

컴퓨터그래픽스를 활용한 영캐주얼 패션상품 디자인 개발 -걸리쉬 에스닉 리조트웨어를 중심으로-

유진경* · 양리나*
서울여자대학교 의류학과 강사*
배재대학교 패션디자인학부 교수*

A Study on the Application of Computer Graphics to the Development of Fashion Product Design of Young Casual -Focused on Girlish Ethnic Resort Wear-

Jin-Kyoung Ryu⁺ · Le-Na Yang^{*}
Lecturer, Dept. of Clothing and Textiles, Seoul Women's University⁺
Prof., Dept. of Fashion Design, Paichae University^{*}
(2006. 12.. 18. 접수 ; 2007. 1. 22. 채택)

Abstract

Young casual brands today is beset with perplexing difficulties, as consumer tastes become more sophisticated. Consumers request the type of product they want and how they want it differentiated from existing product.

This study research that young casual brands seek to react to consumer who wants special and different fashion items, have a look for definite concept and target. Also In modern digital environment, Young Casual brands needs a quick and comprehensive action against a change of scene. So This study propose resort wear design with the use of computer graphics to applicate on young casual brands as developing various and effective design method, target on girlish young casualwith unique individuality of lovely sensitivity.

The result of this research as follows. First, young casual brands will have to seek ways to differentiate as brand identity, value of product, satisfaction for consumer's culture and lifestyle. Second, As a result of the adaptation of ethnic fashion, 8 resort wears designed development of girlish young casual wear using computer graphics. Third, computer graphics could contribute to the rapid composition of diverse, new and differentiated design research on it.

Key Words: Computer graphics(컴퓨터그래픽스), Young casual(영캐주얼), Ethnic(에스닉), Resort wear
(리조트웨어)

⁺Corresponding author ; Jin-kyoung Ryu,
Tel. 82-10-5662-5352, Fax.
E-mail : yujin11@hanmail.net

I. 서론

소비자의 다양한 욕구에 맞추어 제품을 적시에 그리고 적량을 제공해야 하는 패션산업은 21세기 디지털 정보시대와 디지털화의 확산으로의 환경 변화에 영향을 받고 있으며 이에 민첩하게 대응할 것이 요구되고 있다.

그리고 첨단과학의 발달로 인해 유행의 빠른 전파와 생활기술 혁신으로 컴퓨터그래픽스의 이용이 문화예술 전반에 걸쳐 확산되고 있는 가운데 패션에서도 컴퓨터가 예술적 측면으로 다양하게 접목되고 있다.

한편 IMF로 인한 경기침체와 인터넷 쇼핑몰의 발달 등으로 소비자들의 소비 패턴이 더욱 합리화되고 브랜드 경쟁이 더욱 심화되고 있는 가운데 불협화된 영캐주얼 브랜드 업체들은 온라인과 오프라인을 연계하며 다양한 컨셉과 아이디어로 소비자의 패션 니즈를 충족시키고 뚜렷한 컨셉과 타겟층을 찾기 위해 노력하고 있다.

영캐주얼 브랜드의 세분화, 고급화, 고품질화 정책과 더불어 경쟁이 치열해지고 있는 시점에서 늘 새로운 것을 추구하면서도 합리적인 소비자에게 신속대응을 위한 컴퓨터 그래픽스의 활용은 제작 기간 단축, 효과의 극대화, 비용절감, 디자인 차별화 등을 통해 시간경쟁을 기본으로 하는 패션산업에 있어 경쟁력 창출을 위한 중요한 방법이 될 수 있을 것이다.

지금까지 패션디자인에 있어서 컴퓨터그래픽스를 활용한 관련 연구들을 살펴보면, 김소현(2006)¹⁾, 이미숙·어미경·이연희(2006)²⁾, 하승연·이연희(2004)³⁾는 캐릭터를 응용한 골프웨어, 이너웨어, 토틀러복 디자인을 제시하였으며, 최정화(2005)⁴⁾, 김은영 (1999)⁵⁾은 포토샵과 일러스트레이터를 이용하여 패션일러스트레이션을 표현하였다. 전수경(2004)⁶⁾은 실무에서 캐포츠 신상품 개발을 위해 컴퓨터 그래픽스를 활용한 패션디자인 과정의 모델을 제시하였고, 우세희·최현숙 (2003)⁷⁾은 패션과 컴퓨터 아트를 접목하였고, 이순자·박옥련·김주현 (2000)⁸⁾은 인터넷을 통해 정보를 수집, 자료화하여 이를 토대로 컴퓨터그래픽스 매체인 포토샵을 사용한 디자인 전개에 관한 연구를 하였다.

따라서 본 연구는 선행연구들과의 차별화를 위하여 뚜렷한 컨셉과 다양성을 추구하고 독특튀는 자신만의 개성을 중시하는 영캐주얼 시장 소비자의 특성에 밀착할 수 있도록 사랑스럽고 소녀적인 감성의 걸리쉬 영캐주얼로 조닝을 선정하고, 영캐주얼 브랜드의 소비자의 욕구에 신속하게 반응하기 위한 하나의 방법으로 컴퓨터 그래픽스를 활용한 다양한 패션 아이템 개발 및 활용 가능성을 제시하는데 연구목적을 둔다.

이를 위하여 걸리쉬 영캐주얼 스타일의 리조트 웨어로 활용이 가능하도록 디자인을 전개하고자 하였으며, 글로벌 컬처에서 영감을 얻어 다양한 문화의 이질적인 요소들을 자유롭게 믹스한 에스닉한 감각과 조화시켜 개성있는 독특함을 추구하는 소비자에게 어필하고자 하였고, 에스닉이미지를 선정한 이유는 정형화된 현대성에서 벗어나 개성화, 차별화를 위한 표현 기법으로 에스닉이미지가 적합하다고 생각되었기 때문이다.

