

여행용 가방 패턴 디자인 유형 분석 및 디자인 개발

이 미 숙 · 정 경 희⁺

전남대학교 의류학과 교수, 생활과학연구소 연구원
전남대학교 의류학과 강사, 생활과학연구소 연구원⁺

A Study on the Classification and Development of Pattern Designs Represented in Luggage

Misuk Lee · Kyunghee Chung⁺

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University,
Human Ecology Research Institute, Chonnam National University

Lecturer, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University,
Human Ecology Research Institute, Chonnam National University⁺

(received date: 2015. 11. 5, revised date: 2015. 12. 29, accepted date: 2016. 1. 7)

ABSTRACT

The purpose of this study is to research the characteristics and types applied to Korean and foreign luggage brands, and then develop pattern designs for the luggage by applying Korean cultural contents that meet the various fashion needs of travel goods. To select the Korean and foreign luggage brands, a web search was utilized by inputting the keyword, 'luggage brand'. The results, which were extracted from 200 web documents, produced 27 Korean brands and 29 foreign brands that met the requirements. For the data analysis, images and contents were collected through luggage brand websites, and then 927 pattern designs were extracted. The results were as follows. First, characters, figures, animals, and plants were commonly used for the pattern design motifs applied to Korean and foreign luggage. A notable trend was that these motifs were expressed in a stylistic way with a graphic touch. Also, a singular point was formed from the luggage overall, and regularly repeated patterns were very common as well. Secondly, pattern designs for luggage were developed through the application of 'Hangul', 'Hanbok', and 'HanoK'. Nine kinds of patterns were designed via the phases of change into a vector image and color adjustments, and were simulated in luggage design. Adobe Photoshop CS 7.0, and Adobe Illustrator CS 5.0 programs were used for the pattern designs and simulations. This study is meaningful in that it suggested pattern designs for different kinds of luggage in the motifs of Korean cultural contents. It can be used as a useful reference, as we are in a time period where travel goods have become individualized, advanced, and fashionable, as well as laying stress on original design based on cultural interpretation.

Key words: cultural product(문화상품), Korean image(한국적 이미지), luggage(여행용 가방), pattern design(패턴 디자인)

I. 서론

전 세계적으로 라이프스타일 키워드로 '여행'이 부각됨에 따라 여행용 패션용품에 대한 수요가 증가하고 있다. 여행패션, 공항패션 등의 새로운 용어들이 여행용품 구매를 촉진하고 있으며 기존에는 여행용 가방에 한정됐던 여행용품이 다양화되고 있는 추세이다. 국내·외 온·오프라인 쇼핑몰에서는 여행시즌 '성공적인 공항패션을 위한 여행용품', '짐 꾸리는 방법', '트래블 존', '봄나들이 버킷리스트' 등 여행용 패션상품 판매를 위한 기획전을 진행하고 있으며, 실용성과 스타일을 갖춘 여행용 패션용품들이 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 해외에서는 국제 여행용품 관련 박람회뿐만 아니라 여행용품을 전문적으로 다루는 잡지 등이 발간되고 있으며, 여행용품 브랜드와 세계적인 패션 디자이너와 아티스트들과의 콜라보레이션을 통해 창의적인 여행용 패션용품들이 출시되고 있는 추세이다.

특히, 캐리어와 여행용 가방 역시 짐 가방에 불과하던 시대는 지나가고 여행가방의 선택이 여행을 위한 패션 스타일링의 마무리로 인식되고 있다. 공항의 수화물 찾는 곳에서 검은색 위주의 유사한 가방들 사이에서 여행객 본인의 가방을 구분 할 수 있는 것이 중요해지면서, 소비자들은 본인의 짐을 쉽게 알아볼 수 있도록 다양한 색상과 독특한 디자인의 제품을 선호하게 되었다(*Fashionable Luggage*, 2015). 여행용품 협회(Travel Goods Association)에 의하면 2014년 여행용품 전시회에서 지루한 검정색을 벗어나 다양한 컬러나 입체적인 표면, 동물, 국기, 사진 등 다양한 패턴이 적용된 여행용 가방이 눈에 띄게 증가하였을 뿐 아니라 소비자들에게 좋은 반응을 얻었다고 한다(Choi, 2015).

한국관광공사가 집계한 2014년 11월까지의 관광통계를 기반으로 2014년 전체 출입국자 수를 추정하면 내국인 출국자 수는 1,595만 명, 방한 외국인 수는 1,420만 명에 이르며, 2015년 아웃바운드 규모는 6%, 인바운드 규모는 12.8% 증가할 것이라고 전망하고 있다. 특히, 한국의 인바운드 관광시장은 한류, K팝 등의 요소로 한국 방문에 대한 관심이 증폭됨에 따

라 지난 10년 동안 두 배 이상 증가하였다. 한국은 인도를 제외한 모든 국가의 18세부터 30세까지의 여행자 집단에서 가장 선호하는 3대 관광지이자 아시아 젊은이들이 선망하는 관광지가 되었다. 이러한 한국의 인바운드 여행 시장의 성장은 한국 여행용 패션용품 업체들에게 함축적인 의미를 지닌다(Amadeusapac, 2013)고 할 수 있다. 즉, 한국 브랜드 가치 향상에 따른 한국산, 한국의 문화적 이미지를 내포한 패션상품이 주목받고 있으므로 한국의 문화 콘텐츠와 트렌드를 반영한 고감도의 여행용 패션상품은 국제적으로 경쟁력을 가질 것으로 예상된다. 문화로부터 자유로운 세계적인 디자인은 존재하지 않는다(Yun, 2013)는 측면에서 모든 디자인은 문화적 맥락을 내포하고 있다. 해외 주요 패션산업 선진국들은 창의 기반의 브랜드가 시장을 이끌어갈 미래 시장에서의 주도권을 확보하기 위해 창의인재 육성을 강화하는 한편, 국가별 문화 아이덴티티를 구축하기 위해 힘쓰고 있다(Lee, 2012). 또한, 문화관광부는 2005년부터 「'한(韓)' 스타일(Han-Style)」지원 전략을 통해 한국의 대표적인 전통 문화 콘텐츠인 한글, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국음악 등의 전통문화를 브랜드화하려는 노력을 하고 있다.

여행용 패션상품에 대한 관심의 증가에도 불구하고 여행용품 또는 여행용 가방에 대한 연구는 미비한 실정이다. 여행용 캐리어 가방의 설계방안(Im et al., 2015), 유틸리티 패턴을 활용한 여행용 가방 디자인 연구(Kim, 2011), 유아를 동반한 여행객을 위한 가방 디자인 연구(Kim & Oh, 2010) 등이 있었지만, 다양화 되고 있는 여행용 가방에 적용된 패턴 디자인을 분석하거나 한국의 문화적 모티프를 활용하여 디자인을 시도한 연구는 없었다.

문화 콘텐츠가 그 어느 때보다 중요시되고 있는 시기에, 오늘날 성공적인 세계적 상품들은 대부분 뛰어난 '문화 해석력에 바탕을 둔 독창적인 디자인'들로서 이는 상품 경쟁력의 근원이 바로 디자인을 통한 문화 해석력과 창조임을 말해준다(Kim, 2005). 이에 본 연구에서는 국내·외 여행용 가방 브랜드를 중심으로 가방에 적용된 패턴 디자인의 특성 및 유형을 연구하고, 이를 토대로 한국의 전통문화 콘텐츠

를 모티프로 활용한 여행용 가방의 패턴 디자인을 개발하고자 한다. 본 연구에서 한국의 전통문화 콘텐츠를 현대적인 감각으로 재해석하고 이를 여행용 가방에 적용해보는 시도는 우리 고유의 문화 콘텐츠를 대중화시키고 고부가가치, 고감성 한국 문화상품 개발의 가능성을 확인해 볼 수 있다는 점에서 의의를 제공할 것으로 기대된다.

연구방법은 문헌연구와 실증연구로 진행되었다. 문헌연구에서는 관련문헌과 선행연구를 중심으로 여행용 가방의 사적 고찰과 여행용 가방 산업 현황에 대해 고찰하였고, 실증연구에서는 국내·외 여행용 가방 브랜드의 패턴 디자인 유형을 분석한 다음, 한국 문화 콘텐츠를 모티프로 활용하여 여행용 가방 패턴 디자인을 개발하였다. 패턴 디자인 유형 연구 방법은 수집된 패턴들을 패턴 디자인 분석체계에 근거하여 분석하여 여행용 가방에 적용된 대표적 패턴 디자인 유형을 추출하였다. 그리고 패턴 디자인 개발은 분석 결과를 토대로 디자인 모티프와 디자인 개발 방향을 설정한 후, 디자인 캐드를 활용하여 디자인을 전개하고, 이를 여행용 가방 아이템에 적용하여 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 여행용 가방의 개념 및 종류

가방(bag)이란 휴대용으로 물건을 넣어두는 것을 지칭하는 총체적인 개념으로, 사전적 의미는 물건을 넣어 들거나 메고 다닐 수 있게 만든 용구이다(Calasibetta, 1998). 가방의 역사는 시대에 따라 수납하는 내용물에 의해 결정되며, 가방의 발전은 기능에 의해 결정된다(Jang, 2009). 일종의 도구 역할로 시작된 가방은 의상의 변천 과정과 같이 시대적 특징을 보이면서 시대에 따라 명칭과 의미가 차이가 있고, 오늘날과 같은 형태의 가방은 1910년경부터 대중화되었다(Jang, 2009). 오늘날 가방은 단순히 의상의 부속품이 아닌 기능성과 장식성을 겸비한 일상생활의 필수품으로 변모하여 의상과의 코디네이션에 영향을 줄 뿐 아니라 분위기 연출에도 영향을 미치게

되었다(An & Lee, 2005).

