

업무 유형에 따른 유니폼디자인 개발에 관한 연구 -한국담배인삼공사 유니폼디자인 사례를 중심으로-

안민영 · 이연희[†] · 박재옥 · 서미아 · 진성모*

한양대학교 의류학과, *국민대학교 의상디자인과

The Study on the Development of Uniform Design according to Business Types -Focused on the Case of Korean Tobacco and Ginseng Corporation's Uniform Design-

Min-Young Ahn · Youn-Hee Lee[†] · Jae-Ok Park · Mi-A Suh · Sung-Mo Jin*

Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

*Dept. of Fashion Design, Kookmin University

(2005. 8. 5. 접수)

Abstract

Today, the uniform is perceived being important, because it transmits the unique company image through visualization of images, improves efficiency of work, and increases the feeling of belonging. Therefore, the purpose of this project was to make the winter uniform for the personnel in the manufacturing and the business departments of Korea Tobacco and Ginseng Corporation. The functional, aesthetic, and symbolic aspects were fully considered throughout the design process for the new uniform. To reflect the worker's opinions, the questionnaire method was used. The questionnaire was made up of the questions about the evaluation criteria and design preference for uniform. The result of the survey was reflected on the uniform design. The uniform consists of a jumper and a pair of pants. The jumper for manufacturing workers has two patched pockets with gussets. It has a convertible collar and a horizontal tuck on front panel. It has an open fastener on the front and a flap to cover the fastener. It has two types of pockets inside for functional reason. The welt one is for a wallet and the small one is for a pen. For the material, m?langes with two tones of gray color was used, so it gave the sophisticated look on the uniform. The jumper for business workers also has a convertible collar and inside pockets. It has two slant slash pockets with welt. In addition, it has an attachable fur collar which gives thermal protection and aesthetic effect. The fabric has small check pattern and was made of wool. The pants are a basic trouser style with two pleats on the front.

Key words: Uniform, Design, Business type; 유니폼, 디자인, 업무 유형

I. 서 론

기업에서 유니폼의 착용은 80년대에 들어서 기업의 치열한 경쟁분위기 속에서 기업 이미지를 통합 함으로서 CIP(corporate identity program; 기업이나 공공단

체가 갖고 있는 이미지를 시각적으로 체계화 및 단일화하는 작업)가 도입되어 활발하게 그 기능을 나타내기 시작했다. 이러한 CIP 작업 중에서 공동생활에 가장 중요한 이미지를 표현해 주게 되는 것이 유니폼 분야이며, 각 기업들은 자기 기업의 새로운 이미지를 표현하기 위해 통일된 유니폼을 이용하여 소속된 조직의 이미지를 전달하는 상징성의 목적, 업무의 능률향

[†]Corresponding author

E-mail: yiyhee@hanyang.ac.kr

상을 위한 기능성의 목적, 개개인의 소속부서를 구별할 수 있는 식별상의 목적과 예의상의 목적 및 미적인 효과를 동시에 얻고자 하였다(남윤자 외, 1997; 황정순, 1997).

본 연구는 산학협력의 과제로서 한국담배인삼공사의 유니폼 제작을 위하여 출발하였다. 그 동안의 유니폼디자인 및 생산은 입찰과정에서 발생하는 여러가지 문제점과 직원들의 전반적인 의견반영이라기 보다는 몇몇 실무자들에 의한 결정 등으로 인해 최종 제품에 대한 불만족을 야기했다. 따라서 한국담배인삼공사는 국영기업으로서 유니폼 의뢰 시 입찰의 문제점을 방지하고, 생산비용의 투명한 거래와 다수의 직원들이 만족하는 좋은 품질의 제품생산을 위하여 산학협력을 통한 유니폼디자인 전개를 고려하게 되었다.

한국담배인삼공사는 업무 유형에 따라 담배인삼의 제조를 담당하는 제조국과 상품의 유통과 서비스를 담당하는 영업국으로 분류되어 있으며, 유니폼은 직원들로 하여금 역할수행에 따른 태도, 행동양식, 서비스 능력에 영향을 미치고, 고객에 대한 의사소통을 용이하게 도와주는 중요한 요소이므로(이형룡 외, 2003), 업무 유형에 따른 유니폼 디자인의 전개는 차이가 있다.

그러므로 본 연구의 목적은 한국담배인삼공사의 제조국과 영업국의 2002년 동계유니폼으로 선정되며 착용된 유니폼디자인 및 생산에 관한 프로젝트 사례를 통해 업무 유형에 따라 유니폼에서 고려하는 속성과 디자인의 차이를 알아보고, 유니폼 산업에서 산학협력을 통한 상품전개과정을 제안하는데 의의가 있다.

II. 이론적 배경

1. 유니폼의 정의 및 요구조건

유니폼의 정의는 자기 민족사회의 구성원을 다른 민족과 구별하기 위한 상징으로서 즉 단체를 상징하기 위해 통일된 것을 말하는 것이다(송경린, 1992). 유니폼(uniform)의 어원은 원래 라틴어의 우누스(unus: 하나)와 포르마(forma: 형태·형)에서 생긴 합성어로서 일정한 형태나 외양을 가리킨다. 이러한 제복은 자유복과 달리 목적하는 바에 따라 특정한 형태와 필요한 장식 및 기능을 구비하고 있다(네이버 백과사전, 2004).

