

I.M.F. 체제가 국내 패션에 미친 영향*

최 해 주

한성대학교 예술대학 의상디자인전공 교수

A Study on the Influence of I.M.F. System on Domestic Fashion

Hae-Joo Choi

Professor, Dept. of Fashion Design, Hansung University
(2001. 2. 5 투고)

ABSTRACT

Articles on fashion of major daily newspapers for about one year after I.M.F. system were analyzed. The influence of I.M.F. system, values, the importance of costumes at economic crisis were studied through fashion at that time.

The major conclusions of the study are as follows :

1. Costumes made in Korea, national brands in Korean words, practical styles, multi-functional design, economic tastes and mixed fashions were emphasized.
2. The sound and patriotic values were pursued through domestic fashion and creative ideas were developed to overcome economic crisis.
3. The meaning of costumes was still important under shrink of consumption. Costumes were useful tools to estimate ability and express aesthetic appreciation.

The sound fashion trends under I.M.F. system reflect the reflection on overconsume and the will to overcome economic crisis. Such trends should be fixed for the establishment of economic prosperity for the nation.

Key Word : I.M.F.(국제통화기금), national brand(토종상표), importance of costumes(의복 중요도), sound consciousness(건전한 의식), creativeness(창의성)

I. 서론

복식은 그 시대의 정치, 사회, 경제, 기술 등 문화

의 한 단면을 표출하는 가장 적합한 수단 또는 방법
이며(Laver, 1962 ; Ewing, 1987), 개인의 내면적
인 정신세계와 개성, 창의력을 표현하고, 시대의 인

* 이 논문은 1999년도 한성대학교 교내연구비에 의하여 연구되었음.

식적, 도덕적, 사회적 양상을 반영하는 사회적 매개체이다(최해주, 1981).

또한 패션의 변화는 사회적 변화와 관계가 있으며(Roach and Eicher, 1965 : Horn and Gurel, 1975), 피복소비지출 경향은 경기변화에 민감한 반응을 나타낸다(통계청, 1998).

우리나라가 1997년 11월 이후에 I.M.F.(국제통화기금) 관리체제가 됨에 따라 국내 의류산업은 내수부진과 자금난, 소비시장 위축, 기업들의 대대적인 구조조정 및 생산물량 축소, 기업들의 도산 등으로 많은 변화와 혼란을 겪게 되었다.

국가적인 경제위기를 맞이하여 국민들의 소비생활패턴과 의류소비행태 또한 많은 변화를 나타내었다. 국가의 경제적 여건 변화에 따라 나타나는 복식현상은 국민의 소비생활양상과 의식상태를 반영한다고 할 수 있다.

따라서 I.M.F.체제 이후의 국내 패션을 분석하여 경제위기를 극복하기 위한 국민의식을 확인하고 경제현상과 패션과의 관련성 및 경제위기의 복식의 의미를 규명하는 것은 의의가 있다고 할 수 있다.

본 연구에서는 I.M.F.체제 이후의 국내 패션현황과 복식현상의 특징을 분석함으로써 I.M.F.체제가 국내패션에 미친 영향을 고찰하고, I.M.F.체제 이후의 국민들의 가치관과 의식세계, 국가경제 비상시에 복식이 가지는 가치와 의미 등을 고찰하고자 한다.

연구방법은 I.M.F.협정 체결 이후 약 1년여 동안(1997.11.~1998.12.) 주요 일간지인 조선, 동아, 한국, 중앙일보 등에 소개된 복식현상과 유행복식 등을 주된 고찰대상으로 하였다.

II. I.M.F.체제 이후의 사회적 배경

1. 경제·사회분야

1997년말 I.M.F.협정체결 이후 국민총소득 감소, 총외채 상승, 고금리-자금난 체제가 이어져 경제가 크게 위축되었으며, 높은 실업율과 물가상승율로 인하여 사회분위기가 전반적으로 침체국면으로 이어지게 되었다.

통계청에 의하면 I.M.F.쇼크로 국민총소득이 1996년의 5183억달러에서 1998년에는 3168억달러로 급감함에 따라 남-북한간 국민총소득(GNI) 격차가 1990년 이후 처음으로 약간 좁혀졌다고 한다. 남-북한 소득격차는 1997년의 26.8배에서 1998년에는 25.1배로 약간 좁혀졌으며, 1998년 현재 남한의 1인당 국민총소득은 6823달러이고, 북한은 573달러였다(조선일보 1999. 11. 8.).

한국은행은 국가채무가 매년 큰 폭으로 증가하여 1997년말 47조원에서 1998년말 73조원, 2002년말에는 1백60조원에 이를 전망이다라고 밝혔다. 이에 따라 국가채무를 명목 국내총생산(GDP)으로 나눈 국가채무비율이 1997년말 11.2%에서 1998년말 17.1%, 2002년말에는 28.1%로 급상승할 것으로 예측되었다. 국가채무에서 제외되는 보증채무 중 41조원 가량이 회수불가능한 것으로 가정, 이를 국가채무에 포함하면 2002년말 국가채무비율은 35%까지 확대될 것으로 추정되며, 또 5대그룹을 중심으로한 기업 구조조정과정에서 금융기관 부실채권이 추가로 발생, 공적자금 소요규모가 늘어나면 국가채무비율은 35%보다 훨씬 높아질 것으로 분석되었다. 한국은행은 국가채무는 일단 누적되기 시작하면 이자부담 때문에 계속 늘어나는 속성이 있으며, 국가채무비율이 높으면 인플레이와 시장금리 상승률초래, 경제성장의 저해요인으로 작용한다고 경고하였다(조선일보 1998. 12. 26).

I.M.F.체제 이후 불황에 따른 소비지출의 감소로 1998년 1사분기의 실질소비지출이 전년 동기에 비해 무려 -19.2%의 큰 감소율을 기록했다. 특히 1997년말 이후의 소비지출 감소율은 과거 상당히 큰 불황기였던 1980년도 보다 더욱 커서 최근의 불황이 매우 심각함을 보여주었다. 소비지출 중에서 내구재 소비지출이 가장 위축되었고, 내구재 중에서도 특히 의류, 자동차, 가전제품 등에서의 구매력 감소가 가장 큰 것으로 나타났다(동아일보 1998. 2. 28.). 일상생활에 소요되는 여러 소비지출 비목 중에서 외식비, 가구가사비, 교양오락비, 피복신발비 등의 선택적 소비지출 비목에서의 감소율이 매우 커서 1998년 2사분기의 이들 비목의 소비지출 감소율은 경상가격 기준으로 볼 때, 전년 동기에 비

해 -28%~-30%로 나타났다. 이 중 특히 피복신발비는 -30%의 감소율을 보여 다른 어떤 비목보다도 가장 크게 감소한 것으로 나타났다(통계청, 1998).

가정에서부터 I.M.F.시대에 살아남기 위해 알뜰 작전을 펴자 이를 겨냥한 각종 I.M.F.형 마케팅전략이 등장하였다. 고물가에 임금삭감 등으로 어려워진 가정들이 속속 자녀들의 과외비를 줄이거나 아예 중단하였으며 유치원마저 보내지 않게 되어 1970년 이후 처음으로 유치원 아동수가 6%가 줄어들게 되었고, 전기, 수도, 가스료 절약에서부터 헌옷 고쳐 입기까지 양상도 다양하게 나타났다. 대학생들은 부모들의 부담을 덜기 위해 군에 입대하거나 휴학을 하고 과외비를 파격적으로 낮춰 잡비를 충당하였다. 반대로 취업율은 크게 감소해 1998년 4월 현재 전문대 졸업자는 취업율이 전년의 75.5%에서 66.3%로, 9.2%포인트가, 대학교 졸업자는 61.8%에서 50.5%로 11.3%가 감소했다. 호텔도 거품빼기로 최고 50%까지 가격을 내린 「I.M.F.식 메뉴」를 개발하거나 객실료를 인하하였으며, 백화점도 생필품이나 가정용품의 짝세일이나 싫증이 나거나 필요 없게 된 물건을 싼값에 되파는 벼룩시장을 열었다(한국일보 1998. 1. 11. ; 조선일보 1998. 12. 26.).

