

## 안동지역 전통문화와 연계한 전통문화상품의 디자인 개발: 소비자 의식조사

김희숙

안동대학교 의류학과

### Branding Program Connected with the Traditional Culture in Andong: Consumer's Evaluation

Hee-Sook Kim

Dept. of Clothing & Textiles, Andong National University, Andong, Korea

**Abstract** : Three hundred of women between twenty and over seventy living around Andong, Sangju, Youngju and northern part of Kyungsang Province replied consumer research on industrialization of traditional clothing products in that area. An age distribution of the women is 60 people (20.0%) between 20 and 34 years old, 147 people (49.1%) between 35 and 54 years old, 93 people (27.9%) over 55 years old and the subject of study included in middle-aged and old-aged is 77.0%. A direct questionnaire and enclosed questionnaire are used to measure. The questions consist of questions about current circumstances of traditional clothing production, features of natural fabrics in the northern part of Kyungsang Province, distributive process, features classified by kinds, directions of development and economic conditions of natural fabrics. Andong has a traditionally unique culture throughout Korea. If Andongpo are developed as clothing fabrics harmonized beauty of tradition with modern characteristics, fashion business in the northern part of Kyungsang Province will be improved. In addition, encouraging majority of the young to participate in this movement is regarded as beneficial for the reinforcement of competitiveness against other regions and public relations of the region. As one of the solutions to development of this traditional clothing business, its own program made by industry-academic cooperation for the development of clothing products which is suitable for traditional fabric in Andong should be implemented.

**Key words** : Andongpo, traditional culture, traditional fabric, modern characteristics, industry-academic cooperation

## 1. 서 론

최근, 한류열풍과 더불어 전통문화에 대한 관심이 고조되면서 문화관광부에서는 한복, 한지, 한글, 한식, 한옥, 한국음악 등에 대한 중요성을 강조하고 이에 대한 산업화를 시도하는 “한스타일”을 정부시책으로 내놓고 있다. 이와 같이 전통문화에 대한 가치가 재인식되면서 지역의 문화적 특성을 개발하여 산업화하려는 시도가 여러 곳에서 나타나고 있다(이미석, 2006; 이순임·김재숙, 2006; 이명준·최현숙, 2007).

안동지역은 유교문화와 안동포를 비롯한 전통문화유산을 다수 보유하고 있어서 이 지역의 문화적 특성을 고려한 전통문화상품을 개발하려는 노력이 시도되고 있으나 여러 가지 환경적 요인으로 인하여 어려움이 많은 것이 현실이다. 최근 인터넷을 통하여 안동지역의 전통문화상품을 다른 지역에 홍보하고 판매하여 좋은 반응을 얻고 있으나, 주로 농촌지역에 위치하고 있어서 패션제품관련 산업은 매우 낙후되어 있다. 이 지

역에 거주하는 지역민은 의류를 비롯한 패션제품이나 재료를 구매하기 위하여 인근의 대도시로 나가야 하는 불편을 감수하고 있는 실정이다. 그러나 이 지역의 거주민들도 자신의 미적 욕구를 최대한 표현하려는 욕구는 다른 지역과 마찬가지로 소비자 불만이 높아지고 있다(조필교, 1995).

이러한 시대적 현안을 해결하려는 하나의 방법으로서 안동포를 전통의류제품으로 산업화하려는 노력이 가속화되고 있다. 이 지역에는 학생, 주부, 노인 등 지역특산물이나 전통문화유산에 대한 이해와 애정을 가진 잠재력 있는 인적자원이 다수 산재해 있다. 직접 산업체를 운영하지는 않고 있지만 전통문화 관련 산업이나 전통의류재료에 관한 전문지식을 가지고 부업이나 자영업을 모색하고 있는 시민단체나 개인이 그들이다. 또한 안동지역에는 웰빙산업이나 전통문화산업과 연계된 관광지가 많은 곳이어서 관광산업의 잠재력이 매우 높은 지역이다.

