

웰빙 문화와 섬유관련 상품의 동향

송석정 · 최영백 · 김상현

1. 서론

2000년대에 들어서면서 국내에 소개된 후, 2003년 말부터 2004년에 걸쳐 붐을 형성하고 이제는 하나의 문화로 정착되어 가는 웰빙(Well-Being)의 개념을 살펴 보고 열풍이라고 표현되는 웰빙 문화의 도입, 확산과정과 이에 따른 산업분야별 움직임 및 섬유고분자분야의 제품 동향을 알아보고 향후 전망에 대해 짚어본다.

2. 웰빙의 개념

웰빙에 대한 통일된 개념정의는 찾아보기가 쉽지 않다. 한편에서는 값비싼 유기농 제품을 먹고, 최고급 스파를 즐기는 고급화 소비를 웰빙으로 정의하기도 한다. 또 다른 쪽에서는 명상음악, 요가 등 주로 정서적인 차원을 웰빙이라고 말하기도 한다. 혹은 소비행위는 아니어도 사회봉사에 적극적인 건전한 시민상을 웰빙의 영역에 넣기도 한다. 경우에 따라서는 아주 상반

된 모습이 동일한 웰빙으로 간주되기도 한다. 예를 들어, 헬스클럽에서 땀 흘리는 운동과 조용한 명상을 하며 여유롭게 쉬는 것 역시 웰빙인 것이다.

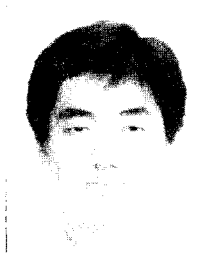
웰빙은 '질병이 없는 상태', '삶의 만족', '행복'을 포괄하는 개념으로¹ 이해할 수 있다. '질병이 없는 상태'의 웰빙은 건강한 생활을 추구하는 것으로 생활양식이나 소비 트렌드에 영향을 미치게 된다. '삶의 만족'이나 '행복'을 추구하는 웰빙은 육체적, 정신적 건강과 조화를 추구하는 문화를 의미한다. 즉 웰빙은 '사회적인 성공보다 삶의 질을 추구하는 문화 전반'을 가



송석정
 1979 서울대 화학과 졸업
 1978 (주)코오롱 입사
 1988 고려대 화학과 석사
 1994 고려대 화학과 박사
 2003~ (주)코오롱 중앙기술원 원장
 현재



최영백
 1985 서울대학교 섬유공학과 졸업
 1984 (주)코오롱 입사
 1995 서울대 섬유고분자공학과(석사)
 2000 서울대 섬유고분자공학과(박사)
 2000~ (주)코오롱 중앙기술원
 현재 Fiber연구소 수석연구원



김상현
 1985 서울대 섬유공학과 졸업
 1987 서울대 섬유공학과(석사)
 1987 (주)코오롱 입사
 1987~ (주)코오롱 중앙기술원
 현재 Fiber 연구소 책임연구원

The Trend of Textile Goods Related to Well-Being Phenomenon

(주)코오롱 중앙기술원 (Seog Jeong Song, Yoeng Baeg Choi, and Sang Hyun Kim, Kolon Central Research Park, 207-2, Mabuk-Ri, Guseong-Eup, Yongin-City, Gyeonggi-Do 449-912, Korea)
 e-mail: sh-kim@kolon.com

리킨다고 볼 수 있다.

기업의 입장에서 웰빙을 소비 트렌드의 측면에서 이해할 필요가 있다. 지나치게 넓거나 한정된 개념 정의로는 경영상의 시사점을 발견하기 어려우므로 적절한 개념 정의와 기존의 트렌드와 구분되는 차별성이 필요하다. 이런 관점에서 소비 트렌드로서의 웰빙은 '자신과 가족의 건전하고 건강한 삶을 위한 소비'라고² 보는 것이 적절할 것 같다.

참고로 웰빙과 비슷한 개념으로는 '로하스(LOHAS)'가 있다. 전문가들은 웰빙 다음의 트렌드로 로하스를 예상한다. 로하스는 건강과 함께 환경보전을 중시하는 생활방식(lifestyle of health and sustainability)을 가리킨다. 이들은 정보에 밝고 상품광고에 현혹되지 않으며, 독자적이고 비판적인 시각을 갖고 있는 것이 특징이다. 유기농 재배 농산물, 에너지 효율 가전제품, 태양열 전력, 재활용 섬유, 환경친화적 여행상품 등이 대표적인 로하스 관련 제품들이다.

