한국패션디자인학회지 제12권 3호
Journal of the Korean Society of Fashion Design
Vol. 12 No. 3 (2012) pp.1-21

테크니컬 디자이너의 업무 특성에 관한 연구
- 국내 의류수출업체를 중심으로 -

김 안 지 · 김 소 라+
한솔섬유 해외영업부 사원
동덕여자대학교 디자인대학 패션디자인전공 부교수+

요 약

테크니컬 디자이너는 의류제품의 기획부터 생산단계 전면에서 의류의 기술적인 부분을 담당하는 패션 스페셜리스트이다. 본 연구에서는 테크니컬 디자이너의 중요성을 알리고 국내 내수브랜드 및 미래의 테크니컬 디자이너들에게 테크니컬 디자인에 대한 기초 자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위하여 국내 의류수출업체에 근무하는 테크니컬 디자이너를 대상으로 테크니컬 디자이너의 업무 특성 및 자격조건 등에 대하여 설문조사를 하였다. 국내 의류수출업체의 주요 제작 품목으로는 컷앤쏘우니트 제품이 가장 많고 그 다음이 우븐 제품으로 나타났다. 바이어와의 업무 전개에 대하여 본 연구의 조사결과 가장 높은 비율을 차지한 내용을 근거로 정리하면 다음과 같다. 바이어의 테크니컬 패키지가 의류수출업체인 벤더로 전달된 후 벤더에서는 한 개의 모델패턴을 제작한다. 테크니컬 패키지의 그레이딩 편차에 근거하여 그레이딩을 한 후 코어 사이즈로 샘플을 제작한다. 벤더 테크니컬 디자이너는 바이어와 동일한 드레스폼을 사용하여 피팅을 한다. 수정 · 보완된 샘플을 바이어에게 발송하면 바이어 테크니컬 디자이너는 드레스폼이나 핏모델을 사용하여 피팅을 한다. 피팅 결과에 근거하여 벤더에서는 패턴을 수정하고 프로덕션 패턴을 제작하여 공장 생산에 들어간다. 벤더 테크니컬 디자이너는 공장의 초두생산 결과를 확인한다. 테크니컬 디자이너의 업무를 분야별로 조사한 결과, 의복의 균형, 의복 구성요소의 위치, 의복 여유분에 관련된 피팅 업무가 테크니컬 디자이너의 주요 업무인 것으로 나타났다. 국내 의류수출업체에서 근무하는 테크니컬 디자이너는 전체적인 생산라인을 관리하기도 하지만 완벽한 의복을 빠른 시간 내에 제작할 수 있도록 샘플 제작과 수정에 주력하는 것으로 나타났다. 테크니컬 디자이너의 자격조건으로는 피팅능력, 패턴수정능력, 영어능력, 봉제방법에 대한 지식 등이 중요한 것으로 나타났다.

주제어 : 테크니컬 디자이너, 의류수출업체

접수일 : 2012년 7월 26일, 수정논문접수일 : 2012년 8월 27일, 게재확정일 : 2012년 8월 30일
교신저자: 김소라, ksr810@dongduk.ac.kr

I. 서 론

의류산업 환경은 세계화된 다국적 무역환경으로 변화하고 있다. 이러한 환경 하에서 패션업계는 세분화, 분업화된 전문성을 추구하는 것에서부터 디자인과 생산, 품질관리 등 전체를 아우르는 통합된 생산기술 매니지먼트가 중요하다. 또한 보다 소비자의 취향에 가까운 패션예측과 보다 짧은 리드타임(lead time)의 디자인, 생산, 상품유통 능력, 그리고 자동화된 설비의 효과적인 활용 등의 전문화가 요구되고 있다. 그러므로 의류업체들의 경쟁력 강화를 위해서는 전문 인력 및 전문 부서의 활성화로 기업 구조조정을 통한 경쟁력과 제품의 차별화, 고부가가치화가 요구된다고 하겠다.[1] 오늘날 많은 패션 브랜드들은 상품기획과 소매 유통, 마케팅 분야에 역량을 집중하고, 그 밖의 기능들은 아웃소싱을 하여 생산과 유통 비용을 절감하고 있다. 특히 서구 패션 선진국의 경우 생산공장을 직접 관리하지 않고 벤더(vendor)에 의뢰하여 생산을 한다. 그러므로 국가와 국가의 경계를 넘어 기업과 기업 간의 긴밀한 협력, 신속하고도 정확한 관계를 관리하는 능력이 무엇보다도 중요하게 대두되고 있다.[2] 서구 패션 선진국에 자체 브랜드를 둔 바이어들은 한국, 인도네시아, 인도, 중국의 상해, 홍콩, 심천 등지에 있는 의류무역회사인 벤더에 의류제품의 생산과 관리를 맡기고 있다. 이들 벤더는 제품의 관리와 부자재 수급을 충당하며 중국, 베트남, 인도네시아, 과테말라, 니카라과와 같은 저임금 국가에 현지 법인을 두고 의류제품을 생산하고 있다. 이와 같이 의류제품의 생산업무가 디자인업무와 분리되어 해외에서 진행하게 되면서 생겨난 직종 중의 하나가 테크니컬 디자이너이다. 테크니컬 디자이너는 이와 같은 다국적 무역환경 하에서 생겨난 의류산업의 새로운 직종으로 1980년대에 미국의 의류업체가 상품의 실제적인 제조를 하청업자들에게 맡기는 특정상품구매(specification buying)를 실행함으로써 새롭게 등장한 직종이다.[3]

테크니컬 디자이너에 대한 관심과 필요성이 증가하면서 의류수출업체들뿐만 아니라 일부 국내 내수브랜드에서도 테크니컬 디자인팀을 형성하려는 움직임이 나타나고 있으며, 현재 제일모직에 테크니컬 디자인팀이, 그리고 이랜드에 테크니컬 패키지팀이 구성되어 있는 상태이다. 그러나 아직 대부분의 국내 의류업체에서는 테크니컬 디자이너에 대한 인식이 부족하여 크게 필요성을 느끼지 못하고 있으며, 테크니컬 디자이너의 업무 내용과 성격이 명확히 인지되지 못하고 있는 실정이다. 국내 의류산업의 경쟁력을 향상시키기 위해서는 고부가가치화해야 하며,[4] 이를 위해서는 기술적인 문제를 해결할 수 있는 테크니컬 디자이너에 대한 인식과 함께 고용의 창출이 필요하다. 또한 전 세계적으로 테크니컬 디자이너의 자격조건을 갖춘 인재가 매우 부족한 실정으로 의류업체에서 테크니컬 디자이너를 구인하는데 큰 어려움을 겪고 있다.[5] 테크니컬 디자이너에 대한 중요성이 날로 높아지면서 2009년 9월부터 미국의 유명 패션스쿨인 Fashion Institute of Technology(F.I.T.)에서는 테크니컬 디자인 전공을 신설하여 전문적인 테크니컬 디자이너를 양성하기 위한 교육을 시작하였다. 국내에서는 패션전문대학원 한 곳에 테크니컬 디자인 전공이 있고, 패션관련 학원 한 곳에 테크니컬 디자인 과정이 있다.

본 연구는 테크니컬 디자이너의 업무 특성 및 자격조건 등에 대하여 설문조사하여 테크니컬 디자이너의 중요성을 알리고, 국내 의류업체와 미래의 테크니컬 디자이너들에게 테크니컬 디자인에 대한 기초 자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 본 연구의 설문조사 대상은 국내 의류수출업체에 종사하는 벤더 테크니컬 디자이너로 하였다. 이들을 설문 대상으로 선정한 이유는 본 연구에서 의류 생산에 중점을 두어 테크니컬 디자이너의 업무 특성에 대하여 연구하고자 하기 때문이다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 테크니컬 디자인 및 테크니컬 디자이너의 정의

테크니컬 디자인은 디자인을 스타일로 완벽하게 만들고 그 스타일을 타겟 고객이 요구하는 핏(fit)과 품질수준으로 생산 가능하게 하는데 필요한 일련의 과정을 포함한다.[6] 디자인과 디자인 디테일을 분석하고, 정확한 스케치가 나오도록 하며, 의복의 핏을 이해하고, 테크니컬 패키지(technical package)의 모든 디테일을 확인한다.[7] 이러한 테크니컬 디자인 업무를 수행하는 패션 스페셜리스트를 테크니컬 디자이너(technical designer, TD)라고 하고, 이들의 주요 업무가 핏을 보는 것이므로 이들을 핏 테크니션(fit technician, FT), 또는 핏 엔지니어(fit engineer, FE)라고도 부른다.[8]

2. 테크니컬 디자이너의 종류

테크니컬 디자이너는 소속에 따라 바이어 테크니컬 디자이너, 에이전트 테크니컬 디자이너, 벤더 테크니컬 디자이너의 3종류로 나눌 수 있으며 이들의 업무 또한 차이가 있다. 바이어 테크니컬 디자이너는 자체 브랜드가 있는 의류업체에 소속이 되어있는 테크니컬 디자이너를 말한다. 대표적인 바이어로는 Abercrombie, Gap Inc., Hollister, Uniclo, Victoria Secret, Zara 등의 의류업체와 JC Penny, Kohl's, Macy's, Target, Walmart 등의 유통업체가 있다. 에이전트 테크니컬 디자이너는 바이어와 벤더 회사의 의사소통을 원활하게 하기 위한 역할을 한다. 대표적인 에이전트로는 AMC Korea, Gap Inc. Korea, JC Penny Korea, Li & Fung Korea, Macy's Korea, MAST Korea 등이 있다. 벤더 테크니컬 디자이너는 실질적으로 생산관리를 하는 의류무역회사에 소속 되어있는 테크니컬 디자이너이다. 국내의 대표적인 벤더는 세아상역, 한세실업, 한솔섬유 등이다.

