

국내 디자이너브랜드 업체의 패턴업무 실태 분석 - 입체재단을 중심으로 -

신 장 희[†] · 나 수 임*

상명대학교 대학원 의상디자인학과, 상명대학교 의상디자인학과 교수*

An Analysis of Pattern-Related Works of Designer's Brand in Korea - for Draping -

Jang-Hee Shin[†] and Soo-Im Rha*

Graduate School, Professor, Dept. of Fashion Design, Sangmyung Univ.*

(2002. 9. 19. 접수 : 2003. 3. 29. 채택)

Abstract

The purpose of the study is to identify the designers' and the patterner's pattern making, draping and the use of dress form in domestic companies of designer's brand to present basic information for effective pattern works. It turned out that the designer brand companies at home use flat pattern and draping at the same time rather than draping only. The effects of the use of draping lies in unique designs and elastic materials, which seems proper phenomena for the current design trend such as high quality and diversification. But, draping has such problems that the pattern takes long time to be finished and that the staffs don't acquire well the needed skills due to the lack of draping education. To secure the high added value of fashion, it is required to develop education programs for new skills and to apply draping actively. Also, it requires an educational system in which practice oriented skills are cultivated, and efficient investment into apparel business.

Key words: designer brand(디자이너브랜드), draping(입체재단), flat pattern making(평면재단).

I. 서 론

우리나라의 의류산업은 저임금에 의한 대량생산, 대량수출의 전형적인 개발도상국형 산업구조에서 벗어나 점차 고부가가치 산업구조로 이전하고 있는 단계에 놓여 있어 그간 양적 성장에만 의존하던 우리나라의 의류산업이 고품질의 패션선진국형 의류 산업구조로 전환하기 위해서는 새로운 방향 전환이 필요한 실정이다.

현대 소비자의 라이프스타일과 가치관의 변화는 패션의 다양화 및 고급화를 추구하고 있다. 이러한 패션산업에서 하이패션의 발전과 패션산업의 고도화에 결정적으로 선도자적 역할을 담당하고 있는 것이 디자이너브랜드라 할 수 있다.

20세기의 한국 패션사 중에서 주목할만한 일의 하나는 디자이너캐릭터브랜드의 탄생과 그에 이은 패션의 대중화였다. 디자이너캐릭터브랜드는 소재선택과 봉제방법, 고유의 오리지널성을 전면에 내놓은 품질, 그리고 직영점을 갖춘 기획에서 판매에 이르

[†] 교신저자 E-mail : tanppo@hanmail.net

기까지 일관하는 판매방법 등의 노하우를 바탕으로 '80년대를 이끌어왔다. 디자이너캐릭터의 붐과 함께 국내를 대표하는 디자이너그룹이 대한복식협회를 비롯하여 SFAA(Seoul Fashion Artist Accosiation), NWS(New Wave in Seoul)등을 통한 컬렉션 활동을 본격화하기도 했다. 이들은 당시 개성 있는 고급옷이 존재하지 않았던 우리나라에 오리지널리티와 감성이라는 테마를 전면으로 내놓으면서 전국 규모로 판매하는 기성복에도 만족할 수 없었던 고감도 소비자들의 엄청난 지지를 받으면서 속속 신장세를 보였다.

또한 디자이너들은 자신의 이름을 내건 패션쇼를 열고 사회적인 환경의 열악함에도 불구하고 해외시장 개척에 나서기도 했다¹⁾.

이와 같은 패션의 다양화, 고급화를 위한 국내 디자이너들의 노력으로 한국의 패션산업은 어느 정도 기반을 다지게 되었다. 그러나 '80년대 이후 개방화와 자유화의 물결을 타고 급속히 유입되기 시작한 수입브랜드와 '외제선호'라는 비정상적인 국민정서로 인해 국내 디자이너들은 지금까지보다 훨씬 심각한 난관에 봉착해 있다. 끝없이 밀려오는 수입브랜드에 대응해야 하고 동시에 패션의 산업화와 국제화를 추진해야 하는 이중부담을 안고 있는 국내디자이너 브랜드들은 상품의 강도를 높이고 품질을 향상시키기 위해 더 많은 노력을 기울여야 할 것으로 분석되고 있다.

현대 소비자들은 의복구입 시 의형적으로 보이는 디자인뿐만 아니라 그 옷이 몸에 맞고 착용감이 좋은 편한 옷을 선호하고 있다. 패션산업에서 디자인은 매우 중요하다고 볼 수 있지만 패턴제작기술 없이는 아무리 훌륭한 디자인이라 할지라도 소비시장

에서는 성공할 수 없다. 패턴사나 디자이너의 역할에 대한 연구^{2)~4)}에서 언급하듯이 소비자와 밀접하게 연관되어 있는 패션 산업에서 성공하려면 좋은 디자인과 함께 좋은 패턴 제작기술이 필요하다⁵⁾. 패턴 제작법을 평면 재단법과 입체 재단법으로 볼 때 각각의 특징이 있음은 이미 주지된 사실이므로 의복 제작 시 두 재단법의 장점을 취하여 고려한다면 체형의 특성에 좀더 적합한 이상적인 의복제작이 가능할 것이다. 그러나 국내업체에서는 평면패턴을 주로 사용해 의복패턴을 만들어 왔고, 최근에는 입체재단에 대한 필요성이 대두되고 있다.

그동안 학계에서는 체형이나 패턴비교연구에서 평면패턴이나 인대에 관한 논의^{6)~10)}가 활발히 이루어져 왔지만 의류산업현장에서의 입체재단이나 인대사용 실태과와 연구는 거의 없는 실정이다.

이에 본 연구는 세계화 추세에 있는 국내 디자이너브랜드 업계의 경쟁력 강화와 품질향상을 위해서 업체에서의 디자이너와 패턴사들의 패턴제작 업무를 조사하고, 입체재단 활용실태와 인대의 사용실태를 파악하여 국내 숙녀복디자이너 업체로 하여금 효율적인 패턴제작을 위한 기초 자료를 제시하고자 한다.

II. 연구내용 및 연구방법

1. 연구내용

첫째, 국내 디자이너브랜드의 업체실태와 패턴제작 업무실태를 조사한다.