통계청에 의하면 I.M.F.협정 이후 소년소녀가장이 1년새 8%가 증가하여 가족해체현상이 심화되었으며, 경제범죄가 급격하게 증가하였다. 1998년 1~3분기중 소득과 지출이 모두 감소했으며, 특히 소득이 감소한 폭보다 지출을 줄인 폭이 더 크게 나타나 절약분위기를 반영하였다(조선일보 1998.12. 26.).

또한 I.M.F.에 의한 소비위축으로 옛 상품이 다시 주력으로 대두되어 부라보콘, 월드콘 등 추억의 아이스크림이 잇따라 부활하였으며(조선일보 1998. 4. 13.), 금모으기 캠페인의 일환으로 금 한돈으로 새옷 한벌을 장만하는 행사까지 열렸다(조선일보 1998. 2. 10.).

이상과 같이 I.M.F.에 따른 경제불황의 여파가 교육, 가족, 소비 등 우리 사회 전반에 큰 영향을 미친 것으로 나타났으며 우리 사회에 가득하던 갖가지 거품이 I.M.F.의 구제금융 이후 서서히 견히게 되었다.

2. 복식산업적 측면

1) 부도, 할인매장, 소량생산

I.M.F.의 구제금융지원 이후 기업체의 감원과 임금삭감 등의 여파로 소비자들의 구매심리가 냉각되면서 내수시장이 급속히 무너지게 되었다. 대형 백화점의 매출이 최고 30%이상 감소하고 모피, 수입 의류 등 고가품 매장에는 손님이 뚝 끊겼으며 자동차, 가전 등 내구 소비재의 판매도 목표의 절반수준에 그쳤다. 재래시장의 매출부진은 더욱 극심해 남대문시장 아동복상가의 경우 200여개 점포 중 30개 정도가 사실상 문을 닫았다. 국내 유명 의류·잡화 업체들은 정가를 최고 50%까지 인하하면서 내수 살리기에 총력을 기울였다(한국일보 1997. 12. 14.).

의류업체들의 부도사태로 고급패션브랜드의 재고상품을 최고 70~90%까지 할인판매하는 「떨이세일」이 많아졌으며 부도는 나지 않았지만 판매부진으로 철수되는 브랜드들도 대거 재고처리에 나섰다(조선일보 1998. 2. 6.).

급속한 소비 감소와 수출부진으로 패션산업의 기반이 붕괴현상을 보여 I.M.F.체제 이후 유명 패션브랜드 50여개를 포함한 80여개 브랜드가 시장에서 사라졌으며, 의류업계 빅5로 손꼽히는 에스에스패션, 제일모직, LG패션, E랜드, 신원 등이 대대적인 구조조정을 통해 생산물량을 대폭 축소함에 따라 주문자상표부착방식 생산자인 중소봉제업체들이 무더기로 연쇄도산하였다. 일부 업체들이 현금확보를 위해 대형 중간도매상에 재고, 이월제품을 헐값에 넘기면서 80~90% 할인판매를 하는 매장이 우후죽순처럼 생겼으며 재고불량 전문유통업체들도 당당히 백화점에 입성하였다. 의류제조업체들은 신상품 판매와 동시에 세일에 들어가기도 하여 재고처리를 위한 「뺑처리」의 악순환을 가져와 유통질서붕괴로 인한 공멸위기가 확산되었다(서울경제 1998. 3. 19. ; 문화일보 1998. 3. 31.).

의류업체들은 전체적으로 사업을 축소하는 가운데 고가브랜드는 통합하고 중저가브랜드의 상품에 집중하는 전략을 마련하였다(한국일보 1998. 1. 12.).

패션업체들의 도산이 잇따르고 있는 가운데 패션

업체간 브랜드이동이 가속화되었다. 모기업은 부도를 맞았으나 경쟁력있는 브랜드는 살아 이동하는가 하면 사정이 어려워진 업체가 브랜드만을 따로 떼어 팔고 있다. 신세계인터내셔널이 고품그룹계열사의 '보브(VOV)' 브랜드를, 보성어패럴이 태승트레이딩의 '닉스'와 '클럽모나코'를, 슝 리미티드가 하라패션의 '엣마크'를 회생시켰다(중앙일보 1998. 7. 20.).

불황을 몰랐던 10대와 20대 초반을 겨냥한 「1318 산업」이 I.M.F.한파로 매출이 떨어진 반면 20대 중반이 소비의 중심으로 떠올랐다. 불황의 몸살을 앓고 있는 백화점에선 20대 남녀 캐주얼정장만이 잘 팔렸다. 1997년 12월 경우 쿠기, 클럽모나코, MK, 96뉴욕 등 1318 브랜드는 9~31%, 베네통, 파파리노, 베이비게스 등 아동브랜드는 11~46% 매출이 감소되었으나, 직장여성들이 주로 입는 아니베에프, 오브제, 에폴드파리, 테코 등 브랜드는 13~40% 늘었다(동아일보 1997. 12. 26.).

서울 남대문-동대문시장은 불황 탓에 소매상이 줄어들어 일부 가게가 휴폐업을 했고 전체 매출은 지난해에 비해 30~50% 감소했으나 일반 고객이 소매상인을 맞먹을 정도로 늘어나 전체 고객수는 오히려 증가하였다(동아일보 1998. 1. 9.). 남대문시장내 의류상이 4군데는 유례가 드문 합동백제세일을 실시하였으며(조선일보 1998. 6. 18.), 백화점에서 남대문 우수아동복 초청전 등을 통해 백화점과 재래시장이 공동전선을 구성하기도 하였다(한국일보 1998. 7. 3.).

상공회의소(1998년 10월말 현재)에 의하면 I.M.F.체제 후 소비자가 선호하는 유통점이 크게 달라져 백화점과 전문점의 매출비중은 낮아진 반면 가격경쟁력을 갖춘 할인점과 재래시장은 약진하는 양상을 보였다(한국일보 1998. 11. 12.).

1998년 상반기까지 폭발적인 속도로 확산돼온 할인의류매장이 급속도로 위축되었다. 이는 총생산량 가운데 30% 정도를 재고물량으로 유지하던 의류업체들이 3월부터 적정재고전략을 포기하고 무재고전략을 실시하여 매장에서 주문이 들어올 때만 제품을 추가로 생산하는 「스팟생산시스템」을 도입하여 소량생산으로 전환하고, 브랜드를 최고 30%이

상 정리하여 재고물량이 줄어들었기 때문이다(매일경제 1998. 6. 22.; 조선일보 1998. 12. 22.). 재고물건 소진과 신제품 생산축소로 중소백화점들은 고객을 끌어들이기 위한 행사물건을 구하지 못해 어려움을 겪었다(서울경제 1998. 7. 29.).

요약하면, I.M.F.체제 이후 불황에 따른 소비지출의 감소와 수출부진으로 의류업체들의 부도가 잇따라 패션산업의 기반의 붕괴현상을 보였다. 현금확보를 위한 할인판매로 할인매장이 활기를 띄우게 되었고, 의류업체들은 불황타개를 위해 무재고 전략을 실시하며 소량생산으로 전환하였다.

2) 가격파괴, 중저가제품, 이색마케팅

의류업체들이 엄청난 재고와 자금난을 견디지 못하고 부도위기에 몰리게 됨에 따라 인하한 가격을 또 내리는 「이중인하」와 「끼워팔기」등 노마진 붐이 일어났다.

