

국내 디자이너 패션산업의 고용 특성 연구

정재우[†]

동덕여자대학교 패션디자인학과

Research on Employment in Korean Designer Fashion Industry

Jaewoo Jung[†]

Dept. Fashion, Dongduk Women's University, Seoul, Korea

Abstract : This project aims to provide information on organizations and characteristics of Korean designer fashion industry in order to improve employment environment in fashion designer brands. This study utilizes the questionnaires and interviews with designers or human resources managers in Korean designer brands for forms, size and way of employment. The result shows that firstly, the size of employment in fashion designer brands is almost operated by small-scale human resources. Secondly, It is researched that they recruit less than 10 temporary employees per a brand on average as a problem. Thirdly, there are differences in business according to forms of employment. As researched, permanent employees usually conduct in design, products plan and production management, but, temporary employees conduct as a business assistant and salespeople. Fourthly, it is revealed that average salaries for permanents in fashion designer brands are between 1,510,000 and 2,000,000 won as the most people said. Moreover, the average salaries for temporaries are similar with permanents' as between 1,170,000 and 1,500,000 won. In fifth, in terms of the ways for recruitment, the proportion of job seekers who find a job by nonscheduled admission and special employment is larger than other ways. Finally, as a result of a research on an employment contract, employees have written the employment contract with the brands.

Key words : designer fashion brand(디자이너 패션 브랜드), designer fashion industry(디자이너 패션산업), employment(고용)

1. 서 론

지금까지 한국 섬유패션산업과 관련된 경쟁력은 제조업 기반의 섬유 및 봉제 의류의 제품 수출이었으나, 최근 한국 패션산업은 창의 지식을 기반으로 하는 고부가가치 제품의 해외 시장 진출을 통한 경쟁력 확보의 중요성이 점차 증가하고 있다. 정부의 패션산업에 대한 정책 또한 지난 2000년대 후반부터 대량 생산과 유통에 집중하는 전략과 함께 창의성에 기반을 두는 디자이너 패션산업에 대한 관심 또한 증가하고 있다. 이러한 움직임은 문화체육관광부를 중심으로 확장되고 있으며 '창의디자이너 육성 지원', '신진 디자이너 판로개척 지원' 등 다양한 지원 정책을 통해 디자이너를 대상으로 긍정적 반응을 이끌어 내고 있다(Korea Creative Content Agency[KOCCA], 2015a). 하지만 부가가치 생산이라는 인간의 창의성에 절대적으로 의존

하는 창조산업의 한 분야인 디자이너 패션산업 종사자들의 근로 조건과 근무환경에 대한 관심은 아직 부족한 편이다. 최근 사회 일각에서는 무급인턴제와 같은 형태의 청년 고용제도에 대한 문제점들이 나타나는 등 국내 창조산업 종사자의 근무환경에 대한 사회적 관심이 증가하고 있다. 그럼에도 불구하고 현재 국내 디자이너 패션산업 분야에 종사하는 기본 자료인 근로자의 평균 급여나 고용형태 등의 고용 현황에 대한 조사는 미흡한 상황이다.

이상과 같은 배경을 바탕으로 본 연구는 국내 디자이너 패션산업의 근간을 이루는 디자이너 패션 브랜드의 고용 구조 및 특성을 파악하여 향후에 디자이너 패션산업의 고용 환경 개선을 위한 기초 자료의 제공과 방향성 제안에 연구의 목적과 의의가 있다. 연구방법으로 먼저 디자이너 패션산업의 개념과 문화산업의 고용 특성을 살펴본 후 국내 디자이너 패션 브랜드를 대상으로 설문조사를 실시하여 그 특성을 도출하였다. 연구의 대상은 국내에서 활동하는 패션 디자이너 브랜드로 한정하여 조사하였다.

[†]Corresponding author; Jaewoo Jung
Tel. +82-2-940-4156, Fax. +82-2-572-4954
E-mail: ruhan@dongduk.ac.kr

© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

2. 이론적 배경

2.1. 디자이너 패션산업의 개념

이제까지 패션산업은 제조업의 관점에서 의류 제조 산업 혹은 의류 유통업으로 분류가 되어 있었다. 하지만 최근 주요 패션 선진국들은 패션 산업을 창조산업, 저작권 산업 분류에 포함시켜 영화, 게임, 애니메이션 등의 문화산업의 관점에서 패션 산업을 바라보고 있다. 영국 문화매체체육부(DCMS), 유럽연합(EU), 세계지적재산권기구(WIPO), 국제연합무역개발협의회(UNCTAD)는 창조사업 지원 범위에 패션을 포함시키고 있다(Korea Culture and Tourism Institute, 2010). 특히 영국의 Department for Culture, Media and Sport([DCMS], 2007)는 패션 산업 분야 중 창작자가 중심이 되는 디자이너 패션 부문만을 창조산업의 범주 안에 넣고 있다. 이러한 흐름에 따라 British Fashion Council(2010)는 패션산업의 범위를 단순 의류 및 관련 소품의 디자인 및 제조 산업 영역을 넘어 유통, 미디어, 교육 등 다양한 분야로 확대하여 바라볼 필요가 있으며, 통합적 관점을 갖고 패션 산업에 대한 이해를 높이는 것이 중요하다고 밝히고 있다. 디자이너 패션산업의 문화적 영향력에 대해 McRobbie(1997)는 단순 디자인 및 제조 산업의 영역을 넘어 도시 이미지 형성과 국가의 문화적 수준을 높일 수 있는 문화 산업의 일부라고 주장한다. 국내 디자이너 패션산업에 대한 연구는 아직 활발히 이루어지고 있지 않으며 디자이너 패션산업의 정부지원 정책에 관련된 연구(Jung, 2010; Oh & Nah, 2015) 혹은 디자이너에 관련된 디자인 연구를 중심으로 이루어지고 있어 산업에 대한 연구는 부족하다. 국내보다 디자이너 패션에 대한 연구가 활발한 영국의 정의에 따르면 디자이너 패션은 창의성과 독창성을 활용하여 기획한 독립적 상표의 의류 컬렉션으로 런던패션위크(London Fashion Week)와 같은 국제 전시회에 참여하는 개인이나 팀으로 이루어진 회사와 자신의 플래그십(flag ship) 컬렉션에 추가로 라인들을 운영할 수 있는 패션디자이너로 정의하고 있으며 그 부류는 국제적 명성이나 브랜드를 가진 유명 디자이너들에서부터 신인 디자이너까지 포함한다고 밝히고 있다(The MALCOM NEWBERY CONSULTING Company, 2003). 국내 연구에서 디자이너 패션산업에 대한 정의는 “디자이너 패션산업은 규모면에서는 소규모이며, 작업하는 방식에서는 창의적이고 독창적이고 동시에 디자이너 중심의 패션산업”이 있다(Jung, 2010). 본 연구에서는 Jung(2010)의 정의를 준용하여 연구를 진행하였다.

2.2. 문화산업의 고용 특성

국·내외적으로 디자이너 패션산업의 고용 특성에 대한 연구는 매우 부족하다. 본 연구는 디자이너 패션을 포함하는 창조산업에 대한 고용특성 고찰을 통해 디자이너 패션산업의 고용 특성을 유추해 보았다. 먼저 문화산업의 정의를 살펴보면, 개인의 창조성, 기술, 재능에 기원을 두는 산업들과 지적 재산의 형성과 이용을 통해 경제적 가치와 일자리창출이 가능한 산업들로 정의할 수 있다(Chung, 2013). 이 개념은 영국의 창조산업(Creative Industry)을 정의한 내용으로 DCMS(2007)의 보고서에 의하면 영국의 창조산업은 TV, 영화, 광고, 음악, 스포

트웨어, 건축, 디자인, 디자이너패션, 공연예술, 수공예, 출판까지 총 11개 분야를 포함하고 있다. 국내외에서 연구된 문화산업의 고용 특성은 다음과 같다.

Heo(2009)는 그의 연구에서 문화 산업 인력의 고용특성에 대해 다음의 다섯 가지로 설명하고 있다. 첫째, 교육훈련과 관련하여 문화산업 인력이 교육훈련 수준이 높으며 현장훈련이 중요하다. 둘째, 고용계약 형태와 관련하여 문화예술 인력들은 다른 분야에 비해 프리랜서, 임시직 등이 많으며 사회보장 보험 가입률이 낮은 편이다. 셋째, 직무수행에 있어 전문적 지식과 경험이 동시에 필요하다. 넷째, 전문 인력의 상대적 숙련도와 대중적 인지도 등에 따라 임금격차가 심하다. 다섯째, 채용 및 활용과 관련하여 개인적 네트워크를 활용하는 경향이 강하다. 이와 같은 특성 중 Kang(2013)는 문화노동의 중요한 특징으로 문화산업 분야는 불안정한 고용과 저임, 장시간 노동이라는 근무환경에도 불구하고 고학력의 청년 노동자가 많이 집중되는 분야라고 주장하고 있다. 이러한 열악한 고용 특성은 디자이너 패션산업에도 발견되고 있다. McRobbie(1998)는 디자이너 패션산업에 종사하는 근로자들은 소명의식과 열정으로 실패를 감당할 준비가 되어 있으며, 낮은 임금과 불합리한 근무 환경에도 불구하고 그들의 재능과 창의성이 보답 받을 것이라는 희망을 위해 감수할 가치가 있다고 생각하는 경향이 있다고 주장한다. 즉, 디자이너 패션산업에 종사한다는 것은 자율성, 공동체, 자기실현의 가능성 그리고 유명세의 가능성이 있는 자기 표현적인 노동이라는 점에서 젊은이들이 선호하고 있다는 것이다(McRobbie, 2002). 또한 문화산업 종사자에 대한 특징에 대해 Ursell의 연구(as cited in Kang, 2013)에서는 문화노동 분야에 많은 대졸자들이 양산되고 있으며 이러한 현상이 낮은 임금 또는 무급노동으로 이어지는 상태에 주목하고 있다. 그는 이렇게 좋지 않은 조건에도 많은 고학력 청년들은 문화 산업 분야를 진입하는 단계에서 무급·저임 노동 환경이 많지만 이러한 문화 노동 경험이 미래에는 자신의 커리어로 돌아올 것이라고 생각하고 있다는 것이다. 최근 들어 이러한 고학력 청년들의 무임노동의 경향이 전 세계 패션계에 이슈가 되고 있다. 영국 주요 일간지 Elliott(2010)에 따르면 실제 패션산업에서 인턴 경험은 임금이 지급되는 일자리를 구하는데 가장 보편적인 방법이지만 무급인턴 일자리를 찾는 것은 매우 어려운 일이며, 실질적인 일을 배우기 위해서 무급인턴은 선택사항이 아닌 필수사항이 되었다고 밝히고 있다. 또한 영국에서 무급인턴은 불법이지만 현장에서 광범위하게 이루어지고 있으며 이를 단속하는 방법은 복잡하고 정치권에서도 기업들의 입장을 지지하는 경향이 있다고 밝히고 있다(Fox, 2012). 이렇듯 디자이너 패션산업을 포함하는 문화산업에서 고용환경과 근로조건은 열악한 환경에 노출되어있는 상황이라고 볼 수 있다.

