체에서 7cm와 10cm로 등간치수를 사용하고 있는 곳이 있으나 대부분의 업체에서는 3cm 혹은 5cm의 등간치수를 사용하고 있는 것으로 밝혀져 표기방법을 통일하고 세부치수를 제안하여 제품의 피트성을

균일화하는 것이 필요하다.

<표4-4> 생활한복업계의 치수표시와 기준부위(여성의류)

기준 부위	사이즈 표시	비 고
1.키	대/중/소 55/66/77/88	165/160/155 (157-161)/(160-165)/(163-168)/(163-170)
2.가슴둘레	큰/보통/작은 55/66/77/88 85/90/95/100 90/95/100 95/100/105/110	95/90/85 85/88/91/94 85/90/95/100 90/95/100 남녀공용
3.가슴둘레-키	대/중/소	(95-175)/(85-163)/(78-158)
4.허리둘레	55/66/77/88 대/중/소 55/66/77	26/28/30/32 30/29/28 26,27/28,29/30-32
5.가슴둘레-엉덩이둘레-키	66/77/88	(91-96-160)/(94-100-165)/(96-104-170)
6.기준부위표시없음	상의 S/M/L/XL 하의 28/30/32/34/36 55/66/77/88/99 55/66/77 M/L/XL	남녀공용 남녀공용 신체치수없음 신체치수없음

<표4-5> 성인 여자 저고리의 참고치수 (cm)

측정항목	A			B			C			D			E			F		
	대	중	소	대	중	소	대	중	소	대	중	소	대	중	소	대	중	소
길 길이 (뒷길이)	35	28	26	26	25	24	25	24	23	26	25	23	26	25	24	28	26	24
가슴둘레				90	85	80	90	86	82				88	84	80	92	84	78
뒤폭	45	43	41							48	46	44						
앞폭	21	19	18															
화장	72	68	66	74	72	70	72	70	68	72	70	68	72	70	68	68	65	63
진동(나비)	22.5	21.5	20	22	21	20				22	21	20	22	21	20	22	21	20
(소매)부리	15	13	12				14	13	12	13.5	13	12.5	14	13.5	13	14	13.5	13
소매나비													26	25	24	26	24.5	23
곁선티나비	상	5	4.5	4	5.2	5.0	4.8			5.4	5.2	5.0	6	5.5	5	5.5	5	4.6
	하	5.5	5	4.5						5.6	5.4	5.2						
선티길이	10	8	7	9.5	8.5	7.5							10	9	8	10	8.5	7.5
안선티나비	상	2	1.5	1.3						1.6	1.4	1.2						
	하	3	2.5	2.2						2.4	2.2	2.0						
안선티길이	10	9.5	9															
고대나비	17	15	14.5	17	16	15.5				17	16	15.5	17	16	15	17	16	15
깃나비	5	4	3.5	4.0	3.8	3.6	3.5	3.3	3.2	4.2	4.0	3.8	5	4.5	4	4.3	3.7	3.5
곁깃길이	22.5	21	19	22	21	20				22	21	20	22	21	20	24	23	22
안깃길이	27	25	23							27	26	25						
고름길이	장	100	90	85	120	115	110	110	105	100	105	100	95					
	단	85	80	70	105	100	95	100	95	90	95	90	85					
고름나비	6.5	5.5	5.5	7	6.5	6				6~6.5								
안고름나비							2											
안고름길이							20											
동정길이	52	50	50				60	57	55									
동정나비	2	1.3	1				1.1~1.4			1.0~1.2								
끝동							6.5	6.0	5.5									

각 대학에서 한복 실습교재로 많이 사용하고 있는 치마, 저고리의 기본 참고 치수표를 살펴보았다. 7개 교재 중 치수를 제시하고 있지 않은 경우를 제외한 6개 교재를 조사한 결과 <표4-5>, <표4-6>과 같이 각 교재에서 제시하고 있는 치수들은 업체의 경우와 마찬가지로 각 교재마다 매우 다르게 나타나 있다. 가슴둘레의 경우를 보면 4cm, 5cm, 6cm, 8cm의 다양한 등간치수를 제시하고 있으며, 치수 단계를 나타내고 있는 데, 중, 소가 의미하고 있는 절대크기 자체가 다른 문제점을 가지고 있다.

<표4-6> 성인 여자 치마의 참고 치수(cm)

	A			B	C			D			E	F		
	대	중	소		대	중	소	대	중	소		대	중	소
저고리길이					25	24	23							
가슴둘레	88	85	82		90	86	82				88	90	85	80
조끼허리길이					23	22	21					26	24	22
조끼허리둘레 (통치마)					94	90	86					99	91	85
조끼허리둘레 (뒤트기)					106	102	98							
긴치마길이	115	110	95		115	110	105	115	110	105	110	115	110	95
통치마길이	85	80	75					90	85	80		85	80	74
치마폭 위둘레					치마허리둘레 x 2~2.5									
치마단둘레					270	250	220							
어깨허리길이	31	24	22					24	23	22				
긴치마 어깨허리둘레	96	86	84					106	102	98				
통치마 어깨허리둘레								94	90	86				
어깨끈너비				1										
어깨끈길이				앞뒤가슴둘레선 에서 어깨선까지 의 길이 - 4cm										
말기(띠)허리 둘레				가슴둘레 + 1 2~14	105	101	97							
말기(띠)허리 나비				5	5	4.5	4							
말기(띠)허리 끈길이				말기허리둘레/2 (40~50)	130~140									
말기허리 끈나비				2~3										
허리끈길이								55	53	51				
허리끈나비								2~2.5						
조끼허리 끈길이					55	53	51							
조끼허리 끈나비					2.5	2.3	2							
치마폭	74	3폭	3폭	3폭										
	90	2.5폭	2.5폭	2.5폭				3폭						
	120	3폭	2폭	2폭										

### 3. 기본 패턴을 이용하여 시제품 제작

#### 가. 기존업체제품의 패턴과 현대적 활용을 위한 연구패턴과의 차이점 비교 분석

현대적 활용을 위한 패턴의 연구를 위하여 상품화되어 있는 생활한복 상의 패턴에 대한 조사를 하였다. 디자인이 매우 유사한 두 업체의 제품을 선정하여 패턴을 비교 분석하고 소비자 조사 결과를 반영하여 연구패턴을 제시하였다. 각 업체의 패턴과 연구패턴은 다음과 같다. 패턴은 앞길과 뒷길, 소매, 소매 기울기 상태를 제시하였다.

시판 중인 생활한복의 맞춤새에 대한 불편한 이유를 분석해 보면, 부위별로

크고 넓고 길거나 작고 좁고 짧은 것이 모두 응답되고 있는데, 이는 응답자 개인별 착용 경험을 반영한 결과이기 때문이다. 그러나 일관성있는 몇 가지 불편 이유를 찾아보면, 저고리 품이 크고, 소매가 넓고, 치마 길이가 어중간하고, 치마 폭과 바지통이 넓고, 밑위가 길어서 처지며, 허리둘레가 넓고 여밈이 불편하며 흘러내린다는 것이다. 이러한 점들을 개선하기 위하여 생활 한복에 적합한 디자인과 사이즈 체계의 개발, 품목별 패턴 보정에 의하여 만족도를 증진시킬 수 있다.