디자이너브랜드내의 디자인실과 패턴실의 조직과 업무실태를 고찰함으로써 패턴개발시의 문제점을 파악하고자 한다.

- 1) 한국섬유신문, "DC의 탄생과 패션의 대중화", (2000.1.3).
- 2) 日本纖維産業構造改善事業協會, *アパレル製作技術 I 製品設計*(1994), pp.3-72.
- 3) Mary D. Troxell and Elaine Stone, *Fashion Merchandising*, 3rd ed.,(New York : Mcgraw-Hill Book Company, 1981), pp.53-54.
- 4) 千村典生, *圖解 ファッション コーティホト*, (東京 鎌倉書房, 1982), pp.12-13.
- 5) 定成寛司, *アパレルメーカーにおける諸職種の機能と役割*, *日本衣生活研究*, 9-9.10, (1983), pp.8-14.
- 6) 문성혜, "인대제작을 위한 인체계측과 집락구조분석", 동아대학교 대학원 석사학위논문 (1989).
- 7) 최인순, "노년기 여성의 동체부 형태분석 및 인대제작에 관한 연구", 경희대학교 대학원 박사학위논문 (1995).
- 8) 김순자, "중년여성의 의복구성용 인대제작을 위한 상반신 체형분류", 연세대학교 대학원 박사학위논문 (1992).
- 9) 권숙희, "여대생의 의복설계를 위한 체형분류 및 인대제작에 관한 연구", 연세대학교 대학원 박사학위논문 (1995).
- 10) 임지영, "여중생의 하반신 체형분류에 따른 인대개발 및 슬랙스 원형설계에 관한 피복인간공학적인 연구", 연세대학교 대학원 박사학위논문 (1998).

둘째, 국내 여성복디자이너 브랜드의 입체재단 및 인대사용실태를 조사한다.

디자이너브랜드내의 입체재단의 사용현황, 활용 여부, 효과부위와 인대 사용실태 등에 대하여 디자인실과 패턴실 양측의 의견을 비교 분석함으로써 업체에서의 효율적인 패턴제작을 위한 방향을 제시하고자 한다.

셋째, 패턴교육실태와 디자이너브랜드 업체내의 패턴 재교육실태를 고찰하여, 효율적인 패턴업무를 위한 패턴전문 교육기관의 필요성을 제시하고자 한다.

2. 조사대상업체 및 조사대상자 선정

조사대상은 서울시에 소재하고 있는 디자이너브랜드를 단순확률 추출법(simple random sampling)에 의해 30개 업체를 선정, 업체에 근무하고 있는 디자이너와 패턴사를 연구 조사대상으로 하였다. 조사대상자는 국내 디자이너 브랜드업체의 디자인실에서 팀장급, 패턴실에서는 패턴실장들로 하였으며, 조사대상 브랜드는 마담(Madam) 17개 업체, 미시(Missy) 13개 업체로 이는 <표 1>과 같다.

3. 조사내용 및 조사방법

본 조사에 사용된 설문지 문항은 국내 디자이너브랜드업체의 재단 방법의 사용실태와 패턴 제작 업무를 조사하기 위한 것으로, 현업에 종사하고 있는 패턴사, 디자이너와의 면담결과와 선행연구¹¹⁾를 참고하여 본 연구자가 작성하였다. 패턴사용 총 52문항, 디자이너용 총 49문항으로, 일반 업무실태 항목

에서 패턴사의 문항이 3문항 더 첨가되었다.

조사방법은 설문지법으로 하였으며, 2001년 5월에 예비설문지를 작성하여 예비조사를 실시한 후 수정, 보완하여 최종 문항을 확정하였다. 본 조사는 2002년 4월 17일 부터 4월 24일까지 실시하였다. 자료 수집은 30개 조사대상업체의 디자이너 30명, 패턴실장 30명을 대상으로 조사하였다.

4. 자료처리 및 분석방법

수집된 자료의 분석은 SPSS 10.0(Statistical Package for the Science) 통계프로그램으로 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 구하였고, 입체재단 도입 시기 발생 문제점, 입체재단 사용현황, 패턴 제작 방식 및 디자이너와 패턴사와의 견해 차이를 파악하기 위하여 요인분석과 t-test를 실시하였으며, 이때 문항을 5점 만점으로 하여 1순위를 5점으로 가중치를 주었다.

Ⅲ. 연구결과 및 논의

1. 조사대상업체 및 조사대상자의 특성

본 연구의 조사대상으로 선정된 30개 업체의 일반적 특성에 관한 조사결과는 <표 2>와 같다. S/S형 기본제킷을 기준으로 한 제품의 평균 가격대는 전반적으로 높았는데, 이는 본 연구의 조사대상이 중·저가의 내셔널 브랜드가 아닌 대부분이 높은 가격의 디자이너브랜드로 한정되었기 때문으로 보여진다.

조사대상 업체들의 생산방식은 자체생산이 26.7%, 하청생산이 10.0%, 자체생산과 하청생산을 동시

<표 1> 조사대상 브랜드

브랜드 존	브랜드 명	업체수
Missy	강혜정(Es-entite), 김영주, 김행자(에티튜드), 노승은, 루비나, 박윤수(울스타일), 박지원, 박향치(玉童), 손정완, 정구호(구호), 지춘희(미스지컬렉션), 한승수, 홍미화	13 개
Madam	강세윰, 강희숙, 김 란(by her's kim), 김혜련, 미스박테일러, 문영자(BURDA Moon), 설윤형, 셀라나 윤, 오은환, 이유덕, 이원제, 이상길(그레이스리), 이상봉, 주미선(미센주), 진태옥(프랑스와즈), 최연옥(레베카), 한혜자(이파리아나)	17 개
합계	30	

11) 채수경, "국내 숙녀복업체의 입체재단 도입현황 분석", 연세대학교 대학원 석사학위논문(1999).

에 이용하는 경우는 63.3%로 나타났다. 개별 맞춤 생산이 많고 대부분이 소규모업체인 디자이너브랜드의 특성상 품질 관리 면에서 내셔널 브랜드에 비해서 자체생산의 비율이 높다고 볼 수 있고 대부분의 브랜드가 자체 공장을 소유하고 있어 제품생산 시 자체생산과 하청생산을 동시에 이용하며, 소수의 업체만이 하청생산만을 이용하는 것으로 나타났다.

