

일본 패션디자이너들의 서구 패션계 진출 전략에 대한 연구

A Study on Global Strategies of Japanese Designers that Advanced
to the Western Fashion Industry

조정미

가톨릭대학교 생활과학부 의류학 전공

Cho jung-mee

The Catholic University of Korea, Clothing & Textiles Major School of Ecology

* 본 연구는 2008년도 가톨릭대학교 교비연구비의 지원으로 이루어졌음

1. 서론

2. 일본디자이너의 서구 패션계 진출 과정 및 현황

3. 일본디자이너의 서구 패션계 진출 전략

- 3-1. 동서양의 융합
- 3-2. 미래지향적 브랜드를 선도
- 3-3. 패션과 문화예술 활동
- 3-4. 마케팅 전략과 후세대의 양성

4. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

일본 디자이너들은 1970대부터 서구 패션계 진출 하였다. 초기에 이들이 서구 패션계 소개될 때에는 동양의 이국적 문화에 대한 호기심과 흥미로 받아들여졌다. 그러나 그들은 곧 서구의복의 특성을 파악하고 동양과 서양의 경계를 깨는 참신한 디자인으로 서구 패션의 일원으로 인정받고, 패션을 선도해 가기 시작하였다. 그들이 서구 패션에 성공적으로 진출 할 수 있었던 전략은 다음으로 요약 될 수 있다. 일본적 이미지를 통해 관심을 받았지만 서구의 것을 인정하며 경계를 깨기 위해 노력하였다. 옷의 본질에 대한 진지한 탐구와 철학적 접근을 통한 미래적인 브랜드를 제시하였다. 첨단 섬유제품의 기술개발을 위한 많은 노력과 투자를 통한 공업생산력과 기술력을 보유하게 되었다. 패션을 철저히 상업화 하여 패션디자인을 산업디자인이라 칭하면서 생산구조와 코스트를 확실히 이해하는 디자인 전략, 디자인, 생산, 판매를 총괄하는 새로운 유통 구조의 개발에 관심을 기울였다. 다양한 문화·예술적 교류를 통한 자신의 디자인 작품의 예술성을 인정받고 이를 브랜드 프로모션에 적극적으로 이용하였다. 또한 일본 디자이너들은 자신의 위치를 확보하는데 그치지 않고 인재 양성의 중요성을 인식하여, 후진들을 키우고 스스로 설 수 있을 때 독립시켰다. 이 젊은 후세대 디자이너들은 선배들의 뒤를 이어 변화하는 트렌드에 맞추어 새로운 브랜드를 개발하는데 많은 역량을 발휘하고 있다.

주제어

일본디자이너, 서구 패션, 패션전략

Abstract

Japanese designers started entering the Western fashion industry from 1970s. When they were introduced to the Western fashion industry in the beginning, they were accepted by the Western designers with the curiosity in the Oriental culture and interests in the cultural heterogeneity. However, they soon redefined the nature of Western clothes. As they became recognized members in the Western fashion while leading the fashion industry by participating in the Western fashion system, although there was a contrast between the Western and the Oriental fashion.

Strategies to successfully entering the Western fashion can be summarized as follows. The Japanese designers have made efforts to break through the boundaries while recognizing those inherent to the West, although they could draw attention through images inherent to Japan. They suggested the future brands through the sincere studies and philosophical approach to the nature of clothes. They could maintain the industrial production and technological abilities through a great deal of efforts and investments to develop products under a high level of technology. They have paid attention to the development of new distribution structure including the design, production and sales, as well as the design strategies to clearly understand the production structure and the cost, while calling the fashion design as the industrial design by commercializing the fashion thoroughly. They have been recognized with their artistic abilities on the design works through a variety of cultural and artistic interchanges, which have been actively utilized in the brand promotion. They helped their junior designers develop themselves with the awareness of importance on the talented designers and later ensured them to be independent in playing a role of a frontier team to develop new markets.

Keyword

Japanese Designer, Western Fashion Industry, Fashion Strategy

1. 서론

1970년대 이후 호황을 누리며 우리나라 산업발전의 기반이 된 섬유산업은 1990년대 초반부터는 생산여건의 악화로 경쟁력이 크게 약화됨에 따라 패션산업의 국제화는 선택이 아닌 필수 생존 전략이 되었다. 내수시장 수요의 포화 상태에 이른 한국 패션업계도 일찍부터 이러한 상황을 인식하고 다양한 방면에서의 국제화를 실현하기 위하여 많은 노력을 기울여 왔다. 국제 무역환경과 국내 산업여건의 급격한 변화로 인해 우리나라 의류산업은 종래의 중·저가 노동집약적 소품종 대량생산 위주의 생산구조에서 고부가가치, 기술지식 집약적 다품종 소량 생산구조로의 질적 고도화를 통한 산업 구조조정을 위해 패션업계 뿐만 아니라 국가적 차원에서도 패션산업의 다양한 노력과 지원이 이루어졌다. 그러나 이와 같은 노력에도 불구하고 세기가 바뀐 2009년 현재 뉴욕과 파리 컬렉션에 지속적으로 참가하는 한국의 훌륭한 디자이너들이 있지만, 국제 패션시장에서 한국을 대표하는 디자이너나 브랜드의 인지도나 판매율 면에서 아직까지 뚜렷한 실적을 말하기는 어려움이 있는 실정이다.

본 연구는 서구에 진출하여 활발히 성장하고 있는 일본 디자이너들의 서구 패션계의 진출 현황 및 활동 과정의 특성을 연구하는 것을 목적으로 한다. 이제까지 일본 디자이너들의 대한 연구들이 많이 이루어져왔다. 그러나 이러한 연구들은 상업적인 측면보다는 미학적인 측면의 연구들이 주류를 이루어왔으며, 그들의 서구시장 진출 전략에 관한 측면의 연구는 미비하다. 따라서 본 연구는 한국 패션의 서구 패션 진출을 위한 전략 수립의 기초자료로서 그 의의가 있으리라 사료된다.

본 연구는 문헌 조사를 통해 이루어졌다. 문헌조사를 위해 국제 의류산업에 관련된 전문적 문헌과 국내외 패션관련 간행물 및 서적, 각종 통계자료, 학위논문, 디자이너의 홈페이지, 화보집 등을 연구 분석하였다. 연구의 범위는 일본디자이너들이 주로 활동하고 있는 파리를 중심으로 오프 꾸뛰르(Haut Coutre)와 프레타 포르테(Prêt-à Porter) 컬렉션에서 활동했거나 활동하고 있는 디자이너들로 한정하였다.