3. 국내 디자이너 패션산업 고용 현황 조사

3.1. 조사 대상

Table 1. Subject of survey (Unit: people, %)

	Total	Group 1	Group 2	Group 3
Survey target	112(100%)	58(51.8%)	34(30.3%)	20(17.8%)

본 연구를 위한 조사대상은 국내 활동하는 사업자 등록된 패션 디자이너 브랜드를 운영하는 대표 혹은 회사 노무 담당자로 한 브랜드 당 대표 디자이너 혹은 노무 담당자 1인으로 한정하였다. 조사대상자 추출은 문화체육관광부에서 발간한 보고서 ‘2013 패션디자이너 브랜드 실태조사’에서 조사된 디자이너 301명을 1차 조사 대상자로 정리하였다(Council of Fashion Designer of Korea, 2014) 이 중 수집된 이메일과 연락처를 이용하여 폐업하거나 더 이상 사업을 유지하고 있지 않은 브랜드를 제외한 총 243개 패션 디자이너 브랜드를 최종 모집단으로 설정하였다. 이들을 대상으로 온라인과 전화, 대면조사를 병행 실시하였으며, 설문은 2015년 9월 1일부터 10월 28일까지 약 2개월에 걸쳐 실시하였고 전체 243명 중 112명이 설문에 응하여 46.1%의 응답률을 보였다.

3.2. 조사 방법

본 연구는 국내 디자이너 패션산업의 고용에 따른 특성을 알아보기 위해 패션 디자이너 브랜드의 고용구조와 형태를 조사하였다. 이를 위해 브랜드 유지 경력에 따라 차이가 있을 것으로 판단하여 다음의 3개 그룹으로 디자이너 브랜드를 분류하여 국내 패션 디자이너 브랜드의 고용 특성을 알아보았다. 본 조사에서 ‘그룹 1’은 신인디자이너 그룹으로 디자이너 브랜드 창업 후 5년 차 이내의 그룹으로 응답자의 51.8%가 이 그룹에 속한다. ‘그룹 2’는 6년~10년 경력의 브랜드로 구성된 그룹으로 응답자의 30.3%를 차지한다. 마지막으로 ‘그룹 3’은 10년 경력 이상의 브랜드들로 응답자의 17.8%를 차지한다. 이와 같이 경력에 따라 분류된 그룹을 비교하여 브랜드 규모에 따른 고용특성의 차이를 조사하였다.

한국 패션 디자이너 브랜드의 고용구조와 특성에 대한 구체적인 현황에 대한 정보를 위해 본 조사의 설문은 크게 3개의 범주로 구조화하여 실시하였다. 설문 1단계에서는 디자이너 브랜드의 고용규모와 형태별 업무차이 파악을 위해 총 고용인 수와 정규직과 비정규직 직원 수, 주된 수행하는 업무와 고용형태를 알아보았다. 설문 2단계에서는 고용형태에 따른 급여의 차이에 대해 알아보기 위해 형태별 평균 월 급여를 조사하였다. 설문 3단계에서는 고용방식과 고용환경 개선에 대한 인식과 의지를 조사하기 위해 형태별 채용방법, 고용계약서 작성여부, 미 작성 사유, 향후 작성의사를 알아보았다.

자료의 분석을 위해 SPSS 18.0을 활용하였으며 각 그룹 간의 차이를 검증하기 위하여 비모수검증기법인 카이제곱법을 이용하였다. 본 연구를 위한 예비조사는 국내에서 활동하는 디자이너 브랜드를 유지하고 있는 대표 디자이너 8인을 대상으로 사전 설문을 실시하여 문항 및 보기를 수정하였다.