생산형태는 개별 맞춤 생산을 기본으로 다품종 소량생산이 76.7%로 가장 많은 비율을 나타냈으며, 샘플제작 방식은 30개 브랜드 모두가 100% 자체 내에서 독자적으로 한다고 응답했다. 일반적으로 여성복 업체가 협력업체의 이용률이 높게 나타나는데 비해서 디자이너브랜드들이 샘플제작을 독자적으로 진행하는 이유는 고유의 창의성을 바탕으로 한 품질 관리, 트렌드의 변화에 민감한 컬렉션의 참가, 신제품에 대한 기밀 유지 면에서 패턴을 포함한 샘플제작을 브랜드 자체 내에서 하는 것을 알 수 있다.

조사대상 업체의 패턴실장과 디자이너의 일반적 배경을 성별, 연령, 학력, 경력으로 나누어 조사한 결과는 다음과 같다. 패턴실장들의 성별 분포를 살펴

보면 남자가 96.7%, 여자가 3.3%를 차지하여 패턴사의 성비가 대부분이 남성에 편중된 것에 비해 디자이너의 성별은 여자가 83.3%, 남자가 16.7%로 여성에 편중된 결과를 보였다.

연령에서 패턴실장은 모두 35세 이상으로 나타났으며, 디자이너는 35세 미만이 많았고, 학력의 분포를 살펴보면 패턴사의 대부분인 96.7%가 고등학교 출신인 것에 비하여 디자이너는 대학이상의 학력수준을 보여 패턴사와 디자이너간의 학력 차이가 심한 것으로 나타났다. 경력면에서는 패턴실장은 10년 이상의 경력자임에 반해 디자이너는 팀장급 임에도 대부분 10년 이하를 나타내 패턴사에 비해 디자이너의 재직연수가 짧은 것을 알 수 있다. 이로써 패턴사는 기술적인 면이 요구되므로 많은 경험을 필요로 하며 디자이너는 감각적인 면이 치중되므로 이와 같은 결과를 초래하고 있는 것으로 여겨진다.

2. 패턴 제작 업무실태

우리나라 디자이너브랜드업체의 패턴제작방식에 대하여 조사한 결과는 <그림 1>과 같다. 본 연구를

<표 2> 조사대상업체의 일반적인 특성

구 분		업체수(%)	구 분		업체수(%)	
타겟연령	미시(Missy)	13 (43.3)	연간 스타일수 (스타일)	200 미만	10 (33.3)	
	마담(Madam)	17 (56.7)		200~300 미만	6 (20.0)	
제품 가격대 (s/s형 기본 재킷 기준)	80만원 이상	13 (43.3)		300~400 미만	2 (6.7)	
	50만원 이상~80만원 미만	15 (50.0)		400~500 미만	6 (20.0)	
	30만원 이상~50만원 미만	2 (6.7)		500 이상	6 (20.0)	
매장수	1개~10개	15 (50.0)		연간 생산량 (pcs)	2만 미만	15 (50.0)
	11개~15개	11 (36.7)			2만~4만 미만	7 (23.3)
	16개~20개	3 (10.0)			4만~6만 미만	1 (3.3)
	20개 이상	1 (3.3)	6만 이상		7 (23.3)	
생산방식	자체생산	8 (26.7)	생산형태	다품종 소량생산	23 (76.7)	
	하청생산	3 (10.0)		다품종 대량생산	2 (6.7)	
	자체생산+하청생산	19 (63.3)		소품종 소량생산	5 (16.7)	
디자인실 근무인원	4명 이하	14 (46.7)	패턴실 근무인원	4명 이하	23 (76.7)	
	5명~10명	16 (53.3)		5명~10명	7 (23.3)	



〈그림 1〉 패턴제작 방식

위한 조사대상 브랜드 30개 업체 중에서 입체와 평면의 병용식재단을 사용하고 있는 브랜드는 19업체로서 전체 조사 브랜드의 63.4%로 가장 많았고 평면제도는 33.3%, 평면제도와 CAD사용은 3.3%로 나타났다. 병용식이 많은 까닭은 디자이너브랜드의 제품 특성상 기술적인 요구가 많아지기 때문으로 사료되며 입체재단만을 사용하지 않는 이유는 기본패턴을 이용하거나 최초 입체재단시 비용과 시간소요 등의 문제로 현재까지는 의류생산 현장에서 패턴 제작시에 입체재단만을 사용하기에는 어려운 것으로 분석되었다.

위의 자료분석 결과, 입체재단과 평면재단을 병행하여 사용하는 브랜드를 입체재단 사용브랜드로, 평면재단만을 사용하거나 평면재단과 CAD system을 병행하여 사용하는 브랜드를 입체재단 미사용 브랜드로 분류하여 살펴보고자 한다.

부서별 근무인원으로는 디자인실 근무인원은 30개 업체 중 입체재단 사용브랜드의 경우 5명 이상 근무하는 경우가 63.2%인 반면, 평면패턴 사용브랜드는 36.4%만이 5명 이상 근무하는 것으로 나타나 입체재단을 사용하는 경우 근무인원이 더 많은 것을 알 수 있었고, 패턴실의 근무인원을 기준으로 5명 이상의 패턴사를 고용하고 있는 브랜드의 경우 입체재단을 사용하는 브랜드는 26.3%, 입체재단을 사용하지 않는 브랜드가 18.2%로 나타나 전반적으로 입체

〈표 3〉 1일 개발량 단위: 명(%)

1일 개발량	디자이너 (디자이너)		패턴사 (패턴제작)	
	입체사용	미사용	입체사용	미사용
0~3개	4 (21.1)	4 (36.4)	5 (26.3)	2 (18.2)
4~6개	7 (36.8)	4 (36.4)	8 (42.1)	2 (18.2)
7개 이상	2 (10.5)	0	3 (15.8)	5 (45.5)
매우 불규칙함	6 (31.6)	3 (27.3)	3 (15.8)	2 (18.2)
합 계	19 (100)	11 (100)	19 (100)	11 (100)

재단을 사용하는 브랜드의 부서별 근무인원이 더 많은 것을 알 수 있다.