2. 일본디자이너의 서구 패션계 진출 과정 및 현황

일본에 서구복식이 알려지기 시작한 것은 1868년 명치(明治)유신 이후 이다, 이후 일본 사람들은 활동성과 창의성, 빠르게 변화되는 서구 패션의 속도

감에 깊이 매료되었고 서양복은 일본사회에 깊숙이 침투되어 그들만의 새로운 서양복 문화를 만들어 내었다. 이후 제2차 세계대전과 한국전쟁을 거치며 일본의 산업사회 전환에 따른 기성복산업의 발전은 복식산업이 일본 산업의 중요한 분야로 확장되는 계기가 되었다. 일본 내부에 다양한 교육기관이 생겼으며, 많은 복식디자이너들을 양성하였다. 일본디자이너들은 1960대 이후 서구패션의 중심지였던 파리 패션계를 동경하였고 자신의 능력을 개발하기 위하여 파리로 유학을 오거나 자신들의 작품을 파리에서 발표하면서 인지도를 높여가고 점차 그들의 능력을 인정받기 시작하였다. 1970년대에 들어서면서 일본 디자이너들은 오프 꾸뛰르나 프레타 포르테에서 일본풍의 디자인 발표하기 시작하면서 공식적으로 파리 패션계에서 주목받기 시작하였다. 이들은 과거의 서구인들의 시각에서 만들어진 외형적인 일본풍을 뛰어넘어 동양적 미학에 근거한 다양한 디자인들을 발표하기 시작하였다. 이후 일본 디자이너들은 적극적으로 파리 패션계를 공략하였다. 켄 스타일과 같은 일본의 내면적 미의식을 표현하거나 서구의 상식적 수준의 일본 미의식을 뛰어넘어 일본의 다양한 시대에 따른 문양이나 이미지를 응용한 작품을 발표하면서 1980년대와 90년대에 이르러서 이들은 성공적으로 파리 패션계에 주류로 자리매김 할 수 있었다. 1980년대 말부터 90년대까지 파리컬렉션에서 활발히 활동한 1세대 파리컬렉션 디자이너들은 겐조 다카다(Takada Kenzo), 오프 꾸뛰르에서 동양인 최초로 활동한 하나에 모리(Hanae Mori), 프레타 포르테를 중심으로 활동한 이세이 미야케(Issay Miyake), 간사이 야마모토(Kansai Yamamoto), 요지 야마모토(Yoji Yamamoto), 준코 고시노(Junko Kosino), 레이 카와쿠보(Rei Kawakubo) 등이 있다. 일본풍을 기반으로 한 이들의 디자인들은 다양한 트렌드에 맞추어 변형되고 재창조되면서 이제는 일본풍이 아니라 하나의 정형화된 이미지나 트렌드로서 인정받았다. 이들이 쌓은 기반위에 레이카와 쿠보의 뒤를 잇는 준야 와타나베(Junya Yatanabe), 요지 야마모토의 딸인 리미 야마모토(Limi Yamamoto), 준 다카하시(Jun Takahashi), 다카히로 미야시타(Takahashi Miyashita), 츠모리 치사토(Tsumori Chisato), 아키라오 노즈카(Akirao Nozka), 후지 다이와라(Fuji Daiwara) 외 다수의 디자이너들이 유럽과 미국에서 활발히 활동하고 있다.

본 연구에서는 일본 디자이너들의 파리 패션계의 공식 진출 과정 및 그 활동 현황을 [표 1]에 제시하였다.

3.일본디자인의 서구 패션계 진출 전략

3-1. 동서양의 융합

3-1-1. 동양을 서구의 언어로 표현

겐조 다카다가 먼저 파리에 와 있었지만 파리패션계에서 가장 먼저 이름을 날리기 시작한 사람은 하나에 모리였다. 그녀는 1976년 메종을 설립하고 본격적으로 활동을 시작하였다. 초기에는 프랑수아적인 것에 치중하며 찬사와 함께 비판을 받았지만 곧 'EAST MEETS WEST' 26)이라는 주제로 독창적인 디자인을 발표하기 시작하였다. 그녀는 서구 디자인

에 도전하거나 미의 기준을 바꾸는 것이 아니라 일본의 아름다움을 서양복에 접목시킴으로써 새로운 이미지를 만들어냈다. 그녀의 대부분의 작품은 신체에 밀착되는 서양복의 형태를 추구하나, 내적인 아름다움은 기모노 정신이 기본 바탕을 이루어 기모노 형태 재현, 전통 착장법 응용, 전통 문양 응용으로 나타났다²⁷⁾. 특히 그녀의 일본 전통의 나비와 꽃문양 프린트 모티브로 응용한 드레스들이 대표적인 작품이다 [그림 1]. 이후 많은 일본 디자이너들이 일본적인 것을 컨셉으로 하여 파리 패션계에 진출하였지만 동·서양의 융합을 적극적으로 시도한 디자이너는 이세이 미야케이다. 그는 [ISSEY MIYAKE :