연구방법으로는 최근 성장하고 있는 영캐주얼 시장의 현황과 디자인 라인 개발 사례, 패션 디자인 분야에서의 컴퓨터그래픽스의 활용을 연계시켜 고찰하기 위해 패션 관련서적과 논문, 인터넷, 패션 트렌드 관련 문헌연구를 진행하였고 컴퓨터 그래픽스를 이용한 디자인 개발을 통한 실증적 연구를 병행하였으며, 연구에 사용된 컴퓨터 소프트웨어는 CAD(Texpro 8.2)와 photoshopCS2이다.

II. 이론적 배경

1. 패션 디자인 분야에서 컴퓨터그래픽스의 활용

컴퓨터그래픽스는 컴퓨터를 이용하여 도형이나 화상을 만들어내는 비주얼 테크놀러지를 말하며, 정지화면이든 움직이는 그림이든 컴퓨터를 사용하여 생성 내지는 처리한 화상을 총칭하는 말이다. 디자이너가 제도판위에서 자, 삼각자, 연필 등을 가지고 스케치북단계부터 평면, 입면, 단면, 투시도까지 모든 도면을 직접 손으로 그렸던 과정을 전산 처리하는 것을 의미한다⁹⁾. 또한 컴퓨터 그래

픽스는 기존의 숫자나 문자를 통하지 않고 직접 그림을 조작하는 특수한 입출력 장치를 통하여 그림이나 그래프를 그리는 컴퓨터의 응용기술을 말한다¹⁰⁾.

컴퓨터그래픽스의 여러 가지 기능은 기존의 미술도구와 유사한 특성을 가지고 있으면서도 표현도구로의 간편성과 효율성이 있으며, 많은 시간을 요하는 작품을 빠른 시간에 처리할 수 있는 기능적인 면과 기존의 미술 도구로는 도저히 표현하기 어려운 부분도 쉽게 표현할 수 있는 장점을 가지고 있다. 또한 이미지의 변형, 확대, 축소, 이동, 합성, 입체표현이 용이하고 디자이너는 아이디어를 구상하고 전개하는데 드는 시간을 절약할 수 있다

컴퓨터그래픽스는 현재 순수회화, 일러스트레이션, 웹, 편집, 텍스타일, 건축 및 실내, 제품, 애니메이션, 게임, 영화 등 시각 예술분야에서 다양하게 활용되고 있으며, 디자이너의 영감과 아이디어를 시각적으로 형상화하는데 있어 효율성이 높고 그 활용도가 증가하고 있다.

이러한 컴퓨터그래픽스는 붓과 물감 없이도 1600만종의 색상을 자유자재로 표현할 수 있고, 3차원의 공간을 보고 싶은 방향과 위치에서 마음대로 연출해낼 수 있는 장점도 가지고 있으며, 최근에는 패션디자인 분야에 컴퓨터그래픽스를 이용한 소프트웨어인 CAD 시스템이 도입되어 적극적으로 확대되고 있다.

소비자의 욕구가 점차 다양해지고 있는 가운데 패션분야도 디지털화의 영향을 받고 있으며, 컴퓨터의 도입을 통해 패션은 고도의 표현기법과 정선된 내용, 제작과정의 단축 등을 추구하고 있으며, CAD(computer aided design), CAM(computer aided manufacturing)의 보급으로 컴퓨터를 이용한 소량다품종 및 다양한 디자인이 본격화되고 있는 것이다.

패션디자인 분야에서 컴퓨터 그래픽을 활용함으로써 디자이너는 디자인 아이디어를 구체화하기 위한 컴퓨터상에서의 스케치 및 도식화 작업을 통해 아이디어를 효율적으로 전개할 수 있고, 다양한 도구를 활용하여 여러 디자인을 손쉽게 디자인하고 조화시켜 볼 수 있으며, 디자인의 다양한 형태나 색의 조합에 대한 즉각적인 검토가 용이하고

또한 수작업으로 하는 것보다 많은 양을 단시간 내에 효과적으로 제작하고 수정할 뿐 아니라 저장해 놓고 다시 꺼내서 사용할 수 있어 편리하다.

또한 실제로 샘플을 만들지 않고도 실제의 느낌을 시각적으로 볼 수 있게 하여 디자인 아이디어 발상에서부터 실제 샘플 디자인의 시연에 이르기까지의 제작기간을 단축시켜줄 뿐 아니라, 비용절감의 이점도 얻을 수 있으며, 좀더 다양하고 창의적으로 패션에 대한 이미지를 전개하고 전달해 줌으로써 다양한 소비자 욕구에 신속하고도 효과적으로 반응할 수 있게 해준다.

제작기간 단축화, 효과의 극대화, 비용절감, 디자인 차별화 등으로 경쟁력을 피하고자 수작업에 의존해왔던 디자이너들은 컴퓨터의 보급이 보편화되면서 정보를 수집하고, 분류하고 저장하는 일, 프로그램의 신속한 현시성을 통하여 최적의 디자인을 선택하는 일, 디자인발상의 도구로써 시간과 경비를 절감할 수 있으며 최적의 디자인 선택에도움을 주는 컴퓨터를 활용하는 것이 점차 커지고 있다.

또한 해외의 유행추세 등 자료를 수집하고 시장조사, 색상, 소재정보 수집, 소비자 분석, 유행색상, 유행아이템, 유행소재를 결정하여 전개하는 상품의 디자인, 스타일수 및 사이즈구성을 치밀하게 계획하여 적절한 시기에 납품, 완성하는 것을 통해 계절에 맞는 상품을 기획하는데 있어서도 컴퓨터의 역할이 날로 커지고 있다¹¹⁾.

컴퓨터의 도입을 통해 패션디자인 전개에서 2차원으로 평면위에서 행해지던 것이 점차 입체적인 형태의 디자인 작업으로 그 영역이 확대되고 있어 의상의 드레이프, 주름, 구김 등의 입체감을 현실감 있게 표현할 수 있게 되었다.

