

## 이태리 纖維産業의 高附加價値化 戰略에 관한 考察

- TEXTILE DESIGN을 中心으로 -

李 恩 玉

德成女子大學校 産業美術學科 專任講士

## A Study on the Strategy Highvalue-added in Italian Textile Industry

- Focusing on Textile Design -

Lee, Eun Oak

Full-time Instructor, Dept. of Industrial Design, Duksung Women's University

### Abstract

Over the past, the Korean Textile Industry has been able to establish as one of the most competent textile producer of the world. Today, however, with rapidly changing market requirements, the Korean Textile Industry is requested to improve systems for highvalue textile's market.

In this regard, the purpose of this study is to propose suggestions for the strategy recommendations in the Korean Textile Design, researching on the highvalue-added Como Textile Design in Italy. As we analyzed them, the bases of their global success are as follows.

1) Participating in the making of the Global Trend in textile design market, Italian design companies lead to move international market influentially.

2) Dividing target depending on the country's textile market, Italian design companies build up their global marketing capability to increase design sale's effect.

3) Organizing and Participating in the international textile design show and fair, Italian companies attempt to set up Italian image creation as the global advertising.

4) Ensuring an adequate supply of human resource, Industry, Labor Unions, Government and Academy have a cooperative relationship to assist each other.

In the basis of the above mentioned, we can suggest the strategies to accelate improvement and development in the Korean Textile and Textile Design Industry.

1) It needs to establish a monitoring system for current information in the International Textile Design Industry.

2) It needs to start building up Korean textile companies global marketing capability to produce adaptable design in market's request.

3) It needs to study and to find our traditional motifs continuously for creating modern design following the recent Design Trend.

Finally, It needs to have a close relationship between industry and education to establish human resource for the Korean Textile Industry's future success in the global market.

### I. 서 론

한국 섬유산업은 1960년대 이후 수출 주도 산업으

로서 경제 성장의 중추적 역할을 해왔다. 그러나, 최근 급격한 임금 상승과 시설 노후등의 국내적 요인과 선진국의 보호 무역주의로 인한 국외 요인등으로 그 경

쟁력 기반이 급속히 악화되고 있다. 이는 한국의 섬유 산업이 저임금의 노동력을 바탕으로 한 저가품 생산, OEM 수출방식을 중심으로한 양적 성장을 한 반면, 기술 집약적인 섬유 기술의 혁신과 다품종 소량생산 체재, 자동화 제품의 차별화, 고부가가치의 신소재 및 디자인 개발등의 질적 성장에 부진 했던 것에 그 원인을 찾아볼 수 있다. 이와 같이 가격 경쟁력을 위주로 한 비교우위가 더 이상 불가능해짐에 따라 한국 섬유산업이 21세기 미래 산업으로서 재도약하기 위한 경쟁력 기반의 재구축이 시급하며 이를 위한 섬유제품의 고부가가치화의 실현이 필수적인 당면과제이다.

세계 섬유산업에서 이태리 직물산업은 거의 모든 분야에서 제1의 위치에 있고, 특히 Silk 직물 분야는 타 섬유산업에 비해 소규모이지만 전 세계 생산량의 1/3을 점유하고 있다. 또한 이태리 Silk 직물은 우수한 염색, 가공기술과 함께 뛰어난 미적감각으로 끊임없는 Design을 개발함으로써 수출량 또한 절대적인 위치를 차지하여 세계를 석권하고 있는 고부가가치 제품의 대명사이다. 이러한 섬유의 고부가가치는 섬유자체의 특성이나 조직, 가공등을 통해서도 가능하지만 직물의 상품적 가치는 디자인이 그 주요소이므로 국제시장에서의 차별화 효과를 얻을 수 있는 중요한 요소로 작용한다.<sup>1)</sup> 이에 본 연구에서는 고임금을 극복하고 노동집약형 쇠퇴산업이라 단정되는 섬유산업을 재구축하여, 1980년대이후 세계 섬유수출 제1위의 자리를 확고하게 하고 있는 이태리 섬유산업의 고부가가치화에 관한 전략들을 Textile Design의 측면에서 고찰함으로써 감성화, 다양화, 고급화 되어가는 세계 섬유시장에서 한국 섬유산업의 경쟁력 확보를 위한 한 방법으로서 Textile Design의 고부가가치화 대안을 제시해 보고자 한다. 이러한 관점에서 본 연구자는 세계 및 이태리 Textile Design의 중심지인 COMO지역 Textile Design업계의 구성 현황 및 그 활동을 4년 6개월간의 현장에서 경험한 실제 Design제작 및 판매과정에서 다른 디자인과 차별화되는 요소들을 정리, 체계화하고, 최근 이태리 섬유산업 전반에 관한 자료들을 비교, 분석하여 한국이 21세기 섬유강국으로 발전하기 위한 고부가가치화 전략에 있어 Textile Design의 중요성을 강조함으로써 현재 낙후되어있는 한국 Textile De-

