

서스테인러블 패션디자인 연구

남 후 남

극동정보대학 패션디자인과 부교수

요 약

서스테인러블 패션디자인이란 단순히 환경에 주요 관심을 두었던 이전 친환경 패션디자인의 개념에 사회적 책임감을 더한 개념으로, 상품이 기획되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다 할 동안 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 염두에 두고 상품 개발하는 것을 말한다. 본연구의 목적은 서스테인러블 패션디자인의 개념을 정립하고 현실적인 패션디자인 개발과 실질적으로 많은 소비자들의 적극적인 참여를 유도할 수 있는 방법들을 체계화하는 것이다. 서스테인러블 패션디자인의 유형은 첫째, 친환경 소재를 활용하는 디자인으로 천연섬유, 재활용 섬유, 생분해섬유 등을 이용하는 것이다. 둘째, 친환경 디자인을 개발하는 것으로 재사용과 리폼을 하는 재활용 디자인이 있고, 재단 시 발생하는 원단 폐기물을 최소화 할 수 있는 디자인, 수공예 등과 같이 고품질로 제작하여 사용기간을 늘리도록 하는 슬로패션 추구, 착용방법이나 기능을 더해 사용빈도를 높이도록 하는 다기능 디자인이 있다. 셋째, 환경 메시지를 전달하거나 기부소비를 유도하기 위하여 티셔츠, 에코백 등을 통한 친환경 캠페인 디자인이 있고, 넷째, 공정무역에 의해 재료 구입, 디자인, 판매할 수 있는 제품들을 개발하여 노동과 시간에 정당한 가치를 부여하는 것이다.

주제어: 지속가능, 친환경, 공정무역

I. 서론

20세기의 현대사회는 무절제한 개발과 환경파괴를 묵인하며 경제호황을 이루었으나 그로 인한 지구 환경에 많은 문제점을 초래하는 결과를 가져왔다. 이러한 문제점은 미래사회에 대한 불안과 걱정을 수반하여 근래에 들어 우리의 관심을 환경보존으로 기울이게 하였고 지구환경을 보호할 수 있는 해결방안의 모색이 필수사항이 되었다. 무분별한 개발과 훼손, 낭비와 착취로 획득한 경제성장에 대한 자성과 소비자의 의식 전환은 환경친화적인 제품의 개발과 필요성으로 이어졌다.

이제는 ‘얼마나 더 팔 것인가’가 아닌 ‘어떤 재료로 어떻게 생산할지’를 고민해야 할 때가 온 것이다. 먹을거리에 대한 위험 수위가 도를 넘으면서 시작된 친환경 운동이 식품, 자동차, 화장품, 이제는 패션에까지 영향을 미치며 트렌드를 넘어 또 하나의 생활양식으로 자리매김해가고 있다.¹⁾ 새로운 유행과 다양성을 추구하는 패션디자인은 생산에서 판매, 폐기의 진행속도가 너무나 빠른 짧은 유행주기의 결과로 패션 산업은 지구환경 파괴와 과소비적인 소비행태의 주범으로 치부되고 있다. 지구와 환경, 생태계를 배려하는 사회, 경제적인 자각은 기업과 디자이너, 생산자와 소비자가 갖는 사회적 가치와 의미를 변화시켰다. 의식 있는 소비자들은 미적욕구 뿐만이 아니라 윤리적인 정당성과 환경보호, 인권보호 등의 사회적인 가치를 존중하게 되었다. 최근 패션업계는 환경과 인간을 배려하는 생태론적인 친환경 소재, 재활용, 착한소비, 공정무역을 기반으로 하는 윤리적 패션의 실천적 가치를 모색하고 있다. 급변하는 산업사회속에서 유행주기는 더욱 짧아져 제3국가에서 싼 노동력으로 생산한 제품을 저렴하게 구입해서 몇 번 사용하고 버리는 소비성향에 대한 자각은 자연환경과 인간성 회복으로 이어져 공감대를 형성하며 사회현상으로 이어지고 있다. 다양한 분야에

걸친 환경문제가 사회적 문제로 확산되면서 디자인 분야에서도 사회적 책임감을 가지고 환경에 미치는 영향을 고려해야 한다는 인식이 강조되고 있고, 이러한 것이 패션계의 흐름이며 최근 소비자들의 환경의식이 높아지면서 패션업계에서 중요한 화두로 등장했다.

본 논문에서는 서스टे이너블(sustainable) 패션디자인의 개념을 정의하고 디자인 개발에 현실적으로 적용할 수 있고, 실질적으로 많은 소비자들이 적극적으로 참여 할 수 있는 방법들을 체계화 하는데 그 목적이 있다. 패션에서 에코로지 트렌드가 주로 나타나기 시작한 1980년대 후반 이후부터 최근까지의 친환경관련 디자인 서적 및 문헌 연구와 신문, 잡지, 인터넷 사이트 등을 참조하였다. 논문에 이용한 사진자료는 가능한 업계에서 실제 개발하여 판매하고 있는 제품들로 선별하였다. 이를 바탕으로 서스टे이너블을 패션디자인의 개념과 발생 배경을 고찰하고, 그 유형과 특성을 분석하고자 한다. 패션디자인의 개발에서 생산, 사용, 폐기에 이르기까지의 전 과정이 인간의 삶의 질을 향상시키고 건강한 자연을 지키는데 도움이 되도록 하는데 그 의미가 있다고 본다.

II. 이론적 배경

1. 서스टे이너블 패션디자인의 개념

소비자들의 환경의식이 높아지면서 지구환경을 고려한 패션이 업계에서 중요한 화두로 등장하고 있다. 친환경을 뜻하는 관련용어들이 다양하게 사용되고 있는데, 그린패션(green fashion), 에코패션(eco fashion), 친환경패션(environmentally friendly fashion) 등이 혼용되어 왔다. 최근에는 여기에 사회적 개념이 첨부된 윤리적 패션(ethical fashion), 올바른 패션(honest fashion), 지속가능한 패션(sustainable fashion)

등이 사용되고 있다. 룬스테이트(Loomstate)의 공동 경영자 스콧 맥킨리 한(Scott Mackinlay Hahn) (2009)은 ‘그린패션’은 “자연과 교감이라는 근원적 가치에 충실하면서 라이프스타일을 통해 대중에게 필요성을 각인시키며, 혁신보다는 단계적인 변화를 추구하는 것”²⁾이라고 했다. “에코는 생태학적 균형을 위해 환경의 보존과 개선, 삶의 질 향상과 사회 전체의 공동선 지향이라는 측면이 동시에 추구되는 것을 의미한다”³⁾고 했으므로 ‘에코패션’은 인간과 환경을 동시에 고려하는 개념인 것이다. 친환경디자인은 인간 또는 지구환경의 보존을 위한 환경 친화적인 디자인 활동이나 경향⁴⁾으로서 화석연료와 같은 유한 자원의 소비를 최소화 하며 태양, 바람, 물 등 태양계에서 얻을 수 있는 무한 에너지를 활용하도록 디자인하고, 가능한 해당 지역에서 공급될 수 있는 자원을 이용하여 운송이나 유통단계를 줄임으로써 에너지를 효율적으로 사용할 수 있도록 해야 한다. “뿐만 아니라 제품의 부품들이 사용 후에 쉽게 분리되어 재생산과 재활용이 용이하게 하며, 제품의 생산이나 사용, 폐기, 그리고 재활용 단계에서 해로운 독성 물질이 사용되거나 배출될 수 있는 가능성을 극소화 시켜야 한다”⁵⁾고 했으므로 ‘친환경패션’은 제품의 생산에서부터 폐기에 이르기까지 지구환경을 고려하는 패션활동이라 할 수 있다.