이러한 인적·물적자원이 풍부함에도 불구하고 전통의류산업이 발전할 계기는 마련되고 있지 않은 실정이다. 그 이유는 첫째, 이런 인적자원을 체계적으로 관리하여 잠재력을 이끌어 내어 활용하려는 노력이 부족하기 때문이다. 둘째, 전통의류제품의 디자인개발과 상품화, 그리고 홍보에 대한 적극성이 부족하기 때문이다. 그러므로 전문적인 인력과 시설을 갖춘 지역대

Corresponding author; Hee-Sook Kim  
Tel. +82-54-820-5500, Fax. +82-54-823-1625  
E-mail: sook@andong.ac.kr

학에서 지역 산업체와 연계하여 효율적 인적자원의 양성과 활용을 위한 산학연계프로그램을 마련하여 실행해야 한다고 본다.

본 연구에서는 전통의류산업 산학연계프로그램 개발의 일 단 계로서 이 지역의 전통의류 특산물인 안동포를 상품화하기 위한 현황조사와 소비자의식을 조사하여 이 지역의 전통문화 활성화에 기여하고자 한다.

## 2. 지역전통문화산업

### 2.1. 지역전통문화산업현황

전통문화상품이란 전통문화적 소재를 활용한 산업화의 결과물로서 생산되는 아이디어 집약적, 기술집약적 상품이며 문화적 부가가치가 높은 상품을 말한다. 지역특화문화상품은 한 지역의 고유한 문화적, 정서적, 예술적 가치가 상품에 함축되어 있어서 대내외적으로 소비자의 총체적 만족을 이끌어 낼 수 있어야 한다.

문화관광부의 전통문화활성화 정책인 “한스타일” 시책에 부응하여 전통문화를 활성화하여 상품화, 세계화하려는 움직임이 곳곳에서 일어나고 있다.

현재 한국관광공사에 등재되어 있는 지역문화축제는 43개이며 이 축제 중에 관광객에게 판매되고 있는 지역문화관광상품은 생활상품이 주류를 이루고 있다. 앞으로 지역문화축제의 장기적 발전을 위해서는 지역의 문화적 특징이 보다 잘 반영된 다양한 패션문화상품의 개발이 요구되고 있다(박혜원·김복주, 2006).

한국디자인진흥원에서는 “07디자인대토론회”를 통하여 획일화된 지역문화상품의 디자인에서 탈피하여 독자적이고 특성화된 지역이미지 창출, 지역문화상품의 사회적, 문화적, 경제적 활용방안모색, 지역전통문화상품 디자인개발의 체계화 및 전문화 등 지역디자인산업 활성화방안을 모색하였다(한국디자인진흥원, 2007).

서울시는 서울시전라산업혁신클러스터육성지원사업의 일환으로서 “의류패션산업의 한브랜드화” 사업을 진행하고 있다. 이 사업단에서는 “한국적 패션디자인의 제다움 찾기”를 통하여 전통이란 민족생활의 역사적 발전과정에서 형성된 정신적 이념이나 가치관, 정서, 관습, 믿음, 행위의 집합체이며 이의 근본적인 결속체가 문화이다. 이러한 내재적 측면이 외적인 대상, 복식이나 예술품 등으로 표현되었을 때 우리는 민족의 양식이라고 한다(한패션연구센터, 2007).

한국복식학회에서는 07춘계학술대회의 주제를 “한국복식문화의 산업화 및 세계화”로 정하고 한국적 패션제품의 문화상품화 및 세계화 전략방안을 다각도로 검토하였다(한국복식학회, 2007).

지역전통문화산업이 번성하고 있는 일본의 경우는 지역특화산업을 다음과 같이 정의하고 있다. 지역특화산업이란, 어느 지역의 가장 특징적이고 가장 번성한 산업이라 정의할 수 있다. 일반적으로 제조업을 중심으로 파악한 지방특화산업의 정의는

다음과 같다(김희숙, 2006).

첫째, 역사, 풍토, 경영자원 등의 요인으로 그 지역에 뿌리를 내린 중소기업군을 말한다. 둘째, 단일 또는 복수의 시읍면으로부터 형성된 구역(이른바 「산지」)에서 해당 업종이 차지하는 공업 출하가 대개 5억엔 이상인 업체를 말한다. 셋째, 산지의 공업출하액, 혹은 중소기업수가 대개 10%이상을 차지하는 업종, 또는 해당 업종 및 관련 업종의 중소기업수가 대개 10개회사 이상 모여 있는 업종을 말한다.