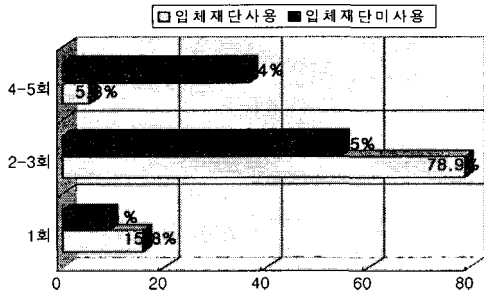
디자이너의 1일 디자인량과 패턴사의 1일 패턴제작량은 〈표 3〉과 같다. 1일 개발량에서 디자이너가 디자인을 해야 하는 수는 입체재단을 사용하는 업체나 사용하지 않는 업체나 차이가 나타나지 않았으나 패턴사의 경우 입체재단 사용업체가 1일 패턴제작량이 6개 이상이 68.4%를 차지하고, 7개 이상이 15.8%를 차지하는 반면 입체재단을 사용하지 않는 업체는 1일 패턴제작량 7개 이상이 45.5%를 나타내 차이를 보이고 있다.

입체재단 사용업체와 미사용 업체의 패턴실에서 샘플제작을 위한 작업방식을 재킷의 광목가봉 횡수, 원단 시침가봉 횡수, 원단봉제완성 횡수 등으로 나누어 조사한 결과는 〈표 4〉와 같다. 재킷의 광목가봉 횡수는 샘플생산을 위하여 광목으로 작업하는지의 여부를 조사한 것으로 입체재단을 사용하지 않는 업체에서는 '사용하지 않는다'가 6개업체 (54.5%)로 나타난 반면, 입체재단 사용업체에서는 '1번'이 42.1%, '3번'이 15.8%로 나타나 입체재단을 사용하지 않는 업체보다 입체재단을 사용하는 업체가 광목가봉

〈표 4〉 재킷 샘플제작 실태

단위: 업체 수 (%)

샘플제작	횡 수	횡 수				합계
		0	1	2	3	
광목가봉	입체재단 사용	7(36.8)	8(42.1)	1(5.3)	3(15.8)	19(100)
	입체재단 미사용	6(54.5)	5(45.5)	0	0	11(100)
원단시침 가봉	입체재단 사용	0	12(63.2)	6(31.6)	1(5.3)	19(100)
	입체재단 미사용	2(18.2)	7(63.6)	2(18.2)	0	11(100)
원단봉제 완성	입체재단 사용	0	13(68.4)	6(31.6)	0	19(100)
	입체재단 미사용	3(27.3)	2(18.2)	6(54.5)	0	11(100)



〈그림 2〉 평균패턴 수정횟수

횟수가 더 많은 것을 알 수 있다.

재킷의 원단시침 가봉 횟수는 '1번'이 입체재단 사용업체와 미사용 업체가 공통적으로 가장 높게 나타났고, 입체재단 사용업체에서는 '2번' 이상도 36.9%로 나타나 입체 재단 미사용 업체에 비해 원단시침 가봉 횟수가 많은 것으로 나타났다.

재킷의 봉제 완성횟수는 입체재단 사용업체가 '1번'이 68.4%로 높은 비율을 보인 것에 반해, 입체재단을 사용하지 않은 업체는 '2번'이 54.5%를 나타내 입체 재단 미사용 업체가 원단봉제 완성횟수가 높은 것으로 나타났다. 이상의 결과로 볼 때 입체재단 사용업체가 입체재단을 사용하지 않는 업체에 비해 원단봉제 완성 전까지 수차례의 광목가봉과 원단시침 가봉으로 패턴수정 작업을 거치는 것을 알 수 있었다.

제품생산에 들어가기 전까지 평균패턴 수정 횟수는 〈그림 2〉와 같다. 평균 패턴수정 횟수는 입체재단을 사용하는 업체의 경우 2~3회가 78.9%, 1회가 15.8%의 순으로 나타난 반면, 사용하지 않는 업체는 2~3회가 54.5%, 4~5회가 9.1%로 나타난 바, 4회 이상의 패턴수정을 하는 경우는 입체재단을 사용하는 업체가 5.3%인데 비하여 입체재단을 사용하지 않는 업체가 36.4%를 나타내어 입체재단 사용업체가 입체재단을 사용하지 않는 업체에 비해 원단봉제 완성 전까지 패턴수정 작업횟수가 더 많아 입체재단 사용여부에 따라 패턴수정의 회수에 차이가 있음을 알 수 있다.

현재 회사의 패턴에 대한 만족도는 입체재단을 사용하는 브랜드와 사용하지 않는 브랜드를 패턴사와 디자이너로 각각 나누어 조사하였는데 결과는 〈표

〈표 5〉 패턴 만족도 단위: 명 (%)

패턴 만족	입체재단 사용		입체재단 미사용	
	패턴사	디자이너	패턴사	디자이너
만족한다	17(89.5)	18(94.7)	6(54.5)	5(45.5)
부족한 부분이 많다	2(10.5)	1(5.3)	5(45.5)	6(54.5)
합 계	19(100)	19(100)	11(100)	11(100)

〈표 6〉 패턴불량 요인 단위: 업체수(%)

패턴사고	전 체	입체재단 사용	입체재단 미사용
봉제에 의한 사이즈 차이	4 (13.3)	3 (15.8)	1 (9.1)
소재의 수축 / 이완성 착오	13 (43.3)	7 (36.8)	6 (54.5)
사이즈 착오	4 (13.3)	1 (5.3)	3 (27.3)
패턴불량 없음	9 (30.0)	8 (42.1)	1 (9.1)
합 계	30 (100)	19 (100)	11 (100)

5)와 같다. 입체재단을 사용하는 브랜드는 패턴사와 디자이너 모두 '만족한다'가 89.5%, 94.7%로 높게 나타나 부족한 부분이 있기는 하지만 대부분이 만족하는 것을 알 수 있다. 그러나 입체재단을 사용하지 않는 브랜드는 '부족한 부분이 많다'고 응답한 디자이너가 54.5%로 나타났고, 패턴사도 45.5%를 나타내 입체재단을 사용하고 있는 브랜드보다 입체재단을 사용하지 않는 브랜드에서는 낮은 만족도를 보이고 있다.