서스테인러블 디자인은 에코디자인보다 더욱 환경적, 경제적 고려와 제품수명 주기에 대한 사회적, 윤리적 측면을 포함하는 것이며, 제품의 생산과 서비스에 있어 경제, 환경, 사회적 측면의 균형을 이루는 것이다.⁶⁾ 그러므로 서스테인러블 패션이란 친환경을 뜻하는 에코패션 보다 ‘지속가능성(sustainability)’이라는 더 넓은 디자인 철학의 연장선으로써 이전의 친환경 관련 패션의 개념들을 모두 포괄하는 총체적인 개념이다. 이 지속가능성이란 단어는 쉽게 이해하자면, 지속적으로 무엇을 생산해 낼 수 있는 가능성으로, 언젠가 원료가 고

갈되어서, 혹은 불공정한 거래로 인해서, 또는 타당하지 않은 노동력을 쓰는 등의 이유로 생산이 멈춰지지 않는 그런 ‘지속 가능성’을 뜻하는 것이다. 단순히 환경에 주요관심을 두었던 이전 친환경 개념의 디자인에 사회적 책임감을 더한 개념이라고 할 수 있다.⁷⁾ 즉, 서스테인러블 패션디자인은 상품이 기획되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다할 동안 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 염두에 두고 상품을 개발하는 것을 말하며 패션과 환경의 상관관계와 패션의 사회적인 의미를 중요시하는 것이다.

2. 서스테인러블 패션디자인의 발생배경

1990년대 이후 전자통신, 교통수단의 발달, 모바일 기기의 보급과 인터넷의 급속한 확산으로 전 세계의 물리적 거리가 지나는 의미가 점차 약해지고 있다. 또한 산업화 과정에서 사용되는 석유와 석탄, 가스 등의 에너지 자원은 지구의 대기 온도를 상승시킴으로서 오존층의 파괴와 온실효과를 초래하였다. 이로 인하여 자연적인 대기권의 균형이 깨지고 전 세계적으로 기후변화를 일으켜 자연 생태계에 큰 영향을 미치고 있어 환경파괴의 위협으로부터 지구를 지켜야 한다는 생각이 확산되기 시작했다.⁸⁾ 환경문제의 심각성을 인식하게 되면서 온실가스 배출을 줄이기 위한 노력으로 국제적인 협력이 이루어지고 있다. 국제기구들이 각종 환경 협약을 통해 환경규제를 더욱 강화하고 있어 국제사회는 환경 친화적인 제품을 생산하는 것이 필수적으로 되고 있음을 알 수 있다.

1990년대 ‘지식경영’ ‘윤리경영’에 이어 21세기 등장한 ‘녹색경영’은 기업들이 지속가능한 성장을 위해 반드시 추진해야 하는 전략으로 자리잡았다.⁹⁾ 또한 소비자들의 환경에 대한 인식은 자신의 건강뿐 아니라 후대에 물려줄 지속가능한 소비패턴을 염두에 두게 되었다. 이들 소비자들은 친환경

경제품, 재활용과 재사용될 수 있는 원료와 기법들을 선호하며, 환경에 대한 배려와 실제 생활에서의 실천 의지를 보여준다. 이렇듯 환경을 의식하는 소비자들이 증가하면서 서스टे이너블 디자인에 대한 관심을 고조시키는 역할을 하였다. 또한 지구환경에 대한 경각심을 깨달은 소비자들은 물질과 성장을 최상의 가치로 여겼던 삶을 탈피하고, 느낌의 가치를 인정하며 삶의 속도를 중요시 한다. 이러한 삶의 태도는 점점 생태적 소비로 이어져 건강한 삶을 지향하는 의식주와 관련된 라이프스타일의 관심이 고조되고 있다. 상품과 기업 이념을 통해 사회적 평가를 다하고 있다는 평가를 의식 있는 소비자들에게서 받지 못한 기업은 생존 이념 전쟁에서 살아남을 수 없게 되었다.¹⁰⁾

환경에 대한 의식이 높아지면서 소비자들은 무조건 싼 가격이 아니라 적절한 품질을 요구하고, 친환경 제품에 대한 관심을 기울이며 정확한 인증을 중요시 한다. 탄소이력(carbon footprint)은 사람의 삶과 생산 소비 등 온갖 활동에서 직간접으로 생겨나는 이산화탄소(CO₂)의 총량을 수치화 한 것이다. 탄소이력은 개인이나 단체와 같은 어떤 주체가 직·간접적으로 발생시킨 온실가스의 총량을 말하며, 이는 일상생활에서 연료 및 전기용품 등의 사용으로 발생하는 탄소를 모두 포함한다.¹¹⁾ <그림 1>은 탄소배출량 감축 인증마크이며 제품의 윤리성, 환경성, 안전성을 입증하는 공인 인증 마크로 활용되고 있다. 카본 풋프린트(Carbon Footprint)사는 탄소배출량 차감을 위해 영국정부로부터 인정을 받은 업체로서 공공기관과 작은 기업체의 탄소배출관련 운영과 환경서비스를 제공하고 있고 패션기업으로는 자라(Zara), 애나 힌드마치(Anya Hindmarch)에 관련 서비스를 제공하고 있다.¹²⁾ <그림 2>는 공정무역 인증마크로 1997년 세계공정무역 상표기구(FLO)가 발족되어 공정무역 제품의 표준, 규격설정, 생산자 단체 지원, 검열 등의 일을 시작하였으며, 2002년부터 공정무역 인증

제도를 시행하였다. 이 라벨은 제3세계 가난한 생산자들에게 지불하는 최소가격제로 그들이 안정된 생활을 할 수 있고, 사회적 초과이익으로 지역사회 개발이 포함되어 있음을 증명하고 있다.¹³⁾ 개발도상국의 작은 규모의 솜 농장에게 안정적이고 합리적인 가격을 주고 솜을 샀다면, 이것을 보증하는 페어트레이드 코튼 마크를 표시한다. 즉, 합리적이고 정당하게 거래된 목화 혹은 면을 사용했다는 공정거래표시가 된다. 이밖에도 친환경, 재활용 등을 인정하는 마크를 소비자들은 확인하므로 이제 제품의 품질을 좌우하는 잣대로 친환경성이 중요하게 작용할 것이며, 제품의 연구 개발 단계부터 소비자의 친환경적 욕구를 반영해야 한다.

III. 서스टे이너블 패션디자인의 특성

한국패션협회 주관으로 서울에서 열린 글로벌 패션포럼의 심포지엄에서 신수연(2009)¹⁴⁾은 ‘지속 가능한 패션 기업의 필수조건’을 주제로 그린패션의 유형을 5가지로 나누었다. 기업의 그린 마케팅 관점에서 나누었으며, 친환경소재(천연섬유, 재활용섬유, 생분해섬유), 재사용(재사용, 리폼), 친환경 인증(경영과정 인증, 제품 인증), 친환경 경영 및 운영(친환경 기업 문화 조성, 친환경 매장 운영, 친환경 교육, 친환경 실천운동), 친환경 마케팅 프로모션이다. 서스टे이너블 패션디자인은 상품이 기획되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다 할 동안 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 염두에 두고 상품을 개발하며 사회적, 윤리적 측면을 중요시 하는 것이라고 했다. 이에 본 논문에서는 서스टे이너블 패션디자인을 상품개발자가 현실적으로 적용할 수 있고, 많은 소비자들을 끌어들이 수 있는 관점에서 분류해 보았다. 상품기획 시 중요한 소재활용과 디자인 개발 방법들을 찾아보고 사회

적 측면에서의 패션디자인 활동 등 서스테인러블 한 제품 원료의 구입과 사용, 판매에 이르기까지의 측면으로 살펴보았다. 따라서 서스테인러블 패션디자인의 유형은 크게 친환경 소재 사용, 친환경 디자인 개발, 친환경 캠페인 디자인, 공정무역을 통한 디자인 개발로 나눌 수 있다.