이와같이 지역특화산업은 역사, 풍토와 밀접하게 결합되고 있으며 해당지역에서는 상징적 생산 활동인 점과 산지의 이미지를 소비자들에게 강하게 인식시켜 줄 수 있는 우위점이 있으며, 이러한 점이 지방특화산업의 활성화의 중요한 목표라 할 수 있다.(김희숙, 2006)

### 2.2. 지역전통문화산업의 활성화방안

경제·사회의 다양화, 개성화, 글로벌화의 흐름 속에서 지역전통문화산업은 대외적인 「얼굴」 역할을 할 수 있는 유력한 자원이다. 또한 이는 국가적 재산업과 동시에, 각 지역에 있어서는 지역간 경쟁력을 기르기 위한 수단인 하나로써 간주되고 있다. 그러나 오늘날 소비자 요구의 급격한 변화와 그에 대한 대응의 지연, 고임금과 생산 및 유통비용의 상승에 의한 경쟁력의 저하, 전문가 부족 등으로 어려움에 봉착해 있는 지역이 많아 존속에 대한 위기감이 높아지고 있다(원대연, 2005). 지역전통문화산업은 그 지역에 뿌리를 둔 것인 만큼, 지역문화산업의 붕괴는 해당 산업의 공동화에 그치지 않고 고용의 악화나 지역사회 경제의 악화로 연결될 수밖에 없다(조현상, 김경조, 2005).

현재 지역간 경쟁의 격화에 따라 지역 고유의 자원인 지역전통문화산업이 다시 주목을 받고 있다. 순환형 경제·사회에의 관심이 높아져 [물건 만들기]에 대한 재평가, 젊은이들의 의식변화로 전통기술을 배우려는 성향이 높아져 「전통문화」 부활의 징조를 볼 수 있으며 또한 고용의 유지·창출, 창업의 촉진을 위해서도 지역산업의 활성화가 불가결하다는 인식이 강해지고 있다(김제인, 1995).

오늘날 그 존재가치가 인정되고 있는 「지역전통문화산업」은 전통의 유지와 혁신사이에 있으면서 반발과 융합 속에서 다이나믹하면서도 유연한 변화를 계속해 오고 있으며 앞으로도 끊임없이 한층 더 스피디한 자기 개혁·진화가 필요하다고 할 수 있다(교육인적자원부, 2003). 또 전통문화산업의 형태는 다양하며, 상황에 따라서는 옛날의 형태를 고집하지 않고 「산업」으로서 재생·진흥을 도모하는 것과 전통적 문화로서 존속을 도모하는 것을 구분하거나 또, 다른 산업과 연계하는 대담한 전환도 검토할 필요가 있다.

각 지역에 의해 전통문화산업의 활성화 대책이 다양하게 강구되고 있다. 각 산지에서는 IT기술을 활용한 마케팅과 그 성과를 바탕으로 한 상품개발, 전통문화상품이 있는 라이프스타일의 제안, 주문자상품의 제품화 등으로 가시화되고 있다. 전

통문화산업은 지역 전체의 활성화 전략의 큰 기둥이므로 수요 개척, 인재의 확보와 육성, 등의 과제에 대해서 지역민 모두의 협력체제가 바람직하며, 지역 내 뿐만 아니라, 주변의 경제권·생활권·문화권 등과 광역연대가 필요하며 대도시나 해외지역과의 교류사업에 의한 활성화도 중요하다고 할 수 있다.

지역전통문화특화산업의 활성화를 위한 구체적인 대책은 다음과 같다.

