

텍스타일 디자인의 세계화 전략

이 은 옥
덕성여자대학교

I. 텍스타일디자인

1. 텍스타일디자인의 개념

직물은 직물 구성성분과 시각적 이미지의 두 가지 요소에 따라 평가된다. 전자는 원사, 직물구조, 중량, 표면질감, 품질 등의 감촉을 구성하는 촉각적 요소이며, 후자는 장식적 요소 및 색상과 관련된 미적-시각적 요소이다. 이 두 가지 요소의 선택과 조화로 제품 및 마켓포지셔닝(market positioning)이 결정되며 '소비자 타겟'과 '패션트렌드'와 관련되어 평가된다. 텍스타일 디자인이란 위 두 요소의 적절한 선택과 효과적 활용을 통해 직물을 구성하는 것을 말하며, 직물의 생산방법 및 소재 상태에 따라 크게 직조(weaving)디자인, 프린트(print)디자인, 니팅(knitting)디자인과 자수(embroidery)디자인으로 분류할 수 있다.

● 직조(weaving)디자인

실의 색상과 굵기 및 종류를 용도를 고려하여 선택하고 직물을 구성하는 경사와 위사가 교차되는 방법에 따라 직물표면에 다양한 무늬(pattern)와 재질감(texture)을 표현한다.

● 프린트(print)디자인

직물의 프린트 공정 및 여러 염색기법을 활용하여 다양한 무늬(pattern) 및 색상을 다양한 직물소재에 표현한다.

● 니팅(knitting)디자인

편성물의 조직 구성 방법과 다양한 색상 및 질감의 실을 사용하여 여러 편직기의 활용을 통해 직물을 표현한다.

● 자수(embroidery)디자인

제직물이나 편직물 위에 자수 실 및 천을 이용하여 다양한 문양 및 색상을 표현한다.

2. 텍스타일디자인의 중요성

- 1) 고부가가치 창출의 효과적 경쟁수단
 - ① 가장 적은 비용과 짧은 기간내의 상품을 차별화
 - ② 독자적인 디자인 구축을 통한 제품의 고급화
- 2) 시장수요 대응형 구조로의 전환수단
 - ① 시장변화에 대응한 QR상품 기획
 - ② 수요의 다양화, 개성화, 감각화, 고급화 등에 대한 대응수단
- 3) 최적의 기업경쟁 전략적 수단
 - ① 패션기업의 상품차별화 요소로서 소재의 차별화
 - ② 투자효율의 극대화
 - ③ 세계적 브랜드의 육성
- 4) 우리 나라 섬유산업의 선진화를 위한 산업기반 구축 및 세계화 전략 방안
- 5) 다품종 소량생산체제 확립수단

II. 한국 텍스타일디자인 산업의 현황 및 문제점

1. 현 황

(1) 섬유산업 현황

- 1) 섬유관련업체는 국내 제조업 중 18.7%, 고용은 제조업 전체의 15.1%를 차지하며 수출은 전체 수출액 대비 11.9%를 차지하는 국민경제에 매우 중요한 역할을 담당하는 중요한 산업
- 2) 세계 제5위의 섬유수출대국
중국, 이태리, 독일, 미국에 이어 세계 총 수출의 5.3%차지
- 3) 섬유산업의 경쟁력 기반이 급속히 악화
 - OEM 수출방식을 중심으로 한 양적 성장에 기반
 - 급격한 임금상승과 시설노후
 - 기술 집약적인 섬유기술의 혁신과 다품종소량체제, 자동화 제품의 차별화, 고부가가치의 신소재 및 디자인 개발 등의 질적 성장 부진

(2) 텍스타일 디자인 산업 현황

- 1) 교육기관 인력현황
 - 디자인 관련 학과
 - 텍스타일 디자인 관련 학과

2) 텍스타일 디자인 전문회사 현황

- 국내 디자인 전문회사 총 910업체 중 12업체로 1.3% 해당
- 약 30여 개의 디자인 스튜디오

3) 관련단체

- 텍스타일 디자인협회

2. 문제점

(1) 기업적 측면

- ① 경영인의 인식 부족
- ② 디자인개발과 관련된 투자저조
- ③ 자체 디자인개발 부족(해외 바이어의 디자인 의존)
- ④ 텍스타일 디자인 업체의 영세성과 역할 부족
- ⑤ 디자인 도용 및 모방
- ⑥ 마케팅 전략 부재

(2) 인적자원 측면

- ① 전문성 인식 부족
- ② 창의적 개발 능력 미비
- ③ 국제적 감각 및 디자인경영 감각 미비
- ④ 전문인력 부족

(3) 교육적 측면

- ① 교육자 부족
- ② 전문기관 부족
- ③ 산학연계 미비

(4) 정책적 측면

- ① 수입디자인에 대한 정부대책 부재
- ② 디자인 진흥정책 미비
- ③ 편중된 예산집행

Ⅲ. 텍스타일 디자인의 경쟁력 확보 및 세계화 전략

1. 이탈리아 벤치마킹

(1) 사회적 측면

- ① 안정된 사회보장제도 확립

- ② 세분화된 사회구조에 기반한 장인정신의 보편화
- ③ 문화산업으로서 디자인의 가치인정

(2) 산업적 측면

- ① 중소기업 위주의 건전한 기업구조와 전통
- ② 산지 중심의 지역 활성화 기반 구축

(3) 기업적 측면

- ① 다국적 시장 분석을 통한 마케팅 전략의 활성화
- ② 정보 기획 및 제작 능력-세계 트렌드 리드
- ③ 대외 경쟁력 확보를 위한 세계적 전시회 개최 및 참가

(4) 교육적 측면

- ① 우수한 디자이너와 기술자를 양성하는 교육시스템
- ② 산학협동 체계의 활성화

(5) 정책적 측면

- ① 국가적 차원의 지원정책 수립 및 원활한 운영
- ② 관련단체간 협조 및 공조체계의 확립

2. 텍스타일 디자인의 경쟁력 확보 및 세계화 전략

(1) Technology

1) 디지털(Digital)

- IT활용으로 신비즈니스 창출
- Design + Digital = 각종 시스템 개발 및 기술 구현
- 기존 디자인의 방향 변화 및 새로운 디자인영역 창출

2) 네트워크(Network)

- 정보의 수집, 가공 및 분석을 통한 디자인 기획
- 디자인 선진국의 벤치마킹 및 교류 확대
- 기업과 소비자의 관계 변화

3) Eco Design

(2) Design

1) 창의력(Creativity)

- 디자이너의 전문성 확보
- 아이디어 산업에 대한 가치 혁신(Value Innovation)
- 조형감각 + 표현능력 + 새로운 디자인 능력
(human Interface, Graphic User Interface...)

2) Identity

- 전통의 현대화 및 세계화

3) Interaction

- Trend

4) 인적자원

- ① 교육시스템의 보완 및 전문인력의 양성
- ② 산학 공동협력 프로그램

(3) Marketing

1) 지식경영(Knowledge Management)

- 디자인프로세스의 세분화 및 전문화
- 기업의 자체 개발능력 배양
- 디자인개발에 대한 투자 확대

2) Brand

- 브랜드의 적극적인 육성
- 차별화된 디자인 기획 및 개발
- 무형자산의 확보

3) Global Agent Network

- 판매망 확립
- 정확한 정보 분석 및 대응

4) 홍보 강화

5) Culture Marketing

(4) 국가적 지원

텍스타일디자인 진흥정책의 체계적 수립
고부가가치 산업으로서의 인식제고