1. 친환경 소재 활용 디자인

오늘날의 옷은 대부분 환경오염의 요인이 되는 석유화학제품을 이용해 나오는 합성섬유로 만들어진다. 합성섬유의 대표적인 예로 나일론과 폴리에스테르는 쉽게 자연 분해되지 않으므로 처리하기가 곤란하고 오랜 세월이 걸쳐 분해가 된다 하더라도 공기 중으로 유해한 가스를 배출한다.¹⁵⁾ 서스테인러블 패션이란 화학약품을 최소한으로 사용해 만든 옷을 의미하므로 여기에 사용되는 소재는 화학 재료가 아닌 콩, 옥수수, 대나무, 코코넛 등과 같은 천연성분을 활용한 소재와 쓰고 버린 페트병, 바다 속 페어망과 같이 한번 사용한 원료나 소재를 재활용하여 새롭게 개발한 소재와 폐기 후 미생물에 의해 무해 물질로 자연 분해되는 섬유를 말한다.

서스테인러블 패션디자인의 필요성에 대한 각각으로 섬유의 화학처리에 의한 폐수 및 대기 오염의 문제를 줄이기 위해 천연염색을 하거나 다양한 친환경·재활용 섬유소재의 제품이 개발되고 있다. 미국의 듀폰사는 옥수수에서 추출한 소로나

(sorona)를 생산하고 있으며 머리카락의 5분의 1 굵기에 나일론보다 강하고 얼룩이나 변형이 거의 없으며, 옥수수 3개로 반소매 티셔츠를 만들 수 있다고 한다.¹⁶⁾ 또한 콩 섬유는 항균성과 통풍성이 높고 자외선을 차단하는 효과가 있는 것으로 알려졌다. 동물성 섬유만큼 부드럽고 광택도 있어 캐시미어나 실크를 대체하는 건강 소재다.¹⁷⁾ 대나무 소재는 빠른 재생이 가능한 에너지로 기존의 코튼 소재를 대신할 수 있다.

유기농 면은 3년간 농약이나 화학 비료 등을 사용하지 않고 재배한 면을 말하는데, <그림 3>의 룬스테이트는 환경적으로 책임감 있는 생산법을 사용하는 공인된 유기농 면에 대한 수용 창출에 초점을 맞춘 미국의 데님 캐주얼 브랜드이다. 100% 유기농 인증 면을 사용하고 지속적으로 농가와 기업들의 유기적인 관계를 개선해 나가면서 진정한 가치의 의류소비를 일으키고 있는 대표적인 업체이다. 바나나 리퍼블릭(Banana Republic)은 <그림 4>의 2009년 S/S에서 자연소재로 컬렉션을 발표했다. 화학 농약이나 비료를 사용하지 않는 아마섬유인 예코 리넨을 사용했으며, 또 콩 소재의 직물, 유기농 면, 신소재로 각광 받고 있는 대나무 소재를 이용했다.

우리나라 기업들도 활발히 친환경 소재를 개발하고 있는데 국내 기업인 케이준 컴퍼니는 친환경 섬유인 유기농 면 제조 전문회사로서 국내 최초로 국제유기농 인증을 받은 선두주자로서 해외에도 유기농 면을 수출하고 있다. 그밖에도 코



<그림 1> 탄소배출량 감축 인증마크 (출처: <http://www.carbonfootprint.com>)



<그림 2> Fair Trade Mark (출처: <http://en.wikipedia.org>)



<그림 3> 룬스테이트 유기농 면 티셔츠, 2009 (출처: <http://www.loomstate.org>)



<그림 4> 바나나 리퍼블릭,
에코리넨, 2009 S/S
(출처: <http://joynews.inews24.com>)

오롱은 대나무, 코코넛 등 천연소재를 이용한 친환경 제품의 개발과 함께 페트병에서 추출한 원사로 만든 ‘에코프렌(ecofren)’이라는 특수 소재를 개발하여 티셔츠와 배낭 등에 적용하고 있으며 쉽고 빠르게 분해돼 환경부담도 줄일 수 있다. 효성도 어망 및 페트병, 폐 원단을 녹여 페트 칩으로 만든 뒤 이를 원료로 해 원사를 뽑아낸 재활용 원사를 ‘리젠’이라는 브랜드로 상품화했다. 친환경 섬유시장은 기존 폴리에스테르 섬유보다 관리·가공비용이 많이 들어 생산단가가 높기 때문에 아직 초기 단계이나 환경규제들이 강화되면서 머지않아 친환경 신 섬유 시장이 급성장할 것이다.¹⁸⁾ 패션관련 업체들은 사회적 관심에 부응하여 환경 친화적인 제품 생산에 대한 관심이 커졌으며 이러한 재생, 재활용된 소재들은 환경 친화적 섬유로서 경제적 효과뿐 아니라 환경보호의 합리성을 높여줄 수 있다.

2. 친환경 디자인

하승연(2009)은 스타일, 색채, 소재로 친환경패션을 디자인요소적 특성에서 나누었으며¹⁹⁾, 신수연(2009)은 폐기된 제품을 재사용하거나 리폼하는 것으로 그린패션의 디자인을 제시했다.²⁰⁾ 서스테이너블 패션디자인은 제품의 생산이나 사용, 폐기

단계에서 해로운 독성 물질이 사용되거나 배출될 수 있는 가능성을 극소화시켜야 하므로 본 연구에서는 그에 적합한 디자인 개발 방법들로 제시해 보았다. 기존의 제품을 활용하는 방안으로 재사용과 리폼을 하는 재활용 디자인을 개발하거나, 제품의 생산과정에서 발생하는 폐자재의 문제를 줄이기 위해 재단 시 발생하는 원단 폐기물을 최소화 할 수 있는 디자인 방법을 개발하는 것이다. 또한 제품을 오래도록 사용할 수 있는 방법으로 공을 들여 제작하여 사용기간을 늘리도록 방법이나, 제품의 활용가치를 높이기 위해 사용빈도를 강화하는 다기능 디자인 개발로 나눌 수 있다.

1) 재활용 디자인

서스테이너블 패션을 위한 디자인 개발의 하나는 옷도 자원의 일종으로 인식하고 일반 쓰레기와 같이 매립하거나 소각하지 않고 재활용하려는 것이다. 폐기된 패션제품을 수선과 세탁을 통해 재사용하거나 기존의 폐기물을 이용해 형태를 변형하여 리폼하거나 하여 새로운 디자인으로 탄생시키는 것을 말한다. 낡거나 가치가 떨어진 옷이나 폐 재료들을 재가공하여 새로운 가치를 창출해 내어 자원의 낭비와 환경오염을 막을 수 있으며, 버려진 제품에 생명을 불어넣는 작업이다. 매년 사람들이 버리는 옷은 몇 백만 톤의 분량에 달하고 대부분은 땅에 매립된다. 비가 올 때마다 옷의 염색약품 등이 땅으로 스며들어 땅은 물론 땅속의 수로까지 그 영향이 미치게 되어 오염의 원인으로 작용하며, 엄청난 양의 가스들은 공기 중으로 분출되어 다시 우리에게 돌아온다. 의류폐기물이 매년 증가 추세에 있다는 것을 감안하면 버려지는 의류제품들에 대한 재활용 시스템을 강구하는 장기적인 계획이 필요하다.