의복제작 과정에 발생하는 패턴불량요인을 살펴본 결과는 〈표 6〉과 같다. 소재의 수축, 이완성이 잘못된 경우가 입체재단을 사용하는 업체의 경우 36.8%를 차지한 것에 비해 입체재단을 사용하지 않는 업체에서는 54.5%를 차지했다. 또한 입체재단을 사용하는 브랜드에서는 '패턴불량 없음'이라고 응답한 경우가 42.1%를 차지해 입체재단을 사용하는 업체가 입체재단을 사용하지 않는 업체보다 패턴사고율이 낮은 것으로 분석되어진다.

패턴관련 문제 발생 시 패턴사의 문제 해결 방법으로는 '직장동료에게 자문을 구한다'가 53.3%로 가

장 높은 비율을 차지하였고, '스스로 해결한다' 40.0%, '관련서적을 찾아본다' 6.7%로 조사되어, 패턴사는 혼자 연구하거나 선배나 동기에게 문의하여 문제를 해결하는 것으로 나타나 효율적인 패턴업무를 위해서는 패턴전문 자문기관의 필요성이 대두되고 있다.

3. 입체재단 사용실태

1) 입체재단을 사용하는 브랜드

입체재단의 도입 시기는 브랜드 런칭시 부터 사용하고 있는 브랜드가 12업체 63.2%로 가장 많았으며, 85~90년에 도입한 경우가 4개 업체 21.1%, 95~2000년이 15.8%를 차지했다. 즉, 입체재단을 사용하는 브랜드의 대부분이 브랜드 런칭시 부터 입체재단과 평면재단을 병행하여 사용하고 있는 것으로 나타났다. 입체재단 도입 시 문제점으로 발생한 사항들은 패턴실에서는 샘플제작까지의 시간이 평면재단보다 오래 걸리는 것을 가장 큰 문제점으로, 샘플제작비용의 상승과 전문인력 확보의 어려움을 문제점으로 보았으며, 디자인실에서는 샘플제작까지의 시간이 평면재단보다 오래 걸리는 것과 전문인력 확보의 어려움을 문제점으로 보았지만 샘플제작 비용의 상승에 대해서는 패턴실보다 문제점을 많이 느끼지 못하는 것을 알 수 있다.

입체재단을 많이 사용하는 아이템은 재킷이 52.6%로 가장 많이 나타났으며, 원피스가 42.1%, 스커트가 5.3%로 나타났고, 바지나 블라우스, 셔츠, 니트류는 사용하지 않는 것으로 조사되었고 대부분의 브랜드가 디자인이나 실루엣에 따라 재단법을 선택해서 사용한다고 응답하였다.

입체재단을 사용하여 효과를 본 부위는 <표 7>과 같다. 입체재단을 활용하여 패턴을 제작할 때 패턴

사, 디자이너 모두 '특이한 디자인'의 경우 효과를 가장 많이 볼 수 있다고 응답했다. 최근 여성복 트렌드는 조형적인 실루엣이 각광받고 있는 추세이므로 입체적인 조형라인을 구성하기 위해서는 입체재단법이 효과적인 것을 알 수 있다. 신축성 소재 의류아이템의 경우 신축율에 따른 의복아이템 별 패턴치수의 가감량이 다양하여 평면구성 만으로는 효과를 볼 수 없기 때문에 패턴사들이 더욱 효과적이라고 생각하는 것을 알 수 있었다.

입체재단 사용 시 불만족부분은 자유 응답항목이었는데 대부분의 브랜드에서 입체재단으로 작업할 때 패턴 자체에 대해서는 높은 만족도를 보였으나 입체재단을 사용할 경우 시간이 너무 많이 걸리는 문제를 입체재단 사용 시의 단점으로 보고 있었다.

평면재단만으로 패턴을 제작했을 경우에는 입체재단에 비해 보다 많은 불만족 요인이 나타났으며 디자이너와 패턴사간의 의견 차이도 보여졌다. 디자이너는 11개 업체(36.7%)가 실루엣을 가장 불만족스럽다고 보았고, 변형이 많이 된 특이한 디자인이 7개 업체 23.3%로, 소매, 암홀(AH)부분이 5개 업체 (16.7%), 드레이프 13.3%, 칼라(collar) 부분 10.0%의 순으로 불만족 요인을 나타냈고, 패턴사는 변형이 많이 된 특이한 디자인 40.0%, 칼라(collar) 부분 16.7%, 실루엣과 여유량이 각각 13.3%, 드레이프 10.0%, 셔링(shirring) 6.7%의 순으로 나타났다.

입체재단 사용에 의한 효과로 인지되는 개념들을 밝히기 위해 조사대상업체의 패턴사와 디자이너를 대상으로 주성분 분석으로 요인분석을 시행하였다. 요인부하량과 신뢰도가 낮은 문항을 제외하고 6개 문항을 분석하여 최종적으로 3개의 요인으로 분류하였으며, 3개 요인에 의해 전체 변량 중 78.45%의 변량을 설명하고 있다. 요인 1은 평면재단만 사용했을 때보다 입체재단과 평면재단을 병행하여 사용했을 때의 효과로 '평면재단보다 작업의 용이', '소비자들의 피팅에 대한 A/S감소', '최종생산비용의 절감'에 대한 것으로 입체재단작업의 효율성이라 하였다. 요인 2는 제품생산에 관한 것으로 '우리 회사제품에 적합함', '평면재단의 사용도에 대한 것으로 제품생산의 적합성이라 하였고, 요인 3은 '입체재단 사용 시 피팅의 향상'에 대한 것으로 사용효과라 명명하였다. 요인분석결과 입체재단 사용평가를 나타내는 하

<표 7> 입체재단 사용 시 효과 단위: 명(%)

효과부위	전체	입체재단 사용
맞춤새의 적합성	4 (21.1)	5 (26.3)
특이한 디자인	9 (47.4)	11 (57.9)
신축성 소재의 의류 아이템	6 (31.6)	3 (15.8)
합계	19 (100)	19 (100)

〈표 8〉 입체재단 사용에 대한 의견

요 인	구 분	디자이너	패턴사	t값
작업의 효율성		3.6842	2.6842	2.757**
제품생산의 적합성		3.6316	3.7105	- .618
사용효과		3.7895	4.1053	-1.952

**p<.01.

위차원은 작업의 효율성, 제품생산의 적합성, 사용효과로 나타났으며 설명력 값이 작업의 효율성, 제품생산의 적합성, 사용효과와 순으로 나타나 작업의 효율성이 가장 중요한 차원임을 알 수 있다. 입체재단의 사용효과에 대한 디자이너와 패턴사의 의견은 〈표 8〉과 같은데 하위변인 중 작업의 효율성 요인이 p<.01수준에서 디자이너와 패턴사 간에 차이를 나타내 디자이너가 입체재단에 의한 작업의 효율성을 높이 평가한 것으로 분석되었다.

