

한국 의류전문인력의 해외 의류업체로의 진출을 위한 모색 : 미국편

이재일

씨에틀 퍼시픽 대학교 소비자학과

Exploring Careers at Global Apparel Companies : Apparel Companies in the US

Jaeil Lee

Dept. of Family and Consumer Sciences, Seattle Pacific University

1. 서 론

한국의 의류 교육은 실기와 이론을 망라한 다양한 교과목들과, 학생들의 지적인 수준 면에서 전세계의 어느곳에 내어 놓아도 손색이 없을 정도로 뛰어나다. 특히 한국인의 손재주와 예술성, 그리고 지혜는 어느 민족과 경쟁을 해도 그 우수성이 입증된다. 그러나 이렇게 우수한인력 공급에 비해 한국 의류시장의 수요가 부족한 실정이므로, 전문인으로서의 능력을 발휘하지 못하는 것이 한국 의류산업의 안타까운 현실이다. 이런 현실을 고려해 보았을때 한국의 류전문인력의 해외(i.e., 미국)진출 시도는 바람직한 도전으로 여겨진다. 이글은 필자의 개인적인 경험 즉, 한국에서의 대학과 대학원의 교육을 마치고, 미국의 의류 업체에서 기술디자이너로서 일을 했던 경험과 또한 현재의 미국 대학에서 의류 교육을 담당하며 졸업생의 취업을 관장하는 교육자로서의 경험을 바탕으로 준비되었다.

2. 본 론

한국의 전문 의류 인력을 미국내의 의류 업체로 진출하게 하기 위하여서는 우선 첫단계로 현재의 미국의 의류산업의 범세계적인 생산구조에 대한 바른 이해가 필수적이다. 둘째로는 미국의 의류생산공정과 관련된 다양한 역할자들과 그들의 전문 영역과 관계된 기술들의 이해가 필요하며, 마지막으로 미국내 의류업체로의 진출을 위한 구체적인 준

비와 실제 미국에서의 취업시 지원과정과 절차에 대한 이해가 필요하다.

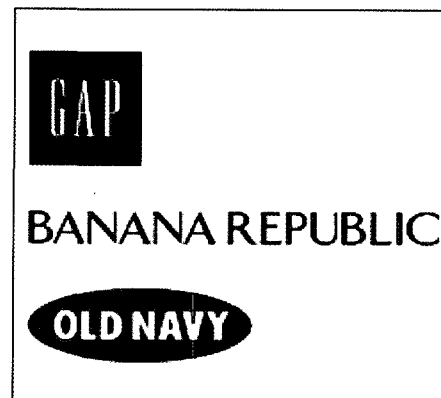


그림 1. 미국내의 의류업체, The Gap회사의 Private Label들의 예

1) 미국 의류산업의 이해

(1) Private Label 과 Specification Buying

의류산업은 범세계적인(Global) 산업의 표준예이며 전세계 경제의 커다란 부분을 차지하고 있는 매우 중대한 산업원이다. 미국의 경우 대기업 의류업체중 Levis Strauss 를 제외하고는 자신의 생산공장을 자회사로 갖고 의류를 생산하는 회사는 찾아보기가 어렵다. 미국산업체에 의해 생산되는 의류상품의 대부분 즉 90%이상이 국내가 아닌 외국의 의류생산단지에서 만들어진다.

현재의 의류생산과정은 위의 [그림 2]에서 보듯이 전세계의 의류관계자들의 긴밀한 연결활동에 의하여 이루어진다.



그림 2. 현대의 범세계적인 의류생산공정과 분배과정 (Dickerson, 1999)

예를 들면, 미국에 있는 Private Label 의류업체 The Gap 회사에서 디자인한 Gap 의복 스타일 #011은 미국내의 North Carolina의 직물회사에서 생산된 직물을 이용하고 대만에서 생산된 지퍼와 단추들을 이용하여 홍콩에 베이스를 둔 생산하청업체인 Li and Fung 이 고용한 중국의 의류제조공장에서 의복이 봉제되어지고 완성된다. 이렇게 생산된 의복은 포장되어 미국내의 Gap 회사에 보내져서 전세계의 Gap 브랜드가 있는 미국, 홍콩, 일본, 프랑스, 이태리, 영국등지에서 판매되는 것이다. 의복 스타일 #001의 제조 공정과 소비자들을 고려해볼 때, 전 세계가 하나가 되어 의류제품의 생산공정과 소비에 함께 참여하고 있는 것이다.

