

## 패션 디자인 DB 개발

1. SYSTEM 개요
2. 개발배경
3. 국내외 현황
4. 기대 효과
5. 예상 수요
6. Lay-out
7. 세부 내용
8. System개발
9. 향후 과제

한국섬유산업연합회

## 1. 개요.

### 가. 패션 디자인 기초 정보 수집/분석

- 국내외에 산재하는 패션디자인 정보의 기초자료를 입수
- 디자이너별/ 컬렉션별/ 주제별로 분류 - 가공

### 나. 패션디자인정보의 멀티미디어 DATA BASE 개발

- 화상(IMAGE)/ 해설(TEXT)/ SOUND의 복합 DATA BASE SYSTEM
- PC통신망 서비스를 위한 DATA개발

### 다. 패션디자인 관련자료의 DB화

- 패션디자인 이론편
- 패션디자인 컨테스트 / 이벤트 정보
- 패션디자인 교육기관 정보
- 패션브랜드 정보 (내셔널 / 디자이너 / 수입)

### 라. DATA BASE 공급 서비스

- PC통신망을 통한 서비스(DOWN LOAD 가능)
- 디자인작품 IMAGE 및 CONCEPT/ DETAILS/ CAPTION
- PC통신을 이용 디자인 인력 구인/구직정보 활용
- 패션디자인 해외유학 정보

### 마. Inter-NET 서비스

- Inter-NET을 이용 국내디자이너작품 해외 소개

## 2. 배경

### 가. 정보환경의 변화(멀티미디어 시대)

- 멀티미디어 혁명(위성TV, CATV, VOD등)
- 초고속통신망 구축(INFORMATION SUPER HIGHWAY)
- PC가 20세기말 정보르네상스시대의 주역으로 부상
- PC통신의 멀티미디어 바람(TEXT DB --> IMAGE DB)
- 멀티미디어 PC의 대중화(동화상 정보 검색의 구현)
- Inter-NET을 이용한 국제간 정보(IMAGE)교류의 일반화

### 나. 패션디자인 정보 요구분석

- 디자인은 섬유·의류 패션산업의 가장 중요한 위치를 차지함.
- 의류업계는 패션 트렌드의 변화에 따라 많은 상품을 생산함.
- 패션변화의 흐름을 예측하는 정보망의 필요가 절실하다.
- 우리현실은 느낌과 경험으로 의사결정을 하는 형편임.
- Inter-NET등 정보통신망은 이제 세계를 일일정보권으로 편성
- 의류수요자의 NEED는 고감도, 패션화, REAL-TIME화 추세임
- 멀티미디어에 의한 신속한 정보전달(Q,R)체제의 필요
- 의류업계의 패션정보 기획조직 - [시장정보], [패션정보]
- 새로운 패션을 창조하기 위해서는

- 해외패션정보
- 국내패션정보
- 코디네이터, 바이어의 예측정보를 필요로 함.

## 다. 패션디자인 정보와 NEW MEDIA

### (1) 디자인에 산업경쟁력 제고시대.

- 디자인에 대한 일반인 및 산업계의 인식이 집중됨에 따라
- 선진국에서는 자국의 지적재산권 보호 측면에서
- 창조한 고유디자인에 대한 권리주장을 더욱 강화하여
- UR / TR 등 국제교역상의 중요한 이슈로 등장하고 있기 때문에
- 무조건적인 디자인의 모방은 국제간 지적재산권 분쟁을 야기
- 특히, 섬유 의류는 디자인이 상품의 대외 경쟁력을 좌우하기에
- 고유디자인 창조에 의한 부가가치의 증대가 절실히 요구됨.

### (2) 세계경제의 흐름

- 세계경제의 흐름은 하이테크와 하이터치의 시대이기 때문에
- 수출상품 특히, 의류는 하이터치디자인이 경쟁력을 좌우함
- 디자인은 상품의 고부가가치 창출의 주요수단으로 인식됨
- 우리디자인의 수준이 이태리, 프랑스, 일본에 떨어지기에.
- 세계화의 따른 국제의류 시장에서의 진출이 어렵고
- 생산구조는 디자인 선진국의 OEM방식에 머물게 됨.

### (3) 멀티미디어 정보시대에 부응

- 디자인IMAGE정보의 전달매체가 멀티미디어화 (CD-ROM 등)
- PC통신 서비스의 멀티미디어화 (동화상, SOUND)
- 한차원 높은 정보서비스 (HIGH MEDIA)
- 인터넷을 통한 정보교류의 국제화 (WWW정보 검색 일반화)

### 3. 국내외 현황

#### 가. 국내현황

국내의 패션디자인 정보 입수 방법은 수동적이고 비전문적으로 이루어지고 있는 실정이다. 몇몇개 패션 정보회사가 활동하고 있기는 하나, 외국의 패션관련 잡지의 국내판매나, 패션이벤트 행사를 통한 패션트렌드 제공 등에만 국한되고 있어서, 하루가 다르게 고감도화되고 있는 패션디자인정보는 상대적으로 늦게야(혹은 시즌이 지난) 접할 수 있다.

각종 패션디자인정보의 입수 방법을 살펴보면 다음과 같다.

- 패션저널 및 서적 (42%)
- 해외출장 (26%)
- 해외전시회 (14%)
- 바이어 (10%)
- 자체조사 ( 8%)

패션저널이나 서적에 의한 정보입수의 경우에도 정보에 대한 만족도는 극히 낮게 나타나고 있다.