일본 디자이너	서구무대 진출 시기 및 주요 작품 무대 및 활동	작품경향	주요 브랜드 (브랜드명은 로고를 그대로 표기)	
1세대	겐조 다카다 (Kenzo Takada)	1970년 - jungle jap이란 기성복 회사 설립, 파리와 뉴욕에서 기성복 쇼를 개최 <일선에서 은퇴>	다양한 꽃무늬 모티브와 기모노슬리브를 사용한 디자인으로 주목	남성복, 여성복, 아동복, 침구, 인테리어, 화장품, 직물회사 등의 KENZO 브랜드소유, Gogan Kobo/「KENZO」 작품집
	하나에 모리 (Hanae Mori)	1977 - 동양인으로 최초로 파리복식조합 정회원이 됨. 국내외 왕족 및 귀빈의상 제작, 영화의상/공연의상, 스텐디스 및 각종유니폼 제작<일선에서 은퇴>	서양 의복의 미의 기준을 유지하면서 일본의 전통적 문양과 소재 형태를 사용한 고급 디자인	ALMA en ROSE, Hanae Mori Tissu, 기타 여성복 남성복 생활용품 브랜드 소유
	이세이 미야케 (Issey Miyake)	1973 - 추풍 컬렉션 발표. 다양한 공연 의상제작. 의상을 통한 예술적 전시 활동을 전개, 섬유예술가로도 유명 <일선에서 은퇴>	일본 전통직물의 기초로 새로운 산업테크닉을 개발, 직물과 불륨에 대한 감각적 재능	me, Fete Issay Miyake, Pleats Please, HaaT, A-POC
	간사이 야마모토 (Kansai Yamamoto)	1979 - KANSAI in Paris 발표 파리, 뉴욕, 도쿄에서 컬렉션 개최	기모노와 군복 등에서 영감을 받은 대담한 디자인	KANSAI, KANSAI O ₂ , KANSAIJapan, KANSAI Man, KANSAI super studio,
	요지 야마모토 (Yoji Yamamoto)	1981 - 부티크를 오픈하고 파리 컬렉션 개최시작	독창적이고 비구축적인 디자인으로 명성	YAMAMOTO : Femme, Homme, +Noir, Y's, Y:3
	준코 고시노 (Junko Kosino)	1978년 - 파리 프레타포르테 조합가입 무대의상과 유니폼디자인에도 주력, Art Future운동의 회원<일선에서 은퇴>	검은색을 주제로 한 조형미와 미래지향적인 작품을 추구	JUNKO KOSINO, SOIR D'OPERA, Mr. JUNKO, JUNKOCHINO, EQUAL
	레이 카와쿠보 (Rei Kawakubo)	1981년 - 파리 컬렉션 개최 시작, 건축과 산업디자인 등 다양한 분야에서 활동, 그녀의 작품이 국제적인 박물관에 소장됨, magazine Six 발간 <일선에서 은퇴>	불규칙성, 비대칭, 강한 직조 공예의 전통, 새로운 소재와 커팅 기술의 아방가르드 한 재치를 보임	Comme des Garcons Homme, Trico
2세대	준야 와타나베 (Junya Yatanabe)	1992년 - 파리 컬렉션 개최 레이 카와쿠보 밑에서 시작 섬유 예술가로도 인정받음	안과 걸을 바꾸는 상식의 반전, 파괴 주의적 메시지가 강한 junk패션	JUNYA YATANABE Comme des Garcons
	요시키 하시누마 (Yosiki Hisinuma)	1992년 - 파리 컬렉션 개최 섬유회사와 협력하여 전시회개최 중국에도 활동을 시작	창의적인 텍스타일 개발, 특히 합성소재를 사용한 표면가공과 다양한 형태에 주력	Yosiki Hisinuma
	준 다카하시 (Jun Tkahashi)	1994년 - 하라주쿠에서 시작, 2001년 파리 컬렉션, 레이 카와쿠보와 스폰서쉽	문신, 별, 달 등을 모티브로 유니크하면서 기괴한 스타일	UNDER COVER
	리미 야마모토 (Limi Yamamoto)	2008 - 파리 컬렉션 개최, 독자적 활동 시작, 요지야마모토의 딸	무채색의 스트리트패션	Limi feu
	다카히로 미야시타 (Takahashi Miyashita)	1996년에 도쿄에서 시작 파리 컬렉션에 참여	거리문화와 음악에서 영향을 받은 군복 풍	Number Nine
	츠모리 차사토 (Tsumori Chisato)	이세이 미야케사에서 시작, 2004년 파리 컬렉션 시작	원시적인 이미지를 자수와 물색, 민속풍의 형태로 표현	TSUMORI CHISATO
	마사히로 나카가와&리카 (Masahiro Nakagawa & Lica)	1994년 동경 컬렉션. 1994년 파리컬렉션 시작	재활용에서 아이디어-오래된 옷으로 새로운 직물을 만드는 것에서 시작	20471120 HYOMA-c

[표 1] 주요 일본 디자이너들의 서구 패션계 활동 현황

26) <http://hanae-mori.com>, 2008,12.

27) 최영옥(2007), 하나에 모리 의상에 나타난 미적 특성, '한국리뷰산업학회지', 9(6), pp.613-625.



[그림 54] 하나에 모리의 전통 기모노의 꽃과 나비의 문양을 응용한 이브닝드레스,
자료출처: Fashion News (1997), 97-97 A/W, vol 43, p58



[그림 2] 이세이 미야케의 Paradise lost,
자료출처: 三宅一生.(1978). 三宅一生の發想と展開: ISSEY MIYAKE EAST MEETS WEST. 東京: 平凡社, p.106

EAST MEETS WEST](1978)라는 작품집을 발표하면서 동·서 문화의 융합을 시도하였다. 또 뉴욕 미술관에 소장될 정도로 서구에서 지명도가 높았던 다다노리 요코오(横尾忠則)의 작품을 이탈리아 코모에서 날염 제작한 직물로 ‘Paradise Lost’ 라는 작품을 발표하여 호평을 받았다 [그림 2] 28). 그는 일본 전통에서 얻은 아이디어를 근거로 외국에서 잘 알려진 일본인이나 이태리나 파리의 장인들이 작품을 제작하게 하여 보다 서구적인 취향에 맞게 동·서양의 융합을 시도 하였다. 다시 말해 이는 지역적인 동양 문화를 세계적인 문맥이나 언어로 표현하는 것이라 할 수 있다. 이후 많은 일본 디자이너들도 동서양의 본질은 유지하는 동시에 그 경계를 깨뜨리기 위해 노력하여, 서구인들에게 보다 자연스럽게 일본적인 것이 받아들여지는데 일조 하였다고 할 수 있다.

3-1-2. 유럽 상류층의 지지와 정신문화 소개

일본의 복식이 서구에 나타난 것은 쇠국 중에서도 무역 허가를 받은 네덜란드의 동인도 회사를 통해 ‘장군의 부속착(將軍의 部屋着)’이라 불린 기모노가 네덜란드 본국에 보내진 것이 최초라고 할 수 있는데 따뜻하고, 가볍고 옷을 입었을 때의 아름다움과 회소가치, 이국취향 등이 덧붙여져서 17-18세기 유럽대륙에서 일본의 기모노를 귀족남성의 실내복으로 착용하였다.29)

이후 19세기 말에서 20세기 초에 들어서면서 미국에 의해 일본 문화가 개방되면서 서구사회는 일본의

문화와 예술에 열광하였다. 이러한 경향은 일종의 이국취향을 넘어서서 유럽예술가들에게 창작의 근거를 제시하고 새로운 예술의 근거를 제시하였다.30) 재패니즘(Japanism : 일본풍)은 회화나 공예 부분의 인상주의나 아르누보에 영향을 주었으며 의상에서도 20세기 초반의 워드(Worth), 포아레(Poire), 란방(Lanvin), 발렌시아가(Balenciaga) 등의 고급 맞춤복 제작자들의 작품 속에 반영되기 시작하였다. 이렇게 일본풍과 일본 복식은 20세기 초 유럽의 귀족이나 예술가, 부유층을 기반으로 확산되기 시작하였다.