미국의 의류산업에 대하여 이해하고자 하면 가장 먼저 알아야 할 것이 프라이빗 레이블(Private Label)이 무엇인가 하는 것이다. 미국의 경우 대부분의 의류기업들이 Private Label 이다. 우수한 기업들의 예를 들어보면, Limited Cooperation의 업체들인 Express, Limited, Structure 등과 The Gap의 자회사인 Banana Republic, Old Navy, Gap[그림 1], 그리고 그외의 유명 의류업체들인 Polo, DKNY, Abercombie and Fitch 등이 그 예가 될 것이다. Private Label이란 의류기업이 자신의 독창적인 디자인 라인을 자신의 의류상품개발팀을 통하여 특정한 스타일, 소재, 패턴과 치수, 치수의 변화(*grading), 상표등을 갖춘 제품으로 개발하나, 그 생산 과정은 그들 자신이 하는 것이

아니라 제 3자인 생산업체에게 맡기는 것을 의미한다. 그런데 대부분 생산업자는 미국이 아닌 제3국의 의류생산업자가 이 일을 담당하고 있다.

이들 Private Label의 의류생산과정은 또한 특정상품구매(Specification Buying)라고 부르는데, 그 이유는 각각의 의류업체에서 특정한 디자인의 특징들 즉 스타일, 소재, 패턴과 치수, 치수의 변화(*grading), 상표 등의 Specification(특징들)을 지정하여 주고 일단 상품이 이런 특정한 요건에 의하여 만들어지면, 그 의류업체에서는 하청제조업자(Contractor)에게 일정한 금액을 지불하고 그 완성된 상품을 구입해오는 방식으로 특정상품구매(Specification Buying)를 하기 때문이다. 이런 과정을 통하여 만들어지고 구입된 상품은 자신들의 리테일 스토어(Retail Store)에서 자신들의 기업이름을 갖춘 상품으로 판매된다. 이런 이유에서 Private Label업체들을 Specificaiton Buyer들이라고 부른다.

(2) 미국의 의류생산공정

미국의류생산공정은 크게 2가지 생산공정으로 나뉘어질 수 있다. 첫째는 수직적 통합생산공정(vertical Integration)이다. 현재 대다수의 미국의류업체가 Private Label이므로 대기업의 경우 수직적통합생산공정을 하는 미국의 의류기업은 그 수가 매우 적고 또한 그 수가 계속적으로 줄어드는 추세이다. 이는 의류생산을 위한 전 의류 생산과정이란 회사안(한지붕아래)에서 이루어지고 있는 방식이다. 이 생산공정은 모든 생산자가 함께 모여서 생산과정을 지켜보고 그 공정에 참여하기에 생산공정의 통제가 편리하고 의사소통이 매우 편리한 장점을 갖고 있다.

이에 반해 두번째의 생산공정과정은 수평적통합생산공정(Horizontal Integration)이다. 현재 미국의 대부분의 의류업체가 이런 생산공정과정을 가지고 있다. 수평적통합생산공정은 각각의 단체에 따른 의류생산공정이 분리된 공장에서 이루어지기에 의사소통과 통제가 수직적인 통합생산공정에 비하여 어렵다는 단점이 있다. 현재는 대부분의 생산공정이 국외의 나라들에서 이루어지고 있다. 그러나, 회사의 측면에서는 각각의 하청생산업자(Contractor)를 고용하여 생산과정이 이루어지기에 의류업체측에서는 생산설비를 위한 투자비용과 노력의 부담을 피할수가 있고, 쉽게 하청업자를 통하여 회사의 사업규모를 늘이거나 줄일 수 있는 것이 장점이다. 또한 의류업체의 경우에는 자신이 생산설비를 소유하고 있지 않기에 생산과 관계된 노동자의 인권과 관련된 기타 복잡한 인사관련 업무에 대한 고민도

줄일 수 있는 장점이 있어 더욱 많은 의류업체들이 이런 방식의 생산구조를 이용하고 있다(O'Bryant & Burns, 2004).

그러나 하나의 문제점은 대부분의 수평의류생산공정이 문화와 언어가 다른 타국가에서 이루어지고 있어서 문화와 언어로 인한 여러 가지 다양한 의사소통의 문제가 생산공정의 방해요소로 야기되고 있다는 것이다.

2) 의류생산공정과 관련된 다양한 역할자

의류생산공정에 참여하는 대표적 역할자와 그들의 역할을 구분해 보면 다음과 같다.

- **Creative Designer** : 의류회사의 본사에서는 크리에이티브디자이너가 디자인을 한다. 이 사람들이야말로 우리가 쉽게 떠올리는 의류디자이너들이다. 이들은 창조성을 가지고 유행에 민감하며 현재와 과거의 유행을 연구하고 세계와 국내의 여러곳을 여행하며 다양한 디자인의 영감을 받아서 옷을 스케치해낸다. 이들은 세계가 어떻게 움직여가는가에 대하여, 즉, 정치, 사회, 문화, 경제에 민감함으로 세계경제시장과 소비자의 라이프스타일을 이해하고, 앞으로 올 미래의 유행을 예측하도록 훈련된 사람들이다. 이들은 이상적인 디자이너가 되기 위해서 Fit과 패턴, 의복의 구성, 소재와 직물에 대한 다양한 지식을 갖고 자신의 창조적 영감을 갖는 것도 중요하지만 이에 비해 이런 창조적 영감을 잘 표현하기 위한 스케치의 기술, 또한 이런 스케치를 다른 회사의 팀원들에게 잘 표현하는 의사소통의 기술 역시 중요시 된다. 디자인은 언제나 팀웍으로 이루어지기 때문에 의류제작에 관계된 회사내외의 다양한 다른 사람들과의 좋은 관계의 유지가 필수요소이다.