첫째, 지역전통문화상품이 생활 속에 살아있는 라이프스타일의 제안 등 수요의 새로운 발굴이 필요하다. 둘째, 관광상품과의 제휴강화 등 지역 타 산업과의 연계가 필요하다. 셋째, 수출진흥책의 강화 등에 의한 해외 수요의 발굴이 필요하다. 넷째, 디자인 개발 및 기술·상품개발의 강화가 요구된다. 다섯째, 기술 교육의 진흥에 의한 인재 확보·육성이 필요하다. 여섯째, 현장제정 등 거래관행의 재검토가 요구된다. 일곱째, IT 산업을 철저히 활용하는 것이 좋다. 여덟째, 사업자·산지조합의 상호역할이 요구된다. 즉, 기술·디자인 개발, 생산자와 소매·소비자와의 의견교환, 내외의 자매도시와의 교류, 지방기업끼리의 교류, 대학과 기업과의 제휴, 이업종 교류·동업종 교류, 기업 유치, 인재확보·육성, 수출촉진을 위한 지원 등 지역전통문화산업을 축으로 한 지역개발을 위한 종합적인 코디네이터 기능을 발휘할 필요가 있다(국성훈, 2003). 아홉째, 행정적 역할이 요구된다. 즉, 지역특화사업은 국민문화의 하나이며 동시에 대외적인 문화발산, 수출진흥의 유력한 자원으로서 재검토 등 새로운 수출진흥책을 검토해야 하며, 문화나 산업의 소개를 위한 인재의 확보·육성도 중요하다(이호정, 2005). 그리고 학교교육에서 지역산업의 중요성을 가르치고 견학학습과 함께 설비·교재 등에 지역 전통문화상품의 채택을 장려하는 것도 필요하다. 지역특화상품과 지역을 팔기 위한 「시민에 의한 전략회의」를 개최하는 등 기업뿐만 아니라 시민도 참가하는 진흥책을 도모하는 것이 중요하다(김희숙, 2006).

### 3. 연구방법

안동을 비롯한 경북북부지역민의 전통의류제품의 디자인개발 및 산업화에 관한 실태를 조사하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 조사대상자는 안동, 상주, 영주 등 경북북부 지역에 거주하는 20세에서 70세 이상의 성인여성 300명을 대상으로 하였다. 조사대상자의 연령분포는 20세~34세의 청년기여성 60명(20.0%), 35세~54세의 중년기여성 147명(49.1%), 55세 이상의 노년기여성 93명(27.9%)으로서 중·노년기에 해당하는 연구대상자가 77.0%이다. 측정도구는 설문지법과 직접질문지법을 병행하였다. 설문지법은 신뢰도를 고려하여 5점척도법을 사용하였다.

질문의 내용은 안동포를 비롯한 경북북부지역 전통천연직물의 생산현황에 관한 문항, 의 천연섬유의 특징에 관한 문항, 경제성에 관한 문항, 유통과정에 관한 문항, 지역과 연계된 상품화 방안 에 관한 문항, 안동포의 장단점에 관한 문항, 안동포

의 발전방안에 관한 문항 등으로 구성되어 있다.

자료의 분석방법은 SPSSWIN 10.0를 이용하여 기술통계량을 구하고, 연령별 차이를 검증하기 위하여 F-test를 하였다.

## 4. 결과 및 고찰

### 4.1. 전통의류제품에 대한 소비자의식조사

안동포를 비롯한 경북북부지역 전통의류제품에 관한 소비자의식조사 결과는 Table 1과 같다. 경북북부지역의 소비자들은 대표적 직물을 안동포, 상주명주, 풍기인견 순으로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 경북북부지역의 천연직물의 발전은 이 지역의 경제발전에 도움이 된다고 보고 있으며 그 이유는 지역 경쟁력 향상, 관광산업에의 기여, 전통성 유지에 도움이 되며 노년층의 경우는 다수가 경제적으로 도움을 받는 것으로 나타났다. 향후 이 지역의 천연직물의 유지발전을 위한 방안에 대해서는, 제품의 디자인 및 유행성, 포장의 질을 높여야 한다는 의견이 많았다. 지속적 발전을 위해 우선적으로 고려해야 할 과제는 관련분야의 인적자원양성, 판매경로 개척, 홍보를 들고 있다.

직접질문지법에 의한 안동포, 상주명주, 풍기인견 각각의 산업화를 위한 방안에 대해서는 다음과 같은 의견을 제시하였다.

이 지역의 소비자들은 안동포는 하절기 고급의류직물로서의 장점을 충분히 활용하지 못하고 있다고 보고 있으며, 안동지역 전통문화상품으로 개발하기 위해서는 고부가가치상품을 개발할 것과 청년층 소비자를 겨냥한 디자인 개발이 요구되고 있다.