여행용 가방(luggage)은 여행을 위해 개인 물품을 담을 수 있는 케이스 또는 가방을 의미한다. 여행용으로 크기가 큰 가방을 만들어 이용한 예는 로마의 병사들로부터 기원한다. 로마의 병사들은 행군 때 대강 짠 나무틀에 휴대할 짐을 <Fig. 1>과 같이 매달고 다녔으며, 이와 같은 짐 꾸러미를 라틴어로 살시오(Sarcina)라 하였다. 이후, 장거리 이동이나 이주(移住)를 목적으로 많은 짐을 담고 운반하는 일에는 나무 또는 무거운 재질로 만들어진 트렁크(trunk)가 사용되었다. 트렁크라는 용어는 15세기 중반에 박스(box), 케이스(case)라는 뜻의 프랑스어 '트롱크(tronc)'로 부터 기원한 말이다(Kang, 2011). 15세기의 트렁크는 나무로 골격을 갖추고 철선을 가장 자리를 둘러 박았으며 위는 약간 둥근 형태로 금제로 사용되던 것이다. 이렇게 위가 둥근 양식은 트렁크가 본격적으로 가방의 용도로 사용된 17세기부터 19세기 중반까지 큰 변화 없이 계속되었다(Kang, 2011). <Fig. 2>는 이삿짐 꾸러미 가운데 놓인 트렁크로, 이것은 19세기까지 일반적으로 삼나무, 떡갈나무, 소나무를 재료로 하여 제작되었다(Kang, 2011). 19세기 후반 말이 끄는 여행이 기차나 배로 대체되는 과학 기술과 교통통신의 발달은 여행의 증가를 초래했고, 이에 따라 크고 튼튼한 여행용 가방이 발전하게 되었다(Jang, 2009). 여행용 트렁크에 따른 개인 용품은 트래블링 백(travelling bag)이나 카펫 백(carpet bag)<Fig. 3>, 포맨투(portmanteau)<Fig. 4>에 넣고 다녔다. 여행용 가방을 전문으로 만드는 루이 비통(Louis Vuitton)과 에르메스(Hermès) 등과 같은 브랜드들은 트렁크의 스타일을 변화시켜 소비자들에게 커다란 호응을 얻기 시작했다(Jang, 2009). 여행을 위한 박스의 필요성에 의해서 여행용 가방 전문 매장부터 출발한 루이 비통은 이전의 가죽으로 만든 무겁고 부피가 큰 반원 형태의 가방에서 보다 가볍고 방수 가공의 상자 형태의 '그레이 트리안온 캔버스 트렁크(Grey Trianon Canvas Trunk, 1858)'<Fig. 4>를 개발하게 되었는데, 이는 그 당시 대표적인 이동 수단이었던 기차와 기선에 부합하는 대표적인 여행용 가방 중 하나이다. 이러한 여행용 가방의 실용



〈Fig. 1〉 Sarcina
(Sarcina, n.d.)



〈Fig. 2〉 Trunk, 19th century
(Farid, 2005, p. 127)



〈Fig. 3〉 Carpet Bag
(Farid, 2005, p. 127)



〈Fig. 4〉 Grey Trianon
Canvas Trunk,
(Lvtrunks, n.d.)

적이고 스타일리시한 요소들은 새로운 가방 디자인을 위한 영감을 주었다(Jang, 2009). 그리고 여행용 가방은 제 2차 세계대전 이후 개인이 휴대하기 쉽도록 더 작고 가벼운 수트케이스 또는 짐 가방의 형태로 변화되었다(Baggage, n.d.).

여행용 가방의 종류는 크게 트렁크, 수트케이스, 가먼트 백(garment bag), 토트(tote), 더플 백(duffel bag), 카펫 백 등으로 나눌 수 있다. 나무줄기라는 뜻의 트렁크는 처음에 나무로 만들어서 유래된 명칭으로, 큰 상자 형태의 견고한 여행용 가방이다. 이런 대형 가방은 소형 백과 구별하는 의미에서 러기지, 배기지(baggage), 캐리어(carrier)라고도 한다(Jang, 2009). 수트케이스는 커다란 트렁크형 여행가방의 일종으로, 옷 한 벌(슈트)을 넣는 정도의 크기인데서 이런 명칭이 붙었다. 소재는 가죽이나 합성수지를 활용한 하드 케이스가 많고, 보통 한가운데서부터 거의 균등하게 갈라지는 모양으로 된 것이 대부분이다. 수트케이스는 19세기에 자주 사용되던 한가운데서 두 개로 열리는 장방형의 소형 여행 가방인 글래드스톤 백(gladstone bag; 영국 정치가 이름에서 연유됨)을 원형으로 점점 실용적인 형태로 발전하게 되었다(Korea Dictionary Research Publishing, 1997). 가먼트 백은 옷을 감싸서 안전하게 운반하기 위한 가방으로, 옆면이 부드러우며 내장된 옷걸이에 옷을 걸 수 있는 형태이다. 토트백은 쇼핑 백(shopping bag)에서 유래된 것으로, 비교적 사이즈가 크고 두 개의 손잡이가 있고 윗부분이 오픈된 형태로 그 기능성과 실용성으로 사용 범위가 넓은 가방이다(Jang, 2009). 더플 백은 캔버스나 거친 모직물 등으로 만든 원통

형의 큰 가방으로, 원래는 벨기에 더플(Duffel) 지방에서 생산된 거친 모직으로 만들어져 군인이 필수품을 넣어가지고 매고 다닌 커다란 가방에서 유래되었다(Duffel Bag, n.d.). 마지막으로 카펫 백은 큰 더플 백에 작은 지갑에서 크기에 이르기까지, 동양의 양탄자 소재를 활용한 여행용 가방이다(Carpet Bag, n.d.).

현대의 여행용 가방은 기능성과 디자인이 강조되어 다양한 제품이 생산되고 있다. 여행용 가방의 기능성에 있어서는 외부손상에 강하고 튼튼해야 하기 때문에 어떤 소재로 만드느냐가 매우 중요해졌다. 여행용 가방의 소재는 일반적으로 소프트캐리어에는 EVA, 하드캐리어에는 ABS가 많이 쓰이는데, 폴리 카보네이트(PC)나 고강도 알루미늄 같은 고급소재가 사용되기도 한다. EVA 여행용 가방은 표면이 천소재로 된 가방으로, 폴리에스테르 또는 스펀지 패딩을 압축·성형하여 만들기 때문에 외부충격으로 파손이나 깨질 염려가 없어 수하물 가방으로 많이 사용된다. ABS 여행용 가방은 하드캐리어로 불리는 합성수지의 딱딱한 소재로 된 가방으로, 표면의 패딩과 컬러가 다양한 디자인으로 생산되며, 100% 방수가 가능하기 때문에 비가 많거나 우기인 지역에 여행할 때에도 적합한 가방이다(Travelmate, 2014). PC 여행용 가방은 폴리카보네이트 소재로 된 초경량, 고강도 가방으로, 기존 강화유리의 150배, 판유리의 250배, 아크릴의 30배 이상의 내충격성(耐衝擊性)을 지니고 있는 소재로 수하물 이동 시 발생하는 어떠한 충격에도 안전하며 튼튼하다(Kim & Oh, 2010). 이러한 여행용 가방의 기능적인 측면뿐만 아니라 디자인 또한 다양화되고 있는 소비자의 감성을 반영한

차별화된 디자인의 제품들이 증가하고 있다. 예를 들어 캐리어와 백팩의 용도로 동시에 사용가능한 제품, 트랜스포머형 가방, 전자기기를 수납할 수 있는 내부 설계, 폴딩 기능 등의 착용자의 편의성을 극대화한 가방 등 다양한 아이디어 제품들이 개발되어 있다.

2. 패션 아이템으로서의 여행용 가방

전 세계 해외 여행객의 숫자는 2009년 9억5천2백만 명에서 2014년 13억으로 증가하여 연성장률 5.9%를 나타내고 있다. 국제항공운송협회(IATA)에 따르면 2014년까지 항공 이용객은 2009년 25억명에서 8억 명이 증가한 33억명에 이르고, 국제선 항공 화물은 2009년 2천6백만톤에서 천2백 오십만톤이 증가한 3천 8백만에 이를 것으로 전망하였고, 유엔 세계관광기구(UNWTO)에서 2011년도에 발간한 『Tourism Towards 2030』 자료에 의하면 2030년 해외 관광객은 약 18억명에 달할 것으로 예상하고 있다. 이렇듯 전 세계적으로 라이프스타일 키워드로 '여행'이 부각됨에 따라 여행용 패션용품에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히, 휴양지 머스트 해브(must have) 아이템, 여행패션, 공항패션 등의 새로운 용어들이 여행용품 구매를 촉진하고 있으며 캐리어와 여행용 가방 역시 짐 가방에 불과하던 시대를 지나 캐리어의 선택이 여행 스타일링의 마무리로 인식되고 있다(Kim, 2015). 특히, 국내 여행객의 연령대가 20대에서 40대까지가 전체의 50%를 차지하는 것(Shin, 2014)에서 알 수 있듯이, 여행객들이 젊어지는 추세로 공항패션과 밀접한 연관성을 지닌 트렌디하고 개성을 나타내는 여행용 가방에 대

한 관심이 증대될 것이라 예상된다.