- **Technical Designer(기술디자이너)** : 미국의 Private Label의류업체가 자신의 상품의 실제적인 제조를 하청업자들에게 맡기는 Specification Buying을 실행함으로써 새롭게 등장한 직종의 디자이너가 바로 Technical Designer 즉 의류의 엔지니어인 기술디자이너이다. 이들은 디자이너가 디자인한 스케치가 실제적인 의복으로 만들어지기 위한 스타일지침서인 Technical Package 를 만들고 이에 따른 Pattern의 제작과 수정 및 의복의 구성과 관계된 작업을 관할하는 기술자들이다. 일단 디자이너가 디자인을 마치면 기술디자이너(Technical Designer)는 그 스케치된 의복을 상품으로 만들기위하여 CAD를 이용하여 각각의 스타일에 맞는 상품의 스타일지침서를 만든다. 이들은 공장의 제조자들과 연관되어서 샘플의 제작과 관계된 일을 하는 실제 의류생산공정에서 가장 중요한 조종자의 역할을 담당하는

사람이다. 이들은 하청의류생산공장에서 보내진 샘플을 관리하고, 샘플의 Fit Session을 주관하며, 디자인의 수정과 변화에 대한 Fit과 관련된 코멘트를 작성하여 하청공장의 제조자와 계속적으로 대화하며 디자인의 특성들을 지시한다. 그러므로 기술디자이너에게 있어서 커뮤니케이션 기술은 필수요건중의 하나이다.

스타일지침서인 Technical Package는 하청공장과의 의사소통을 위해서 늘 정확성이 요구된다. 스타일지침서는 Computer Aided Design(CAD)을 사용하여 마련되기 때문에 기술디자이너에게는 컴퓨터를 이용한 스케치의 기술이 필수이며 또한 패턴지식, 의복구성과 관계된 지식 특히 인더스트리의 생산관련 표준용어와 기준, Fit에 대한 지식이 역시 중요하다.

상품의 제조와 관련하여 세계 곳곳에 있는 다양한 하청 제조업자와 빈번한 접촉을 하므로 좋은 의사소통의 기술이 필요하며, 하청업자와의 이상적인 관계유지를 위해서 다양한 문화에 대한 이해도 필요하다. 또한 테크놀로지의 발달에 따른 다양한 컴퓨터프로그램의 사용과 기타 기자재, 즉 디지털타이저, 스캐너, 디지털카메라 등등의 사용에 대한 기술도 이들에게 요구 되는 중요한 기술이다.

- **Fashion Merchandiser** : 이들은 의류업체와 하청제조자 사이의 중간자적인 역할을 담당하는 중요한 역할을 한다. 늘 전체예산과 관련지어 의류스타일의 최종가격을 정하고 디자인의 개발에도 민감하게 반응하며, 유행을 분석하여 어떤 디자인이 가장 인기가 있을까를 생각하고 결정하는 중요한 직책의 사람들이다. 이들은 하청제조자(Contractor)들을 정하고 회사의 예산에 따라 제품의 생산가와 수량을 결정하고 또한 매해, 매 계절의 상품을 분석하여 어떤 상품의 판매가 좋았던가를 분석하여 새로운 계절의 상품의 판매를 계획하는 가장 중요한 역할 중의 하나를 담당하고 있다. 그러기에 이들은 회사의 사무실에서 컴퓨터로 예산과 상품을 분석하는 일에 많은 시간을 사용한다. 이들은 주로 외국에 있는 다양한 문화의 하청인들의 생산공장을 방문하고 그들과의 의사소통을 하기에 자신의 의견을 잘 표현하고 나타낼수 있도록 쓰고 말하는 기술이 필요하며, 다양한 문화의 사람들과의 부드러운 의사소통과 좋은 관계의 성립을 위하여 여러나라의 문화에 대한 이해도 요구된다.