3.3. 조사 결과

3.3.1. 고용규모와 업무차이

국내 패션 디자이너 브랜드의 고용 규모는 정규직, 비정규직 모두를 포함하여 10인 이하의 소규모 브랜드를 운영하는 비율이 전체의 72.3%를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 경력별 그룹으로 나누어 보면 ‘그룹 1’의 93.1%, ‘그룹 2’의 85.3%가 10인 이하를 고용하고 있는 것으로 조사되었다. 10년 이상 브랜드를 유지하고 있는 ‘그룹 3’은 10인 이하를 고용하는 경우와 10년 이상 50인 이하를 고용한다는 응답이 45%로 같았다. 본 조사에서는 브랜드 유지 기간이 길어질수록 직원 고용 규모 또한 증가하는 양상을 보이고 있다. 고용형태로 나누어 조사해보면 전체적으로 정규직(81%), 비정규직(19%)의 비율로 고용하고 있었다. 그룹별로 나누어 보면 ‘그룹 1’에서 정규직(57%), 비정규직(43%)인 것으로 조사되었으며 ‘그룹 3’에서는 정규직(95%), 비정규직(5%)의 비율로 고용하고 있는 것으로 나타났다 (Table 2).

Table 2. Scale of employment (Unit: %)

The number of people	Total employees(%)			
	All	Group 1	Group 2	Group 3
None	9.8	19.0	0.0	0.0
1~10	72.3	74.1	85.3	45.0
11~50	12.5	0.0	11.8	45.0
51~100	2.7	0.0	2.9	10.0
No answer	2.7	5.2	0.0	0.0
Permanent employees(%)				
None	16.1	27.6	5.9	0.0
1~10	65.2	62.1	82.4	45.0
11~50	10.7	0.0	8.8	45.0
51~100	2.7	0.0	2.0	10.0
No answer	5.4	10.3	0.0	0.0
Temporary employees(%)				
None	45.5	44.8	38.2	60.0
1~10	48.2	19	46.6	43
11~50	58.8	23	58.8	23
51~100	35.0	5	35.0	5
No answer	6.3	8.6	2.9	5.0

Table 3. Result of permanent employment compare group 1 with group 3

The number of people	Permanent employees(people)	
	Group 1	Group 3
None	16	0
1~10	36	9
11~50	0	9
51~100	0	2
k^2	36.111***	
(p value)	(0.001)	

*** p<.001

Table 4. Result of temporary employment compare group 1 with group 3

The number of people	Temporary employees(people)	
	Group 1	Group 3
None	26	12
1~10	27	7
k^2	1.116	
(p value)	(0.2908)	

Table 3에서 브랜드 유지 경력이 5년 이하인 ‘그룹 1’과 브랜드 유지 경력이 10년 이상인 ‘그룹 3’간의 정규직 고용에 대해 그룹별 정규직 고용 분포의 차이는 없을 것이라는 귀무가설을 카이(k^2)검증한 결과 ‘그룹 3’에서 정규직에 대한 의존도가 ‘그룹 1’보다 높은 것으로 조사되었다. 이러한 분석결과는 ‘그룹 3’에서 ‘그룹 1’보다 정규직을 더 많이 고용하고 있는 것으로 나타났다. 다만 분포도에서 나타난 브랜드 유지 경력이 짧을수록 정규직보다는 비정규직에 대한 의존도가 높아 보이는 현상에 대해 ‘그룹 3’과 ‘그룹 1’에 대한 비정규직 고용에 대해 비교해 본 결과 통계적으로 유의미한 결과를 도출하지 못했다(Table 4). 이러한 결과는 국내 디자이너 패션 브랜드는 정규직 규모와 비교하여 비정규직 고용에 있어 차이가 있지 않은 것으로 분석된다. 국내 패션 디자이너 브랜드의 고용규모 특징을 보면 경력 10년 이하 경우 10인 이하로 고용하고 있는 비율이 매우 높으며 경력 10년 이상의 경우 고용 규모가 급격히 늘어나는 현상을 발견할 수 있었다.

3.3.2. 고용형태에 따른 업무차이

고용형태에 따른 주요 업무를 조사한 결과 정규직은 주로 기획 및 디자인 업무, 유통 마케팅, 샘플·생산관리 등 중요업무를 수행하는 비율이 높았으며 비정규직은 업무보조, 판매 등 단순 업무를 주로 담당하고 있었다(Table 5). 하지만 브랜드 유지 기간에 따른 그룹별로 고용 형태에 따른 주요업무를 검증한 결과 각 그룹 간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 조사되었다(Table 6). 다만 브랜드 유지기간에서 상당한 차이가 있어 정규직과 비정규직 직원 간의 업무 차이가 예상되는 ‘그룹 1’과 ‘그룹 3’을 대상으로 정규직과 비정규직의 업무차이가 있다는 질문 결과 통계적으로 10% 수준에서 유의한 차이를 나타내고 있는 것으로 나타났다(Table 7). 이와 같은 결과는 상대적