최근 여행용 가방 브랜드에서 다양화되어가는 소비자의 니즈를 반영하여 다양한 컬러, 애니멀 프린트, 국기, 사진 등을 이용한 팝아트 디자인, 유명 포토저널지, 팝 아티스트 또는 유망 신인 디자이너들과의 콜라보레이션을 통한 디자인 등 다양한 패턴의 디자인 제품들을 출시하고 있다. 대표적인 여행용 가방 브랜드 투미(Tumi)에서는 매년 아티스트나 패션 디자이너와의 콜라보레이션을 통해 독특한 디자인의 여행용 가방을 선보이고 있는데, 2011년 도시 예술가 크래쉬(Crash)와의 콜라보레이션을 통해 베이퍼 라인의 한정판 '투미 TAG 컬렉션'(Kim, 2015)을, 2012년에는 패션 디자이너 안나 수이(Anna Sui)와의 콜라보레이션을 통해 안나 수이의 나비문양과 퍼플, 블랙 컬러가 적용된 여행용 가방(Fig. 5)을 선보였다. 그리고 이탈리아의 초경량 여행용 캐리어를 제작하는 론카토 우노(Roncato Uno)와 비엠더블유(BMW)와 폭스바겐(Volkswagen)의 디자이너 람베르토 안젤리니(Lamberto Angelini)가 디자인한 하드케이스 캐리어 론카토 우노 컬렉션은 12개의 국제 특허를 받은 여러 성능들을 탑재하고 있으며, 300개 이상 주문할 경우 기업 로고나 고객이 원하는 특별 디자인으로 제작이 가능하다(Kim, 2015). 그리고 샘소나이트(Samsonite)는 2011년 유엔(UN)이 지정한 '세계 산림의 해'를 맞아 '소나무 작가'로 국내외에서 명성을 얻고 있는 사진작가 배병우와 함께 소나무를 콘셉트로 한 콜라보레이션 가방을 출시했다(Park, 2011). 브릭스(Bric's)는 매년 아티스트나 패션디자이너와의 콜라보레이션을 통해 독특한 디자인의 여행



<Fig. 5> Tumi's Collaboration with Anna Sui (Laura, 2012)



<Fig. 6> Chanel 2016 S/S Ready-to-Wear, (SS 2016, 2015)

용 가방을 선보이고 있는데, 패션 디자이너 베르사체와의 콜라보레이션으로 추상적인 텍스타일 패턴을 적용한 디자인을 한정 판매하기도 하였다.

이러한 전문 여행용 가방 브랜드뿐만 아니라 최근에는 럭셔리 패션 브랜드 또한 여행용 가방을 디자인하고 있는데, 샤넬(Chanel)은 2016년 S/S 컬렉션에서 공항패션과 함께 브랜드의 아이덴티티를 반영한 다양한 여행용 가방 디자인을 선보였다. 샤넬은 공항에서 볼 수 있는 출발편 안내판 프린트 및 화살표, 항공기 모티프를 니트나 실크 소재에 유머러스하게 접목해 공항의 특징적 요소가 들어간 감각적인 의상과 함께 머스트헤브 여행 가방인 '코코 케이스'(Fig. 6)를 디자인하였다(SS 2016, 2015). 그 외에도 구찌(Gucci), 프라다(Prada), 세인트 로랑(Saint Laurent) 등 다양한 브랜드에서 브랜드의 심볼, 로고, 컬러 등 브랜드의 아이덴티티를 상징하는 디자인 요소들을 적용하여 개성 있고 패셔너블한 여행용 가방을 선보이고 있다.

Ⅲ. 국내·외 여행용 가방 브랜드의 패턴 디자인 특성 및 유형

1. 연구대상 및 자료수집

국내·외 여행용 가방 브랜드의 패턴 디자인의 유형을 분석하기 위한 연구 대상을 선정하기 위해 2015년 8월 24일부터 25일까지 검색 사이트(Google, Naver)에서 '여행용 가방 브랜드(Luggage Brand)'를 키워드로 검색된 각각 200개 웹문서(기사, 블로그, 사이트 등)에서 수집된 브랜드 중 웹사이트에 제품 정보를 제공하고 있는 총 107개 여행용 가방 전문 브랜드(국내:38, 국외:68)를 추출하였고 이 중 여행용 가방에 패턴을 적용한 제품이 있는 브랜드 국내 29개, 국외 27개 브랜드를 최종 분석대상으로 한정하였다. 분석자료는 2015년 8월 26일부터 9월 2일까지 여행용 가방 브랜드의 웹사이트를 통해서 패턴이 적용된 여행용 가방에 관한 이미지와 내용을 수집한 다음, 패턴 디자인을 추출하였다. 동일 브랜드에서 동일한 모티프, 패턴크기, 배열형식을 컬러웨이한 디

자인은 한가지로 취급하였지만 동일한 모티프라 하더라도 크기, 배열 형식이 다를 경우에는 다른 디자인으로 간주하였으며, 국내 266개, 국외 661, 총 927개의 데이터를 수집하여 분석에 활용하였다.

2. 자료 분석방법

분석방법은 선행연구(You, & Kim, 2008; Lee, 2007; Lee, 2011)의 텍스타일 패턴 디자인의 구성요소와 이미지 분류에 근거하여 모티프의 종류 및 세부 종류, 채색기법 및 세부 채색기법, 표현기법, 패턴의 크기, 배열, 이미지로 구분하여 분석하였다. <Table 1>에서와 같이 모티프의 종류(G)는 자연물(G1), 기하물(G2), 상징물(G3), 인공물(G4), 복합물(G5) 등으로, 세부 종류(g)는 식물(g1), 동물(g2), 자연물복합(g3) 등 27가지로 분류하였으며, 채색기법(C)은 핸드드로잉(C1), 수공예(C2), 그래픽(C3), 복합(C4) 등으로, 세부 채색기법(c)은 수채화(c1), 펜화(c2), 핸드드로잉혼합(c3) 등 7가지로 구분하여 분석하였다. 그리고 표현기법(T)은 사실적표현(T1), 추상적표현(T2), 양식적표현(T3) 등 5가지로, 패턴의 크기(S)는 작은 크기(S1), 중간 크기(S2), 큰 크기(S3)로, 배열(A)은 규칙(A1), 불규칙(A2), 원포인트(A3), 복합(A4)으로 패턴 이미지(I)는 캐주얼(I1), 로맨틱(I2), 클래식(I3), 내추럴(I4) 등 10가지로 구분하였다. 자료 분석은 국내·외 여행용 가방 브랜드의 웹사이트에서 추출된 패턴 디자인에 대해 각 분석 항목에 따라 명목을 부여하고 이를 코딩화하여 빈도를 조사하였다. 패턴 디자인의 크기 분석에서 모티프의 크기가 제시되어 있지 않은 경우에는 제품 크기를 기준으로 모티프의 크기를 산출하였고, 패턴 디자인의 이미지는 객관적인 평가를 위해 패션디자이너 전공 전문가 3명이 참여하여 이미지를 평가하였다. 본 연구에서는 분석 데이터의 코딩과 분석 결과의 서술 및 그림 설명을 용이하게 하기 위해 G, g, C, c, T, S, A, I 등의 기호를 사용하였다. 패턴 디자인 유형 분석은 SPSS 20.0을 사용하여 빈도분석을 실시하였다.

<Table 1> Analysis of Pattern Design Classifications

Category	Middle Classification	Small Classification			
Motif(G) · Specific Motif (g)	Nature(G1)	- Plant(g1) - Animal(g2)	- Complex Natural Object(g3) - Camouflage(g4)	- Human(g5) - Etc(g6)	
	Geometry(G2)	- Figure(g7) - Stripes(g8) - Check(g9)	- Abstract Pattern(g10) - Dot(g11) - Houndstooth(g12)	- Paisley(g13) - Etc(g14)	
	Symbol(G3)	- Character(g15) - National symbol(g16)	- Heart(g17) - Star(g18)	- Etc(g19)	
	Artifact(G4)	- City & Landmark(g20) - Map(g21) - Complex Artifact(g22)	- Letter(g23) - Vehicle(g24)	- Postcard & Stamp(g25) - Etc(g26)	
	Combination(G5)	- Combination(g27)			
Coloring Technique(C) · Specific Coloring Technique(c)	Hand Drawing (C1)	- Watercolor(c1) - Pen-and-ink Drawing(c2)	- Mixed Hand Drawing(c3) - Drybrush(c4)		
	Handicraft(C2)	- Dyeing(c5)			
	Graphics(C3)	- Graphics(c6)			
	Complex Coloring(C4)	- Complex Coloring(c7)			
Expression Technique(T)	- Realistic Expression(T1) - Abstract Expression(T2)	- Stylistic Expression(T3) - Weak Expression(T4)	- Complex Expression(T5)		
Motif Size(S)	- Small Size:<5cm(S1) - Medium Size:≥5cm, <10cm(S2) - Big Size:>10cm(S3)				
Arrangement (A)	- Regular Arrangement(A1) - One point(A2) - Complex Arrangement(A3)				
Image(I)	- Casual(I1) - Romantic(I2)	- Classic(I3) - Natural(I4)	- Ethnic(I5) - Avant-garde(I6)	- Manish(I7) - Modern(I8)	- Feminine(I9) - Country(I10)