- **Vendor와 Contractor** : 이들은 Private Label의 의류업체의 하청에 따라 의복을 생산하는데 종사하는 이들을 의미한다. 전세계적으로 여러 하청공장을 고용하여 일하는 대규모의 중간업자인 Li and Fung과 Mast 등과 같은

표 1. 의류생산과 관련된 주된 직종과 이에 필요한 기술들

Job Title	Creative Designer	Technical Designer	Fashion Merchandiser
Role	Understanding Trend Design Select Trim Select Color Select Construction, Pattern, Spec Knowledge Design Presentation Communication Skill	Create Technical Package CAD skill Technology friendly: Computer Skill Style: Pattern Skill Construction Skill Writing Comments Decision Making Organization	Math oriented mind set Understanding trend Computer Program(Excel) Skill Decision making(Critical Thinking) Style Decision *Travel and Negotiation
Attributes	Communication Skill(Oral and Written) Group Relationship Strong Teamwork Cultural Diversity	Precision Communication Skill(Oral and Written) Group Relationship Strong Teamwork Cultural Diversity	Communication Skill(Oral and Written) Group Relationship Strong Teamwork Cultural Diversity

Agency 업체들을 비롯하여 한국인 소유의 영원무역과 같이 자체 내의 Private Label의 상품을 제조하면서 전세계에 흩어진 자체생산공장을 소유한 하청업체도 있다. 이들에게 생산할 상품에 대한 이해와 생산공정과정의 원활한 진행을 위한 의류업체의 생산기획팀과의 다양한 의사소통 기술이 필수적이다.

· **Graphic Designer** : 이들은 회사의 리테일 스토어에서 사용하는 Signage와 쇼핑백의 디자인, 디스플레이, 디자인의 판촉과 package, 상표의 개발 등의 업무를 담당하는 전문디자이너들이다. 이들에게 있어서 CAD의 기술, 창조성과 예술성은 필수적인 요소이다. 대부분의 경우 의류 전공자가 아니라 그래픽디자인을 전공한 디자이너들이 이 일을 담당한다.

· **Sourcing and Quality Assurance Team** : 이들은 품질에 관계된 일을 점검하여 의복을 생산하는 과정을 담당하고 있다. 규모가 작은 회사의 경우는 이 두가지 부서의 일이 함께 이루어지나, 규모가 큰 회사의 경우 즉 예를 들면 Limited Cooperation은 이 두부서의 역할이 나누어져 있다. Sourcing Team은 세계의 여러 곳을 여행하면서 가장 좋은 소재를 찾아내기 위하여 애쓰고 좋은 소재를 디자인팀에게 소개함으로써 제품의 디자인에 사용하도록 돕고 있다. 이에 반해 Quality Assurance Team은 생산된 상품의 품질을 평가하는 일을 담당한다. 이들은 국외로 빈번한 여행을 해야 하므로 다양한 문화에 대한 이해가 필수적이다.

3) 구체적 준비

(1) 의류제품 생산과정의 경험

의류처럼 유행과 관계되어 시간이 생명인 산업에서는 시간에 대한 민감성이 의류상품의 성공과 실패를 결정하는 요소이다. 의류업체들에서는 생산공장들이 전세계에 흩어져 있어서, 더욱 더 시간을 다투면서 일한다. 예를 들면, 홍콩의 공장이 정해진 시간 내에 재단일을 마치지 않으면 그 다음 단계의 의복생산공정인 중국의 봉제공장에서조차 작업이 지연되고 결국은 제품이 미국의 상점에 배달되고 진열되지 않는 시간을 맞추지 못하기 때문이다. 이에 따라서 경쟁사가 만든 디자인이 시장을 먼저 정복한다면 자사의 의류업체가 물건을 내놓아도 판매를 할 수가 없을 것이다. 왜냐하면 어느 누구도 유행이 지난 스타일의 옷을 정가의 가격을 내고 구입하는데 애쓰지 않을 것이기 때문이다.

제품의 생산과정에 대한 구체적인 이해를 위해서는 제품이 디자인되고 만들어지는 곳에 가서 그 현장에서 생산 과정을 직접 경험하는 것이 중요하다. 세계의 의류생산을 이끄는 대표적인 의류생산업체인 영원무역의 부사장 Michelle Wardian¹은 필자와의 인터뷰에서, 현재 한국과 미국의 학부 의류교육의 문제점을 ‘의류학과 졸업생의 현실감 부족’으로 표현하였다. 현재의 교육방식으로는 대부분의 교과목의 경우 창조성과 예술성을 강조하는 의류의 디자인적인 관점이 강조되어진다. 그러므로 많은 디자인전공 학생들의 경우 기술적인 의류 생산공정(i.e., 국제생산공정)과 관계된 용어 즉 다양한 스티치, 봉제, 스펙에 관한 이해등에 대하여 익숙하지 않기 때문이다.

특히, 대부분의 디자인 전공 학생의 경우 현실적인 의류 생산공정에 대한 이해가 부족한데 이는 정확성과 완전성을 추구하는 기술적인 것보다는 예술성과 창조성의 측면

을 강조하는 학부의 교육을 받기 때문이다. 약 5년 전부터 이런 기술적인 측면의 의류교육이 미국의 학교들에서 접목되고 있으며 한국의 경우에도 이런 실제적인 교육이 필요하다고 판단된다.