백화점 바겐세일에서 의류부문의 세일폭이 상대적으로 가장 높았으며 세일참여업체비율과 세일폭이 사상최고를 기록하였다. 외국브랜드와 일부 디자이너브랜드를 제외한 대부분의 노세일브랜드들이 쿿대를 꺾고 세일에 동참함으로써 예년의 70~80%이던 참여율이 95%(롯데)까지 치솟았다. 의류 가격인하의 움직임에는 할인점도 예외는 아니어서 유명브랜드 더블세일 등을 통해 추가인하를 실시하였다.(한국일보 1998. 1. 12.; 조선일보 1998. 7. 3.).

의류 신상품중 정상판매는 지난해의 절반수준으로 10월중 1월에 지나지 않았다. 나머지 9월은 세일과 가격인하를 거치면서 판매가격이 점점 낮아지고 그래도 남은 재고는 헐값에 처분하는 이른바 멍처리를 거치게 되는데, 신사복 여름정장의 경우 5대 브랜드가 옷이 공장에서 나온지 2달을 못 버티고 소비자가 가격을 평균 30%내렸다. 예년보다 한달이나 가격인하를 앞당긴 것은 판매부진 탓도 있지만 의류업체들이 재고부담을 덜기 위해 가격인하를 서둘렀기 때문이며, 값을 내려도 판매부진에 따른 재고누적은 여전하였다(중앙일보 1998. 10. 23.).

한국내 판매가격이 27개국 중 랭킹 1위의 미국 청바지 「게스」도 I.M.F. 이후 40%나 가격을 떨어뜨려 가격파괴를 선언하였다. 10만원을 웃돌던 가

격이 9년전 한국에 상륙했을 때의 6만원대로 되돌아가 미국의 게스칭바지 가격(50달러정도)보다 1만 5천원이나 낮아졌다(조선일보 1998. 1. 12.).

기존의 브랜드들이 사업을 포기하는 등 침체된 국내 남성복시장에 고감도 품질에 중저가 가격대를 실현한 캐주얼 정장 브랜드(이지오)가 등장해 대형백화점마다 입점을 하였다(서울경제 1998. 7. 13.).

10만원대 정장이 인기를 끌었는데, 처음부터 10만원대 가격을 예상하고 만든 기획상품, 현금확보를 위해 저가로 내놓은 1~2년 지난 재고품인 이월상품, 신상품 가운데 인기가 없거나 고객유치 차원에서 소수 인기품목을 10만원대 후반~20만원대 초반으로 내놓은 전략형 신상품 등이다(조선일보 1998. 5. 13.).

신세계백화점에서는 자체에서 기획·생산한 재킷이나 바지 등 신사복을 단품으로 구입할 수 있는 「PB(자체상표)단품편집매장」을 열었으며, 갤러리아백화점에서는 기성복 가격에 맞춤복 특성을 가미한 남성정장매장(모델로)을 열어 한 달만에 이백화점 신사복매출 1위를 차지하였다(서울경제 1998. 2. 19., 1998. 9. 12.).

불황타개를 위한 패션업계의 이색 서비스와 마케팅이 활발하였다. 양복구매시 평생 무료세탁을 내건 에스에스 의류대리점, 가죽, 모피의류의 세탁할인 서비스를 실시한 LG패션, 무료 및 실비수선을 확대한 신원, 남성정장 구매시 평생수선증을 제공한 현대백화점, 추동 신상품 구매시 유행지난 남성정장을 최고 18만원까지 보상판매한 뉴코아 본점과 그랜드 본점의 잔피엘, 그랜드 본점의 바쏘, 색상바랜 청바지를 블랙진으로 염색해준 현대 신촌점 등이 그 예다(조선일보 1997. 12. 1., 1998. 12. 11. ; 한국일보 1997. 12. 12. ; 서울경제 1998. 9. 12.). 또한 의류업체들은 경영압박으로 광고공세를 취하기 어려워지고 소비자들의 개성화가 두드러져 한 드러마 의상을 통째로 책임지는 신TV마케팅을 앞다투어 시도하였다(중앙일보 1998. 9. 9.).

의류업체들은 판매부진으로 인한 재고부담을 줄이기 위해 가격인하를 이중으로 하였으며, 고객유치를 위한 중저가 기획제품과 불황타개를 위한 이

색 서비스와 마케팅이 활발하게 확산되었다.

III. I.M.F.체제 이후의 패션(산업)분야 현황

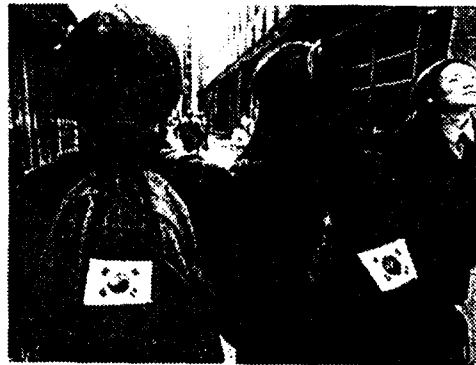
I.M.F.시대를 맞이하여 패션분야에 혁명이 일어났다. I.M.F.체제 이전의 지나치게 과시적이고, 물개성적으로 동조적이며, 사치스럽고 과소비적이던 풍조(최해주, 1999)가 국산품, 단정한 스타일, 실용패션, 다용도 디자인, 아이디어제품에 대한 선호, 겸소한 취향이 애국심과 함께 새로운 풍조로 자리잡았다.

1. 국산품·토종 우리말 상표 선호

1) 국산품 선호

I.M.F.협정 이후 특히 눈에 띄게 달라진 현상 중의 하나가 외제를 거부하고 국산품을 선호하는 움직임인데, I.M.F.체제 직전 외제선호로 부와 신분을 지나치게 과시하던 현상(최해주, 1999)과 극단적인 대조를 이룬다.

국산품 선호로 애국심을 나타내는 대표적인 예가 태극기를 부착한 배낭인데, 1997년에는 길거리씩의 절반정도가 이스트팩이었으나 I.M.F. 이후에는 국산 배낭에 태극기를 붙이고 나라사랑을 실천하는 중고생들이 거리에서 많이 눈에 띄게 되었다(사진



<사진 1> 태극기배낭, 조선일보 1998. 2. 20.

1). 태극기를 붙이는 유행은 승용차에까지 확산되었다.

로열티 명목의 외화유출을 막기위해 수입브랜드 의류를 우리 옷으로 바꿔입자는 이색적인 운동이 벌어졌는데 질경이우리옷에서 수입브랜드 옷을 개량한복 상의로 무료로 바꿔주는 행사를 하였다(일간스포츠 1997. 12. 7.).

IMF.한파가 패션계도 강타하면서 고가의 수입브랜드와 국내브랜드간에 희비가 엇갈렸다. 한때 잘 나가던 외제 의류들이 환율상승으로 인한 가격 부담과 고객들의 눈치보기로 고전하는 반면, 국산 중저가 브랜드들은 불황 속에서도 판매에 호조를 보였다. 미도파 백화점의 경우 베네통, 시슬리, 에스프리, 리즈 클레이본, U2 등 수입브랜드의 12월 매출액이 총1억2천9백만원인데 비해 유크, 나이스클럽, 톰보이, EnC, 시스템, 애녹 등 국내 브랜드는 2억5천6백만원의 판매실적을 올렸다. 세계적인 최고급 수입브랜드가 몰려있는 강남지역의 백화점과 청담동 로데오거리는 개점휴업상태인 반면, 국산 브랜드 중에서도 수입 원부자재를 사용하는 고가 의류보다 합리적인 가격대의 중가 의류를 찾는 소비자가 늘었다(문화일보 1997. 12. 27.).

국산품 애용 분위기를 타고 수입청바지에 밀려 고전을 하던 중소기업에서 'OVERCOME IMF' 라는 상표를 부착한 중저가의 청바지를 내놓아 한달 매출이 예전보다 60% 가량 신장되기도 하였다(동아일보 1998. 1. 10.).

IMF.이후 등장한 대표적인 건전패션 풍조가 국산품선호현상인데 배낭에 태극기 부착, 개량한복 보급, 국내브랜드 선호 등으로 나타났다.

