

ESG 실행을 위한 패션 디자이너의 역할 및 과제

- 한국과 유럽의 비교를 통한 질적연구 -

유혜정·제갈미⁺

한양대학교 의류학과 석사·한양대학교 의류학과 겸임교수⁺

Designers' Roles and Challenges Conducting Sustainable Design Process Under ESG

- Qualitative research through comparison between Korea and Europe-

Hyejung Yoo · Mee Jekal⁺

Master, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

Adjunct Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University⁺

(received date: 2023. 7. 14, revised date: 2023. 8. 2, accepted date: 2023. 8. 8)

ABSTRACT

The purpose of this research is to explore women's wear designers' roles and challenges when practicing ESG. Qualitative research was conducted through 1:1 in-depth interviews with six participants (three professional designers in Korea and three professional designers in Europe) to explore practical designers' viewpoints on how ESG implementation differs within Korea and Europe. Semi-structured questionnaires were set up for the interviews, and the interviews were recorded with participants' permission upon IRB approval for data collection. The analyzed data results garnered through the three-level coding process are as follows. First, we identified disparities between Korea and Europe regarding fashion designers' roles and working system. Designers in Korea participated in every levels of production, striving to create luxury brand quality within the high-street brand's working system. Conversely, designers in Europe focus on leading an intensive sampling process for products within the pre-order working system. This approach enables designers in Europe to develop insightful products through collaborative discussions with experts in each department. Secondly, we identified differences in the external conditions, such as management and social conditions, affecting ESG implementation within Korea and Europe. These differences stem from each region's unique historical context regarding sustainability issues. The European fashion industry can draw upon past experiences to provide more practical and comprehensive conditions for practicing ESG. Third, all participants emphasized the importance of deliberate and efficient planning, sustainable materials usage, sustainable product processing, and a shift in designers' perceptions when practicing ESG in design. However, there were variations in how designers in Korea and Europe perceived practical roles. Fourth, we identified the different limitations in implementing ESG among designers due to varying working systems, external factors, and practical experiences between Korea and Europe. Therefore, we advocate for employing distinct regulations and systems to promote ESG in the design process, including integrated planning that considers practical designers' viewpoints,

본 연구는 석사학위논문 의 일부임

Corresponding author: Mee Jekal, e-mail: mcejekal@hanyang.ac.kr

establishes a clear vision within companies, and promotes sustainability education with national-level support in Korea. This study has significant value in exploring through qualitative research designers' accumulated experiences and viewpoints.

Key words: ESG(지속가능경영), fashion business(패션 산업), fashion designer(패션 디자이너), qualitative research(질적연구), sustainability(지속가능성)

I. 서론

세계적 흐름은 이미 '기술 혁명'의 시대에서 'ESG(Environment, Social, Governance) 혁명'의 시대로 들어와 있다(J. P. Kim, 2021). 패션 산업은 전 세계 탄소 배출량의 10%, 전 세계 폐수 발생의 20%를 차지하며, 연간 1.5 조 리터의 수자원을 사용할 정도로 환경오염의 상당 부분에 영향을 미치고 있다(World Resources Institute[WRI], 2021). 이러한 패션 산업의 환경에 대한 문제점을 인식하고 Gucci, Prada, Chanel 등의 럭셔리 브랜드와 Adidas, Nike 그리고 Zara, H&M 등의 32개 회사와 150 여개 브랜드는 '패션 팩트(Fashion Fact)'를 공개하며 환경 문제에 대한 노력을 명시한 바 있다. 또한 미국 뉴욕 시에서는 2022년 1월 7일 패션업계의 현 상황을 해결하기 위한 새로운 법안인 '패션의 지속 가능성과 사회적 책임법(Fashion Sustainability and Social Accountability Act)'을 마련하여 패션업계의 지속 가능하지 않은 관행들에 대한 해결책을 내세웠다(Kwon, 2022). 파타고니아의 이본 쉬나드(Yvon Chouinard) 회장은 지구가 가진 자원은 유한함을 강조하며, 2022년 9월 가족과 회사 지분을 모두 기후변화 대응과 환경보호를 위한 활동에 기부하는 발표를 하여 진정성 있는 지속가능성 실천의 모습을 보여주기도 하였다(The Monster in Our Closet, n.d.). 이와 같이 지속가능 패션을 추구하기 위해 노력하는 기업들이 증가하고 있으며, 동시에 기업과 브랜드에 대해 환경의 사회적 책임에 대한 요구가 강요되고 있는 추세 하에 전 지구적으로 환경의 심각성을 느낀 모두가 최근 몇 년 사이 발 빠르게

움직이고 있는 상황임을 알 수 있다.

그동안 우리가 외쳤던 친환경 소비가 '선택적 항목'이었다면 더욱 구체화되고 실천적 문제로 언급되며 '필수의 항목으로 바뀐 것이라 할 수 있다. 이에 본 연구는 빠르게 발전해 가고 있는 지속가능한 활동들을 패션의 영역 안에서 조망해 보고자 한다. 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals, SDGs)가 전 지구적 차원에서 시작된 논의라면, ESG는 이를 실천하기 위한 기업차원의 활동 중심이라고 할 수 있다. 정부차원의 ESG 관련 규제와 법안들이 하나 둘씩 마련되고 있는 것에 비해, 실질적으로 현장의 상황은 앞으로 나아가기가 쉽지 않다. 단기적으로는 재무적인 부분을 간과할 수 없고, 중장기적으로는 ESG 실행을 위한 실무역량을 갖춘 전문가 집단도 부족한 상황이다. 또한, 브랜드 차원에서는 트렌드를 반영하는 제조업의 특성상 자발적으로 바뀌기는 어려운 점이 매우 많다.

ESG는 코로나 19 팬데믹 이후인 2020년부터 본격적으로 연구가 진행되기 시작했으나 주로 경영학, 법학, 재무 회계의 분야의 내용이다(Choi & Youn, 2022). 패션영역에 있어서 ESG관련 연구는 주로 국내 브랜드 사례연구가 진행 된 바가 있으나, 이를 실천하는데 있어서의 실질적인 현황 분석이나 실무디자이너의 방향성에 대한 내용은 미비한 실정이다. 지속가능한 디자인 관련 연구로는 '업사이클링(Upcycling)'과 '제로 웨이스트(Zero-waste)'의 방법을 이용한 사례 연구와 의복구성학적 측면에서의 제품 개발연구가 대부분(Lee, 2021; Na & Kim, 2015; Park & Kim, 2020; Wi & Jung, 2021)으로 실제 여성복 브랜드에서 실천적으로 적

용하기에는 무리가 있다. Korea Federation of Textile Industries[KOFOTI](2021)의 'Korea Fashion Market Trend 2021 하반기 보고서(국내 패션시장 규모조사)'에 따르면, 2021 상반기의 패션 시장의 규모는 총 19 조 2383억 원이며 이중 여성복이 마켓의 48%규모를 차지하고 있고, 뒤를 이어 신발, 스포츠, 그리고 남성정장 순이다. 또한 2020년 상반기 대비 증가 폭에 있어서도 여성복은 1 조 753억 원 증가로 전체 증가 규모의 59.9%를 차지하며 현재 패션시장에서 가장 큰 마켓 셰어를 차지하고 있다(KOFOTI, 2021). 이에 본 연구의 목적은 유럽과 국내의 비교를 통해, 국내 여성복 패션 기업의 ESG실행을 위한 디자이너의 실천 방안과 문제점 규명을 하는데 있어서 어떤 차이점이 있으며, 왜 그러한 차이점이 생기게 되었는지에 대해 살펴보면서, 국내 패션 기업이 앞으로 해결해 나아갈 과제를 도출하는데 있다. 이에 따른 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 국내와 유럽 패션 기업의 ESG 실행에 있어서 여성복 실무 디자이너 영역에서 실천할 수 있는 내용은 무엇이며, 어떤 차이가 있는가?

둘째, 국내와 유럽 패션 기업의 현재 업무환경에서 여성복 디자이너가 ESG 를 위한 요소들을 실천하는데 있어서의 제한점에 어떤 차이가 있는가?

셋째, 국내와 유럽 패션 기업의 ESG실행을 위한 디자이너의 실천방안과 제한점에 있어서 왜 차이점이 발생하게 되었는가?

II. 문헌 연구

1. ESG의 개념과 현황

ESG는 환경(Environment), 사회적 책임(Social), 지배구조(Governance)의 3요소로 이루어져 있으며, 기업의 중장기적 가치와 지속 가능성에 영향을 미칠 수 있는 비재무적인 지표를 의미한다(J. P. Kim, 2021). 환경(E)은 자원과 폐기물 관리 탄

소배출 및 에너지 효율 등 기업경영으로 발생하는 환경 영향 전반을 포괄하고, 사회적 책임(S)은 공급망 관리, 인권 및 다양성, 근로자 안전등이 중요한 이슈가 되고 있으며, 지배구조(G)는 기업윤리 및 이사회 다양성 등이 강조되고 있다(Park, 2021). ESG의 출발점은 2006년에 UN이 발표한 사회책임투자원칙(Principle for Responsible Investment, PRI)이라고 할 수 있으며, PRI는 재무적인 성과 이외에도 '사회적이고 윤리적인 가치'를 지속 가능 경영전략의 요소로 감안하며 기업에 투자하는 방식이다(J. P. Kim, 2021).

이후 ESG의 기폭제가 된 것은 글로벌 자산운용사인 블랙락(Black Rock)의 CEO 래리 핑크(Lawrence Douglas Fink)회장의 2020 연례 서신이다. 그는 이 서신에서 '환경지속가능성'이 향후 회사 운용의 핵심 전략이 될 것이며, 석탄 개발업체나 화석연료를 생산하는 기업에는 투자하지 않겠다는 'ESG 우선주의'를 천명하였다(S. Y. Lee, 2022). 또한 ESG는 UN의 지속가능발전목표를 실천하기 위한 방법이라고 할 수 있는데, 지속가능성은 '미래 유지 가능성'을 의미하는 것으로 생태계가 미래에도 유지될 수 있도록 하는 제반 환경(Cheon & Kim, 2020)을 말한다.

1) 한국의 ESG 이슈

국내에서의 지속가능 패션에 대한 논의는 2008년 정부의 '녹색성장정책' 발표 이후 부터이다(Jung & Kang, 2012). 이는 순환경제 정책이나 화학물질 평가제도 등의 국가적 정책이 활발히 이루어지고 있는 유럽에 비해 상대적으로 늦은 시작이다. 패션 브랜드의 ESG 실천을 위한 지속가능 활동 유형으로는 대부분 환경이슈를 기본으로 하고 있으며, 주로 재생소재의 활용이나 친환경 소재 개발 등의 기술혁신 관련 내용들이다. 사회적 측면에서는 인권존중과 상생의 측면에서 그 방향성을 제시하고 있으며, 그 내용으로는 윤리적 생산과 공정무역을 실천하며 공공가치와 사회적 가

치를 추구하고 있다.