이들의 업무 과정을 간략하게 살펴보면, 바이어 테크니컬 디자이너는 디자이너의 디자인을 바탕으로 테크니컬 패키지를 작성하여 에이전트로 이를 전달한다. 에이전트 테크니컬 디자이너가 바이어로 부터 전달받은 테크니컬 패키지를 확인하고 불가능한 사항들을 바이어에게 미리 연락하고 수정하여 수정된 테크니컬 패키지를 벤더로 전달하면 벤더 테크니컬 디자이너는 이를 받아 수정사항을 반영하여 샘플을 제작한다. 제작된 샘플을 에이전트로 발송하면 에이전트에서 이를 확인하고 테크니컬 패키지대로 샘플이 제작되었는지를 확인하고 바이어에게 이를 발송한다. 바이어는 에이전트로부터 받은 샘플을 확인하고 수정사항이 있는지를 체크한 뒤 수정사항이 있으면 다시 에이전트에 테크니컬 패키지를 보내어 수정하도록 하고 벤더에 수정을 의뢰한다. 샘플이 승인되면 본 생산을 하도록 에이전트로 지시사항을 전달한다. 과거에는 바이어와 벤더 중간에 필수적으로 에이전트가 있어서 이들 업무의 중개역할을 하였으나 최근 들어 비용 절감, 영어 가능자의 증가 등의 원인에 의해 에이전트 없이 바이어가 직접 벤더로 일을 의뢰하는 경우가 늘어나고 있다.

3. 테크니컬 디자이너의 역할

테크니컬 디자이너는 의복의 품질을 좌우하는 감성적, 기술적 전문성을 가지고 의복제품의 기획에서부터 생산단계의 전면에서 의복의 기술적인 부분을 담당하는 패션 스페셜리스트로서 맞음새와 봉제방법, 샘플의 품질을 전체적으로 책임지고 담당하는데 주도적인 역할을 한다. 테크니컬 디자이너는 공장의 제조자들과 연관이 되어 샘플의 제작과 관계된 일을 하는 실제 의류생산공정에서 가장 중요한 조종자의 역할을 담당한다.[9] 작업지시서에

해당하는 테크니컬 패키지에 근거하여 디자이너의 디자인 의도에 맞는 상품을 제작하기 위하여 패턴사와 생산관련 구성원들과 협의하여 일을 진행하는 업무를 수행한다.[10] 테크니컬 디자이너가 상세명세서(specification package)를 확인하고, 프로덕션 샘플을 리뷰하고 승인하며, 사이즈를 체크하고 공장과 함께 문제를 해결하면서 의복의 품질을 같은 수준으로 유지할 수 있도록 한다.[11] 이들은 생산 진행과정에서 발생 가능한 문제점을 미리 예견하여 초기에 조정하거나 문제에 대한 방안을 제시함으로써 생산 일정에 차질이 없도록 하는 역할을 한다. 작업기간이 점점 단축되는 추세로 인해 이들의 역할은 더욱 중요해지고 있다.[12]

이와 같이 테크니컬 디자이너의 주된 역할은 모든 사람들이 기대하는 의복의 품질을 향상시키고 만족시켜주는 것이라고 할 수 있다. 테크니컬 디자이너는 의복의 맞음새를 보는데 있어 중추적인 역할을 할뿐만 아니라 생산과정에 있어 발생하는 많은 문제들을 해결한다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 조사 방법 및 기간

의류수출업체 테크니컬 디자이너의 업무 특성을 파악하기 위하여 문헌고찰을 통해 설문지를 작성하고, 테크니컬 디자이너들을 대상으로 한 예비조사를 거쳐 설문지를 완성하였다. 예비조사를 통하여 이론적 배경에서 밝힌 테크니컬 디자이너의 종류를 알 수 있었으며, 벤더 테크니컬 디자이너의 업무내용에 따라 문항과 보기문항을 작성할 수 있었다. 본 설문조사는 2010년 3월 15일부터 5월 28일까지 약 11주에 걸쳐 실시하였다.

2. 조사대상 선정

국내 의류수출업체 중에서 테크니컬 디자이너가 있는 업체 중 설문이 가능한 8개 업체를 설문조사 대상업체로 선정하였다. 이들 업체명은 세아상역, 한세실업, 한솔섬유, 노브랜드, 지지무역, 신성통상, 풍인무역, 남양인터내셔날이다. 설문 대상자는 이들 업체에 근무하고 있는 테크니컬 디자이너들 중에서 설문에 응한 39명으로 하였다<표 1>.

3. 조사내용

조사내용은 응답자의 인구통계학적 사항, 업체 일반사항, 테크니컬 디자이너의 구성, 바이어와의 업무, 테크니컬 디자이너의 업무, 테크니컬 디자이너의 자격조건의 6개 영역으로 나누어 총 51문항에 대하여 조사하였다.

Ⅳ. 연구결과 및 고찰

1. 인구통계학적 사항

인구통계학적 사항에서는 응답자의 경력, 직업만족도, 학력 및 테크니컬 디자인 교육 등에 대하여 조사하였다. 테크니컬 디자이너 경력에 대한 응답은 '2년 이상~3년 미만' 10명(25.6%), '1년 미만' 8명(20.6%), '4년 이상~5년 미만' 7명(17.9%), '1년 이상~2년 미만' 6명(15.4%)의 순으로 나타났

<표 1> 설문에 응답한 의류수출업체별 테크니컬 디자이너 수

(단위: 명)

업체명	세아상역	한세실업	한솔섬유	노브랜드	지지무역	신성통상	풍인무역	남양인터내셔날	합계
인원수	5	10	8	8	2	3	1	2	39

다<표 2>. 기타로는 15년, 20년 이상 테크니컬 디자이너로 일을 해왔다는 응답이 있었다. 응답자의 61.6%가 테크니컬 디자이너의 경력이 3년 미만으로 나타나 업무 중요도에 비해 경력이 많지 않은 것을 알 수 있다. <표 3>은 테크니컬 디자이너의 전직에 대한 결과이다. '패션 디자이너'가 19명(48.7%)으로 가장 많이 나타났고, '패션 머천다이저' 10명(25.6%), '해외영업부 사원' 4명(10.3%) 등의 순으로 나타났다. 기타에는 첫 번째 직업이 테크니컬 디자이너인 경우가 다수 포함되어 있었다.

'테크니컬 디자이너가 되기 이전의 모든 직업의 경력이 얼마나 되는가'에 대한 결과는 <표 4>와 같다. '1년 이상~2년 미만'이 10명(25.6%)으로 가장 높게 나타났고 '3년 이상~4년 미만'은 8명(20.6%), '2년 이상~3년 미만'은 7명(17.9%) 등으로 나타났다. 테크니컬 디자이너로서 근무한 업체 수는 '한 곳'이 23명(58.8%), '두 곳'이 8명(20.6%), '세 곳'이 6명(15.4%)으로 나타났다<표 5>.

테크니컬 디자이너의 직업 만족도에 대한 응답은 '약간 만족' 14명(35.9%), '매우 만족' 13명(33.3%), '보통' 12명(30.8%)의 순으로 나타났고, 불만족인 경우는 없는 것으로 나타났다. 한국고용정보원(2012)[13]이 2010년부터 2011년까지 우리나라의 759개 직업 현직 종사자 2만6천여 명을 대상으로 실시한 직업만족도에 관한 설문조사 결과를 보면, 패션 디자이너의 직업만족도는 100점 만점을 기준으로 했을 때 45점, 패턴사는 43점으로 나타났다. 이 조사에서 테크니컬 디자이너는 759개 직업에 포함되지 않아 정확한 비교를 하기는 어려우나 본 연구에서 조사한 테크니컬 디자이너의 직업만족도가 월등히 높은 것을 추측해 볼 수 있다<표 6>.

테크니컬 디자이너의 학력에 대한 응답은 4년제 대학 졸업이 89.7%로 가장 높게 나타났으며, 기타로는 대학원 박사 재학으로 응답한 경우도 있었다<표 7>. 이들은 모두 의류, 의상 관련 학과를 졸업하였다고 하였으며, 유학경험이 있는 경우는

<표 2> 테크니컬 디자이너 경력

(N=39)

경력	인원수(명)	비율(%)
1년 미만	8	20.6
1년 이상 ~ 2년 미만	6	15.4
2년 이상 ~ 3년 미만	10	25.6
3년 이상 ~ 4년 미만	5	12.8
4년 이상 ~ 5년 미만	7	17.9
5년 이상 ~ 6년 미만	1	2.6
기타	2	5.1

<표 3> 테크니컬 디자이너의 전직(복수응답)

(N=39)

전직	인원수(명)	비율(%)
패션 디자이너	19	48.7
패션 머천다이저	10	25.6
패턴사	1	2.6
그레이더	0	0.0
해외영업부 사원	4	10.3
기타	11	28.2

<표 4> 테크니컬 디자이너의 전직 경력

(N=39)

경력	인원수(명)	비율(%)
1년 미만	4	10.3
1년 이상 ~ 2년 미만	10	25.6
2년 이상 ~ 3년 미만	7	17.9
3년 이상 ~ 4년 미만	8	20.6
4년 이상 ~ 5년 미만	5	12.8
5년 이상 ~ 6년 미만	3	7.7
기타	2	5.1

<표 5> 테크니컬 디자이너로서 근무한 업체 수

업체수 / 통계량	한 곳	두 곳	세 곳	네 곳	다섯 곳	기타	합계
인원수(명)	23	8	6	1	1	0	39
비율(%)	58.8	20.6	15.4	2.6	2.6	0.0	100.0

17명(43.6%)으로 유학경험 비율이 매우 높은 것을 알 수 있다. 이들의 전공은 테솔(TESOL)을 전공한 1명을 제외하고는 패션디자인, 패션마케팅, 패턴메

<표 6> 테크니컬 디자이너의 직업 만족도

만족도 / 통계량	매우 만족	약간 만족	보통	약간 불만족	매우 불만족	합계
인원수(명)	13	14	12	0	0	39
비율(%)	33.3	35.9	30.8	0	0	100.0

<표 7> 테크니컬 디자이너의 학력

학력 / 통계량	고졸	2년제 전문대졸	4년제 대학졸	대학원 석사졸	대학원 박사졸	기타	합계
인원수(명)	0	0	35	3	0	1	39
비율(%)	0	0	89.7	7.7	0	2.6	100.0

이킹 등으로 나타났다.