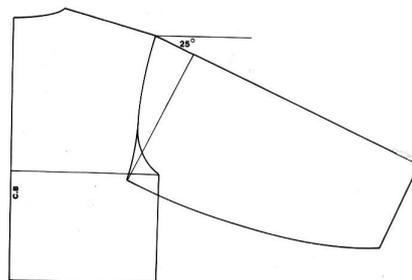
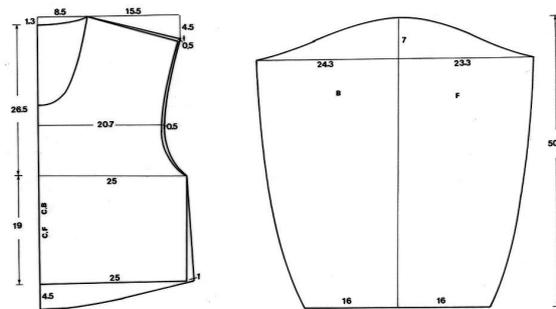
A, B 두 업체의 패턴을 검토하고 연구원형을 제시하였다.

(1) A업체의 패턴제시 및 패턴분석

A업체의 패턴은 기존 한복에 가깝게 제도되어 패턴이 평면화되어 있다. 앞길의 가슴다아트분이 고려되지 않은 상태에서 평면화된 무다아트 패턴을 만들어 가슴부위가 어색하고 잘 맞지 않는다. 어깨선이 뒤로 넘어가고 있으며, 뒷목점높이가 매우 높은 편이다. 이 경우 뒷길의 옆목점 높이를 높이고, 앞길의 옆목점을 내려주고 어깨선을 깎아 뒤로 보내주어야 자연스러운 어깨선을 만들어 줄 수 있다. 어깨끝점사이길이가 길고 앞길이 몸에 잘 맞지 않는다.

앞목나비와 뒤목나비가 좁아 답답하므로 좀 더 넓게 파주어야 한다.

소매산이 매우 낮고 소매 높임 각도가 25. 이며 소매통이 넓어 균주름이 많이 생긴다.

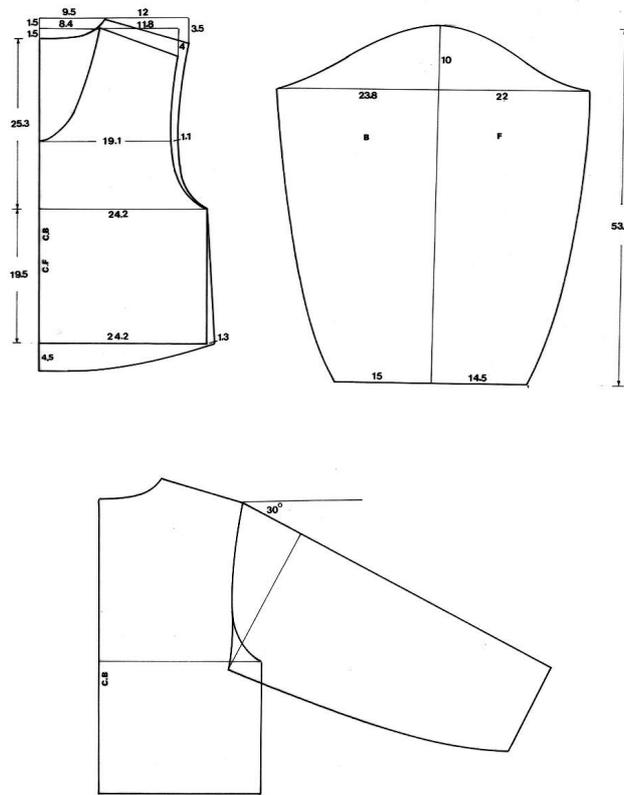


<그림4-4> A업체의 상의 패턴

(2) B업체의 패턴제시 및 패턴분석

A업체 패턴과 마찬가지로 앞길의 가슴다아트분이 고려되지 않은 상태에서 평면화된 무다아트 패턴을 만들어 가슴부위가 어색하고 잘 맞지 않는다. 뒤목나비는 9.5cm로 양호한 편이나 앞목나비는 8.4cm로 좁아 답답하다. 뒷목점과 뒤폭, 뒤옆목점은 잘 맞고 있는 것으로 나타났다.

소매산이 매우 낮고 소매 높임 각도가 30. 이며 소매통이 넓어 착용시 군주름이 많이 생긴다.



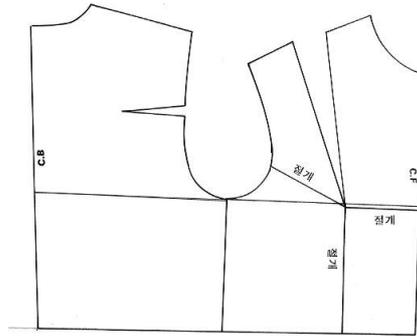
<그림4-5> B업체의 상의 패턴

(3) 연구패턴의 패턴제시 및 패턴분석

A, B 두 업체의 패턴을 분석한 후 착용감을 높이기 위하여 기본원형을 한복 패턴이 아닌 서양복 패턴으로 선정하였다. 기존 한복 패턴의 경우 전통적인 한복의 선을 나타내고 있으나 일상적으로 착용하는데 불편함을 느끼는 경우가 많다. 따라서 본 연구에서는 전통복식의 현대적 활용을 위한 디자인에 맞추어 패턴을 개발하여 일상생활 가운데 좀 더 많이 착용될 수 있도록 하고자 하는 데 그 의의를 두고 있으므로 인체의 입체감을 살린 서양복 패턴을 도입하여 편안하

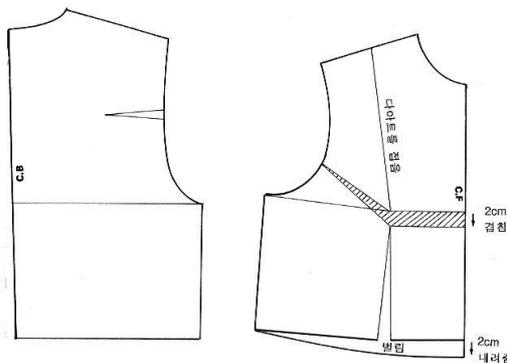
면서도 한복스러운 느낌을 살릴 수 있도록 하였다.

기본 원형 제도는 서양의복구성(이형숙저)의 패턴을 기본 원형으로 하였다. <그림4-6>은 연구패턴 개발의 1단계로 여유분 10cm를 주고 가슴둘레 88cm, 허리둘레 76cm, 엉덩이둘레 94cm의 40대 기본 치수를 참고로 하여 제도하였다. A, B업체 패턴 모두 앞길의 다아트분이 고려되어 있지 않아 가슴부위가 잘 맞지 않고 어색하므로 가슴다아트를 고려하였다.



<그림4-6> 연구원형 개발단계 : 1단계 기본원형(여유분 10cm)

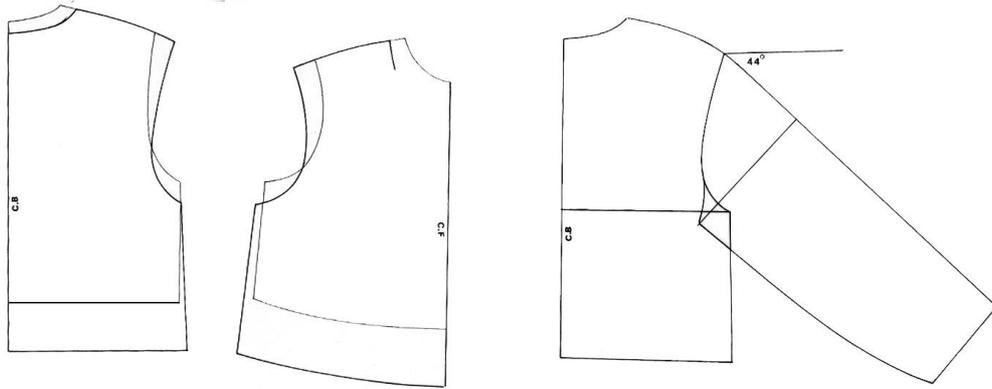
<그림4-7>은 2단계에서는 뒤길의 다아트를 진동둘레의 여유분으로 처리하고, 어깨다아트는 1단계에 표시한 위치에 절개선을 주어 앞치짐과 허리부위로 보내어 가슴의 입체감을 커버할 수 있도록 처리하였다. 이 과정을 통하여 가슴의 입체감을 고려한 무다아트 패턴으로 만들어 주었다.