Table 5. The main task according to forms of employment

(Unit: %)				
The main task (within top 5)				
		Permanent(%)		Temporary(%)
1	Products plan-Design	26.5	Business assistant	16.5
2	Distribution-Marketing	16.5	Sales	14.3
3	Sampling-Manufacture	12.7	Products plan-Design	4.5
4	General office work	6.8	Distribution-Marketing	4.5
5	Sales	2.8	Sampling-Manufacture	3.0

Table 6. Difference of the main task between each groups

The number of people	Respondents(people)		
	Group 1	Group 2	Group 3
Yes	20	14	4
No	10	15	7
k^2	3.699		
(p value)	(0.1573)		

Table 7. Difference of the main task between group 1 and group 3

The number of people	Respondents(people)	
	Group 1	Group 3
Yes	20	4
No	10	7
k^2	3.045*	
(p value)	(0.081)	

* $p < .01$

으로 고용 규모가 작은 ‘그룹 1’과 ‘그룹 2’에서는 정규직과 비정규직의 업무에 차이가 없으나 브랜드 유지기간에서 차이가 크며 고용의 규모 또한 차이가 큰 ‘그룹 1’과 ‘그룹 3’은 비정규직의 업무가 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

비정규직의 고용 형태를 조사한 결과 무응답을 제외하면 ‘그룹 1’에서는 아르바이트(50.0%), 인턴(24.9%), 프로젝트 계약직(13.9%)인 것으로 조사되었으며, ‘그룹 2’는 인턴(42.9%), 아르바이트(32.8%), 프로젝트 계약직(14.3%)의 형태로 고용하고 있었다. ‘그룹 3’은 인턴(22.2%), 아르바이트(77.8%)이며 프로젝트 계약직의 형태의 비정규직 고용은 없는 것으로 조사되었다. 다른 그룹과 달리 ‘그룹 2’에서는 아르바이트보다 인턴을 비정규직으로 고용하고 있는 비율이 높았다.

3.3.3. 고용형태에 따른 급여 수준

국내 패션 디자이너 브랜드의 정규직 평균 급여 수준을 조사한 결과 151만원에서 200만원을 지급하고 있다는 응답이 제일 많았으며 그다음인 117~150만원, 201~250만원 순으로 조사되었다. 그룹별로 무응답을 포함한 결과를 살펴보면 ‘그룹 1’의 경우 조사 전체와 비슷하게 151~200만원 구간(24.1%)이 제일 많았으며 다음으로 201~250만원 구간(15.5%), 117~150만원 구간(13.8%) 순으로 나타났다. ‘그룹 2’의 경우 또한 151~200만원(47.1%), 117~150만원(17.6%), 201~250만원(8.8%) 순으로 평균 급여를 지급하고 있는 것으로 조사되었다. 하지만 10년 이상 브랜드를 유지하고 있는 ‘그룹 3’의 경우는 앞의 두 그룹과 다르게 201~250만원, 251~300만원을 지급하고 있다는 응답이 각각 25%인 것으로 조사되어 평균 급여 수준이 급상승하고 있는 것을 알 수 있다(Table 8).

비정규직의 평균 급여를 조사한 결과 전체적으로 117~150만원을 지급하고 있다는 응답이 가장 많았으며 다음으로 116만원 이하 구간, 151~200만원 구간 순으로 나타났다. 그룹별로

Table 8. Average wages of permanent employees (Unit: %)

Average wages of permanent employees				
Section (ten thousand won)	Total	Group 1	Group 2	Group 3
~116	2.7	5.2	0.0	0.0
117~150	14.3	13.8	17.6	10.0
151~200	28.6	24.1	47.1	10.0
201~250	15.2	15.5	8.8	25.0
251~300	5.4	1.7	0.0	25.0
301~350	0.0	0.0	0.0	0.0
351~	1.8	0.0	2.9	5.0
No answer	32.1	39.7	23.5	25.0

Table 9. Average wages of temporary employees (Unit: %)

Average wages of temporary employees				
Section (ten thousand won)	Total	Group 1	Group 2	Group 3
~116	13.4	8.6	20.6	15.0
117~150	16.1	17.2	20.6	5.0
151~200	10.7	17.2	5.9	15.0
201~250	4.5	5.2	5.9	15.0
251~300	0.9	1.7	0.0	0.0
301~350	0.0	0.0	0.0	0.0
351~	0.9	1.7	0.0	0.0
No answer	53.6	53.4	47.1	65.0

차이를 살펴보면 ‘그룹 1’은 전체 응답과 유사한 결과를 보이고 있다. ‘그룹 2’의 경우 최저임금을 의미하는 116만원 이하 구간과 최저임금을 약간 상회하는 117~150만원 구간 각각 20.6%인 것으로 조사되었다. ‘그룹 3’에서는 116만원 이하 구간이 15.0%, 151~200만원 구간이 15%인 것으로 나타났다. 비정규직 평균급여에 대한 질문에서는 정규직 평균 급여에 대한 질문보다 무응답 비율이 매우 높게 나왔다(Table 9).