3. 분석 결과

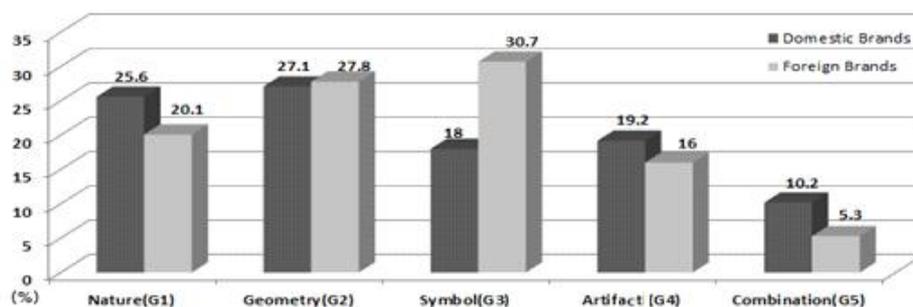
1) 분류단위별 텍스타일 패턴 디자인

국내·외 여행용 가방에 적용된 패턴 디자인을 분석한 결과, 먼저 모티프 종류는 <Table 2>에서와 같

이 기하물(G2)이 27.6%, 상징물(G3)이 27.1%, 자연물(G1) 21.7%로 높게 나타났고, 그 다음으로는 인공물(G4) 16.9%, 복합물(G5) 6.7%순이었다. 국내 여행용 가방 디자인에 적용된 패턴 디자인의 경우는 기하물(G2) 27.1%, 자연물(G1) 25.6%, 인공물(G4)

<Table 2> Motifs of Pattern Design in Luggage

	Nature(G1)	Geometry(G2)	Symbol(G3)	Artifact G4)	Combination(G5)	Total
Domestic Brands	68(25.6)	72(27.1)	48(18.0)	51(19.2)	27(10.2)	266(100.0)
Foreign Brands	133(20.1)	184(27.8)	203(30.7)	106(16.0)	35(5.3)	661(100.0)
Total	201(21.7)	256(27.6)	251(27.1)	157(16.9)	62(6.7)	927(100.0)



<Fig. 7> Motifs of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands

<Table 3> Specific Motifs of Pattern Design in Luggage

		Domestic Brands	Foreign Brands	Total
Nature (G1)	Plant(g1)	17(6.4)	46(7.0)	63(6.8)
	Animal(g2)	35(13.2)	43(6.5)	78(8.4)
	Complex Natural Object(g3)	7(2.6)	12(1.8)	19(2.0)
	Camouflage(g4)	5(1.9)	14(2.1)	19(2.0)
	Human(g5)	1(0.4)	9(1.4)	10(1.1)
	Etc(g6)	3(1.1)	9(1.4)	12(1.3)
Geometry (G2)	Figure(g7)	18(6.8)	57(8.6)	75(8.1)
	Stripes(g8)	11(4.1)	31(4.7)	42(4.5)
	Check(g9)	14(5.3)	27(4.1)	41(4.4)
	Abstract Pattern(g10)	6(2.3)	31(4.7)	37(4.0)
	Dot(g11)	13(4.9)	22(3.3)	35(3.8)
	Houndstooth(g12)	3(1.1)	3(0.5)	6(0.6)
	Paisley(g13)	2(0.8)	3(0.5)	5(0.5)
	Etc(g14)	5(1.9)	10(1.5)	15(1.6)
Symbol (G3)	Character(g15)	36(13.5)	182(27.5)	218(23.5)
	National symbol(g16)	3(1.1)	9(1.4)	12(1.3)
	Heart(g17)	1(0.4)	7(1.1)	8(0.9)
	Star(g18)	4(1.5)	2(0.3)	6(0.6)
	Etc(g19)	4(1.5)	3(0.5)	7(0.8)
Artifact (G4)	City & Landmark(g20)	12(4.5)	34(5.1)	46(5.0)
	Map(g21)	11(4.1)	21(3.2)	32(3.5)
	Complex Artifact(g22)	1(0.4)	16(2.4)	17(1.8)
	Letter(g23)	7(2.6)	7(1.1)	14(1.5)
	Vehicle(g24)	3(1.1)	5(0.8)	8(0.9)
	Postcard & Stamp(g25)	3(1.1)	4(0.6)	7(0.8)
	Etc(g26)	14(5.3)	19(2.9)	33(3.6)
Combination (G5-g27)	27(10.2)	35(5.3)	62(6.7)	
Total		266(100.0)	661(100.0)	927(100.0)

19.2%, 상징물(G3) 18.0%, 복합물(G5) 10.2%, 국외의 경우에는 상징물(G3) 30.7%, 기하물(G2) 27.8%, 자연물(G1) 20.1%, 인공물(G4) 16.0%, 복합물(G5) 5.3% 순이었다(Fig. 7).

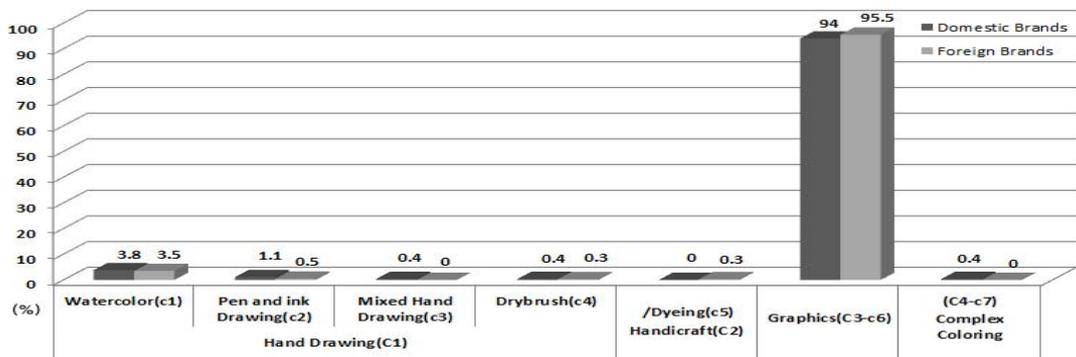
패턴 디자인의 세부 모티프 종류는 <Table 3>과 같이 캐릭터(g15)가 23.5%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 그 다음으로는 동물(g2) 8.4%, 도형(g7) 8.1%, 식물(g1) 6.8%, 복합물(g27) 6.7% 순으로 높게 나타났다. 국내의 경우, 캐릭터(g15) 모티프가 13.5%, 동물(g2) 모티프가 13.2%로 많이 활용되었고, 그 다음으로는 복합물(g27) 10.2%, 도형(g7) 6.8%, 식물(g1) 6.4%, 체크(g9) 5.3%, 인공물 기타(g26) 5.3% 순으로 높게 나타났다. 국외 브랜드는 캐릭터(g15) 모티프가 27.5%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 도형(g8) 8.6%, 식물(g1) 7.0%, 동물(g2) 6.5%, 복합물(g27) 5.3%, 도시·랜드마크(g20) 5.1% 순으로 많았

다. 국내 여행용 가방 중 캐릭터 모티프가 적용된 디자인의 경우 대부분이 디즈니(Disney), 루니툰(Looney Tunes)<Fig. 10>, 헬로우 키티(Hello Kitty), 어벤져스(Avengers) 등 미국 또는 일본의 만화, 영화 캐릭터를 모티프로 한 것이었다. 그리고 동물 문양을 모티프로 한 경우에는 곰(Fig. 11), 말, 새, 나비 등을 주제로 하거나 호피, 지브라, 뱀피 등 동물 가족의 문양이 활용되었다. 국외 여행용 가방 또한 캐릭터를 모티프로 활용하고 있는 디자인이 많았는데, 국내의 경우와 마찬가지로 디즈니(Disney) 캐릭터를 중심으로 스타워즈(Starwars), 어벤져스 캐릭터(Fig. 12)가 많이 활용되었고, 도형 모티프의 디자인은 사각형(Fig. 13), 삼각형을 비롯해 불규칙한 선의 연결을 통한 혼합적 도형 등이 많이 활용되고 있음을 알 수 있었다.

여행용 가방의 패턴 디자인에 활용된 채색기법을 분석한 결과는 <Table 4>와 같이 그래픽 기법(G3)이

<Table 4> Coloring Technique of Pattern Design in Luggage

	Hand Drawing(C1)				Handicraft (C2)/Dyeing(c5)	Graphics (C3-c6)	Complex Coloring (C4-c7)	Total
	Watercolor (c1)	Pen-and-ink Drawing(c2)	Mixed Hand Drawing(c3)	Dry Brush (c4)				
Domestic Brands	10(3.8)	3(1.1)	1(0.4)	1(0.4)	0(0.0)	250(94.0)	1(0.4)	266(100.0)
Foreign Brands	23(3.5)	3(0.5)	0(0.0)	2(0.3)	2(0.3)	631(95.5)	0(0.0)	661(100.0)
Total	33(3.6)	6(0.6)	1(0.1)	3(0.3)	2(0.2)	881(95.0)	1(0.1)	927(100.0)



<Fig. 8> Coloring Technique of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands

95.0%로 압도적으로 높게 나타났고, 국내와 국외 브랜드의 여행용 가방 디자인에서도 모두 그래픽 기법(G3)이 각각 94.0%, 95.5%로 가장 많이 활용된 것으로 나타났다(Fig. 8), <Fig. 10-13>. 세부 채색기법에서도 그래픽 기법(c6)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 핸드드로잉의 수채화 기법(c1)이 3.6%로 활용되었는데 국내와 국외 모두 같은 경향을 보였다.