1970년대의 패션계에서도 일본풍의 고급이미지 구축에는 하나에 모리가 많은 기여를 했다. 겐조나 다른 아방가르드를 표방한 일본 디자이너들과는 달리 모리는 서양의복 시스템안의 미의 기준을 부수지 않았다. 그녀는 일본의 어부와 농부가 입는 의복의 소재를 사용하지 않고, 일본의 가장 사치스러움과 미를 이용해서 서양의 미를 그들에 접목시켜31), 고급 맞춤복을 생산하여 호평을 받았으며 이러한 특성을 기성복에까지 연결시켰다. 또한 이러한 유럽 상류층의 지지 기반은 포스트모더니즘이 영향을 받은 후세대 일본디자이너들이 제시한 빈곤의 미학(aesthetic of poverty) 혹은 푸어 룩(poor look), 해체주의적 디자인 작품이 파리에서 고급 디자인으로 인정받을 수 있는 기반을 만들어 주었다고 할 수 있다.

일본 디자이너들은 이러한 기반을 바탕으로 그들 고유의 정신문화를 알리기 시작하였다. 과거 서구인들은 동양의 표면적인 특징만을 모방한 상상의 동양을 만들고 있었다. 그러나 일본 패션 디자이너들이 동양적인 형태 외에 일본의 문화적 정신을 함께 전파하기 시작하면서 부각된 스타일이 젠(ZEN : 禪) 스타일이다.

20세기 후반부에 들어 세기말적 불안과 함께 기계화, 정보화가 이룩한 표준화된 삶에 회의를 가진 서구인들은 새로운 안식처로 정적이면서 자연에 동화된 수행을 강조하는 불교에 관심을 갖기 시작하고 문화전반에 걸친 포스트모더니즘의 유행과 더불어 이러한 스타일은 급격히 확산되었다. 젠 스타일의 초기에 일본디자이너들이 많은 역할을 하였다. 이들은 서구디자이너들에게는 아직은 어색했던 동양 사상의 자연 친화적이고 정신을 중시하는 내면적인 측면을 적극 제시했고 의상 뿐 만 아니라 꽃꽂이, 다도, 서예 등을 통한 다양한 선사상의 표현기법

28) 横尾忠則.(1989). 横尾グラフィック大全. 東京: 講談社,p5.

29) 이상례, ‘현대패션에 나타난 동방풍에 관한 연구’, 세종대학교 박사학위논문,1995, p37.

30) 권남주, ‘20세기 여성패션에 나타난 일본 모드에 관한 연구’, 중앙대학교 석사학위 논문, 1992, p 32-52.

31) 최영옥,Op. Cit, p.617.

을 제시했다. 이러한 스타일은 인테리어, 음식 등 문화의 다방면으로 전파되어 이제는 하나의 컨셉(concept)이 아닌 고전(classic)으로 자리 잡는데 일본 패션디자이너들의 역할이 컸다고 할 수 있다.

3-2. 미래지향적 브랜드를 선도

일본 디자이너들은 초기에는 극히 일본적인 색과 문양, 기모노를 응용한 디자인으로 인정받기 시작하지만 이것에 안주 하지 않았다. 그들은 지속적으로 의복의 본질에 대해 진지하게 성찰하고, 의복의 구조, 기능, 기술적인 측면에서 끊임없는 연구와 시도를 계속하여 서구의 고정적인 인간과 의복의 관계를 뛰어넘어 새로운 인간과 옷의 관계를 제시하였다. 이러한 노력의 결과로 이들은 파리 패션계에서 전위적이고 미래지향적인 디자인을 선도하는 중심 디자이너로서 다양한 브랜드를 제시하며 파리 하이패션 업계의 상업적, 상징적 위치를 점유하고 있다.

3-2-1. 동양적 시각의 비구조적 형태제시

일본 디자이너들은 평면적 구성의 동양복식을 통해 옷과 인간과의 관계를 새롭게 제시하여 기존 서구 패션의 가치관에 새로운 전환점을 마련하였다.

특히 요지 야마모토는 서양복식의 구축적인 디자인에서 벗어나 비구축적인 디자인을 시도 하였다. 그는 매기, 두르기, 걸치기, 겹쳐 입기를 통하여 착장자에 의해 불확정적으로 연출하는 이미지를 표현 하였다. 직물이 신체와의 접촉을 통해서 스스로 완성된 형태를 이루어 인간과 의복 사이에 상호작용으로 인해 착장자의 의미가 결정되었으며, 신체와 의복 사이의 공간 개념을 취하여 비구축적으로 이루어진 의복의 형태는 열린 공간으로서 새로운 이미지를 창출하였다³²⁾ [그림3]. 이러한 옷과 몸의 새로운 관계를 제시한 디자인은 서구패션을 열광시키며, 서구패션의 미적 가치관을 바꾸어 오프 꾸뛰르의 쇠퇴를 부추겼고 이에 대응하는 하이 패션(high fashion)이라는 단어를 탄생시켰다.

이세이 미야케는 인간과 옷의 관계에 추가해서 '움직임'에 주목했다. 그는 뛰어오르거나 춤추거나 하는 다양한 움직임에 따라 자연스럽게 적응하고 형태적 변형이 쉽게 이루어질 수 있는 '플리츠(pleats)'의 기능을 발전시켰다. 동작에 따라 자연스럽게 줄어들기도 하고 늘어나기도 하면서 한 장의 천이 바람을 품고 몸에 얹혀서 옷이 되면서 자연스

32) 양취경, 김효진(2001), 전통 미의식적 관점에서 본 요지 야마모토의 작품세계연구, '생활문화연구', 성심여자대학교 생활문화연구소, 15(1), pp.1-18.

럽게 제작자와 착용자의 커뮤니케이션이 형성된다. 이러한 개념은 처음으로 의상에 산업디자인의 개념을 도입한 [Pleats Please] 브랜드의 탄생 계기가 되었다³³⁾³⁴⁾.