유니폼의 특징을 살펴보면, 소속이나 단계를 상징하는 반면에 다른 집단과의 식별을 용이하게 하려는 일체(conformation)와 구분(discrimination)의 특징을

가지고 있다. 즉 이러한 기능은 중요하든 중요하지 않든 모든 복장에 있어야 하지만 유니폼에 있어서는 그것이 조직적으로 계획되어 달성된다(김선미, 1991; 황정순, 1997). 또한 유니폼은 다양한 직업을 나타내는 것으로서 직업환경에 맞는 편리하고도 유용성이 있어야 하며 특수한 집단의 옷을 착용함으로써 스스로 자유롭게 행동하는 권리를 포기하고 집단규칙의 범위 내에서 행동하며 권위를 상징하기도 한다(강혜원, 1996). 따라서 유니폼은 기업의 이미지를 전달하는데 있어 주요한 역할을 하며, 유니폼을 착용하는 사람에게는 특정 집단에 소속되어 있다는 소속감과 자부심을 고취시킬 수 있을 것이다.

유니폼의 착용목적을 살펴보면, 유니폼은 기능성, 상징성, 심미성의 3요소가 요구된다. 유니폼을 착용하는 산업을 공장부문, 사무부문, 서비스 부문으로 분류하여 이것을 착용목적의 3요소와 결부하면 다음과 같다. 유니폼디자인 시 서비스 부문에서는 심미성이 많이 강조된 디자인을 하여야 하며, 공장이나 기술직에 관련된 유니폼은 심미성보다는 기능적인 측면을 강조한 디자인을 하여야 한다. 즉 공장부문에서는 기능성에 중점을 두고, 서비스 부분은 심미성에 중점을 두며, 어느 부문이든 3요소 중 한가지가 빠져도 능률, 중진, 안전성, 노동의욕의 향상 등을 달성할 수가 없다(신인수, 1984).

구체적으로 유니폼에 필요한 요구조건들을 선행연구를 통해 살펴보면 다음과 같다(김기란, 1989; 김선미, 1991; 송경린, 1992).

첫째, 유니폼은 개인적인 미보다는 통일된 의식의 집단을 형성하게 되므로 상징성을 내포하게 된다. 이상징성은 소속단체의 개성으로 표현하되 착용자의 의식에도 많은 영향을 주게 된다. 또 유니폼의 상징성을 소속하는 집단의 명예, 권위를 표시하고 있기 때문에 그 착용자는 이를 훼손하지 않게 제약을 받게 된다.

둘째, 인간은 항상 활동을 해야 하므로 신체의 정적인 형태뿐 만 아니라 동적 형태도 고려하여 동작에 무리가 없도록 기능성이 요구된다. 즉 유니폼은 매일 같이 장시간 착용을 요하고 활동한다는 측면에서 기능적이어야 하며 착용자의 작업내용, 활동량, 계절적인 문제, 위생적인 측면 등을 고려하여야 하며 활동 시 경쾌감을 주어야 한다. 따라서 유니폼은 환경과 신체와의 관계를 적절히 규명해 냄으로써 작업의 능률을 향상시키고 착용자의 피로를 경감시킬 수 있어

야 한다.

셋째, 유니폼에는 심미성이 요구된다. 즉 의복의 심미성은 의복이 주는 큰 역할인 동시에 보는 사람으로 하여금 즐거움을 줄 수 있는 것이다. 착용자는 아름답고 신체에 적합한 옷을 착용하였을 때 만족감을 갖게 되고 이러한 만족감에서 서비스를 제공하면 고객의 만족 또는 유쾌감을 불러일으킬 수 있다. 이렇듯 의복에 대한 만족감과 불안감은 착용자의 심리적 상태와 행동에 큰 영향을 미친다.

따라서 새로운 유니폼을 디자인하는데 있어 상징성, 기능성, 심미성의 요소를 잘 고려하여 디자인하여야 기업과 그 기업에 소속한 근무자들뿐 만 아니라 고객과의 관계에서 모두에게 만족을 줄 수 있는 유니폼을 설계할 수 있을 것이다.

2. 디자인 프로세스

디자인이란, 조형과정 중에서 조형물의 제작을 위한 설계 또는 계획과정으로서, 의복디자인은 생산할 의류제품에 대한 설계과정을 의미한다(이은영, 2002). 이러한 디자인 설계과정은 단순히 디자이너의 영감에 의해 설계되는 것이 아니라, 계획적이며, 과학적 분석의 틀 속에서 진행되는 체계화된 학문의 영역이다. 체계적인 디자인 연구의 방법으로서 디자인 프로세스에 대한 선행연구들을 살펴보면, Davis(1996)는 디자인 프로세스를 과정으로서의 디자인 목표를 달성하기 위해 계획하는 것으로 설명하면서 목표설정, 관련된 외부영향의 검토, 기준확립, 계획수립, 계획실행, 제품평가의 6단계로 제시하고 있으며, 또 Regan et al. (1998)은 산업체에서의 의류디자인에 관한 디자인 프로세스의 적합성에 관한 연구를 하였는데, 이 과정은 문제인식, 문제 정의, 문제설명, 대안탐색, 평가와 결정, 해결안의 구체화, 해결안의 평가를 통하여 이루어진다고 하였고, 이 밖에도 Labat and Sokolowski(1999)는 건축, 환경디자인, 산업디자인, 의류디자인에 대한 프로세스를 분석하여 디자인 프로세스를 문제정의와 탐색, 창의적인 설계, 해결안의 이행의 3단계로서 분류하고 있다. 따라서 의상디자인 프로세스는 연구자마다 세부적으로는 약간씩 다른 흐름을 보이지만, 이들 프로세스는 모두 공통적으로 3단계의 과정으로 되어있음을 알 수 있다. 즉 우선적으로 고려해야만 하는 문제와 관련된 사항들을 조사하여 그 문제를 명확하게 분석, 정의하는 문제의 이해 단계와 이 문제를 해

결하기 위하여 가능한 한 다양한 방안들을 모색하여 그 해결방안을 실제화시키는 해결안의 종합단계, 그리고 해결방안이 얼마나 효과적으로 문제해결을 수행하였는가에 대한 평가를 하는 해결안 평가의 단계로 진행됨을 알 수 있다.