재활용 디자인은 폐기된 패션제품의 원형을 유지하면서 세탁 및 수선 후에 다시 사용하는 것으로, 우리나라의 ‘아름다운 가게’에서는 세탁 및 수

선 후 재판매를 하고 있다. 또한 의류브랜드들이 보상판매를 통해 이벤트를 펼쳐 수거된 의류제품을 자선단체에 기증하기도 하고 있다.

스위스의 프라이탁(Freitag), 영국의 옥스팜(Oxfam)은 리스토어(재제조제품) 전문업체로 좋은 기업이 미치는 물론 고수익을 내고 있는 기업들이다. 프라이탁은 그래픽 디자이너인 마르쿠스와 다니엘 프라이탁(Markus & Daniel Freitag) 형제가 우연히 화물차 덮개 천으로 가방을 만들면서 설립된 회사다. <그림 5>는 화물차 덮개 천으로 만든 프라이탁의 가방이며 어깨끈은 자동차의 안전벨트로 만들었다. 1942년 설립된 영국의 옥스팜은 공정무역의 일환으로 출발한 회사지만 이후 지속적으로 규모를 확대해 친환경 상품에서도 두각을 나타내고 있다. 미국과 일본도 마찬가지로 친환경상품인 리스토어 제품이 각광을 받고 있다. 잇따른 기후변화와 소득증대로 선진국 소비자들이 환경에 관심이 쏠고 있기 때문이다.²¹⁾ 우리나라도 리스토어 제품만을 만드는 회사가 있는데, ‘아름다운가게’의 재활용 브랜드 ‘에코파티메아리’도 헌 옷이나 폐타이어, 버려진 가죽소파 등을 새롭게 재탄생시킨 옷이나 패션소품을 만들어 판매하고 있다. 에코파티 메아리는 아름다운 가게에 기증된 중고의류 중 매장에서 판매될 수 없는 것들을 모아 원단으로 재활용하고, 폐기처분된 소비재들에 독창적인 아이디어를 접목해 <그림 6>과 같이 완전히 새로운 패션 상품을 탄생시키고 있다.



<그림 5> 프라이탁 재활용가방
(출처: <http://www.freitag.ch>)

자원절약과 환경문제에서 비롯된 재활용 패션의 특성은 낮은 의류의 리폼부터 일상생활의 친숙한 폐품까지 소재와 표현방법의 다양한 접근이라는 것이고, 재활용은 원자재나 에너지 절감 효과 및 생활환경의 오염방지도 큰 역할을 하는 등 경제적 의미를 부여할 수 있다.

2) 원단 폐기물 최소화 디자인

의류제품은 재단과정에서 다량의 직물 폐기물을 발생하게 된다. 이 폐기물들은 매립되거나 소각되어 다시 환경오염의 원인이 되는 악순환으로 이어진다. 이러한 문제를 줄여 보고자 폐기물을 최소화하는 디자인을 개발하거나 그 폐기물을 활용하는 디자인을 말한다.

영국의 디자이너 마크 리우(Mark Liu)는 Zero Waste Fashion(낭비 없는 패션)이라는 브랜드를 만들어 환경 문제에 몰두한 의상을 개발하고 있다. 그는 의류 제작과정에서 약 15%에 달하는 직물이 의상의 패턴을 살리기 위해서 버려진다는 사실에 착안하여 낭비되는 천이 없도록 디자인 단계부터 패턴을 기획한다. 또한 천연염색이나 유기농 직물을 이용함으로써 환경 친화적인 디자인을 실천하고 있다. 그는 <그림 7>과 같이 자투리 원단까지도 장식적 요소로 만들어내고, 뜨개질을 활용하는 방법으로 단 한 조각의 원단도 버리지 않는 의상 디자인을 구현해내고 있다.

스텔라 맥카트니(Stella McCartney)는 2009년 봄 시즌, 환경 보호를 주장하는 유기농 라인인 ‘에코 컬렉션’<그림 8>을 선보였다. 잘라 놓은 여러 조각의 패턴을 이어 옷을 만드는 기존의 방식이 대량 쓰레기를 생산한다는 것에 착안해 옷감을 접는 방식을 사용해 옷감의 낭비를 줄이는 방법을 선택했다. 탑이나 드레스의 확장된 어깨 부위는 접어져 칼라나 옷깃이 되며 이런 방식은 그녀 고유의 스타일로 일컬어지는 자연스러운 드레이프를 강조하기까지 한다. 접기 방식을 활용한 이 디자인은 유



<그림 6> 재활용 천으로 만든
에코파티메아리의 마우스패드
(출처: <http://www.e2news.com>)



<그림 7> Zero Waste Fashion, 2009
(출처: <http://blog.daum.net/atelier73/547>)

기능 소재를 사용했으며, 환경보호에 뛰어난 로우 임팩트(low impact) 염색기법을 이용해서 버려지는 패브릭을 최소화하는 방법으로 컬렉션을 발표하였다.²²⁾

낭비되는 원단을 최소화 하려는 계획을 처음부터 디자인 기획 시에 할 수도 있지만 수많은 패션 관련 업체에서는 재단 후 많은 원단 자투리를 내놓고 있다. 원단 자투리를 패션업체에서는 일정하지 않은 원단 크기로 인하여 대량생산 작업에는 사용할 수 없으나 소량 생산하는 패션 디자인 관련 업체나 소품 제작 시에는 활용할 수도 있으므로 자투리 원단이 폐기되기 전에 사용할 수 있게 하거나 유행이 지난 원단들을 활용하는 시스템의 구축이 필요하다.

3) 슬로 패션(slow fashion)디자인

패스트(fast) 패션은 새로운 패션·환경 재앙의 주범 중 하나로 떠오르고 있다. 가격이 저렴한 대신 품질이 낮아 오랜 기간 입을 수 없을뿐더러 유행이 지나면 몇 번 입지 않았더라도 버려지기 일췌이다. 그렇게 수거된 옷들은 소각장으로 직행하며 소각장에서 불탄 옷들은 이산화탄소를 내뿜고, 이 이산화탄소는 모두가 알다시피 온난화의 주범이다. 이 패스트 패션은 자고 나서 눈뜨면 전혀 다르게 변해 있는 사회상과 맞물려 강한 힘을 발휘했다. 전 세계적으로 패셔너블한 사람들을 양산해 내고, 패션 브랜드의 대기업화 등 패션 산업이 발

전하는 데 큰 도움을 준 것이 사실이다. 뉴욕 타임즈(2007)는 ‘잘 입는가(Well Dressed?)’라는 케임브리지대학의 보고서를 인용해 티셔츠와 스웨터 값이 어떤 경우 샌드위치보다 더 싸게 판매되는 것이 현실이라며 패스트 패션은 쓰레기를 양산하는 ‘환경의 적’이라고 경고했다. 이제는 제조업체, 유통회사, 소비자 모두가 문제의 심각성을 인식하고 ‘지속가능한 의류(sustainable clothing)’를 논의해야 한다고 했다.²³⁾



