

한국 어패럴 산업의 가치 제고를 위한 변수 요인의 통시적 연결구조 분석 -패션 신문 기사를 중심으로-

김장현^{1*}, 이지연²

¹중앙대학교 패션전공, ²여주대학교 패션산업과

Diachronic Network Analysis on Variable Factors for enhancing the Values of Apparel Industry in South Korea -Focused on Fashion Newspaper Articles-

Jang-Hyeon Kim^{1*}, Ji-Yeon Lee²

¹Division of Fashion, Chung-Ang University

²Division of Fashion Industry, Yeosu Institute of Technology

요약 한국의 패션 산업은 국가 산업 발전에 일조하는 하나의 핵심 분야로 성장해왔지만, 세계 경기 침체로 인한 저성장 시대의 도래, 소비경향의 변화 등의 영향으로 마이너스 성장세를 지속하고 있다. 이에 따라 본 연구는 최근 5년간 패션 신문 기사를 토대로 한국의 어패럴 산업에 영향을 미치는 사회적 변화 요인 및 어패럴 기업들의 경영 환경 변화 요인과 관련된 핵심 텍스트들을 연결망 구조 분석을 활용하여 통시적인 관점에서 그 양상을 탐구해보고 한국 패션 산업의 가치 제고를 위한 함의점을 논하고자 하는데 목적이 있다. 본 연구의 결과, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 정치·경제적 측면의 제언점으로 정부가 새로운 정책의 제시나 패션 산업과 연계된 지정학적 사안 또는 정세 변화에 대하여 보다 실질적인 측면의 소통을 통하여 정치적 영향에 따른 피해를 최소화해야 한다. 둘째, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 사회·문화적 측면의 제언점으로 미래의 방향을 예측할 수 있는 타 분야 기관과의 협력을 통한 전략 체계 구축을 통하여 기업의 미래에 대한 불확실성을 줄여야만 한다. 셋째, 한국 어패럴 산업의 경영 환경 변화의 제언점으로 한국 어패럴 기업들은 기업의 이익보다는 상생하여 서로 함께 더 나은 사회를 만들기 위한 발전을 도모하고자 하는 의식의 중요성을 인지해야만 한다.

Abstract The fashion industry in Korea has grown into a core sector that contributes to the development of national industries, but it has shown negative growth due to the advent of a low-growth era. This study aims to explore core texts related to variable factors affecting the apparel industry in Korea (and the environmental change factors of apparel companies) by using network analysis from a diachronic point of view. In addition, we discuss the implications of enhancing the value of fashion industries in Korea based on articles in fashion newspapers over five years. The conclusion of this study is as follows. First, as a suggestion for political and economic aspects, the government should minimize the damage caused by political influence by presenting new policies, or by communicating about the practical aspects of geopolitical issues and changes linked to the fashion industry. Second, as a suggestion of socio-cultural aspects, it is necessary to reduce uncertainty about the future by establishing a strategic system through cooperation with institutions that can predict future directions. Third, as a suggestion for management changes in the apparel industry, apparel companies in Korea should recognize the importance of consciousness of promoting development for a better society from coexistence, rather than corporate profit.

Keywords : Apparel Industry, Diachronic Connection Network, Variable Factors For Enhancing The Values Newspaper Articles, South Korea

이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A5A8026979)

*Corresponding Author : Jang-hyeon Kim(Chung-Ang Uni.)

email: jamie8122@naver.com

Received October 17, 2019

Revised November 22, 2019

Accepted February 7, 2020

Published February 29, 2020

1. 서론

한국의 패션 산업은 1960년대 섬유 제조를 시작으로 OEM 방식의 의류수출, 자국 브랜드의 런칭 등 수많은 경험과 한국인만의 창조적 아이디어의 결합을 토대로 국가 산업 발전에 일조하는 핵심 분야로 발전해왔다. 이는 한국의 여러 패션 기업들이 사회적 유행을 토대로 소비자의 구매 욕구를 불러일으킬만한 창의적이고 새로운 패션 아이템의 개발과 다양한 홍보 전략을 통하여 기업과 소비자 간의 원활한 소통과 공감대를 형성함으로써 기업의 매출 증진 및 경쟁력 강화를 통한 자기기업의 가치를 제고하는데 매진한 결과[1]라고 할 수 있다. 하지만 이 같은 노력에도 불구하고 한국 패션 산업의 시장 규모는 2018년 43조원으로 2015년 45조원에 대비하여 약 2조원 하락하는 결과[2]를 보이며, 마이너스 성장세를 지속하고 있다. 이 같은 배경에는 세계 경기 침체로 인한 저성장 시대의 도래, 소비경향의 변화, 국내 의류업체들의 높은 유통 채널 의존도 등[3]을 들 수 있는데, 현재 정체를 맞고 있는 패션 산업 시장의 활성화를 위해 패션 산업의 동향에 대한 총체적인 분석을 토대로 패션 기업의 가치 제고를 위한 새로운 방향 모색이 필요한 시점이라고 사료된다.

패션 산업의 동향은 대중 매체를 통하여 보도되는 수많은 정보들을 통하여 추정해 볼 수 있는데, 다양한 대중 매체 중 신문은 그 시대의 사회상을 대변해 주는 매스 커뮤니케이션의 한 형태로 기록성으로 인하여 반복해서 접촉하기 용이하며, 그 내용이 시의성을 가지고, 일정한 간격을 두고 발행되는 정기성을 함양하고 있다[4]. 다시 말해서, 신문은 정기적으로 발행되는 공적인 매체로 해당 시기의 주요한 이슈에 대해 폭넓게 다루고 있다는 점에서 사회에서 일어나는 현상을 가장 적극적으로 표출하는 매체라고 할 수 있다. 또한, 특정 분야의 사실 기술과 전문가들의 의견을 종합적으로 제공함으로써 관련 영역의 다양한 모습과 실천을 반영[5]하고, 향후 미래에 대한 방향성을 예측해보는데 중요한 역할을 한다. 신문 기사에서 다양한 정보들의 공급 수단은 텍스트와 이미지를 통하여 이루어지는데, 특히, 텍스트는 동시대를 사는 사람들의 언어, 문화, 사회적 특성이나 소비자의 잠재적 의식이 반영된 트렌드를 표출하는 대표적인 도구[6]이며, 사회현상을 의미 있게 구조화한 상징적 지표라고 할 수 있다. 즉, 신문의 텍스트가 함양하고 있는 의미는 거대한 사회문화적 현상이자 산업적 유기체인 패션 산업의 동향까지도 대변해주는 하나의 거울이라고 할 수 있다. 이와 같이 신

문 기사에 나타난 텍스트들의 분석을 통하여 패션 기업들이 추구하고 있는 동향, 더 나아가 패션 산업에 영향을 주는 요인에 대한 탐색은 빠르게 변화하는 시대에 대처해야 하는 패션 산업에서 향후 국내 패션 기업의 경쟁력 강화 및 성장의 목표 실현을 위한 하나의 빅 데이터가 될 수 있을 것이며, 이를 위해 의류학 분야에서도 산업화학에서 정보사회로 이동하고 있는 현대 사회에 산재해 있는 방대한 양의 정보를 신문 기사와 관련하여 패션 산업에 영향을 미쳤던 코드 및 패션 기업들이 실천하고 있는 방향을 탐색하는 학제적 연구의 필요성이 있다고 사료된다.

본 연구와 관련된 선행연구에 대해 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 패션 산업 및 기업과 관련 선행연구[7-10]는 한국 패션 기업의 다양한 사례를 중심으로 경영 전략이 기업의 수익 및 소비자들에게 어떠한 영향을 미치는지 분석하거나 패션 기업의 경쟁력 강화를 위한 발전 방향성에 대하여 제시하는 연구가 대부분임으로 거시 경제의 관점에서 향후 빠르게 변화하는 패션 산업의 환경의 중장기적인 시장 흐름의 파악을 위해 기업의 환경 변화 및 해당 시기에 관련된 사회적 변화 요인들을 함께 분석할 필요성이 있으며, 좀 더 세부적인 범위 설정을 통한 분석이 요구된다. 둘째, 패션 분야에서 신문 기사와 관련된 연구[11-14]는 주로 종합일간신문을 중심으로 패션 저널리즘, 환경 문제, 하의 실종 패션, 한국적 패션 등 당대의 주요한 이슈에 대한 기사문의 내용 분석을 통하여 그 특성과 기능, 사회적 의미와 인식 또는 문제점에 대한 해결방안에 대하여 탐구하는 연구가 주를 이루었으나, 연구의 대상 및 범위가 한정적이고 발 빠르게 변화하는 패션 산업의 영역을 파악하기 위한 구체적이고 다각화된 시각에서의 연구가 미흡한 실정이다. 이에 따라 패션의 동향에 대해 보다 전문적인 보도를 수행하고 있는 국내 패션 신문들을 토대로 기사를 구성하는 텍스트들이 나타내는 패션 산업 및 기업의 동향 및 변화에 대해 통시적으로 살펴볼 필요성이 있음을 파악할 수 있다. 셋째, 연결망 구조와 관련된 연구[15-18]는 교육, 언론, 건축, 군사, 정치 등 다양한 분야에서 다수 활용되고 있으며, 의류학 및 패션 디자인 영역에서도 연결망 구조 방법을 적용한 연구가 점차 시도되고 있는 추세이다.