‘테크니컬 디자이너를 시작하기 전에 테크니컬 디자인에 대한 교육을 받은 적이 있는가’에 대한 응답은 ‘예’가 7명(17.9%), ‘아니오’가 32명(82.1%)으로 나타나 테크니컬 디자인에 대한 교육기회가 많지 않은 것을 알 수 있다. 교육을 받은 사람들은 Li & Fung Korea, AMC Korea 등의 에이전트나 Target 등의 바이어, 유학시절 Istituto Carlo Secoli, F.I.T. 등의 학교에서 교육을 받았다고 응답하였다. 테크니컬 디자이너로 근무하면서 재교육의 필요성을 느끼는가에 대한 응답은 ‘예’가 31명(79.5%), ‘아니오’가 8명(20.5%)으로 나타나 80%에 가까운 테크니컬 디자이너들이 재교육의 필요성을 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 테크니컬 디자이너에게 재교육이 필요한 부분에 대한 결과는 <표 8>과 같다. ‘패턴수정방법’ 20명(64.5%), ‘봉제’ 15명(48.4%), ‘피팅기술’ 14명(45.2%), ‘업무에 필요한 영어’ 12명(38.7%), ‘소재’ 11명(35.5%) 등의 순으로 나타났다. 기타로는 회사 업무의 전체적인 흐름, 생산성, 문화적 차이 극복 등의 응답이 나왔다. 현직 테크니컬 디자이너들도 패턴수정방법이나 봉제, 피팅기술 등에 대한 재교육 필요성을 많이 느끼는 것으로 나타나 이들 부문에 대한 교육의 중요성을 다시 한 번 강조할 필요가 있다.

<표 8> 테크니컬 디자이너의 재교육 필요 부분(복수응답)

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	바이어와의 업무 진행방법	7	17.9
2	패턴수정방법	20	51.3
3	피팅기술	14	35.9
4	소재	11	28.2
5	봉제	15	38.5
6	검품(QC)	4	10.3
7	업무에 필요한 영어	12	30.8
8	기타	4	10.3

2. 업체 일반사항

조사대상 의류수출업체의 테크니컬 디자이너가 담당하고 있는 바이어 업체는 대부분이 미국에 자체 브랜드 본사를 두고 있는 곳이었다. 이에 대한 설문조사 결과는 <표 9>와 같다. Gap Inc., JC Penny, Kohl’s, Macy’s, Target, Walmart 등의 바이어는 규모가 커서 여러 의류수출업체에 하청을 주므로 국내 의류수출업체에서도 겹치는 경우가 있었다. 또한 PB 브랜드를 여러 개 소유하고 있는 JC Penny, Kohl’s, Macy’s, Sears, Target, Walmart 등의 유통업체 바이어는 브랜드명 대신 유통업체명으로 응답하여 여러 브랜드를 나타낸 경우도 있었다.

‘국내 의류수출업체의 주요 제작품목은 무엇인

<표 9> 설문조사한 의류수출업체의 바이어 현황

의류수출업체	바 이 어
세아상역	Abercrombie & Fitch, Hollister, Gap Inc., Sears, Target(Mossimo Supply등), Kohl's(Croft & Barrow, Apt. 9, Hang ten 등), Walmart 등
한세실업	BCBG, Gap Inc., The Limited, Victoria Secret, Kohl's, Macy's, Target, Walmart 등
한솔섬유	FILA, ELLE, Gap Inc., Victoria Secret, Kohl's(Hang ten, Candies 등), JC Penny(Arizona, Okie Dokie 등)
노브랜드	American Eagle Outfitters Inc., Daine Von Furstenberg, Gap Inc., JC Penny, Target 등
지지무역	Macy's(Alfani, JM Collection, Style & Co. 등)
신성통상	American Eagle Outfitters Inc., Daine Von Furstenberg, Target, Gap Inc., JC Penny 등
풍인무역	JC Penny(Allen B, Worthington 등)
남양인터내셔날	Kohl's, Target 등

가'에 대하여 복수응답이 가능하도록 한 결과, 컷앤쏘우니트(cut-and-sew knit) 제품이 33명(84.6%), 우븐(woven) 제품이 12명(30.8%)으로 나타나 컷앤쏘우니트 제품의 생산이 월등히 높은 것을 알 수 있다. 스웨터나 수영복, 액세서리를 주요 제작품목이라고 응답한 경우는 없는 것으로 나타났다. 이는 일부 벤더에서 이들 품목을 제작하는 경우가 있기는 하나 주요 제작품목으로 이들 품목을 제작하지는 않는 것을 알 수 있다. 컷앤쏘우니트는 일명 '다이마루'라고 칭하는 환편 니트를 말하는 것으로 니트지만 스웨터와 달리 재단과 봉제를 통해 의류제품을 제작하는 소재를 말한다. 우븐은 경사와 위사가 만나 직조되는 원단을 말하며, 스웨터는 재단 없이 의류제품을 제작하는 편성물을 말한다.

3. 테크니컬 디자이너의 구성

'테크니컬 디자인팀이 따로 구성되어 있는가'에 대한 응답은 '예'가 37명(94.9%), '아니오'가 2명(5.1%)으로 나타나 대부분의 벤더에서는 테크니컬 디자인팀을 구성하여 운영하고 있는 것으로 나타나 이들의 역할이 큰 것을 알 수 있다. 테크니컬 디자이너의 소속부서에 대해서 세아상역은 생산관리본부 테크니컬 디자인팀이라고 응답하였고, 한세실업은 R&D(research & development)부 Fit Tech 팀, 한솔섬유는 R&D부 테크니컬 디자인팀, 노브랜드는 품질관리본부 테크니컬 서비스팀, 신성통상은 R&D부 테크니컬 디자인팀, 풍인무역은 영업본부 테크니컬 디자인팀, 남양인터내셔날은 개발실 테크니컬 디자인팀이라고 응답하였다. 지지무역의 경우에는 테크니컬 디자인팀이 따로 구성되어있지 않고 생산관리부 디자인팀에 속해 있다고 응답하였다. 이와 같이 테크니컬 디자인팀의 소속부서가 생산관리부, R&D부, 품질관리본부, 영업본부, 개발실 등 다양한 것을 알 수 있다.

4. 벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 업무

벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 커뮤니케이션 시 에이전트를 통해 업무를 진행하는가에 대한 질문의 응답은 '예'가 18명(46.2%), '아니오'가 21명(53.8%)으로 에이전트를 통하지 않고 벤더와 바이어가 직접 업무를 진행하는 경우가 더 많은 것으로 나타났다. 최근 들어 에이전트 없이 바이어가 벤더와 직접 업무를 진행하는 비율이 높아지는 추세에 상응하는 결과로 볼 수 있다. Gap Inc., Kohl's, Target 등이 벤더 다이렉트(vendor direct)로 일을 진행하는 대표적인 바이어이다. <표 10>은 본 연구에서 조사한 벤더에서 이용하는 에

이전트와 그 빈도를 정리한 것이다. 에이전트를 통해서 업무를 진행하는 경우(18명)라도 한 명의 테크니컬 디자이너가 여러 바이어를 담당하고 있는 경우 이용하는 에이전트가 여러 개가 되기도 하므로 총 응답자 수가 24명으로 나타났다.

벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 커뮤니케이션 방법에 대한 결과는 <표 11>과 같다. 에이전트를 통하여 바이어와 업무를 진행하는 경우에는 벤더가 직접 바이어와 업무를 하지 않기 때문에 바이어와의 업무 문항에 대해서는 에이전트를 통한다고 응답한 18명을 제외한 21명을 설문대상으로 하였다. 그러므로 21명을 100.0%로 하여 비율을 정리하였다. 응답방법은 사용하는 커뮤니케이션 방법 중에서 순위를 쓰도록 하였으며, 그 결과 1순위로 가장 많이 사용하는 방법은 '이메일'이 16명(76.2%)으로 가장 많았고, 2순위로는 '전화'가 8명(38.1%), 3순위와 4순위는 '직접 만남'으로 나타났으며, 화상은 많지 않는 것으로 나타났다. 기타 중에는 바이어의 온라인 홈페이지를 이용하여 커뮤니케이션을 한다는 응답도 있었다. 3순위와 4순위의 응답자 수가 적은 이유는 사용하지 않는 커뮤니케이션 방법에 대해서는 응답을 하지 않았기 때문이다. <표 12>는 벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 업무를 정리한 것이다. 설문 시 해당사항에 체크하고 빠진 것이 있으면 빈칸에 기입하도록 하였다. '벤더 피팅'이 21명(100.0%), '패턴 수정 및 2차 샘플 제작'이 21명(100.0%)으로 가장 높게 나타났다. 이를 보면 테크니컬 디자이너는 의복의 피팅과 패턴수정 업무에 주력하는 것을 알 수 있다. 처음 생산을 시작할 때 바이어가 관여하지 않고 벤더의 테크니컬 디자이너와 영업팀이 테크니컬 패키지를 리뷰하고 샘플에 가격옵션을 반영하여 바이어에게 제출한다고 응답한 경우도 있었다. '프로덕션 패턴 제작'에서는 공장 투입 전에 그레이딩 된 상태의 네스트 패턴(nested pattern)을 검토하여 그레이딩 룰값을 확인하고 라인을 수정한 후에 벤더에서 점프(jump) 사이즈로 전생산견본(preproduction sample)을 제작하여 드레스폼에 입혀서 확인 및 수정작업을 거친 후 공장에 투입하

<표 10> 이용하는 에이전트(복수응답)

(N=24)

에 이 전 트	인원수(명)	비율(%)
AMC Korea	5	20.8
Li & Fung Korea	5	20.8
MAST Korea	2	8.3
JC Penny Korea	5	20.8
GIS Korea	2	8.3
Perry Ellis Korea	1	4.2
Macy's Korea	2	8.3
기타	2	8.3

<표 11> 벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 커뮤니케이션 방법

(N=21)

순 위	항 목	인원수(명)	비율(%)
1순위	직접 만남	1	4.8
	이메일	16	76.2
	전화	0	0.0
	화상	0	0.0
	기타	4	19.0
	합계	21	100.0
2순위	직접 만남	5	23.8
	이메일	4	19.0
	전화	8	38.1
	화상	3	14.3
	기타	1	4.8
	합계	21	100.0
3순위	직접 만남	8	38.1
	이메일	0	0.0
	전화	6	28.6
	화상	6	28.6
	기타	0	0.0
	합계	20	95.3
4순위	직접 만남	7	38.9
	이메일	0	0.0
	전화	3	14.3
	화상	5	13.2
	기타	0	0.0
	합 계	15	66.4

<표 12> 벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 업무

(N=21)

항 목	인원수(명)	비율(%)
벤더 영업부에서 텍픽(T/P)을 받아 원단 요척, 부자재 수량, 원가 산정, 원단 발주	16	76.2
1차 샘플 제작(패턴제작, 피팅할 샘플 제작)	18	85.7
벤더 피팅	21	100.0
패턴수정 및 2차 샘플 제작	21	100.0
바이어에게 샘플 발송	20	95.2
바이어와의 피팅	18	85.7
프로덕션 패턴 제작(그레이딩), 공장 투입	19	90.5
모든 사이즈의 초두 생산(TOP: top of production) 확인	14	66.7

여 점프 사이즈로 생산견본(production sample)을 제작한다고 응답한 경우도 있었다. '모든 사이즈의 초두 생산(TOP: top of production) 확인'이 66.7%로 가장 낮게 나타나 공장에서의 본격적인 첫 생산까지는 테크니컬 디자이너가 관여하지 않는 경우도 많은 것을 알 수 있다. 이는 TOP를 공장에 지시하는 업무는 영업팀에서 담당하고, 테크니컬 디자이너는 영업팀의 요구가 있을 경우 영업팀에서 받은 TOP 제품에 대하여 피팅을 보는 것을 의미한다.

5. 테크니컬 디자이너의 업무

'패턴을 제작하는 곳이 어디인가'에 대한 응답은 '벤더' 36명(92.3%), '벤더의 해외공장' 2명(5.1%), 기타 1명(2.6%)의 순으로 나타났다. 바이어의 패턴실에서 패턴을 제작하고 수정하는 경우[14]도 있으나, 본 연구 결과에서는 바이어의 패턴실에서 패턴을 제작하는 경우는 없는 것으로 나타났다. <표 13>은 '모델패턴은 몇 개의 사이즈로 제작하여 그레이딩 하는가'에 대한 결과이다. 34명(87.2%)의 응답자가 모델패턴을 1개 제작한다고 하였다.

<표 13> 모델패턴 제작 수

패턴 수 / 통계량	1개	2개	3개	기타	합계
인원수(명)	34	1	2	2	39
비율(%)	87.2	2.6	5.1	5.1	100.0

생산하는 사이즈 수가 많을 경우에는 2개, 3개를 제작한다고 응답한 경우도 있었으나 대부분의 업체에서 모델패턴을 1개 제작한 후 여러 사이즈로 그레이딩 하는 것으로 나타났다. '제작하는 샘플의 사이즈'는 32명(82.1%)의 응답자가 '코어(core) 사이즈', 4명(10.2%)이 '점프 사이즈'라고 하였다<표 14>. 이와 같이 코어 사이즈로만 샘플을 제작하는 경우가 월등히 많은 것을 알 수 있다. 코어 사이즈 샘플은 세일즈 샘플(sales sample)이라 고도 한다. 코어 사이즈는 생산하는 사이즈 중 메인으로 바이어에게 보내는 사이즈를 의미한다. 소비자의 연령대에 따라 스몰 사이즈나 미디움 사이즈가 코어 사이즈가 되기도 한다. 점프 사이즈는 한 사이즈씩 건너뛰는 사이즈를 의미하는 것으로, 샘플 제작 시 한 사이즈씩 건너서 샘플을 제작하는 것을 의미한다.

'그레이딩을 하는 곳은 어디인가'에 대하여 37명(94.9%)이 '벤더', 2명(5.1%)이 '벤더의 해외공장'으로 응답하였다. 패턴제작과 그레이딩 업무가 대부분 바이어 본사나 벤더의 해외공장에서 이루어지지 않고 벤더에서 이루어지고 있는 것을 알 수 있다. 그러므로 패턴관련 업무는 벤더의 주요 업무 중 하나라고 할 수 있다. '바이어가 그레이딩 편차를 제공하는가'에 대한 질문에 대하여 36명(92.3%)의 응답자가 '바이어가 그레이딩 편차를 제공한다'고 응답하여 대부분의 바이어가 벤더에게

<표 14> 제작하는 샘플의 사이즈

통계량 \ 사이즈	모든 사이즈	점프 사이즈	코어 사이즈	기타	합계
인원수(명)	1	4	32	2	39
비율(%)	2.6	10.2	82.1	5.1	100.0

그레이딩 편차를 제공하고 있는 것을 알 수 있다. 바이어가 그레이딩 편차를 제공하지 않는다고 응답한 3명(7.7%)은 테크니컬 디자이너가 그레이딩 편차를 직접 만들거나 유사한 다른 브랜드의 그레이딩 편차를 사용한다고 하였다. 그리고 그레이딩 담당자가 편차를 제시하는 경우와 CAD팀에서 기본 그레이딩 편차를 기준으로 밸런스를 맞추어서 수정하는 경우가 있다고 하였다.

'바이어에게 패턴을 제공하는가'에 대해서는 27명(69.2%)의 응답자가 '예', 12명(30.8%)의 응답자가 '아니오'라고 하여, 30% 이상이 바이어에게 패턴을 제공하지 않는 것을 알 수 있었다. 패턴을 제공하지 않는 이유에 대해서는 '아니오'라고 응답한 12명 중 4명(33.3%)이 '바이어가 다른 벤더에 패턴을 넘겨 일을 주는 것을 방지하기 위하여'라고 하였으며, 2명(16.7%)은 '자사의 패턴을 보호하기 위하여'라고 하였다. '기타'로 응답한 6명(50.0%)은 '바이어는 샘플로만 핏을 보기 때문에', '바이어가 패턴 업무를 하지 않기 때문에', '바이어가 패턴을 요구하지 않기 때문에', '기본 슬로퍼 패턴을 참조하여 패턴을 새로 제작하기 때문에' 등의 이유로 바이어에게 패턴을 제공하지 않는다고 하였다.

<표 15>는 '벤더에서의 샘플 피팅은 보통 몇 차까지 하는가'에 대한 결과는 '1차'가 20명(51.2%)으로 가장 많았고, '2차' 8명(20.5%), '안 한다' 4명(10.3%), '4차 이상' 4명(10.3%), '3차' 3명(7.7%)의 순으로 나타났다. 샘플 피팅을 한 번만 하는 경우가 가장 많이 나타난 이유는 테크니컬 디자이너가 샘플 피팅에 참여함으로써 피팅을 최소화 하는 역할을 하기 때문으로 추측해 볼 수 있다. '4차 이상'이라고 응답한 경우는 '아이템의 구성이 복잡한 경우'이고, '피팅을 안 한다'고 응답한 경우는 '간단한 기본 아이템이기 때문'인 것으로 나타났다. '벤더에서 샘플 피팅 시 어떤 드레스폼을 사용하는가'에 대해서 모든 업체가 '바이어와 동일한 드레스폼을 사용한다'고 응답하였으며, 동일한 조건에서 핏을 봐야 정확하기 때문에 바이어의 드레스폼 제작업체에서 벤더가 바이어와 동일한 드레스폼을 구입하여 사용한다고 하였다. 반면, 벤더에서 드레스폼을 직접 주문 제작하여 사용하는 경우는 없는 것으로 나타났다. '벤더에서 소유하고 있는 드레스폼의 사이즈'에 대해서는 34명(87.2%)이 '샘플로 제작하는 사이즈의 드레스폼'이라고 응답하였고, 5명(12.8%)이 '생산하는 모든 사이즈의 드레스폼'이라고 응답하였다. 이와 같이 벤더에서는 샘플로 제작하는 사이즈의 드레스폼만을 소유하고 있는 경우가 월등히 많은 것을 알 수 있다.