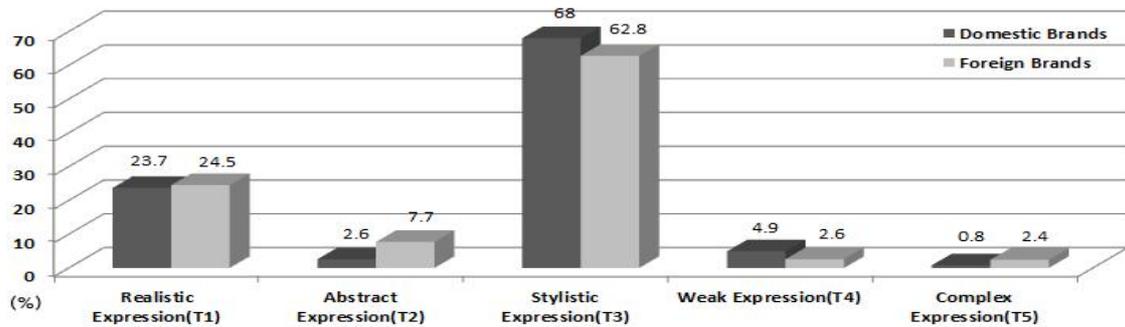
여행용 가방에 적용된 패턴 디자인의 표현기법을

분석한 결과<Table 5>, 양식적 표현(T3)이 64.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 사실적 표현(T1) 24.3%, 추상적 표현(T2) 6.3%, 약화적 표현(T4) 3.2%, 복합적 표현(T5) 1.9% 순으로 나타났다. 국내·외 모두 양식적 표현(T3)<Fig. 10, 13>이 각각 68.0%, 62.8%로 가장 높고, 사실적 표현(T1)<Fig. 11, 12>이 각각 23.7%, 24.5%로 두 번째로 높았다(Fig. 9).

국내·외 여행용 가방에 활용된 패턴 디자인의 모

<Table 5> Expression Technique of Pattern Design in Luggage

	Frequency(%)					
	Realistic Expression (T1)	Abstract Expression (T2)	Stylistic Expression (T3)	Weak Expression (T4)	Complex Expression (T5)	Total
Domestic Brands	63(23.7)	7(2.6)	181(68.0)	13(4.9)	2(0.8)	266(100.0)
Foreign Brands	162(24.5)	51(7.7)	415(62.8)	17(2.6)	16(2.4)	661(100.0)
Total	225(24.3)	58(6.3)	596(64.3)	30(3.2)	18(1.9)	927(100.0)



<Fig. 9> Expression Technique of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands



<Fig. 10> Domestic Brand, g15-c6-T3 Pattern (Luckyplanet, n.d.-a)



<Fig. 11> Domestic Brand, g2-c6-T1 Pattern (lviza.co.kr, n.d.-a)



<Fig. 12> Foreign Brand, g15-c6-T1 Pattern (Heys, n.d.-a)



<Fig. 13> Foreign Brand, g8-c6-T3 Pattern (Bgberlin, n.d.-a)

티프 크기를 분석한 결과는 <Table 6>과 같이 모티프의 사이즈가 10cm 이상인 큰 크기(S3)의 디자인이 74.5%로 가장 많았고, 그 다음으로는 중간 크기(S2) 18.0%, 5cm 미만의 작은 크기(S1) 7.4% 순으로 나타났다. 국내·외 모두 큰 크기(S3)<Fig. 11-14>가 각각 62.0%, 79.6%로 가장 많았고, 중간 크기(S2)가 각각 27.4%, 14.2%, 작은 크기(S1)가 각각 10.5%, 6.2% 순으로 나타났다<Fig. 14>.

패턴 디자인의 배열 방법은 <Table 7>에서와 같이 규칙 배열(A1)이 61.4%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 원포인트 배열(A2)이 35.1%로 두 번째

를 차지했다. 국내와 국외 모두 규칙배열(A1)<Fig. 17, 18, 20>이 각각 74.1%, 56.3%로 가장 높았고, 그 다음으로는 원포인트(A2)<Fig. 19>가 각각 25.6%, 38.9%를 차지했다. 특히, 국내의 경우 국외 브랜드의 여행용 가방보다 패턴 모티프가 규칙적으로 반복된 규칙배열 비중이 높았고, 국외의 경우에는 규칙배열 뿐만 아니라 여행용 가방 전면에 원포인트로 패턴이 적용된 경우도 많은 것으로 나타났다<Fig. 15>.

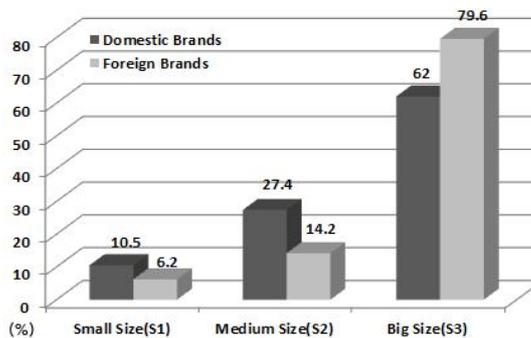
국내·외 여행용 가방에 활용된 패턴 디자인의 이미지를 분석한 결과는 <Table 8>과 같이 캐주얼(I1) 이미지가 52.3%로 가장 높게 나타나고, 그 다음으로

<Table 6> Motif Size of Pattern Design in Luggage

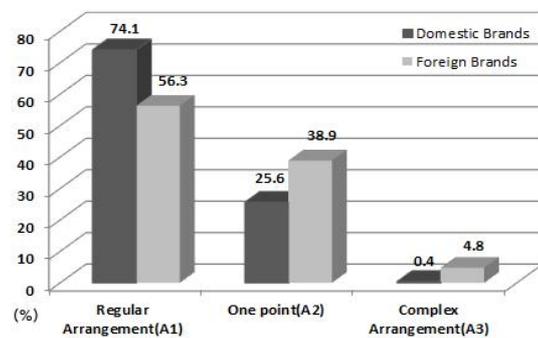
	Small Size(S1)	Medium Size(S2)	Big Size(S3)	Total
Domestic Brands	28(10.5)	73(27.4)	165(62.0)	266(100.0)
Foreign Brands	41(6.2)	94(14.2)	526(79.6)	661(100.0)
Total	69(7.4)	167(18.0)	691(74.5)	927(100.0)

<Table 7> Motif Arrangement of Pattern Design in Luggage

	Regular Arrangement(A1)	One point(A2)	Complex Arrangement(A3)	Total
Domestic Brands	197(74.1)	68(25.6)	1(0.4)	266(100.0)
Foreign Brands	372(56.3)	257(38.9)	32(4.8)	661(100.0)
Total	569(61.4)	325(35.1)	33(3.6)	927(100.0)



<Fig. 14> Motif Size of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands



<Fig. 15> Motif Arrangement of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands

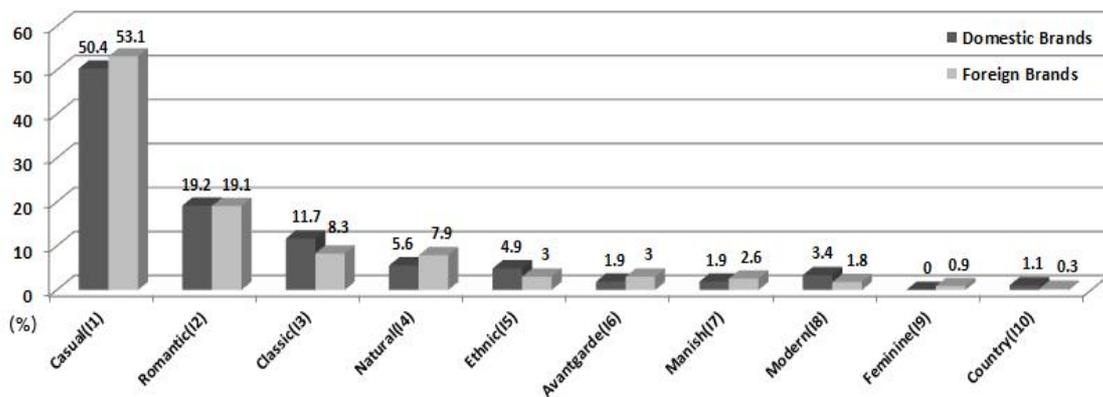
는 로맨틱(I2) 19.1%, 클래식(I3) 9.3%, 내추럴(I4) 7.2% 순으로 많이 나타났다. 국내 브랜드의 경우에는 캐주얼(I1) 이미지(Fig. 17)가 50.4%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 로맨틱(I2)<Fig. 18> 19.2%,

클래식(I3) 11.7% 순이었다. 그리고 국외 브랜드에서도 캐주얼(I1) 이미지(Fig. 19)가 53.1%로 가장 높았고, 그 다음으로는 로맨틱(I2)<Fig. 20> 19.1%, 클래식(I3) 8.3% 순으로 많이 나타났<Fig. 16>.