sign의 세계화를 위한 대안을 제시하고자하는데 그 목적이 있다. 본 연구의 범위는 우븐(woven) 디자인, 프린팅(printing)디자인, 니팅(knitting)디자인으로 세분화되는 포괄적 용어인 Textile Design<sup>2)</sup>은 본 논문에서는 프린트에 의한 텍스타일 패턴 디자인으로 그 의미를 한정하고자 하며 이태리 Textile Design 중심지인 COMO소재 Textile Pattern Design업계의 구성 및 활동, 총괄적인 Marketing 전략을 살펴보는 것이다. 근래에 패션 소재분야에서 급부상한 이태리는 그 중요성에 비해 한국 섬유산업연합회에서 발간한 이태리 섬유산업관련 자료를 제외하고는 접하기 어려운 실정이다. 이러한 관점에서 본 연구를 통하여 이태리 Textile Design분야에 대한 실제 현장 자료로서 한국 Textile Design 및 업계의 세계화를 위한 노력에 참고자료가 되기를 기대한다.

## II. 이태리 섬유(Silk)산업과 Textile Design

Textile Design은 기원전 1세기경에 침염에 의한 염색 패턴이 발견되고 14세기에 독일에서 블록 프린트(목판)가 행하여지는 등 오래전부터 염색 또는 디자인이 행해지고 있었던 것을 알 수있다. 그러나 오늘날과 같이 프린트에 의한 Textile Design으로 탄생한 것은 산업혁명 이후라고 할 수 있다. 구체적으로는 근대 방적기술의 발달과 섬유재료학 등의 공학기술이 발달함으로써 직물의 종류와 생산방식이 다양해지고 대량생산이 가능하게되어 직물의 산업화가 이루어지면서 부터이다.<sup>3)</sup> Textile Design은 이러한 산업발달을 배경으로 좋은 질과 아름다운 디자인을 추구하는 직물산업으로 확대되었고 Textile Design의 위상을 새롭게 하는 계기가 되었다.<sup>4)</sup> 이태리에 있어서 이 Textile Design의 역사는 색상과 패턴이 비약적으로 발전했던 로마 제국시대로부터 시작되어 르네상스를 기점으로 보다 다양하고 화려한 무늬의 패턴이 등장하여 산업적 측면에서의 발전가능성을 갖기 시작했다.<sup>5)</sup> 그러나 이태리는 르네상스의 문화유산으로 직물, 의류의 생산력을 확보했지만 국력의 쇠퇴로 그 기량을 충분히 발휘하지 못했고, 또한 18-19세기의 산업혁명에도 뒤쳐져서

〈표 1〉 이태리 건직분야 현황

	1992	1993	1994
총매출액 (단위: 10억리라)	3,600	3,600	4,000
수입액 (단위: 10억리라)	682	645	756
수출액 (단위: 10억리라)	2,327	2,661	3,601
종업원수 (단위: 명)	12,900	12,800	13,000

자료: 이태리 실크협회

두각을 나타내지 못하였다. 이후 계속적으로 영국, 프랑스에 대한 소재공급지로서의 하청생산으로 20세기 초까지 그 기량을 축적하였다. 지역으로서는 인력 및 수자원이 풍부한 중북부의 BIELLA(모직물산업), PRATO(모방산업), COMO(건직물산업)지방을 중심으로 발전되었다. 이에, Textile Design과 가장 밀접한 관계를 가진 실크직물산업의 중심지인 COMO의 섬유산업 전반에 관한 고찰 및 이태리 실크직물산업과 이 산업의 고부가가치화를 위해 필수적으로 병행되었던 Textile Design분야의 발전과 그 배경에 대해 중심지인 COMO지역을 중심으로 살펴보고자 한다.

### 1. COMO 실크 직물산업의 구조와 Textile Design의 성장배경

900년의 나염역사를 가지며, 이태리 국내 생산의 90%를 차지하는 COMO 실크 단지는 이태리 최대의 상업도시인 MILANO와 인접하여 서로간의 상호 협력을 통하여 국제적인 실크 도시로서 성장, 발전하여 왔다. 1950년대부터 형성되기 시작한 COMO 실크 산지는 70년대 이후부터 다수의 중소기업과 규모를 갖춘 컨버터들이 생겨나면서 실크단지로서 성장하기 시작했다. 지속적인 저임금을 바탕으로 80년대 초까지 급격히 성장한 COMO의 실크직물산업은 80년대 중반에 이르러 수요의 감소 및 경기침체등으로 위축세를 보이다가 80년대 후반에 이르러 다시 회복세로 돌아서게 되었다. 이는 양적 생산 위주에서 고부가

