

## 2000년 이후 패션소재에 나타난 친환경 경향과 그 특징

김지선 · 염혜정\*

전북대학교 생활과학대학 의류학과 박사과정 수료  
전북대학교 생활과학대학 의류학과 교수 & 전북대학교 인간생활과학연구소 연구원\*

### The Characteristic of Eco-friendly Trend in Fabric since 2000

Kim Jiseon · Yum Haejung\*

Ph. D. Candidate, Dept. of Clothing and Textile, Chonbuk National University  
Professor, Dept. of Clothing and Textile, Chonbuk National University &  
Researcher, Chonbuk National University Research Institute of Human Ecology\*

#### Abstract

In 2000s, the interest of ROHAS has been increased and the environmental problem has begun to be discussed as the environmental and global value, not the individual perspective. And the standard of value for eco-friendly awareness has been expanded to the economic category. The trend of eco-friendly fabric can be divided into 3 periods depending on the property. The period for natural fabric with visual effects(2002~2004) can be summarized as the creation of natural shape using the natural image, the interaction of cotton and the technology from the visual perspective. In the period of functional conjunction with eco-friendliness and technology(2005~2008), the eco-friendly awareness through the conjunction of technology and nature and the re-cycling, and the responsibility to the environment had been increased. In the period of sustainable development for nature and environment(2009~2011), it showed the conjunction with nature and the integration with technology and eco-friendly issues.

Therefore, the characteristic of eco-friendly trend in fabric since 2000 can be said: firstly, the high-quality fabric has been developed with technological development for the functional progress. Secondly, the ethical creativity has been displayed with the development and utilization of eco-friendly recycling materials. Thirdly, the materials reflected with eco-friendly issues have emerged.

**Key words** : eco-friendly(친환경), green Fashion(그린 패션), recycled materials(재활용 소재),  
eco-Friendly trend(친환경 경향)

## 1. 서론

전 세계적으로 2000년대는 친환경 의식이 패션 및 패션 산업의 구조에 있어 커다란 영향을 미친 시기였다. 19C말 생태학을 뜻하는 에콜로지라는 용어가 처음 등장한 후, 이와 관련된 개념이 인간생활과 맞물려 사회 전반의 주목을 받은 것은 불과 얼마 되지 않은 일이다. 패션 분야에서는 1990년대 초, 천연 소재를 주로 사용한 자연 지향적 패션을 에콜로지 패션이라 칭하게 되면서 비로소 친환경 패션으로 발전할 수 있는 의식이 생겨났다.

1990년대 초반의 에콜로지 패션은 자연물에서 영감을 얻은 소재로 목가적이고 원시적인 느낌이 특징이었으나 1994년 자원 재활용 운동과 함께 다시 주목되었다. 이는 과도한 문명의 발달과 자연 파괴의 공포가 배경이 되어 급속하게 다시 나타났다. 1997년부터는 내추럴 컬러와 천연 소재를 기본으로 하여 자연스럽고 편안한 스타일로 연출하였다.<sup>1)</sup> 그러나 이 시기의 에콜로지 패션은 어디까지나 인간중심적 사고방식에 기초한 것으로서, 현재의 환경 윤리가 결합된 친환경 패션과는 질적으로 다른 양상을 띠고 있다. 특히 친환경 패션소재의 경우 친환경 의류제품의 상품 가치를 좌우하며, 마케팅 효과마저 높아서 성숙한 소비자 의식에 소구하는 차별화된 패션 요소로서 작용하는 바가 크다고 하겠다.

또한 국내의 연구 경향을 보아도, 친환경 및 그린 패션과 관련하여 다수의 논문이 발표되고 있어 이에 대한 사회적 관심이 높아지고 있다는 사실을 알 수 있다. 유지현, 김민경(2012)<sup>2)</sup>의 연구에서는 친환경 패션의 제품속성과 구매행동을 다루었고, 김민경, 유지현(2011)<sup>3)</sup>의 연구에서는 마케팅 전략을 논하였다. 하승연, 이연희(2012)<sup>4)</sup>, 박혜원(2012)<sup>5)</sup>, 김미현(2011)<sup>6)</sup>의 연구에서는 디자인 특성이나 실험적 디자인 등 주로 디자인 측면에서의 친환경 패션에 대한 논의가 이루어졌다. 이렇듯 친환경 패션에 대한 연구가 다수 이루어지고 있지만, 이들 연구들이 제품 디자인과 마케팅에 대해 다룬 것이 대부분이어서 친환경 패션소재 자체의 경향을 살펴보는 데에는 어려움이 있다.

이에 본 연구는 2000년 이후 본격적으로 주목을 끌게 된 친환경 패션의 특성을 이루게 되는 결정적

인 요인으로써, 친환경 의식과 결합된 패션소재의 특성에 대해 알아보고자 하였다. 우선 2000년대 패션과 소재에 영향을 미친 사회문화적, 경제적 환경과 소비자 의식의 변화를 알아봄으로써 친환경 패션소재가 부각된 배경을 시대적으로 조명해 보고자 한다. 그리고 시대적 배경 안에서 친환경 패션소재가 어떻게 전개되었는지, 그 경향을 시기별로 나누어 그 특징을 조사하여 분석해보고자 한다.

연구 방법으로는 2002년부터 2011년 시점까지를 연구시기로 하였으며 연구 자료의 지명도와 신뢰도 있는 자료 수집의 편의상 삼성디자인넷의 전시 보고서를 주 연구자료로 하였으며, 그 중 대표적인 섬유 무역박람회로서 국제섬유시장에 큰 영향력을 미치고 있는 프리미에르 비죤(PREMIERE VISION)에 관한 Pair Report를 분석하였다. 그 외에도 국내외 패션 전문지 및 문헌을 참고로 하였다.

## II. 시대적 배경

패션 및 패션 관련 산업은 날이 갈수록 더욱더 복잡한 양상을 보이고 있기 때문에 그 경향을 특성화시키는 것은 매우 어려운 일이다. 그러나 패션은 환경적 영향을 밀접하게 받는 시대적 배경의 투영체로서 여러 가지 패션의 요소가 당시의 사회문화적, 경제적 환경과 맞물려 변화해 왔다고 할 수 있으며, 친환경 패션소재 역시 아래에 간추린 세 가지 범주의 시대적 배경에 영향을 받으며 발전해 왔다.

### 1. 로하스에 대한 관심 증가

급격하게 변화하는 사회구조와 경제성장으로 인한 생활수준의 향상과 수명연장으로 보다 건강하고 즐거운 삶을 향유하려는 욕구가 증가하고 있으며 이러한 욕구는 웰빙에 대한 태도와 행동에 긍정적인 영향을 미치고 있다<sup>7)</sup>. 웰빙의 원조격인 미국의 LOHAS는 자신의 건강 뿐 아니라 후대에 물려줄 지속가능한 소비기반(Sustainability)을 생각하는 소비 패턴이다. LOHAS란 'Lifestyle of Health and Sustainability'의 약자로 '건강과 함께 환경 보전을 중시하는 상품을 찾는 생활 방식' 정도로 풀이할 수

있다. 로하스 상품은 유기농 재배 농산물과 에너지 효율 가전제품, 대체 의약품에서 환경 친화적 여행 상품들에 이르기까지 광범위하다.<sup>8)</sup> 환경의 중요성과 지속가능한 소비 및 경제의 중요성이 강조되고 있는 현 시점에서 로하스는 산업발전과 소비자 의식수준을 제고하기 위해 필수적으로 요구되는 생활양식이라고 할 수 있다. 새집증후군, 아토피 등 건강에 대한 위협과 함께 소비자들의 웰빙에 대한 관심은 여전히 높은 수준이며, 아이들의 건강에 민감한 주부 소비자들을 타겟으로 하는 세제 및 식품류부터 건자재, 의류에 이르기까지 마케팅에 ‘로하스’ 개념이 도입된 제품들도 점차 증가하고 있다.<sup>9)</sup>

이와 같은 시대적 변화를 배경으로 하여 2000년대 친환경 패션소재는 전반적으로 천연소재 및 재생섬유의 이용, 기능성 섬유가공의 발달에 집중되었다. 친환경 패션소재의 가장 괄목할 만한 사용 증가를 보인 것은 유아동복 부분으로, 오가닉 제품의 사용이 두드러졌다. 이너웨어 부분은 향균, 소취 등의 기능성 섬유 및 가공법이 적용되었고, 유아동복과 이너웨어 이외에도 아웃도어 웨어와 캐주얼, 여성복, 남성복, 패션 액세서리류에서도 친환경 패션이 중심됨에 따라 다양한 친환경 패션소재들이 개발, 판매되었다.