<Table 8> Image of Pattern Design in Luggage

Frequency(%)

	Casual (I1)	Romantic (I2)	Classic (I3)	Natural (I4)	Ethnic (I5)	Avant-garde(I6)	Manish (I7)	Modern (I8)	Feminine (I9)	Country (I10)	Total
Domestic Brands	134(50.4)	51(19.2)	31(11.7)	15(5.6)	13(4.9)	5(1.9)	5(1.9)	9(3.4)	0(0.0)	3(1.1)	266(100.0)
Foreign Brands	351(53.1)	126(19.1)	55(8.3)	52(7.9)	20(3.0)	20(3.0)	17(2.6)	12(1.8)	6(0.9)	2(0.3)	661(100.0)
Total	485(52.3)	177(19.1)	86(9.3)	67(7.2)	33(3.6)	25(2.7)	22(2.4)	21(2.3)	6(0.6)	5(0.5)	927(100.0)



<Fig. 16> Image of Pattern Design in Luggage of Korean and Foreign Brands



<Fig. 17> Domestic Brand, g27-c6-T3 -S3-A1-I1 Pattern (Ogram, n.d.-a)



<Fig. 18> Domestic Brand, g16-c6-T3 -S3-A1-I2 Pattern (Iviza, n.d.-b)



<Fig. 19> Foreign Brand, g2-c6-T3 -S3-A2-I1 Pattern (Heys, n.d.-b)



<Fig. 20> Foreign Brand, g1-c6-T3 -S3 -A1-I2 Pattern (Americanflyer, n.d.)

2) 분류조합별 텍스타일 패턴 디자인 대표유형

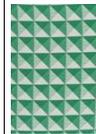
국내·외 여행용 가방 브랜드의 가방 제품에 적용된 패턴 디자인의 대표 유형을 도출한 결과는 <Table 9>와 같다. 패턴 디자인 분류 유형에 의한 조합은 국내 5개 이상, 국외 10개 이상의 빈도가 나타난 것을

기준으로 추출하였다.

국내 여행용 가방의 패턴 디자인 유형은 동물 모티프(G1-g2)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-중간 크기(S2)-규칙 배열(A1)-캐주얼(II) 이미지 유형과 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-캐주얼(II), 캐

<Table 9> Typical Types of Pattern Design in Luggage

Frequency(%)

Pattern Designs in Luggage of Domestic Brands										
Representative Image										
Type of Pattern Design	G1-g2	G3-g15	G3-g15	G3-g15	G1-g2	G2-g7	G5-g27	G1-g1	G2-g9	G5-g27
	C3-c6	C3-c6	C3-c6	C3-c6	C1-c1	C3-c6	C3-c6	C3-c6	C3-c6	C3-c6
	T3	T3	T3	T3						
	S2	S3	S3	S3	S2	S2	S3	S2	S2	S3
	A1	A2	A2	A1	A1	A1	A2	A1	A1	A1
II	II	I2	II	I4	I5	I1	I2	I3	I2	
Frequency (%)	11 (4.1)	11 (4.1)	11 (4.1)	10 (3.8)	8 (3.0)	6 (2.3)	6 (2.3)	5 (1.9)	5 (1.9)	5 (1.9)
Pattern Designs in Luggage of Foreign Brands										
Representative Image										
National	U.S.A	U.S.A	German	U.S.A	Canada	Belgium	Japan	Canada	Japan	
Type of Pattern Design	G3-g15	G3-g15	G3-g15	G3-g15	G4-g20	G2-g7	G1-g1	G2-g8	G2-g9	
	C3-c6	C3-c6	C3-c6							
	T1	T1	T3	T3	T3	T3	T3	T3	T3	
	S3	S3	S3							
	A2	A2	A2	A1	A2	A1	A2	A1	A1	
II	I2	II	II	II	II	I2	II	I3		
Frequency (%)	46 (7.0)	37 (5.6)	30 (4.5)	22 (3.3)	16 (2.4)	16 (2.4)	10 (1.5)	10 (1.5)	10 (1.5)	

릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-로맨틱(I2) 유형이 각각 4.1%로 가장 많았고, 그 다음으로는 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-캐주얼(I1) 유형이 3.8%, 동물(G1-g2)-수채화 기법(C1-c1)-양식적 표현(T3)-중간 크기(S2)-규칙 배열(A1)-내추럴(I4) 이미지 유형이 3.0%, 도형(G2-g7)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-중간 크기(S2)-규칙 배열(A1)-에스닉(I5) 이미지 유형과 복합물(G5-g27)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-캐주얼(I1) 유형이 각각 2.3%, 식물(G1-g1)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-중간 크기(S2)-규칙 배열(A1)-로맨틱(I2) 유형과 체크(G2-g9)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-중간 크기(S2)-규칙 배열(A1)-클래식(I3) 유형, 복합물(G5-g27)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-로맨틱(I2) 유형이 각각 1.9%로 나타났다.

국외의 경우, 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-사실적 표현(T1)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-캐주얼(I1) 유형이 7.0%로 가장 많았고, 그 다음으로는 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-사실적 표현(T1)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-로맨틱(I2) 유형이 5.6%로 두 번째로 많이 나타났으며, 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-캐주얼(I1) 유형 4.5%, 캐릭터(G3-g15)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-캐주얼(I1) 유형이 3.3%, 도시 풍경(G4-g20)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-캐주얼(I1) 유형과 도형(G2-g7)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-캐주얼(I1) 유형이 각각 2.4%, 식물(G1-g1)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-원포인트(A2)-로맨틱(I2) 유형과 스트라이프(G2-g8)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-캐주얼(I1) 유형, 체크(G2-g9)-그래픽 기법(C3-c6)-양식적 표현(T3)-큰 크기(S3)-규칙 배열(A1)-클래식(I3) 이미지 유형이 각각 1.5% 순으로 많이 나타났다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 국내·외 여행용 가방 디자인에 활용되고 있는 패턴 디자인의 모티프로는 캐릭터, 도형, 동물, 식물이 많이 활용되고 있으며, 이러한 모티프들은 그래픽적인 터치로 양식화되어 표현되는 경향이 두드러지는 것으로 나타났다. 또한, 규칙적으로 반복된 패턴뿐만 아니라 가방 전체에 원포인트로 적용된 형식으로도 많이 나타나고 있음을 알 수 있었다. 특히, 국내·외 여행용 가방에서 추출된 패턴 디자인의 유형을 살펴보면, 국내 여행용 가방에는 외국의 만화, 영화 캐릭터가 활용된 디자인과 기하학 문양, 자연 문양 등 쉽게 찾아볼 수 있는 패턴 디자인이 활용되고 있는 반면, 국외 여행용 가방의 경우에는 캐릭터도 디자인 모티프로 많이 활용되고 있지만, 국가의 이미지를 나타낼 수 있는 건축물이나 식물 모티프를 활용하거나 브랜드 아이덴티티를 나타낼 수 있는 패턴을 활용하고 있는 것을 알 수 있었다. 따라서, 한국으로의 관광객 유입이 많아지고 한국인 해외 여행객들이 증가하는 시점에서, 한국의 문화 콘텐츠가 활용된 차별화된 디자인의 여행용 패션상품이 필요하다고 할 수 있다.

IV. 국내 여행용 가방 브랜드 경쟁력 강화를 위한 패턴 디자인 개발

1. 디자인 기획

한국의 문화 콘텐츠를 활용한 여행용 가방의 패턴 디자인을 개발하기 위한 디자인 기획은 먼저, 선행연구(Lee, 2014)에서 해외여행의 의향에 대한 질문에 가장 높은 응답률을 보인 30대 남성과 여성을 타겟으로 설정하였다. 그리고 디자인 컨셉은 2016 S/S 패션 액세서리와 컬러 트렌드를 토대로 '열정적인 삶(Passionate Life)'(Fig. 21)으로 설정하여 새로운 에너지를 얻고자 하는 자유로운 움직임, 열린 사고로 다양한 영역을 탐험하며, 문화를 존중하고 함께 즐기는 삶을 존중하는 30대 여행객을 위한 패턴 디자인을 시도하였다. 디자인 모티프로는 한국의 대표적 문화 콘텐츠인 한글, 한복, 한옥을 선정하였고, 패턴 디자인을 위한 자료 수집을 위해 한민족 정보마당웹

(www.kculture.or.kr)과 한복진흥센터(www.hanbokcenter.kr), 문화포털(www.culture.go.kr) 등 한국의 전통문화 콘텐츠를 제공하고 있는 웹사이트에서 한글, 한복, 한옥과 관련된 디자인 세부 모티프들을 추출하였다. 세부 모티프 추출 시 III장의 여행용 가방에 활용되고 있는 패턴 디자인의 현황 분석에서 디자인 모티프로 많이 활용되고 있는 기하물의 도형화가 가능하거나 식물 모티프 중 양식화가 가능한 이미지를 중심으로 선정하였다. 그리고 추출된 세부 모티프들은 여행용 가방의 패턴 디자인 표현방법으로 가장 많이 활용되고 있는 그래픽 기법을 이용하고 배색 및 컬러웨이는 2016년 S/S 컬러 트렌드를 참고로 캐주얼, 로맨틱, 클래식 이미지를 나타낼 수 있는 배색으로 전개하였다(Fig. 22). 각 모티프에 대해 각각 2가지씩 총 6개의 패턴 디자인을 개발하였으며, 이를 여행용 가방 디자인에 적용하여 시뮬레이션 하였다. 디자인의 벡터 이미지화, 패턴화, 시뮬레이션은 Adobe Illustrator CS 5.0과 Adobe Photoshop CS 7.0 프로그램을 이용하였다.