3. 웰빙 문화의 도입과정³

구미에서는 웰빙이란 단어는 사용하지 않았지만, 웰빙과 같이 개인의 건강과 친환경을 강조하는 사회 대안운동의 뿌리가 깊다. 19세기에 등장한 채식주의, 생태주의를 비롯하여 20세기 후반에 나타난 슬로우 푸드 운동 등이 해당한다. 일본에서의 웰빙도 구미와 마찬가지로 복지(Welfare)의 대체 개념으로 도입되었다.

반면에 한국의 웰빙 열풍은 도입과정에서 다른 나라와 큰 차이점이 있다. 구미에서는 앞에서 언급한 사회 대안운동의 영향으로 1990년대 이후 자연스럽게 생활 속에 파고들었으나 한국에서는 2000년대 이후 대중매체를 통해 웰빙 개념이 소개되었으며 같은 시기에 불어 닥친 황사, 광우병 등의 환경재해에 대한 공포로 급속히 확산되었다. 또한 구미지역의 웰빙 시장은 주로 요가와 관련된 상품, 유기농 식품분야에 관련되고, 일본에서는 건강 식품분야에 주로 한정되어 있으나, 한국에서는 식품, 가전, 섬유, 건설 등 쏠 산업분야에 웰빙 바람이 불고 있다.

한국에서 웰빙 열풍이 형성되는 과정을 살펴보면 표 1과 같다.

4. 웰빙과 관련한 산업의 동향

경기 불황이 오래도록 지속되고 있지만, 소비자들은 값비싼 유기농 식품이나 공기청정기 같은 친환경 가전제품, 각종 기능성 제품에는 아낌없이 지출을 한다. 환

표 1. 한국의 웰빙 문화 형성과정

단계	시기	특징
대중매체의 소개	2000년 ~2001년	· 신문을 중심으로 한 대중매체들이 자연주의 화장품, 스킨케어 등 기사화 → 웰빙을 새로운 트렌드로 소개 · 철학적 사고 혹은 사회대안운동으로서 존재하던 웰빙이라는 용어가 국내에 알려짐
기존 제품의 웰빙 마케팅	2002년 ~2003년	· 기업의 마케팅 전략으로 웰빙을 적극 활용 → 건강식품, 공기청정기 등의 매출 급증 · 건설, 주류업계, 금융분야까지 웰빙 마케팅 활용 → 웰빙 개념 확산
웰빙형 신상품 등장	2003년말 ~현재	· 기존 상품 마케팅에 웰빙 활용을 하는데 그치지 않고, 건강·환경관련 신기능을 부가한 신제품 개발에 주력 → 웰빙 가전, 웰빙 섬유, 웰빙 식품, 웰빙 건설 등이 해당

경이 오염된 도시의 아파트보다는 쾌적한 전원형 주택을 선호하며 건강관리와 노화방지를 위한 천연 화장품이나 의약품이 인기를 끌고 있다. 이와 같은 현상은 최근의 환경오염과 생태계 파괴 등에 대해 경계하는 세대를 나타내는 동시에, 과학의 발달과 인간수명 연장에 따라 좀 더 풍요롭고 여유로운 삶을 추구하는 라이프스타일의 변화를 단적으로 보여주는 것이다.⁴

이와 같은 라이프스타일의 변화에 발맞추어 다양한 산업분야에서 웰빙을 표방하는 각종 제품들이 쏟아져 나오고 있다. 그 중에서도 인간생활에 가장 밀접하게 영향을 미치는 의식주와 관련된 분야에서 특히 강하게 나타나고 있다.

각 산업분야별로 웰빙 상품의 동향을⁵ 살펴보면 다음과 같다.

4.1 식품, 농업 분야

건강은 가장 중요한 웰빙의 키워드이다. 비판과 성인병을 부르는 패스트푸드나 인스턴트식품을 찾는 사람들은 줄고 유기농이나 친환경 농산물이 인기를 끌고 있다. 2002년, 2003년의 광우병, 조류독감 사태 등의 영향으로 자연 그대로의 재료를 이용하고, 가공을 최소화하며, 되도록 적게 먹는 것이 최선이라고 생각하게 되었고 이러한 요건들에 맞으면서 가장 쉽게 실천할 수 있는 것이 천연 재료나 유기 농산물을 선택하는 것이라는 인식이 확대되었기 때문이다.