2) 토종 우리말 상표 선호

국산품 선호 추세 중에서도 우리말로 된 브랜드들이 전성기를 맞이하였다.

영캐주얼 시장에 지각변동이 일어났는데 고가 수입브랜드들이 물러가고 재래시장 출신 3~5만원대 중저가 「토종 우리말 브랜드」들이 등장하였다. 잠뱅이, 옹골진, 지피지기, 상류사회, 선발대회, 현기증 등의 토종캐주얼 중 한국어 브랜드 신드롬을 만든 곳이 「잠뱅이」이다. 10여년 남대문 시장에서 경험을 쌓은 후 1993년 이화여대 입구에 「잠뱅이」를 차렸을 때 반응은 "츄티나는 라벨을 떼어달

라"는 것이었다. 매시즌 1백가지이상 스타일을 갖춘 다양성과 품질검사로 1995년부터 반응이 오기 시작하였으며 1990년대 후반 불어닥친 민족주의적 정서와 함께 1997년 매출액은 1백20억원에 이르렀다(조선일보 1998. 7. 10.).

외제품을 사용하지 말자는 운동이 확산되면서 일부 업체가 순수국산제품임에도 불구하고, 외제로 오해를 받아 경영에 애로를 겪었다. PC모니터, 전자수첩, 전자면도기, 컴퓨터 비디오카드 등이 그 경우에 해당된다. 반면 외국제품인 것처럼 보이기 위해 상표라이선스 계약 또는 자작으로 영문제품명을 붙여 재미를 보았던 패션의류, 골프, 화장품업체들도 뜻하지 않은 판매감소를 겪고 있다. 「마리끌레르」 등 화장품용품, 「울시」 등 골프의류 및 골프용품, 「라코스떼」, 「베이직」 등 의류제품 등 대부분이 그렇다(동아일보 1997. 12. 12.).

영문 브랜드를 애용해온 국내 패션업체들이 부쩍 토종임을 내세우는 홍보전을 전개하였는데 이는 외국 브랜드를 배격하는 분위기가 팽배해지면서 영문 브랜드의 국산품까지 덩달아 매출이 격감하는 현상이 나타났기 때문이다.

현대백화점 본점 3층 매장에는 한국상표임을 강조하는 패넬들이 등장하였는데 「EnC」는 서양 여성이 독배기에 막걸리를 따라마시는 사진과 함께 「MADE IN KOREA」라는 문구를 매장입구에 크게 써붙여 놨다. 청바지브랜드 「96 New York」도 한글 궁서체로 「나인식스뉴욕」을 병기하고 그 밑에 「순수한 국내 브랜드입니다」라고 적어놨다. 「보이런던」은 「47개국으로부터 로열티를 받는 다」는 긴 패넬을 걸어놨다(조선일보 1998. 1. 27.).

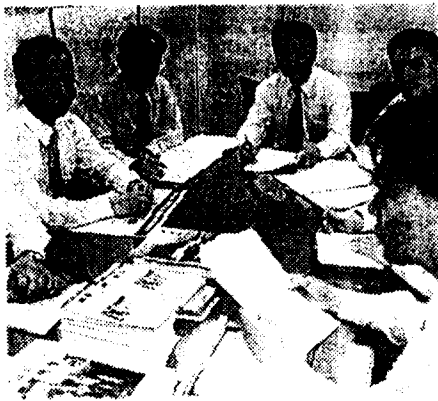
국산품 선호 현상이 브랜드명에도 확산되어 고가 수입브랜드는 판매가 격감한 반면, 한국어 브랜드들의 매출액이 신장되었으며, 영문브랜드를 애용해온 국내 패션업체들이 토종임을 내세우는 홍보전을 전개하였다.

2. 단순하고 편한 실용패션 선호

1) 단순한 기본형, 단정한 스타일 선호

불황이 직장인의 패션까지 바꾸어 놓았다. 지난

해 인기품목이었던 잉크블루, 오렌지 등 원색 셔츠는 퇴조하고 70~80년대 근면성의 상징이었던 흰색 드레스셔츠가 재등장했다(사진 2). 감각파들이라고 해도 원색보다는 옅은 회색이나 연한 하늘색 등 부드러운 색을 고르는 정도이다. 복고의 흔적은 넥타이와 양복에서도 나타났다. 컬러셔츠에 어울리는 화려한 색상과 디자인 대신 단색이나 사선무늬 넥타이가 인기를 끌고 허리선이 들어가고 어깨가 좁은 모즈룩대신 넉넉한 스타일의 내이비블루, 밤색 양복이 강세였다. 개성과 감각을 중시하던 젊은 직장인들조차 복고로 돌아온 것이 특징. 20대 직장인에 의하면 “컬러셔츠는 외모에 신경쓰느라 업무에 소홀하다는 인상을 줄 것 같아 삼가게 된다”고 하였다. 사회분위기가 책임감있고 진중한 남성을 강조하면서 양복스타일도 허리둘레, 어깨 등이 넉넉하고 재킷길이가 길어지는 등 기본형으로 돌아왔다. 이같은 변화에는 경제사정도 한몫하였다. 헌옷을 다시 꺼내 입거나 재킷, 바지 등 단품을 구입하는 것이 추세여서 서로 다른 디자인의 옷을 어울리게



<사진 2> 근면성을 상징하는 흰 셔츠,
한국일보 1998. 5. 25.

하려면 흰색 셔츠나 기본적인 양복형이 가장 무난하기 때문이다(한국일보 1998. 5. 25.).

불황의 여파로 직장인 뿐아니라 새로 직장을 구하거나 사업을 시작하려는 사람들이 좋은 이미지를 주기 위한 옷차림에 대한 제안과 멋쟁이 직장인들의 직장에서 성공하기 위한 옷차림요령과 전문가 조언이 기사로 다루어졌다.

옷차림으로 신뢰감을 심기 위해서는 단정한 차림으로 산뜻하고 깨끗한 인상을 주어야 한다. 일반적으로 2~3버튼의 기본형 정장과 셔츠, 타이를 조화 있게 입고 가능하면 심플하게 입는다. 감청과 회색은 성실하고 안정된 느낌을 주므로 감청, 검정, 회색, 갈색 등 기본색상의 정장에 자주색 등 비교적 강한 색상의 타이를 선택하기를 제안하였다. 직장 여성들은 전문가적인 이미지로 가볍지 않은 인상을 주는 스타일이 좋으며 단순한 디자인의 스커트나 바지정장차림이 적합하다고 하였다. 또한 성공패션으로 어려운 때일수록 옷차림으로 성실하고 빈틈없고 프로페셔널한 이미지, 밝고 활력있는 이미지, 점잖고 격식있는 이미지를 주어 책임있는 태도를 보여줄 것을 제안하였다(일간스포츠 1998. 2. 6. ; 동아일보 1998. 2. 19.).

1998년 봄 여성패션은 경제가 어려워 해외의 유행을 그대로 받아들이지 못하고 실용적으로 변형한 형태로 오래 입어도 싫증나지 않도록 튀지 않는 색상과 간결한 기본형 스타일이 많았다. 화이트, 블랙, 중간색조가 주류를 이루었는데 이런 색은 다른 옷과 조화를 잘 이뤄 새옷을 사지 않고도 여러 벌의 효과를 낼 수 있다. 스타일은 롱 앤 슬림 실루엣으로 편안하고 우아한 느낌을 강조했고 재킷은 단순한 선으로 길이가 길어지고 허리선은 약간 들어간 스타일이 많이 보였고 바지는 유행을 타지 않는 스트레이트 라인이 주류고 치마는 H라인에 슬릿이 들어간 것이 강세였다. 남성복도 복고풍에 검정, 내이비블루, 회색 등의 기본색상이 주도적이다(스포츠조선 1998. 2. 12., 2. 19. ; 동아일보 1998. 2. 13.).