예를 들면, 유아동복 부분에서는 환경오염으로 아토피 등 유아동 피부질환이 심각해지면서 유아동복에 친환경, 기능성 소재 제품에 대한 필요성이 부각되었고, 오가닉과 텐셀 등의 친환경 섬유 소재 뿐만 아니라 비타민과 효소가공 등의 기능성 친환경 제품의 선호가 늘어났다.<sup>10)</sup> 이너웨어 업체들은 오가닉 코튼, 대나무 가공 소재 등을 활용한 친환경 전문 제품군으로 그린라벨을 잇따라 출시하기도 하였으며<sup>11)</sup>, 아웃도어 웨어 업체들은 페트병이나 폴리에스터 원사 및 원단을 재활용한 원사를 이용해 석유자원 소비를 억제하는 효과를 전면에 내세워 마케팅을 펼치기도 하였다.<sup>12)</sup> 제일모직은 신사복 ‘갤럭시’와 ‘로가디스’ 캐주얼에 죽섬유와 숯섬유를 사용한 제품을 선보이기도 하였고, LG패션의 ‘마에스트로’는 피부 자극이 적은 자연 소재와 피로감을 덜어주는 아로마 등 향가공을 통해 기능성을 부여한 제품을 판매하였다.<sup>13)</sup>

로하스 패션은 웰빙 패션에서의 육체적, 정신적 건강에 대한 관심이 건강 중시와 고감성 추구로 더욱 세분화되었다. 뿐만 아니라 이러한 개인적 관심이 사회적 관점으로까지 확대되어 환경과 경제의 지속가능성과 더불어 세계화와 국제사회를 고려하는 의식 있는 삶을 지향하는 친환경 패션의 개념으로 볼 수 있다.<sup>14)</sup>

## 2. 환경적, 범지구적 가치기준의 변화

서구의 지배적 전통에 따르면 자연은 인간을 위해 존재하며, 인간은 하느님으로부터 자연을 다스릴 지배권을 받았다. 인간만이 이 세계에서 유일하게 도덕적으로 고려해야 할 존재이며, 식물과 동물을 비롯한 자연의 존재들은 그 자체로 본질적인 가치를 가지지 않는다. 자연의 파괴는 그것이 다른 사람에게 해를 끼치지 않는다면 죄가 아니다. 그래서 무려 2000여 년 동안 서구의 윤리학은 인간중심적이었다.<sup>15)</sup> 이렇게 오직 인간에게만 본래적 가치를 두는 사상 때문에 자연환경에 대한 문제를 인간 본위의 이용가치로 평가하는 것을 당연시하게 되었다. 또한 이러한 현상은 18세기 산업혁명 이래로 급격히 진행된 산업화 사회에서 더욱 가속화되었으며 현재 인류가 당면한 환경문제의 가장 커다란 원천이라고 말할 수 있을 것이다.

환경문제는 현시점에서 무절제한 성장위주의 정책과 낮은 환경의식으로 인해 더욱 심각성을 더해가는 범지구적인 과제라고 할 수 있다. 각국의 환경파괴에 대한 우려감이 현실화되면서 전 세계적으로 환경규제와 기준이 강화되고 그린라운드, 기후변화협약 등과 같은 환경에 대한 다수의 국제규범이 채택되어 운용되고 있다. 특히 온실가스 감축의무를 골자로 하는 교토의정서가 2005년에 공식 발효됨에 따라 오염원의 배출이 국제적 규제를 받게 되었다. 이처럼 환경에 대한 국제적 관심과 규제가 날로 강화되는 가운데, 환경의식수준은 더 이상 개인적 차원에서 논의되는 것이 아니라 더욱 넓은 범주에서 이해되어야 한다는 의식이 고취되었다.

이처럼 전통적인 경쟁사회에서는 인간의 본래적인 욕구 충족 심리에서 비롯된 이기적인, 혹은 자기중심적인 가치를 중요시하는 현상이 주를 이루어 왔

다. 환경에 대한 관심도 초기에는 개인의 건강이나 가족의 복리 등, 지극히 자기중심적인 개인적 가치관에서 비롯되었으나 이는 점차 이타주의와 범지구적인 문제로까지 확대되기에 이르렀다.

이와 같이 환경문제를 의식하는 시점의 변화는 친환경 패션의 변화에도 영향을 미쳤다. 초기 에코-프렌들리(Eco Friendly)를 기치로 내세운 패션들은 단지 시각적으로 자연소재임을 강조하거나 내추럴 이미지를 지향하였으나, 최근에는 더욱 적극적이고 본질적인 친환경 의식을 담고 있다. 환경에 대한 책임 의식을 강조하여 제조과정에서의 환경오염이나 폐기물을 최소화하고 제품에 대한 지속가능성을 위한 기술개발 및 환경적 이슈를 디자인으로 사용하는 경우를 예로 들 수 있다.

### 3. 경제적 범주에서의 가치기준의 변화

환경과 경제를 같이 이야기할 때 논의의 초점은 환경을 생각하지 않는 발전이란 더 이상 유효하지 않다는 사실에 있다. 우리의 물질적 욕구를 충족시키기 위한 자원인 자연생태계, 곧 환경이란 자정능력을 잃었으며, 따라서 우리의 욕구를 무한정 충족시킬 수 없는 상태에 이르렀다. 결국 잘 살고 싶다는 인간의 원초적 욕구를 충족시키고 그러한 욕구충족의 매커니즘을 영구히 작동하게 하기 위해서는 경제발전과 환경 보전을 함께 이루어가는 발전이 이루어져야 한다. 이것이 바로 세계적 화두가 된 '지속가능한 발전(sustainable development)'의 본질이다.<sup>16)</sup>

현재까지 몬트리올의정서, 바젤협약, 기후변화협약, 생물다양성협약 등 약 150여개 국제환경협약들이 체결되면서 국제무역질서는 환경을 중심으로 재편되고 있다. 대부분의 국제협약들은 협약 미가입국이나 불이행국가에 대한 상계관세 부과, 수입제한 및 금지 등 각종 무역규제조치를 포함하고 있어 강력한 비관세장벽으로서 역할을 발휘하고 있다. 이러한 환경주의시대의 기업은 과거와 전혀 다른 경영여건에 직면하게 되는데 특히 기업경영에 결정적인 영향을 미치는 핵심 환경요소들은 법적 요구사항과 규제 강화, 제품과 공정의 환경영향에 대한 책임 증가, 공공견해 및 이해관계자의 압력, 환경소비주의의 부각을 들 수 있다.<sup>17)</sup>

미국의 자연마케팅연구소에서 2000년에 발표한 로하스 산업의 다섯 개 카테고리 중 가장 처음 소개된 내용이 바로 'Sustainable Economy'이다. 이는 친환경건물 및 산업재(Green Building and industrial goods), 재활용에너지(Renewable energy), 자원효율상품(Resource-efficient products), 사회적 책임을 지는 투자(Socially responsible investing), 대안수송(Alternative transportation), 환경 경영(Environmental management)의 내용을 포함하고 있다.<sup>18)</sup> 이처럼 날이 갈수록 밀접해지고 있는 환경과 경제의 관계는 '지속가능한 경제'라는 개념을 제시하기에 이르렀다. 오직 인간의 욕망을 충족시키기 위해 사용가치를 지니는 재화와 용역을 활용하고, 경제재를 분배·소비함으로써 발전해 온 '경제'라는 개념에 환경의식을 우위에 두게 된 것이다.