<표 16>은 '벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 피팅 커뮤니케이션 방법'에 대한 결과이다. 1순위로 '피팅결과를 사진촬영 하여 바이어에게 이메일로 보내는 방법'이 20명(95.2%)으로 가장 많이 나타났고, 2순위로는 '화상'이 8명(38.1%)으로 나타났다. 앞의 '<표 12> 벤더 테크니컬 디자이너와

<표 15> 벤더에서의 샘플 피팅 횟수

통계량 \ 횟수	안 한다	1차	2차	3차	4차 이상	합계
인원수 (명)	4	20	8	3	4	39
비율(%)	10.3	51.2	20.5	7.7	10.3	100.0

바이어와의 커뮤니케이션 방법' 결과와 같이 이메일을 사용하여 바이어와 피팅 커뮤니케이션을 하는 방법이 가장 많이 나타난 것은 화상이나 직접 만나는 것보다 편리하기 때문이라고 볼 수 있다. 직접 만나는 경우는 벤더나 바이어의 테크니컬 디자이너가 출장을 가서 만나는 경우이므로 많이 나타나지 않았다. '생산하는 모든 사이즈의 샘플을 피팅하는가'에 대한 결과는 '예'가 2명(5.1%), '아니오'가 7명(94.9%)으로 나타났다. 생산하는 모든 사이즈에 대하여 피팅을 하지 않는 이유는 피팅에 걸리는 시간, 비용 등의 생산성 문제 때문으로 추측할 수 있다. '벤더와 바이어와의 테크니컬 디자이너가 함께 피팅을 할 때 핏모델을 사용하는가'에 대한 결과는 '예'가 19명(48.7%), '아니오'가 20명(51.3%)으로 비슷한 비율을 나타냈다. 바이어와의 피팅은 벤더에서 테크니컬 디자이너가 수정·보완한 샘플을 바이어에게 보낸 후 바이어가 직접 피팅을 보며 벤더의 테크니컬 디자이너와 커뮤니케이션하는 것을 의미한다. 또한 바이어 또는 벤더의 테크니컬 디자이너가 출장을 통해 함께 피팅을 보는 경우도 포함된다. '벤더와 바이어와의 테크니컬 디자이너가 함께 피팅을 할 때 핏모델을 선호하는 이유'에 대하여 복수응답이 가능하도록 하였다. '착용감을 볼 수 있기 때문에'가 16명(84.2%)으로 가장 많았고, '움직임에 따른 옷 모양의 변화를 알 수 있기 때문에'가 8명(42.1%), '목부분의 형태와 착탈의 확인이 용이하므로'가 6명(31.6%), '소매부분의 형태와 착탈의 확인이 용이하므로'가 5명(26.3%)의 순으로 나타났다.

<표 16> 벤더 테크니컬 디자이너와 바이어와의 피팅 커뮤니케이션 방법

(N=21)

순 위	항 목	인원수(명)	비율(%)
1순위	직접 만남	0	0.0
	화상	0	0.0
	3D 가상피팅	0	0.0
	사진(이메일)	20	95.2
	기타	1	4.8
	합계	21	100.0
2순위	직접 만남	4	19.0
	화상	8	38.1
	3D 가상피팅	0	0.0
	사진(이메일)	0	0.0
	기타	1	4.8
	합계	13	61.9
3순위	직접 만남	5	23.8
	화상	1	4.8
	3D 가상피팅	0	0.0
	사진(이메일)	0	0.0
	기타	0	0.0
	합계	6	28.6

기타는 2명(10.5%)으로 '바이어의 요청 때문에', '브랜드 콘셉트에 맞는 피팅 기준이므로'와 같이 응답하였다. '벤더와 바이어와의 테크니컬 디자이너가 함께 피팅을 할 때 드레스폼을 선호하는 이유' 또한 복수응답이 가능하도록 하였다. '사이즈가 맞는 핏모델을 찾기 어렵기 때문에'가 13명(65.0%)으로 가장 많았고, 기타가 12명(60.0%)으로 나타났다. 마지막으로 '좌우 균형이 잘 맞기 때문에'가 6명(30.0%)으로 나타났다. 기타에는 '벤더와 바이어가 동일한 상황에서 핏을 볼 수 있기 때문에', '일관성 있는 핏을 볼 수 있기 때문에', '핏모델마다 미세한 사이즈의 차이가 있기 때문에', '바이어의 요청에 따라 드레스폼으로 핏을 보기 때문에', '브랜드 체형에 따라 핏이 달라지므로', '시간과 비용이 많이 들기 때문에', '대량생산이므로 진행스타일 수가 많아 핏모델의 사용이 어렵기 때문에' 등의 응답이 나왔다.

'가상 피팅용 3D 프로그램을 사용하여 피팅을 하는가'에 대한 질문에 대하여 39명(100.0%) 모두 '아니오'라고 응답하였다. 미국의 거버 테크놀로지(Gerber Technology)와 프랑스의 렉트라(Lectra), 우리나라 기업인 (주)클로버추얼패션과 (주)피센 등에서 가상 피팅용 3D 프로그램을 개발하였으나 아직까지는 이들 프로그램에 대한 인지도가 낮고

<표 17> 가상 피팅용 3D 프로그램을 도입할 의사가 없는 이유(복수응답)

(N=35)

항 목	인원수(명)	비율(%)
소재 특성이 정확히 반영되지 않기 때문에	13	37.1
실루엣을 정확히 보기 어렵기 때문에	11	31.4
피팅을 정확히 보기 어렵기 때문에	18	51.4
기타	10	28.6

기술적인 부분에 대한 신뢰도가 낮아 사용하지 않고 있는 것으로 보인다. 또한 실제 샘플로 피팅을 하는 것이 정확하기 때문에 가상 피팅용 3D 프로그램을 사용하지 않고 있는 것으로 생각된다. '가상 피팅용 3D 프로그램을 도입할 의사가 있는가'에 대한 질문에는 35명(89.7%)이 '아니오'라고 응답하여 가상 피팅용 3D 프로그램에 대해 긍정적이지 못한 것을 알 수 있다. '가상 피팅용 3D 프로그램을 도입할 의사가 없는 이유'에 대한 결과는 <표 17>과 같다. '피팅을 정확히 보기 어렵기 때문에'가 13명(51.4%)으로 가장 많았고, '소재 특성이 정확히 반영되지 않기 때문에'가 13명(37.1%), '실루엣을 정확히 보기 어렵기 때문에'가 11명(31.4%)으로 나타났다. 기타 10명(28.6%)은 '프로그램을 몰라 효과를 알 수 없기 때문에', '드레스폼의 핏으로 만족하기 때문에', '실물과 너무 다르기 때문에' 등으로 응답하였다.

<표 18>은 '업무 진행 중 자주 발생하는 사고 순서'에 대한 결과이다. 1순위로는 '봉제 불량'이 30명(76.8%)으로 가장 많았고, 2순위로는 '후가공 불량'이 16명(41%), 3순위로는 '원단 불량'이 17명(43.6%), 4순위로는 '부자재 불량'이 19명(48.7%), 5순위는 '기타' 1명(2.6%)의 순으로 나타났다. 기타로는 '패턴 불량', '테크니컬 패키지와 다름' 등의 이유가 있었다. 그 외에 '매 시즌 유사 원단을 진행하기 때문에, 특히 우븐의 경우 봉제 불량 외에 다른 사고가 거의 발생하지 않는다'는 응답도 있었다. 그리고 1순위에 대해서는 모두 응답하였으나 2순위부터는 무응답이 나타나 자주 발생하지 않는 사고에 대한 응답에 차이가 있는 것을 알 수 있다. 총 39명 중 5순위까지 모두 응답한 경우는 1명, 4순위까지 응답한 경우는 30명, 3순위까지 응답한 경우는 34명, 2순위까지 응답한 경우는 38명, 1순위에 대하여 응답한 경우는 39명으로 나타났다.

<표 19>에서 <표 24>까지는 테크니컬 디자이너의 업무를 분야별로 정리한 후, 테크니컬 디자이너의 업무라고 생각하는 것을 체크하게 한 것에

<표 18> 업무 진행 중 자주 발생하는 사고 순서

(N=39)

순 위	항 목	인원수 (명)	비율 (%)
1순위	원단 불량	4	10.3
	부자재 불량	1	2.6
	봉제 불량	30	76.8
	후가공 불량(워싱, 염색 등)	4	10.3
	기타	0	0.0
2순위	원단 불량	12	30.8
	부자재 불량	5	12.8
	봉제 불량	4	10.3
	후가공 불량(워싱, 염색 등)	16	41.0
	기타	1	2.6
3순위	원단 불량	17	43.6
	부자재 불량	7	17.9
	봉제 불량	3	7.7
	후가공 불량(워싱, 염색 등)	8	20.5
	기타	0	0.0
4순위	원단 불량	3	7.7
	부자재 불량	19	48.7
	봉제 불량	1	2.6
	후가공 불량(워싱, 염색 등)	6	15.4
	기타	1	2.6
5순위	원단 불량	0	0.0
	부자재 불량	0	0.0
	봉제 불량	0	0.0
	후가공 불량(워싱, 염색 등)	0	0.0
	기타	1	2.6

대한 결과이다. 분야별 업무 선정 기준은 Ruth Glock and Grace Kunz(2005)[15]의 테크니컬 디자이너의 분야별 업무에 준하였다.