#### <패션저널 및 서적류에 의한 정보 입수시 애로점>

	비용부담이 크다	신속한 자료구입이 어렵다.	정보가 다양치 못하다	기 타	무응답	계
수출전문	1	11	14	5	35	66
내수전문	2	1	3	-	1	7
수출+내수	6	17	16	3	5	47
기 타	-	1	-	-	2	3
계	9(11.3)	30(37.5)	33(41.2)	8(10)	43	123

특히 PC통신이나 CD-ROM등 뉴미디어를 이용한 패션디자인 정보 제공자는 아직 구현된 바가 없고, 통신회사나 멀티미디어 업체 같은 곳에서 계획 실험하고 있는 수준이다.

## 나. 해외현황

### ○ 일본

일본은 통산성 산하의 『일본섬유공업구조개선사업협회』 내의 섬유 정보센터에 화상정보DB 개발시스템을 설비하여 6년전부터 패션디자인정보를 컴퓨터에 수록, 정보서비스를 하고 있다.

정보내용	건수	입수처	비고
컬렉션 정보 -. 브레타 뽀르떼(파리) -. 밀라노 컬렉션(이태리)	1,800	문화복장학원 가네보 연구소	칼라이미지 문자
스트리트 패션 -. 주요국의 스트리트패션 (뉴욕, 밀라노, 도쿄, 파리)	1,200	동경패션 INFORMATION 오피스 하꼬모리	칼라이미지 문자
색채 정보 -. 유행색 DB -. 배색 DB	1,400	일본 유행색협회	칼라이미지 문자
트렌드 정보(어패럴 트렌드)	2,000	문화학원	칼라이미지 문자

-. DB공급망 : SR-NET

-. NET-WORK : 섬유주간지의 「리소스센터」와 동경본부  
(오사카, 이시가와)

## 4. 기대효과

### 가. 일반적 효과

패션디자인정보 같은 IMAGE정보는 정보형태의 특성상 일부관련 전문가나 관련업체, 학교기관등의 한정된 이용자들만이 보유하고, 유통되고 있는 까닭에 디자인의 생활화가 진척이 안되고 있다. 이태리나 프랑스 같은 디자인 선진국의 산업발전은 디자인 산업의 인프라구축에 오래전부터 관심을 쏟아 왔기 때문에 그들의 디자인 수준은 특정산업 위주가 아닌 국가전체, Street 전체가 하나의 디자인 작품이라고 할 수 있다.

이같이 패션디자인정보가 공중정보망을 통해서 보급되면,

- 패션디자인의 생활화
- 패션산업의 문화적 기여
- Color트렌드의 전국민적 공감대
- 한국고유색상의 개발과 국제마케팅접목의 실현
- 색을 통한 관련 예술 창작활동의 지원의 효과를 기대할 수 있다.

### 나. 직접적 효과

- 산업생산품의 경쟁력은 독특한 디자인의 창출에서 나옴
- 독창적인 제품개발로 - 패션디자인의 대외종속으로부터 탈피
- IMAGE정보의 DB화에 따른 표준화의 새 지평
- IMAGE정보의 전송기술 개발
- 우리나라 고유의 디자인의 해외시장진출 용이  
예) Presentation자료, Sample Image
- 독자브랜드의 해외시장 진출효과(내셔널브랜드)

### 다. 간접효과

- 순수 미술작품의 DB화 가능성 제시
- 의류사진 정보
- 제품소개 카타로그 및 사양서 정보(통신마케팅)
- 입체예술품의 DB화
- Full Text의 DB화(현재는 초록, 주제어, 목록 수준)