그러나 유니폼에서는 제품의 디자인뿐만 아니라 생산 및 유통과정을 통해 착용대상자에게 제품이 전달되는 것이 최종 목적이므로, 이러한 디자인 프로세스의 단계와 더불어 제품의 생산 및 유통과정도 포함되어야 한다.

한편 일반적인 의류업체의 디자인 프로세스도 살펴보면, Sinha(2001)는 5단계로서 디자인 프로세스를 제안하고 있다. 즉 첫번째 단계는 조사와 분석으로 이전 시즌의 판매에 대한 분석과 디자인 트렌드에 대한 정보를 분석하고, 소비자에 대한 정보를 분석하는 단계이다. 둘째, 통합의 단계로서 전 단계에서 조사된 정보를 바탕으로 컨셉을 전개하고, 샘플을 제작한다. 셋째, 선택단계로서 품평회를 통해 향후 생산될 의복의 스타일, 칼라, 사이즈, 생산량에 대한 것을 구체화하여 결정한다. 넷째, 제조단계로서 선택된 샘플을 생산하는 과정이며, 다섯째 유통단계로서 제조된 상품을 적절한 유통시장으로 보내 새로운 제품이 소비자들에게 전달되는 단계로서 설명하고 있다. 그리고 신혜정(2000)의 집배원 유니폼에 대한 연구에서는 디자인 상담의회에서부터 시작하여 대수요처의 경영비전, 사원의 의식구조, 디자인 칼라, 패턴에 대한 조사를 통해 담당자 회의를 거쳐 디자인 컨설팅을 하고, 사원 대표회의를 통한 디자인 프리젠테이션 및 제작과 착용단계를 거쳐 새로운 유니폼을 착용하는 과정으로 설명하고 있다. 이를 바탕으로 일반적인 의류산업의 프로세스와 유니폼디자인 프로세스의 차이를 살펴보면, 일반적인 의류산업에서는 라인 전개와 결정의 업무를 며천다이저와 디자이너 및 관리팀이 담당하는 반면, 유니폼 산업에서는 담당자 회의 및 사원대표회의를 통해 라인이 결정된다는 것이 다르다. 그리고 산학협력의 관계에서는 대학은 생산장비 및 시스템을 보유하고 있지 않으므로 디자인 전개를 중심으로 하고, 생산 및 유통의 업무를 담당할 수 있는 제조업체와의 협력을 통해 디자인 프로세스가 완성될 것이다.

이상의 디자인 프로세스를 종합하여 본 연구에서는 5단계로 진행하였다. 즉 새로운 유니폼에 대한 요구를 시작으로 착용자인 직원들의 불만사항이나 요구조건에 대한 의견 수렴을 하는 조사와 분석단계를 거쳐 디

자인 방향을 설정하고, 이러한 문제를 반영하여 만족할 수 있는 디자인 안들을 제시하고, 디자인 심의 및 결정과정 후 제품생산의 단계를 통해 전개하였다.

III. 유니폼디자인 전개

1. 사전조사 및 분석

본 연구는 한국담배인삼공사에서 H대학에 2002년부터 착용할 춘추복, 하복, 동복의 유니폼디자인 의뢰를 시작으로 1년 6개월 동안 진행된 프로젝트의 사례 중 동계 유니폼디자인을 중심으로 한 기업 내에서 업무 유형의 차이에 따른 디자인 전개에 대해 조사하였다.

한국담배인삼공사의 조직은 크게 마케팅업무를 담당하는 영업국과 담배를 생산하는 제조국으로 구분된다. 즉 영업국은 서비스직에 종사하는 사람들이며 전국적으로 14개의 본부가 있으며, 제조국은 공장에서 일하는 기술직에 관련된 사람들로서 전국적으로 5개의 제조장이 있어, 이들은 업무상의 차이를 나타낸다. 따라서 프로세스의 첫번째 단계인 사전조사 및 분석을 위하여 각 업무에 따라 선호하는 디자인의 차이를 알아보고, 기업에서 고려하는 디자인의 특성과 사원들의 요구조건을 알아보기 위해 전국적으로 각 지점에 설문지를 배포하였다. 즉 전국 5개의 제조국에 근무하는 직원들에게 총 350부, 12개 지점에 근무하는 영업국 직원들에게 총 250부를 배포하여 불성실한 응답을 제외하고, 총 319부, 218부를 분석에 사용하였다. 설문지의 내용은 유니폼의 요구조건을 중심으로 동계 유니폼 제작 시 고려해야 할 항목에 대한 문항과 구체적인 디자인 요소에 대한 선호도를 조사하는 문항 그리고 인구통계적인 특성을 조사하기 위하여 성별과 연령, 결혼여부, 학력, 근무경력에 대한 문항으로 구성되어 있다. 분석방법은 SPSS PC

11.0통계 패키지를 이용하여 기술통계분석을 하였다.