패션디자인 분야에서의 컴퓨터그래픽스의 활용 현황은 색상, 직물, 원사, 질감, 조직도를 조합하여 나열, 직조, 니트, 자카드 디자인 등의 샘플을 만들어 내는 것이 가능하여 실제 샘플작업에 소요되는 시간을 50%가량 절감시켜 주고 있다. 또한 디자인한 텍스타일을 입력된 의상에 적용하여 음영과 하이라이트, 원본의상의 접혀진 부분과 주름을 신속하고 사실적으로 표현할 수 있게 됨으로써 직접 실제의 모델이 완성된 의상을 입고 있는 것과 같은

효과를 즉각적으로 볼 수 있게 된다¹²⁾.

현재 국내 패션 분야에서 일반적으로 사용하고 있는 패션디자인 관련 CAD프로그램은 Texpro, Prima-vision, Moda-cad, 4dbox 등이 있다.

2. 국내 영캐주얼 시장의 현황

국내 캐주얼 의류시장은 연령별, 용도별, 감성별로 분류할 수 있으며 용도별 세분화는 다운 캐주얼, 스포츠 캐주얼, 진캐주얼, 아웃도어 캐주얼 등으로 나누고, 연령별 세분화는 주니어 캐주얼, 영캐주얼, 어덜트 캐주얼, 미씨캐주얼 등으로 나누어지고, 감성별 세분화는 스포츠 캐주얼, 트래디셔널 캐주얼, 엘레강스 캐주얼, 캐릭터 캐주얼 등으로 나눌 수 있다¹³⁾. 한편 무역시장의 개방과 IMF로 인한 경기불황에 따라 브랜드간 경쟁이 심화되고, 레저문화에 대한 관심 증대와 소비 마인드가 점점 젊어지는 것과 맞물려 영 캐주얼 시장의 시장확대와 볼륨화는 포화상태에 이르렀다.

또한 이지캐주얼 시장의 포화 및 고객의 차별화된 욕구 팽배로 인해 단순한 이지캐주얼에서 탈피하여 밀리터리, 빈티지등 최근 트렌드를 적극 반영한 자유분방한 디자인과 코디법으로 소비자를 자극하는 감성캐주얼이 등장하는가 하면, 월드컵 이후 스포티즘이 트렌드로 자리잡으면서 스포츠브랜드와 캐주얼, 영캐주얼이 혼재된 새로운 장르들이 생겨나기도 하였고, 젊은 층을 흥분시키는 스포티한 감각과 캐릭터 지향의 트렌드로 세련된 감성에 기반한 캐포츨룩과 같은 신개념의 캐주얼이 등장하기도 하였다.¹⁴⁾

여성 영캐주얼 조닝은 늘 새로운 것을 추구하면서도 가장 합리적인 소비력을 가진 10-20대가 주 타겟이다. 남들보다 다르길 원하고 재미와 볼거리, 즐길 거리를 원하고 해외 브랜드나 트렌드에 대한 정보도 빠른 편인 영캐주얼 브랜드 소비자의 소비 유형의 변화는 곧 감성세분화로 이어져 특화된 영캐주얼 라인의 필요성을 요구하고 있다.

이에 따라 영캐주얼 시장의 브랜드들은 자유분방한 디자인과 차별화된 컨셉으로 독특한 디자인을 요구하고 있는 고객의 차별화된 욕구에 부응하기 위해 특화된 라인을 위한 캐릭터 보강에 더욱 주

력하고 아이템별, 가격대별, 테마별 라인을 세분화하거나 새로운 라인을 출시하기 위한 다각적인 노력을 하고 있다. 또한 다양한 컨셉과 아이디어를 지니면서 의류와 비의류, 온라인과 오프라인을 연계하며 소비자의 패션 니즈를 충족시키기 위해 노력하고 있으며, 치열한 경쟁이 심화되고 있는 가운데 시장변화에 맞춰 특화된 아이템 개발과 컨셉 재조명을 통한 상품력 보강과 브랜드리뉴얼, 리포지셔닝, VMD, 문화마케팅과 연계한 콘텐츠 개발 등 브랜드 아이덴티티 구축과 차별화에 주력하고 있다.

이에 컨셉을 차별화하고 브랜드 이미지와 상품력을 강화하기 위한 다각적인 노력을 진행하고 있는 영캐주얼 브랜드를 중심으로 사례를 살펴보면 다음과 같다.

바닐라비는 걸리쉬 영캐주얼이라는 확고한 아이덴티티를 구축하고 캐주얼과 여성복의 니치마켓에 대해 지속적인 공략이 가능하도록 상품을 다양화하고 브랜드이미지 강화를 위한 별도의 데님, 액세서리 라인을 개발하고 있다. 바닐라비의 차별화된 걸리쉬 감성은 액세서리와도 연계해 다양한 라인을 구성하고 있으며 독특하고 차별화된 데님 라인인 BJean을 새롭게 출시하고, 진을 바닐라비의 걸리쉬한 감성과 핏으로 선보이며 걸리쉬 전문화를 이끌어가는 것을 기획하고 있다. 데님자켓, 스커트, 팬츠를 중심으로 스위트하고 핑키한 컨셉의 러블리걸라인, 윗트있고 매직컬한 파티걸라인, 럭셔리하고 고저스한 걸들을 위한 글램디바등으로 라인을 세분화하고 있다. 또한 바닐라비는 베스트 러브리걸 선정과 러브리 윈터캠페인 등 캠페인 테마를 중심으로 한 프로모션과 발렌타인 데이나 핫서머 등 시즌성 이슈에 부합하는 프로모션을 기획하고 패션지, 동영상, 홈페이지 등 다양한 매체를 통해 일관된 테마의 전개를 기획하고 있다 <그림1>.