## 5. 예상수요

### 가. 직접수요

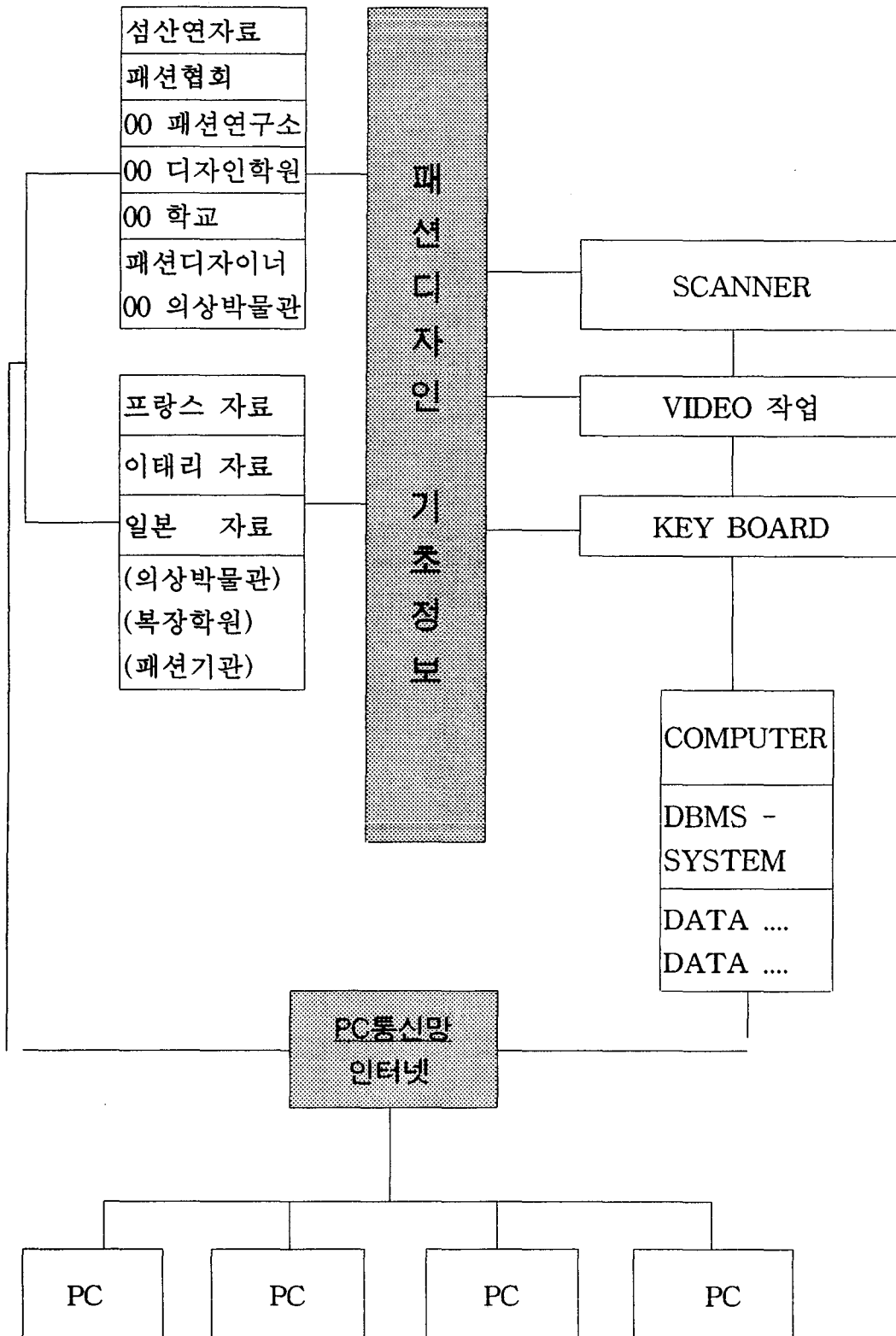
수요처	내용
의류패션디자이너	국내에서 활동중인 패션디자이너 : 명
패션디자인 교육기관	대학교 디자인 관련학과 : 55개교 전문대학 디자인 관련학과 : 35개교 고등학교 디자인 관련학교 : 10개교 패션디자인 학원 : 19개교 텍스타일디자인 학원 : 11개교
	연간 배출디자인 인력 : 10,000명
패션관련 연구소	삼성패션연구소 외 : 26개
패션관련 단체(협회, 조합)	한국패션협회 외 : 16개 (회원사 : 700개)
디자이너 브랜드	강숙희 레이디스웨어 외 : 50개
내셔널 브랜드	LG패션 외 : 700개

### 나. 간접수요

수요처	내용
국내섬유업체 (의류업체 포함)	방직, 화섬, 제직, 봉제, 니트 등 : 15,000개
염색(염료)업체	직물, 사염색업체, 염료업체 등 : 500개
응용미술(디자인) 교육기관	산업디자인, 인테리어 디자인
일반 소비자	의류 홈쇼핑으로의 발전
섬유(패션)신문, 잡지	패션 마케팅, 패션문화 등 : 40종
순수미술 분야	미술관련 학생