이러한 현상은 무엇보다도 환경 친화적 태도가 높은 소비자들의 수가 급격하게 증가하고 있는 데서 가장 큰 원동력을 찾을 수 있다. 환경의식이 경제적인 부분까지 미쳐 확대되지 않았을 시기에는 환경의식이 높은 소비자들은 그 수가 적다는 이유로 기업들에게서 등한시되었다. 그러나 친환경에 대한 의식수준이 점차 높아지면서 소비자들의 소비행태 또한 크게 변화하였다. 이는 패션제품의 소비과정에서도 단적으로 드러나고 있다.

환경 친화적 소비자들은 친환경 패션제품 구매행동에 더 적극적이며 이들은 가능성 소재 효과보다는 환경자체의 보전과 건강을 이유로 친환경 패션제품을 구매하는 것<sup>19)</sup>으로 나타나고 있다. 이러한 사실은 친환경 의식이 단순히 소비과정에 영향을 미치는 요인에서 벗어나, 소비자 자신이 환경과 자연에 기여하고 있다는 윤리적 만족감을 높이는 요인으로 작용하고 있음을 보여주고 있다. 친환경 의식의 가치기준이 선택적 소비에 크게 영향을 미치고 있는 만큼, 경제적 범주에서도 논의되어야 하는 것이다.

## III. 2000년대 이후 친환경 패션소재의 경향

본 장에서는 2000년대에 나타난 친환경 패션소재

에 대해 시기별 경향과 특징을 알아보기 위해 프랑스의 대표적인 섬유무역박람회로서 섬유패션업계에 영향력을 인정받고 있는 PREMIERE VISION의 출품 소재를 중심으로 연구하였다. PREMIERE VISION은 1973년 소재컬렉션으로부터 시작되었으며, 오랜 전통만큼이나 향상된 제품의 질적 수준과 참가업체와 바이어간의 긴밀한 네트워크 기반을 특징으로 한다. 2004년부터는 국제원사박람회인 엑스포필(ExpoFil)을 조인시키면서 국제섬유시장에 섬유·패션산업의 트렌드(원사/원단/부자재/스타일디자인/칼러/마케팅) 발신 전시의 선두에 오르게 되었으며, 오늘날 13,000 참가업체와 100여개국에서 오는 40,000명 이상의 참관객 규모를 가진다.<sup>20)</sup> PREMIERE VISION의 출품 소재 경향을 살펴보기 위해 삼성디자인넷의 Pair Report 중 PREMIERE VISION 각 시즌별 보고서<sup>21)</sup>의 내용을 근거로 하여 2000년대의 친환경 패션소재의 흐름을 크게 3기로 나누었다. 시기별 구분의 구체적 방법은 우선, 각 보고서에서 친환경 소재와 관련된 부분을 따로 분류하고 해당 부분에서의 친환경 소재의 특징이나 흐름을 나타내는 키워드를 각각 추출하였다. 이어서 이들 키워드들을 연도별로 늘어놓고 그 흐름에 큰 변화가 있는 시기에 유의하면서 비슷한 경향을 나타내는 연도를 범주화하였다. 또한 친환경 패션 소재와 관련된 기사 내용을 보충 자료로 활용하였다. 이렇게 시기별로 나타난 친환경 패션소재에 대한 경향을 분석하면 다음과 같다.

### 1. 2002~2004년 : 시각적 효과 중심의 천연 소재 강조기

이 시기에는 천연소재가 강조되기는 했으나 아직

은 환경과 자연에 대한 진지한 고민이 드러나지는 않는 시기였다. 관점에 따라서는 친환경에 대한 폭발적 관심이 드러나는 시기라고도 볼 수 있겠으나 패션 소재 부문에서는 자연 지향 의식이 가식적으로 나타나고 있는 특징을 보이기 때문에 ‘시각적 효과 중심의 천연소재 강조기’라고 규정하였다.

#### 1) 시각적 관점에서의 내추럴 이미지

이전에도 내추럴 이미지는 패션 및 텍스타일 분야에서 놓칠 수 없는 중요한 키워드였으나 2002년 시즌부터 시각적 효과로서 자연적 이미지를 강조하는 경향이 특징적으로 나타났다. 울과 면 등의 천연소재의 강조를 비롯하여 뉴트럴 컬러라고 일컬어지는 색상들, 거기에 더해 인위적인 가공을 거치지 않은 듯한 러프한 이미지 등 시각적인 면을 최대한 활용하여 천연소재에 대한 관심을 충족시켰다. 예를 들어 울과 면 혼방의 비교적 단순한 소재들이 고급 제품에 다수 소개되기 시작하기도 하였고, 브라운, 황토색, 황갈색 등의 자연적인 색상들이 이를 뒷받침하였다. 가공에 있어서도 소재 고유의 자연스러운 특징을 살리고자 하는 시도들이 이루어졌는데, <그림 1><sup>22)</sup>과 같이 내추럴한 외관을 가지게 하거나 가공을 통해 불안정하고 불규칙적인 표현으로 인위적으로 손대지 않은 듯한 거친 이미지를 창조해 낸 소재들이 바로 그것이다. 이렇게 기술적인 제조법과 가공에 의해 탄생한 패션소재들은 소비자의 시각에서 보면 그 정체성에 미묘한 혼란을 불러일으키는, 말 그대로 부분적으로는 천연을 가장하는 ‘비주얼적인 천연 소재’라 이를 수 있겠다.



<Figure 1> PV 2005 S/S Exhibit Fabric - <http://www.samsungdesign.net>

2) 코튼풍의 상호작용

시각적인 면을 중시한 경향은 이후 시즌들에서 면 소재의 부각으로 이어졌다. 매년 S/S시즌에 강세를 보이는 면 소재는 2002년 시즌부터 이어진 데님의 부각으로 더욱 다양하게 나타났다. 또한 소재 전반의 캐주얼 경향 확대와 함께 더욱 세련된 분위기로 스타일의 한계를 극복하고 있으며 특히 윈터 코튼(Winter Cotton)은 보온성과 품질강화로 울과 캐시미어의 섬세함을 도입<sup>23)</sup>하였다. 면 소재의 변신은 워싱이나 브러싱, 여러 가지 장식적인 원사의 혼합, 자수와 레이스 등의 장식으로 거친 표면감에 더해 소재의 외관의 특징적 요소를 부여하는 방법으로 시각적 효과의 극대화를 이루었다. 이 역시도 코튼풍의 시각적 상호효과에 지나지 않으며, 이러한 경향은 2004년 시즌에도 더욱 강화된 가공 기술에 의해 더욱 확대되어 나타났다.

3) 테크놀로지를 이용한 자연적 외관의 창조

천연소재의 대표적인 면 소재의 지속적인 강세가 2004년 시즌에도 이어지게 되는데, 100% 자연적인 면소재라기 보다는 코튼풍이라는 단어가 어울릴 만한 시각적 효과들이 더욱더 강화되어 나타났다. 소비 시장의 관심과 가공기술의 상호작용은 어떻게 하면 자연적인 느낌을 더 부각시킬 수 있는가라는 화두에 치중하게 되었으며, 이는 온갖 최신 가공기술을 접목시킨 놀라운 비주얼을 만들어내었다. 불규칙한 주름과 다름질 하다 만 듯한 외관, 이제 막 세탁기에서 꺼낸 듯한 꾸물꾸물한 조직, 얼룩덜룩한 염색, 조직이나 원사의 불균일함을 그대로 드러내는 색상, 원사 자체의 울퉁불퉁함, 낡고 헤어진 듯한 느낌에 이르기까지 면 뿐만 아니라 온갖 소재들에 적용된 내추럴을 가장한 외관은 실은 정교한 외관 가공기술과 스포츠웨어에나 활용함직한 기능성 가공이 접목된 테크놀로지의 집약체라고 할 수 있다. 자연지향이라기 보다는 어떻게 하면 자연적인 것처럼 보이는가에 치중한 이 기술들은 더욱 개발되고 발전되어 2005년 시즌 이후로 넘어가는 ‘친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기’에 지대한 영향을 주게 된다고 할 수 있다.

2. 2005~2008년 : 친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기

이 시기는 패션 소재에 있어 자연과 인공을 혼합한 특성이 두드러졌다. 그러나 이전 시기와는 달리 환경적인 면과 기능적인 면의 내실 있는 결합이 이루어지면서 친환경 지향의 질적인 향상이 이루어졌다고도 볼 수 있다. 그와 동시에 기능적인 측면의 완성을 위한 인공적 기술이 적용되어 ‘친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기’로 명명하였다.