여름 여성패션은 실용적인 국산 소재를 사용한 단순 디자인으로 일대변신을 시도하였다(조선일보 1998. 5. 29.). 심플한 디자인의 단색 원피스가 인기를 끌었는데 특히 검정색 민소매 원피스가 얇은 카디건이나 재킷 등 다른 옷과 코디하기가 쉬워 실용적이기 때문에 크게 유행하였다(동아일보 1998. 6. 25.). 가을에는 편안한 니트와 함께 넉넉하고 활동성을 살린 디자인이 대세를 보였다. (조선일보 1998. 8. 14.).

남성복정장의 경우 한때 유행하던 3~5버튼의 정장 대신 2~3버튼의 기본형이 많이 팔렸으며, 선호

색상 또한 검정, 회색, 네이비블루같은 무난한 기본 색상이었다. 불황속에서 이같은 기본스타일은 평소에 비해 20%정도 판매호조를 보였다(서울경제 1997. 12. 19.).

신혼예복의 경우에도 평소에 입을 수 있는 심플한 스타일이 선호되었다(일간스포츠 1998. 3. 20.).

이상과 같이 여성복과 남성복, 평상복과 예복, 형태와 색상 등에서 모두 단순하고 기본적인 단정 한 스타일에 대한 선호가 두드러지게 나타났다.

2) 실용패션-콤비, 단품, 소품이 인기

I.M.F.체제 이후 새롭게 등장한 패션 풍속도가 크로스코디네이션이다. 재킷, 바지 등 단품 옷을 사서 이미 있던 옷들과 섞어 입는 패션이다.

직장남성들에게 유니폼처럼 되어 있는 양복이지만 아래 위로 한벌 마련하는 것은 부담스럽게 되었다. 특히 재킷은 연출에 따라 정장과 캐주얼 분위기를 두루 낼 수 있는 실용적인 아이템이다. 콤비재킷 안에 셔츠와 카디건을 입으면 분위기있는 정장 대용이 될 수 있고 터틀넥 셔츠나 과감하게 라운드 스웨터를 입으면 캐주얼이 된다(사진 3). 여기에 벡타



<사진 3> 콤비 재킷, 조선일보 1998. 11. 20.

이 대신 머플러를 두르면 멋쟁이로 변신한다. 닥스, 마에스트로, 트루젠 등 많은 신사복업체들이 콤비를 내놨다(조선일보 1998. 11. 20.).

LG패션의 조사에 의하면 I.M.F.구제금융이 실시

된 후 12월부터 다음 해 2월까지 숙녀복, 신사복 브랜드의 판매경향과 백화점의 패션브랜드 판매경향 분석 결과 코트류와 상하세트 정장류의 판매율이 전년 동기에 비해 각각 평균 17.2%, 10.3% 줄어 들었다. 반면에 이와는 대조적으로 다양한 코디가 가능한 재킷 단품의 판매율은 전년 동기에 비해 평균 10.8% 상승했다. 또 단품 코디상품으로 출시된 털 목도리는 90%이상의 판매율을 기록했다. 정장류에서는 블랙과 네이비블루가 전체 판매량의 85%를 차지해 다른 옷과 결합시켜 입기에 편하기 때문으로 분석하였다(일간스포츠 1998. 3. 17. ; 서울경제 1998. 3. 31.). 소비자들이 단품을 이용해 여러 벌의 효과를 내는 실용패션을 추구하기 때문에 업체에서도 단품류의 생산을 늘렸다(신원의 경우 지난해보다 20%).

여성복의 경우 구김이 덜 가고 물빨래가 가능한 니트류도 많이 나왔으며 편한 옷이 인기를 끌었다(동아일보 1998. 3. 6. ; 일간스포츠 1998. 1. 9.).

실용성과 기능성을 따지는 I.M.F. 분위기에 어울리는 「빅포켓패션」이 거리를 휩쓸었다. 작업복처럼 큼직한 바깥주머니가 달린 일상복으로 가방이 사라진대신 주머니에 지갑, 휴대폰, 소형카세트플레이어, 책 등을 넣을 수 있다(조선일보 1998. 7. 17.). 핸드폰을 넣을 수 있는 호주머니를 바지허리춤에 만든 일명 핸드폰 포켓바지도 인기가 있었다(조선일보 1998. 5. 28.).

불황을 맞아 목돈이 드는 의류를 사는 대신 멋과 보온을 위해 벡타이, 스카프, 장갑, 머플러, 목도리, 케이프, 숄, 모자, 팔토시 등의 패션소품이 잘 팔렸다(조선일보 1997. 12. 15., 1998. 9. 25., 11. 20. ; 동아일보 1997. 12. 20. ; 일간스포츠 1998. 11. 13.).

직장남성들은 재킷에 비해 가격이 낮은 드레스셔츠나 벡타이 등 패션소품들을 활용해 멋내기를 시도하였다. 사회분위기가 침체되어 있는 상황에서 기분전환을 위해 밝고 화려한 색상과 디자인이 각광받는 추세였다(일간스포츠 1997. 12. 26.).

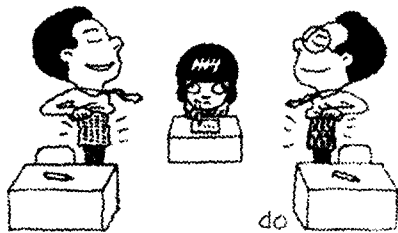
평상복차림으로는 웬지 허전한 연말모임 옷차림으로, 갖고있는 깔끔한 정장에 진주목걸이, 황금색 브로치, 화려한 골드체인벨트, 화려한 단추, 인조 털 장식, 화려한 스카프, 장갑 등의 패션소품으로 포인

트를 주어 화려한 변신을 할 수 있는 알뜰코디법이 제안되었다(한국일보 1997. 12. 5. ; 동아일보 1997. 12. 18. ; 조선일보 1998. 12. 11.).

IMF 이후의 또 하나의 특징적인 현상으로 여성복이나 남성복 모두 상하세트 정장류보다 재킷, 바지 등 단품류의 판매가 증가하였으며, 여성복의 경우 니트류와 같은 편한 옷과 남성복의 경우 드레스셔츠나 넥타이 등의 패션소품 등의 활용이 증가하여 실용패션이 강세를 보였다.

3) 내복, 겹쳐입기 유행

외환위기로 기름값과 전기료, 가스료 등이 잇따라 인상되면서 직장과 가정에서 난방온도를 낮추고, 기름값 인상으로 자가용대신 대중교통을 이용하는 사람이 많아져 내의업체들이 때아닌 특수를 누리게 되었다. 내의업체들은 1990년대 이후 겨울내의 생산량을 매년 7~8%씩 줄여왔는데 IMF가 개입한 12월 이후 내의가 불티나게 팔리게 되자 재고가 없어 제품확보에 비상이 걸렸다. 가격이 싼 남성용 겨울내의가 특히 잘 팔렸다. 업체별로 전년 동기대비 5~10%정도 판매가 늘었다. 직장인들 사이에선 내복을 창피하게 여기던 모습은 사라지고 내



<그림 1> 내복자랑, 조선일보 1998. 1. 31.

복자랑까지 등장하였다(그림 1)(동아일보 1997. 12. 20. ; 매일경제 1998. 1. 7. ; 조선일보 1998. 1. 31.).

사무실온도 급강하로 조끼, 카디건, 스카프, 두꺼운 스타킹, 쇼울형 터틀넥, 터틀넥 반팔셔츠, 두꺼운 레깅스 등을 총동원한 겹쳐입기가 겨울 사무실패션을 주도하였다(일간스포츠 1998. 1. 16. ; 조선일보 1998. 11. 13.).

이상과 같은 내복착용과 여러겹 겹쳐입기 현상은

불황을 극복하기 위한 자연스러운 소비지출 억제방안이라고 할 수 있다.

