

국내 SPORTS 신발DESIGN에 관한 연구

-국내,외 DESIGN 비교분석 중심으로-

A Study on Domestic Sports Shoes Design

-With Emphasis on Domestic and Overseas Design Comparison Analysis-

하용호 Yong-Ho Ha
하백디자인연구소
HABACK Design Laboratory

김판수 Pan-Soo Kim
동서대학교 디자인학부
Dept. of Design Dongseo University

● Keywords: Shoes Design, Imitation, Originality

1. 연구목적

한국의 신발산업은 1920년경부터 국내시장의 수요를 충족시키기 위해서 검정고무신을 만들기 시작한 것을 효시로 고무수입이 용이한 부산을 중심으로 1950년에 대형 제조업체가 설립되었고 1960년대부터는 OEM방식에 의한 수출용 ORDER가 급속도로 수주되면서 가히 신발왕국으로 20여년간을 군림해 왔다. 특히, 1970년대 중반에서 지금의 세계 TOP BRAND인 NIKE, REEBOK, ADIDAS, ASICS 등의 ORDER가 수주되면서 세계신발의 메카자리를 굳혔지만 한국이 가지고 있는 기술, 생산력 만큼 우리는 세계적인 BRAND를 창출하는데는 실패했다.

이에대한 여러 원인중에 하나가 OEM 생산으로 인하여 우리만의 독창적인 디자인을 개발할 수 있는 준비를 하지 못한 것이 한 원인이 된다.

현재 국내SPORTS 신발산업은 외국BRAND와 국내 BRAND가 공존하면서 판매활동을 하고 있지만 해외BRAND에 비해 오리지널리티(Originality)가 떨어지기 때문에 판매성이 떨어지는 것은 물론 해외시장 진출에도 원할치 못한다.

본 연구는 국내·외 신발DESIGN을 비교하여 모방 사례를 비교분석하여 향후 새로운 DESIGN 창출을 위한 방향을 제시 하려고 한다.












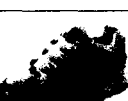










2. 연구범위 및 방법

SPORTS 신발의 주요구성품인 갑피(UPPER)와 창(SOLE)의 2부분으로 나누어서 국내DESIGN이 외국 DESIGN을 모방한 사례를 외형(外形)중심으로 비교하고 이로인한 판매의 차이를 조사하고 대책을 제시해본다.

3. 국내 신발DESIGN의 모방물 조사

모방(模倣)이란 ①본떠서 함. 흉내를 냄 ②사회집단을 구성하는 개개인의 결합관계를 성립시키는 요인으로서 반복행위¹⁾ 라는 뜻을 지니고 있는데 디자인적 관점에서의 모방이란 어떤 디자인의 일부 또는 전부가 이전의 다른 디자인과 같거나 유사하여 시각적으로 서로가 깊은 연관성이 있다는 느낌을 주면 모방으로 간주할 수 있다. SPORTS 신발 DESIGN에 있어서 외형(外形)이 차지하는 소비자의 선입견은 절대적이다. 따라서 외형을 모방하였다는 것은 전체를 모방하였다고 보아도 좋을 것이다.

<그림1> 국내신발 DESIGN의 모방사례²⁾

구분	해외BRAND		국내BRAND	
	BRAND	DESIGN	BRAND	DESIGN
갑피 (UPPER)	NIKE		PRO-SPECS	
			ASICS (국내용)	
			LECAF	
	CON-VERSE		RAPIDO	
			LECAF	
	REEBOK		PRO-WORLD CUP	
		RAPIDO		
창 (SOLE)	NIKE		PRO-SPECS	
			PRO-WORLD CUP	
			RAPIDO	
			LECAF	

1)사정범 「국어사전」 1992년판 p.67

2)NIKE, REEBOK, ASICS, PRO-SPECS, LECAF, PRO-WORLD CUP, RAPIDO, CONVERSE의 1986~1998년도의 제품카드로그에서 추출한 디자인 임.

4. 모방의 결과와 원인

최근의 국내에서 판매되고 있는 국내,외 스포츠 BRAND의 신발판매의 신장율을 비교해 보면 국내 BRAND의 신장율이 급격히 해외BRAND에 비교하여 떨어진다는 것을 알 수 있다.