<그림 8> 스텔라 맥카트니,
에코컬렉션, 2009
(출처: <http://www.chosun.com>)

다행히 패스트 패션 업체들도 이제 저렴한 가격이나 유행보단 품질을 따지는 소비자를 의식하게 되었으며, 환경에 대한 의식변화로 방향을 돌리기 시작했다. 스웨덴의 유명 패스트 패션 회사 ‘H&M’이 2007년 프리미엄 매장 ‘COS’를 출시하

였다. 이 매장에서 볼 수 있는 옷은 대부분 유행을 타지 않는 기본 아이템이다. 캐시미어 카디건, 실크 셔츠, 모직 바지와 스커트 등 소재에 공을 들여 만든 제품으로, 한 마디로 오래도록 입을 수 있는 ‘슬로 패션’을 표방한다. 스페인의 패스트 패션 자라 역시 기존 브랜드보다 더 심플한 옷을 고급스러운 소재로 내놓는 ‘마시모 두티(Massimo Dutti)’를 선보여 현재 영국, 벨기에, 프랑스 등에선 자라보다 오히려 인기라고 한다. 일주일에 두 번 가량 신제품을 쏟아내며 물량 공세를 펼쳤던 패스트 패션이 꾸준히 일정 수준 이상의 품질을 갖춘 기본적인 상품을 내놓는 것을 목표로 하고 있다.²⁴⁾

시대가 변해도 변하지 않는 것은 바로 ‘가치’, 반드시 명품이 아니더라도 세월이 흘러도 가치가 변하지 않는 옷을 고르는 안목은 패션의 기본 중 기본이다. 생산하는데 오랜 시간이 걸리거나 숙련된 수공업으로 생산되는 상품에 소비자들은 더 호감을 느끼고 더 오래도록 사용할 것이다. 얼마나 빨리 대량 생산할 것인가가 아닌 얼마나 오래도록 지속적으로 사용될 것인지를 고민하는 제품이 디자인 되어야 한다. 실제로 디자이너들이 지난 몇 시즌 동안 수공예적인 기법을 사용하고 있으며, 오트 쿠튀르에서 주로 볼 수 있는 수공예적인 기법이 가미된 디자인이 기성복에서도 많이 등장하고 있다. 공들여 만들어진 제품이나 핸드 메이드

제품의 희소성이 부각된 제품은 쉽게 구입하고 버리지 않으며, 오래 지속적으로 사용하고 물려줄 수도 있다.

<그림 9>는 크리스찬 디오르(Christian Dior)에서 작업한 존 갈리아노(John Galiano)의 작품이다. 회색의 울 트위드로 재킷 밑단에는 패드를 넣었으며, 전통적인 오트 쿠튀르 기술을 구사한 완벽한 작품으로 10여년이 지난 지금도 세련미를 느낄 수 있다. <그림 10>도 존 갈리아노의 2007년 S/S 크리스찬 디오르 컬렉션으로 상의 앞판에 자수치리를 하였고 단 부분과 힙 부분의 장식이 정교하게 처리되었다.

오랫동안 두고 입을 옷은 세탁 등으로 인해 옷의 라인이나 질감에 최대한 변형이 없어야 하는데 그것은 좋은 소재여야만 가능하므로 원단의 중요성이 더욱 높아진다. 품질 좋은 소재로 꼼꼼하고 튼튼하게 봉제된 옷은 형태 유지나 수명이 길어진다. 기본에 충실하며 디자이너의 세심한 손길이나 공이 많이 들어가 보이는 장인정신이 드러난 제품은 소비자들도 선호 할 것이고 그러한 옷은 오래도록 입을 수 있고 또한 물려 입을 수도 있어 그만큼 버려지는 의류제품이 줄어들어 환경보호에도 일조 할 수 있다.



<그림 9> 크리스티안 디오르, 1997 A/W (출처: 『Visions of the Body』, 2005, p.44)



<그림 10> 크리스티안 디오르, 2007 S/S (출처: 『Fashion News』, 2007, vol.119, p.36)



<그림 11> 요시키 히시누마, 벨로스 드레스, 2000 S/S (출처: 『Skin+Bones』, 2006, p.129)



<그림 12> 테캄 어패럴사 보온시스템, 2009 (출처: <http://www.kotra.or.kr>)

4) 다기능 디자인

의복을 여러 가지 목적이나 용도, 기능에 따라 변형하여 착용가능 하도록 하면 다양한 기능성으로 인하여 사용기간과 사용빈도를 보다 길게 할 수 있으며, 에너지사용 효율을 높일 수도 있다. 지퍼나 단추를 이용해 소매를 탈부착하거나 옷의 길이를 조절해서 착용자의 마음대로 착용이 가능하게 하거나 겹과 안을 뒤집어서도 사용할 수 있는 리버시블 디자인이나 두터운 안감을 탈부착이 가능하게 하여 온도에 유동성을 줄 수도 있다. 겹옷을 벗어 가방으로 변화시키기도 하는 등 여러 방법들이 개발되고 있다. 그밖에도 첨단 테크노 기술을 접목하여 에너지 효율을 높인다든지 하는 기능성을 추가하여 착용빈도를 높이는 일이 가능해졌다.

<그림 11>은 요시키 히시누마(Yoshiki Hishinuma)의 2003년 S/S 벨로스 드레스(Bellows Dress)이다. 단순한 짧은 길이의 원피스 드레스를 변화하면 벨로스관 모양처럼 길이가 늘어난다. 이렇게 디자인을 다양하게 변화시키는 것 외에도 용도를 다양하게 쓸 수도 있다. 신재생에너지와 하이브리드 카만이 친환경이 아니라 에너지절약의 가장 손쉬운 방법 중 하나는 실내 냉·난방을 약하게 하는 것이다. 일본의 유니클로는 흡습발열 제품인 히트텍(heattech)을 사용한 이너웨어를 곁할 수 있는 티셔츠를 출시하여 매장 곳곳에서 품절상태를 빚을 정도로 인기를 모아 2008년 한해 2800만 장이라는 경이적인 매출을 기록하였다. 주요기능은 흡습발열, 보온, 보습, 향균, 스트레치, 정전기 방지, 형상탄력로 경쟁제품에 비해 다양한 기능을 추구했다.²⁵⁾

그밖에 첨단 테크닉을 첨가하는 방법이 있는데, 부풀 수 있는 안감으로 가벼운 윗도리가 몇 초 만에 겨울 누비 윗도리로 변한다. <그림 12>는 벨브를 입에 대고 공기를 불어넣으면 안감이 고무 매트리스처럼 부풀어 보온역할을 해, 외부온도 -30~

15℃까지 입을 수 있다. 이 시스템은 2007년에 대만기업인 테캄 어패럴(Techarme Apparel)사가 특허 받은 것으로 2008년에 아시아에서만 이 시스템의 상의가 2만5000장 판매됐고, 유럽에서 다수의 바이어들이 스키, 오토바이용 옷, 군복용으로 관심을 보였다. 테캄사는 이 시스템을 이용한 컴퓨터 가방과 배낭, 백 팩 가방을 제조 중이다. 이외에도 적외선 침투 방지기능이 있는 나노 크기의 지르코늄(zirconium)산이 든 폴리에스터섬유 지르텍스가 프랑스에서 개발되었다. 지르코늄산의 나노구조는 인체가 발생하는 적외선 열이 밖으로 빠져나가는 것을 방지함으로써 난방역할을 한다. 이러한 특성으로 추울 때 따뜻하게 해주고 더울 때 시원하게 해 쾌적한 피부온도를 유지해 주는 소재이다. 이 원리를 이용해 겹옷, 속옷, 양말, 신발, 침대보, 캠핑용 슬리핑백 등 여러 분야에 적용되고 있다.²⁶⁾

기능성을 추가하거나 착장방법에 따라 형태변화를 주어 다양한 스타일로 연출하거나 냉난방기능을 추가한다면 여러 아이템의 불필요한 생산을 감소시켜 자원의 낭비를 막을 수 있고, 폐기물의 감소효과를 가져올 수 있다.