3. 다용도, 다기능 디자인 등장

1) 용도겸용 패션

용도가 두 가지 이상의 의복이 많이 등장하였다. 스키복과 평상복을 겸한 「캐주얼 스키패션」, 트레이닝과 잠옷과 속옷으로 입을 수 있는 「패션 과자마」, 운동복, 실내복, 외출복을 겸한 「고시촌 패션」, 캐주얼과 정장에 두루 사용되는 「스포츠룩」, 일상복 겸용의 수영복(재킷을 받쳐 입으면 일상복이 되는 비키니 상의), 내복입기를 싫어하는 남성들을 위한 면티셔츠 겸용 러닝 등 한가지 옷으로 다양한 용도와 기능을 겸할 수 있는 실용적이고 편한 옷들이 각광을 받았다(조선일보 1997. 11. 24., 1998. 3. 10., 6. 5., 11. 20. ; 동아일보 1997. 12. 20. ; 한국일보 1998. 3. 11.).

이러한 용도 겸용 패션은 IMF로 인해 많이 등장하게 되었지만, 현대인의 다양하고 바쁜 생활에 어울리는 실용패션이라고 할 수 있다.

2) 탈부착형 유동식패션

IMF시대 절약정신을 반영하는 스타일로 탈부착형이 인기를 모았다. IMF로 소비가 위축되면서 한 벌로 두 벌의 효과를 내는 「유동식 패션」이 유행바람을 탔다. 즉 소매, 멜빵, 덧치마, 칼라등을



<사진 4> 소매탈착식 브라우스, 조선일보 1998. 6. 26.

땀다 붙었다 할 수 있는 옷들이다. 그 중 인기가 높았던 것은 어깨끈을 달면 벨벳이 되는 바지, 때면 허리바지가 되는 탈착식 벨벳바지와 짧은 소매를 달았다가 때면 민소매가 되기도 하는 브라우스였다(사진 4)(조선일보 1998. 6. 26. ; 일간스포츠 1998. 7. 2.).

액세서리도 탈부착형이 인기였는데 팔토시와 발토시가 대표적인 예다(사진 5). 팔토시는 팔목에서 팔뚝까지 길이의 토시를 연결하면 긴팔 이너웨어(속옷)가 되고, 때면 반팔 옷이 되며, 발토시는 발목-무릎을 덮어줘 멋내기와 보온기능도 뛰어났다



<사진 5> 탈부착형 팔·발토시, 서울경제 1998. 11. 13.

(일간스포츠 1998. 11. 13.).

스키복과 다운재킷도 소매의 털장식, 후드, 소매를 분리할 수 있고 뒤집어 입을 수 있어 조끼형, 후드형, 안밖검용으로 다양한 기능을 가진 제품이 인기였다(일간스포츠 1997. 11. 21. ; 조선일보 1997. 11. 24.).

이러한 탈부착형 유행식패션은 다용도, 다기능적인 효과를 낼 수 있어, 한가지 옷으로 여러 별의 효과를 낼 수 있는 활용도가 높은 패션이다.

3) 아이디어 제품 개발

소비자들의 요구가 다양해지면서 I.M.F. 이후는 「고급-고가」 경쟁보다는 아이디어싸움이 패션업

계의 전반적인 추세가 되었다.

공기를 넣고 공기량을 조절할 수 있는 「에어업 브라(air-up bra)」, 지퍼를 열고 펼치면 점퍼로 변하는 100% 방수비닐로 된 등에 메는 가방(사진 6), 옹골진이 내봉은 「황토청바지」, LG패션의 「향기나는 티셔츠」, 이랜드 스포필드가 내봉은 전자파방지 원단을 착탈할 수 있게 만든 휴대폰 주머니가 달린 「건빵바지」, 좋은 사람들이 내봉은 「황토팬티」, 태창의 OX의 「전자파방지 브라와 팬티(항균·방취효과)」, 이엠통상의 살균효과를 가진 「전자파차단 브라지어」, 휠라코리아가 내봉은 전자파와 자외선을 차단하고 용존산소량을 풍부하게 해주는 「맥반석 팬티」, 다반이 내봉은 「정전기 방지 및 항균·방취 정장」, 코오롱 맨스타의 「원적외선 방출 정장」, 「방향제를 처리한 정장」, 휴대폰 전자파 차단 정장 등 다양한 제품들이 호평을 받았다. 코오롱은 또한 「향기나는 신사복」을 1999년부터 판매할 예정이다(중앙일보 1998. 7. 27. ; 조선일보 1998. 8. 21., 10. 1., 11. 20. ; 한국일보 1998. 10. 16. ; 서울경제 1998. 10. 17. ; 경향신문 1998. 10. 28.).

그밖에 통신판매회사인 뉴스와이드에서 허리사



<사진 6> 색·점퍼 겸용 아이디어 제품, 조선일보, 1998. 8. 21.

이즈를 5인치 범위에서 조절하는 I.M.F.절약형 바지가 나왔다. 「웨이트 프리바지」는 주머니와 허리 연결부분에 크기조절이 가능한 밴드와 조절대를 넣어 걸음으로 드러나지 않으면서 허리치수를 마음대로 조절할 수 있도록 한 제품이다(조선일보 1998. 2. 2.).

유난히 더운 여름이지만 경비문제로 회사에서 에어컨을 쬐체로 틀어주지 않아서 고민하는 직장인

들을 겨냥해 시원한 여름 정장들이 나왔다. 세 번수 강연사를 사용해 통풍성을 극대화한 「쿨 수트」, 통기성을 20~30% 올린 신소재로 일반 정장보다 20% 이상 가벼운 「초경량 수트」, 울, 레이온 등의 원단에 공기구멍을 넣어 가볍고 까슬까슬한 느낌이 나도록 한 「초경량 수트」 등이 판매되었다 (서울경제 1998. 4. 25. ; 조선일보 1998. 5. 8.).

불황을 극복하려고 각 브랜드들이 자구책으로 새로운 스타일의 청바지를 내놓았다. 통이 넓고 흰색에 가까울 정도로 밝은 색상의 청바지인 「얼음 청바지(Ice Jean)」인데 시각적-촉각적으로 시원함을 더해주었다(조선일보 1998. 5. 27.).

I.M.F를 계기로 이당의 황토청바지, 향기나는 티셔츠, 정화기 방리 및 항균·방취 정장, 맥반석팬티, 전자파 차단 브래지어 등 소비자의 건강, 기호와 같은 다양한 요구를 만족시키는 아이디어 제품이 많이 개발된 점은 패션산업 분야의 발전적인 양상이라고 할 수 있다.

4. 검소한 취향 확산

1) 색상, 소재, 장식, 스타일

색상, 소재, 장식, 스타일 등에서도 침체된 사회 분위기가 반영되어 차분한 색상, 저렴한 소재, 장식의 절제, 실용 스타일 등이 유행하여 검소한 취향이 확산되었다.

색상은 계절을 초월하여 회색, 검정색이 주류를 이루었다. 따스하고 무거워 보이는 느낌 때문에 전통적으로 추동복에 주로 쓰이던 회색이 봄의 최고 유행색으로 떠올랐다. 외국의 98춘하컬렉션에서 그레이룩이 예상되었으나 국내에서는 봄철에 늘 각광받던 원색을 아예 배제된 것이 시대상황 때문으로 분석되었다(한국일보 1998. 3. 26., 8. 5. ; 동아일보 1998. 4. 9. ; 조선일보 1998. 5. 13., 7. 15. ; 서울경제 1998. 7. 16.).

인기 소재도 고급 수입원단에서 실용적인 국산 소재로 바뀌었다. 울 100%, 실크 등 고급소재는 아예 자취를 감추고 대신 폴리에스터 혼방율이 40%까지 올라가거나 아예 폴리에스터만으로 만든 저렴한 소재가 인기를 모았다(조선일보 1998. 5. 29.).

I.M.F가 비싼 모피의류나 가죽옷을 몰아내고 누빈 옷인 패딩의류 선풍을 불러 일으켰다(사진 7). 패딩코트는 여성들의 단골 겨울 외출복이 되었는데



<사진 7> 패딩의류, 조선일보 1998. 10. 30.