3-2-2. 패션의 건축적 조형성제시

인간과 옷의 상호관계를 증시한 디자인의 전개와 더불어, 이들은 신체에서 벗어난 무한공간을 의복의 디자인 대상으로 삼았다. 인체의 구조를 고려하지 않은 건축적 조형성을 증시한 다양한 패션디자인을 제시하고 이것을 브랜드화 했다. 90년대에 들어 포스트모더니즘이 전성시대를 이루면서 티에리 뮤글러(Thierry Mugler), 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen), 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)등이 구조주의를 근간으로 서양적 합리성에 의해 표출된



[그림 3] Yohji Yamamoto, 자료출처:Gap Press vol.15 98-99 F/W p.5



[그림 4] Junya Watanabe, 자료출처:Gap Press vol. 28 00-01 F/W p.21

완벽한 재단의 절제된 조형적 형태미를 보여주었다.

반면 일본 디자이너들은 아방가르드와 포스트모더니즘을 동양적 해석으로 표출한 조형적 형태미로 서구패션계를 열광 시켰다. 특히 이세이 미야케, 콤포드 가르송의 준야 와타나베 등은 오리가미(Origami 折り紙;종이접기)와 같은 일본 전통 기법과 신소재를 사용하여 서양의 복식을 동양적으로 해석하며 패션의 건축적 조형성을 재해석하였다 [그림 4]. 이들의 조형성에는 트렌드 보다 그들만의 철학이 강하게 반영 되어 순수 예술시장에서도 예술성을 인정받으며 그들의 브랜드 가치를 높여 나갔다³⁵⁾³⁶⁾.

33) 藝術新調, 2000.07

34) 三宅一生は語る~飾るから五感で感じる服へ 新しい衣服を求める時代がやってきた, 東京人 '東京モードファイル' 1996.06 p.103.

35) 박신미, 이재정(2008), 20세기 패션디자인의 건축적 패러다임 특성고찰. '복식', 58(2), pp78-92.

36) 양희영, 양숙희(2006), 1990년대 이후 패션에 나타난 건축적 패러다임에 관한 연구. '복식', 56(7), pp85-100.

3-2-3. 신소재 개발에 주력

일본 디자이너들은 끊임없이 소재를 연구하고, 다양한 신소재 개발을 선도하였으며, 이것을 디자인하여 상업화 하였다. 재료의 특성은 그 자체로 패션 디자인에 큰 영향을 미친다. 최근 패션에서는 첨단 의 합성소재와 화학가공 그리고 고도의 정밀 기술이 이용되고 있으며 일본 디자이너들이 이 분야를 주도하고 있다.

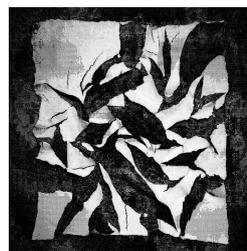
특히 이세이 미야케는 초기에 파리와 미국에 있던 작품 제작 거점을 일본으로 옮겼다. 이는 그의 창작활동에 있어서 소재의 비중을 인식한 결과였다. 당시 프랑스나 미국에서는 직물생산에 패션 디자이너가 관여하기 힘든 구조였던 반면 일본은 디자이너가 직접 원하는 직물 제작에 관여 할 수 있는 시스템이었다. 이세이 미야케는 서양의 원단생산 시스템에 어려움을 느끼고 일본으로 돌아와 자신의 디자인 발상에 맞는 직물을 직접 개발하기 시작 하였다. 이후 그는 일본의 직물회사와 지역의 산지가 디자이너의 의견을 적극적으로 반영하여 개발에 참여하는 경향을 일본 패션산업의 장점으로 여러 차례 강조하였다³⁷⁾.

일본 디자이너들과 직물회사의 유대는 다른 어떤 나라의 패션산업에서보다 돈독하다. 이세이 미야케는 1970년대 초 아사히 가세이(旭化成)가 개발한 아크릴 필라멘트사인 펄론(Pewlon)을 실용화하기 위해서 이세이 미야케가 기획, 디자인, 프로모션까지 담당한 바 있으면 이후 이노우에 플리즈사(Inoue Pleats Inc.)와 협력하여 [Pleats Please] 를 런칭하여 큰 성공을 거두어 1996년 한해에 25만장의 제품을 판매하였다. 미치코 고시노는 도요보사(Tyobo co. Ltd)의 고기능성 스포츠 직물과 산업용 플라스틱에서 영감을 얻고 있으며, 준야 와타나베는 듀폰사(Dupont Inc.)의 타이벡이나 네오프렌을 사용하여 독특한 가공 처리한 다양한 디자인을 내놓고 있다. 이와 같이 직물회사와의 긴밀한 협조에 의한 신소재 개발 외에도 일본 디자이너들은 여력이 생기면 자체적으로 텍스타일디자이너를 고용하거나 직접 직물회사를 운영하기도 한다. 하나에 모리는 남편이 직물회사를 운영하고 있어 원단 선택에 많은 도움을 받았을 것으로 추측되며 훗날에는 ‘하나에 모리 티슈(Hanae Mori Tissue)’ 라는 직물회사를 운영하여 고급직물을 직접 생산하였으며, 지금은 디자인하우스 가제(Design House Kaze)의 다다오 마쓰이(Tadao

Mathi)와 작업하고 있다. 레이 카와쿠보 역시 자신의 텍스타일디자이너를 두고 있으며, 정교한 컴퓨터 시스템으로 움직이는 직기로 다양한 시도를 하고 있고, 최근 [Trico] 라는 편직물 회사를 설립하였다.

파리 진출 2세대로서 주목 받는 요시키 히시누마는 섬유에서 의상에 이르는 모든 과정을 통괄하여 작업하며, 주로 합성섬유에 천연이나 화학의 다양한 가공법을 사용하여 질감과 형태에서 창의적인 디자인으로 합성소재의 개척자로 인정받고 있는 대표적 2세대 일본디자이너이다 [그림5] . 특히 레이 카와쿠보, 요시키 히시누마와 오사무 마에다(Osamu Maeda)는 누노(Nuno)사에서 독점으로 텍스타일을 공급받고 있다. 누노사의 레이코 수도(Reiko Sudo) [그림6] 와 주니치 아라이(Junnichi Arai), 사유리 시오다(Sayuri Shioda)는 텍스타일 디자이너로서는 독보적인 존재로서 1970년대부터 패션계에 텍스타일을 공급하여 일본 패션디자이너들이 세계적인 명성을 얻는데 일조했다 할 수 있다³⁸⁾. 이와 같이 일본 디자이너들은 직접제작에 참여하거나 직물회사, 텍스타일디자이너, 아티스트들과 친밀한 관계를 유지하면서 직물과 인체의 잠재력을 탐구하는 다양한 작품들을 창조하고 있다. 현재 패션계에서 새로운 소재와 기술을 처음으로 시도하는 디자이너들의 대부분이 일본 디자이너라고 해도 과언은 아니다³⁹⁾.