〈표 2〉 섬유소재산업의 고부가가치화 생산비중과 차별화 소재생산비율

	고부가가치 소재 생산비율	의류제품의차별화 소재사용비율
이태리	65%	75%
일본	40%	50%
한국	10%	25%

자료: 한국 패션소재협회

가치 제품화를 추구하는 질적 생산 위주로의 전환이 그 배경이라 할 수 있다.〈표 2〉

이에 따라 COMO 실크직물업계는 이태리 실크 제품의 우수성을 유지할 수 있는 염색 가공기술과 프린트 기술면에 있어 새로운 첨단 기술 설치에 주력하는 한편, 이태리인의 뛰어난 미적 감각을 전 세계에 알릴 수 있는 제품의 고부가가치적 요소로 Textile Design의 중요성을 인식하여 이 분야에 대한 관심이 높아지게 되었다. 이의 결과로 총 400여개에 달하는 이태리 Textile Design Studio의 88%가 COMO에 위치하며 성장, 발전하여 왔다.<sup>6)</sup> 이러한 노력들은 실크직물산업의 산업생산변동, 즉 '87년 -1.0%가 '88년 2.9%, '89년 2.5%로 증가시켰고 80년대말에 이태리 실크 직물산업은 다시 회복세로 돌아서게 되었다. 이는 실크 직물 수출이 물량으로는 44%가 줄었으나 금액으로는 24%가 증가하여 제품의 고급화가 급격히 이루어졌음을 반영하고 있다.〈표 3〉

또한, 다품종 소량위주의 고가 제품에 집중 투자하는 경영합리화 및 생산성 증가정책에 성공함으로써 93년말에서 94년초에 이르는 기간중에 커다란 신장세를 보였다. '94년 통계를 기준으로 211개의 실크 직물관련업체와 90여개의 염색 및 가공 관련업체, 52개의 의류 및 제품 생산업체등 350여개의 업체, 1300여명을 고용하고 있는 COMO 실크 직물제조산업은 매우 전문화되고 능률적인 생산업체에 의하여 운영되는 융통성 있는 조직을 갖고 있다. 이 중 종업원 200명 이상 가진 기업은 5%에 불과하며 대부분이 200명 이하의

〈표 3〉 산업생산 변동률(%)

	'87/'86	'88/'87	'89/'88
General index/제조업 일반지수	3.9%	5.9%	2.9%
Textile-clothing industry/섬유-의류산업	1.9%	-1.8%	1.0%
Textile industry/섬유산업	1.9%	-0.8%	2.1%
Clothing industry/의류산업	1.9%	-4.1%	-1.3%
Man-made fibres industry/인조섬유산업	0.8%	0.8%	-2.2%
Cotton spinning & weaving/면부문	6.3%	-2.0%	3.6%
Wool spinning & weaving/울부문	0.0%	1.6%	0.8%
Weaving of silk and of filament yarns/실크, 장섬유사 제작부문	-1.0%	2.9%	2.5%
Knitting industry/니트부문	0.8%	-1.5%	1.4%
Finishing industry/가공부문	1.8%	-3.5%	5.1%

자료: COMITEXIL, 90/1-2

〈표 4〉 Silk 제품 수출현황

견 직 물 종 류		1993		1994		1995		94년초반 9개월대비 95년초반 9개월증감률	
		kg	백만리라	kg	백만리라	kg	백만리라	양	금 액
뷰 렛 직 물		28,513	5,161	28,381	5,617	14,944	3,042	-28.46	-26.77
실크 혹은 견방이 적어도 85% 이상 포함된 직물									
축 면 사		509,647	162,437	440,850	135,768	248,469	85,933	-27.46	-16.70
E·O 타입 : 원료 직물		19,496	5,162	27,680	4,708	23,764	1,884	10.47	-47.54
E·O 타입 : 기타 직물		17,913	3,994	20,936	4,667	20,499	6,122	15.27	71.24
기 타		15,784	4,295	17,132	4,908	26,802	7,564	137.02	114.52
경 직 물		1,046	292	1,115	24	1,599	668	115.21	380.58
기 타 원료 직물		29,874	7,119	70,097	14,266	61,573	12,564	4.89	5.01
기 타 염색 직물		154,461	36,793	12,119	32,577	105,735	31,275	24.54	38.26
넓이57cm-75cm사이		77,498	22,742	78,056	24,578	53,641	17,169	-11.64	-10.30
타 기 타 컬러 직물		106,162	28,213	120,747	29,707	59,841	17,701	-27.53	-17.32
프 린 팅 직 물		967,102	340,355	1,093,793	385,141	772,402	285,951	-4.55	1.69
기 원 료		11,316	2,315	18,245	3,260	9,193	1,606	-39.84	-39.27
타 염 색		10,039	20,268	163,255	24,497	90,395	15,772	-19.13	-2.39
직 컬러		90,814	16,308	203,256	27,926	115,154	18,059	-6.46	5.82
물 프 린 팅		196,417	53,444	272,144	70,633	159,643	51,917	-12.66	10.34
총 계		2,366,100	708,898	2,678,814	758,517	1,763,654	557,209	-9.27	-0.04

자료 : ISTAT(이태리 통계청)

영세기업이지만 특유의 장인기질과 최신설비를 최대한 조화시켜 전통산업으로서의 우수한 기술력을 바탕으로 하여 디자이너들과의 연대를 통한 패션화로 품질에 있어서의 고부가가치를 이루었다. 특히 프린트 직물과 직물의 소재기획력은 세계에서 인정받고 있으며 이 프린트 직물의 고부가가치화의 성공으로 '95년 실크 프린트 직물 총 수출물량은 4.55% 감소되었지만 총 수출액으로는 1.69%가 증가하게 되었다.