따뜻하고 가벼운데다 두툼한 부피가 주는 부유한 멋 때문에 인기를 얻은 저렴한 실속패션. 1995년부터 패딩의류가 예고되었지만 1997년 겨울엔 허리선이 잘록하고 아래로 내려갈수록 A라인으로 퍼지는 반코트와 롱코트가 일반적이었다(스포츠조선 1997. 12. 4. ; 한국일보 1997. 12. 12.). 1980년대 인기 겨울패션이었던 패딩파카는 1998년 겨울 백화점에까지 되살아났다. 패딩의류는 점퍼, 조끼, 스커트, 원피스, 코트, 모자, 목도리, 부츠, 가방까지 나왔으며 1998년에 선보인 제품들은 기존의 패딩류와는 달리 숨을 많이 넣지않고 가볍게 누벼 세련된 멋을 추구하였다. 패딩의류와 함께 투박하고 거친 느낌의 청키스웨터가 눈에 띄었다(조선일보 1998. 10. 13., 10. 30., 12. 5. ; 한국일보 1998.10. 30. ; 서울경제 1998. 10. 30.).

1997년 겨울에는 옷 일부에만 털을 장식한 옷들이 보편화하였으며 깃이나 소매에 떴었다 붙일 수 있는 실용형이 많았다. 인조털은 영캐주얼분야에서 화려한 색감을 살린 털이 코트나 재킷 뿐 아니라 티셔츠, 카디건, 니트, 가방들에 활용되었다. 1998년 겨울에는 목주위 뿐 아니라 소매와 여밈선까지 털로 무장한 코트들이 대거 선을 보였다. 「신상품세일」로 가격대는 20~30만원대로 지난해보다 많이

떨어졌으며, 천연소재털과 함께 인조털도 시대흐름을 타고 인기를 끌었다(조선일보 1997. 12. 1., 1998. 11. 27.).

국내 가죽의류 생산업체들은 I.M.F.이후 80%가 도산할 정도로 산업기반 자체가 무너져 1998년 10월말 20여개 업체만 남았고, 무스탕 가죽재킷같은 고급의류 판매가 예년의 20% 수준으로 급전직하였다. 1998년 겨울은 가죽보다는 인조 무스탕이나 인조 스웨이드의류에 '천'으로 만든 구두, 가방이 유행하였다(동아일보 1998. 11. 3. ; 중앙일보 1998. 11. 13. ; 한국경제 1998. 11. 13.).

진짜같은 가짜가 인기를 끈 것 중 「올터치 드레스셔츠」는 레이온과 폴리에스터를 섞어 원단을 짠 뒤 도톰도톰한 원단표면을 다림질하지 않은 것으로 감촉은 울, 울같은 보온효과를 나타내었다(조선일보 1998. 11. 6.).

또한 의복 스타일이 화려한 장식 대신 부분적인 포인트에 강조를 두는 단순 디자인으로 일대 변신이 시도되었다. 1998년초 금모으기 캠페인이 전개되면서 금불이로된 귀고리, 목걸이, 반지, 팔찌 등 금장신구가 좀처럼 보기 힘들게 되었으며 대신 은이나 백금장신구 또는 옷 칼라 등에 장식하는 큐빅 소품이 애용된 것은 I.M.F.시대 새로운 장식 풍속이다.

편하고 저렴한 스타일로 후드 스타일이 티셔츠, 니트, 점퍼, 코트, 원피스까지 다양하게 인기를 끌었다(서울경제 1997. 12. 5.).

이상과 같이 색상, 소재, 장식, 스타일에서 검소한 스타일이 많이 등장한 것은 건전한 의생활 정착을 위해 바람직한 현상이라고 할 수 있다.

2) 헌옷 A/S패션, 통신판매

불황을 건디는 실속패션으로, 갖고 있는 옷을 활용하여 감각있는 코디로 변신을 하거나, 헌옷끼리 교환하거나, 새옷처럼 수선하는 헌옷 A/S패션이 인기를 끌었다.

같은 옷으로 두세배의 효과를 내기 위해 옷을 겹쳐 입거나, 서로 어울리지 않을 것 같은 의상들을 결합시켜 색다른 멋을 연출하는 언밸런스룩을 하거나, 계절에 상관없이 여름의상을 재활용하는 시즌

리스룩을 하거나 소품으로 새로운 분위기를 연출하는 전략이 기사로 제안되었다(서울경제 1997. 12. 12., 1998. 1. 9. ; 동아일보 1998. 1. 9. ; 조선일보 1998. 12. 11.).

단돈 1천원에 옷 한벌을 구할 수 있는 「서로사랑 옷은행」이 I.M.F.이후 부쩍 고객이 늘었다. 1993년 4월 개장 이후 5년간 회원이 4000명에 불과했으나 1998년 6월 현재 8800여명으로 늘어났다. 옷 3벌만 가져오면 누구나 회원이 될 수 있으며 회원은 단돈 1천원에 옷 한벌을 가져갈 수 있다. 그동안 모은 옷은 300톤, 35만점. 이중 30%는 회원이 구입·재활용되었고 나머지는 국제 구호단체에 보냈다. 그동안 옷을 판 수익금은 3000여만원으로 불우이웃을 위해 쓰였다(동아일보 1998. 1. 9. ; 서울경제 1998. 6. 27.).

헌옷을 새옷처럼 바꿔주는 수선점이 성업시대를 맞이하여 유행지 난 옷을 완전 개조하는 리폼 전문점이 늘어났으며 매출도 20~30% 늘어났다. 더블재킷을 싱글재킷으로, 청바지를 청스커트로, 일자바지를 롱다리바지로, 스웨터를 니트스커트로, 풍성한 코트를 몸에 꼭 맞는 유행라인으로, 칼라를 바꾸거나 아예 라운드 네크라인으로 만들 수 있어 옷수선은 알뜰패션으로 받아들여졌다. 수선점 주인들에 의하면 "I.M.F.이전에는 새옷을 몸에 꼭맞게 고쳐달라는 주문이 많았지만 최근에는 헌옷을 고쳐달라는 주문이 90% 이상이 되었으며, 사치스러운 느낌의 옷을 검소한 디자인으로 바꿔달라는 사람들이 많아져 우리나라사람들이 정신적으로 참 건강해졌다"고 하였다(동아일보 1997. 12. 26., 1998. 10. 16. ; 한국일보 1998. 1. 16. ; 서울경제 1998. 11. 21.).

I.M.F.사태이후 중간 유통단계를 거치지않은 저렴한 가격대, 품질·애프터서비스부문 등에서 고품가를 받으면서 통신판매 의류매출이 크게 늘어나 전년대비 2배가 넘는 신장율을 기록하였다. 또한 업무에 쫓기는 직장여성들이 주로 통신판매를 통해 의류를 구입하는 것으로 나타났다(서울경제 1998. 4. 15., 7. 21.).

I.M.F.이후 헌옷 수선, 헌옷 교환현상이 급증한 것은 I.M.F.이전의 과소비현상과는 대조적인 현상이며 건전한 의생활 정착을 위해 바람직한 현상이라

고 할 수 있다.

3) I.M.F.패션, 이색 패션 쇼 등장

젊은 여성들 사이에 「I.M.F.패션」이 확산되었다. 「I.M.F.퍼머넨트 웨이브」는 미장원에 가는 횟수를 줄이는 방편으로 긴머리에 컬을 바글바글하게 한 것으로 최소 3개월을 버틸 수 있다. 「거지패션」은 긴팔옷 위에 반소매 셔츠를 겹쳐 입거나 바지위에 치마를 다시 겹쳐 입는 패션으로 사계절 옷을 활용해 멋을 낼 수 있어 의상구입비를 절약할 수 있으며, 귀마개도 소품으로 활용되었다. 팔리는 의류는 어두운 색조가 주류를 이루었다. 화장품값도 오르자 화장품사용을 최소로 줄이는 「I.M.F.화장법」이 유행하였다. 평소에는 로션만을 바르는 등 화장을 거의 하지 않고 외출이나 출근 때에도 입술 루즈나 눈썹 등만 그려 거리에서 짙은 아이섀도나 볼터치를 한 여성들이 모습을 감추었다(서울경제 1998. 1. 31.). 합량이 보통 립스틱의 1/3에 불과한 초미니 「I.M.F.립스틱」과 5ml합량의 「I.M.F.매니큐어」가 여대생들 사이에서 폭발적인 인기였다. 화려한 걸치레 포장 없이 알맹이만 팔기 때문에 가격은 고작 1천원으로 두 개를 사면 한 개를 덤으로 주었다(조선일보 1998. 3. 6.).