근래 들어 형태의 모방이 손쉬운 시대에 새로운 소재에 대한 독점은 디자인의 독창성을 유지 할 수 있는 최선의 수단이라고 할 수 있으며 이는 곧바로 높은 상업적 생산성으로 이루어질 수 있는 지름길이라 할 수 있다.



[그림 5] Yoshiaki Hishinuma(1997)의 스카프 (s/s1997)폴리에스테에 우레탄 가공 후 주름잡아 열처리한 디자인



[그림 6] Reiko Sudo(1992)의 누노사를 위한 디자인, "Cloud" series, 실크 오간디를 사용하여 질감을 변형시킨 디자인

자료출처:Spilker, K. D & Takeda, S. S(2008). *Breaking the mode: Contemporary Fashion From the Permanent Collection Los Angeles Museum of Art*. Skira. p.117,120.

38) Spilker, K. D & Takeda, S. S(2008). *Breaking the mode: Contemporary Fashion From the Permanent Collection Los Angeles Museum of Art*. Skira. p.208-209.

39) 사라 E. 브래독, 마리 오마호니(1998), 허성화, 김정규 (2002), '테크노텍스타일', 서울: 도서출판 예경.pp.156

37) 現實を変える力がデザイン.(1997.07), *日経デザイン*, 121号, pp.92-97

3-3. 패션과 문화예술 활동

일본 디자이너들의 작품들이 고급으로 인정받고 높은 부가 가치의 상품으로 인정받을 수 있었던 것은 서구 예술가들과의 다양한 교류를 통한 예술 작업의 참여 결과라고도 할 수 있다. 그들은 의상을 다양한 문화 사업과 접목시켜 패션을 문화 예술의 집합체로 서구세계가 인식하는데 큰 공헌을 하였다. 또한 이러한 그들의 활동은 패션브랜드를 트렌드보다는 예술과 철학을 통해 알리는 하나의 상업적 판촉 수단으로도 자리 잡게 되었다.

3-3-1. 서구 예술가들과의 다양한 교류

일본 디자이너들은 일상생활의 의복에서 안주하지 않고 의상디자인의 다양한 분야에서 경력을 쌓는 것을 주저하지 않았다. 하나에 모리는 초창기에 영화의상에 주력하여 많은 영화의상을 디자인하였으며, 이후 장르를 확장하여, 이태리 밀라노 라 스칼라좌의 오페라 나비부인(1985)과 파리 오페라 발레 신데렐라(1986, 2000)의 의상을 담당하였다⁴⁰⁾.

이세이 미야케는 주로 현대 무용가들과 다양한 작업을 하였다. 1980년에 모리스 베자르를 위한 옷을 만들었고, 1991년에 윌리엄 포사이스와 프랑크푸르트 발레단을 위해 옷을 만들었다⁴¹⁾. 이때 얻은 영감은 [Pleats Please] 브랜드 제작의 결정적 이정표가 되었다. 또한 미야케는 사진작가인 어빙 펜(Irving Penn)과의 다양한 사진작업을 통해서 자신의 작품의 아름다움과 메시지를 대중들에게 전달하여 호평을 받았으며, 레이 카와쿠보는 미국의 포스트모던 아티스트인 신디 셔먼(Cindy Sherman)과 협력하여 폼프 드 가르송의 판촉 활동을 진행하였다. 그녀의 퍼포먼스작업이나 전시회에 폼프 드 가르송의 의상을 사용하였고 이것을 사진 작업화 했다. 카와쿠보는 또한 해체주의적 디자인을 그의 상점의 내부 인테리어와 건물디자인에 적용시켜 하나의 랜드마크 역할을 하게 함으로써 상업적 전략으로 삼았다⁴²⁾.

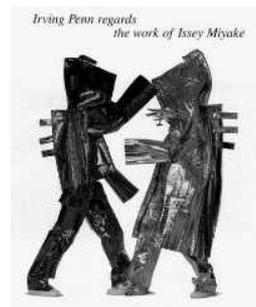
더 나아가 이들은 예술작업에 직접 참여하여 예술과 패션 사이의 간극을 좁히는 새로운 시각적 언어를 창조하였다. 특히 이세이 미야케는 그의 작품이 예술품(art form)으로 인정받는 것을 즐겼으며, "옷이 예술보다 중요하다(Clothing are more important than art)"라고⁴³⁾공공연히 말 할 정도로

옷을 통한 예술적 창작에 자신감을 표명했다.

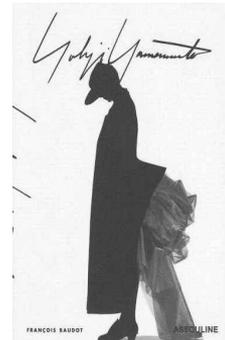
3-3-2. 출판활동

일본디자이너들은 자신을 작품들을 출판이라는 매체를 통하여 보다 확실한 이미지를 대중에게 제공하기 시작하였다. 특히 그들은 서구의 뛰어난 사진작가들과 손을 잡고 자신의 브랜드 이미지의 정체성을 보다 확실히 구축하고 더 나아가 이들의 도움으로 자신의 영역을 확대할 수 있었다.

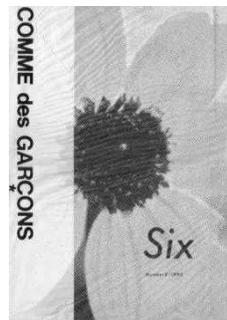
또 이세이 미야케의 디자인은 어빙 펜(Irving Penn)의 사진을 통해 시적인 미와 단순하고 기하학적인 미를 발산할 수 있었다. 이러한 펜과의 교류는 미야케가 의상디자인을 처음 시작했을 때 가진 동기를 항상 기억하도록 해주었고 이후 자신의 디자인을 더욱 정확하게 이해할 수 있게 해주었다.⁴⁴⁾ 또한 이들은 자신들이 가지고 있는 다양한 패션 지식과 트렌드 정보를 소비자들과 나누고 이것에 대한 정보를 공유하기를 주저하지 않았다. 앞서 언급했던 것과 같이 자신들의 작품집 외에, 패션정보지나 트렌드에 반영한 잡지들을 발행하였다. 하나에 모리가 1980년대 초에 유행통신의 발행에 참여한 것을 시작으로, 레이 카와쿠보는 「SIX」라는 잡지를 발행하였



Irving Penn이 Issey Miyake와 작업한 사진집



Yoji Yamamoto의 작품집



Rei Kawakubo가 발간하는 잡지



Hanae Mori의 작품집

[그림7] 일본 디자이너들의 작품집과 발행하는 잡지
자료출처: <http://www.amazon.com>

40) <http://www.hanae-mori.com>, 2009,3.