<그림4-7> 연구원형 개발단계 : 2단계 상의 기본원형의 변형(Bust 다트를 없애줌)

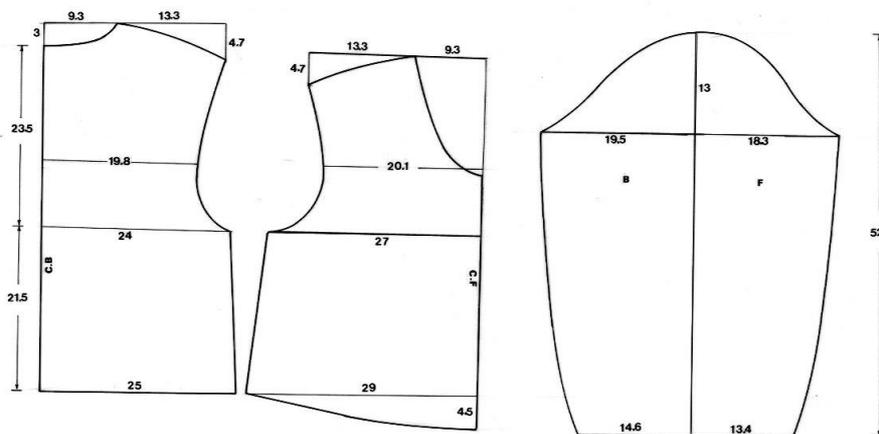
<그림4-8>은 2단계의 패턴을 목둘레를 파주고 어깨를 곡선처리하면서 늘려

주고 진동부위를 내려주어 A, B업체와 같은 디자인의 패턴으로 변형을 하였다.



<그림4-8> 연구원형 개발단계 : 3단계 디자인 원형으로의 변형

<그림4-9>은 본 연구 결과에 의한 연구원형이다. 연구원형으로 제작한 의복의 착용 결과 어깨선이 곡선화되어 자연스러운 어깨선을 나타내고, 가슴 다아트를 분산시켜 처리한 결과 자연스러운 앞모습을 보여주고 있다. 소매의 경우에는 소매 높임 각도가 44. 이며 소매산이 높아지고 소매통이 좁아져 소매부위의 균주름이 생기지 않고 있다.



<그림4-9> 연구원형

A, B업체 패턴과 연구 패턴의 제품치수는 <표 4-7>와 같다.

<표4-7> 업체패턴과 연구패턴의 제품치수 (cm)

부위/제품치수	업체 A의 제품치수	업체 B의 제품치수	연구패턴의 제품치수
가슴둘레	100	96.8	100
어깨끝사이길이	48	43	45
뒤폭	21.2	20.2	19.8
앞폭	20.7	19.1	20.1
진동깊이	26.5	25.3	23.5
화장	74.5	75	74.5
소매통	47.6	45.8	37.8
소매산높이	7	10	13
소매놓임각도	25도	30도	44도

#### 4. 착의실험에 의한 관능검사

A, B업체의 패턴과 연구패턴을 3명의 피험자에게 무작위로 착용을 시키고, 의류학 전공교수 5인에 의하여 관능검사를 실시하였다. 검사결과는 <표4-8>와 같다.

<표4-8> A, B업체의 패턴과 연구패턴의 관능검사 결과

검 사 항 목	DUNCAN집단	F값
1. 전체적인 외관은 좋은가	C / B / A	40.08 ****
2. 가슴둘레의 여유분은 적당한가	C / A B	19.59 ****
3. 앞품의 여유분은 적당한가	C / B A	24.88 ****
4. 뒤품의 여유분은 적당한가	C / B A	17.59 ****
5. 목둘레선이 자연스럽게 잘 맞는가	C / B / A	35.54 ****
6. 뒷목 나비·폭은 적당한가	C / B / A	16.90 ****
7. 앞목 나비·폭은 적당한가	C / B / A	13.36 ****
8. 뒷목점의 위치가 적당한가	C / B / A	34.26 ****
9. 옆목점의 위치가 적당한가	C / B / A	62.87 ****
10. 앞중심선이 바로 놓여 있는가	C / B / A	11.88 ****
11. 뒤중심선이 자연스럽게 놓여 있는가	C B / A	3.95 *
12. 옆솔기선이 피험자의 옆중심선에 놓여 있는가	C B / A	5.32 **
13. 어깨끝점 길이는 적당한가	C / B / A	46.51 ****
14. 어깨선이 피험자에게 잘 맞는가	C / B / A	93.45 ****
15. 진동깊이의 파임은 적당한가	C / B / A	33.60 ****
16. 진동둘레의 선이 자연스러운가	C / B / A	33.68 ****
17. 진동 앞과 뒤에 군주름이 없는가	C / B / A	51.98 ****
18. 소매의 전체 외관은 좋은가	C / B / A	43.69 ****
19. 위팔둘레부위의 여유분은 적당한가	C / B / A	14.56 ****
20. 손목둘레의 여유는 적당한가	C / B A	7.06 **
21. 소매길이는 적당한가	C A B	0.97

1. A:A업체원형, B:B업체원형, C:연구원형
2. DUNCAN집단에서 왼쪽에 기입된 것이 평균이 가장 높고 오른쪽으로 갈수록 낮아진다. 또한 /에 의해 구분된 것은 서로 유의하게 다를 것을 의미한다.
3. \*0.05<α≤0.1 \*\*0.01<α≤0.05 \*\*\*0.001<α≤0.1 \*\*\*\*α≤0.001

관능검사 결과 모든 항목에서 연구패턴이 우수한 것으로 나타나 전통복식을 현대적으로 활용하기 위하여는 디자인을 잘 보여주면서도 착용감이 좋은 패턴의 적용이 필요함을 보여주고 있다.

## 5. 한국적 디자인에 적합한 치수체계 제안

실제 제품 생산시 치수의 개수와 가능한 한 높은 커버율을 고려하여 치수를 설정할 수 있도록 회귀식 <표4-9>, <표4-10>와 표준체위조사 결과를 참고로 하여 20대와 40대의 치수체계를 <표4-11>, <표4-12>에 제안하였다.

<표4-9> 20대 여성의 가슴둘레와 키를 독립변수로 한 다중회귀식

항 목	회 귀 식	X1과의 상관	X2와의 상관	R2	F	X1에 대한 부분상관	X2에 대한 부분상관
허리둘레	$Y = 0.66X1 + 0.04X2 + 4.63$	0.71	0.15	0.50	605.00 ***	1154.51 ***	5.82 *
영덩이둘레	$Y = 0.53X1 + 0.21X2 + 12.56$	0.64	0.33	0.48	550.81 **	856.34 ***	144.73 ***
등길이	$Y = 0.18X2 + 8.21$	0.03	0.37	0.13	188.21 ***		188.21 ***
목밑둘레	$Y = 0.14X1 + 0.07X2 + 14.36$	0.39	0.24	0.19	143.61 ***	201.72 ***	52.25 ***
진동깊이	$Y = -0.02X1 + 0.07X2 + 5.14$	0.18	-0.03	0.03	21.92 ***	3.34	42.94 ***
앞품	$Y = 0.12X1 + 0.10X2 + 4.27$	0.39	0.35	0.24	197.85 ***	196.78 ***	151.58 ***
뒤품	$Y = 0.15X1 + 0.08X2 + 10.15$	0.39	0.25	0.20	150.04 ***	200.28 ***	65.54 ***
어깨끝점사이 길이	$Y = 0.11X1 + 0.12X2 + 9.65$	0.29	0.32	0.17	121.45 ***	90.31 ***	122.88 ***
화장	$Y = 0.13X1 + 0.34X2 + 6.17$	0.31	0.64	0.46	531.61 ***	114.14 ***	843.54 ***
소매길이	$Y = 0.07X1 + 0.26X2 + 2.51$	0.23	0.60	0.39	392.87 ***	48.12 ***	675.46 ***
옆허리높이	$Y = -0.03X1 + 0.60X2 + 6.07$	0.07	0.81	0.65	1153.14 ***	6.37 *	2291.09 ***
복사점높이	$Y = 0.03X2 + 1.15$	0.08	0.30	0.09	64.47 ***	2.61	119.62 ***
무릎높이	$Y = 0.03X1 + 0.27X2 - 2.78$	0.18	0.67	0.46	531.11 ***	17.84 ***	990.95 ***