이에 본 연구는 패션 산업의 현황에 대해 보다 전문적이며 심층적인 보도를 하고 있는 국내 패션 신문들을 매개로 하여 한국의 어패럴 산업에 영향을 미치는 사회적 변화 요인 및 어패럴 기업들의 경영 환경 변화 요인과 관련된 기사문을 토대로 연도별 변화 양상을 구체적으로

살펴보고, 이와 관련된 핵심 텍스트들을 추출, 최근 5년간 통시적인 관점에서 연결망 구조 분석을 활용하여 그 양상을 탐구해보고자 하는데 목적이 있다. 더 나아가 패션 산업 및 패션 기업의 가치 제고를 위한 일련의 함의점을 논하고자 한다. 본 연구는 신문 기사문을 토대로 패션 산업 환경 변화에 대한 흐름, 기업의 경영 환경의 변화, 국제 정세 및 사회문화적 경향 등과 같은 다양한 변수 요인들이 한국 패션 산업에 어떠한 영향을 미쳤는가에 대한 상호관련성을 규명함으로써 한국의 패션 산업의 가치 제고 및 경쟁력 강화를 위한 미래 방향의 데이터베이스로 활용될 수 있으며, 향후 패션 산업에 영향을 미칠 수 있는 위험 요소까지도 추정해볼 수 있다는 점에서 연구의 실용적 가치가 있다고 사료된다. 뿐만 아니라 패션 분야에서 패션 저널리즘을 대상으로 하는 학술 연구가 매우 희소했다는 측면을 고려해볼 시 이러한 연구가 제공할 수 있는 기여도 및 학술 자료로서 의의가 존재한다고 판단되며, 본 연구에 적용될 사회행정학적 연구 방법은 의류학 분야에서 새로운 사고의 전환 아래 학제적 융합을 통하여 패션의 정보 분석이 가능하다는 새로운 방법론적 교육에 대한 유연한 사고로서의 높은 활용도를 제시할 수 있다.

연구 방법은 한국 어패럴 기업 및 신문 매체, 의미 연결망 분석에 관련된 선행 연구 논문, 국내외 단행본, 인터넷 및 전문서적을 활용한 이론적 연구와 패션 신문지(한국 섬유 경제 신문, 국제 섬유 신문, TIN 뉴스, 텍스타일 라이프, 패션 저널)를 중심으로 수합한 총 44,539개의 텍스트들을 토대로 통시적 연결 구조 분석을 병행하였다. 연구의 시기적 범위의 설정은 거시경제란 3~5년의 중기적인 시간을 두고 순환하는 특징[19]을 지니고 있는데, 이를 고려하여 2014년부터 2018년까지 최근 5년으로 제한하였다.

2. 이론적 배경

2.1 한국 어패럴 산업에 대한 일반적인 고찰

의란 인간의 생활에 필요한 3대 필수요건 중 하나로, 이를 기반으로 하는 패션산업은 국민문화의 척도를 가늠해볼 수 있는 기준이 되기도 한다.

패션 산업[20-21]은 광의적인 개념으로 의류의 생산과 판매에 관련되는 일련의 구조적 체계를 지칭한다. 세부적으로는 의류나 패션 액세서리 제작에 필요한 직물 및 원료를 공급하는 파이버 산업과 텍스타일 산업, 생산

제품을 판매하는 유통 산업, 상품 기획과 의류 제품을 생산하여 최종적으로 상품화시키는 어패럴 산업[20-21]으로 구분할 수 있다. 패션 산업은 이상에서 언급된 각각의 세부 산업들의 상호연계적인 사슬 구조로 이루어져 있으며, 패션 산업의 핵심적인 위치를 차지하는 어패럴 산업은 전체 사슬 구조의 운영에 중심적인 역할을 수행하고 있다[20].

어패럴 산업은 감각산업이자, 지식 집약적 고부가가치 산업이라는 특성을 함양하고 있는데, 숙련된 기술을 요구하는 노동력과 함께 심리적 효용가치를 함양할 수 있는 감각, 소비자의 요구도 동향 및 사회적 변화의 흐름에 대한 정보력을 토대로 소비자의 만족도를 높일 수 있는 고부가가치의 상품을 생산해낸다고 할 수 있다[21-24].

한국 어패럴 산업은 150여년의 역사를 갖고 있는 미국에 비해, 50년이라는 짧은 역사를 가지고 있지만, 섬유 산업과 함께 지난 1980년대 중반까지 우리나라 경제를 이끌어온 대표적인 수출산업이었으며, 현재 아시아를 선도하는 의류생산기술보유국으로 그 능력을 인정받고 있다[20,25]. 어패럴 산업이 섬유 산업과 함께 과거 우리나라 대표적인 산업으로 성장할 수 있었던 배경으로 1970년대 섬유 수출의 둔화와 저임금 노동력이 어패럴·섬유 산업과 결합되었음에 기인한다고 할 수 있다[25]. 현재 국내 어패럴 산업의 정립 시기는 기성복의 탄생기라 할 수 있는 1970년대를 그 시발점으로 볼 수 있는데, 섬유 수출의 둔화로 인하여 삼성물산, 한일합섬, 유림 통상 등의 대기업이 기성복 브랜드를 출시함으로써 백화점, 직영점, 대리점 등의 유통 채널이 형성되었으며, 내수시장의 기성복 비율이 점진적으로 신장되었다[24,26-27]. 1980년대를 기점으로 본격적인 어패럴 산업의 시대를 맞이하게 되었는데, 소비자들의 생활수준 향상에 따른 패션의 안목이 높아짐에 따라 대기업에서는 해외의 유명 브랜드의 도입 및 기술 제휴를 통하여 다양한 패션 제품을 선보였을 뿐만 아니라 국내 패션전문기업의 등장으로 진즈나 이너웨어, 아동복 등 다양한 세부 분야의 시장이 형성되었다[24,26-27]. 1980년대 후반에는 86 아시안게임이나 88 서울 올림픽의 영향으로 스포츠 브랜드가 활성화되었으며, 중저가 시장의 형성 및 다양한 신규 브랜드들이 본격화되었다[26-27]. 80년대 후반부터 우리나라 의류 내수시장이 중저가 중심에서 중고가 브랜드 제품으로 옮겨갔다[25]. 1990년대 들어 어패럴 산업은 수입 개방의 영향으로 인한 해외 유명 브랜드 및 후발 개도국 제품의 수입이 증가하였으며, 국내 기업들은 국내 생산비의 상승에 따라 해외생산 기지화를 통한 아웃소싱의 활성화

및 글로벌 진출을 모색하였다[22,26-27]. 1997년 경기 침체로 인한 IMF 사태로 인하여 대기업들의 부도와 구조조정이 시작됨에 따라 패션기업들은 규모경영에서 실리경영 시스템으로의 전환을 시작하게 되었으며, 경기불황에 따라 중저가 브랜드를 활성화 및 고객만족을 위한 운동을 전개하는 노력을 수행하였다[26-27]. 2000년대에 들어 해외 SPA브랜드들이 국내에 유입됨에 따라 국내 패션 기업들 또한 8seconds, SPAO 등 SPA 브랜드를 런칭하였으며, 가치 소비의 대두로 인하여 아울렛몰이나 할인점을 통한 의류판매가 급격히 증가하였다[28]. 또한, 디지털 시대의 도래에 따라 인터넷이나 모바일 기기로 쇼핑을 할 수 있는 새로운 유통망이 형성되었으며[29], 국내 뿐 아니라 해외의 상품을 소비자가 직접 품질이나 가격 등을 직접 판단하여 구매할 수 있는 환경이 조성되었다.

이처럼 한국 어패럴 산업은 오랜 기간동안 국가의 경제적 발전 및 이미지 제고를 위한 초석을 쌓아왔으며, 수많은 변화를 거듭해왔다. 하지만, 현재 내수 경기 및 국제적 경기 침체, 다변화된 소비자의 성향, 급변화하는 국제적 정세 흐름 및 무한경쟁구조 속의 경제적 환경 속에서 기업이 효과적으로 대응해야만 경쟁력을 함양할 수 있음에 따라 최근 5년간 어떠한 요인들이 한국 어패럴 산업에 영향력을 미쳐왔으며, 한국 어패럴 기업들은 어떠한 변화를 모색하고 있는가에 대한 흐름 및 요인 분석의 필요성이 제기된다고 할 수 있다.