3. 친환경 캠페인 디자인

환경 캠페인 역시 주목할 만한데 환경과 사회 공헌에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 기업의 윤리와 투명성을 강조하는 움직임이 일고 있으며, 일부 업체들은 스스로 사회적 기업 이미지를 심어 사회의 신뢰를 선전하려는 서스테이너블 경영에 대해 노력하고 있다. 기업들은 판매금액의 일부를 환경단체나 자선 단체에 기부하거나 환경보호 의미를 담은 제품들을 잇달아 내놓고 있다. 최근 국내외 많은 브랜드들이 환경보호와 이웃사랑 메시지를 담은 티셔츠나 에코백을 출시하고 있다. 판매한 수익금을 모아 환경 및 자선단체에 기부하기도 하는데 기업이 다양한 캠페인을 벌이면

서 브랜드 이미지를 올릴 수 있고, 다른 상품보다 저렴한 캠페인 티셔츠로 보다 많은 고객을 매장으로 끌어들이 수 있다는 것과 어려운 이웃과 환경을 간접적으로 도울 수 있다는 이유로 많은 업체들이 동참하고 있다. 바람직한 소비에 대한 의식이 확산 되면서 기업은 더 이상 이들 소비자들을 방관할 수 없게 되었다.

환경오염의 주범인 비닐봉지가 아닌 면 소재 가방을 사용해 환경보호에 앞장선다는 의미의 에코백은 영국 디자이너 애나 힌드마치가 천 가방에 ‘나는 비닐봉지가 아닙니다(I'm Not A Plastic Bag)’라는 문구를 새겨 영국과 일본 등지에서 한정 판매한 데서 시작됐다. 국내에서도 백화점과 연예인이 주도하여 캠페인을 벌이고 있으며 전반적으로 면 소재 가방 열풍이 일고 있다. 이밖에도 특정제품을 살 때 구매금액의 일정비율을 기부하는 이른바 기부소비 상품을 구입하는 소비자들이 늘고 있다.

티셔츠는 우리가 가장 쉽고 흔하게 많이 접할 수 있는 환경메신저이다. 친환경 문구나 그림을 넣어 자연보호 메시지를 전달하거나 판매 수익금을 기부하는 등 티셔츠를 통해 패션, 문화, 정치, 사회적 이슈를 공유하고 기업의 생각을 전달할 수 있다. <그림 13>은 캐서린 햄닛(Katharine Hamnett)의 슬로건 티셔츠이다. 서스테이너블 패션의 선구자인 캐서린 햄닛은 친환경, 재활용, 반전, 에이즈 등의 메시지를 담은 슬로건 패션을 통해 사회적 책임을 주장하고 있다. <그림 14>는 여성복 브랜드 구호(KUHO)의 ‘하트 포 아이(Heart for Eye)’ 기부 티셔츠로 판매 수익금 전액을 시각장애 어린이들의 개인수술을 돕고 있다. 캐주얼 브랜드 도크(DOHC)는 ‘지구를 위한 5% 에너지 절약’이라는 주제로 기부 캠페인을 전개하고 있다. 한사람이 지구 온난화를 막기는 어렵지만 여러 명의 작은 행동이 곧 에너지 절약으로 연결될 수 있다는 취지로 이 그래픽 티셔츠를 판매해 수익금은 환경을 살리기 위해 노력하는 공익단체에 전달한다.

기부소비는 소비자들이 상품구매에 따른 만족 외에 가치를 느낄 수 있기 때문에 실제 기부소비를 표방하는 제품의 매출은 매년 꾸준히 늘고 있다. 기부문화 정착이라는 사회적 흐름 속에서 소비자들이 쉽고 저렴하게 기부에 동참할 수 있다는 유익한 점도 있다. 소비를 통해 일정액을 기부하는 자선소비는 다른 사람까지 돕는 최고의 가치소비이기 때문이다.²⁷⁾

패션을 통해 무거운 주제의 슬로건을 티셔츠에 프린팅하거나 다양한 소재와 디테일을 활용한 감각적인 디자인을 개발함으로써 소비자들에게 거부감 없이 다가갈 수 있으므로 패션이 대중에게 환경 메시지를 보다 손쉽고 친근하게 전달하는 좋은 매개체임을 알 수 있다.

4. 공정무역에 의한 디자인

서스테이너블 패션디자인의 또 다른 특성은 이전의 다른 에코디자인과 차별화되는 부분으로서 공정한 거래와 윤리적 가치관을 중요시 한다는 점이다. 서스테이너블 패션디자인은 상품이 창조되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다 할 동안 사회에 또한 환경에 미칠 영향과 그 책임을 염두에 두고 상품을 개발하는 것을 말하며, 패션과 환경의 상관관계보다 패션의 사회적인 의미를 가중해 부여한다. 공정무역(fair trade)은 제3세계의 가난한 생산자를 ‘시장’에서 돕기 위한 사회적 운동이다. 생산자에게는 정당한 대가를 주어 물건을 사고, 소비자에게는 유통과정을 최대한 생략해 합리적인 가격에 공급하도록 노력한다. 공정무역으로 인해 생산자와 그 가족들이 좀 더 나은 집에서 살고 교육을 받으며 일자리를 얻고 있다.²⁸⁾

지금까지 패션의 환경주의자들은 상품을 생산해서 그 수익금의 일부를 환경 친화적인 단체에 기부하는 등으로 브랜드나 자신의 디자인 친환경적인 정체성을 입증했다고 할 수 있다. 여기에서

한발 앞서 서스테인러블 패션디자인은 도덕적인 책임에 대한 움직임의 일부로 환경에 해롭지 않은 생산법으로 생산한 직물을 사용하는 것은 물론 친 환경적이지 않거나 노동력착취를 자행하는 공장들에서는 생산을 하지 않는 등 생산 자체서부터 친 환경적인 방법을 선택하는 적극적인 모습을 보여 주고 있다.²⁹⁾

공정한 거래에 의한 무역을 장려하여 기업과 제품생산 관련자들의 협력 체제를 균형 있게 견제하고 지역의 기술의 개발하여 경제적 이익과 발전을 가져다주기도 한다. 우리나라에서도 가난으로 어려움을 겪고 있는 제3세계 주민들로부터 정당한 노동의 대가를 주고 들어온 공정무역 상품에 대한 수요도 늘어나고 있다. 페어트레이드코리아가 설립한 공정무역 전문상점 ‘그루’<그림 15>에서는 네팔에서 가져온 공정무역 제품과 인도에서 재배한 유기농 면으로 만든 티셔츠 등을 팔고 있다. 페

어트레이드코리아는 공정무역 전문 온·오프라인 쇼핑몰 사업을 펼치고 있는 업체로 슬로 패션을 새로운 패션 가치로 내세운다.