그 결과는 다음과 같다. 먼저 자유응답을 통한 현 디자인상의 문제점을 알아본 결과, 제조국에 근무하는 직원들은 기능적인 측면에서 많은 문제점을 기술하고 있었다. 즉 움직임에 있어 불편한 점, 사이즈가 잘 맞지 않는 점, 세탁 후 구김이 잘 가고, 옷감이 잘 늘어나고 쉽게 헤어지는 등의 문제점을 지적하고 있고, 심미적인 측면으로는 디자인상으로 색상이 너무 어둡고, 작업복의 분위기를 너무 강조하는 디자인으로서 향후 디자인에서는 외출용도 겸할 수 있는 디자인을 요구했다. 그리고 영업국 근무자들도 대부분 기능적인 측면과 심미적인 측면을 강조한 디자인에 대한 요구가 많았다. 즉 기능적 측면에서는 '활동성이 있어야 하며, 영업현장과 내근 시에 어울릴 수 있는 디자인과 세탁이 편리하며, 오염이 덜 타는 의복을 원하였다. 그리고 심미적인 측면에서는 세련된 디자인과 품위가 있어야 하며, 심플한 디자인을 요구하는 근무자들이 많은 것으로 나타나, 이러한 측면을 보완해 줄 수 있는 새로운 디자인을 요구하고 있었다.

다음은 유니폼디자인 시 중요시하는 평가기준을 살펴보면, 의류제품 평가기준은 Eckman et al.(1990)의 연구에서 유니폼디자인에서 고려되어야 할 것으로 타당하다고 생각하는 평가기준과 자유응답을 통해 지적된 문제들을 중심으로 문항을 수정 변경하여 서열적으로도 평가하였다. 그 결과 <Table 1>과 같다.

제조국의 근무자들이 가장 중요하게 생각하는 평가기준은 의복의 편안함을 가장 중요시하였고, 그 다음으로 의복의 안전성, 땀의 흡수가 잘 되는가, 디자인이 중요한가, 출퇴근 시 입어도 무난한 스타일인가 등의 요소들을 중요하게 생각하였다. 반면에 영업국에 근무하는 사람들도 1순위는 의복의 편안함으로 제조국 직원들의 응답과 동일하였으나, 다음은 디자인, 칼라, 소속감, 회사의 이미지 표현 등으로 제조국과는

Table 1. Evaluation criteria

(N=multiple response)

Ranking	Department	Manufacturing Dept.(N=923)		Business Dept.(N=647)	
		Contents	N(%)	Contents	N(%)
1		Comfort	201(21.8%)	Comfort	141(21.8%)
2		Safety	86(9.3%)	Design	96(4.8%)
3		Absorbency	78(8.5%)	Color	82(12.7%)
4		Design	73(7.9%)	Feeling of pride & unification	69(10.7%)
5		Style	60(6.5%)	Company image	49(7.6%)

Table 2. Design preference

Design Element	Department	Manufacturing Dept.(N=319)		Business Dept.(N=218)	
		Contents	N(%)	Contents	N(%)
Items		Jumper & pants	232(72.7%)	Padding jumper & pants	84(38.6%)
		Shirt & pants	71(22.3%)	Suit	61(28.2%)
Color		Dark gray	85(27.4%)	Navy blue	53(24.4%)
		Light gray	56(18.1%)	Dark gray	37(17.1%)
		Beige	52(16.8%)	Beige	38(17.6%)
Use of Logo		Agree	150(47.0%)	Agree	64(29.4%)
		Neutral	116(36.4%)	Neutral	96(44.1%)
		Disagree	52(16.3%)	Disagree	64(29.4%)

차이를 보였다. 즉 제조국의 근무자들은 의복의 기능적인 측면을 많이 고려하였으며, 영업국의 근무자들은 의복의 심미성 부분을 많이 고려하는 것으로 각자의 업무형태가 의복에 반영되어 나타나는 것을 알 수 있었다.

다음은 세부적인 디자인에 들어가기에 앞서 항목별 디자인 선호도를 알아본 결과로서, <Table 2>와 같다.

먼저 전체적인 아이템은 모든 응답자들이 점퍼와 팬츠를 선호하였으며, 특히 영업국에서는 심미성에 대해 중요하게 고려하므로 수트의 형태도 선호하는 것으로 나타났다. 색상은 제조국의 근무자들은 어두운 회색이나 밝은 회색의 칼라를 선호하였고, 영업국의 근무자들은 깔끔한 이미지를 주는 감색(navy blue)과 회색(gray)을 선호하였다. 그리고 상징적인 의미에서 로고의 사용은 영업국보다는 제조국에서 더 선호하는 것으로 나타났다.

이밖에도 상의 디자인에서는 제조국 근무자들이 오픈셔츠칼라형(50.9%)을 선호하고, 영업국 근무자들은 스텐칼라(44.5%)를 선호하였으며, 근무부서에 상관없이 지퍼여밈, 셔츠소매형, 슬래쉬포켓에 대해 높은 선호도를 보였다. 또 하의 디자인에서는 일반형과 고무밴드를 혼합한 형태의 팬츠에 대한 선호도가 비슷하여 바지 디자인에 대해서는 특별히 다른 디자인 특성을 나타내지 않았다.

2. 디자인 방향설정

유니폼은 단체를 상징하기 위한 통일된 의복으로서 외적으로는 신분의 보장과 기업의 이미지 전달의 역할을 하고, 내적으로는 일의 능률을 높여주는 역할

을 하는 것으로서 소속된 집단의 올바른 인식을 갖게 하며 자기가 맡은 일에 대한 책임감을 부과할 수 있는 역할을 하므로 디자인 전개 시 이러한 조건을 만족시킬 수 있는 디자인 방향을 설정하였다(Fig. 1).