3.3.4. 고용방식과 고용계약서 작성

국내 패션 디자이너 브랜드의 직원 채용 방법과 국내 패션 디자이너 브랜드의 고용계약서에 대한 인식을 알아보기 위해 고용계약서 작성 여부에 대한 조사와 미 작성 브랜드의 경우

Table 10. Ways to employ permanent employees (Unit: %)

	Total	Group 1	Group 2	Group 3
Open recruitment on occasion	47.6	31.5	66.7	58.6
Special recruitment on occasion	32.0	30.1	28.9	41.4
Regular open recruitment	1.4	2.7	0.0	0.0
Others	2.7	4.1	2.2	0.0
No answer	16.3	31.5	2.2	0.0

그 이유를 알아보았다. 먼저 정규직 채용 시 선호하는 방법을 조사한 결과 전체적으로 수시 공채로 직원을 고용한다는 응답이 47.6%로 가장 높았으며, 수시 특채가 32.0%인 것으로 조사되어 패션 디자이너 브랜드는 주로 인력이 필요할 시 수시로 정규직 직원을 채용하는 것으로 나타났다. 그룹별로 고용 방식을 비교한 결과 ‘그룹 1’의 경우 수시 공채(31.5%)와 수시 특채(30.1%)의 방법으로 정규직 직원을 채용하고 있었다. ‘그룹 2’의 경우는 다른 그룹과 비교하여 수시 공채(66.7%)의 비율이 수시 특채(28.9%)보다 월등히 높아 수시 공채의 방식을 선호하는 것으로 조사되었다. ‘그룹 3’의 경우도 수시공채(58.6%)로 정규직 직원을 채용하는 경향성이 있는 것으로 나타났다(Table 10).

비정규직 고용 방법은 정규직과 유사하게 수시공채와 특채를 통해 채용하고 있는 것으로 조사되었다. 각 그룹별로 비정규직 고용방법을 살펴보면 ‘그룹 1’은 29.2%, ‘그룹 2’는 50.0%, ‘그룹 3’은 36.1%의 비율로 수시공채 방식을 통해 비정규직을 고용하고 있었다.

고용계약서 작성여부에 대해 알아본 결과 전체적으로 66.1%가 고용계약서를 작성하고 있다고 응답하였다. 각 그룹별로 알아보면 ‘그룹 1’의 경우는 48.3%만 고용계약서를 작성하고 있다고 밝힌 반면, ‘그룹 2’와 ‘그룹 3’의 경우 85% 이상 고용계약서를 작성하고 있는 것으로 조사되어 상당히 높은 수준인 것으로 나타났다(Table 11).

고용계약서를 작성하고 있지 않다고 답변한 브랜드를 대상으로 미 작성에 대한 이유를 조사한 결과 전체의 42.1%가 직원 채용 시 고용계약서 작성에 대한 정보가 없다고 답변하였고, 36.8%는 고용계약서 필요성을 느끼지 못했다고 생각한 것으로 조사되었다. 그룹별로 보면 약간의 인식 차이가 존재한다. ‘그룹 1’의 경우는 필요성이 부족(45.5%)이라고 답변한 의견이 정보부족(27.3%)을 답변한 의견보다 많았지만 ‘그룹 2’의 경우에는 고용계약서 작성 의무에 대한 정보부족(80.0%)이 필요성 부족(20.0%) 답변보다 상당히 높은 것으로 나타났다. 현

Table 11. Whether or not to fill in an employment contract (Unit: %)

	Total	Group 1	Group 2	Group 3
Yes	66.1	48.3	85.3	85.0
No	18.8	24.1	11.8	15.0
No answer	15.2	27.6	2.9	0.0

재 고용계약서를 작성하고 있지 않다는 응답자를 대상으로 조사한 결과 응답자의 90.5%가 향후 직원 채용 시 고용계약서 작성을 하겠다는 의향을 보였다.

3.4. 조사 결과와 함의

국내 패션 디자이너 브랜드 고용 현황조사를 통해 나타난 결과에 따른 함의는 다음과 같다.

첫째, 국내 패션 디자이너 브랜드 고용규모는 브랜드별로 10인 이하의 직원을 고용하고 있다는 응답이 72.3%로 가장 많아 전체적으로 소규모 인력으로 회사를 운영하고 있는 것으로 나타났다. 회사 운영 경력과 인력 규모의 관계를 보면 브랜드 유지 경력이 길어질수록 직원 고용 규모 또한 증가하는 양상을 보이고 있어 국내 디자이너 패션산업의 고용 규모를 확대하기 위해서는 국내 패션 브랜드의 성장을 통해 이루어 질 수 있을 것으로 판단된다. 국내 문화산업 종사자 규모별 종사자 현황과 비교하면 1-9인을 고용하고 있는 비율은 전체의 44.8% 수준으로 국내 디자이너 패션산업은 문화산업에 비교하여 상대적으로 소규모로 고용을 하고 있는 것으로 나타났다(KOCCA, 2015b)¹⁾. 이와 더불어 고용인원이 1명도 없다고 응답한 비율이 '그룹 1'에서만 19.0%를 차지하는 상황은 개선되어야 할 부분으로 판단된다.