1) 기능적 완성을 위한 테크놀로지와 자연의 결합

2000년대 초반의 소재 경향과 이 시기의 가장 큰 차이를 들자면 자연과 인공의 섬세한 조화라고 할 수 있을 것이다. 이전 시기가 인공적인 기술이 자연적인 면을 압도하여 인위적으로 그 특성을 만들어내는데 치중하는 경향이 있었다고 할 수 있는 반면에, 2000년대 중반 이후부터는 시장이 원하는 고품질을 지향하면서 테크놀로지와 자연이 질적인 배합을 통해 상승작용을 이끌어냈다고 말할 수 있다. 특히 2005년 시즌에는 면이나 린넨 소재와 같은 식물 소재를 통해 내추럴한 이미지를 보이면서도 매끈한 표면감이나 광택, 세밀한 조직감, 다양한 구김과 워싱 처리, 스포츠웨어에서 볼 수 있는 건조한 느낌의 원사가 사용된 소재 등과 같이 구조적으로도, 기술적으로도 복잡한 테크놀로지를 접목시킨 것이 특징이다. 또한 천연적 특성들은 조심스럽고 섬세한 가공들로 더욱 증폭되어 단지 비주얼만을 위한 기술이 아닌, 품질 지향의 친환경을 위한 기술로 거듭나는 경향을 보였다.

2006년 시즌에도 이러한 경향은 지속되어 순수한 마직, 면, 울, 실크 등의 천연소재나 혼방 소재에서의 내추럴한 이미지가 직물과 니트 소재 양쪽에서 강세를 보였다. 식물 소재에 대한 관심이 더 우위를 차지하여 울이나 실크마저 섬세한 면이나 린넨의 외관을 살리는 가공이 적용되었다. 특히 주목할 점이 라면 종이섬유와 대나무 섬유 등의 새로운 친환경 소재가 전통적인 식물성 소재와 같이 혼방되어 그 기능성을 향상시키고자 한 것이다. 옥수수, 콩, 나무

화이버 등을 이용한 소재의 연구는 과거에도 꾸준히 이어지고 있었으나 새로운 친환경 소재에 대한 노하우와 진보에 관한 관심이 두드러진 시즌이라고 할 수 있다.

가장 테크니컬한 소재들이 집중된 스포츠웨어 소재 분야에서도 친환경적인 품질이 중요시되어 환경과 자연을 고려한 제조 방식이 주목 받게 되었으며, 이는 좀 더 적극적인 친환경 의식의 발전으로 나타났다.

## 2) 재활용을 통한 친환경 의식

지구와 환경을 보호하기 위한 시도가 2007년 시즌부터 대대적으로 표면화되었다. 2007 S/S 시즌의 프리미에르 비종 패브릭 트렌드는 순수함의 상쾌함 (Sting of Purity), 자연의 감동(Eloquence of nature), 거친 자연(Rowdiness of Nature)<sup>24)</sup>의 세 가지 키워드로 인간과 자연의 관계에 대해 좀 더 밀접한 시각을 보여주었다. 순수하고 깨끗한 식물성 소재에 대한 예찬으로 천연자원 소재에 대한 우수성을 부각시키고, 친환경적인 소재 제조 과정에 대한 관심으로 콩이나 대나무 등 친환경 신소재의 가능성을 강조하기도 하였다. 그러나 무엇보다도 큰 전환점은 단순히 천연소재에 대한 집중이 아니라 지구와 환경을 보호하기 위한 시도로서 재활용의 역할을 재조명했다는 데 있다. 면과 울, 실크의 재활용뿐만 아니라 합성섬유의 재활용을 통해 한층 적극적인 친환경 의식을 드러내었다. 일본의 도레이사가 2008년에 처음 선보인 리사이클 나일론은 이러한 패션계의 의식변화를 드러내는 대표적인 사례라고 볼 수 있다. 감성적인 면을 자극하는 고품질의 리사이클 소재들은 패션 소재 부문에 대한 환경의 책임감을 일깨우게 되었으며, 소비자 및 생산자들이 인간과 자연, 천연소재와 합성섬유의 상호 보완성을 극대화하는데 주목하게 되는 큰 흐름을 보여주는 일면이라고 말할 수 있다.

## 3) 환경에 대한 책임의식의 증대

물질 자체보다 인간을 중시하는 감성적 경향은 환경에 대한 고려와 함께 인권을 중시하는 공정거래

개념을 의식하게 되었다. 이는 나아가 해외 판로도 영향력을 미치는 항목으로써 단순히 환경 친화적 메시지를 담은 소재뿐만 아니라 생산 공정에서도 환경에 대한 책임감을 부여하는 분위기가 조성되었다. 이렇게 생산된 제품들에 대한 수요는 지속적으로 수요가 증가할 것이며 일시적인 트렌드라기보다는 이전부터 변화되어 오기 시작한 의식이 바탕이 되어 더욱 발전할 것이라는 데에 의심의 여지가 없다.

환경에 대한 책임의식은 패션의 미래라는 의식에 새로운 재료를 이용한 제품 개발과 생산 공정에 대한 관심으로 이어졌다. 콩, 종이, 대나무뿐만 아니라 바나나, 코코넛, 우유, 옥수수, 케이폭, 조류, 키틴질에 이르기까지 다양한 천연 재료를 이용한 지속적인 소재 개발과 함께 이와 함께 할 수 있는 인공지능 기술 혁신까지도 포함되었다.

특히 이 시기에 가장 주목할 만한 변화를 들자면 재료와 공정에 대한 관심에서 한 발 더 나아가 패션 제품에 대한 수명까지 생각하기 시작했다는 데 있다. 윤리적, 환경적 관점에서 패션 제품을 바라보는 시각은 가장 환경 친화적이며 무해한 자원절약에 주목하기 시작하였고 패션제품의 일반적 수명을 연장시키기 위한 노력과 더불어, 재활용된 소재나 재활용 가능한 소재 여부를 미리 고려하게 되었다.

## 3. 2009~2011년 : 자연과 환경 지향의 지속 가능한 개발기

### 1) 자연과의 결합

재활용에 대한 쟁점으로 자연의 재생산에 좀 더 무게를 두었던 분위기가 한 단계 확대되어 재생이나 재활용된 소재 말고도 다양한 천연물질을 사용한 소재들이 지속적으로 개발되었다. 여기에 자외선 차단 기능과 정전기 방지, 안티박테리아 등의 고부가가치 특성을 부여함으로써 자연과 환경보호의 윤리적인 면과 인간의 욕구를 반영한 기술적인 면을 좀 더 적극적으로 결합하고자 하였다. 단순하고 엄격한 친환경주의를 적용하여 소재의 약점을 감수하는 대신 자연과 기술의 적극적인 만남을 통해 지속가능한 테크놀로지의 가능성을 고려하고 인조 섬유 친화적인 가능성을 제시하는 분위기가 형성되었다.



<Figure 2> PV 2011 S/S Exhibit Fabric - <http://www.samsungdesign.net>

이러한 경향은 소재의 디자인 측면에도 매우 큰 영향을 미쳤다. 가공되지 않는 자연의 거친 면과 뉴트럴 컬러를 지향하던 천연섬유 소재들은 <그림 2><sup>25)</sup>의 경우와 같이 유연한 촉감과 다분히 인공적인 컬러들을 만나 새로워졌다. 또는 매끄러운 외관의 인조섬유에 울퉁불퉁한 천연소재를 혼방하여 소박한 느낌을 강조하기도 하였다. 서로 상반되는 이미지의 편견 없는 결합은 디자인과 색상에서 서구적인 것과 이국적인 것을 교차시키고, 전통적인 스트라이프와 체크 패턴으로 현대적인 자카드를 탄생시켰다. 또한 다양한 민속풍과 여러 컬러들에서 뽑아낸 다문화적인 장식들이 더욱 풍부한 디자인들을 탄생시켰다.

친환경주의에 대한 양심을 유지하면서 편리한 테크놀로지를 포기하지 않으려는 노력은 텍스타일분야에서 점차 다양한 환경적 이슈의 통합으로 이어졌다.