상주명주는 생활의 고급화와 과학, 기술의 발달로 활용도가 증가할 것으로 예상되며, 이와같이 명주의 수요가 점차 증대될 전망이어서 상주명주를 기술적으로 발전시켜 고부가가치상품을 생산하기 위한 연구, 개발기능의 필요성이 있다. 함창읍의 주민을 비롯한 생산자들의 수요 즉, 산제된 기능들을 집산화시켜 대규모의 경제발전을 실현하고 시너지효과를 발생토록하며 나아가 관광자원으로 활용하기 위한 측면에서 수요가 매우 많을 것으로 본다. 특히 주5일근무제의 정착과 생활패턴의 변화는 관광의 수요를 증대시키게 될 것이며, 이는 결국 명주테마파크의 수요증대로 이어질 것으로 기대된다.

풍기인견은 영주시를 중심으로 대단위 직물공장이 있어서 발전가능성이 매우 높으므로 설계와 디자인개발에 의해 청년층의 소비를 유도할 수 있다. 소비자선호도가 증가추세에 있으므로 서울 등 대도시와 연계가능성이 높다고 판단된다.

### 4.2. 안동포의 특징과 발전방안

안동포의 장단점과 발전방안에 관한 설문 결과 총 26개 항목 중에서 25개 항목에서 연령별 유의차가 인정되었다.

안동포의 장단점에 대한 의식에 대해서는, Table 2와 Table 3의 F-test 결과에 나타난 바와 같이 연령별 차이가 나타났다. 중년층과 노년층에서는 주로 장점에 점수가 높고, 청년층에서는 단점에 높은 점수를 주고 있어서 청년층의 관심을 유도하

**Table 1.** 경북북부지역 전통천연직물에 대한 소비자 의식조사

전통의류제품에 대한 소비자 의식조사		총빈도 n=300	연령별 빈도		
			청년층 20~34세 n=60	중년층 35~54세 n=147	노년층 55세 이상 n=93
경북북부지역을 대표할 전통직물은 무엇이라고 생각하는가?	안동포	135	20	67	47
	상주명주	88	12	47	29
	풍기인견	79	28	33	17
안동포, 풍기인견, 상주명주의 생산성을 높일 필요가 있는가?	있다	192	28	94	70
	없다	57	15	32	10
	모른다	51	17	21	13
위 항에서 있다면 그 이유는 무엇인가?	전통성유지	60	7	33	20
	관광산업에 기여	84	20	49	15
	지역경쟁력 향상	90	22	40	28
	지역민 경제향상	66	11	25	30
안동포, 풍기인견, 상주명주의 유지발전을 위한 방안은 무엇이라고 생각하는가?	유행디자인	107	34	55	18
	색상	61	11	36	14
	가격	89	9	31	49
	치수	43	6	25	12
안동포, 풍기인견, 상주명주의 유지가 경북북부지역의 발전에 도움이 된다고 생각하는가?	된다.	207	38	105	64
	되지 않는다.	48	13	27	8
	모른다.	45	9	15	21
안동포, 풍기인견, 상주명주가 경북북부지역 발전에 도움이 되는 부분은 무엇이라고 생각하는가?	지역관광유지	117	11	65	41
	전통문화유지	97	28	47	22
	경제력 향상	62	18	24	20
	지역홍보	24	3	11	10
안동포, 풍기인견, 상주명주로 만든 제품의 경쟁력에서 가장 취약한 부분은 무엇이라고 생각하는가?	디자인, 유행성	123	24	64	35
	가격	74	11	35	28
	제품의 품질	25	5	10	10
	포장의 질	78	20	38	20
안동포, 풍기인견, 상주명주의 상품화를 위해 방법은 무엇이라고 보는가?	인적자원양성	156	31	85	40
	판매경로개척	63	10	24	29
	홍보	50	11	22	17
	타산업과의 연계	31	8	16	7