41) 사라 E. 브래독, 마리 오마호니, Op. Cit, p.119

42) Bonnie English(2007), a cultural history of fashion in the 20th century, (Oxford:Berge), p130

43) Bonnie English, Op. Cit, p.129.

44) Issay Miyake, *Making Things*, Foundation Cartier pour l'art contempotratriation, SCALO, p28

고, 이세이 미야케도 다양한 패션 및 디자인 정보지 제작에 참여하여 패션과 트렌드를 대중적으로 선도하였다 [그림기] .

3.4. 마케팅 전략 과 후세대의 양성

3-4-1. 다변화된 마케팅 전략

일본디자이너들은 디자인 개발 외에도 판매를 위한 다양한 유통 및 마케팅 전략을 시대에 맞게 개발하였다. 좀 더 세밀화된 소비자의 요구에 부응하여 다양한 하위브랜드인 디퓨전 라인(diffusion line)을 만들어 브랜드의 고유성을 유지 하면서 기존의 콘셉과는 다른 젊은 소비자들을 흡수하였다. 실제로 이런 디퓨전 라인들은 한국에서도 강세를 보이고 있어 본 매장의 매출을 앞도하기도 한다.

또한 이들은 자신을 필요로 하는 기존의 브랜드들과도 협업(collaboration)하는 것을 주저하지 않았다. 폼므 드 가르송의 준야 와타나베는 스포츠웨어 브랜드인 나이키(Nike), 청바지로 유명한 리바이스(Levi's) 등과 합작하여 새로운 디자인을 제시하여 호평을 받았으며, 요지 야마모토는 아디다스(ADIDAS)사와 합작하여 [Y-3] 를 크게 성공 시켰다. 이들은 유통에도 관심을 가져 플래그 쉽 스토어나 멀티, 셀렉트숍을 결합한 새로운 형태의 매장을 제시하거나, 이세이 미야케는 에이네트(A-net)라는 유통회사를 설립해 자사의 브랜드나 자기가 키워낸 디자이너들의 브랜드를 지원 관리하고 있다.

3-4-2. 후세대 양성위한 노력

성공적인 활동을 벌인 디자이너들도 그의 후속을 이어줄 후계자를 찾지 못해 많은 브랜드들이 사장되는 경우가 많다. 하지만 일본디자이너들은 자신의 성공에 안주 하지 않고 다양한 시스템을 통해 후진양성에 노력을 게을리 하지 않았다. 이들은 후세대 일본 디자이너들을 영입하여 훈련시키고, 자질이 인정되면 새로운 브랜드를 맡기거나 독립시켰다. 독립한 후에도 그들이 자리를 잡을 때 까지 측면지원을 아끼지 않았다. 하나에 모리와 같은 원로들은 일선에서 물러난 후 인재양성을 위한 재단을 만들기도 했다. 이러한 노력의 결과로 1980년대부터 서구에서 활발하게 활동했던 디자이너들은 이제는 1세대로 불리고, 경영일선에서 물러나거나, 전방에 2세대 디자이너들을 내세워 새로운 브랜드를 개척하고 있다.

2세대의 대표주자들은 폼 데 가르송의 준야 와타나베(Junya Watanabe), 이세이 미야케의 나오키 타키자와(Naoki Takizawa), 요지 야마모토의 딸인 리미 야마모토(Limi Yamamoto) 등이 활동하고 있고, 준야 와타나베 밑으로는 다오 구리하라(Tao

Kurihara)가 [Tricot] 라인에 참여하고 2005년에 컬렉션을 열고 활동을 시작하면서 벌써 3세대 디자이너들이 나오고 있다. 레이 카와쿠보와 스폰서십을 맺고 있는 준 다카하시(Jun Takahashi)는 1994년에 하라주쿠에서 [Under Cover] 를 시작한 후 2001년에 파리에 진출하여, 성공적으로 마케팅을 펼치고 있다. 마사히로 나카가와(Masahiro Nakagawa)와 아즈히 리카(Azechi Lica)의 [20471120] 도 성공적으로 안착하여 그들의 작품이 시드니박물관에 소장되기도 하였다⁴⁵⁾.

4. 결론 및 제언

1970년 이후 일본디자이너들이 현재까지 서구 패션의 한 부분을 차지하며 견제할 수 있는 이유는 첫째, 일본적 이미지를 통해 관심을 받았지만 서구의 것을 인정하며 경계를 깨기 위해 노력하였다. 둘째, 옷의 본질에 대한 진지한 탐구와 철학적 접근을 통하여 전위적이고 미래적인 브랜드를 제시하였다. 셋째, 첨단 섬유제품의 기술개발을 위한 막대한 노력과 투자를 통한 공업생산력과 기술력을 보유하게 되었다. 넷째, 패션을 철저히 상업화 하여 패션디자인을 산업디자인(product design)이라 칭하면서 생산구조와 코스트를 확실히 이해하는 디자인 전략, 디자인, 생산, 판매를 아우르는 새로운 유통 구조의 개발에 관심을 기울였다. 다섯째, 다양한 문화·예술적 교류를 통한 자신의 디자인 작품의 예술성을 인정받고 이를 브랜드 프로모션에 적극적으로 이용하였다. 여섯째, 인재에 대한 중요성에대한 인식을 갖고, 후진들을 키우고 스스로 설 수 있을 때 독립시켜 새로운 시장을 개척하게 하였다. 이와 같이 일본 디자이너들이 서구패션의 한 부분으로 뿌리를 내릴 수 있었던 것은 옷이라는 제품의 디자인에 대한 진지한 성찰과 디자이너가 직접 제품생산을 위한 기술개발, 판매, 유통 구조에 관여하는 통합적 시스템을 구축한 결과이다.