우리나라의 섬유 패션 산업은 코로나19의 확산으로 인해 생산과 수출이 감소하고, 인건비와 원부자재 상승에 따라 해외 생산이 확대되면서 국내 생산 시스템의 기반이 약화되었다. 또한 기능성, 고 감성 소재에 대한 기술 투자가 부족하고, 친환경화, 스마트화, 융복합화와 같은 변화하고 있는 환경의 대응에 미흡한 국내의 섬유, 패션 산업의 국제적 경쟁력의 약화를 초래하고 있으며, 현업에서는 원사와 직물, 의류의 가치사슬 전반에 걸친 가동률의 하락과 같은 생산 제조 시스템의 문제가 심각해졌다(Go & Han, 2021). 이와 같은 문제를 극복하기 위한 대응 전략이 시급해지면서 산업통상자원부와 한국섬유산업연합회는 2020년 11월 디지털화, 친환경화, 융복합화의 촉진을 위한 '섬유, 패션산업의 한국판 뉴딜 실행 전략'을 발표하였다. 이는 2020년 10월 '2050 탄소중립' 계획을 발표한 달 후이며 이후 2021년 1월 'ESG 공시 의무화 방안'을 발표하였다. 그 내용은 2025년까지 자산 2조이상의 상장 회사가 해당되며 2030년에는 모든 코스피 상장사는 의무화의 대상이 된다(KOFOTI, 2021). 이어 2021년 12월에는 산업통상자원부 주관 'K-ESG 가이드라인'을 발표하며 국제적 흐름과 함께 필 환경의 시대에 맞추어 많은 제도적 장치들을 마련하고 있다.

정부의 이와 같은 움직임에 따라 패션 기업들은 발 빠르게 대처하고 있는 분위기이지만 대부분 대기업과 유통분야에서 대응하고 있다. 예를 들어, 한국 패션 브랜드의 ESG 등급(Korea Corporate Governance Service [KCGS], n.d.) 상위권인 (주)한섬은 '탄소제로 프로젝트'의 일환으로 친환경 방식으로 재고 의류를 폐기하고 있으며, 2024년까지 모두 친환경 폐기의 방식으로 전환할 것을 공표하였고, 2020 지속가능개발 목표경영지수(SDGs Business Index, SDGBI)의 최우수 그룹에 선정된 현대백화점은 2022년 4월 유통업계 최초 첫 자원순환시스템을 구축하여 '프로젝트 100'을 추진하는 계획을

밝혔다(Jeong, 2022). LF도 2021년 버추얼 런웨이(Virtual Runway)와 3D 가상 품평회를 하는 등의 노력을 하고 있다(Kwak, 2021).

또한 코오롱 인더스트리 FnC는 지난 2012년 국내 최초로 업사이클링 브랜드 '레코드(RE:CODE)' 론칭 이후 국내에서 선도적으로 지속적인 활동을 이어가고 있다(Lim, 2022). 한편 스포츠 아웃도어 부문에서 블랙야크는 그린야크 캠페인 활동을 통해 지속가능패션을 실천하고 있다. '플라스틱 재활용 프로젝트'로 유일하게 국내 폐 페트병만을 사용하고 있으며, 플라스틱 수거 선별 효율을 높이기 위한 폐쇄기기를 연구·개발하는 '플러스틱(PLUSTIC) 프로젝트'를 비롯해 '클린 마운틴', '기후난민 프로젝트'와 '블랙야크 나눔 봉사단' 등 다각적인 사회적인 활동 등을 추진하며 ESG 경영에 박차를 가하고 있다(Green nature for you, n.d.). 한국 콘텐츠 진흥원은 올해부터 지속가능한 패션을 추구하는 디자이너 패션 브랜드를 지원하는 '지속가능 패션 제작 지원' 사업을 신규 추진하며 ESG 경영을 강화할 것을 밝혔으며(Kwon, 2022), 기후 및 사회문제가 가속화되면서 ESG가 새로운 경영 패러다임으로 자리 잡고 있다.

2) 유럽의 ESG 이슈

유럽에서 '지속가능'이라는 용어는 1968년에 설립된 지구와 인류의 미래에 대해 연구하는 비영리 기관인 'The Club of Rome'의 보고서 중 1972년의 '경제 성장이 환경에 미치는 영향'에서 발생했으며(Lee & Ko, 2022), 그 기준을 마련하기 위한 시작은 1992년 'Brazil Earth Summit'에서 지속가능한 개발을 목적으로 하는 국제적 협력 계획인 'Agenda 21'의 채택이다. 그 이후 2015년에 UN 회원국의 17개 지속가능 발전 목표가 채택되며 지금까지 발전하게 되었다(Huh, 2021). 유럽은 영국을 중심으로 2000년부터 기업의 지속가능성과 가치 평가를 위해 ESG 정보공시 의무 제도를 시행하고 있으며, 많은 럭셔리 브랜드를 보유하고

있는 LVMH와 Kering 그룹도 적극적으로 ESG 활동을 공개하고 있다. 또한 최근 2022년 4월 EU에서는 패스트 패션에 강력한 규제를 가하는 법안을 마련하였으며, 내용에는 오는 2030년까지 규정된 한도 이상의 리사이클링 소재 사용의 의무화, 재고 상품 폐기 처분 금지, 그린 워싱 단속, 미세 플라스틱 사용 규제와 글로벌 노동 환경의 개선 등이 포함되어 있다(Jang, 2022).

최근 글로벌 패션 업계에서 지속가능한 소재 사용과 관련한 행보로는 2022 F/W 컬렉션에서 '발렌시아가'가 버섯의 균사체에서 추출한 최첨단 소재 EPHEATM로 제작한 맥시 후디드 랩 코트(Maxi hooded wrap coat)를 선보였는데, EPHEATM은 최소한의 자원을 사용하며 저 가치의 농공업용 잔여물을 먹고 자라 소량의 CO₂를 배출하는 가죽 및 합성 섬유에 대한 실용적이면서도 환경적인 소재로, 발렌시아가만을 위해 독점 개발되었다(Park, 2022). 또한 스텔라 매카트니는 포도를 활용한 식물성 가죽으로 만든 가방 'S-Wave'을 출시했고, 2022년 S/S 컬렉션에서는 버섯 뿌리로 만든 신소재 'Mylo'를 사용하는 등 최근 럭셔리 브랜드들에서도 친환경적인 행보를 적극적으로 보여주고 있다(Stellamccartney, n.d.). 또한 지속가능한 패션에서 소비자의 기능적·감성적 가치를 모두 만족시킬 수 있는 옷을 디자인하기 위해 최근 글로벌 패션업계에서도 다양한 활동들을 보이고 있다. 타임리스 클래식을 추구하는 영국브랜드 바버(Barbour)는 덴마크 브랜드 가니(Ganni)와 업사이클링 협업라인을 선보였는데, 메인 컬렉션에서는 왁스로 처리한 유기농 면과 재활용 폴리아미드로 제작되었고, 'Re-loved' 컬렉션에서는 남은 재고 소재로 만들어진 50개의 코트와 재킷으로 구성하였는데, 환경을 고려했을 뿐 아니라 두 브랜드의 컨셉을 잘 융화시켜 소비자의 소장욕구를 자극하는 컬렉션이었다(Chae, 2022). 또한 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)는 케냐의 장인들과 함께 업사이클링 액세서리 컬렉션을 진행하

였는데, 이는 버려진 옷에 소외된 지역의 장인의 기술과 비비안 웨스트우드의 창의적인 미학이 더해진 신선하고 의미 있는 컬렉션이라고 할 수 있다(J. N. Lee, 2022).

이처럼 50여 년 전부터 시작된 유럽의 ESG 이슈는 오랜 기간에 걸쳐 지속가능성을 위한 정책과 함께 현재는 다양한 신소재 개발에 이르는 성과를 이루고 있는 반면, 상대적으로 그 시작이 늦은 우리나라의 경우 2009년부터 논의된 바 있으나, 최근 2020년 이후 시급한 정책 마련과 함께 아직은 제반 환경이 미흡한 실정이다.

2. 패션디자인 프로세스

패션기업의 ESG를 위해 지속가능 패션을 실천할 수 있는 부분은 제품을 기획하는 전 과정의 단계마다 그 내용과 방법이 다르다. 패션 기업의 브랜드에서 디자이너의 업무는 상품기획 영역에 속하며, 상품완성 후 판매와 함께 업무수행이 이루어지는 마케팅 및 영업부문과 구분되어진다(Kim, Hwang, & Kim, 2013). 상품기획 프로세스는 일반적으로 표적 고객을 설정하여 매 시즌 새로운 상품을 기획하되, 전년도 피드백 데이터에 현재의 트렌드를 반영하여 진행하며, 이를 단계적으로 수행하도록 체계화한 신상품 개발 과정을 의미한다(Suh, 2009). 상품 기획의 업무는 크게 머천다이저와 디자이너의 업무로 구분되어진다. 우선 디자이너의 업무와 밀접한 연관성이 있는 머천다이저(MD)는 주로 브랜드의 기획이나 조정 업무에 포괄적으로 관여하며, 브랜드의 매출과 이윤 증진을 목표로 한다(Kim et al., 2013). 또한 품평회의 최종 상품 결정을 주도하고 생산계획을 세우고 관리하며, 상품 구성에 맞게 출고 계획을 세운 이후에도 판매 동향 파악을 통해 재생산과 반응 생산 결정을 하는 업무를 한다(Kim & Kim, 2005). 패션 디자이너는 상품기획 영역에서 중심이 되는 전문가로서, 특히 여성복 영역에서 그 역할이 더욱 중요해진다(Kim et al., 2013). 패션디자이너의

주요업무는, 변화하는 소비자의 라이프 스타일과 사회가치에 근거하여 시장을 분석하고 트렌드를 반영하여 제품을 창의적으로 개발하여 새로운 스타일을 창조하는 것이다 (Kim et al., 2013; Moon & Park, 2010). 패션 디자이너의 주된 업무는 디자인 스케치에서 샘플 완성단계에까지 이루어지며, 그 영역은 기업의 특성과 브랜드 유형에 따라 달라지거나, 디자이너의 경력에 따라 달라질 수 있지만, 주된 업무는 상품기획 과정 중 디자인 기획과 샘플 개발업무라고 할 수 있다(Lee, 2003; Moon & Park, 2010).

디자이너의 업무 프로세스를 형태적·기능적 특성을 모두 고려하여 통합적 성격으로 본 Watkins (1988)의 연구에서는 패션디자인의 프로세스를 7단계로 구분하였는데, 수용-분석-정의-관념화-아이디어정의-수행-평가이다. 또한 Lee et al.(2014)의 연구에서는 일반적 디자인의 업무 프로세스 단계를 문제 인식과 정의, 정보수집, 관념화, 구체화, 제작, 평가 그리고 소비자와의 커뮤니케이션 단계까지로 확장하여 정의하였으며, Sung & Kwon (2009)의 연구에서는 패션 디자인 프로세스를 크게 4단계로 나누어, 정보수집 및 분석, 컨셉 설정, 디자인 기획과 개발, 평가와 결정의 단계로 구분하였다. 이를 토대로, 본 연구에서는 문제인식(정보수집과 분석)-관념화(기획방향 설정)-구체화(디자인 전개와 샘플제작)-평가(품평회와 결정)-수행(메인생산과 실행)인 5단계로 패션디자인 프로세스를 설정하였다.