<그림 16>의 에스카마(Escama) 핸드백은 700개가 넘는 알루미늄 소다 캔의 손잡이가 브라질에서 재활용된 것이다. 회사는 경제적으로 낙후된 브라질의 위성도시에 있으며, 여성들에게 수공예와 사업 교육을 통해 돈을 벌 수 있게 하고, 제품의 가격은 공정하게 결정한다. 또한 에스카마는 연간 총판매량의 3%를 회사에 다시 기부한다. 이 핸드백의 가장 좋은 부분은 각각의 백이 여성들의 수공예로 만들어진다는 것이며, 누가 만들었는지 고객과 생산자를 연결하여 품질과 디자인을 보증한다는 점이다. 프랑스 작가 아나 파울라 프라이타스(Ana Paula Freitas)도 캔 손잡이를 모아 의상과 가방을 만들었다. 브라질 태생인 작가는 브라질 여성 공동체를 통해 캔 손잡이를 모으고 세척하고



<그림 13> 캐서린 햄닛, 슬로건티셔츠
(출처: <http://www.katharinehamnett.com>)



<그림 14> 구호의 Heart for eye 기부티셔츠
(출처: <http://www.kuho.co.kr>)



<그림 15> 그루, 공정무역전문상점
(출처: <http://www.fairtradegru.com>)



<그림 16> 에스카마, 캔 손잡이 핸드백
(출처: <http://www.escama.com>)

<표 1> 서스테인러블 패션디자인의 유형과 특성

유형	종류	내용	특성	
친환경소재 활용 디자인	천연섬유	천연염색, 유기농 면, 콩, 대나무, 옥수수 섬유 등 이용	폐기시의 유해가스 억제효과 자원활용에 의한 경제적 효과	
	재활용섬유	페트병 등 폐자재를 가공한 재생섬유 이용		
	생분해섬유	폐기 후 미생물에 의해 분해되는 섬유 이용		
친환경 디자인	재활용 디자인	재사용	중고의류 수선 후 재사용	새로운 가치 창출 자원의 낭비와 오염 방지
		리폼	폐기처분된 소비재 재탄생	
	원단폐기물 최소화 디자인	폐틴개발	원단 폐기물 줄임	폐기물의 매립, 소각을 줄여 환경오염 방지 자원의 낭비 방지
		자투리 천 활용	원단절약, 재료활용	
	슬로패션 디자인	고품질	숙련된 기술, 내구성강화, 수명연장	공들여 만든 제품에 가치 부여 수명연장에 의한 자원 낭비 방지
		수공예	숙련된 봉제, 회소성, 장인정신	
다기능 디자인	착장방법 다양화	길이조절, 탈부착 가능	복합적 기능 강화로 사용빈도 높여 효율성 증대 자원낭비 방지, 에너지절약	
	기능추가	테크노 기능추가, 다용도로 사용 냉보온기능 추가, 세탁기능 추가		
친환경캠페인 디자인	메시지전달	에코백, 티셔츠 활용 슬로건 패션	손쉽게 환경메시지 전달 기부문화 확산	
	판매수익금 기부	기부문화, 브랜드홍보		
공정무역에 의한 디자인	공정한 거래	적절한 임금과 노동환경, 정당한 대가를 주고 재료구입하고 제작 합리적인 가격에 판매	노동과 시간에 가치부여 지역기술 개발에 의한 지역발전	

뜨개질로 뜨는 작업에 기계를 사용하지 않고 친환경적인 수작업으로 하며 공정당한 노동 대가를 지불하고, 어린 아이의 노동력은 동원하지 않는 공정무역을 실천하고 있다. 가난하고 소외된 이들에 대한 관심은 단순한 동정이 아닌 직접적으로 제품의 구입과 생산에까지 미치고 있다.

서스테인러블 패션디자인은 생산에서 소비와 폐기까지 모든 과정에서 환경을 의식하는 것 뿐만 아니라 노동자의 처우와 상품의 거래까지도 관계하는 것이다. 사회적 책임감으로 공정거래에 대한 새로운 인식이 중요해 지고 있으며, 이것은 의류제조 지역의 건전하고 정당한 근로 조건을 고려하게 하고 지역의 발전에도 영향을 미치게 된다. 환경에 대한 의식이 강화되면서 공정거래, 적절한 임금, 노동환경 등 윤리적인 과정을 통한 올바른 패션디자인을 위해 다각도로 접근하고 있는 것이다.

IV. 결론

서스테인러블 패션디자인이란 환경을 중요시하고 경제적 고려와 제품수명 주기에 대한 사회적, 윤리적 측면을 포함하는 것이며, 제품의 생산과 서비스에 있어 경제, 환경, 사회적 측면의 균형을 이루는 것이다. 즉, 서스테인러블 패션디자인은 상품이 기획되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다할 동안 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 염두에 두고 상품을 개발하는 것을 말하며 패션과 환경의 상관관계와 패션의 사회적인 의미를 중요시하는 것이다. 그러기 위해 서스테인러블 패션디자인의 생산, 사용, 폐기에 이르기까지의 전 과정에서 업체와 소비자가 실질적으로 활용할 수 있는 방법들을 찾아보았다.

서스테인러블 패션디자인의 유형은 크게 친환경

경 소재 사용, 친환경 디자인 개발, 친환경 캠페인 디자인, 공정무역에 의한 디자인으로 나눌 수 있었다. 첫째, 친환경 소재는 천연섬유, 폐자재를 가공하여 만든 재활용 섬유, 생분해섬유 등을 이용하는 것이다. 천연염색을 하거나 유기농 면, 콩, 대나무, 옥수수 섬유 등을 이용하여 건강을 고려할 뿐만 아니라 폐기 후 미생물에 의해 분해되는 섬유를 이용한다. 또한 버려진 폐트병 등 폐자재를 가공하여 섬유로 만든 재생섬유를 이용한다면, 매립에 의한 유해가스 억제효과를 얻을 수 있으며 그에 따른 경제적 효과를 거둘 수도 있다. 이러한 재생, 재활용된 소재들은 환경 친화적 섬유로서 경제적 효과뿐 아니라 환경보호의 합리성을 높여 줄 수 있다.

둘째, 친환경 디자인은 재활용 디자인, 원단 폐기물을 최소화하는 디자인, 슬로패션 디자인, 다기능 디자인 개발이 있다. 사용하지 않는 의류를 수선한 후 재사용하거나 폐기처분된 소비재를 리폼하여 새로운 디자인으로 재탄생 시키는 것은 버려져 땅에 묻히거나 소각될 수도 있는 것에 새로운 생명을 불어 넣어 자원의 낭비와 에너지 절감 효과와 함께 환경오염을 방지하는 등 경제적 의미를 부여할 수 있다. 또한 재단 시 발생하는 원단 폐기물을 최소화하는 디자인을 개발 한다면 작업과정에서 발생하는 쓰레기 문제를 어느 정도 해결할 수 있다. 이것은 폐기물의 매립이나 소각을 줄여 환경오염을 방지할 수 있으며, 자투리 원단이 폐기되기 전에 사용할 수 있게 하거나 유행이 지난 원단들을 활용하는 시스템의 구축이 필요하다. 그리고 기본에 충실하며 품질 좋은 소재로 꼼꼼하게 공을 들여 제작한 고품질의 의류나 수공예에 의해 손맛이 많이 들어간 슬로패션 디자인은 형태 유지나 수명이 길어지므로 사용기간을 늘리도록 하는 역할을 하며 환경보호에 일조 할 수 있다. 또한 복합적인 기능성을 추가하거나 착장방법에 따라 형태변화를 주어 다양한 스타일로 연출한다면 사용

빈도를 높일 수 있고 여러 아이템의 불필요한 생산을 감소시켜 효율성을 증대시킬 수 있으므로 자원낭비를 방지할 수 있다.