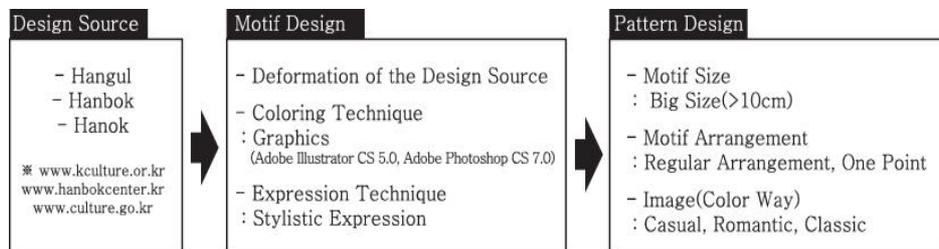
2. 패턴 디자인 전개 및 시뮬레이션

한국의 대표적 문화 콘텐츠인 한글, 한복, 한옥을 모티프로 활용한 여행용 가방의 패턴 디자인을 개발하기 위해 먼저, 디자인의 모티프가 될 수 있는 이미지를 수집하였다. 한글을 주제로 한 디자인은 한글의 '안녕'이라는 단어와 한국을 대표하는 작가라고 할 수 있는 박경리의 「여행」이라는 시(時)의 한 구절을, 한복은 시대별 한복 저고리를, 한옥은 한옥의 구조도(構造圖)와 단청의 연등굴 문양, 연화문 창살, 한옥의 처마와 담벼락 사진을 추출하였다. 추출된 디자인 모티프들은 <Table 10>과 같이, 정형화 과정을 거쳐 규칙적인 반복 또는 원포인트의 패턴으로 전개하고 폴리카보네이트 소재의 하드 케이스 여행용 가방에 적용하여 시뮬레이션 하였다.

디자인 1-1은 '안녕'이라는 단어의 자음과 모음을 원과 직사각형이 합쳐진 형태의 단순화된 타이포그래피로 표현한 기하학 패턴이다. '안녕'은 명사로는 아무 탈 없이 편안한, 감탄사로는 서로 만나거나 헤



<Fig. 21> Image Map
(Illustration by Researcher)



<Fig. 22> Pattern Design Process
(Illustration by Researcher)

<Table 10> Pattern Design for Luggage

Design No.	Source	Motif	Pattern	Simulation
Design 1-1	Hangul: “안녕” (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)
Design 1-2	Hangul: Park Kyung Ri's Poetry 「Travel」 	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)
Design 2-1	Hanbok: Jeogori (hanbokcenter, n.d.)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)
Design 2-2	 (hanbokcenter, n.d.)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)
Design 3-1	Hanok: (KCIS, n.d-a)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)
Design 3-2	Hanok: (KCIS, n.d-b) (Kculture, n.d) (KCIS, n.d-c)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)	 (Illustration by Researcher)

어질 때 정답게 하는 말로, 여행용 가방의 패턴 디자인에 적용된 '안녕'은 편안한 여행, 여행지에서의 새로운 친구와의 만남과 헤어짐 등을 의미할 수 있도록 하였다. 그리고 '안녕' 타이포그래피는 퍼즐처럼 구성되어 세로 또는 가로로 눕혀서도 '안녕'이라는 단어를 만들 수 있도록 조합하였다. 디자인 1-2는 박경리의 「여행」이라는 시의 “그 별이 큰 사막의 밤하늘, 히말라야의 짐진 노새와 야크의 슬픈 풍경, 마음의 여행이든 현실적인 여행이든 사라졌다간 되돌아 오기도 하는 기억의 눈보라...” 구절을 원, 정삼각형, 직각 삼각형, 육각형 등의 도형과 선, 점으로 구성된 타이포그래피로 표현한 디자인이다. 기하학적인 패턴으로 표현된 타이포그래피는 어두운 사막의 밤하늘에서 빛나는 별자리 같은 느낌이 들 수 있도록 구성하였다.

디자인 2-1은 16세기부터 19세기까지, 각 세기의 대표적인 저고리 형태를 재해석한 디자인으로, 색동을 연상하게 하는 컬러를 활용하고 은은하게 비치는 갑사 소재의 저고리를 표현하기 위해 각각의 모티프에 투명도를 준 디자인이다. 그리고 한복은 평면적인 형태이지만 한복을 입으면 입은 사람의 체형에 맞춘 듯이 입체적으로 변화하는 한복의 특징을 패턴 디자인에 반영하여 각각의 세부 모티프를 교차되도록 배치하여 입체감과 율동감이 느껴지게 하였다. 디자인 2-2는 저고리 배래의 형태와 색동을 현대적으로 재해석한 디자인으로, 배래의 곡선과 직선, 선과 면, 색동의 풍부한 색감에 다양한 변화를 주어 반복시킴으로써 창의적인 감성의 패턴 디자인을 개발하였다.

디자인 3-1은 한옥의 구조도를 단순한 형태로 정형화 하고 지붕의 기왓골을 스트라이프로 표현하여 이를 규칙적으로 반복시켜 북유럽 스타일의 패턴으로 전개한 디자인이다. 최근 북유럽 스타일의 텍스타일 디자인이 패션, 인테리어 스타일링에서 많은 소비자들의 관심을 끌고 있는 것을 반영하여 한옥의 전통적인 이미지 모티프를 그래픽적인 터치로 양식화하고 단순한 절제미가 강조된 디자인으로 재해석하여 개발하였다. 그리고 디자인 3-2는 단청의 연당굴 문양과 한옥의 처마와 담벼락 사진을 모티프로 활용한 디자인인데, 연당굴 문양은 규칙적인 반복 패턴

디자인으로, 한옥의 처마와 담벼락은 원포인트 패턴 디자인으로 개발하여 함께 코오디네이트 할 수 있도록 구성하였다. 즉, 연당굴 문양은 단순화된 형태로 양식화하고 이를 교차하거나 연화문 창살처럼 배치하여 패턴화 하였고 흑백의 한옥 처마와 담벼락 이미지는 일러스트레이터 프로그램으로 벡터화하고 연당굴 문양의 컬러를 활용하여 캐주얼한 이미지의 패턴 디자인으로 재해석하였다.

IV. 결론

최근 라이프스타일 키워드로 '여행'이 부각되고 여행용 패션용품에 대한 수요가 증가함에 따라 여행용 가방의 디자인이 개성화, 다양화 되고 있다. 이에 본 연구는 국내·외 여행용 가방에 적용된 패턴 디자인의 특성 및 유형을 연구하고 이를 토대로 한국의 전통문화 콘텐츠를 모티프로 활용한 여행용 가방의 패턴 디자인을 개발하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 국내·외 여행용 가방에 적용된 패턴 디자인을 분석한 결과, 먼저 국내의 경우, 패턴 디자인의 모티프는 기하물, 자연물이, 국외의 경우에는 상징물, 기하물이 많은 것으로 나타났다. 그리고 패턴 디자인의 세부 모티프 종류는 국내·외 모두 캐릭터 모티프가 가장 많았고, 그 다음으로는 국내의 경우에는 동물, 복합물, 도형, 식물, 체크, 국외의 경우에는 도형, 식물, 동물, 복합물, 도시·랜드 마크 순으로 많이 나타났다. 패턴 디자인에 활용된 채색기법은 국내와 국외 브랜드의 여행용 가방 디자인에서 모두 그래픽 기법이 가장 많이 활용되었고 세부 채색기법에서도 그래픽 기법이 가장 높게 나타났다. 그리고 패턴 디자인의 표현기법은 국내·외 모두 양식적 표현이 가장 많았다. 패턴 디자인의 모티프 사이즈는 10cm 이상인 큰 크기의 디자인이 가장 많았고, 패턴 디자인의 배열 방법은 규칙 배열이 가장 많았는데, 특히, 국내의 경우에는 패턴 모티프가 규칙적으로 반복된 규칙 배열 비중이 높았고, 국외의 경우에는 규칙 배열뿐만 아니라 여행용 가방 전면엔 원포인트 패턴이 적용된 경우도 많았다. 패턴 디자인의 이미지

는 국내·외 모두 캐주얼, 로맨틱, 클래식 이미지 순으로 많이 나타났다.

둘째, 국내 여행용 가방의 패턴 디자인 유형은 동물 모티프가 그래픽 기법으로 양식화되고 중간 크기의 모티프로써 규칙적으로 배열된 캐주얼한 이미지의 패턴과 캐릭터 모티프가 그래픽 기법으로 양식화되어 원포인트 패턴으로 캐주얼 이미지를 나타내는 유형과 로맨틱한 이미지를 나타내는 유형이 가장 많은 것으로 나타났다. 그리고 국외의 경우에는 캐릭터 모티프가 그래픽 기법으로 사실적으로 표현된 큰 크기의 원포인트 패턴이 캐주얼한 이미지를 나타내는 유형과 로맨틱한 이미지를 나타내는 유형, 캐릭터 모티프가 그래픽 기법으로 양식화된 큰 크기의 원포인트 패턴이 캐주얼한 이미지를 나타내는 유형이 많이 나타났다.