디자인 부서가 세분화 되어있는 조직구조에서는 여러 부서와 상호 협조 하에 많은 과정들이 이루어지는 업무 구조의 특성상 불분명한 업무 구분에 따른 기회비용이 발생할 수 있으며, 이해 관계자와의 커뮤니케이션 능력이 많이 요구된다 (Lee et al., 2014). 따라서 디자인 업무는 주요 직무 외에도 조직 맥락적 직무 또한 중요한 역할을 하고 있으며, 패션기업의 디자이너는 조직의 구성원으로서 전반적인 업무의 흐름을 이해하고, 업무를

수행해야 한다. 이를 위해 유연한 사고와 멀티태스커(Multi-tasker)로서의 역할 그리고 원활한 커뮤니케이션 능력은 효율적인 업무처리를 위해 요구되는 능력이다. 본 연구에서는 이러한 패션 기업의 여성복 브랜드 디자이너 업무 프로세스를 바탕으로, ESG 실행의 관점에서 지속가능한 패션의 실천을 위해 실무적으로 행할 수 있는 요소들과 실행에 있어서의 문제점에 대해 여성복 브랜드 디자이너를 대상으로 심층인터뷰를 통해 알아보고자 한다.

III. 연구 방법

본 연구는 국내 패션 브랜드에서 ESG 를 실천 하는데 있어서, 여성복 브랜드 상품 제작 과정의 주요 주체인 ‘디자이너’에 초점을 맞추어 연구가 진행되었다. ESG 실행에 있어서 실무 디자이너의 역할과 그에 따른 제한점은 무엇인지 알아보기 위해 질적 연구(Qualitative research) 방법의 하나인 심층인터뷰를 통한 근거이론(Grounded Theory)의 분석방법을 사용하였다. 또한 의류제품의 생산과정을 실무적 관점으로 접근하여 디자이너 입장에서 효율적이며 현장감 있는 방법을 연구하고자 하였다.

1. 연구 대상자 및 자료수집

심층인터뷰를 통한 질적 연구를 위해 현재 패션브랜드에서 5년 이상 재직 중인 여성복 패션 디자이너를 연구 대상으로 선정하여 편의 표집(Convenience sampling) 방법으로 모집하였다 (Lee et al, 2014). 본 연구는 디자이너의 관여도가 큰 여성복 디자인실의 경험으로 제한하였으며, 5년 이상 근무자로 여성복의 샘플 제작과정과 생산단계에 대한 충분한 이해와 경험이 있다고 판단하며, 지속가능한 패션 및 ESG에 대한 사전지식이 있는 디자이너가 대상자의 기준이 되었다. 그 기준으로 국내 브랜드 디자이너의 경우 소속된 기

업이 ESG 경영에 대한 실천 목표가 명시되어 있고, 연구 대상자는 이에 대해 충분히 이해하고 있음을 확인하였으며, 해외지역 활동 디자인의 경우, 지속가능한 패션에 대해 선도적인 사례가 있고 최근 ESG 와 지속가능성에 대한 규제가 엄격해진 유럽국가 기반 활동 중인 한국인 디자이너를 선정하였다(Huh, 2021). 연구 대상자는 총 6명으로, 유럽 활동 한국 디자이너 3 명, 국내활동 디자이너 3 명으로, 질적 인터뷰를 통해 구체적인 범주를 도출하고자 하였다. 최종적으로 연구에 참여한 대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 연구 대상자의 동의에 의해 인터뷰 내용은 녹음되었고, 추가적인 자료로는 관찰과 현장 노트가 같이 활용되었다. 현장 노트는 인터뷰 직후 참여자의 응답에 대한 연구자의 주관적 의견들을 함께 기록하였고, 관찰의 항목으로 디자인실에서 사용하는 시각적 자료를 제공받거나 요청하였다. 이러한 삼각검증(Triangulation)을 통해 해석적 연구의 타당성을 높이고자 하였다(Creswell, 2021). 인터뷰의 유형은 반 구조화된 형태(semi-structured

interview)로 경험적 사실에 근거한 개방형의 질문이 이루어졌으며, 질문의 내용은 소속된 브랜드에서 ESG 를 위해 행해지고 있는 활동들, 현재 패션 브랜드의 ESG 실천의 성공적 사례, 의류제품의 전 과정 단계에서 ESG 실행을 위해 디자이너가 실천할 수 있는 방법과 제한점, 향후 패션브랜드의 ESG 실천을 위해 디자이너가 효과적으로 실천할 수 있는 방법과 기대 효과에 관한 내용들이다. 기관생명윤리위원회(IRB)로부터 심의과정을 거쳐 승인(HYUIRB-202209-011)받았고, 2022년 9월 19일 이후부터 2022년 10월 6일까지 연구자와 1:1 방식으로 인터뷰가 1회 60분에서 90분 정도 진행되었으며, 이론적 포화를 위한 자료 수집을 위해 추가 면담이나 이메일을 통한 연락이 있을 수 있음을 미리 알리고 인터뷰를 진행하였다.

3. 자료 분석

본 연구는 자료 분석의 방법으로 Strauss & Corbin(1998)의 근거이론(Grounded theory) 분석

<Table 1> Demographic Information of Participants

Participants	Career	Position & Brand zone	Ages	Gender	Location
A	15 yrs (W 15yrs)	Chief of team leader, Contemporary design	40-49	F	Seoul (Korea)
B	15 yrs (W 15yrs)	Chief of team leader, Contemporary design	30-39	F	Seoul (Korea)
C	22yrs (W 10yrs+ M 12yrs)	Chief of team leader in materials, Contemporary design	40-49	F	Seoul (Korea)
D	30yrs (W in Korea 10yrs + W/ M in Europe 20yrs)	Creative director, High-end + Contemporary design	50-59	F	Munich (Germany)
E	15yrs (W in Korea 9yrs + W in Europe 6yrs)	Team leader, Contemporary design	30-39	F	London (UK)
F	7yrs (W in Korea 3yrs + W / M in Europe 4yrs)	Designer, Contemporary design	30-39	F	Copenhagen (Denmark)

(W: Womens wear, M: Mens wear)

법으로 진행되었다. 인터뷰 시 보존의 정확성과 용이성을 위해 녹음된 파일은 전사의 과정을 통해 문자의 형태로 변환하여 분석되었다. 전사 내용을 3-4번 읽고, 현장 노트 및 관찰항목에서 실무 디자이너들이 보내 준 자료들을 통합적으로 살펴보았다. 전 과정은 3단계 코딩 작업-개방 코딩(open coding), 축 코딩 (Axial coding), 선택 코딩(selective coding)-을 거쳐 분석하였으며, 축 코딩을 위해 개방코딩을 통한 중심현상, 인과적 조건, 맥락적 조건, 작용·상호작용 전략, 그리고 중재적 조건을 파악하였다(Strauss & Corbin, 1998). 또한 Merriam(2009)이 제시하는 질적 연구의 신뢰성과 타당도 확보를 위한 방법으로 연구 참여자 확인 법(Member's check), 실무경력 20년 이상의 전문가와 의류학 박사 이상의 전문가의 검증을 통한 동료 검증법(Peer examination), 연구자의 주관성(Subjectivity)을 독자에게 명백히 알리는 방법을 사용하였으며, 분석한 결과는 다음과 같다.

IV. 연구결과

1. 한국과 유럽 패션 디자이너의 기획 업무 시스템과 역할의 차이

한국과 유럽의 패션 디자이너는 기획 업무 시스템과 디자이너의 역할에서 차이점이 발견되었다. 한국의 여성복 디자이너는 럭셔리 브랜드의 퀄리티를 추구하면서도 하이스트리트 브랜드와 유사한 업무 시스템 하에서 제품개발부터 생산 각 단계에 전반적으로 관여하고 있었다. 반면, 유럽의 여성복 디자이너는 시즌 단위의 업무 시스템으로, 홀 세일을 기반으로 하는 선주문 생산체계를 갖추고, 샘플 단계에서 주도적이고 집중적인 업무가 이루어지고 있었다. 한국 여성복 브랜드들의 업무 시스템은 짧은 컨벤션 주기에 따라 다량의 샘플수가 발생을 하며, 이는 환경오염에 부정적 영향을 주는 요인이 되기도 한다. 이로 인해 디자이너는 시간 부족에서 오는 창의력에 대한 갈등과 한계를

느끼며, 경쟁구도의 시스템으로 정신적 스트레스와 함께 이직의 요인이 되기도 한다.

“하이스트리트 브랜드는 한국이랑 비슷한 방법으로 움직이는데 그래서, 디자이너도 많고 컨벤션도 바빠서 여러 번 한다고 들었어요. 바로 전임자가 웨어 하우스라는 영국의 하이스트리트 브랜드로 갔는데 엄청나게 디자인을 많이 하고 생각할 시간도 없어서 디자인이 카피베이스(Copy base)밖에 될 수 없다고 하는데, 엄청난 경쟁구도의 시스템이래요. 코스(COS)도 마찬가지로 했어요. 크리에티브한 걸 할 수가 없대요.”(Participant E)

유럽 패션 브랜드의 조닝 구분은 소위 명품 브랜드로 일컬어지는 럭셔리 하이엔드 브랜드, 컨템포러리 디자이너 브랜드, SPA형 패스트 패션 브랜드인 하이 스트리트 브랜드로 나누어진다. 럭셔리 하이엔드 브랜드는 축적된 헤리티지에 기반한 탁월한 품질에 따른 높은 가격 그리고 차별적 브랜드 아이덴티티의 희소성으로 인해 소비자들에게 열망의 대상으로 인식된 브랜드로 에르메스, 루이비통, 샤넬등이 있다(M. J. Kim, 2021). 컨템포러리 디자이너 브랜드는 디자이너 감성 지향적이면서도 동시대성을 추구하는 영역으로 이자벨마랑, 알렉산더왕, 사카이 등이 있다(Lee, 2011). 하이스트리트 브랜드는 상품의 기획과 생산에 있어서 유통단계의 축소에 따른 빠른 상품 회전과 신속한 트렌드의 반영이 특징으로 패스트 패션이라 일컬어진다(Jin, 2014). 또한 제조사가 직접 유통의 주체가 되는 방식에 따라 SPA(Speciality store retailer of Private label Apparel)브랜드라 칭하기도 한다. 대량 생산 방식을 통해 제조원가를 낮추고 이에 따른 저렴한 가격과 트렌디함은 소비자에게 어필되는 큰 요인이 되며, 대표적으로 자라와 H&M등이 있다. 유럽의 브랜드 조닝구분에 따른 럭셔리 하이엔드 브랜드와 컨템포러리 디자이너 브랜드는 레디투 웨어 컬렉션을 기반으로 하며, 프리오더 베이스의 생산시스템을 기본으로 하고 있다. 이러한 방식은 시즌단위의 컨벤션을 가능하게 하여, 적정인원의 인력으로 시즌 컨셉에 맞는

적정량의 샘플 제작이 가능하며, 이는 브랜드의 재무적인 부분과 환경적인 면에서 긍정적일 뿐 아니라 시즌단위의 스케줄 관리로 디자이너의 워라밸(Work-life balance)도 지킬수 있는 장점이 있다. 또한 선주문 후 생산 방식은 적정량의 물량생산으로 재고부담이 적어 의류 폐기물을 줄일 수 있고, 물류관리 측면에서도 재고관리의 비용을 줄일 수 있는 지속가능한 생산 방식이라고 할 수 있다.