<표> 국내 판매 주요 스포츠 BRAND의 신장율 비교 (단위백만원)

	해외BRAND					국내BRAND			
	NIKE	FLA	FEEB OK	ADD AS	ASCS	PRO-SPECS	LECAF	PRO WORLD CUP	PAPIDO
94년	45,582	12,763	20,992	35,130	16,583	52,587	34,378	21,147	-
95년	57,960	18,737	29,053	45,222	19,855	68,247	44,336	27,830	23,160
96년	83,577	28,113	33,437	52,488	21,374	68,760	46,823	22,993	28,794
97년	102,041	28,145	32,829	51,435	19,665	69,683	41,654	19,254	26,781
신장율	124%	120%	56%	46%	19%	33%	22%	-9%	16%
신장율 순위	①	②	③	④	⑦	⑤	⑥	⑨	⑧

위의 표에서와 같이 국내BRAND가 해외 BRAND와 비교하여 판매의 신장율이 현저하게 떨어진다는 것을 알 수 있다. 이와같은 결과가 나오게된 원인중의 하나가 DESIGN 적인 면에서 독창성의 결여로 소비자의 반응을 이끌어내지 못한 점을 지적할 수 있다. 이같은 DESIGN의 독창성 결여 즉, 모방을 하게된 원인을 살펴보면 첫째, 과거OEM수출에 주력한 제조회사가 BRAND사업을 하므로써 해외 BRAND의 DESIGN을 손쉽게 대할 수 있었고 이를 여과없이 국내용으로 전환을 시도했고 둘째, 국내 BRAND가 출시된 1981년 이전 OEM수출이 호황일 때 장래를 대비한 전문디자이너의 육성이 전혀 없었고 BRAND 출시와 때를 같이해서 기존 수출개발업무를 하던 기능사원에게 DESIGN업무를 시도했으나 디자인 능력의 한계로 인하여 신제품 출시에 지장이 생겨서 수출 MODEL을 그대로 모방하는 경우가 많았고 이후 산업디자인과 출신위주로 신규사원을 채용했으나 신발디자인에 대한 기초교육이 전혀없는 상태에서 신발산업에 대한 적응시일이 많이 소요되었고 반면 기업주는 단시일내에 신규사원에 대한 효과를 요구하는 상황에서 사원의 이탈과 기존수출 MODEL을 모방하는 형태의 디자인업무가 계속되었다. 이와같은 원인들로 인하여 모방DESIGN이 나오게 되었고 시장을 선점해 있던 외국DESIGN에 익숙해져있는 소비자들로부터 외면을 당하게 되었다.

5. 독창성 신발디자인 사례연구

모방성을 탈피한 독창성 신발디자인을 위해서 우선 기존의 외국 BRAND의 카타로그 및 샘플을 참조하던 방식에서 근본적인 발상의 변화가 있어야만 한다. 이는 자연(동물·식물)이나, 상징적인 조형물 기능과 연결되는 사물의 이미지 응용 등 신발 그 자체를 떠나서 발상을 전개함으로써 차별화 된 신발디자인이 창출될 것으로 판단된다.

<그림> 독창적인 신발디자인 사례4)

구분	디자인
동물의 이미지를 응용한 디자인	

구분	디자인
동물의 이미지를 응용한 디자인	
상징물을 응용한 디자인	
기능과 연관되는 사물의 이미지를 응용한 디자인	

6) 결론

이상의 연구를 통하여 알 수 있는 것은 결국 모방은 디자이너 자신을 상실시키는 것이고 따라서 기업의 상품 경쟁력의 약화는 물론 모방물이 오리지널 제품을 능가할 수 없다는 것을 알았다. 국내 신발산업에서 OEM수출이 산업발전에는 지대한 공을 세웠더라도 이것을 효과적으로 활동하지 못한 국내기업의 경영사고도 현재의 결과를 낳았다. 향후 모방에서 탈피하여 창조적 디자인을 만들기 위한 몇가지 방안을 다음과 같이 제시한다.

- 1) 전문디자이너의 육성으로 창조력 배양
- 2) 사내 인력의 한계성을 뛰어넘기 위하여 외부 디자인 회사와 활발한 교류
- 3) 단기적인 유행에 편승한 모방물에서 장기적 안목의 창조적 디자인을 지향하는 경영층의 사고전환
- 4) 영업부서 중심의 디자인결정에서 디자이너 중심의 디자인 결정으로 전환

모방은 결국 자신의 아이덴티티를 잃는 것과 마찬가지로 스스로 견제할 수 있는 기회를 포기하는 것이라고 할 수 있다.5)

수없이 출시되는 상품속에서 존재하기 위해서는 나름대로의 차별성이 없어서는 존재할 수 없는 시장상황에서 신발 디자이너들의 노력을 기대해 본다.

3) 대상 BRAND상품 기획실 자료 취합정리 한 것임
4) FICOS '96 신발디자인전 「신발과학연구소」
5) 우베비스 「신발디자인」 1995 143호 KDP P48