이미 1990년대부터 구미 선진국에서는 채식주의, 유기농 식품 등의 식단이 중상류층 소비자들을 대상으로 크게 유행하고 있다. 국내에서도 2000년대 들어서면서 보다 안전한 식품에 대한 소비자들의 요구가 급격히 증가하고 있다. 그러나 친환경 농산물의 경우

일반 농산물에 비하여 값이 2~4배 비싸기 때문에 아직 대중화의 속도는 느린 편이다. 대신 식품업계의 발빠른 대응에 힘입어 수많은 기존 가공식품들이 웰빙 컨셉의 천연제품으로 대체되고 있다. 그 예로 외식업계는 광우병, 조류독감을 피해 육류 대신 해산물과 야채를 중심으로 한 건강매뉴를 개발했고 고기 대신 버섯과 가지를 넣어 만든 샌드위치가 웰빙 샌드위치라는 이름으로 등장하기도 했다. 식품업계에서도 블랙 푸드(검은콩, 검은깨, 흑미) 시리즈, 콩단백 소시지, 감자면, 보리라면, 현미라면과 같이 건강 효능을 고려한 신제품 개발이 활발하였고 주류업계도 기능성 술을 새롭게 개발, 출시하였다. 건강보조식품 역시 알로에, 키토산 등 천연물을 주재료로 한 상품 등이 활성화되고 있다.

4.2 주택, 가전 분야

우리가 거주하는 아파트나 주택 내의 화학물질 독성으로 인해 실내공기가 오염되고 실내에서 오래 생활하는 현대인들은 화학물질 독소에 그대로 노출되어 이로 인한 각종 질병에 시달리고 있다. 이러한 독소에 의한 오염을 최소화하기 위해 최근 각 건설업체들은 페인트, 접착제 등 기존의 건축자재를 친환경 건축자재로 급속히 대체하는 추세이다. 친환경 건축자재로는 참숯 페인트, 백반석 마감재 등이 있다. 또한 소비자들 사이에서도 기존 벽지에 비해 화학처리 과정을 줄인 천연종이 벽지라든지, 음이온이 발생하는 황토 페인트 등이 인기를 얻고 있다.

2003년 봄에 극심했던 황사에 대비하기 위해 공기청정기가 등장했다. 이 공기청정기는 '웰빙 가전'이라는 이름으로 지속적인 매출 상승세를 보이고 있다. '삶의 질을 높여주는 제품'이라는 이미지는 이 제품의 판매에 많은 도움을 줬다. 비데, 이온수기 등도 최근에는 '웰빙 가전'이라는 점을 내세우고 있다. 이외에도 가전업계는 은나노기술을 이용하여 살균효과를 강화한 세탁기와 냉장고를 상품화하였다. 은나노기술은 나노사이즈의 은을 세탁조, 저수조 등의 부품에 혼합, 사출 또는 코팅하여 반영구적인 살균효과를 강조하고 있다. 원적외선을 방출하는 황토성분을 오븐, 그릴 등의 전자제품에 활용하고 있으며 음이온이 발생하는 TV, 에어컨 등의 가전기기가 개발되었다. 통신업체에서는 건강측정 기능이 부가된 휴대폰 또는 은나노코팅 휴대폰을 웰빙 상품으로 출시하고 있다.

4.3 섬유, 패션, 뷰티 분야

섬유소재 및 패션 분야에서는 고기능 친환경 소재를 원료로 한 다양한 건강 섬유들이 속속 등장하였다. 땀을 빨리 배출하는 흡한속건 소재, 향균 소재, 자외

표 2. 섬유관련 웰빙상품의 기능별 동향

기능성, 특성	주 적용기술	비고
패적성	원사단면 Control	의류 전 분야에 적용
항균방취 기능	은나노기술	간호복, 헬스복, 운동복 등
온도조절 기능	흡발열 마이크로캡슐	에어컨 정장, 볼볼업 브래지어 등
건강 기능	각종 천연물질	콩, 숯, 키토산, 알로에, 우유, 녹차, 홍삼, 대나무, 올리브, 비타민 등
미용 기능	초극세사 기술 기능성 물질	미용 세안포 다이어트 의류
Well-Looking	기능성과 패선성의 복합	피트니스 웨어, 캐프츠 의류