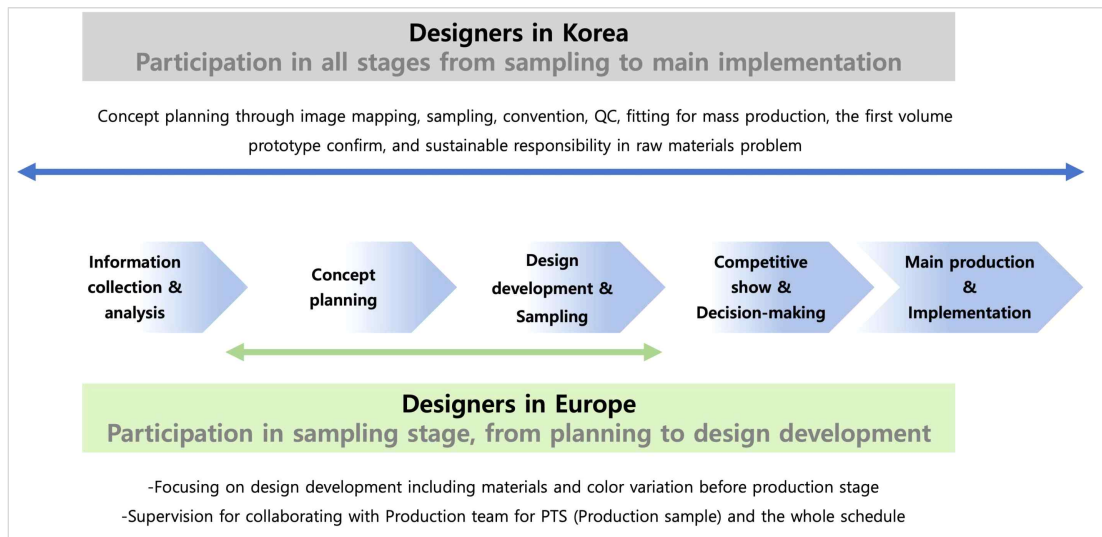
“샘플에서 메인으로 넘어가는 단계에서 디자인 수정이 거의 없어요. 샘플기반으로 홀세일 판매를 위주로 바이어들이 샘플을 보고 오더 하기 때문에...”(Participant E)

유럽 브랜드와의 진행과정 차이점에서 보듯이, 한국 여성복 브랜드의 목표와 방식에의 간극에서 오는 진행 과정상의 어려움은 고스란히 실무자의 몫이 된다. 이러한 상황은 드랍되는 샘플 수만큼 인적자원의 낭비가 발생하게 되고, 짧은 간격의 스케줄 관리로 인해 디자이너의 정신적 가치와 워라밸 또한 원활히 지켜지지 못하고 있다.

한국과 유럽의 상이한 업무 시스템은 디자이너의 역할과 참여도에 영향을 주어 그 차이점이 발

생하게 된다(Fig. 1). 한국의 디자이너는 주로 샘플 기획단계는 물론 메인 생산의 전 과정에 길게 관여하는 양상을 보이는 반면, 유럽의 디자이너는 주로 샘플링 단계에 집중하며 인스피레이션을 받는 디자이너가 중심인 업무구조이다. 한국의 여성복 디자이너는 맵핑을 통한 시즌기획과 샘플링, 컨벤션을 거쳐 큐시(Quality confirm, QC)와 생산과정상의 핏, 봉제, 패턴 점검뿐 아니라 내부사양 검토 등 제품 전반에 걸쳐 출고직전까지 관여를 하게 된다. 반면 유럽의 경우는 생산 전까지의 디자인 단계에서 주도적인 역할을 하며 집중할 수 있는 시스템으로 큐시 등의 메인생산 이후의 업무는 담당부서에서 주도적으로 맡게 되어, 생산과정상의 부서 간 역할이 구분되어 있으면서도 디자인, 패턴, 생산 등, 부서 간 존중을 통한 협력적 자세를 통해 시너지를 창출한다. 결국, 시즌 컬렉션 이후 휴식의 시간이 충분한 유럽과 달리 한국의 디자이너는 지속적으로 샘플과 메인생산 업무를 동시에 맞물려 진행하게 된다고 볼 수 있다.

“중간에 생산부가 있긴 하지만 생산 과정상에서도 핏(Fit)뿐만 아니라 내부사양의 방법까지 관여하면



<Fig. 1> Differences in Designers' Participation between Korea and Europe

서, 마지막 단계까지 전체적으로 관여를 하게 되는 것 같아요...출고직전 단계까지 신경 쓰게 되는 것 같아요.” (Participant B)

“생산 전까지의 모든 디자인 관련 일을 다 한다고 보시면 되요. 프로덕션팀은 쇼가 끝나면 제품을 구분하여 생산 공장을 선정하고, PTS(Production Sample)를 담당하는데, 이건 한국에서의 QC(Quality Confirm)같은 거예요. 이때 디자이너가 피팅은 같이 보긴 하는데 디자이너의 주 업무는 샘플까지예요.” (Participant E)

2. 한국과 유럽 패션에서의 ESG 실행을 위한 외부 조건의 차이

디자이너가 지속 가능 패션 실천을 위해서는 기업의 경영과 사회 환경이 중요한 외부 조건으로 작용하였다. 한국과 유럽 패션에서의 ESG 실행을 위한 외부 조건의 차이점이 발견되었는데 이는 두 그룹의 지속가능성에 대한 이슈가 시작된 시점의 차이에서 발생하였다. 과거 수십 년간 지속가능성에 대한 토대를 쌓아온 유럽은 기업경영과 사회 환경 면에서 한국보다 앞선 단계의 활동이 이루어지고 있었고, 보다 실천적이고 포괄적인 조건을 제공하고 있었다. <Fig. 2>와 같이 한국 패션의 경우 백화점 위주의 유통환경에 따른 매출 중심의 재무적 부분이 우선시 되고 있으며, 일부 아웃도어 브랜드와 유통업체 위주의 실천이 이루어지고

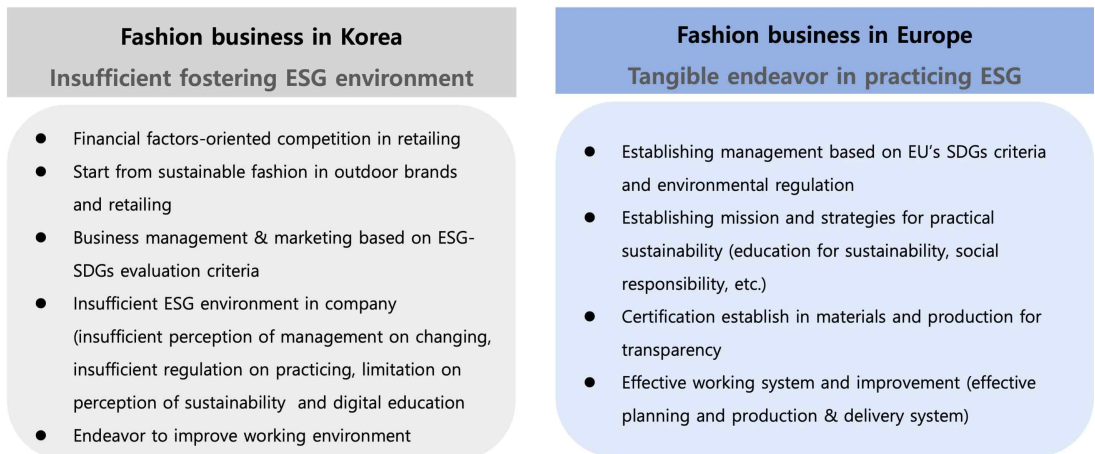
있는 실정이다.

K-ESG의 수립요건에 따라 패션 기업에서는 지속가능성의 조건들이 마케팅과 홍보의 수단으로 활용되기도 하여 ESG 위상이 우려되었다. 경기침체에 따른 재무적인 부분을 간과할 수 없는 시점에서 ESG 경영에 대한 경영진의 의지가 부족함에 따라 구체적인 실천 방안과 규제도 미흡한 실정으로 지속가능성에 대한 직원들의 인식교육과 디지털화에 대비한 교육 역시 이루어지지 않고 있었다. 반면 근무 환경에 대한 개선 노력으로 워라벨을 실천할 수 있는 복지 및 근무제도의 개선은 활발히 이루어지고 있었다.

“해외 컨설팅을 통한 제안에도 불구하고 변화를 두려워하는 회사의 입장은 안타까운 것 같아요. 매출이 좋아 지금은 괜찮아도 앞으로 길게 넓게 봤을 때는 결국 바뀌어야 해요.” (Participant A)

“직원들한테 소방교육만 큼이나 이런 교육도 좀 필요할 것 같아요. 왜냐면 나 혼자 그러고 있으면 이상하잖아요.” (Participant B)

이에 따라 우리나라 패션기업에 요구되어지는 조건으로는 무엇보다 ESG 제반환경 조성이 우선시 되었다. 그리고 공유나 원부자재의 기증을 통한 실질적인 사회 환원 활동이 언급 되었다. 이는



<Fig. 2> Differences in External Factors (Fashion business & Management)

제품을 누군가와 함께 사용하는 방식을 제안하는 의견과, 소비자와 함께하는 소비자 중심 경영의 차원으로 사회적 변화에 맞춘 혁신적 가치소비를 위한 정책이 이루어지는 것이 포함되었다. 또한 업무시스템의 개선 내용으로는 업무의 디지털 화를 통한 기획과 생산에서의 효율성 개선, 지역 거점생산을 통한 배송시스템 개선과 제품생명 연장을 위한 고객 케어 시스템의 개선 등이었다. 실질적인 ESG 업무 실행을 선뜻 나서지 못하는 것은 여성복 디자인 제조업의 특성상 처한 환경이라고 할 수 있으나, 이 관점에서 오히려 대내외 환경에 따른 경영진의 높은 의지와 함께 정부의 지원이 반드시 요구되는 이유라고 할 수 있다.