둘째, 국내 디자이너 패션산업의 비정규직 고용을 보면 브랜드 별로 평균 10인 이하의 비정규직을 고용하고 있는 것으로 조사되었다. 정규직과 비정규직의 비율은 각각 81%와 19%인 것으로 조사되었다. 브랜드 유지기간이 짧을수록 정규직보다는 비정규직에 대한 의존도가 높으며 브랜드 유지기간이 길수록 정규직에 대한 고용이 높은 것으로 분석된다. 국내 문화산업과 비교하면 콘텐츠산업 종사자 중 정규직은 79.3%, 비정규직은 20.3%로 유사한 결과를 보여주고 있다.

셋째, 고용 형태에 따른 업무의 차이를 알아본 결과 정규직은 주로 기획·디자인, 생산관리 등의 업무를 수행하고 있으며 비정규직의 경우 단순 판매직이나 단순 업무 보조의 업무를 수행하고 있는 것으로 조사되었다. 이는 패션 디자이너 브랜드의 핵심 임무는 기획 및 디자인 관련 업무임을 상기하면 정규직이 기획 및 디자인 업무를 주로 수행하고 있는 것은 당연한 결과라고 판단된다.

넷째, 국내 패션 디자이너 브랜드의 평균 급여 수준을 조사한 결과 151~200만원 구간이 가장 많은 것으로 나타났다. 비정규직의 경우 117~150만원인 경우가 많아 정규직과 비정규직

의 임금차이는 크지 않았다. 다만 브랜드 유지 경력이 10년 이상인 '그룹 3'의 경우는 평균 급여의 격차가 존재하는 것으로 조사되었다.

다섯째, 직원 채용 방법에 있어서는 수시공채와 특채를 이용하는 비율이 높으며 이는 정규직과 비정규직 모두에게 나타나는 특징이다. 이러한 고용 특성은 개인적 네트워크를 통해 고용 대상을 알아보는 문화산업에서도 유사하게 나타나는 현상이다.

여섯째, 국내 패션 디자이너 브랜드의 고용 의식 수준을 알아보기 위해 고용계약서 작성에 대한 조사에서 나타난 결과는 이미 현재 상당수의 브랜드에서 고용계약서를 작성하고 있으며 아직 작성하고 있지 않은 브랜드 또한 향후 작성의지를 보여주고 있다는 점에서 향후 국내 디자이너 패션산업의 고용 환경이 보다 개선될 것으로 기대된다.

4. 결 론

본 연구는 국내 디자이너 패션산업의 고용 구조 및 특성을 파악하여 향후에 패션 디자이너 브랜드 고용 환경 개선을 위한 기초 자료를 제공하는 것에 연구의 목적이 있다. 이를 위해 국내 패션 디자이너 브랜드의 대표 디자이너 혹은 인사담당자를 대상으로 고용형태와 고용규모 그리고 고용방식에 대해 설문 조사하였다. 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 국내 패션 디자이너 브랜드 고용규모는 전체적으로 소규모 인력으로 회사를 운영하고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 국내 디자이너 패션산업의 비정규직 문제를 보면 브랜드 별로 평균적으로 10인 이하의 비정규직을 고용하고 있는 것으로 조사되었으며 전체 고용인원에서 보면 정규직 81%, 비정규직 21%인 것으로 나타났다. 셋째, 고용 형태에 따른 업무의 차이를 알아본 결과 정규직은 주로 기획·디자인, 생산관리 등의 업무를 수행하고 있으며 비정규직의 경우 단순 판매직이나 단순 업무 보조의 업무를 수행하고 있었다. 넷째, 국내 패션 디자이너 브랜드에 고용된 정규직 평균 급여 수준은 151~200만원 구간이 가장 많은 것으로 나타났다. 비정규직의 경우 117~150만원 구간이 가장 많아 정규직과 비정규직의 임금차이는 크지 않았다. 다섯째, 직원 채용 방법에 있어서는 수시공채와 특채를 이용하는 비율이 높다. 여섯째, 국내 패션 디자이너 브랜드의 고용계약서 작성에 대한 조사에서 나타난 결과는 현재 상당수의 브랜드에서 고용계약서를 작성하고 있었다. 문화산업에 나타난 고용 특성과 비교하면 소규모이며 비정규직에 대한 의존도가 높으며 상대적으로 적은 임금으로 고용하고 있었다. 채용 방식에 있어서도 수시 특채 비율이 높아 개인적 네트워크에 의존하는 경향 또한 존재하는 것으로 조사되어 문화산업의 고용 특성과 국내 디자이너 패션산업의 고용특성에 상당한 유사점이 발견되었다.