2) 입체재단을 사용하지 않는 브랜드

입체재단을 사용하지 않는 브랜드에서의 입체재단에 대한 인식과 현재패턴제작에 관한 만족도를 알아보기 위해 입체재단사용평가와 같은 방법으로 분석을 실시하였다. 요인부하량과 신뢰도가 낮은 항목을 제외하고 8개 항목을 분석하여 3개 요인을 추출하였으며 추출된 입체재단에 대한 인식 항목은 다음과 같다.

전체 변량 중 3개 요인이 84.222%를 설명하고, 요인 1인 입체재단의 필요성관련 인식이 41.812%를 설명하였다. 요인 1은 '입체재단을 사용할 필요가 있다', '입체재단을 배우고 싶다', '입체재단을 사용하면 착용감 좋은 패턴이 나올 것이다'로 입체재단의 필요성이라 하였고, 요인 2는 '우리 회사 제품은 평면재단이 적당하다', '평면재단 방식에 만족한다'로 현재 패턴방식 만족도라 하였다. 요인 3은 '입체재단을 습득할 시간이 부족하다', '전문 인력을 충원하기가 어렵다'로 입체재단의 부정적 요인이다. 입체재단 미사용업체의 입체재단에 대한 인식을 나타내는 하위차원은 입체재단의 필요성, 현재패턴방식의 만족도, 입체재단의 부정적 요인으로 나타나고 있으며, 입체재단의 필요성이 가장 중요한 차원임을 알 수 있다.

〈표 9〉 입체재단 인식에 대한 의견

요 인	구 분	디자이너	패턴사	t값
입체재단의 필요성		2.2045	3.5682	-5.060***
현재패턴방식 만족도		2.7727	3.6364	-2.645*
입체재단의 부정적 요인		2.5000	3.0455	-1.573

*p<.05, ***p<.001.

입체재단의 인식에 대한 디자이너와 패턴사의 의견은 〈표 9〉와 같다. 패턴사들은 현재패턴 방식인 평면제도에 대하여 디자이너들보다 p<.05 수준에서 차이를 나타내 현재패턴방식에 만족하는 것으로 나타났고, 향후 입체재단에 대한 필요성 등은 p<.001수준에서 디자이너와 패턴사의 의견 차이가 보여졌다. 즉, 패턴사는 현재 사용하고 있는 패턴제작방법에 대해 디자이너보다 만족을 하고 있으나 향후 입체재단의 필요성에 대해서도 디자이너보다 많이 인식하고 있는 것을 알 수 있다.

향후 입체재단 도입의 필요성은 디자이너와 패턴사 모두 현행 회사 시스템 내에서는 입체재단의 도입이 어려운 실정이라고 생각하며 입체재단 도입에 관해 구체적으로 관심을 갖고 있지 않은 것으로 나타났다.

4. 인대사용 실태

조사 브랜드들의 인대사용 실태는 인대의 활용 여부, 인대 사용 내역, 인대의 보유대수, 외국인대의 사용 유무, 외국인대를 쓰는 이유에 대하여 조사하였으며 그 결과는 다음과 같다. 조사 브랜드 30개 업체의 패턴사 및 디자이너의 100%가 인대를 활용한다고 응답했으며, 인대를 사용하는 경우는 입체재단에 사용하는 경우가 63.3% 이고, 그밖에 입체재단을 사용하지 않는 업체의 패턴사는 실루엣만 본다 20.0%, 완성 후 피팅해 본다 16.7%, 디자이너는 간지만 본다 30.0%, 완성 후 피팅해 본다 6.7%로 나타났다.

인대의 보유대수는 패턴실의 경우 평균 4.86대, 디자인실의 경우 평균 7.43대로 디자인실이 패턴실보다 평균 2.57대의 인대를 더 보유하고 있는 것으로 나타났다.

조사대상 업체 중 76.7%가 외국수입인대를 쓰고 있었으며 국내인대를 쓰는 업체는 7개 업체 23.3%에 불과해, 어숙경의 선행연구¹²⁾에서와 마찬가지로 비싼 외국산 기성품을 사용하고 있음에는 같은 결과를 나타내었다. 근래 인대제작을 위한 인체 체형 및 특성 파악¹³⁾ 등 한국인의 체형에 맞는 인대제작을 위한 연구가 행해지고 있지만 아직까지 국내 인대제작 업체들이 영세한 운영을 면치 못하는 가운데 인대개발에 소요되는 노력, 비용으로 발생하는 문제점으로 인해 연구결과가 제작단계까지 이용되지 못하는 실정이다. 외국인대를 사용하는 이유로는 패턴사, 디자이너 모두 사이즈의 정확성 때문인 경우가 가장 많이 나타났는데, 이는 외국인대가 인체형태 면에서 우리 나라 인대보다 실제 인체형에 보다 더 유사하기 때문인 것으로 사료된다. 그러므로 디자인의 완성과 과학적 패턴의 완성 및 의류제품의 품질 향상을 위하여 의류제품의 설계공정과 검사단계에 활용할 수 있는 한국 표준체형 인대 개발의 필요성을 다시 한번 확인할 수 있었다.