본 연구의 디자인 방향은 외적기능으로서 한국담배인삼공사의 이미지 표현을 위해 타공사와의 차별화와 시각화를 통한 이미지 홍보 및 청량하고 신선한 일체감을 나타낼 것이며, 내적 기능으로서 직원들의 책임감 및 자기역할 인식, 즉 소속감 및 자부심 고취, 사명감 및 책임감 향상, 그리고 업무능률 향상을 위한 디자인으로 방향을 설정하였다. 따라서 디자인은 기존의 이미지를 탈피하여 기능성 및 활동성을 향상시키고, 패션성을 부여하고 현대적 감각을 추구할 것이며, 색상은 환경친화적이고 유행에 민감하지 않으면서도 세련된 분위기의 저채도 색상을 사용할 것이다. 또 소재는 활동성을 향상시키고, 세탁성이 좋은 양모나 모혼방 직물의 사용을 전체적인 컨셉으로 설정하였다.

3. 디자인 제시

디자인 안을 제시하기 위해 1단계에서 조사된 착용자들의 디자인 선호도 및 유니폼의 평가기준을 적용하고, 2단계에서 제시한 디자인 방향에 부합되는 디자인 안을 제안하였다. 디자인 안은 Design CAD(Primavision)를 통해 도식화, 일러스트레이션을 그리고, 소재와 색상을 붙여 제시한 판넬 10개를 제작하여, 전국의 각 근무부서로 보내 가장 마음에 드는 유니폼을 선택하도록 하여, 가장 접수수가 높은 디자인 4개를 다시 추출하였다. 그 결과는 <Fig. 2-3>과 같다.

제조국 근무자들을 위해 제안된 유니폼들은 기능

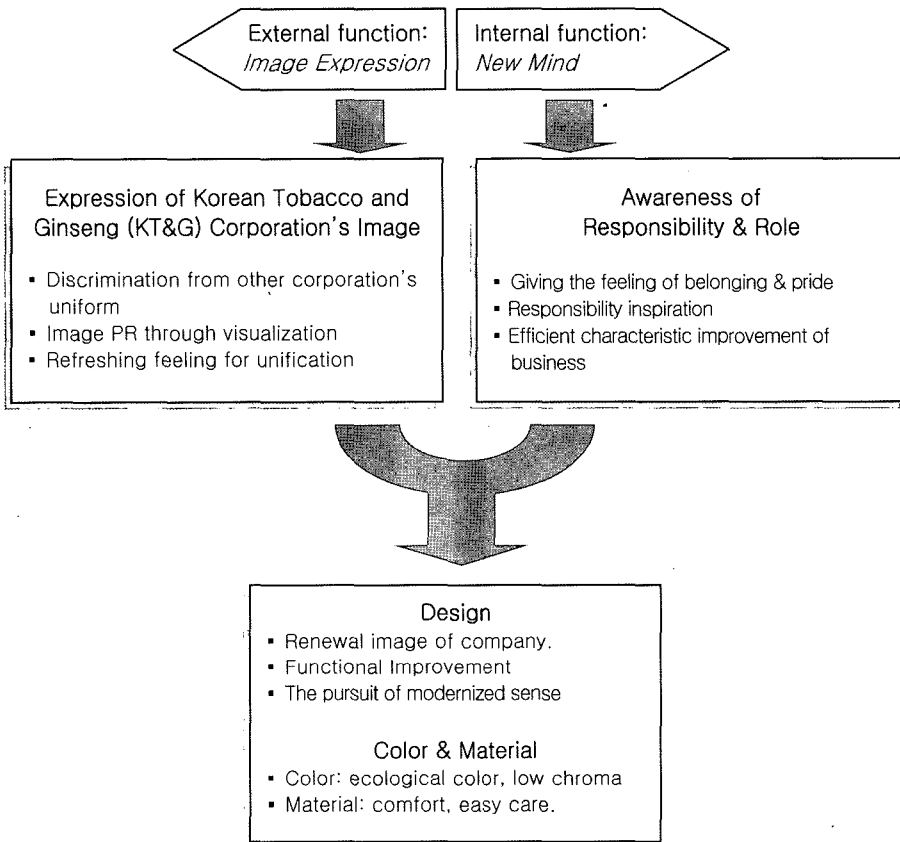


Fig. 1. Design concept



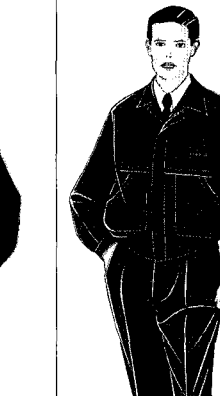
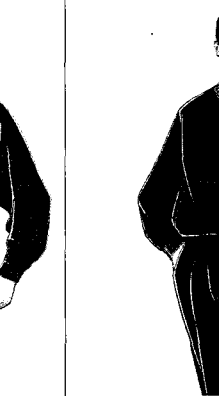
			
Jumper with shirts collar Wool 48%, Polyester 49%, spandex 3% Khaki, Dark gray	Jumper with convertible collar Wool 50%, Polyester 50% Dark gray	Casual with patch pocket Polyester 100% Brownish gray mélange	Town casual jumper with knitted collar Polyester 100% Brownish khaki/ Navy blue check
A	B	C	D

Fig. 2. Design development of manufacturing department





			
Box silhouette, half coat Cashmere10%, Wool 90% Lustrous dark navy blue	Simple classical style jumper Wool 100%(herringbone weave) Dark gray	Combination style(jumper & pants) Wool 100% Mélange gray check, Dark gray	Suit Wool 100% Brownish khaki mélange
A	B	C	D

Fig. 3. Design development of sales/marketing department

성을 우선으로 하고, 또한 외출복의 기능을 함께 고려한 디자인들이 채택되었다. 구체적으로 살펴보면, A스타일은 부드러운 실루엣을 강조한 셔츠칼라형의 점퍼스타일이며, B스타일은 깨끗하고 심플한 디자인을 강조한 클래식한 스타일이며, C스타일은 아웃포켓이 강조된 캐주얼한 감각의 디자인이며, 마지막으로 D스타일은 기능성과 보온성이 강조된 타운 캐주얼 라인의 스타일로서 설명할 수 있다.