**Table 2.** 안동포의 장단점

안동포의 장단점	청년층 20~34세 n=60		중년층 35~54세 n=147		노년층 55세 이상 n=93		F값	
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
장점	여름의복재료	3.68	1.21	3.72	1.04	4.49	1.27	7.353***
	우아한 외관	2.38	0.68	3.72	0.97	3.67	1.19	9.175***
	천연웰빙직물	3.04	1.07	3.43	1.31	4.59	1.16	9.372***
	수명이 길고 질기다	3.32	1.61	4.41	1.81	4.28	1.17	12.672***
	방충성 우수	2.25	1.22	3.58	1.59	4.13	0.98	14.742***
	고밀도·형태안정성	3.18	1.40	3.58	1.52	4.00	1.14	7.306**
단점	고가	4.50	1.08	3.98	1.26	3.92	1.16	8.012***
	구김 등 관리불편	4.07	0.74	3.56	0.70	3.53	0.69	6.732**
	소비자층 한정	3.83	0.85	2.87	1.02	2.49	0.92	9.519***
	용도 한정	4.05	1.87	2.37	0.88	2.50	0.79	12.735***
	소비계절 한정	3.62	1.80	3.83	1.97	3.50	1.29	3.175*
	전문인력 부족	4.19	1.66	3.65	0.82	2.86	0.59	13.532*
	구입 불편	3.75	1.87	3.58	1.93	3.42	1.50	2.371

\*p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001, 1 : 그렇지 않다. 5 : 그렇다

여 단점을 보완하려는 노력이 필요하다. 의류제품에 대한 전문 인력을 보유한 대학에서 안동포와 현대패션과의 접목을 통하여 안동포의 장점을 극대화하고 단점을 보완하는 시도를 통하여

청년층의 관심과 소비를 유도하려는 노력이 필요하다고 본다.

안동포가 가지는 의류제품으로서의 장점에 대해서는, 열전도

Table 3. 안동포 발전방안

안동포발전방안	청년층 20~34세 n=60		중년층 35~54세 n=147		노년층 55세 이상 n=93		F값
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	
청년층 관심유도	4.45	1.94	3.90	1.79	3.28	1.59	14.634***
다른 대마와의 차별화	2.64	1.57	4.18	1.72	4.83	1.50	11.071**
포장의 고급화	3.95	0.81	2.52	0.90	2.05	0.94	8.270**
홍보강화	4.15	1.70	3.97	1.95	3.04	1.58	12.189***
유통구조 현대화	4.74	1.68	4.06	1.82	3.11	1.77	15.819***
전문인력 육성	3.32	1.53	4.18	1.24	3.55	1.41	9.806***
산학관연계프로그램화	3.15	0.52	3.70	0.63	3.97	0.50	3.445*
지역전통문화관광상품화	4.87	0.43	3.94	0.70	3.55	0.57	10.983***
현대패션과의 접목	4.04	1.03	3.58	1.46	2.77	1.07	17.133***
제품의 다양화	3.74	1.22	3.95	1.31	3.32	1.05	3.870*
아이디어상품개발	4.68	0.90	3.91	0.81	3.57	1.16	7.475**
장기적인 투자	3.90	0.58	3.07	0.60	2.88	0.25	10.922***
세계화	4.85	0.63	3.96	0.78	2.70	0.59	20.176***

\*p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*P<0.001 1 :그렇지 않다 5 : 그렇다

성이 커서 여름의복재료로서 적합하며, 다른 대마직물에 비해 빛깔이 곱고 윤기가 있어서 수명이 길고 고밀도로서 형태변화가 적은 장점이 있다(안동대학교박물관, 2002). 이러한 장점을 살려 고부가가치의 지역문화상품을 개발함으로써 다른 대마직물이나 중국산 대마와 차별화할 수 있다.

안동포의 단점은 고가이어서 소비자들이 쉽게 접근할 수 없고 구김 등 관리상의 어려움으로 청년층의 외면을 받고 있다는 점을 들고 있다. 또한 주로 노년층의 여름의복이나 수의로 사용되고 있어서 용도, 계절, 소비자층, 구입처 등이 한정되는 단점을 가지고 있다.

현재 안동지역에서는 안동포를 취급하는 포목점이 60여개 운영되고 있으나 대부분 수의나 일부 노년층을 대상으로 한 한복제작에 그치고 있다. 일부 시민단체나 개인이 부업을 통하여 침구류, 장식품, 악세사리 등의 소규모 창작품을 통하여 안동포 생산품의 다양화를 시도하고 있다. 안동지역의 대표적 천연 직물인 안동포의 산업화를 위한 방안에 대해서는 다음과 같은 의견을 제시하였다.