선 차단 소재 등이 주목을 받고 있다. 편안함과 자연스러움을 최대한 살리기 위해 실크나 면 등 천연소재를 이용하거나 대나무, 옥수수 등의 식물이 친환경 섬유 원료로 각광을 받고 있으며 특히 피부건강과의 직접적 연관성 때문에 몸에 직접 닿는 속옷 분야에서 천연소재 개발이 활발하여 녹차, 콩, 황토, 숯, 쑥 등 각종 천연소재를 이용한 기능성 속옷 제품이 쏟아져 나오고 있다. 이러한 기능성 섬유 외에도 스포츠, 레저를 위한 트레이닝 룩이 패션시장의 새로운 트렌드로 부상하였다. 웰빙 열풍의 영향으로 운동복이 외출복을 대체한 것이다. 또한 요가복, 휘트니스복, 댄스복, 등산 의류, 레저 웨어 등의 판매량도 급증하였다.

화장품 산업에서도 천연원료로 만들어진 기능성 화장품들이 효능과 안전성면에서 기존 제품보다 뛰어난 장점을 지니고 있기 때문에 활발히 개발에 이용되고 있다.

4.4 휴식, 레저, 스포츠 분야

육체적인 건강뿐 아니라 정신적인 건강도 웰빙의 범주에 속한다. 휴식과 관련된 산업들이 웰빙 산업이라는 이름으로 각광받고 있다. 요가, 명상, 찜질방, 스파, 발마사지 등이 최근 부상하고 있는 휴식형 웰빙 산업이다. 주 5일제 업무가 확대되면서 늘어난 레저와 스포츠 관련 산업도 웰빙 산업의 범주에 포함된다.

5. 섬유고분자 분야의 웰빙 상품

앞에서 간단하게 동향을 언급했지만 섬유분야에서의 상품동향을 좀 더 자세히 살펴보기로 한다. 섬유분야에서의 웰빙 상품 트렌드를 기능별로 정리하면 표 2와 같다.

5.1 패적성 - 흡한속건 소재

요즈음은 더위잡는 기능성 섬유소재, 흡한속건사(浣汗速乾絲)의 전성시대이다. 흡한속건사는 적절한 원사

단면을 형성하여 원사간의 공간을 최대 30% 이상 넓혀 일반 제품보다 수배 이상 빠르게 땀을 흡수, 배출한다. 이 섬유는 땀 배출과 건조가 빨라 초기에는 산악인들에게 큰 인기를 끌었다. 최근에는 다양한 아웃도어 및 스포츠 의류에 적용되고 있다.

국내에서는 코오롱의 '쿨론(Coolon®)' 인비스타의 '쿨맥스(Coolmax®)'를 비롯하여 효성, 휴비스, 새한 등 10여 종의 국내외 흡한속건사가 치열한 시장경쟁을 벌이고 있다. 흡한속건사로 만든 원단을 30분 정도면 건조율이 90%에 이르고 발산기능이 뛰어나 땀을 신속히 외부로 배출, 쾌적하고 시원한 상태를 유지할 수 있어 땀이 많이 나는 여름에 그 진가를 발휘하는 소재로 기존의 스포츠 웨어는 물론 남녀정장, 외이셔츠, 캐주얼뿐 아니라 런닝, 브래지어와 같은 속옷으로까지 그 용도가 확대되고 있다.

5.2 항균방취 기능 - 은나노소재

대표적인 항균방취 소재는 은을 나노사이즈의 입자로 만들어 코팅하거나 재료에 혼합해 제품을 만든다. 은은 물에 산화되지 않고 살균성능이 반영구적이어서 최근에는 피부접촉이 많은 품목에 적용되고 있다. 은나노기술을 적용한 항균방취 기능 셔츠, 내의 제품이 인기를 모으고 있다. 이 제품들은 세균 및 박테리아 등의 번식을 억제하고 살균하는데 탁월한 작용을 하며 피부트러블을 예방하고 땀 냄새를 줄여줄 수 있다. 기존 흡한속건 소재에 은나노 기술을 적용하여 흡한속건 기능과 항균방취 기능을 동시에 갖는 복합기능소재로 상품화하고 있다.

