

## 니트제품 생산업체 디자인, 기획 및 생산 현황에 관한 연구

이윤미\* · 박재옥 · 이연희

한양여자대학 컴퓨터 니트과\* · 한양대학교 의류학과

우리나라의 니트 산업은 값싼 노동력을 바탕으로 빠르게 성장하는 중국과 같은 개발도상국들의 니트 산업으로 인하여 국내 및 해외 시장에서 어려움을 겪고 있다. 이러한 어려운 시장 환경을 극복하기 위해 우리나라 니트 산업은 고품격의 디자인으로써 고부가가치를 생산하는 니트 선진국의 모델로 발전해 나가야 한다는 과제에 당면해 있다. 현재 우리나라 니트제품 생산업체의 디자인과정을 보면 아웃소싱 전략에 따라 기업마다 디자인 개발과정이 다르게 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 즉, 어떤 경우에는 한 기업 내에서 수행되고, 또 어떤 경우에는 학도급 형태로 jobber에게서 이루어지기도 한다.

본 연구는 우리나라 니트산업의 위기를 극복하기 위한 노력의 일환으로서, 우리나라 니트산업의 디자인·기획 현황 파악과 니트제품 생산업체와 jobber와의 거래관계에 대하여 알아보고자 한다. 이는 우리나라의 니트 디자인·기획 및 생산의 실태를 파악하여 무한경쟁의 국제시장에서 경쟁력을 갖춘 니트산업의 발전 가능성을 모색해 보며 향후 개선점을 찾는 데 그 목적이 있다.

조사방법은 서울지역에 소재한 니트 브랜드업체의 디자이너와 jobber 디자이너 및 니트관련 전문인을 대상으로 설문지를 통하여 실시하였다. 총 130부의 설문지를 배부하여, 그 중 자료분석에 유효한 110부를 연구분석의 자료로 사용하였다. 자료분석방법으로는 빈도분석,  $\chi^2$  검증, t-test, 일원분산분석이 사용되었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

- 1) 니트 생산업체의 상품기획업무에서 상품주기를 알아본 결과, '춘·하·추·동 각 1회+수시 스팟기획'과 '춘·하 1회 + 추·동 1회 + 수시 스팟기획'을 하는 경우가 많았다.
- 2) 생산방식은 '자사에서 디자인·기획·샘플제작을 하고 임가공업체에서 제품 생산을 담당'하는 방식이 대표적인 생산형태로 나타났다.
- 3) 디자이너의 디자인에 관련된 업무가 전체 업무 중에서 차지하는 비중을 알아본 결과, 브랜드 디자이너와 jobber 디자이너 모두 '디자인 업무가 50%이고 다른 업무가 50%인 경우'가 가장 많았으며, 브랜드 디자이너가 jobber 디자이너에 비하여 디자인 업무의 비중이 높은 것으로 나타났다.
- 4) 디자인·기획을 할 때 얼마나 본인의 창의적인 아이디어가 반영되는 지에 대한 결과는

브랜드 디자이너가 jobber 디자이너에 비교하여 더 창의적으로 니트 디자인을 한다고 생각하는 것으로 나타났다.

- 5) 디자인의 아이디어를 얻는 디자인 정보원천에 대하여 조사한 결과, 브랜드업체 디자이너와 jobber 디자이너는 외국 타사의 인기제품 즉 외국샘플에서 가장 많은 정보를 얻고 있는 것으로 파악된다.
- 6) jobber를 이용하는 가장 대표적인 이유는 '전문화된 기술과 노하우가 필요해서'이며 이용하지 않는 이유는 '경쟁업체와의 차별화된 디자인 개발'과 '철저한 품질관리를 위해서였다.
- 7) 디자인 · 기획에서의 jobber활용방식은 '디자이너는 브랜드업체가 주로 하고 jobber가 부분적으로 보완하여 jobber가 샘플제작'하는 방식을 가장 많이 채택하고 있는 것으로 나타났다.
- 8) 브랜드업체와 jobber간의 거래관계에서 발생하는 애로사항에 대하여 조사한 결과, 브랜드업체와 jobber 모두 납기일의 준수가 가장 큰 애로사항으로 나타났다.
- 9) jobber 선정 시 평가기준의 중요도를 조사한 결과, 브랜드업체와 jobber 모두 제품품질을 우선적으로 중요하게 평가하였다.

이상과 같은 연구결과를 토대로, 우리나라 니트 산업이 국제 경쟁력을 갖춘 고부가가치 산업으로 발전하기 위한 정책수립에 도움이 될 수 있는 마케팅 시사점은 다음과 같이 제시할 수 있다.

- 1) 현재 우리나라 니트제품 생산업체에서의 니트 디자인은 자체 내에서 디자인을 하는 경우나 jobber에게 디자인 아웃소싱을 하는 경우 모두 외국 타사의 인기제품 샘플에 의존하고 있다. 외국 샘플에 의존하는 디자인으로는 국제 경쟁력을 갖춘 고부가가치의 제품을 생산해 낼 수 없으므로 디자이너들은 창의적인 아이디어로 디자인을 제안할 수 있는 능력을 갖춰야 할 것이다.
- 2) 브랜드 업체는 디자인에 핵심역량을 집중하여 고부가가치를 창출할 수 있는 제품디자인력으로 승부를 해야 할 것이다.
- 3) 브랜드 업체는 기술디자이너(technical designer)를 고용하여 jobber와 거래 시에 정확한 제품지식을 갖고 니트 디자인의 기술적인 면까지 고려하는 확실한 작업지시를 하여야 할 것이다.
- 4) 브랜드업체는 기술적인 능력을 보충해주는 jobber와 수평적 거래를 통하여 서로 발전할 수 있는 상호작용이 필요하다.
- 5) 브랜드 업체는 아웃소싱에 있어서 제품의 품질과 디자인을 가장 중요시하기 때문에 jobber는 전문 디자인 아웃소싱 업체로서 전문화되어야 할 것이다.
- 6) 전문인 양성을 위한 정부의 지원과 대학 의상디자인교육 프로그램에 실무에 필요한 니트 관련 과목이 개설되어 활성화되어야 할 것이다.