에고이스트는 젊고 합리적인 영세대에게 믹스매치나 크로스코디가 가능한 베이직 아이템에 바디라인을 돋보이게 하는 새로운 핏을 제안하고 단품코디가 용이한 상품군 구성으로 트렌디한 스타일을 제안하고 있다. 감성이 뛰어난 소비자들의 아이덴티티를 높여주고 완벽한 바디라인을 강조한



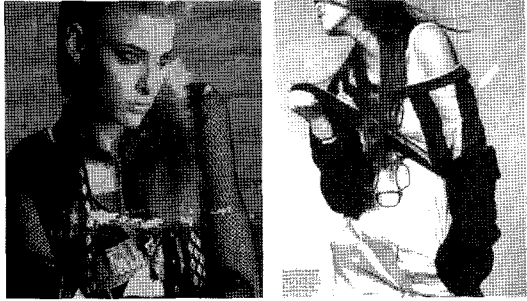
<그림1> 바닐라비(www.Banilab.com) 06 F/W

디자인으로 섹시한 스타일 룩을 제안함으로써 소비자의 트렌디한 감성을 충족시키는 섹시 캐릭터 캐주얼을 표방하고 10대후반-20대중후반을 메인 타겟으로 잡고 있다. 트렌드인 엘리건트를 반영하되 기존의 에고이스트 마니아 라인인 섹시하고 슬림한 라인과 적절히 결합해 선보이고 소프트한 볼륨라인과 슬림라인의 조화를 통해 기존의 에고이스트 고객을 만족시키는 동시에 신규고객을 창출하고자 하는 전략을 유도하고 있다. 에고이스트의 영 & 섹시 컨셉트가 젊은 여성들에게 어필하고 있으며 독창적인 패션 감각과 뛰어난 피팅감을 바탕으로 10~20대 여성들의 높은 지지를 받고 있다¹⁵⁾<그림2>.

온앤온은 베이직 라인에 캐릭터를 적극적으로 가미하고 디테일을 대폭 활용한 트렌드성이 강한 상품을 구성해 브랜드리프레쉬를 시도하고 있으며¹⁶⁾, 좀더 여성스럽고 고급스러운 컨셉을 살리면



<그림3> 온앤온
(company.ibeaucure.co.kr/brand/on&on) 06 F/W



<그림2> 에고이스트(www.egoistkorea.com) 06 F/W

서 베이직 라인은 줄이고 뉴베이직과 페미닌 라인을 확대하고 페미닌 스타일을 베이직 컬러로 접근하여 고객을 확보하고자 시도하고 있다. 페미닌한 모더니즘과 퓨처리즘을 중심으로한 *feminie dress up*을 시즌 컨셉으로 하여 블랙, 네이비, 베이지 등의 베이직한 컬러를 바탕으로 리본, 블루종 소매, 셔링 디테일 등을 가미한 여성스러운 스타일을 전개하고 있다¹⁷⁾<그림3>.

로맨틱 영 캐주얼 올리브데올리브는 깊이 있는 품위의 사랑스러운 로맨틱한 유티피안 감성을 지향하고 있으며 메인 21-24세, 서브18-27세를 타겟으로 하고 있다. 캐릭터를 한층 강조한 고급스러운 컨셉으로 폭넓은 가격대 및 다양한 아이템 구성으로 소비자의 폭넓은 니즈 수용을 도모하고 있다 <그림4>.

메긴나잇브릿지는 High-end 디자이너 그룹과 콘템퍼러리한 브랜드의 브릿지에 위치하는 빈티



<그림4> 올리브데올리브
(www.olivedesolive.co.kr) 06 F/W



<그림5> 흠 (www.hum-hum.com) 06 F/W



<그림6> EnC (www.enc.co.kr) 06 F/W

지한 감성의 꾸밈직한 디테일을 현대적인 감성으로 유니크하게 재해석하여 제시하고 있다. 자신만의 뚜렷한 개성과 가치관을 지닌 패션 마니아들에게 매긴만의 독특하고 패셔너블한 소스를 제공함으로써 아이덴티티와 완성도 있는 컬렉션을 제안한다. 브릿지 조닝의 브랜드로서 브랜드 이미지의 고급화와 함께 타브랜드가 가질 수 없는 트렌드와 접목하여 스타일을 전개, 차별화를 시도하여 소비자에게 아이덴티티를 확고히 인식시키고자 노력하고 있다.

흠은 영 캐주얼의 looking을 재해석하여 새로운 스타일을 합리적인 가격대로 제시한다는 방침하에 10대초반에서 20대초반의 가장 로맨틱한 감수성을 패션으로 보여주고 있다. 로맨틱캐주얼로 소녀의 감성에서 영감을 얻어 밝고 유쾌한 브랜드 이미지를 이끌어가고자 밝고 유쾌한 새침매기 같은 소녀캐릭터 고아라와 큐티하고 사

랑스러운 강아지캐릭터 휴미를 설정하였다<그림5>.

EnC는 사브리나 캐릭터를 도입해 특화시켰으며 베이직과 뉴베이직 라인의 고급스러움은 가져가면서도 트렌드에 맞는 여성스럽고 소녀적인 감성의 디테일과 컬러 배リエ이션을 적극 활용하고 있다<그림6>.

보브는 감각적이면서도 실용적인 모던니터 캐릭터 캐주얼을 지향하며 메인 23-27세, 서브20-30세를 타겟으로 하고 있다. 슬림한 피팅감에 섹시하면서도 시크한 코드를 유지하면서 반응생산과 스팟을 통해 트렌드를 적절히 접목하고 있다. 캐릭터와 아이덴티티를 갖추고 가치를 창조하는 것으로 중요한 과제로 삼고 브랜드 고급화와 신규 고객 창출을 위해 노력하고 있다. 캐릭터강한 니트나 우븐, 데님 아이템을 강화하여 상품을 기획하고, 06 시즌 테마를 Sublime Simplicity로 정하고 네오 미



<그림7> 보브(www.vov.co.kr) 06 F/W



<그림8> 나이스클랩(www.niceclap.co.kr) 06 F/W



<그림9> GGPIX (www.ggpxkorea.com) 06 F/W



<그림10> 콕테일(www.cock-tail.co.kr) 06 F/W

니멀리즘을 바탕으로 한 고급스러우면서도 심플한 디자인을 제안하고 있다<그림7>.