항균방취 소재는 세균에 노출되기 쉬운 곳이나 땀 발생이 많은 곳에서 사용되는 간호사복, 헬스복, 찜질방 땀복, 운동복, 침장류 등 다양한 용도로 개발되고 있다.

5.3 온도조절 기능 - 흡발열 마이크로캡슐

신체 온도를 일정하게 유지시켜줘 더운 여름철 청량감과 쾌적감을 더해주는 제품이다. 원리는 마이크로캡슐 속에 상변화 물질을 포함시켜 외부의 온도가 올라가면 캡슐속의 상변화 물질이 고체에서 액체로 바뀌면서 주변의 열을 흡수한다. 또 온도가 내려가면 액체에서 고체로 바뀌면서 열을 방출하게 된다.

FnC코오롱은 흡발열 마이크로캡슐을 이용하여 인체가 쾌적하게 느끼는 26 ℃를 유지하는 기능성 정장을 상품화하였다. 가슴과 어깨 부위에 마이크로캡슐을 부착해 온도를 조절하는 방식이다.

제일모직은 심지와 어깨춤 등 부자재와 소재, 디자인의 최적화를 통해 옷 무게를 가볍게 함으로써 여름철에 시원하게 하는 정장을 선보이고 있다.

가슴온도를 조절해 볼륨을 키워주는 브래지어도 있다. 와코루의 '콘트롤28' 브래지어는 패드의 마이크로캡슐이 열을 흡수 발산하며 가슴의 볼륨을 키워준다고 한다.

5.4 건강 기능성 - 천연물질 활용

웰빙 바람으로 의류에서도 건강을 고려한 기능성 소재가 잇따라 선보이고 있다.

콩에서 추출한 단백질을 넣은 섬유로 만든 내의는 아토피, 알레르기 등 피부질환을 앓는 사람들이 입으면 좋다고 한다. 콩의 '천연 토크페롤'과 '천연 사포닌' 성분은 인체 산화반응을 막아주는 기능이 있다.

비비안에서는 다양한 천연물질을 활용한 내의를 선보이고 있다. 솜을 가공 처리한 여성용 내복은 항균효과가 있고, 원적외선을 내뿜어 체온을 따뜻하게 유지해준다고 한다. 갑각류에서 추출한 키토산 성분을 가공한 원단으로 만든 내복도 있다. 몸 안의 온기가 밖으로 새나가지 못하도록 막아주는 보온성이 탁월하다고 한다. 감 열매에서 추출한 후라보노이드는 냄새를 없애주는 기능이 탁월해 껌 원료로 익숙하다. 후라보노이드 성분을 넣은 내복은 항균소취효과를 홍보한다. 원단위에 알로에 성분을 코팅한 '알로에 원단'은 몸에 닿으면 피부 보습막을 형성해 준다고 하여 이를 브래지어와 거들에 적용하고 있다.

보디가드는 우유 단백질이 함유된 원사를 사용한 내의를 선보였다. 이 내의는 피부건강을 지켜줄 뿐 아니라 실크의 광택, 캐시미어의 감촉을 느낄 수 있다고 한다. 또 면에 녹차 성분을 입힌 겨울용 내의는 피부 보습을 도와줘 샤워 후 오일이나 로션을 바르지 않는 남성들에게 효과적이라고 한다. 최근에는 홍삼을 소재로 한 내의세트도 선보였다. 홍삼내의는 항균, 소취, 알레르기 예방, 통증완화 등의 효과를 볼 수 있다고 한다.

옥수수 당분에서 추출한 친환경적 원료를 이용하여 합성한 PTT 폴리머는 부드러운 촉감과 선명한 색상, 내염소성 등의 장점을 지니고 있다고 하며 최근 이를 활용한 섬유소재 개발이 다양하게 진행되고 있다.

대나무 섬유는 원사를 생산할 때 대나무에서 추출한 성분과 폴리에스테르, 레이온 등 일반 섬유를 섞어 실을 뽑아낸다. 대나무 섬유로 만든 옷은 대나무가 갖고 있는 청량감, 항균소취, 자외선 차단 등의 건강기능을 갖고 있다고 한다. 대나무 섬유는 주로 내의 및 정장에 적용되고 있다.