현장경험을 위한 현장교육은 다양하게 구분된다.

a. 현장방문(Field trip)

이는 의류산업체를 방문하여 산업체의 담당자로부터 산업체에서 이루어지는 생산 과정에 대하여 보고 듣는 것을 의미한다. 현장방문은 산업체와 의류생산과정에 대한 단순한 노출(Exposure)을 하는 측면에서 의미가 있다. 이를 통하여 책만으로 습득하는 지식이 아닌 실제 경험적인 차원으로 발전된 지식을 가져올수 있다. 그러나 이런 산업체에 대한 노출(Exposure)이 개인의 경험(Experince)의 수준까지 되기 위해서는 일일현장교육이나 인턴쉽등이 요구된다.

b. 일일현장교육(Job Shadowing)

이는 현장에 가서 하루정도의 시간동안 디자이너나 머천다이저와 함께 그들의 주어진 일과를 함께 경험해보는 것이다. 미국의 경우 자신의 미래의 커리어에 대한 계획은 세웠으나 그것이 어떤 일을 하는 가에 대한 개인적 경험이 없는 경우 학생들이 수업의 한부분으로 이런 일일현장교육을 하고있다. 대학의 경우, 의류전공학생들이 “패션인더스트리의 소개”란 기본과목을 이수할 때 이 일일현장교육을 필수사항으로 요구함으로써 전공을 아직 정하지 않은 의류에 관심이 있는 학부의 신입생과 2학년 학생에게 자신의 전공에 대한 결정을 돕고 의류생산 현장의 역동성을 이해해 볼 수있는 중요한 경험을 제공하여 준다.

c. 멘토(Mentor system)

현재 현장에서 일하고 있는 전문가를 개인의 멘토로 가지고 있다면 간접경험을 통하여 산업체의 현실을 이해하는데 도움이 될 것이다. 무엇보다도 중요한 것은 멘토를 통하여 일 자체뿐만이 아니라 개인의 삶과의 밸런스를 맞추는 것에 대한 직관을 들을 수 있는 기회를 갖을 수가 있으므로 개인적인 멘토를 가지고 있는 것을 추천하고 싶다.

저자가 속한 Seattle Pacific University의 경우 경영학과의 부속기관으로 Student Business Mentor Center가 운영되고 있다. 이 센터에서는 SPU에 재학중인 멘토링을 원하는 다양한 전공의 학생들을 다양한 전문직의 멘토들과 연결하여 주고 있다. 학생들의 경우 한 학기에 3번 정도 각각의 지정된 멘토와 함께 만나는 시간을 갖고 있다. 함께

만나서 차를 마시거나, 직장의 일일 현장교육을 나가서 멘토의 하루일과를 관찰하고 이에 대한 현장의 경험을 쌓을 수가 있는 것도 이 멘토링의 장점이다.

한국의 경우 외국업체의 다양한 하청생산업체가 한국내에 있으므로 이런 업체에 종사하는 여러분야의 전문가를 자신의 멘토로 갖고 간접적인 경험을 통하여 범세계적인 의류 생산과정에 대하여 익히는 것이 도움이 될 것이다. 이는 또한 미국내의 의류업체에 지원할 때 미국내의 지원자들이 경험할 수 없는 하청생산업체에서의 생산과정에 대한 이해를 하고 있으므로 다른 지원자들에 비해 강점으로 작용될 수가 있다.

d. 인턴쉽(Internship)의 참여

인턴쉽은 학교 수업의 일부분으로 의류업체에서 직접 일을 하는 것을 의미한다. 미국의 의류학부의 교육에서 대부분의 학교가 인턴쉽의 수업을 전공필수나 선택 과목으로 제공하고 있다. 학생들은 인턴쉽 수업을 신청하고 자신의 고용된 회사에서 매주 주어진 시간의 일을 한 학기를 기본 단위로 한다. 인턴쉽의 경우 대부분이 인턴디자이너나 인턴머천다이저로 전문가의 보조 역할을 담당하면서 수업학점을 받는 것이다. Seattle Pacific University의 경우 미국 북서부의 시애틀이라는 의류업체가 많은 장소에 위치하고 있기에 학생들의 인턴쉽은 Nordstrom, Eddie Bauer, LL Bean, Union Bay, Columbia Sports, Nike, Helly Hansen, Macy's, 다양한 중소의류 기업, 개인 부티크 등의 다양한 곳에서 이루어 지고 있다. SPU의 경우 한학기가 10주로 이루어진 Quarter의 학제여서 학생들은 한 학점당 4시간의 일을 주어진 인턴쉽의 장소에서 10주간 하게 된다. 인턴쉽의 수업은 고용자인 산업체와 피고용자인 학생 양자에게 모두 장점을 제공할 수 있다. 고용자의 경우에는 인턴쉽의 기간동안 인턴학생이 학교의 학생 신분으로 일을 하게 되므로 일과 관계된 산업재해등은 학교의 보험으로 해결하여서 업체측에 이에 대한 부담을 줄이고 더 불어 학생들의 노동력을 이용할 수 있다. 또한 인턴학생의 입장에서는 다양한 현장경험을 할 수 있는 장점을 가지고 있다. 인턴학생의 경우 무엇보다도 인턴쉽이 끝난 이후 자신의 인맥과 경험을 이용하여 졸업후의 직장을 구하는 데 큰 혜택을 얻고 있으며 인턴쉽을 통하여서 자신이 원하는 직장과 자신의 적성을 시험해 볼 수 있는 기회가 되어서 큰 도움이 된다.