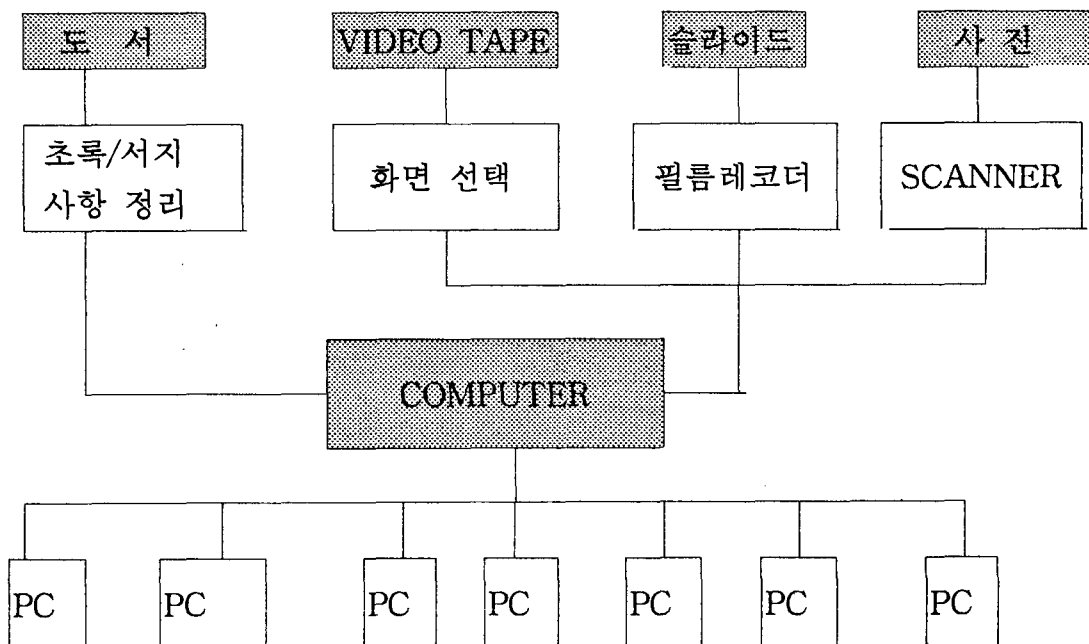
## 6. Lay-out



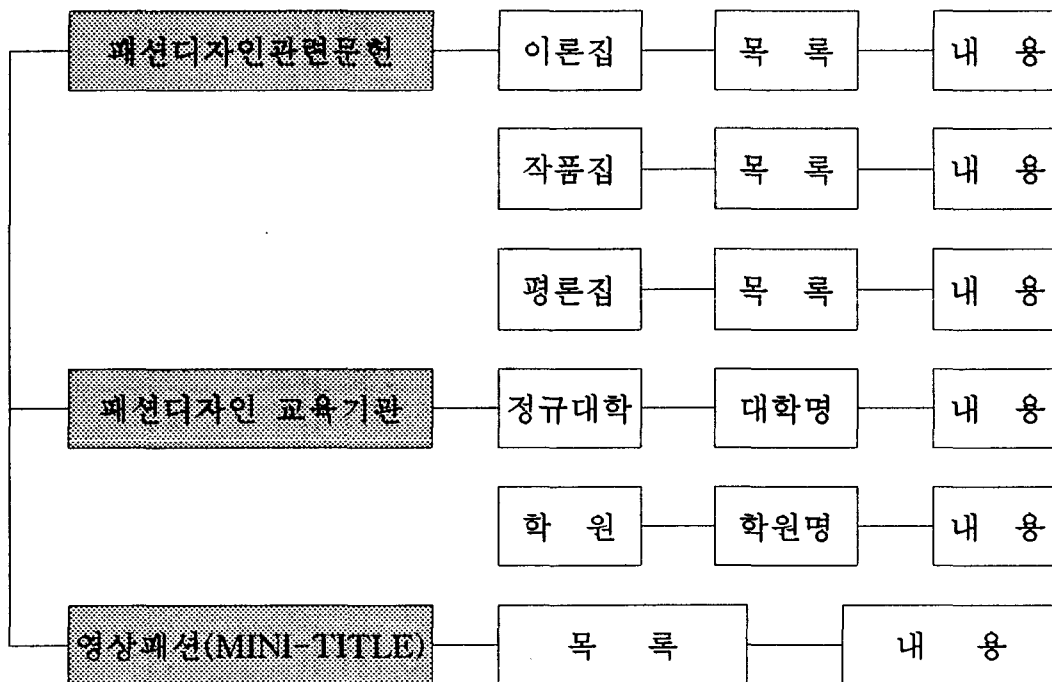
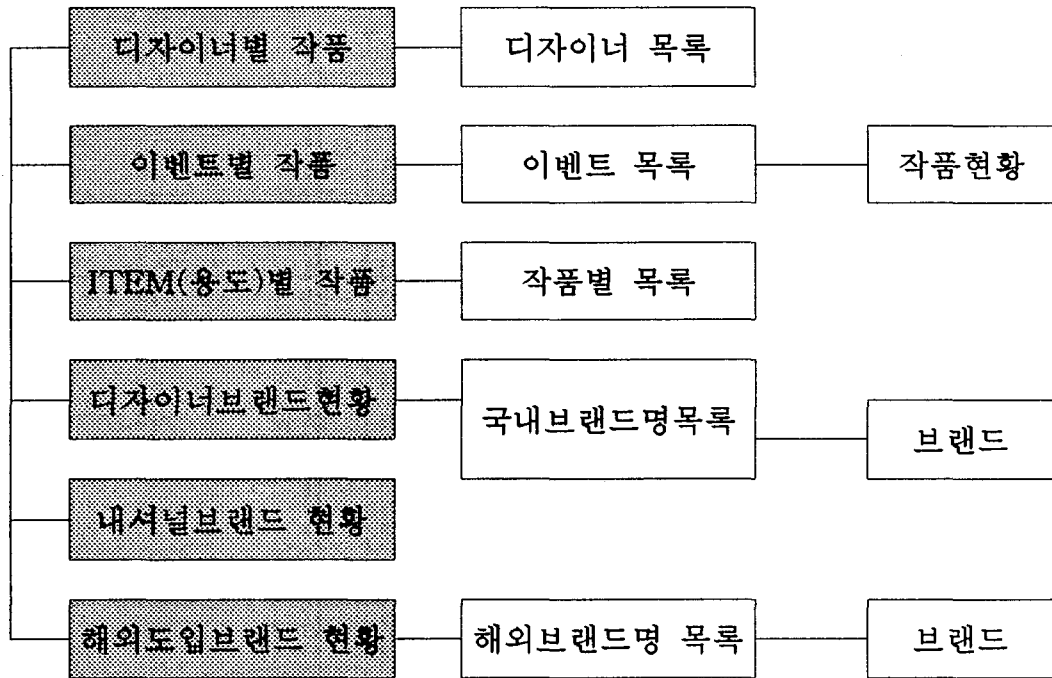
## 7. 세부내용