나이스크랩은 모던함과 장식성을 조화한 럭셔리 여성 영캐주얼로 페미닌하고 럭셔리한 이미지를 바탕으로 브랜드 고급화 전략에 부응하기 위해 리치캐주얼을 표방하며 모던한 시크캐주얼로 소비자 중심의 아이덴티티를 구축하는데 주력하고 있다<그림8>.

GGPIX는 색시글래머러스 캐주얼의 새로운 포지션으로 준비하고 페미닌하면서도 트렌디한 디자인 감각에 색시글래머러스로 고유의 컨셉을 더욱 살리고 소비자들의 니즈에 발맞추어 최신의 트렌드를 반영한 제품으로 고객에게 어필하고 있다<그림9>.

쥬크는 트렌드를 반영한 고급화에 초점을 맞추고 있으며 미니멀리즘이 트렌드로 떠오르면서 영베이직군이 고전하고 있는 상황을 감안해 고급스러운 셋업물의 비중을 늘리고 캐릭터를 강화하는 등 캐릭터와 캐주얼의 적절한 균형을 창출하고자 하며, 캐릭터와 영캐주얼의 틈새를 겨냥한 영캐릭터로 브랜드 아이덴티티를 구축하는데 주력하고 있다. 브랜드감도와 상품완성도를 높이기 위해 소재와 부자재를 한층 고급화하고 단품류보다 셋업물 비중을 높이고 있다.

각테일은 믹스매치감각을 표방하고 상반되고 다양한 요소들의 조화로운 코디네이션을 지향하며 다양성이 융화된 정제된 느낌의 모던 빈티지 캐릭터 캐주얼로 시크하면서도 레트로적인 감성을 적절히 믹스시키기 위한 다양한 단품류 강화에 주

력하고 있다<그림10>.

이와 같이 살펴볼 때 영 캐주얼 브랜드들은 다양한 트렌드의 변화 속에서 경쟁사와 차별화되는 이미지를 부각하여 트렌드에 맞는 특색 있는 상품으로 소비자의 호응을 이끌어내고자 노력하고 있으며, 새로운 포지션으로 준비하거나 고유의 컨셉을 더욱 강화하고 트렌드를 시기적절하게 반영하는 등 소비자의 니즈에 반응하고 있다.

브랜드간 경쟁이 치열한 국내 영캐주얼 시장의 브랜드들은 고객의 차별화된 욕구에 부응하기 위해 다양한 컨셉과 특화된 라인을 위한 아이템별, 가격대별, 테마별 라인을 세분화하는 등의 노력을 하고 있으나, 최신의 트렌드를 반영한 제품으로 고객에게 어필하되 일관된 컨셉과 테마의 전개로 고유의 브랜드 컨셉을 부각시켜 소비자에게 아이덴티티를 확고히 인식시키는 것이 필요할 것이다.

여성 영캐주얼 조닝의 주타겟이 트렌드에 대한 정보도 빠르면서 남들보다 다르길 원하고 개성있고 독특한 스타일을 원하면서도 합리적인 소비력을 가진 10-20대인 것을 감안할 때 브랜드의 차별화된 상품력을 통한 브랜드 이미지를 특화시키되 자기 표현과 개성을 중요시하는 소비자의 니즈와 그들의 문화, 라이프스타일까지 최대한 수용함으로 니치마켓과 수요를 창출해 나가는데 노력해야 할 것이다.

또한 아이덴티티를 갖추고 소비자들의 니즈에 발맞추어 특화된 아이템 개발을 통해 패션 욕구 충족뿐 아니라 가치를 창조하는 것으로 경쟁우위를 확보해나가야 할 것이다.