영업국 근무자들을 위해 제안된 스타일들을 살펴보면, 유니폼은 대외적으로 깔끔한 이미지를 주면서 활동성을 고려한 디자인들이 채택되었다. 즉 A스타일은 점잖음과 편안함을 겸비한 고급스러운 감각의 하프코트스타일이며, B스타일은 캐주얼함과 세련된 멋을 더한 헤링본 원단의 점퍼스타일, C스타일은 세련되고 깔끔한 이미지의 모직점퍼스타일, 그리고 도시적이고 캐주얼한 상하복비형의 정장스타일인 D스타일이 최종 샘플제작을 위해 선정되었다.

4. 디자인 심의 및 결정

디자인 심의단계에서는 전단계에서 10개의 스타일 중 최종 선택된 4개의 스타일이 실제 샘플로서 제작되었고, 각 제조국과 영업국에서 추천된 평가자(31명)들이 참석하여 직원들을 모델로 하여 품평회를 실시하였다. 디자인 평가는 유니폼에 필요한 요구조건을 기준(김기란, 1989; 김선미, 1991; 송경린, 1992)으로 평가표를 작성하였다. 이는 기능성, 상징성, 심미성에 대한 항목들의 질문으로 구성되었으며, 5점 리커트 척도로 각 디자인에 대해 평가하고, 그 합산 점수를 통해 최종 결정하였다. 그 결과는 <Table 3>과 같다.

제조국 근무자들을 위한 유니폼 평가를 살펴보면, 기능성 측면에서 A, C스타일, 심미성 측면에서는 D, C스타일, 상징성 측면에서는 C스타일이 가장 좋은 평가를 받았고, 전체 순위로는 C, D스타일이 1순위였으나 세부적인 측면에서 C스타일에 대한 선호가 우수하

Table 3. Design evaluation

Evaluation Criteria	Department	Manufacturing Dept.(N=18)				Sales/Marketing Dept.(N=13)			
		A	B	C	D	A	B	C	D
Function		26.9%	22.0%	26.9%	24.2%	26.9%	21.9%	26.9%	24.1%
Aesthetic		24.5%	22.2%	26.7%	27.1%	25.0%	21.1%	29.3%	24.4%
Symbolic		22.4%	25.5%	26.5%	25.5%	24.2%	22.3%	26.9%	26.4%
Total		24.5%	23.1%	26.7%	26.7%	25.3%	21.7%	27.7%	24.9%