\* : p<0.05 \*\* : p<0.01 \*\*\* : p<0.001

X1 : 가슴둘레 X2 : 키

<표4-10> 40대 여성의 가슴둘레(X1)와 키(X2)를 독립변수로 한 다중회귀식

항 목	회 귀 식	X1과의 상관	X2와의 상관	R2	F	X1에 대한 부분상관	X2에 대한 부분상관
허리둘레	$Y = 0.91X1 - 0.16X2 + 20.12$	0.80	-0.02	0.64	174.35 ***	348.47 ***	6.17 *
영덩이둘레	$Y = 0.44X1 + 0.25X2 + 14.44$	0.66	0.31	0.50	95.77 ***	154.34 ***	25.39 ***
등길이	$Y = 0.21X2 + 5.84$	0.05	0.39	0.15	34.83 ***		34.83 ***
목밑둘레	$Y = 0.13X1 + 0.07X2 + 16.92$	0.42	0.18	0.19	22.53 ***	37.21 ***	4.87 *
진동깊이	$Y = 0.10X2 + 0.52$	-0.03	0.23	0.05	10.51 ***		10.51 **
앞품	$Y = 0.11X1 + 0.07X2 + 10.82$	0.52	0.25	0.31	42.51 ***	68.01 ***	12.33 ***
뒤품	$Y = 0.11X1 + 0.10X2 + 11.52$	0.39	0.26	0.21	25.26 ***	33.58 ***	12.93 ***
어깨끝점사이 길이	$Y = 0.14X1 + 0.11X2 + 9.01$	0.41	0.26	0.22	27.23 ***	38.26 ***	12.13 ***
화장	$Y = 0.16X1 + 0.31X2 + 7.39$	0.44	0.59	0.49	93.01 ***	53.99 ***	113.01 ***
소매길이	$Y = 0.10X1 + 0.23X2 + 5.76$	0.35	0.53	0.38	57.91 ***	28.61 ***	76.30 ***
옆허리높이	$Y = 0.54X2 + 11.95$	0.08	0.75	0.57	248.05 ***		248.05 ***
복사점높이	$Y = 0.01X1 + 0.02X2 + 1.74$	0.14	0.24	0.07	7.85 ***	3.16	11.48 ***
무릎높이	$Y = 0.04X1 + 0.21X2 + 5.19$	0.20	0.57	0.34	47.33 ***	7.52 **	83.64 ***

\* : p<0.05 \*\* : p<0.01 \*\*\* : p<0.001

X1 : 가슴둘레 X2 : 키

<표4-11> 20대 여성 한복의 기성화를 위한 치수체계

신체치수 / 호칭	76-155	79-155	82-160	85-160	88-165
가슴둘레	76	79	82	85	88
키	155	155	160	160	165
허리둘레	61	64	67	70	73
엉덩이둘레	84	88	90	92	96
등길이	37	37.5	38	38	39
목둘레	36.5	37	37	37.5	38
진동깊이	14.5	14.5	15	15	15.5
앞폭	30	30.5	31	31.5	32
뒤폭	34	34.5	35	35.5	36
어깨끝점사이길이	39	39.5	40	40.5	41
화장	69	70	71	72	73
소매길이	49	50	51	52	53
바지길이	90	90	92	92	94
치마길이	54	54	56	56	58

<표4-12> 40대 여성 한복의 기성화를 위한 치수체계

신체치수 / 호칭	82-150	85-155	88-155	91-160	94-160
가슴둘레	82	85	88	91	94
키	150	155	155	160	160
허리둘레	70	73	76	79	81
엉덩이둘레	90	92	94	98	100
등길이	38	38.5	39	39.5	40
목둘레	37.5	38	38.5	39	39.5
진동깊이	15	15.5	16	16.5	17
앞폭	31	31.5	32	32.5	33
뒤폭	35	35.5	36	36.5	37
어깨끝점사이길이	39.5	40	40.5	41	41
화장	70	70.5	71	71.5	72
소매길이	50	50.5	51	51.5	52
바지길이	86	88	88	90	90
치마길이	52	54	54	56	56

<표4-10><표4-11>은 KS규격에서 제시된 사항을 고려하여 제품치수가 아닌 신체치수에 의하여 치수체계를 제시하였다. 국민표준체위조사 결과 바지길이와 치마길이 항목은 포함되어 있지 않으므로 체위조사 결과에 나와있는 항목을 이용하여 다음과 같이 계산하였다. 치마길이는 허리에서부터 디자인된 치마의 길이를 나타낸 것이다.

\*바지길이 = 옆허리높이-바깥복사점높이

\*치마길이 = 옆허리높이-무릎높이

전통 한복에 나타난 것과 같은 긴치마의 길이가 필요한 경우에는 다음의 식을

참조하도록 한다.

\*전통한복치마길이 = 뒷목높이-(저고리길이-3)+3(사선 퍼짐에 의한 증가분)+4~5(구두높이)