인턴학생들은 한 학기의 시간동안 회사의 분위기를 익히고 또한 회사의 기본적인 방침과 주어진 직책의 일을 경

힘할 수 있다. 미국의 경우 대다수의 학생인턴들이 인턴을 마친후 그 회사의 직원으로 취업하게 된다.

저자가 대학의 취업담당교수로 학생들에게 가장 강조하는 것중의 하나가 바로 이 인턴쉽이다. 어떤 인턴쉽이든지 우선 일을 시작하고 경험하는 것이 졸업후의 이력서를 내는데 있어서 고용여부를 결정하는 가장 중요한 요소로 작용되기 때문이다. 한국에서도 다양한 인턴쉽을 하여서 생산공정을 이해하며 경험을 쌓아두는 것이 미래의 미국시장 진출을 위한 중요한 자원이 될 것이다.

특히 국제인턴쉽은 미국의류업체의 진출에 매우 큰 도움이 될것이다. 국제인턴쉽은 두가지의 경우로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 한국의외의 학교에서 인턴쉽수업을 듣는 것이다. 외국인 학생으로(i.e., 어학연수의 학생으로는) 미국 학교의 인턴쉽 수업을 들을 수 없다. 그러므로 한국에서 자신이 다니고 있는 대학과 자매결연등의 국제교류가 있는 외국의 교환학교를 통하여 다양한 인턴쉽의 프로그램과 수업을 경험하는 것이 바람직할 것이다.

둘째, 한국내의 의류업체에서 인턴쉽을 통하여 다양한 국제경험의 기회를 갖는 것이다. 한국내의 의류생산업체중 생산설비를 국외에 가지고 있는 기업들을 이용하여 국제경험을 쌓을 수가 있기 때문이다. 예를 들면 영원무역의 경우 자사의 생산공장이 전세계에 흩어져 있으므로 한국 본사에서의 인턴쉽이든가 또는 국외의 생산공장에서의 인턴쉽을 함으로써 이런 국제경험을 늘릴 수가 있을 것이다.

(2) 국제인으로서의 다양한 언어와 문화의 이해

다양한 언어와 문화의 이해는 일의 능률성을 높이는 가장 중요한 요소들이다. 현재 의류업체에서 사용되는 통용 언어는 영어이다. 그러나 많은 생산이 이루어지고 있는 곳이 중국이므로, 중국어의 사용이 가능하면 많은 도움이 된다. 외국인으로서 미국내의 의류업체에 진출하기 위해 가장 필요한 것중의 하나가 바로 이 언어의 능숙도라고 할 수 있다. 의사소통이야말로 다양한 문화와 지역을 총 망라하여 의류생산과정에 참여하는 모든 사람들을 연결하는 필수 의 도구이기 때문이다. 그러한 준비과정으로, 대학의 학부 교육부터 회화와 실생활위주의 영어교육에 중점을 두는 것이 필요하다.

특히, 의류산업에서 사용되는 구체적인 의복과 관련된 생산용어들에 대한 교육은 필수이다. 다양한 의복 Fitting, 의복구성, 스티치등의 의류생산과 관련된 과목의 영어교육화가 필요하다. 저자의 개인적인 경험을 빌면, 한국에서 대부분의 학부의 수업, 즉 옷의 구성과 제작에 관한 과정을

마쳤기 때문에 의류생산 기술디자이너일을 하던 초기에는 꼭 필요한 전문용어가 익숙하지 않아서 어려움을 경험하였었다. 예를 들면, ‘공그르기’, ‘숨뜨기’ 바느질을 표현하고 싶는데 이것이 무엇인지는 알아도 단순한 영어 기술용어로 어떻게 표현하는지를 알 수 없었다. 비록 전문적인 기술과 지식은 뛰어나도 이를 다른 팀원들과 의사소통하지 못한다면 이것은 의류제조공정에서 시간과 노력을 소비하게 되어 생산과정의 걸림돌이 되기 때문이다.