5. 패턴습득현황

패턴사가 패턴교육을 받은 방법은 개인지도에 의한 경우가 66.7%로 가장 많았고 그 외에는 학원수강이나 연수의 순이고 학교교육에서는 전혀 나타나지 않았다. 이에 비해 디자이너의 입체패턴교육실태는 학교교육에 의한 경우가 63.3%로 가장 많았으며 그 외에는 학원수강, 연수의 순으로 나타났다. 이는 학력이 저학력인 패턴사에 비하여 대졸 이상의 고학력의 디자이너인 경우에는 관련학과에서 입체재단을 배운 경우가 많았음을 나타내 학력에 의한 패턴교육 실태의 차이를 알 수 있다.

입체재단의 패턴교육 방식으로는 디자이너와 패턴사 모두 유럽식으로 입체재단을 배운 경우가 각각 70.0%, 60.0%로 가장 많은 비율을 차지했고 패턴사는 일본식 23.3%, 미국식 3.3%, 디자이너는 미국식 26.7%, 일본식 6.7%의 순으로 나타나 입체재단의 방식 중에서도 유럽의 방식으로 배운 경우가 가장 많은 것으로 분석되었다.

조사된 우리 나라 의류업체 디자이너와 패턴사들의 입사 후 패턴 교육 현황은 <표 10>에 나타난 바와 같이 디자이너, 패턴사 모두 '없다'가 76.7%로 가장 높은 응답률을 보였고 입사 후 패턴교육을 받은 경우가 디자이너와 패턴사 모두 23.3%에 불과한 것을 알 수 있다. 이와 같은 사실은 계속해서 변화하는 패션산업의 특징으로 볼 때 기술적 재교육 실시가 매우 중요함에도 불구하고 업체에서는 재교육이 이루어지지 않고 있는 실정을 나타낸다. 패턴사에 비하여 패턴제작과정에서 업무관련비용이 약한 디자이너의 재교육비율이 23.3%를 차지한 것은 선행연구¹⁴⁾에서 이태리의 패션교육은 기술훈련에 치중하는데 비하여 우리 나라에서는 감성을 훈련시키는 디자인 영역에 치중하는 경향이 있다고 한 것과 같이 디자인업무영역에서도 패턴메이킹을 앞으로써 업무수행이 보다 효율적일 것을 반영해 주는 결과라 할 수 있다.

재교육 방식으로는 패턴사의 경우 외부강사 초청형식 57.1%, 연수 42.9%, 디자이너의 경우 사내자체교육 57.1%, 연수 28.6%, 외부전문기관에 의뢰 14.3%의 순으로 나타났다. 재교육 방식으로 사내자체교육과 외부강사 초청형식이 대부분을 차지해 업체에

<표 10> 패턴교육현황

단위: 명 (%)

재교육		패턴사	디자이너
입사 후 패턴교육 현황	없다	23 (76.7)	23 (76.7)
	1회	2 (6.7)	5 (16.7)
	2회	3 (10.0)	2 (6.6)
	3회	1 (3.3)	0
	4회 이상	1 (3.3)	0
합 계		30 (100)	30 (100)
패턴 재교육 방식	사내자체교육	0	4 (57.1)
	외부전문기관에 의뢰	0	1 (14.3)
	외부강사 초청형식	4 (57.1)	0
	연수	3 (42.9)	2 (28.6)
합 계		7 (100)	7 (100)

12) 어숙경, "인대의 치수와 형태 적합성에 관한 연구", 이화여자대학교 대학원 석사학위논문(1991), p.35.

13) 김순자, "중년여성의 의복구성용 인대제작을 위한 상반신 체형분류", 연세대학교 대학원 박사학위논문 (1992).

14) 김소현, "이태리 패션교육에 관한 고찰", 복식 제27호, (1996).

서 재교육이 이루어지더라도 사내에서 단기간동안 이루어지는 경우가 많아 체계적인 재교육 프로그램의 필요성이 대두된다.

향후 재교육 필요성 및 재교육 시 문제점을 조사한 결과 패턴사와 디자이너가 각각 '향후 재교육을 원한다'가 80.0%, 86.7%를 차지하였다. 실제 재교육 수용률이 23.3%인 현실(〈표 10〉참고)에 비교할 때 패턴사와 디자이너의 재교육 희망률이 매우 높은 결과를 보여준 것은 디자이너브랜드 업무의 질적 향상을 위해서 패턴재교육이 활발히 이루어져야 할 것으로 분석된다. 또한 패턴사와 디자이너는 재교육을 받을 시간의 여유가 없는 것을 입체패턴 재교육시의 가장 큰 문제점으로 지적했고, 비용의 문제와 교육 받을 만한 적당한 기관의 부재도 문제점으로 나타나 우리 나라 패턴교육기관의 입체패턴제작 업무관련 전문프로그램개발과 투자가 요구된다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 국내 디자이너브랜드 업계의 경쟁력 강화와 품질향상을 위해서 업체에서의 디자이너와 패턴사들의 입체재단 활용 실태를 조사하고, 패턴제작 업무와 인대의 보유현황을 파악하여, 국내 숙녀복디자이너 브랜드업체의 효율적인 패턴제작을 위한 기초 자료를 제시하고자 하며, 이에 대한 연구결과는 다음과 같다.

1. 입체실태와 패턴제작 업무실태를 분석한 결과 디자이너브랜드의 경우 자체생산 비율이 높고 다품종 소량생산형태가 많이 나타났으며, 샘플 제작 방식은 100% 자체 내에서 독자적으로 하는 것을 알 수 있었다. 전반적으로 입체재단을 사용하는 브랜드의 부서별 근무인원이 더 많은 반면 패턴사의 1일 개발 작업량이 적게 나타나는 것은 입체재단을 사용하지 않는 브랜드에 비해 패턴개발에 보다 많은 노력을 기울이고 있음으로 해석할 수 있다. 입체재단 사용업체가 입체재단을 사용하지 않는 업체에 비해 원단봉제 완성 전까지 패턴수정 작업횟수가 더 많으며 패턴에 대한 만족도도 높았다.

의복제작 과정 중 패턴사고는 소재의 수축, 이완성의 고려의 문제가 많았고, 패턴관련 문제

발생시 패턴사는 혼자 연구하거나 선배나 동기에 자문을 구하는 것으로 나타나 패턴전문 자문기관의 필요성이 대두된다.