## 6. 개발된 디자인과 패턴제시

### 가. 어울림 한마당 : 20대



a



b



c

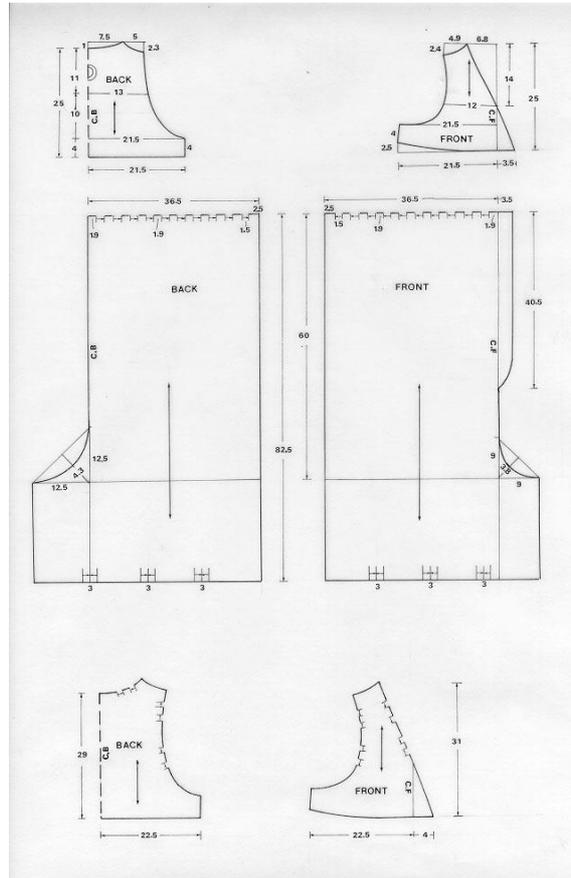


d



e

<그림4-10> 어울림 한마당 디자인 5벌



<그림4-11> 어울림 한마당 d번 디자인의 패턴

**나. 비원으로 초대된 각테일 파티 : 40대**



a



b



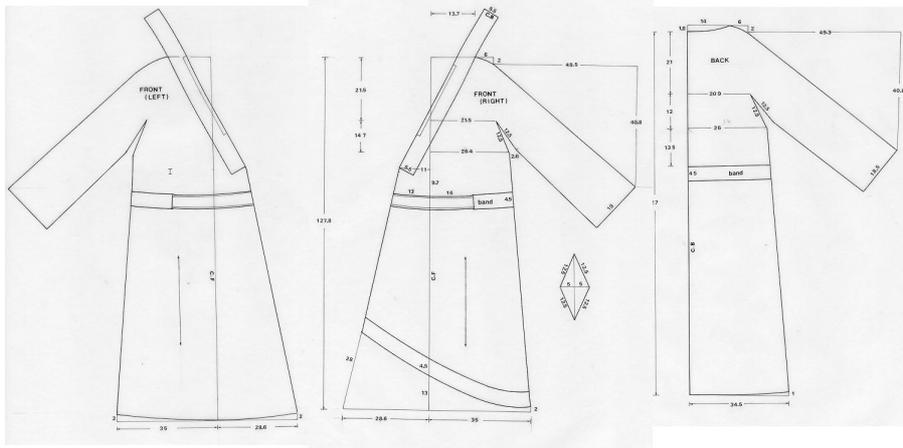
c



d

e

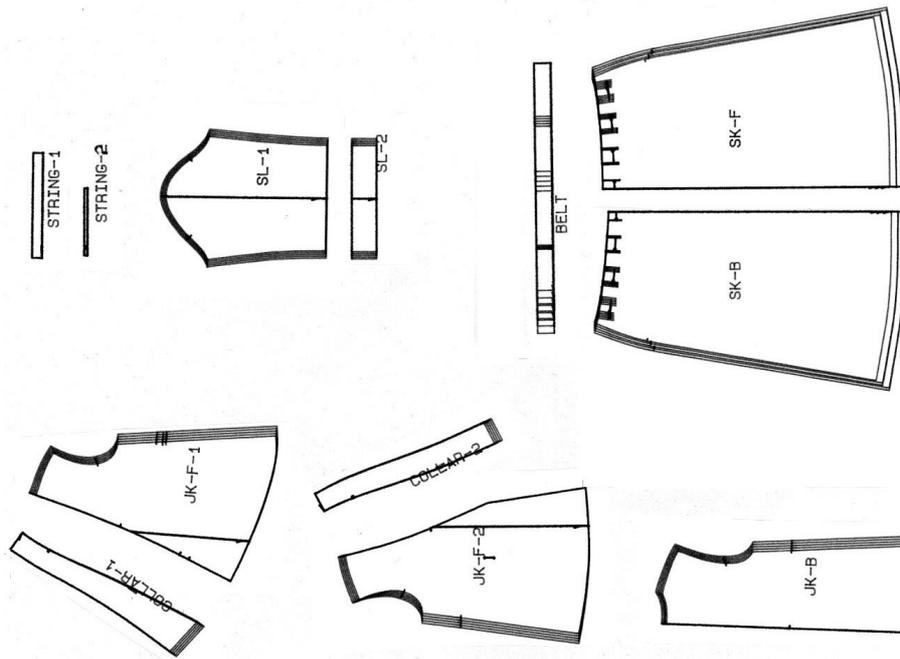
<그림4-12> 비원으로 초대된 각테일 파티 디자인 5벌



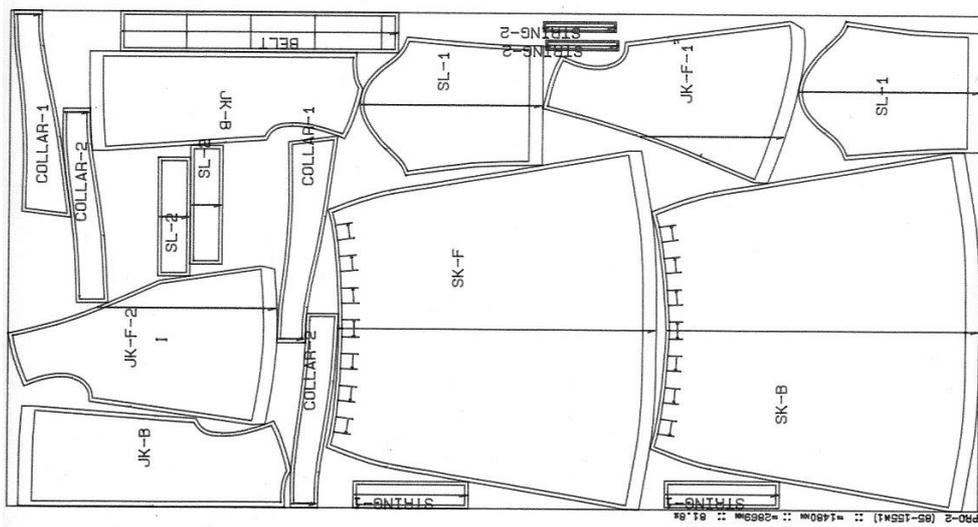
<그림4-13> 비원으로 초대된 각테일 파티 d번 디자인의 패턴

## 7. CAD를 이용하여 Grading 기법 제시

다음은, 위에서 제시한 40대를 위한 디자인인 비원으로 초대된 파티의 d번 디자인을 <표4-11>에서 제시하고 있는 치수체계를 기본으로 하여 CAD작업을 하였다. 패턴설계, 그레이딩, 마킹 작업을 한 결과는 <그림4-13>, <그림4-14>과 같다.



<그림4-14> 그레이딩작업 결과



<그림4-15> 마킹작업 결과

## 제5장 결 론

본 연구는 아름다운 우리의 전통복식을 현대에 맞게 재조명하여 우리 의생활을 풍부하게 하고, 세계화 시대에 맞추어 세계 시장을 겨냥하는 디자인 개발을 활성화 시키며, 패션 업계와 의상 학계에 두루 도움이 되는 자료를 제공할 목적으로 진행되었다. 이를 위해 한국복식사 연구에서 이루어 놓은 학술자료들을 기초로 하여 우리 전통복식이 내포하고 있는 미적가치가 현대생활에 폭넓게 수용될 수 있도록 디자인 요소를 정리하여 DB를 구축하였고, 전통복식의 현대적 활용 실태에 대한 분석을 토대로 한국적 정체성을 가진 제품 기획 과정을 디자인 개발, 소재 설계, 패턴 개발을 포함하여 제시하였다.

전통복식의 현대적 활용 실태에 대한 조사 결과를 살펴 보면, 현재 서양복 디자인에 의해 제시되고 있는 한국적 이미지의 디자인은 이미지의 원천을 조선시대의 특정복식에 한정하고 있어 다양성이 부족하고, 소재 또한 많이 제한되고 있었다. 또한, 현행 시판되고 있는 생활한복에 대한 소비자 불만도 다양성과 가격 대비 품질 측면에서 나타나고 있었다.

따라서, 본 연구에서는 삼국시대부터 조선시대까지의 전시대에 걸친 복식 자료의 DB를 구축하였고, 이를 응용한 다양한 현대적 디자인들도 DB화하였다. 또한, 트렌드를 반영하고 설정된 타겟을 겨냥한 한국적 이미지의 복식 디자인 과정을 체계적으로 보여줌으로써 업계에서 실제 상품 기획을 하는 데에 도움이 되고, 학교에서의 교육에 활용될 수 있도록 하였다. 디자인 프로세스에는 패션정보분석, 컨셉 및 타겟 결정, 디자인 스케치, 소재 설계, 패턴 개발, 시제품 제시가 포함되었다. 본 연구 과제의 결과는 본 보고서에 기술된 내용 이외에 인터넷으로 검색해 볼 수 있는 전통복식 및 이를 활용한 디자인 자료 DB와 디자인 프로세스를 담은 CD로 구성하였다.