## 2. COMO Textile Design 산업의 구조와 현황

COMO 실크 직물에 있어 창의적이고 독창적인 Textile Design은 직물의 부가가치를 높여주는 중요한 요소이다. 이는 우수한 프린트 직물이란 우수한 디자인이 우선되어야 하기 때문이다.<sup>7)</sup>

앞에서도 언급했듯이 COMO는 '95 이태리 상공청에 등록된 총 400여개의 Textile Design Studio중 88%가 Lariana 지역(COMO를 중심으로한 지역구명)에 밀집되어 있는 이태리 Textile Design 분야의 중심지이다. 이 COMO Textile Design은 70년대 중반에 이르기까지 직물, 염색업체 자체내에서 필요에

의해 제작되거나 다수의 소규모 집단을 통해 생산되던 것이 1977년 이태리 Textile Design 협회의 발족으로 전문적인 산업분야로서 그 조직력을 갖추기 시작했다. 다른 협회들과 마찬가지로 초기의 활동은 조직력 미비로 부진했다. 그러나, 80년대 후반에 들어서면서 이태리 Textile Design의 세계화를 목표로 재정비되기 시작했고, 그 목표의 일환으로 Textile Design 전시회인 COMOCREA가 구성되어 1989년 11월 Villa Olmo에서 개최되었다. 1996년 11월 세계 각국의 56개 업체가 참여, 지속적인 성장을 하고 있고 고도의 창의성과 전문성을 바탕으로 하는 COMO Textile Design을 세계에 소개하고 있다. 다른 이태리 섬유 산업구조에서도 특징적으로 나타났듯이 COMO Textile Design 업계는 Studio라고 불리는 중소기업들로 구성되어 있다. 이들 중 10%정도만이 국제 경쟁력을 가지며 세계시장에서 활발히 활동하고 있고, 다수의 소규모 Studio들은 이들과 유기적 관계를 가지며 디자인을 협력 생산하거나 위탁 판매의 형식을 통해 생산활동을 계속하고 있다. 디자이너 수에 따라 비교적 큰 규모에 속하는 Accademia, Avangard 및 Pool Studio를 비롯하여 Elle 2, Arte/misia, Antepima

및 Green Design 등이 주축이 되어 세계적 Trend를 제시하고 COMOCREA를 비롯하여 국제적인 Textile Design 전시회인 INDIGO 및 INTERSTOFF 기타 섬유 박람회에 참가하면서 활발하게 이태리 Textile Design의 새로운 아이디어를 소개하고 있다.

### III. 이태리(Como) Textile Design의 고부가가치화 전략

현대 섬유 패션 산업의 경쟁력 획득은 결국 소재에 있다고 할 정도로 직물의 표현성이 중시 되고 있으며, 의상의 고부가가치를 창출하는 중요한 영역 이 되고 있다.<sup>8)</sup> 이러한 Textile Design을 신소재 개발부분의 하나로 인식하여 신속하고 다양하게 전개하면서 끊임없는 디자인과 다양한 색상군의 개발로 세계의 수요를 창출하고 있는 이태리 Textile Design 업계의 디자인의 고부가가치화 전략에 대해 살펴보고자 한다.

〈표 5〉 국별 디자인 투자비 비교

(단위 : %)

	한국	일본	미국	이태리	홍콩
디자인 개발투자/매출액	0.8	3.5	3.5	4.8	2.8

자료 : 상공부

#### 1. 조직적인 세계 Trend 제작활동

이태리 Textile Design 협회를 중심으로 COMO-CREA를 이끌어 가는 주요 Studio들은 실제 소비 시장보다 30개월 앞서서 다음시즌 유행에 대한 연구를 시작한다. 현재의 유행색, 테마 및 신소재를 분석하고 차시점에 기대되는 소비자 심리를 예측하며, 컨버터들과의 다각적인 의견교류를 거쳐 24개월 전에는 유행 테마와 칼라를 설정하게 된다. 이렇게 결정되어진 테마는 주요 Studio들에게 전달되고, 각 Studio의 디자인 경향에 따라 디자인을 연구, 전개한다. 즉, 같은 주제를 가지고 전개할 수 있는 다양한 디자인을 모색하는 과정이다. 이와 같이 일정기간중 각 Studio에서 제작된 디자인들은 Trend 기획자와 각 Studio의 담당자에 의해 주제에 가장 부합되는 디자인을 선정하게 된다. 이런 과정을 거치면서 선택된 디자인은 COMO 지역에서 발간되는 Trend Book인 CHIRON STAR-

DUST 외에 다수의 Trend 책자에 삽입되면서 전 세계 유행을 선도해 나가게 되는 것이다. 이와 같은 전략적인 유행만들기 후에도 계속적인 Studio들간의 자료 및 정보교환이 적극적으로 이루어지고, 이태리 Textile Design 협회를 중심으로하여 변화하는 세계 시장과 유행에 따른 논의와 대책이 마련되고 있다.