<표1> 영캐주얼 브랜드 패션상품 개발사례

브랜드명	비닐라비	온앤온
1) 조닝	· 걸리쉬 영 캐주얼	· 영 캐주얼
2) 브랜드 컨셉	· 걸리쉬마인드를 가진 영 제너레이션의 단순한 패션스타일만이 아닌 새로운 문화를 표현	· 정제된 여성미안에 내재된 고급스러움, 페미닌함, 따뜻한 감성을 도시적 감각으로 신선하고 완성도있게 표현
3) 타겟	· 메인 21- 24세, 서브 18-27세	· 메인 24-27세, 서브 20-30세
4) 패션상품 기획	· 차별화된 걸리쉬 감성 · 일관된 테마의 전개 · 걸리쉬 진문화 기획 · 차별화된 데님라인 BJean개발 · 상품다양화 · 액세서리 개발	· 베이직 라인에 캐릭터 적극 가미 · 디테일 대폭 활용 · 트렌드성 강한 상품구성
브랜드명	에코이스트	츄
1) 조닝	· 섹시 캐릭터 캐주얼	· 로맨틱 캐릭터 캐주얼
2) 브랜드 컨셉	· 여성의 아름다운 바디라인을 최대한 살린 디자인으로 여성의 섹시한 건강미를 돋보이게 표현	· 소녀의 감성에서 영감을 얻은 유쾌하고 발랄한 로맨틱 무드, 디자이너의 손맛이 담겨있는 감각적인 디테일과 사랑스러움이 넘쳐나는 디자인 강조
3) 타겟	· 메인 23세, 서브21-30세	· 메인 18-20세, 서브24세
4) 패션상품 기획	· 믹스매치, 크로스코디 가능한 베이직 아이템 구성 · 완벽한 바디라인 강조 Fit 제안 · 볼륨라인과 슬림라인의 조화	· 밝고 유쾌한 새침때기 소녀 캐릭터 고아라 설정 · 큐티하고 사랑스러운 강아지 캐릭터 휴미 설정
브랜드명	올리브테올리브	보보
1) 조닝	· 영 캐릭터 캐주얼	· 영 캐릭터 캐주얼
2) 브랜드 컨셉	· 부드럽고 여성스러운 실루엣에 섬세한 자수와 고급스러운 디테일을 믹스하여 사랑스러운 유려피안 로맨틱한 감성 표현	· 도전적인 마인드와 섹시한 여성스러움을 동시에 가진 여성들을 위한 감각과 실용주의를 혼합한 새로운 모던티 캐릭터 캐주얼 표현
3) 타겟	· 메인21- 24세, 서브18-27세	· 메인 21-23세, 서브20-30세
4) 패션상품 기획	· 캐릭터 강조한 고급스러운 컨셉 · 폭넓은 가격대 · 다양한 아이템 구성	· 슬림한 피팅감 · 섹시하면서도 시크한 코드 유지 · 반응생산과 스탁 통해 트렌드 접목 · 캐릭터강한 니트나 우븐, 데님 아이템 강화
브랜드명	메킨나잇브릿지	나이스크립
1) 조닝	· 영 캐릭터 캐주얼	· 모던 시크 캐주얼
2) 브랜드 컨셉	· 하이 앤드 디자이너 그룹과 컨템포러리한 브랜드의 브릿지에 위치하고 빈티지한 감성의 꾸뛰르적 인 섬세한 디테일을 현대적 감성으로 재해석	· 유니크한 감성과 럭셔리한 아이템을 믹스매치한 슈크 모던 어번 캐주얼
3) 타겟	· 메인27세, 서브21-35세	· 메인21-23세
4) 패션상품 기획	· 브랜드 이미지 고급화 · 차별화된 트렌드 접목	· 모던함과 장식성 조화 · 브랜드 고급화 전략에 부응하기 위한 리치캐주얼
브랜드명	GGPX	카데일
1) 조닝	· 섹시 글래머러스 캐주얼	· 모던 빈티지 캐릭터 캐주얼
2) 브랜드 컨셉	· 글래머러스 섹시, 로맨틱, 에스닉, 레미닌 트렌드에 브랜드 이미지 섹시함을 믹스하여 글래머러스한 룩을 제안	· 시티캐주얼, 부푼, 트렌드세서, 스포티함이 가미된 데님 갤러리의 빈티지 꾸뛰르 캐주얼
3) 타겟	· 메인20-23세, 서브19-29세	· 메인19-24세, 서브18-29세
4) 패션상품 기획	· 페미닌 & 트렌디한 디자인 감각 · 섹시글래머러스로 고유의 컨셉부각 · 트렌드 & 실속형 프리미엄 욕구를 추구하는 소비자에게 보다 합리적인 가격대 제안	· 믹스&매치감각 · 상반되고 다양한 요소들의 코디네이션 · 시크하면서도 레트로적인 감성 믹스 · 다양한 단품류 강화

III. 컴퓨터그래픽스를 활용한 영캐주얼 패션상품 디자인 개발

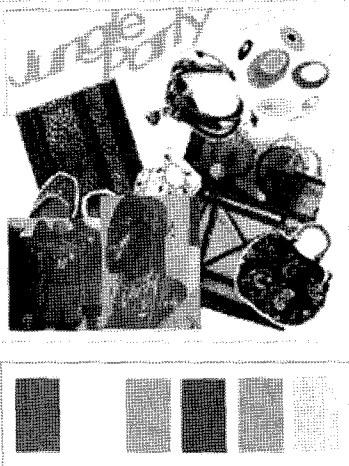

1. 디자인 의도 및 컨셉 설정

본 연구는 영캐주얼 시장 소비자의 트렌드를 반영하여 감수성이 풍부하고 트렌드 수용에 적극적이면서 자신만의 캐릭터를 추구하는 18-28세의 영 마인드 소비자를 타겟으로 설정하고, 이들의 특성에 따라 밝고 건강한 라이프스타일을 제시하는 걸리쉬 영캐주얼 스타일의 리조트웨어로 활용이 가능하도록 디자인을 전개하고자 하였다.

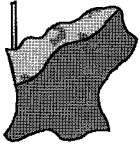

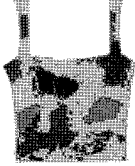
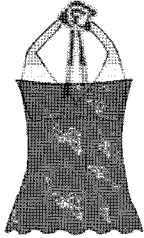
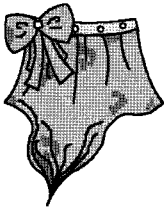
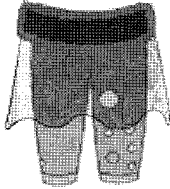


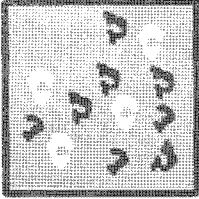
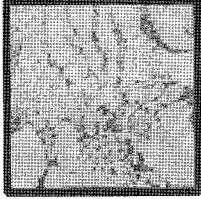
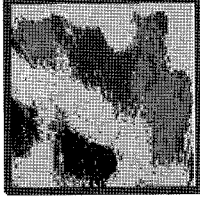
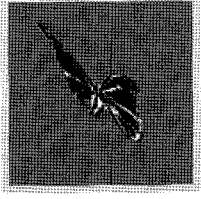
디자인 컨셉은 글로벌 컬처에서 영감을 얻어 다양한 문화의 이질적인 요소들을 자유롭게 믹스한 에스닉한 감각과 밝고 경쾌한 컬러에 걸리쉬 디테일을 조화시켜 개성있는 독특함을 추구하는 소비자에게 어필하고자 하였고, 에스닉이미지를 선정한 이유는 정형화된 현대성에서 벗어나 개성화, 차별화를 위한 표현 기법으로 에스닉이미지가 적합하다고 생각되었기 때문이다.