본 연구를 진행하면서 느낀 점들과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 비록 본 연구 개발 과정을 통해 전통복식 자료 및 한국적 이미지의 디자인 자료들에 대한 DB를 일차적으로 구축하였으나, 보다 더 많은 자료들을 보완하여 DB를 지속적으로 업그레이드 시켜나갈 필요가 있다. 또한, 디자인 자료의 축적에만 그치지 말고, DB를 활용하여 소재를 설계하기도 하고 완성된 디자인을 변형하거나 소재를 입혀볼 수 있는 등 직물디자인과 의상디자인 자료를 호환해가며 응용할 수 있는 SW도 함께 개발되어야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서 제시한 디자인 프로세스에서는 20대와 40대 여성을 타겟으로 한 디자인을 전개하였다. 다양한 아이템의 디자인을 전개하는 데는 남성보다 여성을 타겟으로 삼는 것이 더 적합하다고 판단되었고, 20대는 한국적 이미지를 살린 다양한 디자인을 실험해 볼 수 있는 계층인 한편, 40대는 현재 생활한복의 가장 주

된 고객인 것으로 조사되었기 때문이다. 따라서, 본 연구에서는 20대와 40대 여성을 대상으로 한 한국적 디자인 의복의 치수 표준화와 패턴개발만이 이루어졌다. 향후 남녀 전 연령 소비자로 대상을 확대하여 치수 표준화 및 패턴개발 작업이 진행되어야 한다.

셋째, 본 연구 개발 과정에서는 소재 부문에 있어 디자인에 맞는 소재를 설계하는 과정만이 다루어졌으나, 현재의 소비자들은 소재의 품질 향상과 다양화를 바라고 있으며, 특히 생활한복의 경우 한국적 이미지를 살리면서도 현대적이고 또한 실용적인 소재에 대한 요구가 증가되고 있는 형편이므로, 다양한 소재 개발에 대한 지속적인 노력과 지원이 필요하다.

넷째, 본 연구 결과로서의 DB와 CD의 경우 여타 목적에도 부합함과 동시에 교육 효과 증대에 큰 기여를 할 것으로 기대된다. 현대의 교육 도구는 점점 영상화, 멀티미디어화 되어 가는 추세이며, 특히 디자인 교육의 경우 시각 자료의 필요성이 갈수록 절실해지고 있다. 이러한 측면에서 본 연구의 성과는 매우 고무적이라 할 수 있으며, 향후에도 다양한 디자인 교육 프로그램이 더 많이 개발되어야 할 것이다.

다섯째, 본 연구는 의류학 분야의 여러 전공자들이 함께 협동하여 진행한 학제적 연구이다. 학제적 연구의 장점과 필요성은 이미 여러 학자들에 의하여 제기되어 온 바 있다. 본 연구를 통해 여러 분야의 다양한 시각과 이론 및 방법론들이 함께 조화되어 하나의 결과물을 창출하는 과정을 경험함으로써 학제적 연구의 효율성을 확인할 수 있었다. 디자인과 복식사, 마케팅, 프로그래밍 등 향후에도 디자인 개발 사업을 중심으로 여러 분야가 함께 참여하는 연구들이 활성화될 것을 기대한다.

여섯째, 본 연구에서는 외국인 조사를 통해 관광상품으로서의 한복의 전망을 조사해 보았으며, 대체로 긍정적인 태도를 확인할 수 있었다. 한국을 대표할만한 가치적인 디자인 상품이 부재한 상태에서, 앞으로 관광 디자인 상품에 대해서도 여러 디자인 분야에 걸친 체계적 개발 노력이 있기를 희망한다.

일곱째, 본 연구 과제를 수행하는 중, 필요한 자료를 수집하고 사용하는 데 따르는 제반 문제들에 자주 부딪치게 되었다. 업계의 자료 뿐만 아니라 박물관 자료 등의 활용에 대해서도 정보의 개방과 공유에 대한 의식 확산 및 관계 기관의 지원이 있어야 할 것이다.

이상에서 언급한 바와 같이 본 연구를 토대로 하여 여러 방향의 새로운 연구 개발 과제가 활발히 수행되어, 한국의 디자인 산업이 든든한 뿌리를 내리고, 세계 시장에서의 경쟁력 제고를 바란다.

## 참 고 문 헌

### 2장

- “IMF 이기는 우리옷 생활한복”, GOOD FASHION 1998년 3월호
- 강혜원, 한복에 대한 태도를 중심으로 한 사회심리학적 의복연구 -서울의 성인여성을 중심으로-, 대한가정학회지 17(3), 1-11, 1979
- 강혜원·이주현, 사회적 상호작용에서의 의복의 의미(2)-한복을 중심으로-, 한국의류학회지 14(2), 73-84, 1990
- 김복영, “한국미술: 그 다시 태어남을 위하여”, 공간 251호, 34-35, 1988
- 김윤희, 현대 한국적 복식에 나타난 인체와 복식에 대한 미의식, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1998
- 안명숙·김은정·양숙향, 현대 생활한복 형성의 배경과 방향, 복식 39호, 91-98, 1998
- 이상은·조효순, 생활한복 제작업체의 현황, 한복입는 날 선포 2주년 기념 학술세미나, 문화관광부, 1998
- 이인자·이태옥, 한복 생활화를 위한 디자인 개발에 관한 연구-남성 일상복을 중심으로-, 복식 21호, 177-192, 1993
- 정인희·최선형·강순제, 한국 도시 여성의 한복 착용에 대한 의식-서울·대전·부산을 중심으로-, 복식 35호, 253-264, 1997
- 조효숙·김선경·이희승, 생활한복의 구매실태 연구, 한복문화 1(2), 67-81, 1998
- 조희래·김영인, 색동을 응용한 한국적 디자인의 개발(1)-복식디자인에의 응용-, 한국의류학회지 20(5), 718-727, 1996
- 천종숙, 생활한복 저고리 디자인의 구성적 특성에 관한 연구, 한국의류학회지 22(6), 691-698, 1998
- 최선형·정인희·강순제, 한국 도시 여성의 한복 착용 및 구매 실태, 복식 37호, 33-46, 1998
- 황의숙, 한국여성 전통복식의 양식변화에 관한 연구, 복식 26호, 289-310, 1995