다양한 문화의 체험도 그 안에 살고 있는 사람들의 다양성을 이해하고 적응하는 데 많은 도움이 될 것이다. 어학연수와 해외현장문화 체험에 참여하는 것이 다양성을 경험하고 다양한 문화와 다양한 사람들은 이해하는데 도움이 될 것이다. 또한 인턴쉽을 통하여 국내에서 이해할 수 있는 의류업체의 생산공정을 이해하는 것은 책으로만 배우는 지식이 아닌 현장의 의류생산과정에 대한 이해를 돕고 거시적인 안목을 갖을 수 있는 기반이 될 것이다. 또한 국제인턴쉽이 가능하다면 이 기회에 참여함으로써 범세계적인 의류생산과정에 관한 구체적인 현장경험을 갖는 것도 바람직할 것이다. 다양한 문화의 이해는 작업의 공정에서 일어날 수 있는 오해를 제거할 수 있고 다양한 문화속의 사람들과 원활한 관계의 유지를 통하여 여러가지 부수적인 혜택, 즉 무엇보다도 부드러운 생산공정과 환경을 조성할 수가 있다. 한국의 경우 단일민족으로 이루어진 문화 속에서 단일민족으로만 살아왔기 때문에 미국이나 유럽 국가들과 같이 다양한 종족과 인종 사이에서 다양한 문화를 경험한 사람들에 비하여 다양성을 경험할 기회가 없었던 단점이 있을 수 있다. 그러므로 국내에서 다양한 문화적인 배경을 갖는 사람들과 접촉할 기회를 찾아보거나, 여행 또는 국제인턴쉽의 기회를 찾아보는 것이 바람직하다.

(3) 시장과 제품의 이해

국제경쟁력의 강화를 위해서는 제품과 마켓에 대한 이해가 동시에 필요하다. 세계의 시장은 세계의 경제, 사회, 정치와 밀접하게 연관되어 있기 때문이다. 무엇보다 가장 중요한 것은 제품에 대한 이해 전에 우선 세계의 시장에 대한 연구이다. 바로 나무를 보는 것도 중요하지만 나무가 이루고 있는 숲을 보는 것도 꼭 필요한 중요요소이기 때문이다. 세계의 시장에 대하여 이해할 때 비로소 소비자가 무엇을 원하는가에 대한 통찰력을 갖을 수가 있는데 제품은 소비자의 필요에 기반을 두고 생산되어야 하기 때문이다. 미국인구통계청의 연구에 의하면, 2050년에는 미국인구의 50%이상을 백인이 아닌, 히스패닉이 차지할 것이라고 전

망한다. 현재의 경우에도 히스패닉 10대의 의류와 화장품의 소비가 늘고 있고 대중문화의 아이콘인 히스패닉인 제니퍼 로페즈와 니키 마틴의 영향력, 히스패닉의 음악과 멕시코 음식의 소비가 미국문화에서 늘고 있다. 이런 추세에 맞게 그들을 타겟으로 한 제품의 광고와 제품의 개발이 늘고 있는 실정이다. 의류업체의 경우도 이를 염두에 두어 그들의 피부와 체형에 맞는 의복을 생산하는 것이 필요하다. 자신이 일하고자 원하는 제품의 라인과 그에 대한 경쟁사와 마켓의 경향과 특성에 대하여 잘 알고 있는 것이 중요하다. 학부에서부터 자신의 프로젝트와 포트폴리오를 자신의 관심분야에 맞추어서 준비하는 것은 후에 산업체에서 자신의 상품에 대한 바른 이해를 도울 것이다.

4) 취업의 지원과정과 단계에 대한 이해

대부분의 미국 대학생은 자신의 생활비를 자신이 벌어서 사용하므로 대학을 졸업할 즈음이면 학생들은 다양한 직업에 대한 경험을 하게 된다. 학부 과정중 대부분 의류학과 학생들은 리테일 경험을 기본적으로 가지고 있다. 대개의 의류업체에서 소비자나 상품에 대한 이해를 중요시하므로 백화점 등에서 다양한 판매 경험을 하는 것이 이력서의 강점이 된다. 의류상품학의 전공자일 경우 리테일 경험은 필수요건으로 더욱 중요하다. 대부분의 머천다이저는 리테일 경험을 가지고 있고 Nordstrom 과 Macy's와 같은 대기업 백화점일 경우에 머천다이저가 되기 위해서는 Retiling을 책임지는 Store manager로의 임기를 마쳐야 Merchandiser로 승진되는 경우가 많이 있기 때문이다.

의류디자인전공 학생인 경우 대학 2학년 또는 3학년때의 인턴십 경험이 나중의 취업에 있어서 매우 중요한 현장교육이 되므로 많은 학생들이 대학재학시 다양한 인턴십을 경험하고 있다. 대학 졸업시 학생들은 다양한 직장을 선택하여 지원하게 된다. 디자이너의 경우는 크게 그 영역이 기술디자이너와 크리에이티브 디자이너로 나뉘어 있다. 기술디자이너의 경우 CAD Portfolio의 개발이 중요시 되는데, Technical Package를 만들고 이를 통하여 의복구성에 대한 이해, 스케치의 기술, 그리고 CAD의 기술을 표현하는 것이 중요하다.