#### 2. 다국적 시장 분석을 통한 Marketing 전략의 활성화

효율적인 마케팅 능력은 세계 섬유시장에서 경쟁력을 모으는 중요한 기반이다. 이 섬유산업이 세계화 되면서 유통능력, 광범위한 소비자의 요구에 부응하는 디자인 공급은 성공에 있어 필수요건이 되어가고 있다.<sup>9)</sup> 이런 점에서 이태리 Textile Design Studio 등은 세계화 추세에 알맞게 유통망을 구성하여 세계 각국의 소비자에게 직접 접근하는 마케팅 전략을 구사하고 있다. 이에 따라, 각국시장에 대한 다양한 정보를 얻게 되고, 정확한 시장분석력을 갖게되어 Design 기획과정에 있는 수요의 요구 및 변화하는 시장에 알맞는 Design을 생산하게 됨으로써 판매의 극대화가 이루어지게 된다. 이에, 다양하고 다국적인 Agent의 활동은 매우 중요하다. 이러한 Agent는 섬유의 강국이 라고 할 수 있는 독일, 프랑스, 일본, 미국을 중심으로 하여 디자인의 수요가 있는 곳이면 어디든지 형성, 활동하게 되며 보통 일년에 3-4회 Collection을 소개한다. Design 생산에 있어 중요하게 영향을 미치는 각 지역에 대한 문화, 사회적인 상황의 전반적인 이해와 그 지역의 필매에 대한 노하우는 현지 Agent에서 정확하게 파악하고 있기 때문에 Textile Design Marketing, 특히 해외 판매경로에 있어 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 바로 이 점이 이태리 Textile Design 업계가 Textile Design을 고부가가치 제품으로서 세계시장점유를 가능하게 했던 것이다.

#### 3. 대외 경쟁력 확보를 위한 세계적 전시회 개최 및 전시회 참가

전통과 역사를 바탕으로 한 이태리 감각의 Image 형성과 창조성을 부각하기 위해 Textile Design 업계의 진흥을 도모했던 COMO Textile Design 협회는

〈표 6〉 COMOCREA 참가 현황

	1994	1995	1996
참가 업체수	30	53	56

자료 : COMOCREA 조직 위원회

1989년 11월 Villa Olmo에서 제1회 COMOCREA를 개최하였다 이 전시회는 상업적인 의미보다는 변화하는 세계시장에 이태리 Textile Design을 소개하고, 그 중심지로서 자리잡아 가기위한 조직적이고 대대적인 홍보활동이다. 이 전시회는 연2회 개최되며, 세계의 Trend를 제시하고, 세계 Textile Design의 중심지로서 COMO의 위치를 확고히 하며 성장하고 있다.

〈표 6〉

이뿐만 아니라 COMO의 주요 Studio 등은 세계 도처에서 개최되는 대규모의 Textile Design Fair에 참가, Design을 소개, 판매하고 Buyer와의 직접적인 상담을 통해 현재 요구되어지는 Design을 정확히 파악하고 제작하여 각국의 Agent를 통해 판매 함으로서 그 수용가치를 최대화하고있다. Design의 고부가가치를 향한 노력에 일익을 담당하고있다. 이들이 참여하는 국제적인 Textile Design 전시회는 봄·여름 시즌과 가을·겨울 시즌으로 나누어 보통 연2회 개최되며, 주요 전시회는 다음과 같다.

- HEIMTEXTILE(Frankfurt 1월)
- INDIGO(Paris, 2월, 9월)
- MODA IN(Milano, 3월, 9월)
- INTERSTOFF(Frankfurt, 2월, 4월, 9월)
- COMOCREA(Como, 5월, 11월)
- INTERSTOFF ASIA(HongKong, 4월, 10월)

#### 4. 산·학 협동 체제의 활성화

이태리 섬유산업에 있어서 특징적으로 나타나는 지방별 산지 집중 현상은 그 지역을 중심으로 발달한 산업에 따른 기술인력에 수급, 즉 인적자원으로 '교육제도'의 중요성을 부각시켰다.