## 2) 테크놀로지와 친환경 이슈의 통합

소재 제조 및 가공 기술의 눈부신 발전에서 보듯이 인간을 위한 편리성에 대한 욕구는 간단하게 포기할 수 있는 사항이 아니다. 그러나 이러한 인간본연의 욕구에도 불구하고 소비자 의식의 성숙도는 친환경주의, 재활용, 자연 지향으로 나아가고 있으며 이는 곧 환경 보전을 고려한 개발로 그 합의점이 모아졌다. 소비자들은 실질적인 이득이 없는 윤리적

가치에 만족하지도 않고 그렇다고 해서 단순하게 외적인 품질을 선택기준으로 삼기에는 의식적인 차별화를 이미 이루고 있었기 때문에, 이러한 현상은 자연스러운 경향으로 받아들여졌으며 앞으로도 이어질 것이라는 데 이론의 여지가 없어 보인다.

이러한 경향 하에 의상의 기능성과 실용성은 더욱 강조되어 착용감과 웰빙의 목적을 한꺼번에 충족시키고자 하였다. 점점 더 다양해지는 친환경 섬유들은 <그림 3><sup>26)</sup>의 경우와 같이 염색과 코팅, 워싱 등을 통해 낯은 듯하고 부드러운 듯한 외관을 만들어 친환경적 이슈를 살려야 하고, 오가닉 섬유와 재생섬유, 합성섬유들의 혼방에 있어서도 친환경 혼방이 중요해졌다. 특히 2011년 시즌의 에코 컬러에 대한 테마는 환경오염을 유발하지 않는 염료의 사용과 식물성 염료 및 천연 염료 재료 사용에 대한 관심을 증폭시켰다.

주로 유아동복과 여성복, 이지웨어 등에 압도적으로 많이 적용되었던 친환경 이슈들은 남성복과 액티브 웨어로까지 적극 확대되었다. 이렇게 자연친화적인 이슈는 시장에서 더욱 확대되어 천연섬유와 인공적인 섬유의 공존뿐만 아니라 원사의 방사부터 염색, 가공, 재활용 및 패션제품의 제조 과정에서의 폐기물 감소에 이르기까지 환경적으로 개선된 새로운 화학적 테크놀로지의 지향을 뚜렷이 보여주고 있다.





<Figure 3> PV 2010 S/S Exhibit Fabric - <http://www.samsungdesign.net>

#### IV. 2000년대 이후 친환경 텍스타일의 특징

이상으로 알아본 2000년대 이후 친환경 패션의 경향을 <표 1>로 나타내 보았다. 이를 통해 2000년대 친환경 패션소재의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

##### 1. 기능성 및 기술력의 확대

<표 1>에서 보다시피 2000년 이후 친환경 패션소재들은 초기에서 후기로 갈수록 시각적 효과 위주에서 기능성과 본질적인 환경주의로 확대되어 가는 것을 볼 수 있다. 이를 통해 알 수 있는 한 가지 특징은 친환경 소재가 기능성을 추구하는 테크놀로지와 적극적인 결합을 이루고 있다는 점이다. 특히 외관적 특징을 이루는 원사와 소재 자체의 가공 효과 뿐 아니라 기능성 향상을 위한 기술적 발전과 자연과 접목된 고품질의 추구야말로 이 시기 친환경 소재의 주된 특징이라고 할 수 있다. 이것은 이전 시기까지 단순한 시각적 효과를 만들어내는 디자인에 국한되어 있었던 소재를 원사 생산과 디자인에서부터 시작하여 후처리 가공까지의 과정에서 인간과 환경을 생각하는 기능성을 창조하는 것에 대한 중요성을 인식한 결과라고 할 수 있다. 이 때문에 특히 2000년대 중반 이후 다양한 기능성의 테크놀로지가 발전되어 왔는데 그 결과물 또한 다양하다.

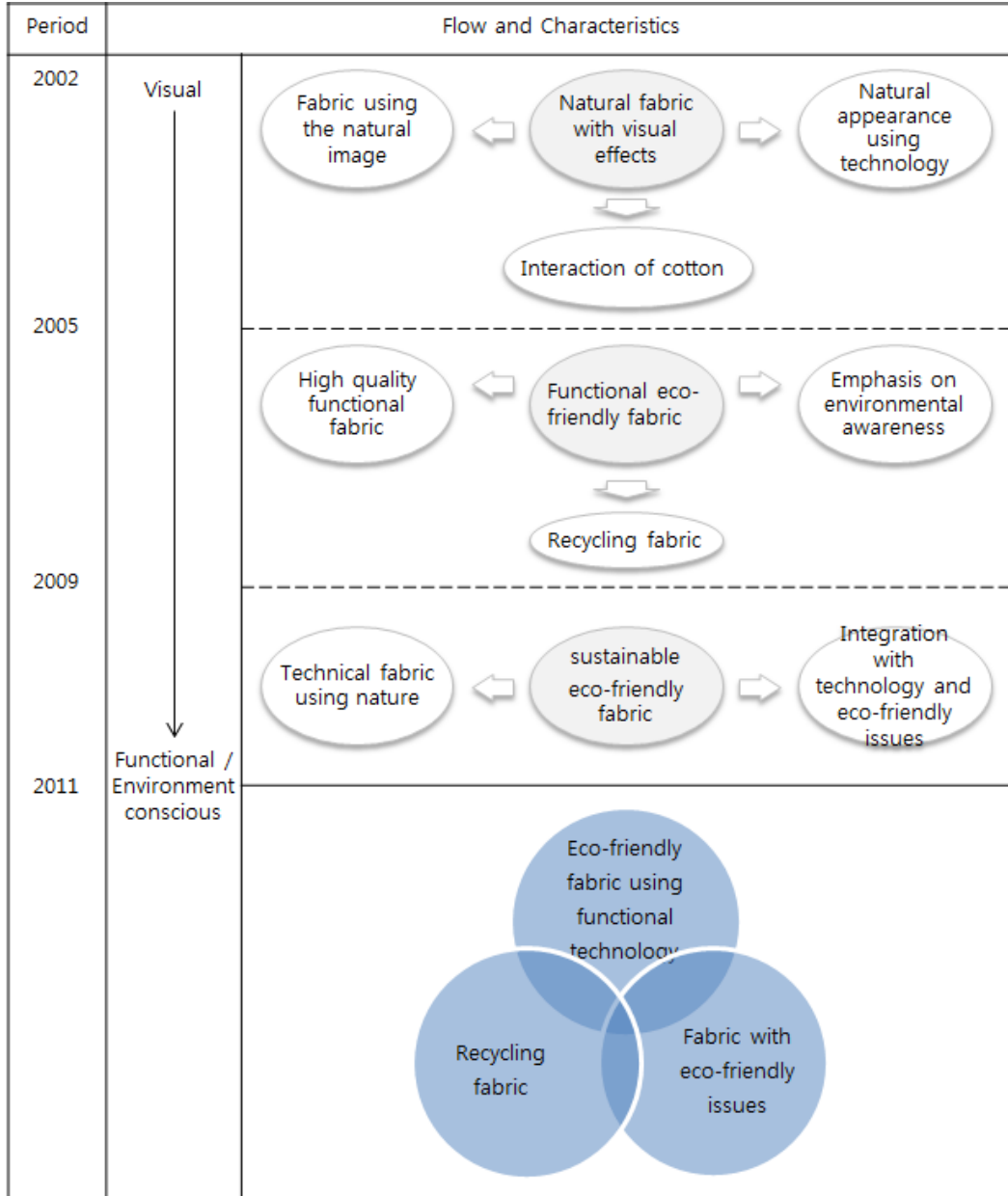
시각적 효과 중심의 천연소재 강조기(2002~2004)에는 소비자들의 자연 지향 의식으로 인해 내추럴 이미지를 창조하는 것에 중점을 둔 기술을 선보였다. 인간이 손대지 않은 듯한 자연 그대로의 소재

특성을 보여주기 위해 오히려 더 많은 가공들이 이루어졌다. 원사에서부터 불완전하고 불규칙한 외견을 만들어내기도 하고, 워싱이나 브러싱 가공으로 거친 표면감을 표현하기도 하였다. 이처럼 시각적 효과 중심의 천연소재 강조기에는 자연 지향의 외관을 만들어내는 것에 치중하고 있으나 친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기(2005~2008)에 있어서는 친환경적인 품질 지향과 새로운 친환경 소재 개발에 박차를 가하였다. 순수한 천연 소재 혹은 인조 섬유와의 혼방 소재들은 원사에서부터 적용되는 정교한 기술력을 바탕으로 내추럴한 시각 효과를 비롯해 계절적 기능성도 향상시켰다. F/W 시즌에는 기모나 섬세한 에머라이징, 카렌다링 가공 등으로 천연적 특성들을 부각시키고, S/S 시즌에는 대나무 소재나 종이소재 등을 니트에 적용하여 건조한 촉감의 계절적인 기능성을 향상시켰다.