요즘의 추세는 각 직장에서 의류전문인력을 뽑을 때 실질적인 기술을 알아보기 위한 실기 시험을 본다. Nordstrom Product Group의 경우 지원자들에게 실제적인 Fitting을 시켜봄으로써 지원자의 Fit에 대한 이해와 문제해결방식을 알아보거나 아니면 실제적인 디자인과 Tech Pack 제조를 시킴으로서 지원자의 실제적인 스케치의 기술과 의복

에 대한 이해를 Test 해보고 있다. 그러기에 책으로만 아는 지식(Book knowledge)이 아닌 실제적인 손으로 익힌 기술(Hands-on experience)이 취업 시에 중요요건이 되고 있는 것이 현실이다.

미국의류업체가 지원자를 선택할 때 중요하게 여기는 요소들이 있다. [표 1]에서 제시한 바와 같이 각각의 직종에 따라 다양한 특정의 기술이 요구되고 있다. 첫째는 자신의 일과 관련된 다양한 경험, 지식과 기술이 있느냐 하는 것이다. 특히 대학을 금방 졸업한 지원자의 경우 보조디자이너나 보조머천다이저등으로 일하게 되므로 산업체에서 인턴십의 여부는 지원자의 다양한 경험을 보여주는 좋은 증거이다. 그러므로 다양한 인턴십의 경험이 있는 지원자는 다른 산업체의 경험이 없는 지원자에 비해 강점을 가지게 된다.

또한 한국에서 학부 교육을 받은 전문인력이 갖을수 있는 강점은 한국의 학부교육이 다양한 실기수업을 이론수업과 함께 제공한다는 것이다. 예를 들면, 니트, 제직, 염색, 의복구성, 테일러링, 드레이핑의 수업들이 교과과목으로 지정되어 있기 때문이다. 미국의 학부에서는 예술디자인전문학교인 경우에만 이런 수업을 모두다 들을 수 있다. 그러므로 미국내의 의류업체에서는 이런 다양한 기술을 갖고 있는 디자이너를 찾기가 쉽지 않다. 예를 들면 니트의 경우, 영국등의 니트가 강한 국가의 외국근로자들이 대부분의 전문디자이너들로서 활동하고 있거나, 아니면 니트에 대한 지식이 전혀 없었던 디자이너가 직장의 일을 통하여 배운 기술로 니트부분의 디자이너 역할을 담당하고 있는 실정이다. 이런 경우 문제점은 본인이 니팅을 해본 적이 없기에 기본 지식과 이해의 부족으로 의류상품의 문제를 신속히 해결하지 못하는 어려움을 가지고 있다. 저자의 산업체의 경험에 미루어보아, 한국의 이런 다양한 실기 기술을 강점으로 가지고 이를 잘 연마하는 것이 미국내의 직장의 취업시 하나의 강점이 될 것이다.

둘째는 원만한 성격과 책임감이다. 의류업체의 경우 늘 Team Work이 강조되고 다양한 의류의 생산과정과 관련되어 다양한 문화의 사람들과 함께 일하여야 함으로 협력을 잘하며 함께 일하기에 편안한 성격의 사람을 뽑고 있다. 특히, 다양한 사회 봉사경험이나 그룹 활동 등을 통한 리더십 경험이 있는 것이 지원자의 강점이 될 것이다. 또한 지원자가 주어진 시간안에 자신에게 맡겨진 일을 마무리하는 책임감이 중요시 된다. 팀의 한 사람의 일이 지연되면 팀 전체의 일의 수행에 영향을 주고 결국은 제품의 전체 생산공정에 무리를 가져오기 때문이다.

셋째는 언어와 국제경험이다. 머천다이저의 지원자일 경우 의류생산업체들이 사용하는 언어 즉 기본적으로 영어와 함께 중국어나 스페인어 등을 구사하는 것은 지원자의 강점이 될 수 있고, 또한 다양한 외국 여행이나 경험 등은 다양한 문화를 이해하고 있다는 좋은 증거이기 때문에 지원자의 강점이 될 수가 있다.

유행은 늘 변화하며 의류산업은 무한한 가능성이 잠재된 산업이다. 미국내의 의류산업체는 개인의 능력을 인정하며 개인의 능력에 따라서 충분한 보상이 제공된다. 더욱 많은 한국전문인력들이 미국내의 의류업체에 진출하여 자신의 재능을 발휘하길 기대하며 이 글이 새로운 세계로의 도전을 펼쳐나가기 위한 첫걸음을 떼는데 도움이 되는데 하나의 지침이 되길 바란다.

참 고 문 헌

- Burns, L. D. & O'Bryant, N. O. (2004). *The business of fashion* (2nd ed.). N.Y: Fairchild Publications Inc.
- Dickerson, K. G. (1999). *Textiles and Apparel in the Global Economy* (3rd ed.). N.Y: Upper Saddle, Prentice Hall Inc.

이 재 일

충남대학교 (학사)
충남대학교 (석사)
Ohio State University (석사)
Ohio State University (박사)
Technical Designer at Abercrombie & Fitch, USA
현재 Seattle Pacific University 조교수