<표 19>의 '테크니컬 디자이너의 판매성 관련 업무'에서는 '구조상 디테일이 적당한 위치에 있는가'에 대한 응답이 39명(100.0%)으로 나타나 테크니컬 디자이너의 판매성 관련 업무 중 가장 높은 빈도를 나타냈다. '실루엣이 스타일에 적합한가'에 대한 응답은 33명(84.6%), '실루엣이 체형에 적합한가'는 32명(82.1%)으로 바이어가 요구하는 스타일의 실루엣이 나왔는지를 검토하는 것 역시 중요한 것으로 나타났다. '스타일이 타겟 고객에게 맞는가', '패션 이미지가 적당한가'는 주로 바이어 측의 디자이너가 고려하는 일이고, '스타일이 판매팀에 기여하였는가', '스타일이 판매수량에 맞게 되었는가'는 주로 바이어 측의 머천다이저가 담당하는 일이라고 응답한 경우도 있었다. 추가사항으로는 '의복의 구성이 잘 맞는가'를 보아야 한다고 응답하였다. <표 20>의 테크니컬 디자이너의 의복 내구성 관련 업무에서는 '기능상의 특징이 의도대로 나왔는가'가 31명(79.5%)으로 가장 많았고, '조합방법이 원하는 품질 수준에 적합한가'가 22명(56.4%)으로 나타났다. '자재 품질이 기대에 미치는가'는 영업팀과 부자재 담당팀, '품질관리가 소

<표 19> 테크니컬 디자이너의 판매성 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	스타일이 타겟 고객에게 맞는가?	12	30.8
2	패션 이미지가 적당한가?	15	38.5
3	패션 특징이 디자이너의 의도대로 잘 나타났나?	26	66.7
4	실루엣이 스타일에 적합한가?	33	84.6
5	실루엣이 체형에 적합한가?	32	82.1
6	의복구성요소끼리의 조합이 잘 되었는가?	16	41.0
7	소재가 스타일에 적당한가?	12	30.8
8	색상의 조합이 적당한가?	2	5.1
9	스타일이 판매팀에 기여하였는가?	5	12.8
10	스타일이 판매수량에 맞게 되었는가	2	5.1
11	구조상 디테일이 적당한 위치에 있는가?	39	100.0

<표 20> 테크니컬 디자이너의 의복 내구성 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	조합방법이 원하는 품질 수준에 적합한가?	22	56.4
2	자재 품질이 기대에 미치는가?	13	33.3
3	품질관리가 소비자 기대에 적합한가?	8	20.5
4	원단의 무게가 스타일에 적합한가?	13	33.3
5	기능상의 특징이 의도대로 나왔는가?	31	79.5
6	재료가 다른 것과 적합한가?	17	43.6
7	원단의 변화에 문제가 일어날 것 같은가?	18	46.2
8	색이 빠지거나 약해지는 문제가 일어날 것 같은가?	18	46.2

비자 기대에 적합한가'는 영업팀과 공장, '재료가 다른 것과 적합한가'와 '색이 빠지거나 약해지는 문제가 일어날 것 같은가'는 영업팀에서 담당하는 업무라고 응답한 경우도 있었다.

<표 21>의 테크니컬 디자이너의 의복 생산성 관련 업무에서는 '스티치와 솔기 처리방법이 소재에 적당한가'가 39명(100.0%)으로 나타났고, '봉제방법이 적당한가'가 38명(97.4%)으로 나타나 소재와 봉제방법에 대한 지식이 테크니컬 디자이너에게 꼭 필요한 것임을 알 수 있다. '원단과 부자재를 주문하는데 리드타임이 걸리는가', '소재를 다루는 데 문제가 있을 것 같지는 않은가', '조합과 마무리에 유용한 기술과 장비가 꼭 필요한가', '생산계획에 수량과 시간의 수용이 적당한가'는 영업팀에서 담당하는 업무이고, '봉제방법이 적당한가', '봉제사가 적합한 기술을 가지고 있는가'는 공장과 봉제 담당자의 업무라고 응답한 경우도 있었다. 또한 생산성을 항상 염두하고 일을 진행하는 것이 중요하다는 응답도 있었다. <표 22>의 테크니컬 디자이너의 의복 균형 관련 업무에서는 '의복이 인체에 균형 잡히게 맞는가'가 39명(100.0%)으로 나타났고, '소매가 자연스럽게 달려있는가', '어깨의 경사가 스타일과 체형에 적당한가', '앞, 뒤, 옆에 당김이 있는가'가 각각 38명

<표 21> 테크니컬 디자이너의 의복 생산성 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	원단과 부자재를 주문하는데 리드타임이 걸리는가?	5	12.8
2	소재를 다루는 데 문제가 있을 것 같지는 않은가?	24	61.5
3	조합과 마무리에 유용한 기술과 장비가 꼭 필요한가?	17	43.6
4	봉제방법이 적당한가?	38	97.4
5	봉제사가 적합한 기술을 가지고 있나?	19	48.7
6	스티치와 솔기 처리방법이 소재에 적당한가?	39	100.0
7	잠재적인 구조적 문제점들은 무엇인가?	25	64.1
8	생산계획에 수량과 시간의 수용이 적당한가?	11	28.2

<표 22> 테크니컬 디자이너의 의복 균형 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	의복이 인체에 균형 잡히게 맞는가?	39	100.0
2	측면과 정면의 솔기가 바닥과 수직으로 잘 떨어지는가?	37	94.9
3	소매가 자연스럽게 달려있는가?	38	97.4
4	어깨의 경사가 스타일과 체형에 적당한가?	38	97.4
5	수평 솔기와 밑단이 바닥과 평행한가?	37	34.9
6	올선이 스타일에 적합한가?	35	89.7
7	앞, 뒤, 옆에 당김이 있는가?	38	97.4
8	칼라가 인체에 맞게 균형 잡혀 있는가?	37	94.9
9	뒷칼라가 네크라인에 잘 맞는가?	37	94.9
10	목둘레가 인체에 잘 밀착되는가?	37	94.9
11	플라켓, 플리츠, 벤트와 오프닝 부분이 잘 누워있고 닫혀서 걸려있는가?	37	94.9
12	몸을 움직여도 옷이 제 위치에 있는가?	28	71.8

<표 23> 테크니컬 디자이너의 의복 여유분 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	해당 스타일의 실루엣에 적합한 여유분이 들어갔는가?	36	92.3
2	스타일에 여유분이 편안하게 들어갔는가?	34	87.2
3	몸의 운동량에 적합한 여유분이 들어갔는가?	29	74.4
4	다음 사이즈로 치수를 늘릴 때 충분한 여분이 있는가?	19	48.7
5	수평, 수직, 대각선으로 접었을 때 형태가 유지되는가?	21	53.8
6	단춧구멍 사이의 간격이 적당한가?	38	97.4

<표 24> 테크니컬 디자이너의 의복 구성요소의 위치 관련 업무

(N=39)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	밑단이 인체에 맞게 잘 떨어지는가?	38	97.4
2	구조적인 디테일이 적합한 위치에 있는가?	34	87.2
3	구성요소가 오른쪽, 왼쪽에 일렬로 위치하는가? (예: 포켓위치)	37	94.9
4	곡선 솔기가 인체 외곽선을 잘 따르는가?	37	94.9
5	구성요소 사이의 조화가 적당한가?	30	76.9
6	의복의 어떤 부분이 제한적이지는 않는가?	27	69.2
7	구성요소가 인체 프로포션에 적합한가?	31	79.5
8	구성요소의 형태가 스타일에 적합한가?	24	61.5
9	다트가 적당한 위치에 있는가?	35	89.7
10	개더가 플랫하게 평평하게 누워있는가?	34	87.2
11	올선의 뒤틀림이 있는가?	39	100.0

(97.4%)으로 나타났다. 균형부분의 거의 모든 문항이 테크니컬 디자이너의 중요 업무라는 것을 알 수 있다.

<표 23>의 테크니컬 디자이너의 의복 여유분 관련 업무에서는 '단춧구멍 사이의 간격이 적당한가'가 38명(97.4%)으로 가장 많이 나타났고, '해당 스타일의 실루엣에 적합한 여유분이 들어갔는가'가 36명(92.3%), '스타일에 여유분이 편안하게 들어갔는가'가 34명(87.2%)으로 나타났다. <표 24>의 테크니컬 디자이너의 의복 구성요소 위치 관련 업무에서는 '올선의 뒤틀림이 있는가'가 39명(100.0%)으로 가장 많이 응답하였고, '밑단이 인체에 맞게 잘 떨어지는가' 38명(97.4%), '구성요소가 오른쪽, 왼쪽에 일렬로 위치하는가' 37명(94.9%), '곡선 솔기가 인체 외곽선을 잘 따르는가' 37명(94.9%) 등으로 나타났다. 의복 균형에 이어 의복 구성요소의 위치 관련 업무 역시 테크니컬 디자이너가 의복에서 중요하게 보아야 할 부분이므로 전체적인 비율이 높게 나타났다.