1980년대 이후 우리나라도 패션 산업이 급격히 발달하면서 많은 한국디자이너들이 서구 패션계에 진출하기 위하여 노력하였다. 이들은 일본디자이너들과 같이 한국문화를 기본으로 한 디자인을 발표하였지만 관심을 끌었을 뿐 판매로 이어지지 않았다. 한국의 패션상품이 서구 패션 시장에서 자리 잡기 위해서는 다음과 같은 점을 보완해야 할 것이다. 첫째 지역적인 한국 문화를 서구 패션의 감성적 문맥으로 전달해야한다. 한국 디자이너들은 서구의 패션감성에 대한 완벽한 이해가 미비했다. 이영희씨의 ‘

45) Bonnie English, Op. Cit, p.131

말기 수 치마' 에서 영감을 얻은 이브닝드레스나 뉴욕 등지에서 두리 정(Doori Jung)과 같은 이민 2세대들의 패션계의 성공은 한국적 감성을 미국적 패션 언어로 표현하는 독창성의 한 예라고 할 수 있다. 둘째, 다른 요소에 비해 상대적으로 모방하기가 힘들어 패션 의류제품의 독창성을 오래 유지 할 수 있는 신소재 원단 개발에 더 많이 투자해야한다. 많은 브랜드들이 생산 원가 절감을 위해 동남아로 생산기지 이동에 애를 쓴 반면 제품의 질을 높이는 노력은 미비했다. 고급 브랜드의 원가 상승 요인의 하나가 수입 원단 의존율이다. 따라서 원단개발에 더 많은 관심과 투자와 우수한 텍스타일 디자이너, 원단 회사와 디자이너들과의 더욱 밀접한 협업 체계가 절실하다. 셋째, 한국의 큰 의류 업체들은 서구 패션정보나 잘나가는 브랜드들을 착실히 재현하는 안전한 작업에 급급한 나머지 독자적 디자인을 실험적으로 개발하는 위험 부담이 큰 라인의 개발은 소홀히 해왔다. 세계적인 의류업체로 거듭나기 위해서는 보다 미래적이고 전위적인 브랜드개발에 더 많은 부분을 할애해야 한다. 넷째, 후세대 디자이너 양성에 보다 관심을 기울여야한다. 국내에서 공부하고 서구패션계에 성공적으로 진출하는 경우가 많은 일본에 비해 많은 한국 젊은이들이 외국에서 유학을 하고 와서도 한국 패션계에서 조차 뿌리를 내리지 못하는 경우가 많다. 일본의 디자이너들은 후세대 디자이너를 길러서 브랜드를 만들어 독립시키고 이후에도 다양한 지원을 아끼지 않는 속칭 '인큐베이터 시스템' 이 일반화 되어있다. 그러나 한국에서는 아직 의욕과 재능이 있는 신인디자이너들이 뿌리를 내리는 과정에 지원이 미흡한 실정이다. 이러한 실정에서는 급격히 변하는 패션 트렌드를 선도하는 젊은 디자이너들의 새로운 아이디어나 에너지가 보충 될 수 없으므로 국내 디자이너 브랜드조차도 당대에서 끝나는 경우가 많다.

우리의 패션 업계도 단기적인 트렌드에 만 끌려가기 보다는 일부만이라도 장기적인 안목에서 패션 디자인의 새로운 가치를 제고하고, 섬유 기반 기술에 대한 연구를 지원하여, 세계 패션 트렌드를 선도하고, 시장과 소비자의 수준을 끌어올리는 실험적 시도를 통해 우리 패션의 세계화 작업을 선도해 가야 할 것이다.

본 연구는 정량적 데이터를 이용한 연구가 아니고 문헌자료를 통한 통찰적인 연구로서 확대 해석에 유의할 필요가 있다고 보며, 앞으로 보다 정량적인 데이터를 이용하고 정량적 결과를 제시할 수 있는 한국디자이너의 서구패션진출 전략에 대한 연구가 필요하다고 본다.

참고문헌

- 권남주(1992), '20세기 여성패션에 나타난 일본 모드에 관한 연구', 중앙대학교 석사학위 논문.
- 박신미,이재정(2008), 20세기 패션디자인의 건축적 패러다임특성고찰. '복식', 58(2),
- 양희영, 양숙희(2006), 1990년대 이후 패션에 나타난 건축적 패러다임에 관한 연구. '복식', 56(7).
- 양취경, 김효진(2001), 전통 미의식적 관점에서 본 요지 야마모토의 작품세계연구, '생활문화연구', 성심여자대학교 생활문화연구소, 15(1).
- 이용식(1994), '우리나라의류 산업 마케팅 전략에 관한 연구', 건국대학교 석사학위논문.
- 이상례(1995), '현대패션에 나타난 동방풍에 관한 연구', 세종대학교 박사학위논문.
- 최영옥(2007), 하나에 모리 의상에 나타난 미적특성, '한국의류산업학회지',9(6).
- 사라 E. 브래독, 마리 오마호니(1998), 허성화, 김정규(2002), '테크노텍스타일', 서울: 도서출판 예경.
- 周防 珠實.(2002). ファッション—18世紀から現代まで 京都服飾文化研究財団コレクション, 東京:タッセンジャパン.
- 横尾忠則(1989). 横尾グラフィック大全. 東京:講談社,
- 三宅一生は語る～飾るから五感で感じる服へ 新しい衣服を求める時代がやってきた, 東京人, '東京モードファイル', 1996,06.
- 現實を変える力がデザイン.(1997.07), 日経デザイン, 121号.
- 藝術新調, 2000.07
- 肉體發想がつくる衣服の未來形.(1992). デザインの現場. 9/57.
- ファッション産業のトップランナー三宅一生大いに語る.(アパレルを軸とする新しい繊維産業)(1977.01). 通産ジャーナル. 9巻10号 通巻69号.
- Bonnie English(2007), *a cultural history of fashion in the 20th century*, (Oxford:Berge).
- Bradley Quinn(2002), *Techno fashion*, Oxford: Berg.
- Spilker, K. D & Takeda, S. S(2008). *Breaking the mode: Contemporary Fashion From the Permanent Collection Los Angeles Museum of Art*. Skira. p.208-209.
- Fashion News(1997), 97-97 A/W, vol 43.
- 2008.12.04., <http://hanae-mori.com>,
- 2009.2.10., <http://www.amazon.com>