또한 친환경 패션소재 중에서도 천연 식물 소재들에 대한 우수성이 재조명되었으며 이를 극대화시키기 위한 혼방기술과 가공기술이 적용되었다. 린넨 소재의 정제 가공, 강도를 높이기 위한 면과 마의 합성소재가 소개되었으며, 콩섬유에 함유된 아미노산의 작용, 대나무 섬유의 안티박테리아 기능을 살린 소재가 부각되었다.

기술력의 확대는 점차 천연 소재뿐만이 아니라 합성섬유의 친환경 소재로의 발전을 가능하게 하였는데, 천연소재와 합성섬유의 상호 보완성을 극대화하기 위한 혼방 기술의 적용이 그 시발점이 되었다. 이러한 특징은 자연과 환경 지향의 지속가능한 개발기(2009~2011)에 더욱 발전된 형태로 드러나게 되는데, 엄격한 친환경주의로 천연 소재에만 집중하여 다스간의 불편을 감수하는 대신, 방적기술을 비롯하

<Table 1> The characteristic of eco-friendly trend in fabric since 2000



여 다양한 인조섬유와의 혼방 및 가공을 통해 더 기능적이고 친환경적인 소재 개발에 기술력을 적용시키고자 하였다. 편안함을 추구하기 위한 합성섬유와

의 혼방, 우유와 해조류로부터 추출한 새로운 친환경섬유의 개발, 정전기 방지 가공, UV 차단 가공, 안티박테리아 가공 등의 기능적이면서도 고부가가치

의 기술력이 이 시기의 친환경 소재에서 찾아볼 수 있는 지속가능한 패션 소재 개발의 한 예라고 할 수 있겠다.

## 2. 재활용 소재

재활용(Recycle)은 자원절약과 환경보존이라는 측면에서 당연한 환경문제를 해결하는 최선의 방안으로 제시되고 있으며, 한정된 지구자원과 물자를 재활용하여 경제적 이득 및 환경오염 감소 등을 이루어 궁극적으로는 인류 공동의 생존과 번영에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.<sup>27)</sup> 이러한 자원 재활용은 환경문제의 해결을 위한 가장 비중이 큰 내용의 하나로서 자원의 한계를 극복하고 폐기화를 극소화함은 물론 궁극적으로 제조, 소비, 재활용의 순환과정의 확립을 통하여 지속적인 경제활동을 가능케 하는 순환형 즉 잉여 소비를 끌어내어 생산으로의 기초가 된다는 점에서 대단히 큰 의미를 나타낸다.<sup>28)</sup>

지구와 환경을 보호하기 위한 다양한 의식적 노력 중에서도 패션계에서의 재활용 소재의 활용은 새로운 것을 추구하는 패션의 본질을 고려해볼 때 가장 획기적인 부분이라 말할 수 있다. 패스트 패션(fast fashion)으로 불리는 SPA브랜드들이 전 세계적으로 성공을 거두고 있는 이유 또한 패션의 새로움 추구라는 본질에서 기인한 것이라고 할 수 있다. 그러므로 이미 존재하고 있는 제품을 이용하는 재활용 소재는 이러한 패션의 본질에 정면으로 맞서 경제적, 윤리적으로 한 단계 높은 새로운 창조성을 발휘한다는 점에서 더욱 주목받고 있는 것이다.

패션 소재 및 패션 제품의 재활용은 폐기물을 감소시킬 뿐만 아니라 기존 제품의 폐기와 새제품 생산에 필요한 자원 및 에너지를 절약하게 되는데, 제품의 수명을 연장하기 위한 재사용, 그 일부만을 재이용하거나 재생하여 사용하는 방법 등이 있다.

환경 윤리적 가치와는 거리가 먼 섬유재활용은 한정된 자원으로부터 야기되는 반복적인 문제점들을 해결하기 위해 이미 몇 천년 전부터 인간이 행해왔던 역사적인 산물<sup>29)</sup>이나, 환경을 생각한 섬유패션업계에서의 재활용은 선진국을 중심으로 재활용 소재에 대한 연구개발이 시작되면서 먼저 이루어지기 시

작하였다. 재활용 패션의 선두 브랜드인 파타고니아(Patagonia)는 미국의 아웃도어 브랜드로서, 기업 구조 자체를 환경오염을 줄일 수 있도록 개편해왔으며, 그 위협을 최소화하기 위해 1993년 패션업계 최초로 페트병을 재활용한 소재로 폴리에스터 의류를 내놓았다. 지난 5년간 파타고니아는 피씨알(PCR; Post consumer Recycled) 신칠라 플리스(Fleece; 양모형 직물)의 생산량과 사용량을 증가시켜 왔으며, 이러한 재활용 플리스를 이용한 재킷, 폴오버, 모자 등으로 그 사용 범위를 확장하였다. 재활용 소재로부터 다양한 의복을 생산할수록 에너지와 물 소모량 그리고 공장이 점유하는 면적을 줄일 수 있기 때문이다.<sup>30)</sup>

국내에서는 2007년 효성이 국내 최초로 어망 및 페트병, 원사 등을 재활용한 나일론 원사인 ‘마이판리젠’을 개발하고 이듬해에는 폴리에스터 원사인 ‘리젠’을 개발 출시하였다. 코오롱FM도 페트병 재생 소재, 생분해 소재, 나일론 재생소재 등 다양한 재활용 소재 개발에 나서고 있다.<sup>31)</sup> 또한 스포츠 의류 브랜드인 ‘힐라’에서는 버려진 원단, 원사, 페트병을 재활용해 만든 친환경 원사로 제조과정에서 에너지 소비와 이산화탄소 방출이 적어 환경오염 유발이 적은 ‘리젠’을 사용해 만든 ‘뉴 라이프 디자인’ 티셔츠를 선보였다.<sup>32)</sup>

2008년 S/S 프리미에르 비종 전시회에서는 일본의 도레이사가 리사이클 나일론을 처음 선보이면서 PV가 환경소재들을 늘려나갈 움직임을 보일 것으로 전망되기도 하였다.<sup>33)</sup>

친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기(2005~2008)에는 이러한 재활용에 의한 친환경 의식의 고조가 중요하게 대두되었다. 재활용이 단지 일시적인 트렌드가 아니라 점차 많은 소비자들이 주목하는, 환경 윤리적으로 책임 있는 소재로서 다루어지게 된 것이다.

## 3. 친환경 이슈화

환경, 그린, 에코는 21세기 들어 패션 업계 뿐 아니라 모든 비즈니스가 주목해야 할 키워드로 급부상하고 있다. 일본, 미국, 유럽과 같은 선진국에서는 지구온난화, 온실가스의 위험, 자원고갈 현상 등 환

경변화의 위급함을 인지하고 에너지 절감과 탄소배출을 줄이기 위해 다각적인 노력들을 실행하고 있다. 국내의 경우 2008년 '녹색성장'을 국가의 성장 패러다임으로 선정하고 효율적인 탄소배출 감축과 에너지 자립강화, 녹색기술 개발 및 녹색산업 육성 등 저탄소·친환경 정책을 통해 경제적 성장을 도모하고자 한다. 녹색성장의 지속적인 발전은 기업의 적극적인 참여뿐만 아니라 소비자의 생활문화 전반에서 친환경적 인식의 변화와 그린제품에 대한 관심과 구매가 필수적이다.<sup>34)</sup> 실제로 미국 내추럴 마케팅 연구소가 매월 발행하는 로하스 저널에 의하면 미국 내 로하스 측은 매년 8%씩 증가하는 추세로 지난 2003년 기준 미국의 로하스 비중은 32.3%에 달했다고 한다. 이들의 대부분은 고소득층이 아닌 의식 있는 소비자로서 친환경 제품을 구매하고 환경 파괴 제품에 대해서는 불매운동을 벌이는 적극성을 띠기도 한다.<sup>35)</sup> 국내의 경우 표준협회컨설팅 산하 내추럴비즈니스연구소는 2007년 기준으로 전년도에 비해 10%이상 증가한 37%의 로하스족 비중 추이를 발표하기도 하였다.<sup>36)</sup> 친환경과 공동체를 지향하는 합리적, 윤리적 소비관을 가진 의식 있는 소비자가 그만큼 늘어나고 있다는 의미이다.