안동포 발전방안에 대해서는, 홍보강화, 유통구조의 현대화, 지역전통문화관광상품화, 현대패션과의 접목, 아이디어 상품개발, 세계화가 청년층이 제시하고 있는 방안이며, 중년층과 노년층에서는 산학관연계프로그램화, 다른 대마와의 차별화를 주장하였다. 전문인력 육성이나 제품의 다양화는 모든 연령층에서 안동포 발전방안으로서 중요한 요인으로 보고 있었다.

안동포는 고가상품임에도 포장은 낙후된 상태로 유통되고 있어 제품의 손상은 물론 그로 인한 상품성 저하로 소비자에게 좋지 못한 인상을 주는 실정이다. 이러한 원인을 분석하여 안동포로 만든 다양한 상품을 소비자들에게 보급하기 위한 방안으로서 대학의 연구소를 중심으로 행정기관, 관광상품업체, 지역관련 연구소 등이 디자인 컨소시엄을 구성한다(Fig. 1). 이

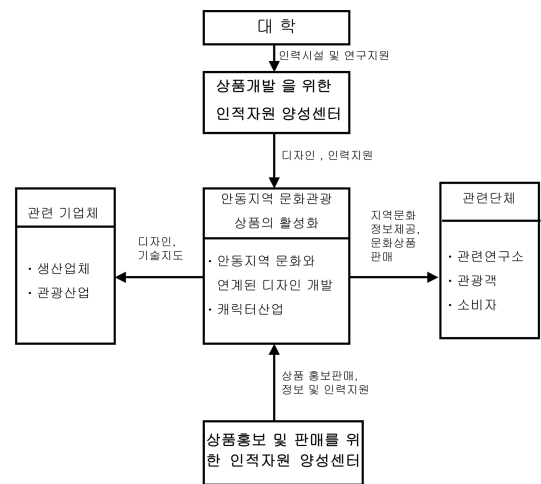


Fig. 1. 산학협력에 의한 안동포디자인개발 및 상품과 과정.

산학협력단의 다양한 연구와 지역문화상품 개발, 산학협력에 의한 재학생과 시민의 직업교육 등의 시너지효과를 얻을 수 있다.

또 유통경로를 다양하게 구축하여 구매자들이 손쉽게 제품을 구입할 수 있도록 한다. 중국산 대마포와의 차별화를 통해 경쟁력을 강화시켜야 하며, 행정기관의 재정적 지원시스템을 갖추도록 한다.

생산능가 조합결성 및 안동포센터의 건립 및 지원, 품질인 증제 도입, 마케팅 활동의 강화 및 상품의 브랜드화, 다양한 유통망구축 등을 시행할 필요가 있다(박동진, 2002).

안동포의 특징을 최대한 살린 다양한 설계와 디자인개발에 의해 청년층의 소비를 유도할 필요가 있다. 최근, 주5일근무제의 정착과 생활패턴의 변화는 관광의 수요를 증대시키게 될 것

이며 이에 대비한 소비자선호도가 높은 상품을 개발함으로써 서울 등 대도시와 연계가능성이 높으며, “한스타일”의 육성과 더불어 세계화를 위한 시도도 가능하다고 판단된다. 산재된 기능들을 집산화시켜 대규모화하여 시너지효과를 발생토록하며 나아가 관광자원으로 활용하기 위한 측면에서 수요가 증대할 것으로 본다.

### 5. 결론 및 제언

최근 전통문화의 중요성이 재인식되면서 지방자치단체에서도 다양한 지방색을 살린 문화상품개발을 시도하고 있으며 소비자들도 문화의 다양화를 적극 생활에 반영하려는 욕망이 날로 강해지고 있다. 이와 같은 소비자의 욕구에 부응하여 보다 나은 의류직물이 생산되고 고성능의 가공법이 개발되어 최근에는 다양한 의복재료를 응용한 상품개발이 성행하고 있다.