6. 테크니컬 디자이너의 자격조건

<표 25>는 테크니컬 디자이너의 주된 자격조건을 중요한 순서대로 응답한 결과이다. 1순위 '피팅능력' 24명(61.5%), 2순위 '패턴수정능력' 18명(46.2%), 3순위 '영어능력' 16명(41%), 4순위 '봉제방법에 대한 지식' 16명(41%), 5순위 '패턴제작능력' 17명(43.6%), 6순위 '소재 물성에 대한 지식' 20명(51.2%)의 순으로 나타났다. 이를 보면 테크니컬 디자이너에게 가장 중요한 것은 '피팅능력'이

라는 것을 알 수 있다.

'벤더에서 테크니컬 디자이너를 위한 교육을 진행하고 있는가'에 대해서 24명(61.5%)이 '예', 15명(38.5%)이 '아니오'라고 응답하여 60% 이상이 벤더의 테크니컬 디자이너를 위해 자체교육을 실시하고 있는 것을 알 수 있다. 벤더에서 테크니컬 디자이너를 위하여 어떤 교육을 하고 있는가에 대한 결과는 '바이어와의 업무 진행방법' 17명(70.8%), '패턴수정방법' 16명(66.7%), '피팅기술' 14명(58.3%) 등으로 나타났다<표 26>. 기타 항목에서는 '패턴제작', '테크니컬 패키지 작성방법', '바이어 본사 홈페이지 사용법 교육', '바이어와의 커뮤니케이션을 위한 CAD 프로그램 교육' 등의 응답이 있었다. '바이어가 직접 벤더의 테크니컬 디자이너를 교육하는가'에 대한 결과는 '예'가 18명(46.2%), '아니오'가 21명(53.8%)으로 나타나 테크니컬 디자이너 교육은 바이어보다는 테크니컬 디자이너가 소속된 벤더에서 하는 경우가 더 많은 것을 알 수 있다.

<표 25> 테크니컬 디자이너의 자격조건

(N=39)

순 위	항 목	인원수(명)	비율(%)
1순위	영어능력	0	0.0
	패턴제작능력	1	2.6
	패턴수정능력	12	30.8
	피팅능력	24	61.5
	소재 물성에 대한 지식	0	0.0
	봉제방법에 대한 지식	2	5.1
2순위	영어능력	5	12.8
	패턴제작능력	5	12.8
	패턴수정능력	18	46.2
	피팅능력	5	12.8
	소재 물성에 대한 지식	0	0.0
	봉제방법에 대한 지식	6	15.4
3순위	영어능력	16	41.0
	패턴제작능력	2	5.1
	패턴수정능력	6	15.4
	피팅능력	6	15.4
	소재 물성에 대한 지식	2	5.1
	봉제방법에 대한 지식	7	18.0
4순위	영어능력	10	25.6
	패턴제 능력	3	7.7
	패턴수정능력	2	5.1
	피팅능력	1	2.6
	소재 물성에 대한 지식	7	18.0
	봉제방법에 대한 지식	16	41.0
5순위	영어능력	3	7.7
	패턴제작능력	17	43.6
	패턴수정능력	0	0.0
	피팅능력	2	5.1
	소재 물성에 대한 지식	9	23.1
	봉제방법에 대한 지식	8	20.5
6순위	영어능력	5	12.8
	패턴제작능력	11	28.2
	패턴수정능력	1	2.6
	피팅능력	1	2.6
	소재 물성에 대한 지식	20	51.2
	봉제방법에 대한 지식	1	2.6

<표 26> 벤더의 테크니컬 디자이너 교육 내용(복수응답)

(N=24)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	바이어와의 업무 진행방법	17	70.8
2	패턴수정방법	16	66.7
3	피팅기술	14	58.3
4	소재	9	37.5
5	봉제	13	54.2
6	검품(QC)	1	4.2
7	업무에 필요한 영어	5	20.8
8	기타	3	12.5

<표 27> 바이어의 벤더 테크니컬 디자이너 교육 내용(복수응답)

(N=18)

번호	항 목	인원수(명)	비율(%)
1	바이어와의 업무 진행방법	15	83.3
2	패턴수정방법	11	61.1
3	피팅기술	17	94.4
4	소재	0	0.0
5	봉제	2	11.1
6	검품(QC)	1	5.6
7	업무에 필요한 영어	0	0.0
8	기타	2	11.1

<표 28> 테크니컬 디자이너가 되기 위하여 필요한 영어능력

(N=39)

순 위	항 목	인원수(명)	비율(%)
1순위	이메일에 필요한 독해와 영작	38	97.4
	전화통화 시 필요한 원활한 영어회화	0	0.0
	미팅 시 필요한 원활한 영어회화	1	2.6
	기타	0	0.0
2순위	이메일에 필요한 독해와 영작	0	0.0
	전화통화 시 필요한 원활한 영어회화	6	15.4
	미팅 시 필요한 원활한 영어회화	30	76.9
	기타	1	2.6
3순위	이메일에 필요한 독해와 영작	1	2.6
	전화통화 시 필요한 원활한 영어회화	30	76.9
	미팅 시 필요한 원활한 영어회화	6	15.4
	기타	0	0.0
4순위	이메일에 필요한 독해와 영작	0	0.0
	전화통화 시 필요한 원활한 영어회화	1	2.6
	미팅 시 필요한 원활한 영어회화	0	0.0
	기타	0	0.0

<표 27>은 바이어가 벤더의 테크니컬 디자이너에게 하는 교육 내용에 대한 결과로 '피팅기술' 17명(94.4%), '바이어와의 업무 진행방법' 15명(83.3%), '패턴수정방법' 11명(61.1%) 등으로 나타났다. 기타로는 '바이어와의 업무 중 사용하는 프로그램의 업데이트 절차', '의복의 품질수준' 등의 응답이 있었다.

<표 28>은 테크니컬 디자이너가 되기 위하여 필요한 영어능력을 중요한 순서대로 응답한 결과이다. 1순위로 '이메일에 필요한 독해와 영작'이 38명(97.4%), 2순위로 '미팅 시 필요한 원활한 영어회화' 30명(76.9%), 3순위로 '전화통화 시 필요한 원활한 영어회화' 30명(76.9%)으로 나타났으며, 기타로 테크니컬 디자인에 대한 전문적인 영어능력이라고 응답한 경우도 있었다. 이메일에 필요한 독해와 영작이 가장 높게 나타난 이유는 이메일이 주된 커뮤니케이션 수단이기 때문인 것으로 생각된다. 바이어와 전화통화 및 미팅을 하지 않는 2명이 '이메일에 필요한 독해와 영작'에만 응답하고 나머지 순위에 대해 응답하지 않았으므로 2순위부터는 무응답이 나타나 2순위와 3순위의 총 인원수는 37명이다. 2순위에 기타 1명이 있어서 4순위까지 응답한 경우가 1명 있었다.

Ⅴ. 결론 및 제언

본 연구는 테크니컬 디자이너의 업무 특성을 분석하여 테크니컬 디자이너의 중요성을 알리고 국내 의류업체와 미래의 테크니컬 디자이너들에게 테크니컬 디자인에 대한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 테크니컬 디자이너가 있는 국내 의류수출업체 중에서 8개 업체를 선정하여 총 39명의 테크니컬 디자이너를 대상으로 테크니컬 디자이너의 업무 특성 및 자격조건에 대하여 설문조사 하였다.

연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

국내 의류수출업체의 주요 제작품목으로는 컷앤쏘우니트 제품이 가장 많고 그 다음이 우븐 제품인 것으로 나타났다. 스웨터나 수영복, 액세서리 등을 생산하는 경우도 있으나 바이어와 벤더의 특성에 따라 생산품목이 다르고, 현재 우리나라에서는 컷앤쏘우니트가 우븐이나 다른 소재에 비해 경쟁력이 좋기 때문에 대부분의 업체에서 컷앤쏘우니트 제품을 주로 제작하는 것으로 나타났다.

본 연구의 조사결과 가장 높은 비율을 차지한 내용을 근거로 벤더와 바이어와의 업무 전개를 정리하면 다음과 같다. 바이어의 테크니컬 패키지가 벤더로 전달된 후 벤더에서는 한 개의 모델패턴을 제작한다(87.2%). 테크니컬 패키지의 코어 사이즈로 샘플을 제작한다(82.1%). 벤더 테크니컬 디자이너는 바이어와 동일한 드레스폼을 사용하여 피팅을 한다(51.3%). 수정・보완된 샘플을 바이어에게 발송하면 바이어 테크니컬 디자이너는 드레스폼을 사용하거나(51.3%) 핏모델을 사용하여(48.7%) 피팅을 한다. 피팅결과에 근거하여 벤더에서는 패턴을 수정하고 그레이딩을 하여 프로덕션 패턴을 제작한 후 공장 생산에 들어간다(90.5%). 벤더 테크니컬 디자이너는 공장의 초두생산 결과를 확인한다(66.7%).

최근 가상 피팅용 3D 프로그램의 개발이 이루어지고 있으나 본 설문결과에서는 모든 업체가 가상 피팅용 3D 프로그램을 사용하지 않는다고 하였으며, 그 이유로는 실물과 너무 다르기 때문에 정확한 핏을 볼 수 없다는 응답이 가장 많았다(51.4%). 아직까지 컴퓨터 프로그램으로 실물과 똑같은 의복의 형태와 소재 움직임에 따른 변화를 파악하기에는 부족한 상황이나, 현실감 있는 가상 피팅용 3D 프로그램의 개발이 이루어진다면 미래에는 샘플제작에 소요되는 시간과 비용을 절감할 수 있을 것이다.