“옷 말고도 남는 원 부자재를 공유하고 기증하는 걸 했으면 좋겠어요. 우리가 안 입는 옷을 아름다운가게 같은데 기부하듯이...원단 실 단추 이런 게 다 쌓여 있다가 결국 버려지는 게 안타 까웠어요. 대학생들이나 동네 수선집이나 이런 데서는 다 돈 주고 사야하는 건데...” (Participant B)

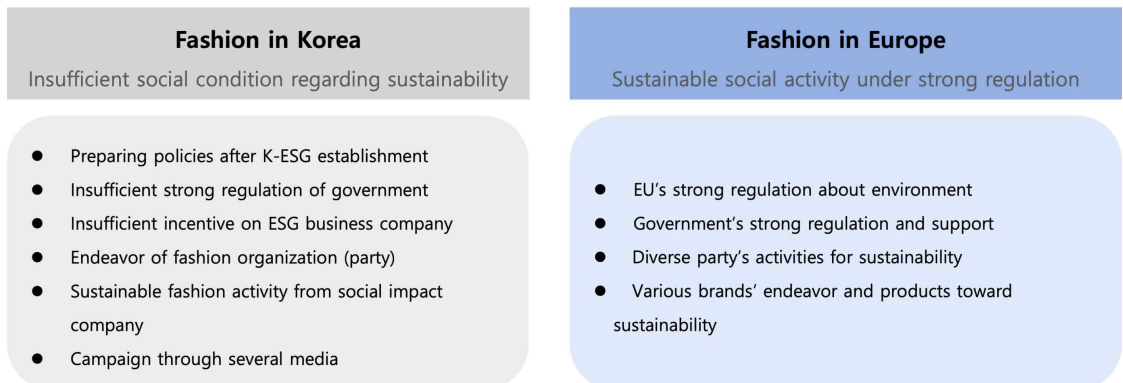
반면 참여자D, E, F의 근무 국가인 독일, 영국, 덴마크를 포함한 유럽 패션의 경우, 지속가능발전 목표(SDGs)를 바탕으로 한 강력한 환경 규제 하에 패션 기업에서는 제품생산의 투명성을 위한 제도들과 업무시스템이 이미 정착이 되어 있었다. 환경과 인권을 강조한 지속가능성에 대한 교육이

이루어지고 있었으며, 기증을 통한 사회 환원 활동 또한 실행되고 있었다. 노동인권 개선을 위해서는 동일한 근로기준법을 글로벌하게 적용하며 노동에 대한 트래킹이 가능한 공장 코드를 부여하고 있었다.

“오더 베이스이기 때문에 Sustainability 라고 저는 생각해요. 재고를 안 가지고 가는 거니까 그런 것 같아요. 왜 한국은 매장 나가서 기다리고 있잖아요. 그리고 몇 개 재발주하고 근데 여기는 그것도 없고 리오더(reorder) 없고...” (Participant D)

“불법 노동이나 그 시간 오버 타임의 시간으로 노동을 했는지 또는 미성년자의 노동이라든가 이런 거에 대해서는 이제 정확하게 레굴레이션에 따라야 해서, 공장에서 코드를 받으면 그게 트래킹(Tracking)이 다 가능해요”(Participant E)

〈Fig. 3〉과 같이 한국의 사회 환경 면에서 살펴보면 우리나라는 아직 정부차원의 강력한 규제가 미흡한 상황에서 패션 단체와 소규모 사회적 기업에서의 실천의 노력들이 이루어지고 있으며, 일부 방송매체의 다큐멘터리 등의 캠페인을 통해 소비자나 생산자는 그 심각성을 인지하였다. 따라서 사회 환경적으로 요구되어지는 항목으로는, 정부 차원에서 패션 기업의 지속가능 활동에 대한 이익을 부여하며, 소규모 브랜드의 지속가능패션 활성화를 위한 지원이 이루어져야 함을 보여줬다. 그리고 다양한 방법을 통한 캠페인과 소비자의 인식



〈Fig. 3〉 Differences in External Factor (Social Condition)

개선을 위한 활동들이 이루어져야 함을 강조했다. 정부 단위의 이러한 지원과 규제를 통해 ESG에 대한 사회적 관심도를 높이고, 패션 기업의 ESG 활동 참여를 촉진하며, 미흡한 기업에게는 감시자의 역할을 요구하고 있었다. 이를 통해 패션 기업의 발전적 변화를 유도할 수 있으며, ESG 활동의 선순환에 있어 정부 단위의 역할이 매우 중요한 부분인 것으로 인식하고 있음을 알 수 있었다.

“다른 사람들도 환경 다큐 등을 통해 좀 더 환경을 생각하는 계기가 많이 있었으면 좋겠습니다” (Participant A)

“우리나라도 현수막으로 하는 브랜드가 있긴 한데 그런 브랜드들은 규모도 작고 유지도 힘들어 보여서 나라에서 지원을 좀 해줬으면 좋겠어요!” (Participant B)

유럽의 사회 환경 측면에서는 EU의 강력한 규제에 따라 정부도 발을 맞추며 다양한 지속가능성 활동들이 이루어지고 있었고, 여러 단체에서의 실천들 또한 활발히 이루어지고 있는 실정으로 학교와 연계된 활동과 디자이너 대상 교육과 편딩, 시상 등이 이루어지고 있었다. 자선단체에서는 사회 공헌 활동을 주관하고 있었으며, 패션단체의 강력한 규정이 디자이너들의 지속가능패션에 관심을 기울이는 직접적인 요인이 되기도 하였다.

“Tracking할 수 있는 과정을 개발하는 이테리 회사도 되게 많고 심지어 중국도 되게 엄청나게 많은 그런 소재를 만들고 있어요. 왜냐하면 유럽에서 그걸 원하니까” (Participant D)

“코펜하겐 패션 워크에서 지금부터는 18가지 지속가능성 조건이 부합되지 않으면 돈을 아무리 줘도 이제 패션 워크에 설 수 없다. 이렇게 이제 규칙을 세웠거든요. 그니까 패션 워크를 나갈 때 만약에 디자이너가 서스테이너블 한 방향성이 없으면 더 이상 이제 이 패션 워크 스케줄에 못 서는 거죠.” (Participant F)

이들 국가에서는 이미 오래전부터 형성되어온 사회적 분위기 속에서 지속가능성의 개념이 일상에 이미 스며들어 있음을 확인할 수 있었으며, 요

구되어지는 조건으로는 패션에 대한 책임감 있는 태도에 대해서 생산자와 소비자가 함께 변화되어야 하는 선순환의 과정을 강조하며, 꾸준한 지속가능성에 대한 교육과 함께 활성화를 위한 국가차원의 재정적 지원이 필요하다고 언급하였다.

3. 한국과 유럽 디자이너의 지속가능패션 실천에 대한 역할과 차이점

ESG를 위한 지속가능 패션 실천의 시작점이라고 할 수 있는 내부 조건으로서 한국과 유럽 두 그룹에서 공통적으로 디자이너가 할 수 있는 구체적인 항목들을 제시하고 있었다. 기획 단계에서의 신중하고 효율적인 방법들, 지속가능한 소재의 선택과 자원으로서의 접근, 생산 수량을 최소화하고 지속가능한 공정을 위한 방법, 마지막으로 이러한 수행을 위해 디자이너는 어떤 준비가 되어 있어야 하는지에 대한 내용으로 요약해 볼 수 있었다. 신중하고 효율적인 기획을 위해서는 상품력 중심의 신중한 디자인인지, 전체적인 신중한 기획인지, 이를 위한 효율적인 시스템인지가 주요한 항목들로 나타났다.

디자이너로서 기획의 신중함을 위해 가장 중요한 역할은 신중한 디자인을 하는 것이라고 응답했다. 이는 브랜드의 가치에 맞고 상품 자체의 가치를 생각한 디자인을 하는 것이며, 군더더기가 없는 디자인으로 고객 입장에서라도 가치 있는 상품이어야 한다. 이를 위해 제품 자체의 완성도를 높여야 하며 그 방법으로는 3 단계의 프로토타입(Prototype)의 과정을 거친 샘플을 제작하는 방법을 제시하기도 했다. 이를 효율적으로 실행하는 방법으로는 디자이너는 샘플단계에 집중할 수 있는 업무가 이루어져야 하며 완성도 있는 제품을 위해 시행착오를 줄여야 하고 이를 위해 연관부서가 긴밀하고 협력적인 자세가 필요하다고 했다. 여기에서 아이템 특화된 패턴사들의 노력도 중요한 요인으로 꼽았는데, 그 이유는 뒤에 언급할 디지털화를 위해서는 디자이너와 패턴사 모두 전문

가적인 역량이 뒷받침되어야 하기 때문이다. 제품 자체로서 가치 있는 옷을 위해서는 슬로우 패션을 지향하는 디자인이어야 하며, 고품질의 타임리스한 디자인으로 물려줄 수 있는 옷이어야 한다고 설명했다. 이후의 오더베이스 기반의 시스템을 위해서는 수정사항이 최소화된 디자인으로 생산이 이루어져야 가능함을 설명했다.

“관태믹 이후에 굳이 옷을 이렇게 이 샘플을 많이 할 필요가 있나 라는 걸 생각을 했어요. 그러면 너무 의미 없는 옷 또는 구색을 위해서가 아니라 조금 더 집중적인 컬렉션을 하자 라는 게 관태믹 이후에 나온 거긴 하거든요. 그럼 너무 많이 만들 필요 없다. 제대로 된 거를 자신감 있게 옴은 것만 보여주자 해서...” (Participant E)

신중한 기획을 위해서는 1년 ‘선 기획’을 통해 긴 생산 기간을 확보할 수 있어야 하며, 지속가능성 전략이 뒷받침된 ‘연간 계획’을 통해 전체적인 계획이 이루어져야 한다고 했다. 그에 따라 좀 더 ‘길어진 품평 간격’으로 계획적인 샘플 투입이 가능하여 낭비 요소들을 차단할 수 있으며, 품평 픽스율을 높이는 방법이 될 수 있고 출고 회수와 기획모델 수 자체를 줄여, 매장에서는 ‘최소한의 행거링’으로 집중된 브랜드 이미지를 보여줄 수 있는 점을 언급했다. 또한 ‘캡슐 컬렉션(Capsule collection)’을 통한 다양한 시도들과 재고들을 이용한 리밸류에이션(Revaluation) 방법이나 성의 ‘다양성’을 받아들인 디자인 등 ‘다각적인 기획’으로도 지속가능성을 실천할 수 있다는 의견이었다.

업무의 디지털화는 국내외 디자이너 두 그룹 모두에게서 언급되었던 만큼 중요한 항목이라고 할 수 있다. 국내 디자이너는 스케치 단계에서부터 디지털 화하여 3D 샘플링은 물론 더 나아가 가상품평의 방식도 제안했으며, 유럽 디자이너 그룹에서는 이미 시행해 본 경험의 장점에 대해 상세한 설명이 이루어졌다. 디지털 샘플링을 위해서는 패턴사와 디자이너 모두 아날로그에서 숙련된 스킬이 갖춰져야 하며, 어느 정도 적응하는 시간이 필요하지만, 프로그램들의 특·장점들은 잘 이

용하면 99%까지 재현 가능함을 확신하고 있었다. 디지털 샘플은 실물 제작을 최소화할 수 있는 방법으로 브랜드의 스테디셀러나 시그니처 아이템의 샘플은 생략할 수 있으며, 새롭게 제안하는 디자인만 실물로 제작하는 방법이 있다고 설명했다. 디지털 샘플로 구현이 가장 쉬운 ‘진과 가죽(Jean & Leather)’의 샘플비를 절약할 수 있으며, 이는 환경과 비용 절약에 도움이 되기도 한다. 패턴 입력과 그레이딩(Grading), 최종 패턴의 전달 등이 온라인 안에서 한 번에 이루어지기 때문에 공정이 축소되어 업무가 신속해질 뿐 아니라 아날로그 과정의 번거로움과 현실 저장 공간이 부족한 점까지 해소할 수 있는 장점들을 언급하였다. 이러한 디지털 작업들은 최종적으로는 디지털 쇼룸과 디지털 룩북에까지 이어져 스타일링까지 제안할 수 있어, 비용적인 면에서 상당히 절약될 뿐 아니라 소비와 마케팅에도 직접적으로 활용할 수 있는 도구가 될 수 있었다.