안동지역은 전국에서도 독특한 전통문화를 간직하고 있는 지역이다. 이러한 지역적 특징을 반영한 안동포는 천연직물의 장점을 가진, 전통미와 현대미가 조화된 전통의류직물로 개발하면 경북북부지역의 패션산업 발전에 일조할 것으로 판단된다. 안동포가 고가이며 구입이 많은 관리상의 단점이 있는 부분은 다른 직물과의 상호보완을 통하여 현대인의 의류재료로써 적합하도록 디자인하여 소비자들에게 친근감을 주도록 하는 것이 바람직하다. 또한 디자인산업, IT산업과 연계함으로써 청년층이 관심을 가지고 다수 동참하도록 유도하는 것이 다른 지역에 대한 경쟁력 강화와 지역의 대외홍보에 도움이 된다고 사료된다.

이러한 전통의류패션산업을 발전시키기 위한 하나의 방안으로서 안동포의 특성과 장점을 극대화한 의류상품을 개발하기 위한 산학협력체제를 구축하고 이 시스템에 의해 이 지역에서 자체개발 프로그램을 마련할 필요가 있다고 판단된다. 안동포의 고유한 특성을 살린 새로운 디자인을 접목하여 상품을 개발하는 과정과 개발된 상품이 시장에 수용되어 경제성이 확보되는 과정이 동시에 상호 유기적으로 이루어져야 하며, 이를 위한 인적자원의 개발·양성·관리가 반드시 선행되어야 한다.

다양한 안동포제품을 소비자들에게 보급하기 위한 방안으로서 본 연구에서는 대학의 연구소를 중심으로 행정기관, 관광상품업체, 지역관련 연구소 등으로 디자인 컨소시엄을 구성하였

다(Fig. 1). 이 컨소시엄에 의해 청년층이 선호하는 안동포제품 디자인을 다수 개발하였다. 개발된 디자인의 분석과 소비자선호도는 후속연구에서 진행하고자 한다.

**감사의 글:** 이 논문은 2006년도 안동대학교 특성화사업연구비에 의해 수행되었음.

### 참고문헌

교육인적자원부 (2003) 산학협력단 운영모델에 관한 연구. 교육인적자원부, p.50.  
 국성훈 (2003) 글로벌시대의 패션기업전략. 한국의류산업학회지 춘계 학술대회논문집, pp.17-28.  
 김제인 (1995) 여성사회교육프로그램개발 및 지원에 관한 연구. 여성연구, 49, 7.  
 김희숙 (2006) 안동지역 전통의류산업 핵심인력양성 프로그램 결과 보고서. 대구경북연구원 RHRD지원센터.  
 박동진·김상우(2002), 안동포의 생산 및 유통활성화방안, 안동삼배 연구. 안동대학교 박물관총서, p.219.  
 박혜원·김복주 (2006) 문화상품개발실태조사. 한국의류산업학회 춘계 학술대회논문집, p.70.  
 안동대학교박물관 (2002) 안동삼배연구. 안동대학교박물관총서.  
 원대연 (2005) 한국패션산업의 비전과 패션인재양성을 위한 방향. 한국의류산업학회 춘계 학술대회논문집, pp.23-34.  
 이명준·최현숙 (2007) 한국전통저수수를 응용한 현대패션디자인 연구. 복식, 57(3), 177, 176-190.  
 이미석 (2006) 고구려 와당문양을 응용한 문화상품개발에 관한 연구. 복식, 56(6), 87-95.  
 이순임·김재숙 (2006) 모시 소재의 문양에 따른 감성이미지 평가. 복식문화연구, 14(6), 1015-1026.  
 이호정 (2005) 패션산업의 글로벌화 대응을 위한 패션전문인력 육성 방안. 한국의류산업학회지, 7(5), 463-466.  
 조필교 (1995) 노년층여성의생활양식에 따른 의복행동. 한국의류학회지, 19(1), 57-70.  
 조현상·김경조 (2005) 산학협력프로그램과 학교기업육성방안에 관한 연구. 사회과학연구, 5(1), 67.  
 한국디자인진흥원 (2007) 디자인대토론회: 지역특성을 고려한 디자인 산업화 방안. 산업자원부, p.127.  
 한국복식학회 (2007) 한국복식문화의 산업화 및 세계화. 한국복식학회 춘계 학술대회논문집, p.120.  
 한패션연구소 (2007) 의류패션산업의 한브랜드화. 서울시전략산업 혁신클러스터육성지원사업, p.4.

(2007년 6월 1일 접수)