주로 수의의 재료로만 인식됐던 대마섬유를 60수로 개발하여 면 또는 울과 혼방한 천연섬유도 있다. 대마섬유는 항균방취, 원적외선 방출, 자외선 차단기능이

뛰어난 천연 기능성섬유로 홍보된다. 대마섬유는 높은 항균력과 항독성으로 양말, 내의류, 침장류 등에 폭넓게 사용할 수 있다.

5.5 쾌적, 건강 기능성 - 기능성 마이크로캡슐

여성속옷 전문 업체에서는 무더운 여름을 겨냥한 다양한 기능성 스타킹을 내놓고 있다. 시원한 착용감을 주는 ‘쿨가공 스타킹’, 자외선을 차단해주는 ‘올리브가공 스타킹’과 피부노화를 방지하는 기능을 가진 ‘비타민 E가공 스타킹’ 등이다. 기능성분을 마이크로캡슐에 담아 염색과정에서 스타킹 원사에 흡착시키는 방법을 적용하고 있다.

‘쿨가공 스타킹’은 스쿠알렌과 자일리톨 성분을 캡슐에 담았다. 이 성분이 땀과 만나면 화학작용을 일으켜 몸의 열을 발산시켜 시원하고 쾌적한 착용감을 주는 효과가 있다. 올리브 과육에서 추출한 성분을 이용한 ‘올리브가공 스타킹’은 자외선 차단효과와 피부보습 효과, 피부에 이로운 성분이 공기 중으로 증발하지 않도록 보호막을 형성해주는 효과가 있다. ‘비타민 E가공 스타킹’은 피부노화를 방지하고, 피부 질환을 개선해주며 근육 피로를 덜어준다고 한다.

5.6 미용 기능 - 세안포

미용과 관련된 웰빙 섬유 상품으로 ‘클렌징 클로스(cleansing cloth)’가 있다. 피부 세안용으로 사용되는 클렌징 클로스는 소량의 물을 적신 후 세안제로 거품을 내어 사용하는 부드러운 형겼으로 얼굴피부의 모공 등 미세한 굴곡부위의 피부 잔여물 등에 세정효과가 클 뿐 아니라 사용이 간편해 미국, 일본 등에서 큰 인기를 얻는 제품이다. 국내에서는 코오롱이 ‘미오셀(Miocell®)’이라는 브랜드로 상품화했으며 머리카락 5,000분의 1 굵기(1 마이크로)의 초극세사를 적용하여 일본 도레이의 극세사 기술을 뛰어넘었다

골프용품 브랜드 ‘엘로드(Elord®)’는 라즈베리 케톤 입자를 가공 처리해 제품 원단에 밀착시킨 다이어트 골프웨어를 상품화했다. 라즈베리 향기는 지방을 분해하고 연소하는 작용을 한다.

5.7 웰 루킹(Well-Looking) - 피트니스 웨어

피트니스 웨어의 기본은 기능성이기 때문에 땀은 충분히 흡수하되 통기성이 좋고 신속히 건조되는 소재가 사용되고 있다. 최근에는 기능성에 감각적인 디자인을 접목시켜 몸 안을 다스리는 웰빙과 함께 아름답게 보이는 웰루킹(well-looking) 기능을 함께 제공하고 있다.

캐주얼과 스포츠웨어를 접목한 ‘캐프츠’라는 용어를 유행시킨 ‘EXR’은 다양한 색감과 스판-데님 소재를 섞

은 믹스 앤드 매치(mix and match)로 피트니스를 즐기는 사람들에게 패션감각까지 살려주고 있다.

5.8 기능성 신발

초경량 슈즈는 일반제품의 한쪽 신발무게가 400g 정도인 것을 200g 대로 낮춘 제품이다. 운동화에 주로 쓰이는 ‘파이론 창’을 사용해 무게를 줄였고 충격흡수 또한 뛰어나다. 은나노 슈즈는 은을 이용한 항균방취 기능 제품이다. 구두가족에 은나노기술을 적용하여 항상 발이 쾌적한 상태를 유지할 수 있으며 발 냄새, 무좀 등에 효과가 있다고 한다. 지압 슈즈는 중창에 지압 실리콘 판을 사용해 지압기능을 추가한 제품이다. 중창에 삽입된 실리콘 지압판이 착화감을 높이고 장시간 보행시 발바닥을 자극해 지압효과를 주는 것이 특징이다.