“옛날에는 샘플 다 만들었는데 이제는 똑같은 이유로 채입이 똑같은 거는 그냥 디지털로 보여줘요. 특별한 게 아니면 이제 그거를 칼라링만 입혀 가지고 시뮬레이션으로 보여주고...” (Participant D)

“우리가 사람들 몸도 컴퓨터 방에 들어가서 엄청나게 매지(measure)를 했어요. 왜냐하면 피팅 모델이 태어나야 되잖아요. 그걸 입고 있는 애, 피팅 모델이 태어나는 거니까. 그게 또 좋았던 게 왜 모델 오면 다 예쁘고 날씬한 애들이 오는데, 사실 현실적으로 땅따리 한테는 안 어울리잖아요. 근데 애는 그것도 빨리빨리 대체할 수 있는 거야. 야 이거 키 165 가 입으면 어떻게 되냐? 이러면서 여기 모델 제 바꿔치기 이러면서 이렇게 저렇게 입혀 보는 거지.” (Participant D)

지속가능한 소재의 선택과 사용은 디자이너의 입장에서 가장 기본적으로 할 수 있는 첫 단계이면서 어쩌면 가장 중요한 과정인 지속가능한 패션을 위한 주요 전략이 될 수 있음을 강조했다. 친환경 소재에 대한 내용은 참여자 모두 언급한 내용으로, 친환경적인 원료의 사용에 대한 비중을 연간 기획 단계에서부터 정해야 한다는 의견이 있었고, 폴리에스터를 써야 한다면 리사이클 폴리를

사용하되 여러 번 신중하게 생각해 보고 사용해야 하고, 혼방 소재의 사용도 최소화하는 노력을 하고 있다고 했다. 더 나아간 단계로는 생 분해 소재나 가죽처럼 부산물로서 생기는 바이프로덕트(Byproduct)의 사용도 일부 지속가능한 방법이라 할 수 있음을 설명했고 국내에서도 파트너십을 통한 친환경 소재의 개발이 이루어질 수 있음을 언급했다.

최소한의 자원을 사용하는 방법으로는 필요 없는 부자재나 어차피 버려질 패키징을 간소화하는 방법을 제안하고 있으며, 다자인에 있어 폐기물을 줄이는 방법으로 제로웨이스트 디자인을 연구하는 것, 3D 니트 홀가먼트로 버려지는 실이 없도록 하며, 활용도 있는 옷을 디자인 하는 것을 제안하였다. 마지막 단계로 자원을 재사용하는 방법을 언급하였는데 폐기 단계의 소재나 제품을 리셀류에이션 하는 방법뿐 아니라 비닐봉지나 스와치 등 주변에서 쉽게 구할 수 있는 버려진 자원을 활용하는 방법까지 설명하였다.

“23FW 소재 기획을 위해 이태리 등 유럽 상담을 막 끝낸 시기인데, 상담 하면서 보면 리사이클 안으로 엄청나게 많은 무엇인가를 하고 있더라고요. Global Recycle Standard 같은 라벨이 꼭 붙어있어야 하고, Mulesing-free 같이 울 원료 채취에 있어서 양에게 스트레스 없이 이루어졌다는 표시도 많이 보여 졌어요. 그런데 제가 굳이 이걸 안 쓸 필요도 없고 해서 리사이클 안의 경우 2-3 유로 비싸지긴 하지만 이왕이면 이쪽으로 발주를 하게 되는 것 같아요.”(Participant C)

“소재를 볼 때 서스테이너블이 검증된 certificate를 가지고 있는데, 이걸 디자이너가 요구할 수 있어요. 이 certificate 의 종류는 여러 가지 있어요. 예를 들어 코튼에서는 제대로 코튼의 터치가 나면서도 염색이나 공정에 있어서의 투명성 그리고 리사이클 폴리도 진짜 리사이클 된 건지 탄소 발자국을 다 트래킹이 되어 있으면 그게 서스테이너블한 거거든요.”(Participant E)

의류제품 전 과정 중 생산단계에서 지속가능성을 실천할 수 있는 방법을 제안했다. 프리오더 방식의 생산으로 필요한 만큼만 만들어 재고를 최소화 할 수 있으며, 부자재의 사용이나 테넬의 워싱

단계 등 제작 기법 면에서 친환경성을 고려한 디자이너를 할 것을 언급했다. 특히 유럽 활동 디자이너는 반응 생산 시스템의 장점을 언급하며, 생산 기한을 길게 가져가면서 인권을 고려한 생산 공정에서의 지속가능성을 강조했다.

모든 지속가능한 패션의 활동을 옳은 방향으로 하기 위해서는 본 연구에서의 주된 행위자인 디자이너의 인식 개선이 밑바탕이 되어야 한다. 이는 연계 부서와의 협력적 태도로 시행착오를 줄이는 방향으로 업무로스를 줄여야 한다는 것이다. 이를 위해 유연한 사고를 장착하여 좀 더 넓은 시야를 가지고 일하며, 디자이너의 과업인 새로움을 전달하고자 하는 표현 방식 또한 다르게 생각할 수 있어야 함을 설명했다.

“디자이너 본인의 고집을 너무 부릴 때도 있는데 다른 협력 부서와도 조율할 수 있는 것도 포함한다는 의미예요. 나 이거 해볼래는 이제 자원낭비라고 생각해요...결국 좀 더 유연한 사고를 가지고 조율해 나갈 줄 알아야 한다고 생각하기 때문이에요.” (Participant A)

사회적 분위기와 브랜드의 방향성을 정확히 인지하고 고객과 브랜드에 모두 가치 있는 방향으로 임하는 자세가 필요하며, 무엇보다 환경에 책임감 있는 디자이너가 되는 것이 중요하다고 언급했다. 그래서 디자이너는 본인이 디자인하고 상품으로 생산되는 모든 과정이 환경과 사회에 대해서 어떤 영향을 미치는지에 대해서 인식하고, 개인적인 욕구의 표출이 아니라 사회의 긍정적인 가치에 기여할 수 있는 상품을 기획제작하기 위해서 노력해야 한다는 것이다. 이는 당장 디자이너의 업무 안에서 작은 실천으로 시작할 수 있는 부분이며, 내부적으로도 과한 경쟁은 자제해야 할 필요가 있음을 설명했다. 디자이너 스스로가 환경을 생각하는 인플루언서가 되어 영향력 있는 기획을 시작하는 것이 중요함을 강조했다.

그러나 이러한 지속가능 패션 실천을 위한 디자이너의 역할 항목에서 한국과 유럽 활동 디자이너

너 간에 차이점이 발견되었다. 두 그룹 모두 지속 가능성 실천을 위한 디자이너 역할의 지향점은 같았으나, 시행 시점의 차이에서 오는 구체성, 시행 단계 그리고 관점에서의 차이가 발견되었다. 전반적으로 한국의 디자이너들은 시행해 보지 않은 습득된 지식이 바탕이 되어 현재의 문제점을 해결하고자 하는 바램의 내용을 언급한 반면, 유럽에서 활동하는 디자이너들은 이미 시행해 본 실천의 내용들을 언급하며 지속 가능 실천의 의지와 더 나은 발전 방향에 대해 구체적으로 제시하였다. 또한 한국의 디자이너들은 주로 환경 중심으로 기획과 생산을 고려하는 반면, 유럽활동의 디자이너들은 환경과 투명성이 바탕이 된 사회영역의 노동인권을 강조하였다. 두 그룹 모두 디자이너의 인식개선에 대해 언급하였지만, 한국 디자이너들은 지속가능한 방법의 실천을 위한 효율적인 업무 여건의 개선점을 주로 언급한 반면, 유럽활동 디자이너들은 디자이너 본연의 역할을 바탕으로 진정한 인식개선이 이루어져야 한다는 의견으로 개선에 대한 관점의 차이를 볼 수 있었다.

“제품의 기획단계에서 출고 회수와 기획 아이템 수를 획기적으로 줄이고, 대신 품질에 집중해서 신중한 상품을 기획 생산해야 된다고 생각합니다.”(Participant A)

“원단을 리사이클 한다든지 그런 것만 생각하지 말고 과정 속에 일어나는 모든 일들이 다 Sustainability 가 되어야 한다는 점을 좀 강조를 했으면 좋겠다. 그러니까 말 그대로 지속적으로 옷을 만들려면 누군가가 상처받거나 다치면 안 되니까 자연만 다치거나 이런 게 아니라 인간도 자연 중에 하나잖아요.”(Participant D)

이러한 차이점의 원인은 한국과 유럽의 디자인 업무 시스템과 관여도의 차이, 그리고 외부 조건의 차이에 있었다. 한국의 과한 경쟁구도와 짧은 주기의 스케줄 관리에서 오는 압박감, 그리고 생산과정에 길게 관여하게 되는 업무 시스템은, 창의성이 요구되는 샘플 개발 단계에 집중할 수 없는 결과를 초래하게 된다. 이에 따라 낭비 요소들

이 발생하게 되며, 기획에서의 신중한 선택을 저해하게 만드는 원인이 되었다. 또한 ESG에 대한 제반 환경이 미흡한 상황에서 한국의 디자이너들은 지속가능성에 대한 인식이 부족하고 아직 환경에 집중한 단계에 머무르고 있는 실정이었다. 반면 유럽의 경우, 디자이너가 중심이 되는 업무 시스템으로, 샘플 개발을 중점적으로 다루면서도 협력부서와의 충분한 논의를 통해 완성도 있는 상품 개발과 지속가능성 기획을 위한 다양한 시도들이 가능하였다. 이는 프리오더 시스템의 생산방식에 따른 긴 딜리버리가 확보됨에 따라 가능하였으며, 사회 환경 면에서의 강력한 규제들은 디자이너가 투명성을 위해 구체적인 전략을 세우고 시행하게 되는데 큰 역할이 되었다. 이러한 사회 분위기 속에서 디자이너는 스스로 아이덴티티가 장착된 진실 되고 영향력 있는 디자이너가 되어야 한다고 인지하고 있었다.