셋째, 분석결과를 토대로 한국의 문화 콘텐츠를 활용한 여행용 가방 패턴 디자인을 개발하기 위해 디자인 모티프로 한국의 대표적 문화 콘텐츠인 한글, 한복, 한옥을 선정하고 이를 현대적인 감각으로 재해석한 6종의 패턴을 개발하였다. 디자인 컨셉은 'Passionate Life'으로 설정하여 새로운 에너지를 얻고자 하는 자유로운 움직임, 열린 사고로 다양한 영역을 탐험하며, 문화를 존중하고 함께 즐기는 삶을 존중하는 30대 여행객을 위한 패턴을 디자인하였다. 디자인 1-1은 '안녕'이라는 단어의 자음과 모음을 원과 직사각형이 합쳐진 형태의 단순화된 타이포그래피로 표현한 기하학적인 패턴이고, 디자인 1-2는 박경리의 「여행」이라는 시의 구절을 원, 정삼각형, 직각 삼각형, 육각형 등의 도형과 선, 점으로 구성된 타이포그래피로 표현한 디자인이다. 그리고 디자인 2-1은 16세기부터 19세기까지의 여성 저고리 형태를 재해석한 디자인으로, 색동의 저고리 모티프들이 교차되도록 배치하여 입체감과 울동감이 느껴지도록 하였다. 디자인 2-2는 저고리 배래의 형태와 색동을 현대적으로 재해석한 디자인으로, 배래의 곡선과 직선, 선과 면, 색동의 풍부한 색감에 다양한 변화를 주어 반복시킴으로써 창의적인 감성의 패턴 디자인을 개발하였다. 디자인 3-1은 한옥의 구조도를 단순한 형태로 정형화하고 지붕의 기왓골을 스트라이프로 표현하여 이를 규칙

적으로 반복시켜 북유럽 스타일의 패턴으로 전개한 디자인이고, 디자인 3-2는 단청의 연등골 문양과 한옥의 처마와 담벼락 사진을 모티프로 활용한 디자인인데, 연등골 문양은 규칙적인 반복 패턴 디자인으로, 한옥의 처마와 담벼락은 원포인트 패턴 디자인으로 개발하여 함께 코오디네이트 할 수 있도록 구성하였다.

본 연구의 제한점은 분석대상을 설정함에 있어서 인터넷 사이트를 통해 검색된 여행용 가방 전문 브랜드의 제품만을 대상으로 하였고, 그로 인해 국내·외 패턴 디자인의 개수에 있어서 다소 차이가 있으며, 토털 패션 브랜드에서 판매되고 있는 여행용 가방제품은 분석 대상에서 제외되었기 때문에 본 연구의 결과를 일반화하기에는 무리가 있다는 것이다. 그럼에도 여행용 패션제품에 대한 수요가 증가하고 개성화, 다양화되고 있는 여행용 가방 디자인의 패턴 디자인을 분석한 본 연구의 결과는 한국의 여행용 가방 디자인 개발에 필요한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다. 또한, 문화 콘텐츠가 그 어느 때보다 중요시되고 있는 시기에, 본 연구에서 한국의 전통문화 콘텐츠를 현대적인 감각으로 재해석하고 이를 여행용 가방에 적용해보는 시도를 통해 우리 고유의 문화 콘텐츠를 대중화시키고 고부가가치, 고감성 한국 문화상품 개발의 가능성을 확인한 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다. 앞으로도 디자인 모티프로써 무한한 잠재력을 지니고 있는 한국의 문화 콘텐츠를 활용한 고부가가치, 고감성 문화상품 개발을 위한 연구가 활발히 진행되어야 한다고 사료된다.

References

- Amadeusapac. (2013). *Shaping the Future of Travel in Korea: The Big FOUR Travel Effect*. Seoul, Republic of Korea: Amadeusapac.
- Americanflyer (n.d.). Luggage. Retrieved from www.americanflyer.com
- Americantourister (n.d.-a). Luggage. Retrieved from shop.americantourister.com
- Americantourister (n.d.-b). Luggage. Retrieved from shop.americantourister.com
- An, H. & Lee, I. (2005). A Study of Jacket and Blouse with Bag Attached: Focused on Female College Students between 18 and 24 Years Age. *Journal of the Korean Society of Costume*, 55(6), 82-96.

- Atlasbag (n.d.). Luggage. Retrieved from www.atlasbag.co.kr
- Baggage. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Baggage>
- Bgberlin (n.d.-a). Luggage. Retrieved from www.bgberlin.com
- Bgberlin (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.bgberlin.com
- Calasibetta, M. C. (1998). *Fairchild's Dictionary of Fashion*. NY, USA: Fairchild Publications.
- Carpet Bag. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Carpet_bag
- Choi, J. (2015, March 4). US Luggage Market Trends. *Global Window*. Retrieved from <http://www.globalwindow.org>
- Duffle Bag. (n.d.). In *Fashion Specialty Materials Dictionary online*. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=276415&cid=50345&categoryId=50345>
- Farid, C. (2005). *Carried Away-All about Bags*. NY, USA: The Vendome Press.
- Fashionable Luggage Brand Growth (2015, August). *Fashion Chanel*, 34-38.
- Hanbokcenter (n.d.). Hanbok. Retrieved from www.hanbokcenter.kr
- Heys (n.d.-a). Luggage. Retrieved from shop.heys.ca
- Heys (n.d.-b). Luggage. Retrieved from shop.heys.ca
- Heys (n.d.-c). Luggage. Retrieved from shop.heys.ca
- Heys (n.d.-d). Luggage. Retrieved from shop.heys.ca
- Im, G., Park, K., Yun, j., Im, H., Hwang, H., Lee, H., & Min, B. (2015). Efficient Design Plans of Luggage. *2015 The Ergonomics Society of Korea Conference, 2015(10)*, 86-87.
- Iviza (n.d.-a). Luggage. Retrieved from iviza.co.kr
- Iviza (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.iviza.co.kr
- Iviza (n.d.-c). Luggage. Retrieved from www.iviza.co.kr
- Iviza (n.d.-d). Luggage. Retrieved from www.iviza.co.kr
- Iviza (n.d.-e). Luggage. Retrieved from www.iviza.co.kr
- Jang, J. H. (2009). *Study of Louis Vuitton* (Unpublished doctoral dissertation). Ewha Womans University, Seoul, Republic of Korea.
- Kang, S. Y. (2011). *A Study of Korean Traditional Bag* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Republic of Korea.
- KCIS (n.d.-a). Hanok. Retrieved from www.culture.go.kr
- KCIS (n.d.-b). Hanok. Retrieved from www.culture.go.kr
- KCIS (n.d.-c). Hanok. Retrieved from www.culture.go.kr
- Kculture (n.d.). Hanstyle. Retrieved from www.kculture.or.kr
- Kim, D. (2015, October 16). Tumi's Vapor Lite Collection. *Newsen*. Retrieved from http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201510151701425520
- Kim, M. (2005). *Exploration of Design Culture in 21st Century*. Seoul, Republic of Korea: Solbook.
- Kim, M. (2011). *A Study on the Travel Fashion Bag Design Using the Op-Art Textile Patterns* (Unpublished doctoral dissertation). Changwon University, Changwon, Republic of Korea.
- Kim, S. (2015, January 5). Italy Travel Bag Brand: Ron Kato, Uno Premium' Release. *Hankyung*. Retrieved from <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2015010433891>
- Kim, W. & Oh, C. (2010). Suitcase design for people traveling with infants. *Journal of Korean Society of Design Science*, 23(6), 11-18.
- Kipling (n.d.). Luggage. Retrieved from www.kipling.com
- Korea Dictionary Research Publishing. (1997). *Fashion Dictionary*. Seoul, Republic of Korea: Korea Dictionary Research Publishing.
- Laura. (2012, March 17). Anna Sui Designs a 2012 Spring Capsule Collection for Tumi. *If It's Hip, It's Here*. Retrieved from www.iftshipitshere.com
- Lee, E. (2007). A Study on the Classification in Korean Textile Design. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 13(3), 271-280.
- Lee, E. (2011). A Study On The Textile Pattern Design of Korean Fashion Clothing in the 1970s. *Journal of Korea Design Forum*, 31, 391-400.
- Lee, J. (2014). 2014 International Travel Forecast. *The Korea Travel News*. Retrieved from <http://www.ktnbm.co.kr>
- Lee, S. (2012). Global Market Strategies of Korean Fashion and Enterprises. *Textile & Fashion Industry Trends*, 5, 47-52.
- Luckyplanet (n.d.-a). Luggage. Retrieved from www.luckyplanet.co.kr
- Luckyplanet (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.luckyplanet.co.kr
- Luckyplanet (n.d.-c). Luggage. Retrieved from www.luckyplanet.co.kr
- Luckyplanet (n.d.-d). Luggage. Retrieved from www.luckyplanet.co.kr
- Lvtrunks (n.d.). Lvtrunks. Retrieved from <http://www.lvtrunks.com>
- Ogram (n.d.-a). Luggage. Retrieved from www.ogram.co.kr
- Ogram (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.ogram.co.kr
- Park, S. (2011, December 8). Samsonite-Bae Bien-U, Collaboration. *NewsWire*. Retrieved from <http://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=589318>
- Sarcina. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Sarcina>
- Shin, J. (2014, December 22). International Travel Forecast. *Travel Times*. Retrieved from <http://www.traveltimes.co.kr>
- Siffler (n.d.-a). Luggage. Retrieved from www.siffler.com
- Siffler (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.siffler.com
- SS 2016 READY-TO-WEAR COLLECTION. (2015). Retrieved from chanel-news.chanel.com

- Travelmate (2014, January 22). Luggage. Retrieved from www.travelmate.co.kr
- Travelmate (n.d.-a). Luggage. Retrieved from www.travelmate.co.kr
- Travelmate (n.d.-b). Luggage. Retrieved from www.travelmate.co.kr
- Visionairluggage (n.d). Luggage. Retrieved from www.visionairluggage.com
- You, H. & Kim, J. (2008). The Difference of Image by the Pattern of a Textile. *The Table & Food Coordinate of Korea*, 3(1), 11-21.
- Yun, M. H. (2013). A Study on the Expression of Cultural Identity and Cultural Universality on Design in the Multicultural Era: Focusing on Olympic Posters. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 19(2), 356-336.