2.2 신문 매체에 대한 일반적인 고찰

신문이란 “사회에서 발생한 사건의 사실이나 해설을 널리 신속하게 전달하기 위한 정기 간행물”[30]을 의미하는 것으로, 새로 형성된 시사적 내용이나 사회생활의 현상뿐만 아니라 사회 구성원의 높은 관심사와 의견을 반영된 뉴스를 끊임없이 새로운 관점에서 제공함으로써 변화된 사회상의 패러다임을 보여준다[31-32]. 또한, 여러 매체 중에서도 신문은 오락 기능에 중점을 둔 라디오나 텔레비전과 달리, 정보를 제공하는 매체라는 점에서 차별성을 갖고, 휴대성, 기록성, 반복성, 그리고 보관성이 강해 대중들에게 보다 강력한 영향력을 미치게 된다[33].

신문의 유형은 크게 일반지, 전문지, 특수지로 구분된다[34]. 전문지는 그 분야의 업계에서 일어나는 전반적인 동향 및 업무에 대한 보도나 논평을 하는 신문으로, 특정 분야에 관련된 문제를 심층적으로 다루며, 관련업계 종사자 또는 특정 분야에 특별한 관심을 가진 독자층의 이익을 먼저 고려한다[34]. 패션신문 또한, 패션이라는 하나

의 특정 분야를 대상으로 국내외 패션 산업 및 패션에 관련된 일련의 정보들을 관련 업계의 종사자들과 패션에 관심을 갖고 있는 특수계층에게 전달하는 가교적 역할을 한다.

신문 기사에서 다양한 정보들의 공급 수단은 시각정보에 의한 이미지와 문자 정보에 의한 텍스트를 통하여 이루어지는데, 신문의 텍스트는 동시대를 사는 사람들의 언어, 문화, 사회적 특성이나 소비자의 잠재적 의식이 반영된 트렌드를 표출하는 대표적인 도구[6]이며, 보도적 기능, 지도적 기능, 광고적 기능, 오락적 기능을 수행한다[35]. 패션전문신문의 기사들은 패션분야에서 일어나는 일련의 변화나 사건에 대한 여러 정보를 전달해주는 보도적 기능과 패션업계의 이익과 발전에 대한 신문사의 견해나 의견이 반영된 지도적 기능, 다양한 패션상품 및 판매 행사에 대한 홍보적 기능을 수행하며[14], 독자에게 패션관련 정보와 지식을 전달함과 동시에 사회적 인식과 태도에 영향을 준다. 특히, 신문기사의 헤드라인은 기사문의 핵심이 되는 중요한 논제를 제시하고, 강조함으로써 독자들의 관심을 유도할 수 있다[36].

이처럼 신문의 텍스트는 사회현상을 의미 있게 구조화한 상징적 지표라고 할 수 있으며, 패션 신문에서 텍스트가 함양하고 있는 의미는 거대한 사회문화적 현상과 함께 어패럴 산업의 동향뿐만 아니라 향후 패션 산업의 변화까지도 예측할 수 있는 하나의 표상이라고 할 수 있다.

2.3 의미 연결망 분석에 대한 일반적인 고찰

연결망이란 “둘 이상의 대상을 서로 이어 정보나 물류 따위를 주고받을 수 있도록 짜 놓은 조직 체계”[37]를 의미하는 것으로, 의미 연결망 분석은 하나의 문장을 이루는 다양한 단어들이 어떠한 연결성을 함양하고 있다는 가정 하에 이루어지는 분석 방법이라 유추해볼 수 있다. 즉, 생각이나 감정을 전달하기 위해서는 하나의 완결된 문장[38]이 필요한데, 하나의 문장은 단어들 사이에서 일어나는 의미의 교환 작용에 따라 배열되는 것이며, 눈에 보이지 않는 특정한 규칙성이나 패턴을 함양하고 있기 때문이다. 또한, 사람들의 대화 또는 기사문에서 어떠한 의미나 근거를 강조할 시, 특정단어를 선택하고 반복적으로 사용하는데, 이에 주목하여 한 문장에서 동시에 출현하는 단어 간의 관계를 통해 내용을 살펴볼 수 있다[39]. 즉, 의미 연결망 분석은 하나의 문장을 구성하고 있는 각각의 단어들 간의 관계성을 연결망을 통하여 구조화하고, 이를 해석하여 그 안에 숨겨진 여러 정보들을 파악하는 방법이라고 할 수 있다.

의미 연결망 분석의 가장 큰 특징으로 각 개념들 사이의 관계성을 시각적으로 구현함을 들 수 있다. 의미 연결망 분석에 대해 Carley[40]의 연구에서는 인간의 의식과 언어가 연결망 이미지로 시각화되는 것으로, 이를 통해 외부로 드러나는 표면적 의미와 그 안에 함양하고 있는 심층적 의미까지도 이해할 수 있다고 기술하였으며, Moody[41]에 의하면 연결 구조를 이미지로 시각화하여 다양한 형태의 연관성이나 구조적 유사성을 도출할 수 있다고 언급하였다. 또한, Han et. al[42]의 연구에서는 객체간의 연결 관계를 시각화하여 분석하는 정량적인 방법이라 명명하며, 시각화된 네트워크에서 노드와 엣지를 기반으로 데이터의 특성 및 데이터간의 관계를 파악할 수 있다고 기술하였다. Lee et. al[43]는 개념 구조와 관련된 선행 연구에 사용된 다른 분석 방법들의 경우, 연구자의 주관적인 시점으로 문장의 의미를 분석하거나, 주요 키워드들의 빈도 분석을 통해 정량적인 지수를 제시하여 그 중요도를 강조하는 반면, 의미 네트워크 분석은 개념들 사이의 관계를 시각적으로 묘사하여 중요한 개념 및 각 개념들 사이에 형성되는 관계의 강도까지 파악할 수 있다고 하였다.

이처럼 의미 연결망 분석은 문장을 구성하고 있는 단어 간의 연결 구조에 주목하고, 키워드들의 관계를 나타내는 동시 발생 빈도에 대한 탐색적 분석을 통하여 연결망 이미지로 시각화한다. 즉, 단어들의 공유된 의미의 체계적 구조를 분석하는데 중점을 두는 것으로, 기존의 연구 방법에서 나타난 한계점을 보완할 수 있으며, 서로 간의 관계성 분석 및 상호작용에 대한 이해를 통하여 의미 체계의 구조가 함양하고 있는 내재적 의미를 파악하는데 용이하다.

의미 연결망 분석의 해석은 분석 기준이 되는 지표는 분석 수준에 따라 거시적 또는 미시적인 수준으로 구분 [39]할 수 있는데, 통상 네트워크 수준의 분석에서 단어의 수와 속성에 대한 분석이 먼저 시행되고[44], 노드 수준의 분석에서 단어 간의 동시 출현빈도와 유사도를 통해 결점과 연결선으로 표기되어, 단어들의 연결성 및 중심성 등 상호관계성이 나타나있는 전체적인 구조가 도식으로 제시된다.

본 연구에서는 패션 산업의 가치 제고를 위한 변수 요인의 통시적 연결 구조 분석을 위해 어패럴 산업에 연도별로 영향을 주었던 정치·경제, 사회문화 변화 요인 및 기업 경영 환경 변화 요인들의 키워드들의 빈도와 밀도를 산출하고, 연결 중심성 및 네트워크 내에서 긴밀한 관계를 형성하는 어휘들의 군집별 분석을 수행하였다.

3. 한국 어패럴 산업의 가치 제고를 위한 변수 요인의 통시적 연결구조 분석

신문은 해당 시기의 주요한 사건이나 이슈가 적극적으로 반영되어 있는 공적인 매체로, 패션 분야를 보도하는 패션 신문의 텍스트 자료는 패션 산업의 주요 경향에 대한 내용들이 함축적으로 용해되어 있으며, 연도별 변수 요인들을 시기적으로 살펴볼 수 있는 가치를 지니고 있다.

이에 본 연구진은 2014년도부터 2018년도까지 최근 5년간 국내 패션 신문들을 매개로 하여 연도별 한국의 어패럴 산업에 영향을 미치는 사회적 변화 요인 및 어패럴 기업들의 경영 환경 변화 요인과 관련된 기사 제호와 기사문을 토대로 핵심 텍스트들을 총체적으로 수집 및 분류, Textom에서 이를 정제하여 빈도와 밀도를 측정하고, UCINET 6 프로그램을 활용하여 반복적인 키워드들을 재배치, 알고리즘을 연결망으로 시각화하는 작업을 수행하였다. 최근 5년간 한국 어패럴 산업에 영향을 미치는 변수 요인과 관련하여 연도별 추출 텍스트의 양적 수치는 광고, 사건사고, 인사, 인물평 등의 기사 내용을 제외한 총 44,539였으며, 표로 정리하면 Table 1과 같다.