이러한 사회적 변화는 기업들의 로하스 시장 진출 및 환경경영, 그린마케팅에 결정적인 영향을 미쳤다. 친환경 농산물과 유아용품 시장에서 가장 많이 주목하던 친환경 이슈들은 이제 패션 및 소재업계에서도 빠질 수 없는 필수요소로 자리 잡았다.

친환경 패션 소재는 환경에 피해를 주는 요소를 차단한 유기농 방식으로 생산된 소재와, 불필요한 자원낭비를 최소화하고 폐기물을 줄이는 재활용 소재로 나누어 볼 수 있다. 이들 유기농 소재와 재활용 소재를 개발하고 패션제품에 활용하는 기업들은 모두 단순히 자연친화적인 제품을 생산하는 것이 아니라 소비자를 대상으로 환경보호와 관련된 공익 캠페인과 마케팅을 통해 친환경 이슈와 결합시키는 데 노력을 기울이고 있다.

오가닉 코튼을 비롯하여 대나무, 콩, 우유, 옥수수, 해조류, 종이, 커피, 화산재 등 각양각색의 천연 재생섬유와 천연재료가 첨가된 소재들이 개발되고 있으며, 앞서 언급한 친환경 재활용 소재들이 패션

소재로 각광받기 시작하면서 테크놀로지와 환경에 대한 양심의 결합을 더욱 적극적으로 이루어가고 있다.

2007년 4월 영국의 유명 디자이너 애나 힌드마치가 비닐봉투 사용을 줄이고 환경을 보호하자는 취지에서 'I'm Not A Plastic Bag'이라는 문구를 새겨 한 정판매<sup>37)</sup>한 에코백은 패션업계에서 친환경 소재와 친환경 이슈를 결합하여 성공을 거둔 가장 유명한 사례로 손꼽힌다.

국내의 사례로는, 폴햄이 'CARE all round the earth'의 의미를 담은 '케어(CARE)', 재활용과 이산화탄소 감축의 메시지를 다음 '리(Re-)'캠페인으로 티셔츠를 판매하였고, 행텐은 'I'M ECO MANIA', 'Kiss the Earth'라는 슬로건으로 에코 캠페인을 진행하였다.<sup>38)</sup> 베네통 코리아는 'Green is my religion' 캠페인으로 에코백과, 바이크, 바이크 백, 티셔츠 등과 함께 전개하고, 이랜드(후아유)는 유엔 환경기구 UNEP와 공동으로 'Green Be Cool' 페스티벌 전개하였으며, TATE는 'Only, One Earth' 환경 캠페인으로 오가닉 코튼을 사용하기도 하였다. DOHC는 일상생활 속에서 4% 에너지 절약 메시지를 담은 티셔츠를, U.G.I.Z와 먼싱웨어는 각각 명종 위기 동물보호와 펭귄보호 캠페인으로 티셔츠를 출시하였다.<sup>39)</sup>

이밖에도 여러 화섬 및 패션소재업체들이 친환경 원사와 원단 개발, 무독성 염색, 코팅, 워싱 등을 적용하면서 제조과정에서 발생하는 각종 환경오염 요인을 차단하고, 환경을 위한 공익적 목적의 캠페인이나 기부를 통해 친환경 이슈를 충실히 반영하여 공익사업과 수익성 창출을 동시에 실현하고 있다.

## V. 결론

항상 새로운 미를 추구하는 본질 때문에 패션은 굉장히 소모적인 것으로 인식되어 왔으며, 실제로 제조과정에서의 오염물질 배출, 대량의 의류관련 폐기물, 노동집약적 작업환경으로 인해 생겨나는 비윤리적 인권침해 등은 비난의 요소가 되기에 충분하였다. 초기의 웰빙 패션 내지는 에코 패션들은 인간중

심적 성격 때문에 앞서 언급한 문제점들을 완화시키는데 우리가 있었으나, 2000년대 적극적으로 부각되기 시작한 친환경 패션은 환경윤리와 인간을 위한 테크놀로지가 결합되어 섬유패션산업의 부정적인 면을 보완할 수 있는 대안으로 자리잡아가고 있다.

본 연구는 2000년 이후 개인적인 라이프스타일과 환경적, 범지구적 가치기준, 그리고 경제적 범주에서의 가치기준의 변화가 친환경 패션소재의 특징을 결정짓게 되었다는 관점 하에 2000년 이후 친환경 패션소재의 흐름 및 특징을 시기별로 나누어 조사 분석해 보았다.

2000년 이후로 로하스에 대한 관심이 증가하고 환경문제가 개인적 관점이 아닌 환경적, 범지구적 가치로서 논의되기 시작하였다. 또한 환경을 생각하지 않는 발전이 부정적으로 여겨지면서 '지속가능한 발전'이라는 개념이 생겨났고, 이는 곧 친환경 의식의 가치기준이 경제적 범주까지 연장되었다. 그 결과 2000년대 이후의 친환경 패션소재는 천연 소재 및 재생섬유의 이용, 환경에 부정적 영향을 미치지 않으면서도 인간에게 편리한 기능성 섬유가공의 발달에 집중되었다. 또한 제품에 대한 지속가능성을 위한 기술개발 및 환경적 이슈를 이용한 디자인 개발에 적극적이 되었고, 소비자의 윤리적 소비에 부응할 수 있는 친환경 패션소재들이 부각되었다.

시기별로 나타난 친환경 패션소재의 흐름은 특성에 따라 3 시기로 나뉜다. 시각적 효과 중심의 천연 소재 강조기(2002~2004년)에는 시각적 관점에서의 내추럴 이미지, 코튼풍의 상호작용, 테크놀로지를 이용한 자연적 외관의 창조를 가장 큰 특성으로 정리할 수 있다. 친환경과 테크놀로지의 기능적 결합기(2005~2008년)에는 기능적 완성을 위한 테크놀로지와 자연의 결합이 이루어졌고 재활용을 통한 친환경 의식이 고조되었으며, 환경에 대한 책임의식을 증대시키는 소재가 부각되었다. 자연과 환경 지향의 지속가능한 개발기(2009~2011년)에는 자연과의 결합을 통해 지속가능한 기능성 소재가 대두되고 인조 섬유류의 친환경적인 가능성을 제시하였으며, 테크놀로지와 친환경 이슈의 통합으로 환경적으로 개선된 소재들에 이목이 집중되었다.

이상의 경향으로 본 2000년 이후 친환경 패션소

재의 특징은 다음의 3가지로 간추려 볼 수 있다. 첫째, 기능성 향상을 위한 기술적 발전이 확대되어 고품질의 친환경 패션소재가 개발되었다. 둘째, 친환경 재활용 소재의 개발과 활용으로 윤리적인 창조성을 발휘하고 있다. 셋째, 친환경 제조과정과 환경을 위한 공익적 목적의 캠페인이나 기부를 통해 친환경 이슈를 반영한 소재들이 급부상하고 있다.