### 3장

- 강우방·김승희, 甘露幀, 예경, 1995
- 고구려 고분벽화, 朝鮮畫報社, 1985

- 고구려문화전, 고구려문화전실행위원회
- 고려시대의 불화, 시공사, 1996
- 국립경주박물관, 국립경주박물관, 통천문화사, 1996
- 國朝喪禮補篇
- 근대백년민속풍물, 국립민속박물관, 1995
- 금기숙, 조선복식미술, 열화당, 1994
- 김영숙, 조선조말기 왕실복식, 민족문화문고간행회, 1987
- 담인복식미술관, 담인복식미술관, 이화여자대학교, 1999
- 리금산, 리순신편, 조선의 민속전통2, 과학백과사전종합출판사, 1994
- 맹인재 감수, 한국의 미 20-인물화, 중앙일보, 1985
- 문화재대관, 문화공보부·문화재관리국, 1986
- 박성실, 조선전기 출토복식 연구, 세종대박사학위출판부, 1992
- 복식류명품도록, 고려대학교박물관, 1990
- 복식보존처리 보고서(1992-1994), 문화재관리국
- 삼강행실도-열녀편
- 삼강행실도-효자편
- 석주선, 관모와 수식, 단국대학교출판부, 1993
- 석주선, 衣, 고려서적주식회사, 1985
- 석주선기념민속박물관, 한국복식 10호
- 석주선기념민속박물관, 한국복식 14호
- 석주선기념민속박물관, 한국복식 7호
- 약학제법
- 안동대 지역 전통복식, 안동대 박물관, 1996
- 안동대 특별전시회 도록(450년만의외출), 안동대 박물관, 1998
- 온양민속박물관학예연구실, 조선시대의 관모, 온양민속박물관, 1988
- 우리나라 16·17세기 출토복식, 충북대박물관, 1995
- 유송옥, 조선왕조궁중의궤복식, 수학사, 1991
- 유희경·김문자, 한국복식문화사, 교문사, 1998
- 이강철, 초상화대감
- 이대박물관특별전도록-복식, 이화여자대학교 박물관, 1995
- 임명미, 한국의복식문화Ⅱ, 경춘사, 1997
- 전통염색공예, 문화체육부·한국문화재보호재단, 1997
- 전호태, 고분벽화로 본 고구려이야기, 풀빛, 1999
- 조선왕조유물도록, 한국문화재보호재단, 1993
- 조선유적유물도감편찬위원회, 조선유적유물도감 5, 1990
- 조선조 치마·저고리 특별전도록, 석주선기념민속박물관, 1997

- 조풍연해설, 사진으로 보는 조선시대, 서문당, 1996
- 조효숙, 한국 견직물 연구, 세종대학교박사학위논문, 1992
- 진주하씨묘 출토문헌과 복식조사보고서, 건들바위박물관, 1991
- 진홍섭, 한국미술전집8-금속공예, 동화출판공사, 1974
- 최순우편, 한국미술전집12-회화, 동화출판공사, 1973
- 최순우편, 한국미술전집4-벽화, 동화출판공사, 1973
- 토기, 토우, 와전
- 파주서곡리고려벽화묘발굴조사보고서, 문화재관리국, 1993
- 한국복식 2천년, 국립민속박물관, 1995
- 한국의미-의상·장신구·보, 국립중앙박물관, 1988
- 한국인의 얼굴, 국립민속박물관, 1994
- 한병삼 감수, 한국의 미 22-고분미술, 중앙일보, 1985
- 한복-그 여유와 생명력, 문화체육부, 1997
- 해인사 금동비로자나불 복장유물의 연구, 정보문화재연구원, 1997
- 홍우협 묘 출토 17세기 복식, 충북대박물관, 1993
- 흥배, 수립원, 1976

## 4장

- 강순제·남윤자·조효숙·홍나영·황의숙, 20대 여성한복의 기성화를 위한 치수규격 연구, 服飾 42, 127-136, 1999
- 강순제·남윤자·조효숙·홍나영·황의숙, 여자한복의 기성복화를 위한 패턴개발, 服飾 44, 77-90, 1995
- 강순제·남윤자·조효숙·홍나영·황의숙, 한복의 표준치수 설정과 패턴 표준화를 위한 연구, 문화체육부, 1997
- 김분칠, 한복구성학, 교문사, 1990
- 남윤자·이준옥, 중년여성의 신체만족도와 화운데이션 착용태도에 관한 연구, 복식 43, 83-94, 1999
- 남윤자·정재은, 20대 여성의 신체 만족도 및 이상형에 관한 연구 -1992년도와 1997년도의 비교-, 한국의류학회지 23(1), 159-169, 1999
- 박경자·임순영, 한국의상구성, 수학사, 1987
- 박영순, 전통한복구성, 신양사, 1997
- 백영자, 한국의 봉제, 교학연구사, 1998
- 손경자, 전통한복양식, 교문사, 1991

- 이순원 · 김구자 · 남윤자 · 최경미 · 정명숙, 의복치수규격을 위한 국민체위조사 계획안, 한국섬유산업연합회, 1996
- 이순원 · 김구자 · 이영숙 · 남윤자, 의류제품의 호칭 및 치수규격 단순화 방안 연구, 공업진흥청, 1989
- 이순원 · 백영자, 한국복식, 한국방송통신대학, 1992
- 이주원, 한복구성학, 경춘사, 1992
- 이형숙, 서양의복구성, 교학연구사, 1996
- 전남대학교 가정과학연구소, 국민표준체위 조사결과에 따른 체형분류 연구, 국립기술품질원, 1998
- 한국표준과학연구소, 산업제품의 표준치 설정을 위한 국민표준체위 조사 보고서, 공업진흥청, 1992
- 한국표준과학연구소, 산업제품의 표준치 설정을 위한 국민표준체위 조사 보고서, 국립기술품질원, 1997

## 부록

생활한복 업체 조사 설문지

생활한복에 대한 외국인 조사 설문지

생활한복 착용자 조사 설문지

---

면접자:

피면접자:

피면접자 연락처:

면접 일시:       년       월       일 (   :   ~   :   )

---

## 회 사 개 요

1. 브랜드명:

2. 회사명:

(소재지-주소):

3. 회사 형태:

(대표자):

4. 회사 출범년월:

5. 생활한복 생산 연한:

6. 회사 규모

(1) 종업원수:

(2) 총 점포수: 직영 (       ) 대리점 (       ) 백화점 입점 (       ) 기타

(3) 97 매출액:

(4) 98 예상 매출액:

(5) 평균 매출 신장율:

(6) 전망:

## PRODUCT

1. 상품기획 담당자 직명:

2. 디자이너수:

3. 디자인 프로세스:

\* 컨셉 설정?

\* 타겟 설정?

4. 디자인 정보원(구체적으로):

5. 주로 사용하는 소재(이유- 왜 그 소재를 쓰는가?):

6. 소재 소싱 방법:

7. 시즌 구분/신제품 출하 term:

8. 시즌당 스타일수

9. 스타일당 생산별수(가능하면 사이즈별로)

10. 아이템별 구성비 및 가격대:

11. 사이즈 스펙

아이템	사이즈구분	표기치수

12. 생산형태:

**Promotion/Sales**

1. 광고/홍보 방법:

2. 재고처리방법(재고율?)

3. 주고객층

This is a survey being conducted by the KIDP(Korea Industrial Design Promotion) and Kyung Won University to determine foreigners' attitudes towards the modernized hanbok(saeng-hwal hanbok: 생활한복).

**\* DO NOT CONTINUE WITH THIS QUESTIONNAIRE IF YOU HAVE NEVER SEEN A MODERNIZED HANBOK.**

1. Have you ever tried on a modernized hanbok?

- ① Yes            ② No

2. Please mark all of the characteristics, if there are any, that you like about the modernized hanbok.

- ① the Korean image  
② felt comfortable wearing it  
③ is a unique fashion  
④ other \_\_\_\_\_

3. Please mark all of the characteristics, if there are any, that you disliked about the modernized hanbok.

- ① the design  
② the color  
③ the fabric  
④ the style looks uncomfortable  
⑤ the price is inappropriate  
⑥ other \_\_\_\_\_

4. What part of the modernized hanbok brings out Korean characteristics the most?

- ① the design  
② the color  
③ the fabric(material)  
④ other \_\_\_\_\_

5. If you were to own a modernized hanbok, what purpose would you use it for?

- ① to wear on an every day basis
- ② to wear on special occasions
- ③ to give as a present to friends and/or family
- ④ to keep as a souvenir of your visit to Korea
- ⑤ other \_\_\_\_\_

6. Do you have any plans to buy a modernized hanbok in the future?

- ① Yes      ② No      ③ Not sure

7. In your opinion, how much would be the appropriate price for a modernized hanbok?

\_\_\_\_\_

8. If the traditional hanbok and the modernized hanbok were the same price, which would you prefer to buy?

- ① Traditional hanbok      ② Modernized hanbok      ③ Both
- ④ Neither      ⑤ Not sure

9. What items would you like to buy as a souvenir of your visit to Korea?

\_\_\_\_\_

10. How does the future look for the modernized hanbok as a souvenir item?

- ① I think it is already a great souvenir item as it is.
- ② With a few changes in the design, color, and/or fabric, I think it has a bright future.
- ③ It could become a successful souvenir item if it were cheaper.
- ④ I don't think it is appropriate as a souvenir for foreigners.
- ⑤ Other \_\_\_\_\_

11. How long have you been in Korea? \_\_\_\_\_ year(s) \_\_\_\_\_ month(s)

12. What is your nationality? \_\_\_\_\_

13. Sex      Male / Female

14. Age      (      )

15. Occupation \_\_\_\_\_

ID	SN

## 생활한복 착용에 관한 질문지

안녕하십니까?