Table 1. The quantity of newspaper text by year
(N=44,539)

Year	The quantity of newspaper text
2014	8,739
2015	9,798
2016	8,744
2017	9,319
2018	7,939
All	44,539

3.1 2014년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 연결구조 분석

2014년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 밀집군 도출에 있어서 최고 밀집군부터 최저 밀집군까지의 단계를 순차적으로 양적 밀집도간의 관계성을 분석한 내용과 각 키워드 밀집군 사이의 연결성 및 비연결성을 파악할 수 있는 밀집도 도출에 대한 분석은 다음과 같다.

첫째, 2014년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 정치·경제적 요인의 군집별 카테고리별 살펴보면, 교복학교주관구매제의 군집이 밀도값 3.22%로 가장 높았으며, FTA가 2.165%, 개성공단 0.293%로 나타났다. 둘째, 사회문화적 요인의 군집별 카테고리별 살펴보면,

날씨변화의 군집이 3.686%로 가장 높게 나타났으며, 올림픽이 0.588%, 스포츠 라이프 0.588%, 아웃도어 라이프 0.587%, 키즈 0.413%, 스트리트 문화 0.176% 순으로 나타났다. 셋째, 어패럴 기업의 경영환경 변화의 군집별 카테고리를 살펴보면, 불공정행위의 군집이 10.129%로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 후원 및 지원이 8.442%, 문화마케팅이 5.622%, 중국이 5.095%, BI 변경 4.33%, IT접목이 3.992% 콜라보레이션 3.339%, 범아시아권이 2.378%, 상표권 인수 0.704% 순으로 나타났다.

2014년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 전체 데이터를 UCINET 6 프로그램을 활용, 각 키워드의 연결성을 시각화해보면, Fig. 1과 같다.

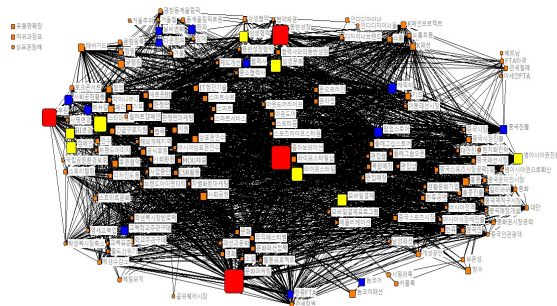


Fig. 1. The visualization of semantic network analysis for variable factors impacted on Korea apparel industry in 2014 utilizing UCINET 6

3.2 2015년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 통시적 연결구조 분석

2015년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 밀집군 도출에 있어서 최고 밀집군부터 최저 밀집군까지의 단계를 순차적으로 양적 밀집도간의 관계성을 분석한 내용과 각 키워드 밀집군 사이의 연결성 및 비연결성을 파악할 수 있는 밀집도 도출에 대한 분석은 다음과 같다.

첫째, 2015년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 정치·경제적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 개성공단의 군집이 밀도값 2.484%로 가장 높았으며, FTA가 0.899%, 최저임금 0.296%로 나타났다. 둘째, 사회문화적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 메르스 관련 군집이 1.393%로 가장 높게 나타났으며, 수상스포츠 1.061%, 날씨변화 0.43%, 골프 0.304%, 올림픽 0.245%, 키덜트 0.213%, 글램핑 0.151% 순으로 나타났다. 셋째, 어패럴 기업의 경영환경변화의 군집별 카테고리

를 살펴보면, 중국 관련 군집이 3.21%로 많은 비중을 차지하였으며, 온라인 및 모바일 2.558%, 후원 및 지원이 1.97%, 불공정 행위 1.611%, 콜라보레이션 1.445%, 범아시아권 1.132%, IT접목이 1.129% 순으로 나타났다.

2015년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 전체 데이터를 UCINET 6 프로그램을 활용, 각 키워드의 연결성을 시각화해보면, Fig. 2와 같다.

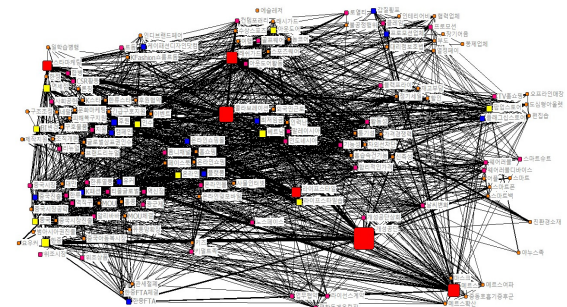


Fig. 2. The visualization of semantic network analysis for variable Factors impacted on Korea apparel industry in 2015 utilizing UCINET 6

3.3 2016년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 통시적 연결구조 분석

2016년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 밀집군 도출에 있어서 최고 밀집군부터 최저 밀집군까지의 단계를 순차적으로 양적 밀집도간의 관계성을 분석한 내용과 각 키워드 밀집군 사이의 연결성 및 비연결성을 파악할 수 있는 밀집도 도출에 대한 분석은 다음과 같다.

첫째, 2016년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 정치·경제적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 개성공단 관련 군집이 밀도값 2.633%로 가장 높았으며, 사드 배치 0.303%, FTA가 0.214%, 최저임금 0.131%로 나타났다. 둘째, 사회문화적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 스포츠 관련 군집이 0.94%로 가장 높게 나타났으며, 라이프 스타일이 0.772%, 가치 소비 0.702%, 날씨변화 0.263%, 한류 0.25%, 메르스 0.226% 순으로 나타났다. 셋째, 어패럴 기업의 경영환경변화의 군집별 카테고리를 살펴보면, 중국 관련 군집이 2.869%로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 온라인이 2.077%, 후원 및 지원이 1.416%, 콜라보레이션이 1.187%, 골프웨어 0.96%, 범아시아권 0.595%, 합자법인 0.536%, 레시가드 0.344%, 유통망 0.334% 순으로 나타났다.

2016년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의

전체 데이터를 UCINET 6 프로그램을 활용, 각 키워드의 연결성을 시각화해보면, Fig. 3과 같다.

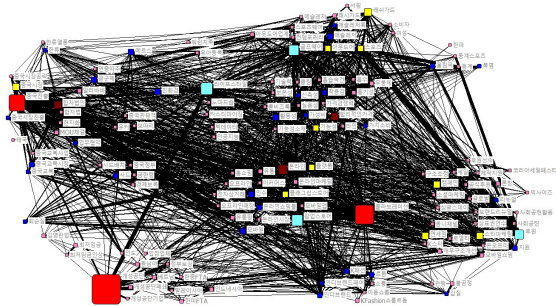


Fig. 3. The visualization of semantic network analysis for variable Factors impacted on Korea apparel industry in 2016 utilizing UCINET 6

3.4 2017년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 통시적 연결구조 분석

2017년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 밀집군 도출에 있어서 최고 밀집군부터 최저 밀집군까지의 단계를 순차적으로 양적 밀집도간의 관계성을 분석한 내용과 각 키워드 밀집군 사이의 연결성 및 비연결성을 파악할 수 있는 밀집도 도출에 대한 분석은 다음과 같다.

첫째, 2017년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 정치·경제적 요인의 군집별 카테고리 살펴보면, 사드 관련 군집이 밀도값 1.03%로 가장 높았으며, 전안법 0.99%, 개성공단 0.965%, 최저임금 0.41%, FTA 0.36%로 나타났다. 둘째, 사회·문화적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 4차 산업 관련 군집이 0.944%로 가장 높게 나타났으며, 날씨 변화 0.865%, 스포츠 라이프 0.814%, 가치소비 0.702%, 평창 동계 올림픽 0.462% 순으로 나타났다. 셋째, 어패럴 기업의 경영환경변화의 군집별 카테고리를 살펴보면, 콜라보레이션의 군집이 2.082%로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 온라인과 모바일 1.884%, 후원 및 지원 1.863%, 스포츠웨어 1.186%, 롱패딩(벤치코트) 1.638%, IT접목 1.116%, 중국 1.071%, 불공정행위 0.696%, 범아시아 0.492%, 워라벨 0.391% 순으로 나타났다.

2017년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 전체 데이터를 UCINET 6 프로그램을 활용, 각 키워드의 연결성을 시각화해보면, Fig. 4와 같다.

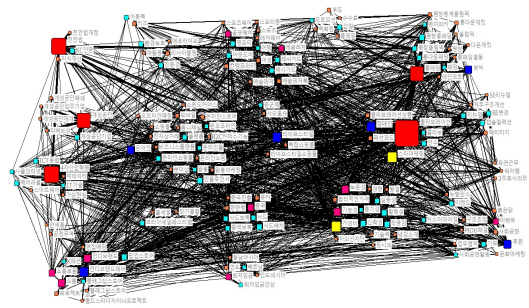


Fig. 4. The visualization of semantic network analysis for variable Factors impacted on Korea apparel industry in 2017 utilizing UCINET 6

3.5 2018년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 통시적 연결구조 분석

2018년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 밀집군 도출에 있어서 최고 밀집군부터 최저 밀집군까지의 단계를 순차적으로 양적 밀집도간의 관계성을 분석한 내용과 각 키워드 밀집군 사이의 연결성 및 비연결성을 파악할 수 있는 밀집도 도출에 대한 분석은 다음과 같다.