본 연구의 기본 디자인 방향은 분주한 현대사회 속에서 일상으로의 탈출을 꿈꾸며 아프리카, 아시아 등으로 여행을 떠나는 여정을 아프리카와 인도 중심의 에스닉 프린트와 패턴으로 재현하며, 전체

<표2> 디자인 컨셉 설정

1. 디자인 컨셉	<ul style="list-style-type: none"> · 밝고 건강한 라이프스타일을 제시하는 걸리쉬 영캐주얼 스타일의 리조트웨어 제안 · 글로벌 컬처에서 영감을 얻은 에스닉하면서도 트렌디한 디자인 감각 · 리본, 러플, 코사지, 플리즈 등의 디테일을 첨가해 걸리쉬한 느낌 강조 	
2. 타겟	<ul style="list-style-type: none"> · 감수성이 풍부하고 트렌드 수용에 적극적이면서 자신만의 캐릭터를 추구하는 영 마인드 소비자 · Main: 21-25세 · Sub: 18-28세 	
3. 패션 이미지	<ul style="list-style-type: none"> · Girlsih & Ethnic 	
4. 디자인 테마	Theme1. Jungle Party	Theme2. Exotic Espirit
5. 이미지 맵		
6. 패션 스타일	· Girlish & Vintage	· Girlish & Bohemian
7. 컬러	· 브라운, 옐로우, 오렌지, 그린, 레드, 블루	· 바이올렛, 퍼플, 레드, 옐로우
8. 패턴	· 아프리카 감성의 추상적 패턴, 동식물모티브	· 오리엔탈 플라워 프린트
9. 아이템	· Top: 탱크탑, 할터탑 · Bottom: 미니스커트, 핫팬츠	· 원피스, 볼레로

<표3> 테마별 디자인제시1. (Theme1. Jungle party)

Theme1. Jungle party				
1. Top				
2. Bottom				
3. Pattern				
4. Item	<ul style="list-style-type: none"> · 할터넥탑 · 미니플레어 스커트 	<ul style="list-style-type: none"> · 할터넥탑 · 숏팬츠 · 미니플레어 스커트 	<ul style="list-style-type: none"> · 탱크탑 · 핫팬츠 · 미니스커트 	<ul style="list-style-type: none"> · 할터넥탑 · 핫팬츠 · 미니스커트
5. Design Point	<ul style="list-style-type: none"> · 비대칭라인 · 리본디테일 	<ul style="list-style-type: none"> · 할터탑밴드 · 바이어스엣지 · 빈티지패턴 	<ul style="list-style-type: none"> · 빈티지패턴 	<ul style="list-style-type: none"> · 코사지 · 러플디테일

적으로는 심플하면서 부드러운 실루엣으로 여유로움을 강조하고 현대적인 감각을 더하여 경쾌하고 발랄한 스타일을 제시하고자 하였다. 따라서 에스닉 패션이미지를 아프리카와 인도의 이국적인 감성을 담아낸 2개의 테마로 구분하고 컴퓨터그래픽스를 이용하여 총 8개의 리조트웨어 디자인을 전개하였다.


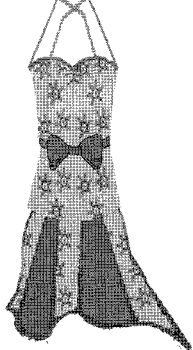
그리고 이러한 디자인 이미지를 잘 표현해줄 수 있는 모티브를 포토샵 프로그램을 이용하여 이미지맵을 전개하였으며 디자인 컨셉은 <표2>와 같다.

2. 컴퓨터 그래픽스를 활용한 걸리쉬 영캐주얼 리조트웨어 디자인 개발

테마1(Theme1.Jungle Party)은 아프리카 자연으로부터 비롯된 영감을 심플하면서도 큐트한 감각을 주는 짧은 길이의 아이템을 포인트로 투피스 혹은 쓰리피스의 발랄한 실루엣으로 표현하고, 전통적인 브라운 느낌을 정글 그린 컬러, 레드, 옐로우와 함께 컬러풀한 에스닉 컬러감을 활기차고 경쾌하게 표현하고자 하였다.

또한 개성과 끼를 발산하고자 하는 소비자가 간편하게 입을 수 있으면서도 스타일리시한 멋을 낼

<표4> 테마별 디자인 제시2. (Theme2. Exotic Espirit)

Theme2. Exotic Espirit				
1. One piece				
2. Pattern				
3. Item	· 원피스	· 원피스	· 원피스	· 원피스 · 블라우스
4. Design Point	· 비대칭 네크라인 · 리본 디테일 · 미드리프 밴드	· 셔링 · 티어드스커트	· 리본디테일 · 할터라인 · 고어스커트	· 플리츠스커트 · 할터라인 · 리본디테일

수 있도록 발랄한 이미지의 미니스커트나 홀터넥 탭, 탱크탑, 핫팬츠를 이용한 캐주얼하면서도 걸리쉬한 아이템에 아프리카 감성을 담은 추상적 패턴, 동식물모티프 프린트를 빈티지한 느낌으로 재해석하여 트렌디하면서도 자유로운 느낌을 강조하고자 하였다. 디자인 포인트는 자유로운 이미지에 힙라인을 살짝 덮을 수 있는 플레어스커트를 덧붙인 발랄한 스타일, 리본과 셔링, 러플 디테일을 사용함으로써 걸리쉬한 이미지를 강조하였다<표3>.

테마2(Theme2. Exotic Espirit)는 인도 민속의상으로부터의 영감을 가지고 수영복과 코디할 수 있게 하면서도 스타일 트렌드를 반영하기 좋은 아이템인 로맨틱한 느낌의 리조트 원피스와 가볍고 부드러운 소재의 블라우스를 함께 제시하였다.

이국적인 질서풍의 보헤미안적인 느낌을 연출하고자 볼륨감있는 러플디테일과 플리츠, 티어드스커트, 고어스커트를 중심으로 화려한 오리엔탈

풍의 플로럴패턴을 사용하고, 오리엔탈 무드의 레드, 옐로우, 바이올렛, 퍼플을 로맨틱한 컬러감으로 표현하였다.