바야흐로 친환경 패션은 2000년대를 거치면서 패션 산업의 가장 큰 화두로 떠올랐다. 친환경, 그린, 에코라는 단어들이 새로운 패션과 소재 경향을 선도하기에 이르렀으며, 패션 소비자의 요구에 보다 더 부합하는 제품 개발에 있어서 환경윤리는 빼놓을 수 없는 필수 요소가 되었다. 따라서 각양각색의 친환경 소재들이 개발, 사용되는 현재로서는 보다 차별화된 친환경 소재와 패션성의 접목을 통한 제품개발이 이루어져야 할 것이다. 본 연구는 이러한 현 시장의 배경을 감안하여 친환경 패션소재의 경향 파악과 함께 그 특징을 분석함으로써 앞으로의 친환경 소재 및 패션 디자인 개발 방향에 도움이 되고자 하였다.

## Reference

- 1) NAVER encyclopedia, Retrieved 2012. 1. 15, from <http://100.naver.com/100.nhn?docid=702051>
- 2) Yu Jihun, Kim Minkyung(2012), "A Study on the Evaluation of Environment-friendly Fashion Product Attributes", *Journal of the Korea fashion & costume design association*, 14(2), pp.113-125.
- 3) Kim Minkyung, Yu Jihun(2011), "A Study on the Strategy of The Environment-friendly Fashion Marketing Mixes", *Research journal of the costume culture* 19(3), pp.637-649.
- 4) Ha Seungyeon, Lee Yunhee(2012), "Characteristics of Eco-friendly Design Expressed in Issey Miyake's Fashion", *Journal of the Korean society of costume*,

- 62(3), pp.57-72.
- 5) Park Hyewon(2012), "Eco-Fashion Industry Trend and Creative Fashion Design Technic for Zero-Waste", *Journal of Fashion Business*, 16(4), pp.29-45.
  - 6) Kim Mihyun(2011), "Study on the Campaign of Using T-Shirts to Establish an Environmentally-Friendly Fashion Culture", *Research journal of the costume culture*, 19(5), pp.917-928.
  - 7) Park Kwanghee(2011), "The Relationships between Well-Being Lifestyle, Well-Being Attitude, Life Satisfaction, and Demographic Characteristics", *Journal of Korean Home Economics Association*, 49(7), p.40.
  - 8) Seo Nammi(2003), "A Study on the effects of Well-being trend to the health oriented consumer behavior", Master's Thesis Dongguk University, pp.33-34.
  - 9) Go Jungwon, Lee Seonglim, Kim Minjoung (2010), "Consumer's Consciousness of the LOHAS Consumption and the Consumption of the LOHAS Products", *Journal of Consumer Studies*, 21(4), p.90.
  - 10) Cho Eunhye (2008. 4. 21), "Increase in Sales of Eco-friendly Baby Clothing", Apparel News, p. 4, Retrieved 2012. 1. 10, from [http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper\\_news&query=view&uid=45225](http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper_news&query=view&uid=45225)
  - 11) Park Haeyoung(2008. 10. 20), "Increase in Eco-friendly Inner-wear", Apparel News, p. 9, Retrieved 2012. 1. 10, from [http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper\\_news&query=view&uid=47619](http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper_news&query=view&uid=47619)
  - 12) Lee Aram(2008. 6. 2), "Tend to Recycling Outdoor-wear", Apparel News, p. 8, Retrieved 2012. 1. 10, from [http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper\\_news&query=view&uid=45800](http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper_news&query=view&uid=45800)
  - 13) Chae Soohan(2008. 4. 14), "Men's Fashion with Well-being Fabric", Apparel News, p. 1, Retrieved 2012. 1. 10, from [http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper\\_news&query=view&uid=45086](http://www.appnews.co.kr/2011/pnews.php?table=paper_news&query=view&uid=45086)
  - 14) Ha Seungyeon(2009), "Expressed Values and Design Elements in the Environment-Friendly Fashion Design", Doctor's Thesis Hanyang University, p.15.
  - 15) Kim Haktaek(2009), "On P. Singer's Environmental Ethics", *Bumhan Philiosophy*, 52, p.8.
  - 16) Lee Howoong(2005), "National Assembly Environmental Economics Study Group : Advance to a Sustainable Society", Now that Environment is Economy, *National Assembly Secretariat - National Assembly View*, 466, p.54.
  - 17) Park Jongsik(1995), "Switching the Direction of Environment-Friendly Industry", *Energy Management*, 230, pp.85-86.
  - 18) Sim Hyungseok, Song Kyungjin(2004), *Well-Being Business*, Seoul: Park-Youngryul Publisher, pp.53-54.
  - 19) Jung Heejung(2009), "Buying Behavior of Eco-friendly Fashion Products According to Eco-friendly Attitude", Master's Thesis Kyung Hee University, p.44.
  - 20) Lee Yunhee(2005), "A Study on Branding Strategy of Textile Fairs through Cluster Communication - Focusing on the case study of Global Textile Fairs-", Master's Thesis Chung-Ang University, pp.49-50.
  - 21) "Fair Report - Premiere Vision 02/03 F/W" (2001. 10. 10) ~ "Fair Report - Premiere Vision 2011 F/W" (2010. 9. 27), Retrieved 2010. 11. 10, <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/Default.asp>
  - 22) "Fair Report - Premiere Vision 2005 S/S" (2004. 4. 6), Retrieved 2013. 5. 10, from

- <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/content.asp?an=158>
- 23) “Fair Report – Premiere Vision 2003/04 F/W” (2002. 10. 8), Retrieved 2010. 11. 10, from <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/List.asp?An=94>
  - 24) “Fair Report – Premiere Vision 2007 S/S” (2006. 3. 7), Retrieved 2010. 11. 10, from <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/List.asp?An=230>
  - 25) “Fair Report – Premiere Vision 2011 S/S” (2010. 3. 4), Retrieved 2013. 5. 10, from <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/content.asp?an=294>
  - 26) “Fair Report – Premiere Vision 2010 S/S” (2009. 2. 25), Retrieved 2013. 5. 10, from <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/content.asp?an=281>
  - 27) Kim Eunjin(2007), “A Study on the Environment-friendly Fashion Design using Textile Waste”, Master's Thesis Ewha Womans University, p.45.
  - 28) Kwon Jungyeon(1997), “A Study on the Recycling Fashion Design in Contemporary Fashion”, Master's Thesis Hongik University, p.3.
  - 29) An Kwangho(1998), “Direction of Fiber Recycling”, *FITI Testing & Research Institute – Fiber Information*, 58, p.58.
  - 30) Ha Seungyeon (2009), op.cit., pp.18-19.
  - 31) Lee Eunji(2011.11.14), “Chemical Fiber Industry, Development of Eco-friendly Materials”, Newspim, Retrieved 2012. 1. 14, from <http://www.newspim.com/view.jsp?newsId=20111114000193>
  - 32) “Eco Craze, Spread to Clothing” (2009. 4. 14), Asia Today, Retrieved 2012. 1. 14, from <http://www.asiatoday.co.kr/news/view.asp?seq=232894>
  - 33) “Fair Report – Premiere Vision 2008 S/S” (2007. 3. 5), Retrieved 2010. 11. 10, from <http://www.samsungdesign.net/Fair/FairReport/List.asp?An=254>
  - 34) Sung Heewon, Kim Eunkyeung(2010), “Green Marketing in the Fashion Industry”, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(3), pp.529-530.
  - 35) Lee Hyena(2005. 3. 1), “Go Well-being! ‘Lohas’ Comes”, Fashion Channel 2005. 3, pp. 192-194, Retrieved 2011. 1. 15, from <http://www.f-channel.co.kr/main/bbsnew.php?query=view&table=papernews&uid=287>
  - 36) Lee Kyungsook(2007. 7. 6), “Lohas Increased to Keep the Earth”, Money Today, Retrieved 2011. 1. 15, from <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2007070515311036938&outlink=1>
  - 37) Samsung Economic Research Institute (2009), *Business Strategy during Depression in SERI Report*, Seoul: Samsung Economic Research Institute, p.216.
  - 38) Jung Sera(2010. 8. 5), “Storytelling T-shirts, Sales Growth in the Market”, Hankyoreh, Retrieved 2011. 1. 15, from [http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/433712.html](http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/433712.html)
  - 39) Sung Heewon, Kim Eunkyeung(2010), op. cit., p.530.
- 접수일(2013년 5월 19일)  
수정일(2013년 7월 4일)  
게재확정일(2013년 7월 8일)