첫째, 2018년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 정치·경제적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 개성공단 관련 군집이 밀도값 0.925%로 가장 높았으며, 전안법 0.57%, 최저임금 0.477%로 나타났다. 둘째, 사회·문화적 요인의 군집별 카테고리를 살펴보면, 환경보호의 군집이 2.405%로 가장 높게 나타났으며, 평창 동계 올림픽이 2.285%, 스포츠 라이프 1.046%, 라이프 스타일 0.749%, 날씨변화 0.696%, 레트로 0.495%, 키즈 0.475%순으로 나타났다. 셋째, 어패럴 기업의 경영환경변화의 군집별 카테고리를 살펴보면, 지원 및 후원 관련 군집이 2.96%로 가장 많은 비중을 차지하였으며, 콜라보레이션 2.807%, 롱패딩(벤치코트) 2.338%, 온라인 1.753%, 스포츠웨어 1.543%, IT접목 1.215%, 중국 0.718%, 업사이클링 0.406% 순으로 나타났다.

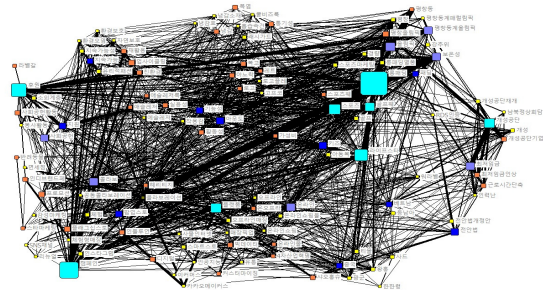


Fig. 5. The visualization of semantic network analysis for variable Factors impacted on Korea apparel industry in 2018 utilizing UCINET 6

2018년 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인의 전체 데이터를 UCINET 6 프로그램을 활용, 각 키워드의 연결성을 시각화해보면, Fig. 5와 같다.

4. 한국 어패럴 산업의 가치 제고를 위한 변수 요인의 함의점

최근 5년간 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 변수 요인을 정치·경제적 요인, 사회·문화적 요인, 어패럴 기업의 경영환경변화요인으로 구분하여 분석 해본 결과, 연도별 텍스트 패턴 군집들의 변화에 따라 어패럴 산업에 가장 많은 영향을 미친 요인은 Table 2와 같다.

첫째, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 정치·경제적 측

면의 대표적인 요인으로 개성공단, FTA, 교복학교주관구매제, 전안법, 사드배치, 최저임금으로 나타났다. 특히, 사드 배치와 개성 공단의 중단은 한국의 지정학적 리스크가 여실히 반영된 측면으로, 한류와 함께 지속적으로 중국의 진출과 시장 수익의 증대를 도모하고 있었던 한국 어패럴 산업은 사드 배치에 따라 중국 투자자들의 지급 유보 및 중국과 한국 기업들 간의 업무 협약 보류 등 중국 진출의 판로가 좁혀지고 있으며, 한한령으로 인한 중국 소상공인들의 방문 저하, 반한 감정으로 인한 불매운동, 수출입 제재에 따른 유통 피해는 어패럴 기업에 크나큰 악재로 다가왔다. 또한, 공단에 입주한 124개 업체 중 섬유 관련 업체가 73개로 58%를 차지하는 개성 공단의 경우, 정부의 결정에 따라 사전 통보 없이 진행된 철수 조치에 입주기업들은 원부자재 회수 및 생산 납기 차

Table 2. Representative factors impacted on apparel industry in South Korea based on the change of text pattern group by year

Classification	The change of text pattern group by year					%
	2014	2015	2016	2017	2018	
Representative factors of political and economy	Kaesong industrial complex	Kaesong industrial complex	Kaesong industrial complex	Kaesong industrial complex	Kaesong industrial complex	7.3
	FTA	FTA	FTA	FTA	-	3.64
	Purchase system of school uniform organized by school	-	-	-	-	3.22
	-	-	-	Electrical appliances safety control act	Electrical appliances safety control act	1.56
	-	-	THAAD deployment	THAAD deployment	-	1.33
	-	Minimum wages	Minimum wages	Minimum wages	Minimum wages	1.31
Representative factors of social and cultural	Change in the weather	Change in the weather	Change in the weather	Change in the weather	Change in the weather	5.94
	Sports life	Sports life	Sports life	Sports life	Sports life	4.75
	Olympics	Olympics	-	Olympics	Olympics	3.58
	MERS	MERS	-	-	-	1.62
	-	-	Life style	-	Life style	1.52
	-	-	-	The fourth industrial	-	0.95
Change of management surroundings	Sponsorship & support	Sponsorship & support	Sponsorship & support	Sponsorship & support	-	15.24
	Unfair corporate practices	Unfair corporate practices	-	Unfair corporate practices	-	12.44
	China	China	China	China	China	10.09
	Collaboration	Collaboration	Collaboration	Collaboration	Collaboration	9.67
	Convergence of science & technology	Convergence of science & technology	-	Convergence of science & technology	Convergence of science & technology	7.45
	-	Online & mobile	Online & mobile	Online & mobile	Online & mobile	6.2

질, 시즌 상품 출고시기를 놓치며 심각한 물적 피해를 떠안게 되었다. 뿐만 아니라 중국지역으로 생산을 긴급 전환하는 기업들이 늘면서, 기존업체까지 물량을 공급받지 못하는 피해를 입기도 했으며, 결과적으로 개성공단 업체들의 이미지 및 추가 하락의 결과를 초래하였다. 이와 더불어, 학교에서의 입찰을 통해 학생들의 교복을 일괄 공급하는 학교주관구매제의 도입은 학부모의 부담 완화라는 측면에서 긍정적인 결과를 창출하였지만, 입찰가의 저가 출혈 경쟁이 심화되면서 폐업하는 중소 영세 업체들이 속출하였으며, 자본력을 갖고 있는 대형 업체들로 편중되는 상황이 나타나고 있다. 저임금 근로자의 생활 개선과 소득 불균형 해소의 취지에서 진행되고 있는 최저임금 인상은 역으로 고용률 축소라는 역효과를 보이고 있다. 이상의 변수 요인들은 정부가 소비자의 입장뿐만 아니라 기업의 입장까지 고려하여 서로의 이해관계를 보다 면밀하게 파악한 후 다양한 정책을 시행해야지만 기대 효과가 실현화될 수 있다는 측면을 여실히 보여주는 예라 할 수 있다. 여러 변수 요인들 중 전안법의 경우, 초기 정책 수립 시에는 소비자의 안전을 도모하기 위한 제도로 추진되었지만, 패션 산업의 현장을 고려하지 않는 정책이라는 패션 업계의 반발로 인하여 유예 기간을 갖게 되었다. 정부는 패션 기업들과의 소통을 통한 충분한 검토와 논의의 중재 과정을 거쳐 소비자와 판매자간의 균형이 고려된 개정안을 발표되었다. 또한, FTA 활용 및 시장진출 확대와 관련하여 정부 및 유관기관에서는 신청을 한 기업을 선별하여, 컨설팅 지원 및 FTA 관련 교육, 국내외 전시회 참가 지원을 수행하여 기업의 관세혜택을 위한 장을 마련하고 있다. 이처럼 정부가 새로운 정책의 제시나 패션 산업과 연계된 지정학적 사안 또는 정세 변화에 대하여 보다 실질적인 측면을 소통을 통하여 패션 기업과 해결해나간다면 이에 따른 기업의 손해를 최소화할 수 있으리라 사료되는 바이다. 이에 따라 정부와 패션 산업의 근간을 이루고 있는 패션 기업들과의 원활한 소통의 필요성이 제기되며, 정치적 문제로 인한 피해를 최소화할 수 있는 정부의 노력과 이익을 창출할 수 있는 제도 마련, 신설된 법 제도 아래 중소기업들을 위한 다양한 정책 및 예산 지원이 필요하다고 사료된다.