조사의 결과를 바탕으로 몇 가지 정책적 시사점을 제안할 수 있다. 국내 디자이너 패션산업 종사자의 고용 규모나 질적 측면에서 보면 매우 소규모이며 낮은 임금 대를 형성하고 있다. 물론 이러한 현상은 국내 디자이너 패션산업의 산업 규모 적

¹⁾한국콘텐츠진흥원에서 발간한 2014 콘텐츠산업 통계조사는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송영상독립제작사, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션 등 총 11분야에 대해 조사한 내용을 담고 있다. 본 조사에 따르면 업체별로 1-9인을 고용하고 비율이 가장 높은 분야는 음악 분야이며 전체 중 91.9%가 10인 이하의 인원을 고용한 것으로 조사되었다. 다음으로 만화(87.4%)이며 다른 분야의 경우 모두 디자이너 패션산업의 비율보다 낮은 것으로 조사되었다.

측면에 기인한 바가 크지만 패션산업에 있어 디자이너 패션산업의 중요성을 생각하여 정책적 보호 장치가 필요하다. 특히 산업에 진입한지 얼마 되지 않은 신인 그룹의 경우 근로환경과 인력 구성이 더욱 열악한 상황인 것으로 조사되었다. 한 산업의 발전을 위해 진입단계에 속한 신인 그룹에 대한 중요성에 대해서는 주지하다시피 매우 중요한 부분이다. 국내 디자이너 패션산업의 지속적 발전을 위해서는 이들 신인 그룹에 대한 관심과 지원은 필요하다. 본 연구 결과가 디자이너 패션산업의 발전을 위한 고용 정책 입안에 기여할 수 있기를 기대한다.

본 연구는 디자이너 패션산업이 가지고 있는 고용의 현황을 파악하고 이를 바탕으로 국내 디자이너 패션산업이 지향해야 할 전략방향을 제시하기 위한 기본적 자료를 제공하고자 하였다. 다만 보다 다양한 측면에서 조사가 부족하였고 이로 인해 보다 심층적 분석을 하지 못한 것은 본 연구의 한계라고 할 수 있다. 디자이너 패션산업은 국가의 신 성장산업으로서 문화·창조산업의 중요한 한 축으로 성장하기 위해 산업에 대한 비전과 발전을 견인할 수 있는 고용 정책이 필요하다. 이를 위해서는 단순한 노동 정책이 아닌 산업의 특성을 고려한 다양한 지원이 함께 연동되는 큰 그림을 그려야 효과성을 기대할 수 있을 것이다.

References

British Fashion Council. (2010). *The value of the UK fashion industry*. London; Author. Retrieved April 9, 2016, from <http://www.britishfashioncouncil.com/uploads/media/62/16356.pdf>

Chung, J. E. (2013). The rise of the British creative industries policy - A study on the conceptual shift. *The Journal of Cultural Policy*, 27(1), 122-145.

Council of Fashion Designer of Korea. (2014). *2013 Fashion designer brand survey*. Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism Council.

Department for Culture, Media and Sport. (2007). *Staying ahead: The*

economic performance of the UK's creative industries. Retrieved March 28, 2016, from http://www.theworkfoundation.com/Assets/Docs/Creative_Industries_Chapter6_annex.pdf

Elliott, J. (2010, July 24). Fashion industry internships: Exploitation or experience?. Retrieved March 2, 2016, from Theguardian.com.

Fox, I. (2012, May 30). Internships: The reality is, that's how people get into fashion. Retrieved March 2, 2016, from Theguardian.com.

Heo, S. (2009). An analysis of the determinants of wage and employment types in cultural industries: Comparisons between manufacturing and cultural industries in Korea. *산업경제연구*, 22(5), 2085-2108.

Jung, J. W. (2010). Research on the characteristic of designer fashion industry and government support policy. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 10(1), 93-106.

Kang, Y. S. (2013). Characteristics of cultural work and gender issues in UK creative industries. *한국여성학*, 31(2), 181-211.

Korea Creative Content Agency. (2015a). *A white paper on content industry 2014*. Seoul; Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Korea Creative Content Agency. (2015b). *Statistical survey of contents industry*. Seoul; Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Korea Culture and Tourism Institute. (2010). *Fashion Korea Vision 2015*. Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism.

McRobbie, A. (1997). *British fashion design: Rag trade or industry*. London: Routledge.

McRobbie, A. (2002). Club to companies: notes on the decline of political culture in speed up creative worlds. *Cultural Studies*, 16(4), 516-531.

Oh, S. J., & Nah, K. (2015). Analysis of domestic and foreign policy for the startup of rising fashion designer -Focused on the fashion policy between UK and South Korea. *Journal of Korea Design Knowledge*, 34, 63-73.

The MALCOM NEWBERY CONSULTING Company. (2003). *A study of the UK 'Designer Fashion' sector: findings and recommendations*. London: The Department of Trade and Industry.

(Received 2 May 2016; 1st Revised 19 May 2016; 2nd Revised 12 June 2016; Accepted 15 June 2016)