패션쇼의 고정관념이 깨졌다. 강진영은 예술의 전당 야외무대에서, 노승은은 한남동 UN빌리지내의 한 신축 주택의 지하공간에서, G&G와 아이편은 청담동 리베라호텔 옆 고층빌딩 신축공사현장, 철골구조물과 일부층의 바닥만 시공돼 벽이 하나도 없는 공사장 3층에서, O.F.F.는 지하철 3호선 경복궁역 구내의 통로에서 패션쇼를 가졌다(서울경제 1998. 6. 9.).

이상의 I.M.F.퍼머넨트 웨이브, 거지패션, I.M.F.화장법, 공사장과 지하철역에서의 패션쇼 등은 I.M.F.이전에 패션분야에 스며있던 거품현상이 I.M.F.로 인해 걷히는 과정을 나타낸다고 할 수 있다.

5. 레이어드 패션, 빈티지 패션, 혼합패션

불황기일수록 실용패션이 요구되고 어두운 사회

분위기가 어울려 복고풍 내지 재활용 개념과 연관된 옷차림이 거리에 많이 나타났다. 특정한 스타일만 유행하는 것이 아니라, 겹쳐 입기를 통해 멋을 내는 「레이어드 룩」, 예전에 입던 옷이나 과거에 유행했던 스타일을 개성에 따라 멋대로 배합시켜 입는 「빈티지 룩」, 「촌티패션」, 단품 아이템을 혼합해 입는 「혼합패션」, 체크무늬 재킷과 스커트, 니트조끼, 스웨터, 흰 셔츠, 짙은 청색 일자 바지 등 기본 아이템으로 이루어진 「스쿨걸 룩」 등이 공존하였다. 입던 옷을 재활용해서 입거나 새로 구입하더라도 유행을 무시하고 자기의 취향을 고려하는 사람들이 크게 늘었는데(한국일보 1997. 12. 12. ; 동아일보 1997. 12. 26., 1998. 4. 27. ; 일간스포츠 1997. 12. 26., 1998. 2. 8. ; 스포츠조선 1998. 2. 5. ; 조선일보 1998. 10. 2., 10. 16.) 나만의 것을 찾는 소비자들의 취향변화와 경기의 침체의 영향이 복합적으로 나타난 것이라 할 수 있다.

IV. 결 론

본 연구는 I.M.F.체제 이후 나타난 유행경향과 복식현상을 분석함으로써 I.M.F.체제가 국내패션에 미친 영향을 고찰하고, I.M.F.이후의 가치관과 의식세계, 국가경제 비상시의 복식의 가치와 의미를 고찰하고 경제위기를 극복하기 위한 국민의식을 확인하고 경제현상과 패션과의 관련성을 규명하고자 하였다.

I.M.F.협정 이후 약 1년여 동안 주요 일간지에 소개된 복식현상과 유행복식 등을 연구대상으로 하였으며, 당시의 복식관련 기사내용 분석결과에 의한 결론은 다음과 같다.

1. I.M.F.체제의 영향으로 국내패션은 국산품·토종 우리말 상표, 실용 스타일, 다용도·다가능 디자인, 검소취향, 혼합패션에 대한 선호가 강조되었으며 따라서 경제현상과 패션이 관련성이 있음을 확인하였다.
2. 복식현상을 통해 경제위기를 극복하기 위한 건전하고 애국적인 가치관과 의식세계가 표현되었다.
3. 소비가 많이 위축되었음에도 불구하고 의복의 중요도는 하락하지 않았으며, 복식은 개인의 신뢰평

가도구로, 개성과 매력을 표현하는 심미도구로 적극 활용되어 경제위기에도 복식의 가치와 의미가 인정되었다.

4. 경제위기에 대응하기 위한 창의적인 아이디어상품이 많이 개발된 점은 복식산업 측면에서 발전적인 양상이라고 할 수 있다.

이상과 같이 I.M.F.관리체제하의 복식현상은 실용적인 국내제품을 선호하는 건전한 성향을 나타냄으로써 경제위기에 대한 반성과 극복의 의지를 반영하였다. 이러한 의류소비행태 및 가치관은 추후 국가 경제발전을 위해 적극 장려되고 정착되어야 할 것이다. 이러한 현상이 경제위기 극복과 함께 해 이해되지 않고 확립될 수 있도록 하기 위해 가정과 사회에서 건전한 의생활을 생활화하는 대책이 절실히 요구된다.

참 고 문 헌

- 경향신문 1998. 10. 28.
- 동아일보, 1997. 12. 12., 12. 18., 12. 20., 12. 26., 1998. 1. 9., 1. 10., 2. 13., 2. 19., 2. 28., 3. 6., 4. 9., 4. 27., 6. 25., 6. 27., 10. 16., 11. 3.
- 매일경제, 1998. 1. 7., 6. 22.
- 문화일보, 1997. 12. 27. 1998. 3. 31.
- 서울경제, 1997. 12. 12., 12. 19., 1998. 1. 9., 1. 31., 2. 19., 3. 19., 3. 31., 4. 15., 4. 25., 6. 9., 7. 13., 7. 16., 7. 21., 9. 12., 10. 17., 11. 21.
- 스포츠조선, 1998. 2. 5., 2. 12., 2. 19.
- 일간스포츠, 1997. 11. 21., 11. 24., 12. 26., 1998. 1. 9., 1. 16., 2. 6., 2. 8., 3. 17., 3. 20., 7. 2., 11. 13.
- 중앙일보, 1998. 7. 20., 7. 27., 9. 9., 10. 23., 11. 13.
- 조선일보, 1997. 11. 24., 12. 1., 12. 15., 1998. 1. 27., 1. 31., 2. 2., 2. 6., 2. 10., 3. 6., 3. 10., 4. 13., 5. 8., 5. 13., 5. 27., 5. 28., 5. 29., 6. 5., 6. 26., 7. 3., 7. 10., 7. 15., 7. 17., 8. 14., 8. 21., 9. 12., 9. 25., 10. 1., 10. 2., 10. 16., 11. 6., 11. 13., 11. 20., 12. 11., 12. 26., 12. 27., 1999. 11. 8., 12. 22.
- 통계청, 1998, 최근의 서울지역 경제동향, 서울지역 통계사무소, p.48-61.
- 최해주, 1981, 고대 이집트 복식에 표현된 미의식의 고찰, 대한가정학회지, 20(1).
- 최해주, 1999, I.M.F.체제 직전의 국내 복식에 표현된 가치관과 미의식의 고찰, 복식, 48호.
- 한국경제, 1998. 11. 13.
- 한국일보, 1997. 12. 5., 12. 12., 12. 14., 1998. 1. 11., 1. 12., 1. 16., 3. 11., 3. 26., 8. 5., 10. 1., 10. 16.
- Laver, James, 1962, Fashion Make Social History, New York : House of Worth, pp.69-84.
- Ewing, Elizabeth, 1987, History of 20th Century Fashion, London : B. T. Batsford Ltd. pp.2-3.
- Roach, M. E., and Eicher, J. B., Dress, Adornment, and the Social Order, New York : John Wiley & Sons, Inc., pp.64-72.
- Horn, M. J., and Gurel, L. M., 1975, The Second Skin, Boston : Houghton Mifflin Co. p.252.