둘째, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 사회문화적 측면의 대표적인 요인으로 날씨변화, 메르스, 올림픽, 스포츠 라이프, 라이프 스타일로 나타났다. 의류 제품은 기온을 비롯하여 날씨에 영향을 받는 사실은 널리 인식되어 있으며, 4계절을 함양하고 있는 한국의 경우 더 큰 영향력을 갖는다고 할 수 있다. 또한, 한파나 폭염, 때 이른

더위나 추위 등 이상 기상 현상에 의한 국내의 날씨 변화는 그 패턴이 급격하게 잦아지고 있으며, 국내 소비자들의 일생생활 및 소비패턴에도 지대한 영향을 미치게 된다. 또한, 중동 호흡기 질환으로 알려진 메르스 사태는 소비자들이 외부의 활동을 자제함으로 인하여 소비 심리가 위축되는 악영향을 가져왔다. 이 같은 상황은 어패럴 기업들에게 이윤을 가져다주는 효과를 창출하기도 하지만, 적절하지 못한 시기적 대응으로 재고를 상승이라는 악재를 수반하기도 한다. 이에 따라 한국 어패럴 기업들은 기상의 변화를 미리 예측할 수 있는 기관이나 질병과 관련된 연구소와의 MOU를 통하여 향후 날씨 변화와 질병에 대응할 수 있는 전략적 체계를 갖춰야 될 필요가 있다. 즉, 합리적이고 과학적인 분석 자료에 근거한 수요 예측 및 악재에 대한 예방은 날씨에 적합한 상품 기획 및 생산량, 또는 출하시기를 조절할 수 있으며, 질병으로부터 인간의 신체를 보호하는 의류 제품군을 선보임으로써 새로운 시장을 개척할 수 있다. 이와 같은 행보는 한국 패션 산업의 리스크를 최소화하고, 이익을 창출할 수 있는 효율적인 환경을 조성할 수 있다고 판단된다.

올림픽은 전 세계인의 이목을 집중시킬 수 있는 국가적인 행사로써 국가 이미지 제고를 통하여 기업의 이미지가 동반 상승하는 효과를 창출한다. 2018년 한국에서 개최된 평창 동계올림픽의 후원사에 참여한 여러 어패럴 기업들은 팀 코리아 공식 단복의 후원 및 대중들을 위한 평창 룡패딩(벤치코트)을 제작·판매하여 기업의 브랜드를 대외적으로 알리고, 선수들에게 후원한 경기복이나 신발의 뛰어난 기능성이 경기력 향상에 일조한 것으로 알려지며, 브랜드의 신뢰도를 상승시키는 효과를 거두었다. 특히, 컬링대표팀의 후원사였던 FILA는 평창 올림픽에서 대한민국 여자 컬링팀이 세계적으로 주목을 받으면서 기업의 자산가치 또한 크게 급등하는 성장세를 보였다. 이는 한국 어패럴 기업들이 국제적인 스포츠 행사에 후원사로 적극적으로 참여하여 국가를 대표하는 의류 브랜드로 국위선양을 한다는 이미지 및 전 세계적으로 기업의 인지도를 높일 수 있는 계기를 마련해야한다는 필요성을 역설적으로 보여주는 것이라고 할 수 있다. 이와 함께 한국 어패럴 기업이 의복 디자인 및 소재 개발의 과감한 투자를 통하여 스포츠 활동에 보다 적합한 의류를 선보인다면, 매출 신장률은 더욱 상승할 것이라 판단된다.

현대의 사회적 분위기가 삶의 질을 추구하는 경향으로 변화함에 따라 삶에 대한 가치를 중요시하는 라이프 스타일이 큰 관심을 받고 있다. 현재 소비자들의 라이프 스타일 경향은 건강한 삶의 가치를 느끼고자 하는 스포츠

라이프 스타일에 맞추어 서핑이나 골프를 즐기는 인구가 늘어나고 있는 추세이다. 이에 따라 한국 어패럴 기업들은 레시가드 또는 골프웨어의 런칭을 통한 확장을 시도하고 있다. 이 같은 추세는 결과적으로 단기간의 수익 창출을 기대할 수는 있지만, 중장기적인 관점으로 살펴보면, 과열경쟁으로 인하여 성장세를 후퇴시키는 상황을 야기할 수 있으며, 이는 이미 아웃도어에서 경험해 본 바 있다. 이는 한국 어패럴 기업들이 소비자의 라이프 스타일에 대한 면밀한 분석을 통하여 자신만의 정체성이 반영된 브랜드 개편 및 신규 브랜드 런칭을 통한 체질 개선이나 유통, 식품, 화장품, 방송 등 신사업 영역으로의 진출을 모색해야할 시점이라 사료된다.

셋째, 한국 어패럴 산업의 경영 환경 변화의 대표적인 요인으로 후원과 지원, 콜라보레이션, 불공정행위, 중국, 온라인 및 모바일, 과학기술 융합으로 나타났다. 후원과 지원은 한국 어패럴 기업들이 기업의 인지도를 높이고자 하는 마케팅적인 측면과 기업의 사회적 책임을 수행하고자 하는 측면으로 구분할 수 있다. 한국 어패럴 기업들은 평창 올림픽과 같은 국제적인 행사의 후원 참여뿐만 아니라 해외재해지역 구호 지원, 불우한 학생들을 위한 장학금 지원, 캠페인, 구성원들의 자원봉사활동을 통하여 이윤추구목적이 아닌 사회적 공헌활동을 수행해나가고 있다. 이와 함께 지구환경에 대한 사회적 문제에 대한 책임을 통감하고, 이를 함께 해결하기 위해 환경 보호 캠페인 및 업사이클링 제품 생산, 플라스틱 사용 감축 등 친환경의 지속가능을 위한 행보를 점진적으로 진행하고 있다. 이에 따라 한국 어패럴 기업들은 단순히 기업의 이미지 제고를 위한 일환의 수단이 아닌, 소비자 및 동등한 사회 구성원으로서 사회적 책임에 적극적으로 동참하고, 확장해야할 필요성이 제기된다. 현재 경기 침체로 인하여 어패럴 기업들 또한 기업의 영속성에 바탕이 되는 경제적 가치 창출하는데 어려움을 겪고 있지만, 사회와의 상생을 위한 행보를 이어간다면, 가치추구를 위한 소비 형태로 변모해가고 있는 소비자의 기대에 부응할 수 있을 것이며, 더 나아가 이를 비즈니스 모델의 신성장을 위한 기회로 활용할 수 있을 것이라 판단된다.

어패럴 산업에서 협업, 즉, 콜라보레이션의 인기는 자신의 가치를 중요시 생각하는 소비자들의 개성과 취향과 결부하여 소비자들의 지지를 받고 있으며, 이에 따라 어패럴 기업 또한 적극적인 행보를 이어가고 있다. 특히, 주목할 만한 것으로 아티스트들과의 콜라보레이션이 주를 이루었다면, 현재에는 뷰티나 식품, 또는 만화 캐릭터, 이모티콘까지 확장해나가고 있는 추세이다. 이처럼 정체되

어 있는 기업에 새로운 변화와 차별성을 부여함으로써 소비자들의 다양한 욕구를 충족시키는 측면도 중요하지만, 무분별한 콜라보레이션은 기업의 근간이 되는 정체성에 혼란을 야기할 수 있는 측면으로, 브랜드의 헤리티지가 우선적으로 강조될 수 있는 범위 내에서 한정적으로 진행되어야할 필요가 있다고 판단된다.

어느 산업을 막론하고, 각종 분쟁의 발생은 필연적으로 이루어진다. 패션 산업은 아웃 소싱이 높은 비중을 차지하고 있는 패션 산업은 패션 디자인 회사의 주도하에 제조 협력사와 장기 또는 단계 계약관계를 맺는 구조의 생산 시스템을 구축하는 경우가 많다. 이 같은 거래 과정 속에서 어느 한쪽이 우월적 지위에서 상대방 사업자에게 불공정한 행위를 하는 사례가 빈번하게 나타나고 있다. 이는 단기적인 관점에서 대기업에게 이익을 가져다 줄 수는 있지만, 중장기적인 관점에서 국내의 협력업체의 축소화가 진행되어 외국의 협력 업체에 수주를 의뢰할 경우, 국제적 분쟁이 발생할 여지가 있으며, 이 같은 행위가 공론화되면, 해당브랜드의 이미지에 큰 타격을 주게 된다. 이 같은 불공정 행위를 근절하기 위해서는 패션 대기업들이 주도적으로 협력 업체 및 근로자들과 함께 상생하고자 하는 문화가 정착하는 데 앞장서야만 한다. 현재 한국 패션 기업들은 동반성장 협약 체결, 협력 업체 직원 지원, 워라벨 트렌드 기반의 유연근무제를 통하여 상생문화를 통한 조직 내의 결속력을 강화하고자 하는 노력을 하고 있으며, 이는 결과적으로 기업의 수익성 창출에 기여하였다. 이와 함께 공정거래위원회는 면밀한 조사를 통하여 중대형 패션 브랜드들의 불공정 행위에 대한 근절에 앞장서야만 하며, 법적 제도적 장치를 마련해야만 한다.