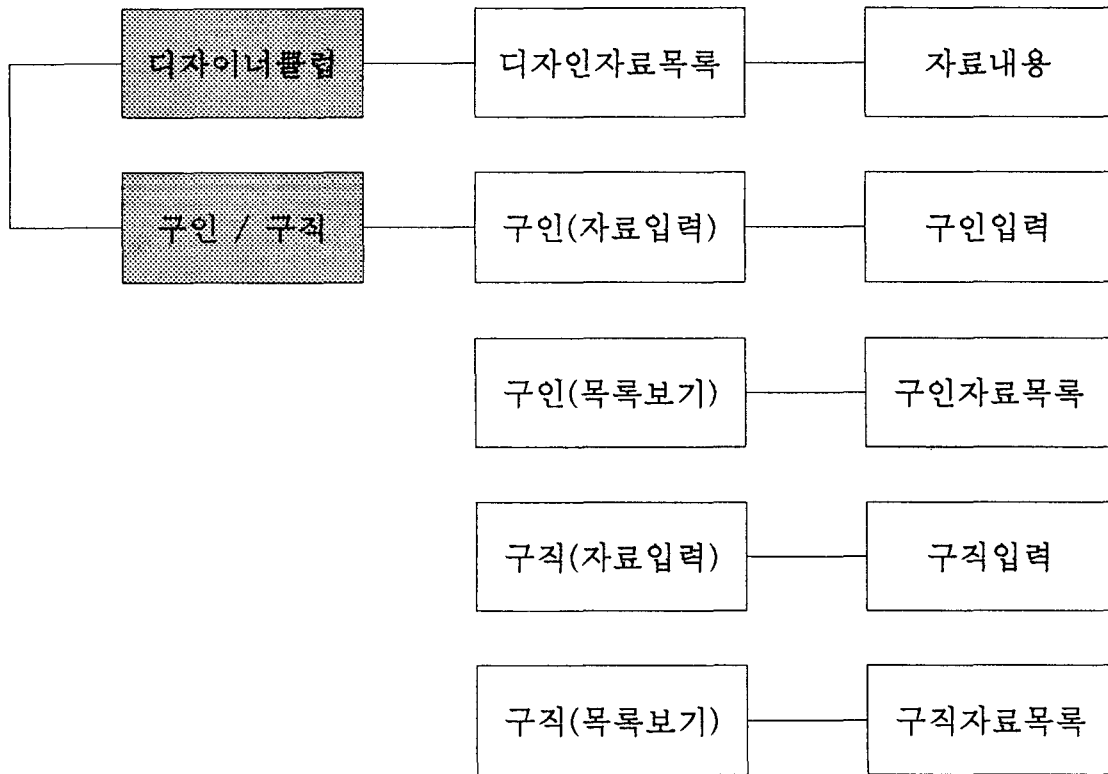
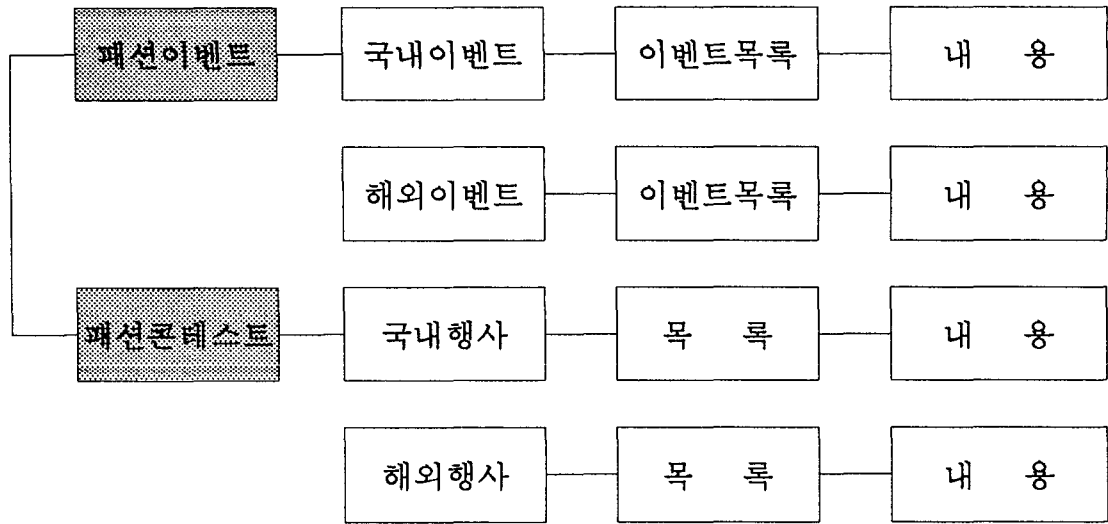
### 가. DB개발 대상정보 및 정보흐름

- (1) 패션디자인 이론자료.  
패션디자인의 개념, 역사, 교육, 기법, 산업화등 자료
- (2) 패션디자인 작품집.  
패션디자이너별, 콜렉션별, ITEM별 작품집(화보 등)
- (3) 패션디자인 슬라이드필름.
- (4) 패션디자인 VIDEO TAPE  
패션디자인 관련 국내외 콜렉션 실황 VIDEO TAPE
- (5) 패션디자인 관련 교육기관 자료
- (6) 브랜드자료(디자이너, 내셔널, 수입)
- (7) 국내외 디자이너 현황 자료
- (8) 국내외 패션디자인 콘테스트 자료
- (9) 패션디자인 관련 구인/구직 자료



## 나. DB검색 시스템





다. 수록중인 디자이너 (해외)

PRET - A - PORTER		NEW YORK
. JEAN PUAL GAUTIER		. DONNA KARAN
. CHANEL		. CALVIN KLEIN
. CHRISTIAN LACROIX		. ISSAC MIZRAHI
. ISSEY MIYAKE		. ANNA SUI
. VIVIENNE WESTWOOD		. MARC JACOBS
. SONIA RYKIEL		
. CLAUDE MONTANA		
. DRIES VAN NOTEN		MILANO
. JOHN GALLIANO		. GIORGIO ALMANI
. HELMUT LANG		. GIANNI VERSACE
. MARTINE SITBON		. GENNY
. THIERRY MUJLER		. PRADA
. JIL SANDER		. COMPLICE
. ROMEO GIGLI		. KLIZIA