4. 한국과 유럽 디자이너의 지속가능패션 실천을 위한 제한점의 차이

디자이너들의 지속가능패션 실천에 있어서 국내 디자이너와 유럽 활동 디자이너 간에 경험의 유무에 따른 서로 다른 한계점이 발견되었다. 차이점의 가장 큰 맥락은 국내 디자이너의 경우 해야 한다고 생각하지만, 아직 시행해 보지 않은 것들에 대한 우려와 예상되는 문제점들을 지적한 반면, 유럽에서 활동 중인 한국 디자이너들은 지속가능한 패션을 위한 활동들을 경험해 본 결과 발생한 제한점에 대해 언급하고 있었다. 따라서 국내 디자이너들은 주로 미래형의 문장으로 응답한 반면, 유럽에서 활동 중인 한국 디자이너들은 현재형으로 응답하였다.

국내 활동 디자이너들은 주로 현재 업무 방식과 상충되는 점과 예상되는 문제점을 제시하였는데, ‘트렌드 지향 방식과의 상충’, ‘기업의 이익구조와의 상충’, ‘ESG의 제반 환경의 미흡’이 주요 범주로 추출되었다. 특히 트렌드를 따르는 여성복의

소비 구조상 새로움을 추구하는 방식을 가져가면서 오래 입을 수 있는 옷을 만든다는 부분이 상충된다고 언급하였으며, 고객의 관점에서 생산하고 조율하는 방식 또한 새로움과 다양성을 저해할 수 있다는 우려를 나타냈다. 또한 지속가능성을 내세우며 대량생산을 하는 것은 회사의 재무적인 부분과 상충되어 진다고 여겨지며, 그로 인한 친환경 제품의 과잉생산이 문제점으로 지적되었다. 같은 맥락에서 ESG 워싱도 겉으로는 지속가능성을 추구하는 듯 보이지만, 당장의 회사의 이익을 위해 하는 활동들로 실천 위주의 활동은 부족하다고 지적하면서, 경영진의 실천의지가 중요한 시점임을 강조했다.

무엇보다 국내 디자이너가 가장 많이 언급한 항목은 ‘ESG 제반 환경이 미흡하다’는 지적이었다. 이는 조직에서 함께 고민하지 않으면 불가능한 실천으로 개인적 실천의 한계에 직접적인 영향을 미치며, 개인이 아닌 단체나 정부차원에서의 노력으로 사회 전반의 분위기가 좀 더 개선될 필요가 있다고 설명했다. 당장 업무가 디지털 화되기 위해서는 기획직군, 개발 직군에 디지털 기술 교육이 요구되어지며, 동시에 디지털이 익숙한 세대와 그렇지 않은 세대 사이에 소통이 필요하다고 언급하였다.

“사실 여성복에 있다 보니까 어쨌든 새로운 트렌드를 받아들여야 하고 항상 새로운 걸 해야 하고... 그렇다 보니 지속가능함에 대해서는 생각하면서 일하지는 않는 것 같아요. 오히려 새로운 거 핫한 걸 만들려고 했던 것 같은데...” (Participant B)

“ESG 경영을 하겠다는 의지를 가지고 ESG 근무환경 자체를 만들어 주고 지침 까지 이루어지는 게 우선이라고 생각해요!! 이러한 것들이 보여주기 식이 아닌 실천 위주의 방식으로...” (Participant A)

유럽 활동 디자이너가 지속가능한 패션을 실천하는데 있어서 현재 발생하고 있는 제한점으로는 ‘가격의 한계’, ‘소재의 한계’, ‘생산 환경의 한계’를 꼽았으며, 이는 모두 실질적으로 제품을 디자인하고 생산하는 과정상의 문제점들이었다. 이 중 가

장 많이 언급하고 강조한 제한점은 ‘가격의 한계’였다. 이는 고비용을 지불하면서 친환경 제품을 구매하는 소비자들은 극히 일부이기 때문에, 일반 소재보다 비싼 친환경 소재에 대한 정부의 지원책과 함께 소비자의 인식개선 또한 요구되었다. 업사이클 제품의 경우 소량생산에 따른 고비용의 제작비가 문제 되었으며, 원재료 자체는 저렴하나 세상에 하나 뿐인 상품이라는 장점에 따르는 고가의 상품으로, 브랜드의 경영 유지가 쉽지 않은 실정이었다.

“아직 그게 대중화가 안 되어 가지고 가격이 비싼 건 너무 아쉬잖아요. 솔직히 머시룸 래더(Mushroom leather) 어마무시하게 비싸요.” (Participant D)

그 다음으로는, 실루엣 표현과 촉감이 중요하게 여겨지는 여성복에서 지속가능성의 강조로 인해 소재의 다양성과 핸드 필링(hand feeling)의 표현 및 컬러 사용에 제약이 뒤따르는 것을 지적했다. 부자재 역시 개발이 미흡한 실정으로 옷 하나에 소요되는 모든 원부자재를 지속가능한 소재로 대체하기가 현실적으로 불가능한 상황이었다. 이러한 신소재를 이용한 제품을 생산하는 과정에서 딜리버리를 더 길게 가지고 가야하는 문제점도 지적하였고, 소재 뿐 만 아니라 만들어지는 과정에서의 지속가능성을 강조했다.

V. 결론

본 연구는 국내 패션 브랜드의 디자이너가 패션 기업의 ESG 실행을 위해 실천할 수 있는 지속가능한 활동들에 대해 알아보았으며, 그 대상은 패션시장에서 큰 마켓셰어를 차지하고 상대적으로 작업 과정이 복잡한 여성복 디자이너를 대상으로 하였다. 국내 디자이너와의 비교군으로는 ESG와 지속가능성에 관련한 규제들이 엄격한 유럽에서 활동하고 있는 한국 디자이너들을 대상으로 선정하였다. 연구 문제는 국내와 유럽 패션 기업의

ESG 실행에 있어서 실무 디자이너 영역에서 실천할 수 있는 내용과 제한점은 무엇이며, 국내와 유럽 간의 차이점은 무엇이고, 왜 차이점이 발생하는가이다. 한국과 유럽에서 활동하고 있는 한국 디자이너를 대상으로 일대일 심층인터뷰를 바탕으로 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 한국과 유럽 패션 디자이너의 기획 업무 시스템과 역할에서 차이점이 발견되었다. 한국의 여성복 디자이너는 럭셔리 브랜드의 퀄리티를 추구하면서도 하이스트리트 브랜드와 유사한 업무 시스템 하에서 제품개발부터 생산 각 단계에 전반적으로 관여하고 있었다. 반면, 유럽의 여성복 디자이너는 시즌 단위의 업무 시스템으로, 홀세일을 기반으로 하는 선주문 생산체계를 갖추고, 샘플 단계에서 주도적이고 집중적인 업무가 이루어지고 있었다. 이러한 업무 시스템은, 각 분야의 전문가들과의 상호 협력적인 상의를 통해 좀 더 통찰력 있는 상품개발을 가능케 하였다. 둘째, 한국과 유럽 패션에서의 ESG 실행을 위한 외부 조건의 차이점이 발견되었다. 이는 두 그룹의 지속가능성에 대한 이슈가 시작된 시점의 차이에서 발생하였으며, 과거 수십 년간 지속가능성에 대한 토대를 쌓아온 유럽은 기업경영과 사회 환경 면에서 앞선 단계의 활동이 이루어지고 있었고, 보다 실천적이고 포괄적인 조건을 제공하고 있었다. 셋째, 한국과 유럽 디자이너의 지속가능패션 실천에 대한 역할로는 신중하고 효율적인 기획, 지속가능한 재료의 선택과 사용, 생산의 최소화와 공정에서의 지속가능성 그리고 디자이너의 인식개선으로 나타났다. 하지만 두 그룹에서 시점의 차이에 따른 차이점이 발견되었다. 국내 여성복 디자이너들은 아직 실행단계를 이행하지 못한 채 지속가능 디자인의 필요성을 강조하며, 환경을 고려한 효율적인 방법을 예로 들었다. 또한 앞으로의 보다 나은 실행을 위해 디자이너의 인식개선이 우선시 되어야 함을 강조했다. 반면, 유럽 여성복 디자이너들은 환경문제를 넘어 공정노동에 대한 고려를 통해 투명성을

높이는 등 실천 내용을 바탕으로 한 환경과 사회, 구조적 영역을 아우르며 현재 업무의 보완적 사항에 대한 것이었으며, 디자이너로서 지속가능 사회로 나아갈 수 있는 근본적인 인식개선 등이었다. 넷째, 한국과 유럽 디자이너의 지속가능패션 실천을 위한 제한점에서, 시행의 차이에 따른 차이점이 발견되었다. 한국의 디자이너들은 현재 업무 시스템 상에서의 충돌 점과 새로운 방식의 시행에 따른 예상 문제점을 언급했다. 이는 결국 업무 시스템의 한계로 ESG를 위한 제반 환경 마련이 우선이 되어야 함을 강조한 것이며, 현재 지속가능 디자인을 실천하는 데 있어서 실질적인 역할은 미비한 것임을 드러내 주고 있다. 반면 유럽 활동의 디자이너들은 지속가능패션 실천을 위한 실질적인 업무실행에 있어서의 시행 해본 한계점을 언급하였는데, 주로 소재 선택에서의 다양성 부족과 고비용에 대한 내용으로 전문적인 연구개발과 지원이 필요함을 나타냈다.

한국과 유럽의 디자이너가 일하는 방식과 그 역할의 차이점, 기업경영과 사회 환경의 외부적 요인은 디자이너가 지속가능패션을 인식하고 실천하며, 야기되는 제한점을 규명하는 데 있어 큰 역할을 차지한다. 따라서 국내 디자이너가 이러한 환경 하에서 ESG를 위한 지속가능패션을 실천하는데 있어 역할의 차이가 발생하고, 그에 따른 한계점이 발생하게 되는 것을 확인할 수 있었다. 이에 따라 한국 패션업계는 국내 시장에 맞는 해결책과 대안, 그에 따른 준비가 필요하다. 첫째, 전반적인 업무 시스템의 변화인 전체적이고 통합적인 기획이 요구된다. 이를 위해서는 브랜드의 아이덴티파일을 통한 전략수립으로 브랜드력을 강화해야 하며 이는 관리자의 관점이 아닌 실무자 관점에서 접근함이 중요하다. 소재와 제품개발, 생산 그리고 물류와 마케팅 등 조직의 협력적 프로세스를 구축하여 효율적인 업무개선이 이루어져야 하며, 이를 위해서는 업무의 디지털 화와 디지털 전환을 위한 디자인 프로세스의 개발이 중요하다.

즉, 시대변화의 키워드를 업무시스템과 조직구조에 녹여내는 것이 중요해진 것이다. 둘째, 국가적 차원의 지원과 함께, 지속가능성에 초점을 맞춘 기업의 명확한 비전과 미션 하에 기업 내 디자인 인식교육 및 제반 환경이 갖추어 져야 한다. 디자인의 지속가능성 실천범위를 단계별, 구체적으로 설정하고 이를 위한 바탕으로 직원 대상의 지속가능성에 대한 교육과 기술적인 교육이 이루어져야 한다. 이는 제조공정에 있어 제품의 생명주기를 고려하는 데 바탕이 되며, 디자이너가 각 단계별 전문가들과 충분한 협의를 통해 지속가능한 제품을 주도적으로 개발하는데 큰 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 적극적인 실천을 위해서는 인증제 등을 통한 제한된 재료의 사용뿐 아니라 디자인 기획 프로세스에 대한 명확한 지침과 규제가 있어야 하며, 그에 따른 인센티브도 함께 이루어 져야 한다. 추가적으로 이러한 모든 기업에서의 활동들은 정부차원에서의 실효성 있는 지원과 규제가 반드시 뒷받침 되어야 가능하다.