2. 입체재단 및 인대사용실태를 조사한 결과는 다음과 같다. 입체재단을 사용하는 브랜드에서의 입체재단 도입 시 문제점으로는 평면재단보다 시간이 오래 걸리는 것을 지적했고, 입체재단을 많이 사용하는 아이템으로는 자켓, 원피스, 스커트의 순으로 나타났으며, 입체재단으로 효과를 본 부위는 패턴사와 디자이너 모두 '특이한 디자인'이 가장 많은 비율을 차지한다. 입체재단 사용 시 불만족스러운 부분으로는 시간과 비용의 문제를, 평면제도 시 불만족스러운 부분은 변형이 많이 된 특이한 디자인, 실루엣을 지적했고 입체재단 사용효과에 대해서는 패턴사보다 디자이너가 작업의 효율성을 더 높게 평가했다.

입체재단을 사용하지 않는 브랜드에서는 입체재단의 인식에 대하여 패턴사가 디자이너보다 현재패턴제작방식에 만족하고 있고 향후 입체재단의 필요성에 대해서도 많이 인식하고 있었지만 평면재단에 비해 패턴완성까지 오랜 시간이 걸리고, 1일 개발해야 하는 디자인수가 많기 때문에 현행 회사 시스템 내에서는 도입이 어려운 실정이라고 인식하고 있었다.

조사 브랜드의 100%가 인대를 사용하고 있다고 응답했으며, 인대사용 내역으로는 '입체재단에 사용 한다'가 가장 많이 차지하였으며, 인대의 보유 대수로는 디자인실이 패턴실보다 평균 2.57대의 인대를 더 보유하고 있는 것으로 나타났다. 조사대상 업체 중 76.7%가 외국수입인대를 쓰고 있었다. 외국인대를 쓰는 이유로는 사이즈의 정확성이 가장 많이 나타났는데 이는 외국 인대가 인체 형태 면에서 우리 나라 인대보다 실제 인체형에 보다 더 유사하기 때문인 것으로 사료된다. 디자인의 완성과 과학적 패턴의 완성 및 의류제품의 품질 향상을 위하여 한국 표준체형 인대의 개발이 필요하다.

3. 패턴교육 현황으로는 입체재단의 패턴교육은 패턴사의 경우 개인지도, 디자이너의 경우 학교수강이 많이 나타났는데 이는 패턴사의 최종학력이 고졸이 많기 때문이며, 입사 후 패턴 교육 현

향으로는 디자이너, 패턴사 모두 '없다'가 76.7%로 가장 높은 응답률을 보여, 업체에서는 재교육이 이루어지지 않고 있는 실정임을 알 수 있었다. 재교육 방식으로는 사내 자체교육과 외부강사 초청형식이 대부분을 차지해 업체에서 재교육이 이루어지더라도 사내에서 단기간동안 이루어지는 경우가 많아 체계적인 재교육 프로그램의 필요성이 대두된다.

본 연구의 조사대상인 국내 디자이너브랜드 업체에서는 입체재단만을 사용하기보다는 평면재단과 입체재단을 병행하여 사용하고 있는 것을 알 수 있었다. 입체재단에 의한 효과적인 부분은 특이한 디자인이나 신축성소재 등으로 현재 고급화, 다양화되고 있는 디자인의 추세에 적합한 방법으로 나타났으나 입체재단이 패턴제작 시간이 오래 걸리는 작업의 효율성 부분과 패턴사와 디자이너들이 입체재단 방법을 교육의 부재로 인해 제대로 습득하지 못하는 것이 문제점으로 지적되었다. 패션의 고부가가치를 실현하기 위해서는 앞으로 새로운 기술 습득을 위한 교육프로그램 개발 및 그에 의한 입체재단의 효과적인 활용이 필요하며 실무 위주의 능력을 배양시킬 수 있는 교육체제와 함께 의류업체에 대한 효율적인 투자가 필요한 것으로 사료된다.

본 연구는 조사대상 업체의 선정이 서울시에 한정되어 있고, 국내 의류업체 특히 디자이너브랜드 30개로 제한하였으므로 우리나라 디자이너브랜드의 실태로 확대해석 하기에는 한계가 있다. 더 나아가 후속연구에서는 20대 영 캐주얼 브랜드나 남성복 분야까지 나누어 분석한다면 의류업체에서의 전반적인 입체재단 사용실태를 고찰할 수 있을 것이다.

참고문헌

권숙희 (1995). 여대생의 의복설계를 위한 체형분류 및

인대제작에 관한 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.

김미정 (1988). 우리나라 디자이너브랜드의 수출에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

김소현 (1996). 이태리 패션교육에 관한 고찰, 복식 제27권.

김순자 (1992). 중년여성의 의복구성용 인대제작을 위한 상반신 체형분류, 연세대학교 대학원 박사학위논문.

문성혜 (1989). 인대제작을 위한 인체측측과 집락구조 분석, 동아대학교 대학원 석사학위논문.

변명숙 (1983). 패션디자이너의 업무와 역할에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 석사학위논문.

송미령 (1993). 상품개발전문인들의 패션정보활동에 관한 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.

어숙경 (1991). 인대의 치수와 형태 적합성에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

이숙녀 (1995). 학령후기 여아의 인대 및 길원형 제작을 위한 피부인간공학적 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.

이동순 (1993). 패션디스플레이를 위한 이미지 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.

임영미 (1986). 패션디자이너의 디자인의식 및 실태에 관한 연구, 동덕여대는총 제16권.

임지영 (1998). 여중생의 하반신 체형분류에 따른 인대 개발 및 슬랙스 원형 설계에 관한 피부인간공학적 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.

채수경 (1999). 국내 숙녀복업체의 입체재단 도입현황 분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문.

최인순 (1995). 노년기 여성의 동체부 형태분석 및 인대 제작에 관한 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문.

한국섬유신문 (2000, 1. 3). DC의 탄생과 패션의 대중화.

Troxell, Mary D. and Stone, Elaine (1981). *Fashion Merchandising*. New York : McGraw-Hill Book Company.

定成寛司 (1983). *アパレルメーカーにおける諸職種の機能と役割*, 日本衣生活研究, 9-9.10.

千村典生 (1982). *圖解 ファッション コーティホト*. 東京: 鎌倉書房.

日本纖維産業構造改善事業協會 (1994). *アパレル製作技術 I 製品設計* Vol. 9, No. 10.