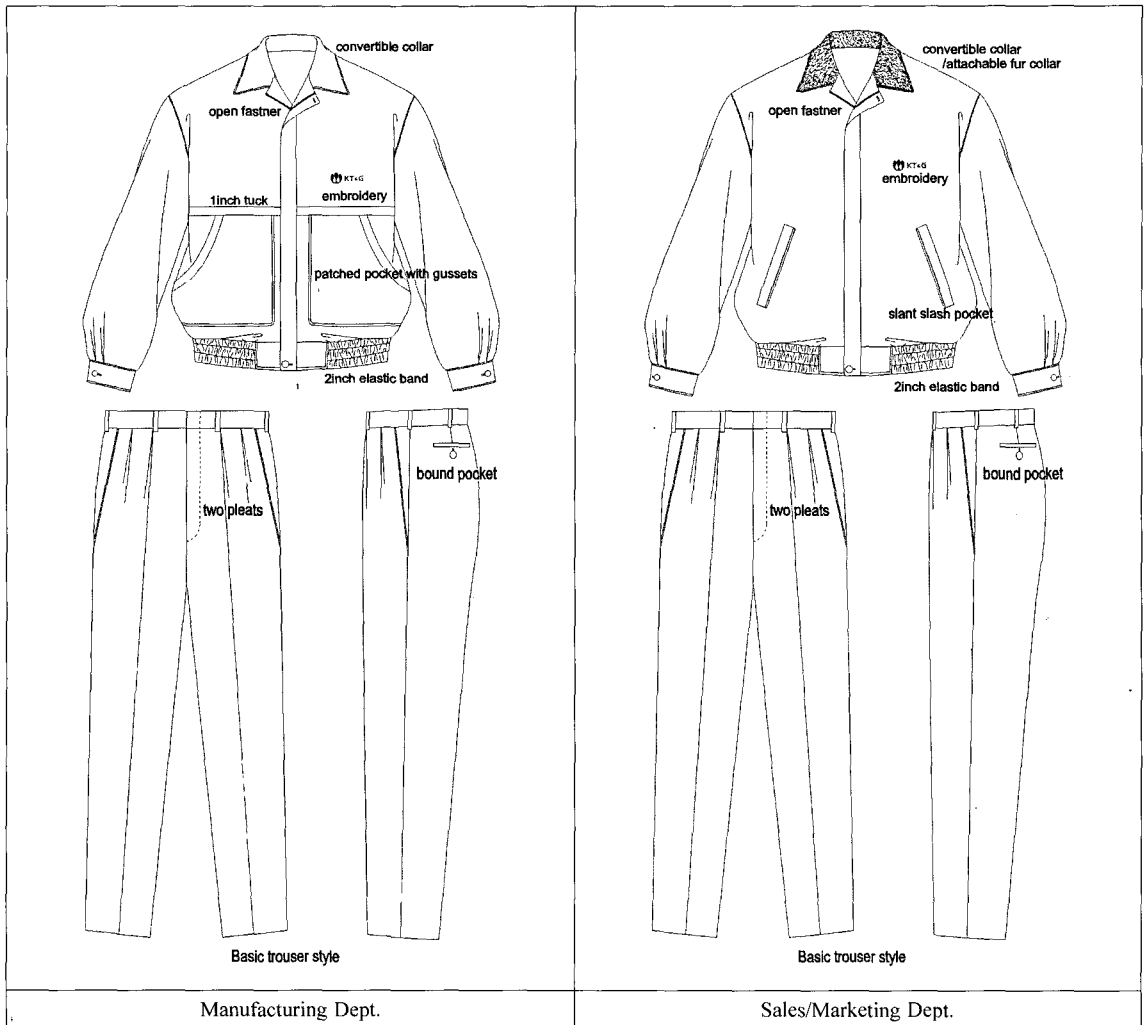


Fig. 5. Final design

여, 제조국 유니폼으로서는 C스타일이 최종 결정되었다. 또 영업국 근무자들을 위한 유니폼 평가에서 기능성 측면은 A, C스타일, 심미성 측면에서는 C스타일, 상징성 측면에서는 C, D스타일을 가장 많이 선호하였고, 전체 순위에서도 C스타일이 가장 좋은 평가를 받아 영업국 유니폼으로서 C스타일이 최종 확정되었다. 최종 확정된 스타일에 대한 도식화는 <Fig. 5>와 같다.

심의에서 최종 결정된 디자인 안을 구체적으로 살펴보면, 제조국 유니폼은 아웃포켓형으로 강조된 캐주얼한 감각의 디자인으로서 색상은 그레이와 브라운 투톤이 혼합된 멜란지 원단이 세련된 느낌을 더해 주고, 오픈셔츠칼라에 앞여밈은 덧단을 대어 지퍼로

처리하였다. 그리고 앞몸판은 절개하여 날개형으로 접었으며, 아웃포켓으로 디자인 포인트를 주었고, 밑단은 고무밴드형으로 처리하여 활동성을 주었으며, 앞단 지퍼 안쪽에 속주머니와 불펜꽃이를 만들어 기능성을 더하였다. 바지는 앞에 2개의 주름을 준 기본형으로 디자인 되었다.

영업국의 최종 디자인은 세련되고 깔끔한 이미지의 모직점퍼스타일로서 원단 소재에 가는 체크무늬가 들어있어 신선하고 새로운 느낌을 주었다. 모피 탈 부착 칼라를 하여 보온성과 변화를 주고자 하였으며, 포켓은 이중 슬래쉬포켓형이고 밑단은 고무밴딩으로 처리하여 기능성을 강조하였다. 앞단 지퍼 안쪽에 속

주머니와 볼펜꽂이를 주어 기능을 더하고, 바지는 앞 주름 2개를 넣어 편안함을 강조한 기본형으로 디자인 되었다.

5. 제품생산

디자인 심의를 거쳐 최종 결정된 디자인은 제조업체 선정과정을 거쳐 생산작업에 들어가게 된다. 즉 한국담배인삼공사는 국영기업으로서 생산업체를 한국피복공업협동조합에 가입된 400여 업체들의 입찰을 통해 선정하였는데, 이 조합은 중소기업진흥을 위해 공공단체 및 정부투자기관과 기업간의 단체 수의 계약을 할 수 있도록 하여 좀더 공정한 경쟁에 기여하므로 이 조합을 통해 생산업체를 선정하였다.

따라서 최종 생산을 위해 4업체가 선정되었으며, 이 업체들은 디자인팀에서 제작사양에 대한 지시를 받고 견본을 참조하여 유니폼을 생산하였다. 구체적인 생산과정을 살펴보면, 첫째 생산업체는 제조에 들어가기 전에 원단 및 단추 등 원부자재에 대한 검사를 받았고, 이는 샘플에서 최종 제품과의 사용된 원부자재의 차이점을 최소화하기 위하여 실시하였다. 둘째, 제작 방법은 대학의 디자인팀이 요청한 지시에 따라야 한다. 셋째, 근무복을 제조한 후 각 발주처에 납품하기 전에 디자인팀에 품질검사를 의뢰했고, 품질검사서 통과해야만 납품이 가능하게 하였다. 넷째, 근무복의 사이즈는 한국표준규격 치수별로 샘플을 제작하여 개인별 착용 후 치수를 정하여야 하며, 표준규격과 크게 상이한 치수는 별도로 구분하여 제작하였다. 이는 향후 유니폼에서 치수에 대한 불만을 최소화하기 위해 실시하였다. 다섯째, 개인별 착용 후 이상이 있으면 즉시 수정하여 납품하였고, 마지막으로 근무복 납품 완료 후 1년 이내 추가로 발생하는 수량은 소요기관에서 요구 시 제작하여 납품하였다. 이러한 엄격한 과정을 통해 제조업체의 품질저하를 방지하였다.

V. 결론 및 제언

이상으로 본 연구에서는 대학과 기업이 연계하여 실질적인 디자인 프로젝트를 수행한 사례를 통하여 산학협력을 통한 의류제품 전개과정의 방법에 대한 아이디어를 제공하며, 업무 유형에 따라 유니폼의 요구조건과 선호하는 디자인 형태의 차이가 나타나는 것을 알 수 있었다.