이에 이태리 정부는 각 지역에 따라 관련 섬유산업의 기본지식 및 기술, 업체와의 유기적인 관계를 유지하며 미래의 산업인력으로서의 준비단계를 거칠수 있는 5년과정의 국립산업기술전문학교의 활성화를 추진하였다. 이러한 취지하에 ISTITUTO TECNICO

INDUSTRIALE STATALE DI SETIFICIO PAOLO CARCANO(약칭 SETIFICIO)는 COMO 섬유산업 분야에서 미래의 섬유기술인력과 섬유관련 부분의 전문인력을 배출하는데 그 한 몫을 담당하고 있다. 중학교 졸업후 입학이 가능한 이 학교는 1963년 실크 가공 부분에 있어 기술 전문화를 위해 설립한 학교로 2년동안은 고등학교와 같이 일반적인 교양과목과 전문적인 섬유에 관련된 지식에 대해 학습하며, 3학년 과정부터 직조산업과정, 염색산업과정, Textile Design의 3과정으로 전공이 나뉘어 각각의 전공분야에 대해 상세한 교육을 받고 있다. 이 학교는 이태리 상공청 COMO 지부, 이태리 섬유산업연합회, 이태리 Textile Design 협회와 이외의 여러기업과 긴밀한 관계를 맺으면서 현장에서 요구되는 산업인력의 공급원으로서 중요한 위치를 차지하고 있다. 기업에서는 새로운 장비와 기술을 학습용으로 기증하기도 하고 최신 시장정보와 흐름 등을 제공하여 학습의 효과를 높이고 현장감을 체험하게 하고, 재정지원을 통해 우수학생을 선발, 미래의 인력자원으로서 투자를 아끼지 않고있다. 특히 Textile Design을 전공한 학생들은 선택적으로 1달간(보통 7월) 현장실습의 기회가 주어져, COMO에 위치한 Textile Design Studio에서 실제 작업에 참여하게 된다. 이는 졸업후의 현장적응도에 많은 효과를 주며, 능력에 따라 졸업후에 현장실습을 했던 Studio에 취업하는 경우도 많아 산·학 협동의 긍정적인 평가를 받고 있다. 또한, COMO의 주요 Textile Design Studio들은 국립 SETIFICIO 외에 영국과 프랑스등, 외국 대학과의 산·학 연계를 통해 세계화를 위한 타문화 수용에도 적극적인 자세를 보이고 있다. 그 예로, 영국의 BRITAIN University의 Textile Design과 학생들은 개인별로 3개월동안 일정급료(디자이너수준)와 함께 Design 생산과정에 직접 참여시킨다. 이 대학의 6개월간 Textile Design 중심지 연수라는 특정한 커리큘럼으로 이태리, 프랑스 등지의 전문 Textile Design Studio에서 Design제작을 하게된다. COMO의 주요 Studio들은 이 학생들을 적극 수용하며 영국과 프랑스의 Design 경향, 흐름과 Design의 전개 방법들을 파악 할 수 있는 좋은 기회로 활용하고 있다. 이러한 업체들의 적극적인 노력은 산·학의 관계를 발전

시킴으로서 학계에서는 필요한 인력을 적시적소에 제공하여 인적자원의 확보면에서 투자가치로써 인정할 수 있는 것이다. 이러한 배경들은 이태리 Textile Design의 활성화와 고부가가치를 향한 세계화의 기반구축에 근본이 되었음은 분명하다.

**IV. 우리나라 Textile design의 고부가가치화를 위한 대안**

1963년 섬유산업이 수출주력산업으로 발전하기 시작하면서 부터 우리나라 텍스타일 디자인은 본격 도입되기 시작했다. 그러나 이때에는 텍스타일 디자인은 실질적으로 이루어지지 않았으며 Textile Design분야에 있어서는 Buyer의 Design을 다소 수정하거나 색상또는 작업방법만을 변경하여 생산해 주었다.<표 7> 이에 따라 점차 세계 산업의 고부가가치화 추구가 계속적으로 요구되고 섬유 및 섬유 Design 능력이 경쟁력의 필수적인 요소가 되어가고 있다.

<표 7> 디자인개발 방법

	수출전문	내수전문	수출+내수	기타	계
자체디자인개발	7	10(21.3)		17	
자체 디자인개발과 바이어제시디자인 병행	17(25.8)		25(53.2)		43
바이어 제시 샘플 및 패턴에 의한 단순가공	43(65.2)		10	1	54
무응답	6		2	1	9
계	66	7	47	3	123

자료 : 1990.<sup>10)</sup>

이에 따라 최근에는 업체의 디자인실, 외부의 전문 스튜디오에서 디자인을 개발하여 바이어 상담시 사용하는 경우가 급격히 증가하고 있으며, 이는 바이어에게 디자인 개발을 전적으로 의지하던 것에서 스스로 디자인을 개발, 제공하여 주문량을 확보하려는 적극적인 자세로의 전환을 의미한다. 이는 텍스타일 디자인 분야의 발전과 디자인 수준향상을 위해 바람직한 것이며 앞으로 우리나라 섬유산업 선진화를 위해 꼭 필요한 것으로서 점점 확대되어야 한다 지난 30년간 우리나라 섬유수출 증가율은 평균 25%를 넘었으나 근래

<표 8> 한국 스튜디오의 현황

(단위 : 원)