아직 대부분의 국내 여성복 패션기업들이 폐기 단계나 유통에서의 활동에 그칠 뿐 실질적으로 내부적인 ESG의 실천이 거의 이루어지고 있지 않은 현 시점에서, 이제 패션기업들은 2050 탄소중립 시나리오를 향해 한 걸음씩 나아가야 한다. 강력한 규제에 따라 이미 움직이고 있는 유럽의 패션 현장과는 달리 국내의 패션업계는 아직은 비재무적인 영역으로서 인식되는 ESG 활동이 홍보성에 그치는 ESG 위상에 머무르고 있는 실정이다. 국내보다 앞서서 많은 ESG 활동들을 실천하고 있는 유럽에서 근무하는 디자이너들과 비교 과정을 통해 그 차이점을 발견하여 그 심각성을 다시 한 번 인지하고, 실무적으로 당장 필요한 요소들을 살펴보았는데, 미시적으로는 디자이너 입장에서 거시적으로는 기업단위, 단체와 정부단위까지 짚어보았다는 점에서 그 실무적 의의가 있다고 하겠다.

본 연구는 국내 패션 브랜드의 ESG 실천을 위

해 디자이너와 패션 기업이 제품 기획과 디자인의 단계, ESG 경영환경 마련에 있어서 실질적으로 추구해야하는 요소들에 대한 통찰을 제공하고자 하였고, ESG 실천의 과도기적 단계에서 현재 국내 패션 브랜드들의 위치를 점검하고자 하였다. 본 연구는 디자이너가 7년에서 30년 동안 현업에서 일해 온 경험을 바탕으로 최근의 변화들을 느끼며 축적된 생각들의 결과물을 바탕으로 한 질적 연구로, 현장중심의 실천적 방향의 연구라는 점에 그 학문적 의의가 있다. 본 연구 결과를 바탕으로 한 후속 연구로는 패션제품 전 과정 중 ESG의 중요한 단계인 생산단계에 집중한 연구, 디자이너와 경영진의 ESG 실행에 대한 인식차이, 디자이너의 지속가능성 교육방안에 대해 살펴볼 것을 제안한다.

Reference

- Chae, S. H. (2022, November 9). Barbour, upcycling collection with Ganni unveiled[바버, 가니와 업사이클링 컬렉션 공개]. *Fashionpost*. Retrieved from https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=news_nnews&wr_id=3932
- Cheon, E. H. & Kim, S. Y. (2020). Trend analysis on sustainable fiber materials: Focused on the use of alternative materials. *Journal of Basic Design & Art*, 21(5), 589-600. doi:10.47294/KSBDA.21.5.42
- Choi, S. & Youn, C. (2022). Analysis of research trends related to ESG issues through keyword network analysis. *The Journal of Humanities and Social Science*, 13(2), 2073-2083.
- Creswell, J. W. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, U.S.: SAGE Publications.
- Go, B. K. & Han, S. J. (2021). A study on vegan textile case in the green new deal era. *Journal of Basic Design & Art*, 22(3), 17-30. doi:10.47294/KSBDA.22.3.2
- Green nature for you (n.d.). *Blackyak*. Retrieved from https://www.byn.kr/content/content.php?cont=blackyak_greenyak
- Huh, G. (2021). A study on ESG practice cases of fashion brands. *The Journal of Humanities and Social Science*, 12(4), 3283-3292.
- Jang, B. C. (2022, April 05). EU, 'A mace on fast fashion' preparation of strong regulatory bill[EU, '패스트 패션

- 선에 철폐'...강력 규제 법안마련]. *Apparelnews*. Retrieved from http://m.apparelnews.co.kr/news/news_view/?cat=CAT160&idx=196750
- Jeong, S. H. (2022, April 13). Hyundai department stores turn waste paper into shopping bags, "Protects 13,000 trees every year"[현대百貨, 폐지를 쇼핑백으로 "매년 나무 1 만 3 천그루 지켜요"]. *Maeil Economy*. Retrieved from <https://m.mk.co.kr/news/business/10288998>
- Jin, B. M. (2014). *A study on the impact of the brand image to loyalty and purchase intention* (Unpublished master's thesis). Konkuk University, Seoul, Republic of Korea.
- Jung, J. & Kang, S. J. (2012). *Green Economy and Sustainable Development: Issues and Implications for Korea's ODA Policy*. Seoul, Republic of Korea: KIEP.
- Kim, H. J. & Kim, Y. I. (2005). Change in design environment by the integrated thought and role of designers in fashion design. *Spring Conference, 2005*, 80.
- Kim, J. P. (2021). *The ESG revolution is coming* [ESG 혁명이 온다]. Seoul, Republic of Korea: Hansmedia.
- Kim, M. J. (2021). *Revival of heritage in luxury fashion brands' fashion film* (Unpublished master's thesis). Sungkyunkwan University, Seoul, Republic of Korea.
- Kim, Y. S., Hwang, S. J., & Kim, I. (2013). A study on conflict and awareness of role initiative between designer and merchandiser. *Journal of The Korean Society of Fashion Design, 13*(4), 157-171.
- Korea Corporate Governance Service[KCGS]. (n.d.). ESG assessment. *Korea ESG standard source*. Retrieved from http://www.cgs.or.kr/business/esg_tab04.jsp
- Korea Federation of Textile Industries[KOFOTI]. (2021). The second half of the year report of Korea Fashion Market Trend 2021[2021국내패션시장규모 조사 하반기 보고서]. Retrieved from http://www.kofoti.or.kr/textile/boardView.do?Code=IPB&UId=989924609&srch_input=&scType=all&srch_date1=&srch_date2=&currRow=6
- Kwak, E. Y. (2021, May 06). LF HAZZYS, leading eco-friendly fashion with 3D virtual runway[LF 헤지스, 3D 가상 런웨이로 친환경 패션 선도한다]. *Greenpost Korea*. Retrieved from <http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=128659>
- Kwon, K. W. (2022, October 07). A new wind in the fashion industry 'sustainability' is essential[패션업계의 새바람 '지속가능성'은 필수]. *Vegannews*. Retrieved from <https://vegannews.co.kr/mobile/article.html?no=14083>
- Lee, E. (2003). *Comparative analysis of fashion designer duties according to clothing brand types* (Unpublished master's thesis). Sangmyung University, Seoul, Republic of Korea.
- Lee, H. & Ko, E. (2022). An analysis of sustainable macro trends of luxury fashion brands. *Journal of Fashion Business, 26*(1), 16-29. doi:10.12940/jfb.2022.26.1.16
- Lee, H. S. (2021). *Study on upcycling fashion design as a practice of sustainability: Focusing on the use of discarded tent* (Unpublished doctor's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Republic of Korea.
- Lee, J. N. (2022, October 31). Vivienne Westwood unveils new made in Kenya accessories collection[비비안 웨스트우드, 새로운 메이드 인 케냐액세서리 컬렉션 공개]. *Eyemeg*. Retrieved from <https://www.eyemeg.com/posts/148614/vivienne-westwood-made-in-kenya-fw22>
- Lee, J., Lee, E. J., Ahn, J., Kim, J., Ryu, L., Oh, N., & Zhang, J. (2014). Comparative job analysis of fashion designers between the participatory design process and general process. *Korea Design Forum, 43*, 151-164.
- Lee, S. Y. (2011). *Effect of imported contemporary fashion brand image attributes on the brand loyalty and purchasing : Focused on the comparison with domestic young casual brand* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Republic of Korea.
- Lee, S. Y. (2022, January 18). Blackrock CEO Lawrence douglas fink sends 2022 shareholder letter"Stakeholders are the power of capitalism"[래리 핑크 블랙록 회장, 2022 년 주주서한 발송..."이해관계자가 자본주의의 힘"]. *ESGeconomy*. Retrieved from <https://www.esgeconomy.com/news/articleView.html?idxno=1791>
- Lim, G. R. (2022, March 31). Started ESG management of a large fashion company[패션 대형사 ESG 경영 시동]. *Fashionpost*. Retrieved from https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=special&wr_id=884
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research :A guide to design and implementation*. San Francisco, U.S.: Jossey-Bass.
- Moon, H.-K. & Park, J.-H. (2010). In-service training program needs for the designers in fashion enterprise. *Korea Design Forum, 28*, 185-196. doi: 10.21326/ksdt.2010.28.017
- Na, H. & Kim, H. (2015). A case study on zero waste cutting fashion design. *Korea Design Forum, (48)*, 207-216.
- Park, H. Y. (2022, October 28). Balenciaga introduces a maxi hooded wrap coat made of EPHEA[발렌시아가, EPHEA 소재의 '맥시 후디드 랩 코트' 선배]. *Apparelnews*. Retrieved from http://m.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=201532?cat=CAT11E
- Park, J. T. (2021). Creation of ESG ecosystem for sustainable growth and legislative policy tasks. *National Assembly Research Service*. <https://www.nars.go.kr>

- r/report/view.do?cmsCode=CM0010&brdSeq=36364
- Park, Y. & Kim, J. (2020). Sustainable fashion design prototype development in terms of clothing composition: Focused on pattern classes. *Journal of Fashion Business*, 24(5), 125-139. doi:10.12940/jfb.2020.24.5.125
- Stellamccartney. (n.d.). The Frayme Mylo™ the world's first luxury handbag made from mycelium. Retrieved from <https://www.stellamccartney.com/us/en/stellas-world/frayme-mylo-mycelium-bag.html>
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, U.S.: Sage Publications.
- Suh, E. H. (2009). *A comparative research on the merchandising process at home and abroad: With focus on the women's wear career market* (Unpublished master's thesis). Kookmin University Graduate School of Design, Seoul, Republic of Korea.
- Sung, Y. J. & Kwon, G. Y. (2009). A study on establishing relationship between fashion design process and storytelling. *Fashion & Textile Research Journal*, 11(2), 210-218.
- The Monster in Our Closet. (n.d.). Patagonia 50. Retrieved from <https://www.patagonia.co.kr/stories/filmDetail/168>
- Watkins, S. M. (1988). Using the design process to teach functional apparel design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1), 10-14. doi:10.1177/0887302X8800700103
- Wi, S. & Jung, J. (2021). Development of fashion design with sustainable design elements. *Journal of Fashion Design*, 21(3), 105-118. doi:10.18652/2021.21.3.7
- World Resources Institute[WRI]. (2021). Road map to Net Zero: Delivering science based targets in the apparel sector. Retrieved from <https://www.wri.org/research/roadmap-net-zero-delivering-science-based-targets-apparel-sector>