테크니컬 디자이너의 업무를 분야별로 설문조사한 결과, 판매성과 생산성, 의복 내구성 부분은 주로 바이어나 영업팀에서 하는 업무이고 의복의 균형, 의복 구성요소의 위치, 의복 여유분에 관련된 피팅 업무가 테크니컬 디자이너의 주요 업무인 것으로 나타났다. 이 결과 국내 의류수출업체에서 근무하는 테크니컬 디자이너는 전체적인 생산라인을 관리하기도 하지만 완벽한 의복을 빠른 시간 내에 만들 수 있도록 샘플의 제작과 수정 업무에 주력하는 것을 알 수 있었다.

테크니컬 디자이너의 자격조건으로 가장 중요한 것은 피팅능력으로 나타났으며, 그 다음으로 패턴수정능력, 영어능력, 봉제방법에 대한 지식, 패턴제작능력, 소재 물성에 대한 지식 순으로 나타났다. 의류수출업체에서 테크니컬 디자이너에 대한 교육을 진행하고 있다고 응답한 경우(61.5%), 주된 교육 분야는 바이어와의 업무 진행방법, 피팅기술, 패턴수정방법, 봉제 등이었다.

테크니컬 디자이너를 시작하기 전에 테크니컬 디자인 업무에 대한 교육을 받은 적이 있는가에 대해서는 82.1%가 교육을 받지 않았다고 응답하였다. 79.5%의 테크니컬 디자이너들은 테크니컬 디자이너로서 근무하면서 재교육의 필요성을 느끼는 것으로 나타났다. 패턴수정방법, 봉제, 피팅기술, 업무에 필요한 영어, 소재 순으로 재교육의 필요성을 느낀다고 응답하였다. 테크니컬 디자이너가 되기 위해서는 외국어 능력이 매우 중요하다. 바이어의 감성적, 기술적인 부분을 정확히 이해하기 위해서는 의사소통이 매우 중요하며 영어능력은 필수적이다. 또한 해외 공장과 의사소통을 하기 위하여 제 2외국어를 할 수 있다면 더욱 많은 도움이 될 것이다.

테크니컬 디자이너는 글로벌 아웃소싱에 없어서는 안 될 중요한 업무를 하는 직종임에도 국내에서는 테크니컬 디자인 교육에 대한 중요성이 인식되지 못하고 있는 실정이다. 의류, 의상, 패션 관련 학과에서는 하루 빨리 테크니컬 디자이너를 배

출해낼 수 있는 교육 시스템을 갖춰 변화하는 글로벌 패션시장에 부응할 수 있어야 한다. 테크니컬 디자이너가 되기 위해서는 의복에 대한 전문적인 지식이 필수적이다. 현재 의류, 의상, 패션 관련 학과의 기본적인 교육은 의복 디자인과 패턴제작, 봉제, 마케팅 교육 위주이며, 실무에 대한 교육은 많이 부족한 실정이다. 그러므로 테크니컬 패키지 작성방법, 피팅기술, 소재특성, 의류생산 등의 실무 내용을 좀 더 구체적으로 교육할 필요성이 있으며, 학생들에게 의류업계 실무를 경험할 수 있는 기회를 확대해야 한다. 교육통계연보(2011)[16]에 따르면, 2011년 4년제 및 2년제 대학의 의류, 의상, 패션디자인 전공 졸업자 4733명 중 취업자는 1981명으로 나타났다. 사설 교육기관에서 배출되는 인력을 합하면 현재 의류, 의상, 패션디자인 분야의 유효인력은 과잉 공급 상태라고 할 수 있어 고용이 증가한다고 하더라도 이들의 취업경쟁률은 높을 것으로 보인다. 이런 시점에서 볼 때 테크니컬 디자인 분야로 진출하는 것은 다양한 방면으로 취업선택의 폭을 넓히고 인력수급의 불균형을 해소할 수 있는 대안이 될 것이다. 테크니컬 디자이너는 패션분야의 다른 직업에 비해 직업만족도가 매우 높고 전문성과 안정성을 갖춘 직종이다. 국내뿐 아니라 해외에서도 테크니컬 디자이너가 부족한 상황이므로 테크니컬 디자이너가 되기 위한 준비를 한다면 해외로의 취업 기회도 증가할 것이다.

국내 내수브랜드는 대부분 디자이너가 테크니컬 디자이너의 역할까지 담당하고 있다. 그러나 내수브랜드에서도 전문성을 갖춘 테크니컬 디자이너의 중요성을 인식하고 테크니컬 디자이너를 고용하여 의복의 맞음새를 향상시키고 소재와 디자인에 적합한 봉제방법을 적용하여 불량률을 낮추고 의복의 품질을 높여 생산성을 향상시켜야 할 것이다. 또한 글로벌 아웃소싱을 하는 국내 내수브랜드가 증가하고 있으므로 글로벌 아웃소싱 환경 하에서 생겨난 직종인 테크니컬 디자이너의 중요성을 다시 한 번 인식할 필요가 있다.

본 연구의 설문은 국내 의류수출업체 중 일부 업체의 테크니컬 디자이너를 대상으로 하였으므로 연구결과를 일반화 하는 데 주의를 기울여야 할 것이다. 본 연구는 벤더 소속 테크니컬 디자이너만을 대상으로 하였으나 후속연구에서는 바이어 소속 테크니컬 디자이너를 대상으로 연구하여 바이어 테크니컬 디자이너와 벤더 테크니컬 디자이너의 업무에 대하여 비교·분석하고자 한다.

참 고 문 헌

1) 김준범, 이인자 (1996). 의류산업에서의 패션전문직종 현황에 관한 연구, 복식, 30(-), p.41.
2) 나영주, 박순지, 송미경, 이규혜, 이승희, 이유리, 임은혁, 정연희 (2010. 4). 글로벌 섬유패션 환경 변화에 부응하는 패션전문인 양성을 위한 제언, 한국의류학회 제 34회 춘계학술대회 초록집, p.4.
3) 이재일 (2005). 한국 의류전문인력의 해외 의류업체로의 진출을 위한 모색: 미국편, 패션정보와 기술, 2(-), p.42.
4) 강죽형 (2002). 한국 의류산업의 경쟁력 강화를 위한 연구, 한국패션디자인학회지, 3(1), p.36.
5) Shurtleff, E. (2000. 5). Still Wanted: Truly Competent Technical Designer, Bobbin, retrieved 2009. 11. 27. http://findarticles.com/p/articles/mi_m3638/is_9_41/ai_63058130
6) Glock, E. R. and Kunz, I. G. (2005). Apparel Manufacturing: Sewn Product Analysis (4th ed.), NJ: Prentice Hall, p.184.
7) Lee, J. and Steen C. (2010). Technical Sourcebook for Designers, NY: Fairchild Books, p.26.
8) 나영주, 박순지, 송미경, 이규혜, 이승희, 이유리, 임은혁, 정연희. 앞의 책, p.9.
9) 이재일. 앞의 책, p.42.
10) 강애자, 윤미경 (2008). 감성과 기술을 겸비한 패션 스페셜리스트: 테크니컬 디자이너, 패션정보와 기술, 5(-), p.23.
11) Glock, E. R. and Kunz, I. G. 앞의 책, p.184.
12) 강애자, 윤미경. 앞의 책, p.23.
13) 한국고용정보원 (2012). 2012년 기준 한국직업정보 시스템 759개 직업의 직업만족도 백분위 점수, 자료검색일 2012. 8. 17. www.work.go.kr/consltJobCarpa/jobData/retrieveReseReportDtl.do?pageIndex=1&startDt=&searchText=&boardNo=11&writeNo=2239

14) DesMarteau, K. (2005. 6. 1). Making Clothes Fit: No Simple Challenge, Apparel Technology & Business Insight From Concept to Consumer, retrieved 2009. 12. 21. http://www.apparelmag.com/ME2/dirmod.asp?sid=&nm=&type=MultiPublishing &mod=PublishingTitles&mid=CD746117C0BB4828857A1831CE707DBE&tier=4&id=DF1838E29327479A83157B9BD44D37C9
15) Glock, E. R. and Kunz, I. G. 앞의 책, p.190.
16) 교육통계연보 (2011). 교육통계서비스, 자료검색일 2012. 8. 18. http://cesi.kedi.re.kr/index.jsp

A Study on the Duty Specificities of Technical Designers

- Based on Domestic Fashion Vendors -

Kim, An Gie · Kim, So Ra[+]

Sales Staff, Overseas Sales Department, Hansoll Textile Ltd.
Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Dongduk Women's University[+]

Abstract

A technical designer is a fashion specialist who takes charge of technological parts from design planning to production level. This research is based on the need to make the importance of technical designers better known, examine their duties and qualifications and to provide basic information for the future technical designers as well as for domestic brands. The subjects are technical designers who work for garment export companies also known as vendors. The major products of domestic garment export companies are garments made of cut-and-sew knits. The business sequence with the buyer is as follows: a vendor produces a model pattern to make a sample after a buyer's technical package is transferred to the vendor. Most companies check the fitting with a core size sample. The technical designers of a vendor check the fitting with the same dress form as the buyer's. The buyer checks the modified sample with a dress form or a fit model. On the basis of the fitting result, vendors adjust patterns, make production patterns and start to produce a garment at a factory. The important duties of technical designers are checking balance, positioning, and ease of garments. Therefore, technical designers who work at vendors should concentrate their efforts on sample making and subsequent adjustments in order to make complete garments in efficient manners as well as management thereof for the production of these garments. The qualifications of a technical designer include the ability to perform fitting and pattern adjustment, a good command of spoken and written English and knowledge of sewing.

Key words: technical designer, vendor