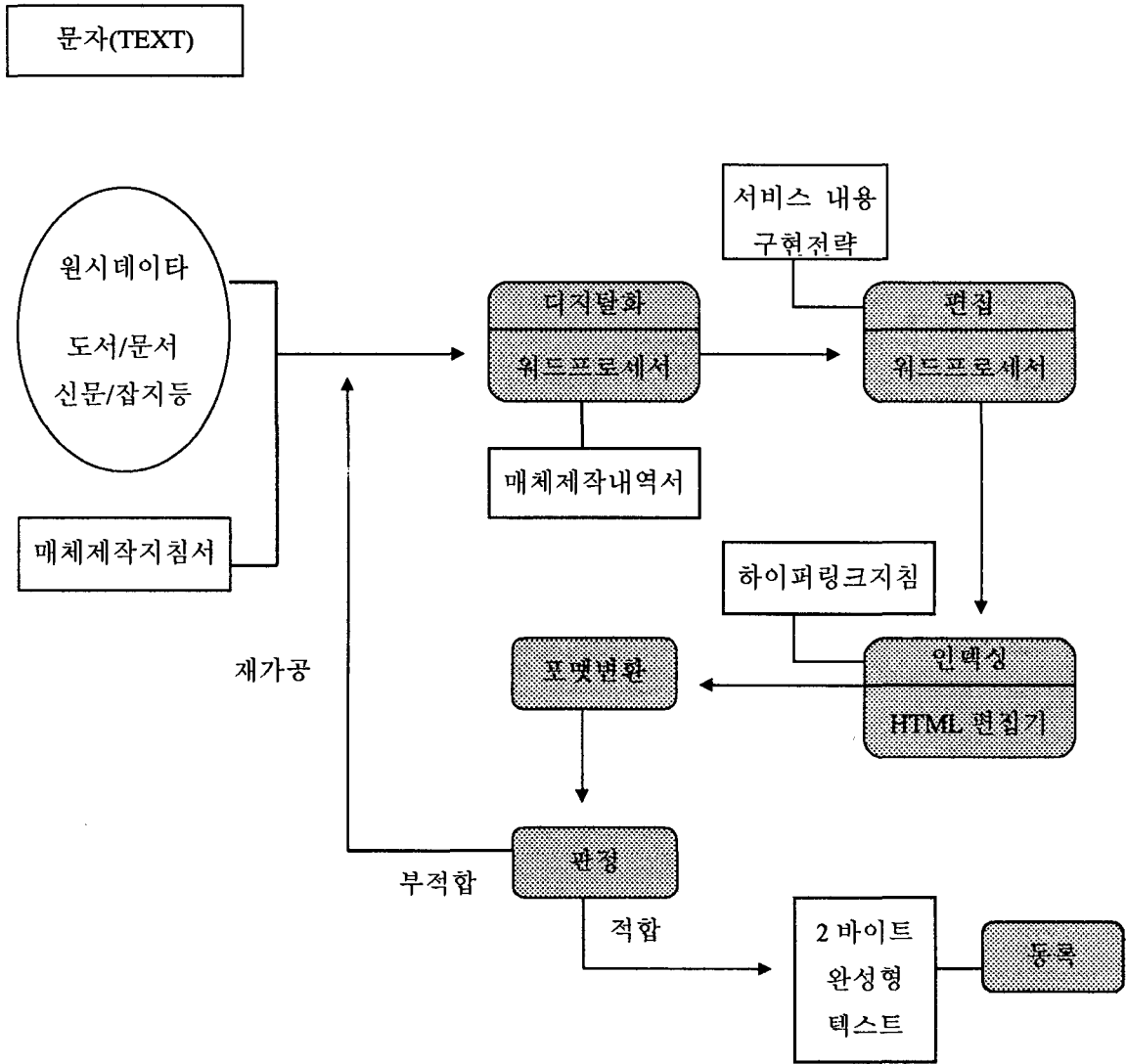
HAUTE COUTURE
. YVES SAINT LAURENT
. CHRISTIAN DIOR
. GUY LAROCHE
. NINA RICCI
. GIVENCHY
. CHANER
. PIERRE BALMAIN