		내수 전문	수출+내수 병행	계
기업규모(자본금)	3천만 미만	4	3	7
	3천만-5천만 미만		3	3
	5천만-1억 미만		5	5
	1억-3억 미만		2	2
매출액(월간)	5백만 미만	4	6	10
	5백만-천만 미만		3	3
	천만-3천만 미만		3	3
	3천만-5천만 미만		1	1
운영상태	주식회사		2	2
	개인	4	11	15
설립연수	3년이하	1	1	2
	3년-5년이하		5	5
	5년-10년이하	2	5	7
	10년-15년이하	1	2	3

자료 : 1993.3.<sup>11)</sup>

에 와서는 세계 경기의 침체, 자국 시장의 보호정책 강화, 국제 원자재 가격의 상승, 저임금을 바탕으로한 후발 개도국들의 저가격과의 경쟁 등을 이유로 90년대에 들어 저조한 성장율을 보이고 있다. 이같은 상황에서 텍스타일 디자인 판매시장은 줄지않고 오히려 전문화, 개성화, 차별화된 디자인을 찾는 수요는 증가하고 있는 추세다.<sup>12)</sup> 이러한 현상은 경기가 침체되어 바이어들의 선택기준이 까다로워졌고 소비자들의 디자인 안목이 높아졌기 때문에 나타난 현상으로써 현 시점이 우리나라 텍스타일 디자인의 수준을 국제적으로 선진화 시켜야하는 전환기적 시점임을 나타내고 있다. 이에 부응하여 섬유 생산업체, Textile Design 관련업체 및 학계의 적극적 노력이 절실히 요구되고 있다. 이에, 한국의 Textile Design이 국내의 안정된 제작 여건속에 세계시장의 주요 경쟁자로 등장하고 그 흐름이 요구하는 가장 적합한 Design을 공급하여 Design의 고부가가치화를 실현할 수 있는 대안을 제시해 보고자 한다. 이에 부응하여 섬유 생산업체, Textile

<표 9> 디자인의 정책방안

	기업의 구조개선	패션교육의 강화	전문인력의 확보·양성	경영인의 인식개선	무응답	계
수출전문	10	2	34	5	15	66
수출+내수	5	7	20	4	11	47
계	15(17.2)	9(10.3)	54(62.2)	9(10.3)	26	113

자료 : 1992.<sup>13)</sup>

Design 관련업체 및 학계의 적극적 노력이 절실히 요구되고 있다. 이에, 한국의 Textile Design이 국내의 안정된 제작여건속에 세계시장의 주요 경쟁자로 등장하고, 그 흐름이 요구하는 가장 적합한 Design을 공급하여 Design의 고부가가치화를 실현할 수 있는 대안을 제시해 보고자 한다.

1) 세계 Trend 조직 단체들과의 적극적 교류를 통해 세계 Trend 조직 활동에 직접 참여하여 Trend를 동시에 파악하여, 세계적 Trend의 자료, 최근 정보들을 우리 것으로 재해석함으로써 구체적인 Textile Design의 방향까지 제시 할 수 있는 기관을 활성화하여야 한다. 현재 우리나라의 Trend 정보회사는 그 수가 증가하였지만 디자인 제작의 방향까지 설정, 제시하는 회사는 거의 전무한 형편이다.

2) 각 섬유관련 업체 및 Textile Design 관련업체는 세계시장의 세분화를 통해 정확한 각 국의 시장조사, 소비자의 동향파악으로 디자인을 제작함으로써 판매의 극대화를 가져올 수 있는 Marketing기획력을 보강하여야 한다.

3) 세계적 전시회 및 소재전에 참가하고 또는 적극 유치하여 국내 관련업체 및 학계에 한국 Design의 세계화에 대한 다양한 정보를 제공함으로써 우리 전통문양을 세계 각 국의 선호 패턴에 접목시켜 세계속의 한국 Design 개발 향상에 기여한다.

4) 학생의 기업체 연수 기회 확대, 산업현장 실습의 학점 인정, 각종 Textile Design 관련 세미나의 개최를 통하여 산업체와 학계에 대한 상호적 간접참여를 확대시킬 수 있는 산·학 공동협력 Program 등을 제작, 정기적으로 실시한다.

5) 국가적 차원의 전시회 및 텍스타일 디자인 경진대회를 다수 개최하여 인적자원의 활성화를 추진하고 외국 대학 및 단체와의 적극적 교류를 통하여 국제적 감각의 인력을 양성한다.