저희 경원대학교 차세대디자인정보센터에서는 한국산업디자인진흥원과 더불어 생활한복에 대한 소비자 조사를 하고 있습니다.

바쁘시더라도 잠시 시간을 내셔서 질문에 응답해 주시면, 생활한복의 기능 및 디자인 향상을 위한 연구에 큰 도움이 될 것입니다. 응답하신 내용은 다른 분들의 응답과 함께 오직 통계 분석을 위한 목적으로만 이용되오니, 한 문항도 빠짐없이 생각하시는 바대로 응답해 주시면 고맙겠습니다.

◇ 귀하는 생활한복을 착용해 본 적이 있으십니까? (      )

① 예 --> 계속 질문      ② 아니오 --> 면접 중단

◇ 귀하의 성별은?

남	여

◇ 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

20-24세	25-29세	30-34세	35-44세	45-54세	55세 이상



7. 현재 귀하의 평균적인 생활한복 착용 빈도는 어떻게 되십니까? ( )
- ① 거의 매일 착용한다.
  - ② 일주일에 한 번 이상 착용한다.
  - ③ 한 달에 한 번 이상 착용한다.
  - ④ 6개월에 한 번 이상 착용한다.
  - ⑤ 일 년에 한 번 이상 착용한다.
  - ⑥ 기타 ( )
8. 귀하는 생활한복을 어떤 용도로 입으십니까? 해당되는 것을 모두 골라 주십시오.  
( )
- ① 가정에서 평상복으로
  - ② 직장이나 학교 갈 때
  - ③ 간단한 외출시에
  - ④ 단체활동을 위한 유니폼으로
  - ⑤ 친지의 결혼식이나 잔치 참가시에
  - ⑥ 명절이나 예식에 전통한복 대신으로
  - ⑦ 제사 때
  - ⑧ 기타 ( )

**다음은, 생활한복을 착용하면서 느끼신 점에 대한 질문입니다.**

1. 현재 시판되고 있는 생활한복에 어느 정도로 만족하십니까? 항목별 만족 정도를 해당되는 난에 표시하여 주십시오.

	아주 만족한다	만족한다	보통이다	불만족스럽다	아주 불만족스럽다
① 디자인					
② 색상					
③ 소재					
④ 맞춤새					
⑤ 품질					
⑥ 가격					



⑦ 세탁 후 다림질이 꼭 필요하다.

⑧ 소재가 다양하지 못하다.

⑨ 기타 ( )

5. 생활한복 착용시 어느 부위의 맞음새가 불편하십니까? 다음 중 **불편하다고 느낀 부위**에 ○표하시고, 불편한 이유를 적어 주십시오.

부위	불편여부	불편한 이유
① 저고리 품		
② 저고리 길이		
③ 소매 길이		
④ 소매 넓이		
⑤ 치마 길이		
⑥ 바지 길이		
⑦ 허리 둘레		
⑧ 치마 폭		
⑨ 바지 통		
⑩ 밑위 길이 (허리에서 가랑이 까지의 길이)		

6. 생활한복의 착용 용도를 고려해 볼 때, 생활한복 시판 가격은 몇 개 등급으로 구분되어 형성되는 것이 현실적으로 적합하다고 생각하십니까? ( )

① 구분없이 1개 등급

② 고가품과 저가품의 2개 등급

③ 고가품, 중간품, 저가품의 3개 등급

④ 고가품, 중간품, 중저가품, 저가품의 4개 등급

⑤ 고가품, 중고가품, 중간품, 저가품의 4개 등급

⑥ 고가품, 중고가품, 중간품, 중저가품, 저가품의 5개 등급

7. 만약 고가품, 중간품, 저가품의 3개 등급으로 생활한복의 가격대가 형성된다면, 그 실제 가격은 **한 벌 당** 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까? 각 범주별로 보기에서 골라 주십시오.

(가) 고가품 ( )      (나) 중간품 ( )      (다) 저가품 ( )

<보 기>

- |               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| ① 3만원 미만      | ② 3만원 - 5만원   | ③ 5만원 - 7만원   |
| ④ 7만원 - 10만원  | ⑤ 10만원 - 15만원 | ⑥ 15만원 - 20만원 |
| ⑦ 20만원 - 25만원 | ⑧ 25만원 - 30만원 | ⑨ 30만원- 35만원  |
| ⑩ 35만원 - 40만원 | ⑪ 40만원 - 50만원 | ⑫ 50만원 이상     |

8. 그밖에 생활한복 개선을 위한 의견이 있으시면 자유롭게 적어 주십시오.  
( )

**다음은, 생활한복의 이미지에 대한 질문입니다.**

1. 생활한복 착용자에 대한 일반적인 인상은 어떻다고 생각하십니까? ( )  
① 아주 좋다.                      ② 좋은 편이다.                      ③ 보통이다.  
④ 그다지 좋지 않다.                ⑤ 잘 모르겠다.
2. 위 1번 응답처럼 생각하시는 이유는 무엇입니까? 생각하시는데로 적어 주십시오. ( )
3. 생활한복이 양복에 비해 더 많이 가지고 있다고 생각되는 이미지를 모두 골라 주십시오. ( )  
① 개성적이다.                      ② 세련되었다.                      ③ 단정하다.  
④ 활동적이다.                      ⑤ 편하다.                              ⑥ 품위있다.  
⑦ 우아하다.                        ⑧ 젊어보인다.                      ⑨ 기타( )
4. 생활한복의 다음 부분들에서 전통적인 이미지가 얼마나 느껴지십니까? 귀하의 생각과 일치하는 곳에 ○표 해 주십시오.

	아주 많이 느껴진다	꽤 많이 느껴진다	다소 느껴진다	그다지 느껴지지 않는다	전혀 느껴지지 않는다
저고리 것의 곡선					
고름이나 매듭단추로 저고리를 여미는 것					
소매 배래의 곡선					
치마의 주름					
종아리를 덮는 치마의 길이					
발목을 조이는 풍성한 바지 모양					
바지 여밈을 끈으로 하는 것					
색상					
소재					

5. 귀하는 앞으로 생활한복을 어느 정도로 착용하시겠습니까? ( )

- ① 지금보다 더 자주 착용하겠다.
- ② 지금과 같은 정도로 착용하겠다.
- ③ 지금보다 덜 착용하겠다.
- ④ 더 이상 착용할 생각이 없다.

**마지막으로 통계처리를 위한 간단한 질문을 드리겠습니다.**

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? (만            세)
2. 귀하는 결혼을 하셨습니까? (            )
  - ① 예            ② 아니오
3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까? (            )
  - ① 초등학교 졸업
  - ② 중학교 졸업
  - ③ 고등학교 졸업
  - ④ 대학교 재학 및 졸업
  - ⑤ 대학원 이상
4. 귀하의 직업은 다음의 어디에 해당하십니까? (            )
  - ① 학생 (대학원생 포함)