한류의 영향으로 한국의 위상이 높아짐에 따라 한국 패션 기업들은 중국 시장으로의 직접 진출 또는 중국 회사와의 협력을 통하여 안정적인 중국 시장 진출을 통한 이익 창출을 모색해왔다. 하지만, 사드로 인한 중국의 한한령의 경험에 비추어볼 시, 한 국가의 편중된 진출 계획은 다른 외부적인 상황에 따라 통상 갈등이 발생할 수 있으며, 이에 대한 대비를 하지 않는 기업들은 분명 도태될 수밖에 없는 상황이다. 하지만, 중국의 패션 시장은 약 344조원의 거대한 규모로, 한국 기업이 놓쳐서는 안 될 중요한 시장임에는 틀림이 없다. 이에 따라 한국 기업들은 직접 진출보다는 중국 기업과의 MOU를 통한 합작법인을 통하여 정치적 갈등이 제기될 시, 그 피해를 최소화하여야한다. 또한, 중국 소비자의 동향에 대한 면밀한 사전 조사를 토대로 제품의 품질이나 가격 측면, 마케팅 접

근에서의 차별성이 필요하다고 판단된다. 이와 함께 한국 패션 기업들은 중화권 및 범아시아권, 더 나아가 다양한 국가로의 새로운 시장 개척과 확장을 모색해야만 예상할 수 없는 위기를 최소화할 수 있으리라 판단되는 바이다.

현대 사회는 정보통신의 기반의 사회로, 수많은 지식과 정보의 소통은 디지털 환경 기반의 온라인과 모바일을 통하여 이루어지고 있으며, 어패럴 산업 또한 예외는 아니다. 특히, 스마트 기기의 대중화, 모바일 전자 화폐나 오픈 채널 환경의 확대는 모바일이 정보의 공유나 상품 구매를 위한 핵심 수단으로 부상하는데 일조하였다. 이 같은 환경은 정보 접근과 구매, 판매에 대한 접근의 기회가 기업뿐만 아니라 소비자들에게도 제공되었다는 것을 의미한다. 이 같은 환경 속에서 소비자들의 만족도를 높이기 위해서는 기업들이 디지털 문화 기반의 비즈니스 변화가 필요하다는 것을 반증해주는 것이라고 할 수 있다. 즉, 소비자들의 이목을 집중시킬 수 있고, 다른 기업과 차별화된 독자적인 콘텐츠 개발이 보다 치열해진 온라인과 모바일 시장에서의 이익 창출을 가져다 줄 수 있을 것으로 판단된다. 이와 더불어, 4차 산업 시대의 도래는 과학 기술의 혁신성이 향후 미래 산업의 영향을 줄 수 있는 주요한 변수로 나타나고 있다. 이와 같은 변화의 흐름 속에서 한국의 어패럴 기업들은 3D프린팅의 활용, 증강 현실의 도입, 모바일 결제 시스템 구축, 웨어러블 디바이스 및 스마트 슈트 개발 등 어패럴에 과학 기술적 융합을 통한 디지털 패션 테크노의 접근을 시도하고 있지만, 그 실효성은 미진한 단계이다. 하지만, 사회적 변화와 불확실성이 높아진 미래의 과도기적 상황에서 한국 어패럴 기업들이 발 빠르게 대응하지 않는다면, 기업의 지속적인 성장은 기대하기 어려울 것이라 사료된다. 이를 위해서는 기업의 지원적 환경의 기반이 선행되어야 한다. 즉, 어패럴 기업들이 주도적으로 R&D에 대한 전폭적인 지원과 투자를 통하여 어패럴 산업 전반의 분위기를 선도하여야 하며, 새로운 기술력 증진을 위해 기업 산하의 연구소뿐만 아니라 각 대학교의 연구진들과의 협업을 통한 시스템의 구축이 진행되어야 할 것이다. 이와 함께 학계에서도 융합적인 마인드로 새로운 가치를 창출할 수 있는 인재 육성에 매진해야만 4차 산업의 변화 속에서 한국 어패럴 산업의 지속적인 성장이 가능할 것이라고 판단하는 바이다.

이를 토대로 향후 패션 산업이 대비해야 할 리스크 및 가치 제고를 위한 시사점을 정리해보면 Table 3와 같다.

Table 3. Suggestions for enhancing the Values & provision for risks in Apparel Industry in South Korea

Classification	Suggestions for enhancing the Values & provision for risks in Apparel Industry in South Korea
Political and economy aspects	Government should minimize the damages caused by political influence by presenting new policies or communicating about more practical aspects on geopolitical issues and changes of situation linked to fashion industry
Social and cultural aspects	Reduce uncertainty about corporate future is necessary by establishing strategy system through cooperation with institutions in other sectors that can predict the future direction
Aspects of management and environment changes	Apparel companies in Korea should recognize the importance of consciousness to promote development for better society by coexisting rather than pursuing corporate interest and actively pursue it to promote the growth according to the realization of corporate profits.

5. 결론

본 연구는 국내 패션 신문들을 매개로 하여 한국의 어패럴 산업에 영향을 미치는 사회적 변화 요인 및 어패럴 기업들의 경영 환경 변화 요인과 관련된 기사문을 토대로 연도별 변화 양상을 구체적으로 살펴보고, 이와 관련된 핵심 텍스트들을 추출, 최근 5년간 통시적인 관점에서 연결망 구조 분석을 활용하여 그 양상을 탐구해보고 패션 산업 및 패션 기업의 가치 제고를 위한 일련의 함의점을 논하고자 하는데 목적이 있다. 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 정치·경제적 측면의 제언점으로 정부가 새로운 정책의 제시나 패션 산업과 연계된 지정학적 사안 또는 정세 변화에 대하여 보다 실질적인 측면의 소통을 위한 접근이 필요하다. 즉, 정치적 문제로 인한 피해를 최소화할 수 있는 정부의 노력과 이익을 창출할 수 있는 제도 마련, 신설된 법 제도 아래 중소기업을 위한 다양한 정책 및 예산 지원이 이루어진다면 정치적 영향에 따른 피해를 최소화하고, 더 나은 방향으로의 발전적 방향을 모색할 수 있을 것이다.

둘째, 한국 어패럴 산업에 영향을 미친 사회·문화적 측면의 제언점으로 미래의 방향을 예측할 수 있는 타 분야 기관과의 협력을 통한 전략 체계 구축이 필요하다. 즉, 날씨 변화나 소비자의 라이프 스타일 파악 및 국제적 행사

참여에 대한 방향성은 오랫동안 축적된 데이터와 이에 대한 전문적인 분석이 진행되어야만 그 효과를 가늠해 볼 수 있는 사항으로, 이와 관련된 전문 기관과의 협력 체제 구축은 기업의 미래에 대한 불확실성을 줄여주고, 한걸음 더 성장할 수 있는 발판을 마련해 줄 수 있을 것이다.

셋째, 한국 어패럴 산업의 경영 환경 변화의 제언점으로 한국 어패럴 기업들은 기업의 이익보다는 상생하여 서로 함께 발전을 도모하고자 하는 의식이 더욱 필요하다. 후원과 지원이나 협업, 불공정 행위 및 해외 시장의 성공적 진출, 과학 기술의 융합은 기업이 이윤 추구에 앞서 국가사회의 일원으로써 기업이 추구해야할 상생의 본질적인 가치가 저변에 있어야지만 가능한 것이라고 할 수 있다. 다시 말해서, 어패럴 기업들이 더 나은 사회를 만들기 위한 가치의 중요성을 인지하고, 이를 적극적으로 추구할 시, 기업의 이윤과 성장, 발전 또한 함께 이루어질 것이다. 이는 급변화하는 현대의 환경 변화 속에서 한국 어패럴 기업이 직면하고 있는 위기를 기회로 전환해줄 수 있으리라 판단되는 바이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 한국 어패럴 산업은 다양한 정치·경제·사회·문화적인 측면과 긴밀한 상호 관련성을 함양하고 있음을 파악할 수 있었다. 이는 시대적 흐름에 대한 철저한 분석이 한국 어패럴 산업이 고부가가치의 산업으로 발돋움하는데 가장 선행되어야한다는 점을 역설적으로 제시해준다. 또한, 기업뿐만 아니라 학계에서도 한국 어패럴 기업이 미래에 대한 효과적인 방향성을 수립할 수 있도록 보다 실질적인 연구의 접근이 필요함을 시사해준다. 본 연구가 패션의 다양한 세부 분야 중 어패럴 분야에 국한되어 분석이 진행되었음을 밝히며, 향후 후속 연구에서는 어패럴 산업뿐만 아니라 섬유 산업이나 코스메틱 산업의 보다 세부적이고 심층적인 후속 연구 또한 필요할 것으로 사료된다.