또한 러플과 리본, 셔링 장식으로 사랑스런 느낌을 강조하고 로맨틱한 느낌의 티어드스커트, 어깨를 작아보이게 하는 홀터넥 스타일, 볼레로 스타일의 블라우스로 걸리쉬한 느낌을 강조한 디자인으로 소비자에게 어필하고자 하였다<표4>.

IV. 결론

본 연구는 볼륨화된 영캐주얼 브랜드의 세분화, 고급화, 고품질화 정책과 더불어 경쟁이 치열해지고 있는 시점에서 다양한 컨셉과 아이디어로 소비자의 패션 니즈를 충족시키고 뚜렷한 컨셉과 타겟층을 찾기 위해 노력하고 있는 가운데, 영캐주얼

브랜드의 소비자의 욕구에 신속하게 반응하기 위한 하나의 방법으로 컴퓨터 그래픽스를 활용한 다양한 패션 아이템 개발 및 활용 가능성을 제시하고자 하였다.

본 논문의 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 브랜드간 경쟁이 치열한 국내 영캐주얼 시장의 브랜드들은 고객의 차별화된 욕구에 부응하기 위해 다양한 컨셉과 특화된 라인을 위한 아이템 별, 가격대별, 테마별 라인을 세분화하는 등의 노력을 하고 있으나, 자기표현과 개성을 중시하는 소비자의 니즈와 문화와 라이프스타일까지 충족시키는 방향으로 소비자의 호응을 이끌어 낼 수 있도록 보다 더 다각적인 접근이 필요할 것이다. 또한 최신의 트렌드를 적극 반영한 디자인 강화와 제품력으로 고객에게 어필하되 일관된 컨셉과 테마의 전개로 고유의 브랜드 컨셉을 부각시킴으로 소비자에게 아이덴티티를 확고히 인식시켜야 할 것이다. 그리고 컨셉 재조명과 아이덴티티를 갖추고 소비자들의 니즈에 발맞추어 특화된 아이템 개발을 통해 패션 욕구 충족뿐 아니라 가치를 창조하는 것으로 경쟁우위를 확보해나가야 할 것을 제안한다.

둘째, 걸리쉬 영캐주얼 스타일의 리조트웨어로 활용이 가능하도록 컴퓨터 그래픽스를 활용한 디자인을 전개하였으며, 글로벌 컬처에서 영감을 얻어 다양한 문화의 이질적인 요소들을 자유롭게 믹스한 에스닉한 감각과 조화시켜 개성있는 독특함을 추구하면서도 걸리쉬마인드를 가진 소비자에게 어필하고자 하였다.

셋째, 컴퓨터 그래픽스의 활용은 디자인 전개시 신속하고 다양한 작업을 할 수 있어 효과적이었으며, 시간경쟁을 기본으로 하는 패션산업에 있어 경쟁력 창출을 위한 중요한 방법이 될 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점으로는 영캐주얼 브랜드의 아이덴티티와 경쟁력 향상을 과제로 차별화된 오리지널리티 구축을 시도하는 영캐주얼 브랜드 사례를 살펴보았으나, 후속연구에서는 니치마켓 공략을 위해 세분화된 조별 연구가 필요할 것으로 보인다. 또한 컴퓨터 그래픽스를 활용한 디자인 개발 측면에서는 액세서리의 비중이 확대되어가는 현

시장을 감안할 때 토털 코디네이트를 제안한 상품 개발을 제안한다.

참 고 문 헌

- 1) 김소현 (2006). CAD프로그램을 활용한 여성 골프웨어 디자인 연구. *한국패션디자인학회지* 6(1).
- 2) 이미숙, 어미경, 이연희 (2006). 국내 캐릭터를 이용한 이너웨어 디자인 개발. *복식문화연구* 14(3).
- 3) 하승연, 이연희 (2004). 애니메이션 캐릭터를 이용한 토들러복 디자인 연구. *복식문화연구* 12(1).
- 4) 최정화 (2005). 2D 그래픽스를 활용한 패션 일러스트레이션의 시각적 표현 양상. *복식문화연구* 13(4).
- 5) 김은영 (1999). 컴퓨터 그래픽을 이용한 패션 일러스트레이션 연구. *청주대학교 석사학위논문*.
- 6) 전수경 (2004). 컴퓨터 그래픽스를 활용한 패션디자인 연구-캐포즈 신상품 개발 과정을 중심으로. *성신여자대학교 석사학위논문*.
- 7) 우세희, 최현숙 (2003). 컴퓨터를 활용한 유머 이미지 패션디자인 개발에 관한 연구. *복식* 53(3).
- 8) 이순자, 박옥련, 김주현 (2000). 컴퓨터를 활용한 패션디자인 전개방법 연구. *복식문화연구* 8(5).
- 9) 김문성 (1982). *computer graphic system*. 컴퓨터, p.82.
- 10) 김혜영 (2000). 3D 디지털애니메이션 모델을 활용한 의상 시뮬레이션에 관한 연구. *복식* 50(2), p.5.
- 11) 김태호 (1983). 컴퓨터 그래픽스에 관한 연구. *홍대 석사학위 논문*, p.13.
- 12) 고성아 (2003). 컴퓨터를 활용한 패션디자인 프로세스에 관한 연구. *건국대학교 석사학위논문*, p. 32.
- 13) 최은진 (2005). 영캐주얼에 관한 의복 구매

행동. 이화여자대학교 석사학위논문, p.10.

- 14) <http://www.samsungdesign.net>.
- 15) 패션지오 (2006.01). pp.98-103.
- 16) 패션지오. Ibid.
- 17) 패션리뷰 (2007.01). p.82.
- 18) 어패럴뉴스 (2006). 한국패션브랜드연감
- 19) 양리나, 최나영 (2000). *Fashion Design Cad*.
서울: 대왕사.
- 20) 이상훈 (2006). 포토샵CS2. 서울: 영진닷컴.