## V. 결 론

지난 60년대 이래 한국은 세계에서 가장 우수한 섬유 생산국중 하나로 성장하였다. 그러나 양적 생산에만 치중해온 우리 섬유산업은 구기술을 토대로 한 경

쟁력 기반의 약화, 수동적인 Design 기획, 세계 시장을 향한 Marketing 부진, 인적자원의 부족현상등이 초래되었다. 이러한 상황하에 세계적인 섬유국으로서 재도약하기 위한 우리의 당면과제는 섬유의 고부가가치화 실현이라고 할 수 있다. 본 논문에서는 섬유의 부가가치를 최고로 창출할 수 있는 섬유의 소프트웨어 산업인 Textile Design을 Textile Design의 선진국인 이태리를 중심으로 고찰해보았다. 이태리의 Textile Design업계는 세계의 유행제작 활동에 직접 참여하여 전세계에 유행을 제시하여 세계의 흐름을 이끌어 나가고, 세계시장을 세분화하는 Marketing 전략으로 각각의 시장에서 요구하는 Design을 정확하게 제작 공급해줌으로써 Design 판매의 극대화를 이루었다. 또한 각종 세계적 전시회 및 소재전에 참가 또는 적극 유치하여 세계적인 홍보활동을 통해 이태리 Textile Design의 구축에 힘쓰는 한편 산·학협동체제의 활성화에 따른 인적 자원의 확보에 전력을 기울이고 있다. 오늘날 이태리 Textile Design은 세계를 리드해가며 이 결과로 이태리 섬유산업의 고부가가치 창출에 그 한 몫을 담당하고 있는 것이다. 이에 우리나라 Textile Design 관련업체 및 학계에서는 서로 유기적인 관계를 지속적으로 유지하며, 세계 Trend 자료 정보에 적극적인 자세로 Design을 기획 제작함으로써 세계 시장 경쟁력을 갖추고, 지속적 연구과제로서 우리 문양에 대한 개발을 추진하며 미래 산업의 중추적 역할을 담당할 인력자원 육성에 제도적 기반을 정착화시켜 세계 최강의 고부가가치 섬유수출국으로 발전해 나가야 한다. 본 연구가 이태리 Textile Design 업계의 구조와 현황 및 세계적 디자인으로 성장할 수 있었던 제도적인 요소에 관한 고찰이라면 이태리 Textile Design이 그 자체로서 차별화되는 디자인적 요소에 관한 연구가 이루어져야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

1. 이선화, 현대 Fashion에 나타난 Textile Design 연구, 한국목식학회, 21, p.115, 1993.
2. 부상하고 있는 Textile Design, 월간공예 10월호, P. 34-53, 1990.



3. 居宿昌義, 김영진 역, 프린트에 의한 텍스타일 디자인, 대광서림, p.2-2, 1989.
4. 이선화, 현대 Fashion에 나타난 Textile Design 연구, 한국복식학회, 21, p.115, 1993m.
5. Beltrami, La storia del tessile, Istituto MARANGONI, p.8, 1993.
6. Associazione Italiana Tessile, Guida Tessile Como, Publi's Editrice, p.58, 1990.
7. Associazione Italiana Tessile, Guida Tessile Como, Publi's Editrice, p.59, 1990.
8. 이선화, 앞글 p.113, 1993.
9. 전경련-美DRI, 한국 섬유산업 경쟁력 재구축 전략, '97 섬유패션 연감, 한국 섬유신문사, p.423-424, 1996.
10. 심춘섭, 한국 Textile Design 주변환경에 관한 연구, 명지대학교 대학원 석사 논문, 1992.
11. 심춘섭, 한국 Textile Design 주변환경에 관한 연구, 명지대학교 대학원 석사 논문, 1992.
12. 섬유산업연합회, 의류기업의 패턴 디자인 실태 보고서, 1990.
13. 심춘섭, 한국 Textile Design의 주변환경에 관한 연구, 명지대학교 대학원 석사 논문, 1992.
14. 김소현, Italy Fashion교육에 관한 고찰, 복식학회지 27 권, P.147-162, 1996.
15. Textile Design II, 월간 공예 11월호, P.36-51, 1990.
67. '97 섬유 fashion 연감, 한국 섬유 신문사, P.323-349, P.352. 397-403, P.418-429, P.501-505, P.602, P.1258.1259, P.1263-1271, 1996.
17. 섬유산업연합회, 이태리 섬유산업 편람, P.23-111, 1994.
18. 상공부/섬유산업연합회, 섬유산업 구조개선 7개년 계획, P.424-427, 1989.
19. 상공부/섬유산업연합회, 이태리 섬유산업은 왜 강한가 섬유산업의 구조개선 7개년 계획, P.424-427, 1989.
20. Fashion(il settimanale della moda italiana), Edizioni ECOMARKET S.P.A, P.5.61.62.63, 1996.
21. 세계 각국 정보(이탈리아), 대한무역투자진흥공사, P.19.20.36.41.65.66.72, 1997.
22. Corso Perfezionamento CAD Tessile, Disegnatori di tessuti stampati, Comune di Como, 1989.
23. Marelli Oruneila, La moda italiana(Le origini dell'Alta moda e Maglieria), Electa, p.58-65, 1987.
24. Messina Rieta, La moda italiana(Dall'antimoda allo stilismo), Electa, p.26-31, 1987.

(접수일자 : 1997년 5월 20일)