6. 향후 전망

6.1 웰빙 현상

현대문명에 대한 비판이 힘을 얻고 이에 대한 새로운 대안을 모색하고 있는 가운데 웰빙 트렌드는 세계적으로 확산될 전망이다. 건강, 장수는 모든 인류가 추구하는 가치이며 이를 지향하는 웰빙은 과급되기 쉬운 속성을 지니고 있기 때문이다.

우리나라의 경우에도 환경오염의 심화, 새로운 질병의 확산, 고령화 사회의 진입에 따라 건강과 행복 추구에 대한 관심은 지속적으로 증가할 수밖에 없다. 주 5일 근무제 확대 등으로 웰빙형 생활양식의 확산, 즉 자연친화적인 아웃도어형 관광 및 레저의 증가도 예상된다. 웰빙 관련 직업이 생기고 대학에 관련 학과가 생겨나고 있으며 결국 웰빙은 하나의 문화로 정착될 것이다.

또한 기업들은 연구개발 및 마케팅 전략으로 웰빙 개념을 더욱 적극적으로 활용하게 될 것이다. 웰빙 트렌드에 맞는 새로운 기술개발이나 아이디어 창출이 가능한 산업분야는 지속적인 신장세가 기대된다. 생활속에서 건강, 친환경 개념과 접목이 가능한 의식주 분야가 주로 해당될 것이다. 여기에 해당하는 산업분야는 이미 다양한 아이디어 제품이 쏟아지고 있는 식품, 가전, 섬유, 건설 분야가 될 것이다. 또한 웰빙과 관련된 문화 콘텐츠와 엔터테인먼트의 개발과 서비스가 활성화될 것이다. 웰빙과 연계된 음악, 관광, 건강 프로그램 등이 여기에 해당한다.

6.2 섬유고분자 산업 분야

섬유고분자 산업 분야에서도 건강, 미용과 관련된 기능성 섬유상품이 웰빙 트렌드에 힘입어 지속적으로 확대, 진화해 나갈 것으로 전망된다. 이미 나노섬유기술과 IT기술, 바이오 기술이 접목된 스마트섬유가 웰빙 트렌드에 부합하는 미래의 섬유 기술 분야로 주목 받고 있다.

스마트섬유는 특수소재나 컴퓨터칩을 사용해 전기 신호나 데이터를 교환하거나 외부 디지털 기기와 연결해 기능을 수행할 수 있는 섬유소재를 말한다. 특수 기능의 섬유로 만들어진 옷 속에 초소형 컴퓨터 칩이 내장돼 각종 디지털 기기와 의류를 결합시키는 것을 말한다. 미국에서는 이미 90년대부터 군사부문을 중심으로 활발한 연구가 이루어지고 있으며 군사, 의료 용 외에도 소방복, 인테리어 직물, 각종 작업복 등으로 활용이 늘 것으로 보인다. 초경량화로 착용감을 획기적으로 개선하고 옷을 입은 사람의 생체 정보를 파악하고 유해물질을 감지해 의약품을 투입하며 주위 환경에 따라 자동으로 색상을 바꾸는 첨단섬유나 박테리아를 이용해 자연적으로 세탁하는 옷 등이 현실화될 것이다.

섬유고분자는 인체와 가장 가깝게 사용되는 제품에 주로 적용되는 소재라는 점에서 웰빙 트렌드의 혜택을 가장 많이 볼 수 있는 분야라고 생각할 수 있다. 섬유고분자 소재 자체의 새로운 기술개발과 더불어 타 분야 기술과의 융합을 통해 향후에도 지속적인 발전 및 성장이 기대된다.

참고문헌

1. D.-J. Lee, M. Joseph Sirgy, *Well Being Marketing*, Pakyoungsa, Seoul, 2005.
2. Sang-Il Kim, *LG Weekly Economy*, 2, 18, (2004)
3. 전영옥, *웰빙문화의 등장과 향후 전망*, 삼성경제연구소, 서울, 2005.
4. *최근의 웰빙문화 트렌드와 기업의 대응*, 대한상공회의소 연구보고서, 2004.
5. E.-J. Ko, *LG Weekly Economy*, 2, 18 (2004)