References

- [1] J. H. Kim, J. Y. Lee, "Diachronic network analysis on variable factors for enhancing the values of apparel industry in South Korea", *Proceedings of spring Conference on Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, KAIS, Jeju, Korea, June 2019.
- [2] K. R. Im, KOFOTI, 43trillion, fashion market breadth in this year [Internet]. Apparelnews [cited 2017 November 13]. Available From: <http://www.apparelnews.co.kr/naver/view.php?iid=68318> (accessed Feb. 13, 2019)
- [3] M. J. Noh, Get the recession, fashion have a weak point of cost-effectiveness [Internet]. Thescoop [cited 2016 March 9]. Available From: <http://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=19388>(accessed Feb. 13, 2019)
- [4] The Korean language and literature compilation committee, The data dictionary of Korean language and literature, pp.1-3482, Korea Dictionary Research Official, 1998.
- [5] D. Riffe, S. Lacy, F. G. Fico, Analyzing media messages :Using quantitative content analysis in research, pp.1-242, Lawrence Erlbaum, 2005.
- [6] S. H. Yang, B. Y. Kim, "Exploratory study on corporate CSV :Semantic network on newspapers text, focusing on healing and culture marketing", *Journal of Tourism Sciences*, Vol.39, No.4, pp.27-38, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2015.39.1.27>
- [7] M. R. Kang, *Strengthening the competitiveness of Korea's textile industry :Comparative analysis between Korea Chinese textile industries*, Master's thesis, Sejong University, Seoul, Korea, pp.1-71, 2015.
- [8] B. R. Joo, "Research on the corporate marketing strategies of global Korean fashion brands :Focusing on SWOT analysis of different types of inroads", *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, Vol.13, No.1, pp.107-128, 2013.
- [9] K. S. Cho, "Environmental changes in the global textile & fashion market & their implications for Korean firms", *Journal of the Korean Society of Costume*, Vol.63, No.3, pp.151-165, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.7233/jksc.2013.63.3.151>
- [10] Y. J. Cho, Y. R. Lee, "Influential factors of foreign market entry of Korean fashion firms", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.30, No.12, pp.1768-1777, 2006.
- [11] H. S. An, H. Y. Syn, I. S. Lee, "An analysis of New York Times articles on Korean fashion :Focusing on the articles since 2010", *Journal of the Korean Society of Design Culture*, Vol.21, No.2, pp.323-333, 2015.
- [12] J. S. Eum, Y. S. Yoo, "Content analysis of articles of Korean fashion in domestic and foreign fashion journals", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.36, No.1, pp.27-35, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.5850/JKSC.2012.36.1.27>
- [13] S. H. Lee, K. W. Cho, "A study on the fashion journalism in the field of daily newspaper", *Journal of Fashion Business*, Vol.8, No.4, pp.45-59, 2004.
- [14] S. E. Park, *A study on analysis of fashion articles in specialized textile newspapers :Centering around the Korea textile news*, Master's thesis, Hansung University, Seoul, Korea, pp.1-83, 2003.
- [15] J. S. Park, Y. R. Lee, "Exploring fashion trends using network analysis", *Journal of the Korean Society of*

- Clothing and Textiles*, Vol.38, No.5, pp.611-626, 2015.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5850/JKSCT.2014.38.5.611>
- [16] H. An, M. Park, "A study on the evaluation of fashion design based on big data text analysis :Focus on semantic network analysis of design elements and emotional terms", *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, Vol.42, No.3, pp.428-437, 2018.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5850/JKSCT.2018.42.3.428>
- [17] J. W. Eom, Y. J. Won, "An analysis of influence factor of ROK military supply :Network efficiency by social network analysis", *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol.20, No.5, pp.47-55, 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2019.20.5.47>
- [18] J. H. Hong, J. Jang, Y. H. Cho, "Diachronic network analysis of South Korea's presidential speeches on the economy: from 1948 to 2008", *Korean Society and Public Administration*, Vol.25, No.1, pp.53-93, 2014.
- [19] J. H. Ryu, S. H. Choi, G. Y. Cho, New industry analysis textbook, p.1-554, KISVE, 2019.
- [20] J. S. Chun, Apparel products for business of fashion, pp.1-273, Kyomunsa, 2005.
- [21] H. J. Lee, An introduction to fashion merchandising, pp.1-296, Kyohakyungusa, 1994.
- [22] K. H. Kim, *A study on the international competitiveness of Korea clothing fashion industry*, Master's thesis, Dongguk University, Seoul, Korea, pp.1-86, 1997.
- [23] J. H. Choi, Fashion marketing, p.1-323, Kyungchunsa, 2008.
- [24] Y. S. Kwon, *A study on strengthening international competitiveness of the Korean apparel fashion industry*, Master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea, pp.1-112, 1995.
- [25] S. W. Lee, *The dispersion of value chain and the networks of apparel industry in Guro-Gasan, Seoul*, Master's thesis, Seoul National University, Seoul, Korea, pp.1-146, 2014.
- [26] H. J. Lee, "A study on marketing strategy through comparison of fashion industry development process between Korea and Japan", *Fashion & Textile Research Journal*, Vol.5, No.4, pp.351-362, 2003.
- [27] H. J. Lee, M. Y. Kim, Fashion industry and information, pp.1-367, Kyohakyungusa, 2008.
- [28] I. H. Jung, *A case study on brand identity of SPA fashion brand and collaboration*, Master's thesis, Chung-Ang University, Seoul, Korea, pp.1-147, 2012.
- [29] S. Y. Joo, J. S. Ha, "Fashion industry system and fashion leaders in the digital era", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.40, No.3, pp. 506-515, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5850/JKSCT.2016.40.3.506>
- [30] National Institute of Korean Language. Newspaper [Internet]. National Institute of Korean Language [cited n. d.], Available From: https://opendict.korean.go.kr/dictionary/view?sense_no=372518&viewType=confirm(Accessed Apr. 19, 2019)
- [31] T. H. Kim, S. B. Lee, The power of newspaper, pp.1-195, Communicationbooks, 2006.
- [32] T. S. Oh, H. D. Kang, J. H. Cho, Media and information society, pp.1-433, Nanam Publishing co., 2004.
- [33] S. C. Lee, The understanding of newspaper, pp.1-412, Parkyoungsa, 1997.
- [34] Korea press research institute, Specialized Newspapers in Korea: Survey of Special weekly newspapers, pp.1-324, Korea Press Research Institute, 1991.
- [35] J. C. Lee, The theory of journalism, pp.1-495, Ijin Publishing co., 2000.
- [36] A. E. Park, S. K. Park, "Discourse about education for children in early childhood from newspaper with text network", *The Journal of Humanities*, Vol.42, No.-, pp. 241-265, 2016.
- [37] National Institute of Korean Language. Network [Internet]. National Institute of Korean Language [cited n. d.], Available From: https://opendict.korean.go.kr/dictionary/view?sense_no=792593(Accessed Apr. 19, 2019)
- [38] National Institute of Korean Language. Sentence [Internet]. National Institute of Korean Language [cited n. d.], Available From: https://opendict.korean.go.kr/dictionary/view?sense_no=64490&viewType=confirm(Accessed Apr. 19, 2019)
- [39] H. S. An, *A study on the sentiment analysis in fashion design using big data :Focused on text mining and semantic network analysis*, doctoral dissertation, Ewha womans University, Seoul, Korea, pp.1-182, 2017.
- [40] M. K. Carley, "Extracting team mental models through textual analysis", *Journal of Organizational Behavior*, Vol.18, No.1, pp.533-558, 1997.
- [41] J. Moody, "The structure of a social science collaboration network :Disciplinary Cohesion from 1963 to 1999", *American Sociological Review*, Vol.69, No.2, pp.213-238, 2004.
- [42] J. H. Han, J. K. Na, C. B. Kim, "A study of ICT technology convergence analysis and development direction by using the patent information :Focusing on Kyongbuk area company", *The Journal of Intellectual Property*, Vol.10, No.3, pp.203-238, 2015.
- [43] H. J. Lee, D. I. Lee, J. H. Lee, "Development of franchise education program through semantic network analysis", *Korea Business Review*, Vol.14, No.2, pp. 105-128, 2010.
- [44] S. S. Lee, Methodology of network analysis, pp.1-370, Nonhyung, 2013.

김 장 현(Jang-Hyeon Kim)

[정회원]



- 2010년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학석사)
- 2016년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 패션디자인학과 (패션예술학 박사)
- 2017년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 패션전공 강의전담교수

〈관심분야〉

패션디자인, 복식미학, 스포츠패션디자인, 디지털패션디자인

이 지 연(Ji-Yeon Lee)

[종신회원]



- 2010년 2월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학석사)
- 2012년 2월 : 중앙대학교 일반대학원 패션디자인학과 (의류학 박사 수료)
- 2015년 1월 ~ 현재: 교수창업 패션브랜드 '프로젝트 에프' 이사
- 2013년 3월 ~ 현재 : 여주대학교 패션산업과 조교수

〈관심분야〉

패션디자인, 전통의상디자인, 패션문화콘텐츠