셋째, 에코백이나 티셔츠를 활용하여 친환경 메시지를 전달하거나 판매수익금을 기부하는 친환경 캠페인 디자인은 적은 비용으로 기부소비문화를 유도하는 효과가 있다. 패션을 통해 무거운 주제의 슬로건을 티셔츠에 프린팅하거나 다양한 소재와 디테일을 활용한 감각적인 디자인을 개발함으로써 소비자들에게 거부감 없이 다가갈 수 있으므로 패션이 대중에게 환경 메시지를 보다 손쉽고 친근하게 전달하는 좋은 매개체임을 알 수 있다.

넷째, 노동과 시간에 정당한 가치를 부여하며 적절한 임금과 노동환경에서 작업한 재료를 정당한 대가를 주고 구입하고 제작하여 합리적인 가격에 판매하는 공정무역에 의한 디자인을 개발하는 것이다. 사회적 책임감으로 공정거래에 대한 새로운 인식이 중요해 지고 있으며, 이것은 정당한 근로 조건을 고려하게 하고 의류제조 지역의 발전에도 영향을 미치게 된다.

서스테인러블 패션디자인의 필요는 선택의 문제가 아니라 당연한 과제이다. 생태학적 관점에서 환경에 미치는 영향을 최소화하고 사회적 책임을 느끼며, 소비자가 진정으로 추구하는 차별적 가치까지 제공해야 한다. 소비자들은 서스테인러블 패션디자인의 필요성을 느끼고 있지만 단지 친환경이라는 것만으로는 구매하지 않는다. 환경문제에 관한 이해를 기반으로 소비자의 욕구에 부응하는 디자인 개발이 이루어져야 실질적인 실천으로 이어질 것이다.

참고문헌

- 1) 장현경 (2009. 6. 10). Eco-fashion in newyork, 서울패션센터 해외패션 리포트, 자료검색일 2009. 7. 10. <http://www.sfc.seoul.kr>

- 2) 그린패션 & 그린비즈니스 (2009. 11. 23). 한국섬유경제, 제1013호 p.7.
- 3) 권영걸 (2001). 공간 디자인 16강, 서울: 도서출판 국제, p.105.
- 4) 전종찬 (2004). 제품디자인에 나타난 에코디자인 경향에 대한 연구, 한국기초조형학연구, 5(1), p.264.
- 5) Fuard-Luke, A. (2002). The eco-design handbook, London: Thames & Hudson, p.15.
- 6) Charter, M. & Tischner, U. (2001). Sustainable Solution: Developing products and services for the future, London: Greenleaf, p.121.
- 7) 장현경. 앞의 자료.
- 8) 환경부 (2004). 환경백서 2004-2005, 서울: 환경부, p.71.
- 9) 김승범 (2009. 11. 23). 품질경영의 성패, 녹색경영에 달렸다, 조선일보, p.B5.
- 10) Salzman, M. L. & Matathia, I. (1999). next now: 손에 잡히는 미래, 이경희 옮김 (2008). 서울: 한국경제신문사, pp.124-127.
- 11) 네이버 용어사전(검색어: 탄소이력), 자료검색일 2010. 4. 1. <http://www.naver.com>
- 12) Carbon Footprint Co.(검색어: 카본프린트), 자료검색일 2010. 4. 1. <http://www.carbonfootprint.com>
- 13) 한국공정무역연합(검색어: Fair Trade Mark), 자료검색일 2010. 3. 7. <http://www.fairtradekorea.net>
- 14) 신수연 (2009. 11). 지속성장 가능한 패션 기업의 필수 조건, 한국패션협회 제 2회 글로벌 패션 포럼 심포지엄, pp.69-83.
- 15) 장현경. 앞의 자료.
- 16) 선정민 (2010. 1. 7). 옥수수로 만든 극세사, 나일론 보다 강하다, 조선일보, p.A14.
- 17) 예진수 (2008. 10. 13). 친환경을 입는다. ‘에코 패션’ 시대, 문화일보, 자료검색일 2009. 7. 10. <http://www.munhwa.com>
- 18) 정상균 (2010. 3. 4). 친환경·재활용 섬유소재 뜬다, 파이낸셜 뉴스, 자료검색일 2010. 3. 7. <http://www.fnnews.com>
- 19) 하승연, 박재욱 (2009). 친환경패션에 나타난 디자인적 요소의 특성, 한국의류학회지, 33(8), pp.1280-1292.
- 20) 신수연. 앞의 자료, p.76.
- 21) 이준형 (2010. 4. 12). 환경을 살리는 소비 리스��어 제품이 뜬다, 이투뉴스, 자료검색일 2010. 4. 15. <http://www.e2news.com>
- 22) 홍미경 (2009. 6. 5). 패션브랜드, 에코 패션 운동, 조이뉴스 24, 자료검색일 2009. 1. 7. <http://joynews.inews24.com>
- 23) Rosenthal, E. (2007. 1. 25). Can Polyester Save the World?, The New York Times, 자료검색일 2010. 3. 10. <http://www.nytimes.com>
- 24) 송혜진 (2010. 5. 7). 패스트패션 회사들 “이젠 슬로~”, 조선일보, p.A22.
- 25) 김준한 (2009. 11. 12). 손쉬운 에코라이프, 일본은 내 복전쟁중, KOTRA, 자료검색일 2010. 3. 1. <http://www.kotra.or.kr>
- 26) 김선화 (2009. 12. 4). 유럽 의상계에 혁신 일으키는 신 섬유소재, KOTRA, 자료검색일 2010. 4. 5. <http://www.kotra.or.kr>
- 27) 김진 (2009. 6. 25). 물건 사고 기부도 하고… 참 ‘착한 소비’가 뜬다, 조선일보, p.11.
- 28) 내가 산 단 하나뿐인 제품 그들에게겐 삶을 바꾸는 힘 (2010. 5. 4). 조선일보, p.D2.
- 29) 장현경. 앞의 자료.

A Study of Sustainable Fashion Design

Nam, Hoo Nam

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Keukdong College

Abstract

Sustainable fashion design is a relatively new concept that combines the concept of social responsibility with eco-friendly design, which simply emphasizes environment in design. Sustainable fashion design takes environmental impacts into consideration in the product development and tries to reduce environmental impacts across the product life cycle: from product planning to the end of product life. The purpose of this study is to define what sustainable fashion design is; to suggest good examples of realistic and executable designs and to establish a system that will induce active participation from consumer. Sustainable fashion design includes the followings. First, it uses eco-friendly materials such as natural fiber, recyclable fiber and biodegradable fiber. Secondly, sustainable design implies eco-friendly, recyclable design, which reuses and reforms. It minimizes fabric waste during cutting; promotes slow fashion which is of high quality, hand crafted products that is made to last long; and makes products that have multi-purpose functions. Thirdly, sustainable design actively supports design campaigns that promote environmental awareness, spread environmental messages, and raise money for a good cause through T-shirts with eco-friendly design and eco-bags. Lastly, fair trade product development from material sourcing, design, to sale is a way to respect human rights of the workers.

Key words: sustainable, eco-friendly, fair trade