결론적으로 산학협력을 통한 유니폼 산업의 제품 전개과정은 일반적인 의류기업의 상품전개와 같은 흐름을 가진다. 즉 사전조사와 분석, 디자인 방향설정, 디자인 전개 및 심의 그리고 생산 및 유통의 과정을 거친다. 그 중 대학은 디자인 업무를 담당하고, 생산 및 유통은 제조업체가 담당하여 각자의 업무를 분담하는 것이 효율적이며, 대학은 디자인 업무를 끝으로 임무가 끝나는 것이 아니라 생산 및 유통과정에서도 검수자의 역할을 하여 의류제품의 전문적 지식이 부족한 기업담당자의 임무를 대행해 주어 향후 발생할 수 있는 제품에 대한 문제점을 예방하는 역할을 해야 한다. 따라서 이러한 업무의 분담은 산학협력과정에서 대학이 주체자로서의 역할을 수행할 수 있도록 도와줄 것이다.

또한 업무 유형에 따른 유니폼의 요구조건과 선호하는 유니폼의 형태의 차이를 살펴보면, 본 연구는 한 기업내의 다른 특성을 가진 부서를 중심으로 설계되었다. 즉 생산을 담당하는 제조국과 영업을 담당하는 영업국의 직원을 대상으로 하였는데, 제조국의 근무자들은 유니폼의 기능적인 측면, 영업국의 근무자들은 심미적인 측면을 중요하게 생각하는 것으로 나타나, 각자의 업무 형태가 의복에 반영되어 나타난다는 것을 알 수 있었다. 그러나 실질적인 제품의 디자인 결정에서는 제조국의 근무자들이 제품의 제조 시 착용하는 유니폼이 아니라, 출퇴근복으로 착용할 것 희망하였으며, 영업국의 직원들도 디자인 선호도에서는 수트도 선호하는 스타일이었으나, 업무가 사무실에서의 내근이 아닌 제품유통의 업무가 많기 때문에 활동하기 편한 것에 더 중점을 두어 최종 결정된 유니폼 디자인에 대해서는 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

유니폼은 기업의 이미지 표현의 역할이 중요하지만, 유니폼이 서비스를 중심으로 하는 기업과 같이 고객에 대한 의사소통을 용이하게 도와주는 요소로서의 상징적인 의미가 중요하지 않다면, 유니폼을 통한 기업특성을 강하게 강조하는 것을 크게 선호하는 않는 것으로 나타났다. 따라서 로고는 브랜드의 로고처럼 작은 형태로서 크게 강조하는 않는 것이 선호되었다.

본 연구는 특정 기업과 대학이 함께한 프로젝트의 진행 사례를 기반으로 유니폼 산업에 대한 산학협력 가능성이 있음을 확인할 수 있었다. 또 본 연구에서는 특정 기업을 대상으로 유니폼 전개를 하였으나,

다른 유니폼디자인을 위한 프로젝트에서도 이와 같은 프로세스를 적용시킬 수 있을 것이다. 그리고 향후 연구에서는 유니폼 착용이 기능적인 역할 뿐만 아니라 상징적 역할을 하는 산업에서 업무 유형 및 직무관련 변인에 따른 차이를 비교, 분석하여 유니폼 산업에 대한 이론 구축을 위한 개념적인 연구의 진행도 필요할 것이다. 그리고 많은 기업들은 새로운 유니폼 제작에 앞서 유니폼 공모전을 하는 경우가 많은데, 이때 ‘생산 가능 여부’의 조건을 내놓는 경우가 많다. 따라서 대학이 직접 수주를 받을 수 없다면, 제조업체에 새로운 디자인을 제공하는 것에 의해 제조업체와 산학협력을 할 수 있는 방안에 대해서도 검토해 볼 필요가 있다.

참고문헌

- 강혜원. (1996). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 김기란. (1989). *사무직 여성의 유니폼 착용만족도에 관한 조사연구*. 동국대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김선미. (1991). *유니폼에 관한 연구-서울시내 기업체를 중심으로*. 성신여자대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 남윤자, 김경인, 이윤정. (1997). 유니폼 실태조사와 디자인 개선을 위한 연구(제1보). *한국의류학회지*, 21(2), 455-470.
- 송경린. (1992). *서울시내 은행 여직원의 유니폼에 관한 연구*. 성신여자대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 신인수. (1984). *피복위생학*. 서울: 경춘사.
- 신혜정. (2000). *집배원 유니폼디자인 개발에 관한 연구-2000년도 착용 유니폼을 중심으로*. *복식*, 50(7), 33-46.
- 이은영. (2002). *복식의장학*. 서울: 교문사.
- 이형룡, 하인주, 이종직. (2003). 호텔직원의 유니폼이 직무만족과 서비스품질에 미치는 영향. *관광레저연구*, 15(1), 201-218.
- 제복의 정의에 대하여. *네이버 백과사전*. 자료검색일 2004, 11. 7, 자료출처 <http://100.naver.com>
- 황정순. (1997). *우리나라 관공서 여직원 유니폼 만족도에 관한 연구*. 한양대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- Davis, L. M. (1996). *Visual Design in Dress 3rd*. Enflewood Cliffs, NJ: Pretrice Hall.
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a model of the in-store purchase decision process: Consumer use of criteria for evaluating women's apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
- Labat, K. L., & Sokolowski, S. L. (1999). A three-stage design process applied to an industry-university textiles product design project. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(1), 11-20.
- Regan, C. L., Kincade, D. H., & Sheldon, G. (1998). Applicability of the engineering design process theory in the apparel design process. *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(1), 36-46.
- Sinha, P. (2001). The mechanics of fashion. In T. Hines, & M. Bruce (Eds.), *Fashion Marketing: Contemporary Issues* (pp. 165-189). Butterworth-Heinemann.