LONDON
. BETTY JACKSON
. ALEXANDER MCQUEEN

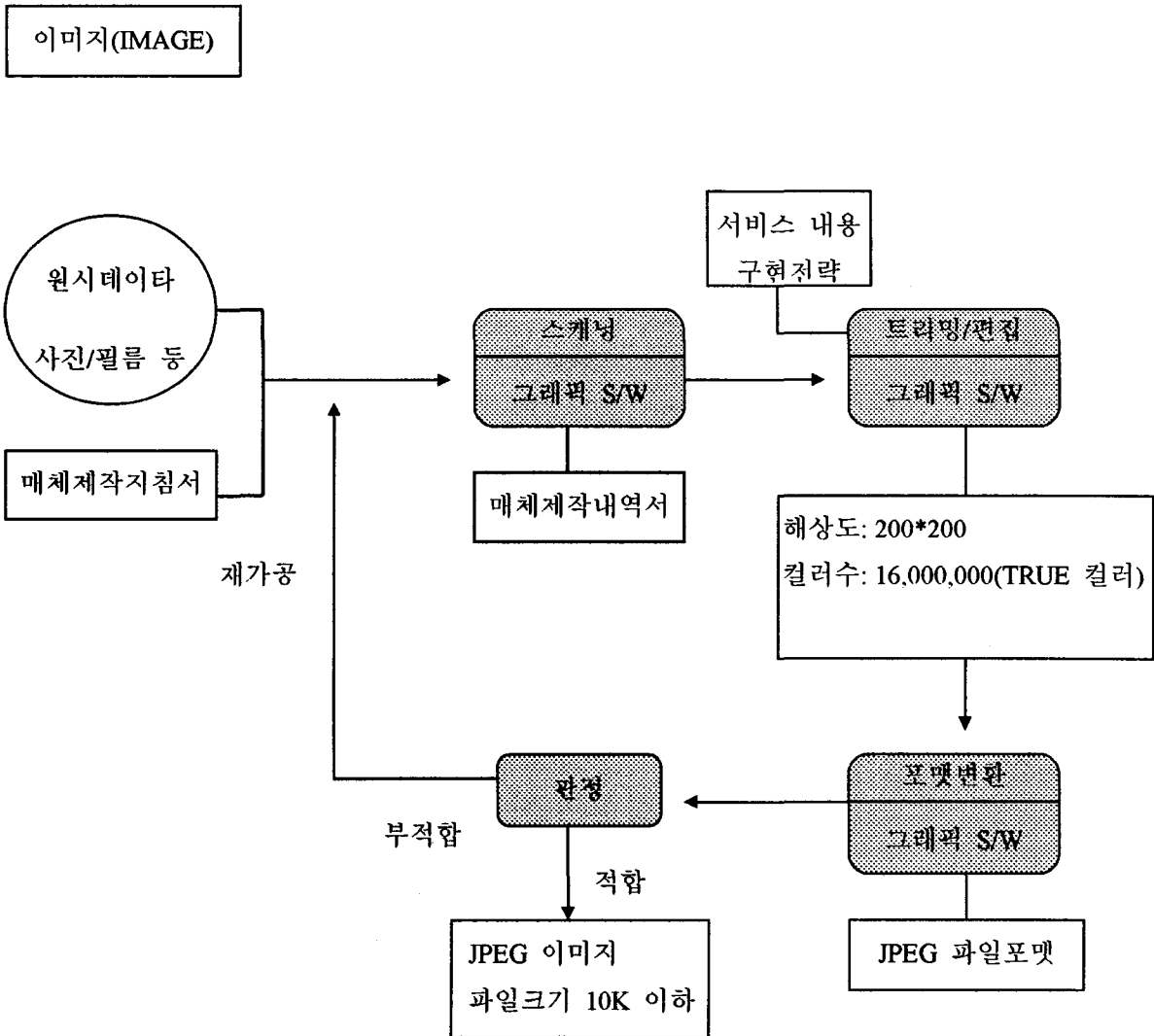
TOKYO
. SHIMURA
. IUMORI CHISATO

# 8. SYSTEM 개발

## 가. 매체별 Data 제작 방법

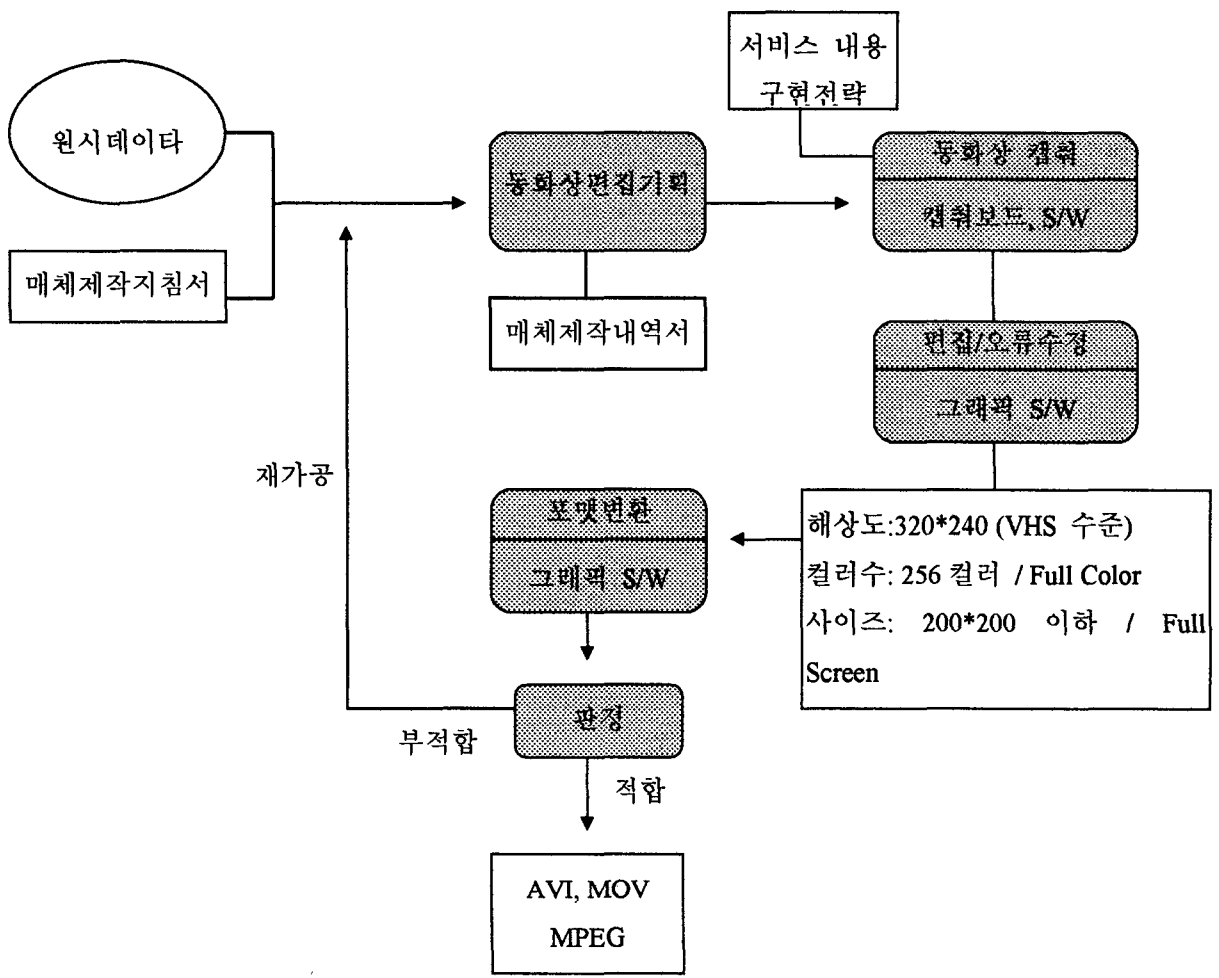


디지털 형태	아스키코드(Ascii Code) 데이터 체계
FILE 포맷	2 바이트 완성형 텍스트 2Kbyte
인덱싱	하이퍼 텍스트 링크 인덱싱



해상도	200* 200
데이터 포맷	JPG
COLOR	TRUE COLOR (1650 만 COLOR)
압축률	500%이내(JPEG 압축)
최대크기	10Kbyte 이하
전송속도	20Kbps (28800 bps 모뎀 기준)

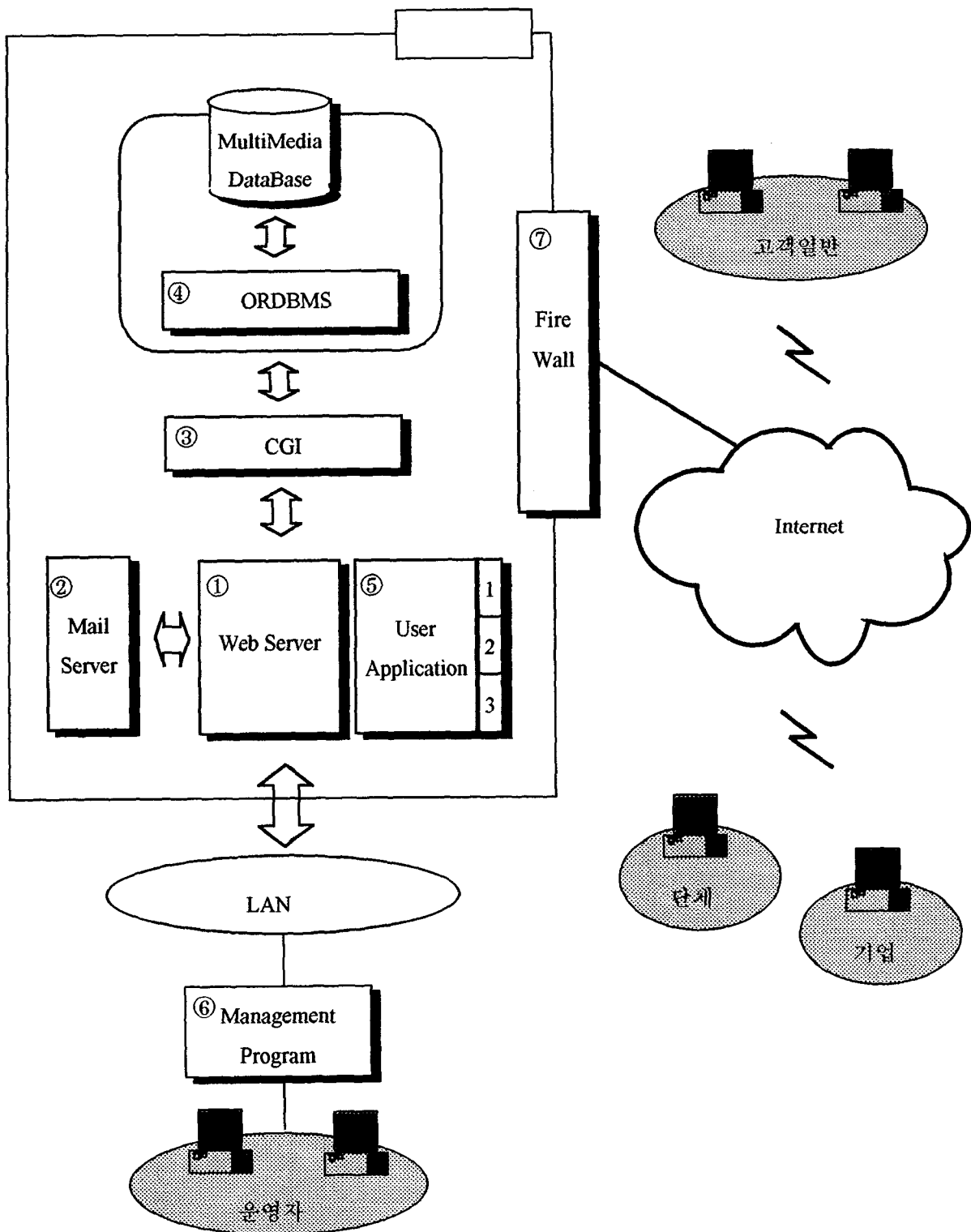
동영상(MOVING PICTURE)



해상도	200* 200 이하
데이터 포맷	AVI, MOV
COLOR	256COLOR
압축률	26 : 1 (MPEG-2 압축)
최대크기	1Mbyte 이하 ( 30 프레임/초)
전송속도	20Kbps (28800 bps 모뎀 기준)



# 나. Data 검색 체계도



## 9. 향후 과제

### 가. 검색방식

- . 완벽한 인터넷방식의 구현

### 나. Data 개발

- . 유명디자이너의 모든 발표작품 수록 (현재 10%)
- . 동영상자료의 완벽한 multimedia 실현
- . 국내 디자이너의 작품 수록 - 해외홍보
- . 세계 민속의상 Data수록