

일본의 천연염색전문 쇼핑몰 현황 및 상품 분석

이 미 숙[†]

전남대학교 생활과학대학 의류학과/전남대학교 생활과학연구소

Analysis of the Conditions and Products of Natural Dyeing Shopping Malls in Japan

Mi Suk Lee[†]

Dept. of Clothing & Textiles, College of Human Ecology, Chonnam National University/
Human Ecology Research Institute, Chonnam National University

접수일(2010년 8월 17일), 수정일(1차 : 2010년 12월 29일, 완료일 : 2011년 1월 5일), 게재확정일(2011년 1월 27일)

Abstract

This study analyzes the state and products of shopping malls that sell naturally dyed products in Japan. In this study, 37 natural dyeing shopping malls were selected. The results of this study are as follows. There are many natural dyeing internet shopping malls located in the areas of Tokyo, Kyoto, and Okayama. The most frequent dyes were indigo, followed by akane, persimmon, mud, vegetation, and tea. The highest ordered product categories were accessories, followed by adult clothes, and interior decoration products. The most frequent products were adult hats, followed by towels (handkerchiefs), scarves, T-shirts, and bags. For the price of products, 3,000-4,000₩ was the highest for T-shirts, with 2,000-3,000₩ and 4,000-5,000₩ for newborn baby and child clothing, 5,000-10,000₩ for hats and bags, 3,000-4,000₩ for scarves, and 1,000-2,000₩ for towels (handkerchief). Concerning product information, most of the shopping malls offer the product size and the product explanations, but over half of them did not show the properties or directions for handling the product.

Key words: Natural dyeing, Internet shopping mall, Product design, Eco-friendly, Japan; 천연염색, 인터넷 쇼핑몰, 상품 디자인, 친환경, 일본

I. 서 론

환경오염과 생태계 파괴, 환경호르몬 배출 등 여러 가지 환경문제로 아토피나 새집증후군 등이 사회 문제로 부각되고 소비자들의 환경의식이 높아짐에 따라 환경친화성, 기능성, 감성적 특성을 지니고 있는 천연염색상품에 대한 관심이 높아지고 있다.

이와 더불어 미국, 독일, 이태리, 일본 등의 선진국들을 중심으로 천연염색의 산업화가 가속화되고 있다.

미국의 경우 천연염료 개발에 대한 관심이 고조되면서 천연염료의 사용량이 늘어나는 추세이다. 장인, 공예인들에 의해 식물염색을 활용한 공예품과 예술적 작품들이 제작되고 있고, 특히 뉴멕시코주(State of New Mexico)의 산타페(Santa Fe)와 알버커키(Albuquerque) 등에서는 인디언들의 전통문양과 방염 염색기법 등을 이용해서 직물을 염색하고 생활용품들을 제작 판매하고 있다(이상필, 2008). 또한, 천연염료는 침단과학 분야인 광디스크, 세포염색, 분석화학용 지시약, 의약품 등에서도 응용이 되고 있어 고부가가치산업으로 활용되고 있다. 천연염료에 대한 연구가 가장 활발한 것으로 알려져 있는 독일은 환경친화적 제품을 인증·관리하는 환경마크제도를 실시해 튀링겐(Thuringen)과

[†]Corresponding author

E-mail: ms1347@chonnam.ac.kr

본 논문은 2010년 정부의 재원으로 농림수산식품부의 지원을 받아 수행된 연구임(나주시 향토산업육성사업).

브란덴부르크(Brandenburg)를 천연염료전문 생산지역으로 지정해 국가적인 차원에서 육성·지원하고 있다. 이를 바탕으로 독일의 리보스(LIVOS)사는 세계적인 천연염료기업으로 성장하려고 하고 있으며 대량 생산시스템을 구축할 계획이다. 그리고 이태리는 섬유단지가 있는 플라토(Plato)와 코모(Como)를 중심으로 천연염색업체가 생겨나면서 신제품 개발에 나서고 있다(“섬유산업 새 돌파구”, 2009). 일본은 현재 천연염색분야에서 세계 최고를 자랑하는데 전통염색방법이 대를 이어 전수되어 일본 전통의상 및 여러 제품에 천연염료를 염색하여 고가(高價)로 판매하고 있다. 특히, 각 지역별로 식물염색특화단지를 조성하여 운영하고 있으며 분말이나 액기스 천연염료 및 천연매염제를 시판하고 있다(“천연염색에 대하여”, 2004).

이에 본 연구의 목적은 일본의 천연염색전문 소평몰의 현황과 상품을 분석하는데 있다. 국내 천연염색상품의 고부가가치화와 마케팅 전략을 모색하기 위해서는 국내 천연염색전문 소평몰에 대한 연구(이미숙, 정경희, 2010)뿐만 아니라 세계적으로 천연염색이 발달한 대표적인 국가 중의 하나인 일본의 천연염색전문 소평몰의 현황과 상품을 분석해서 국내 천연염색전문 소평몰과의 차이점을 비교해 볼 필요가 있다. 지금까지 일본을 비롯한 천연염색선진국의 천연염색산업 및 염료에 대한 선행연구로는 미국의 천연염색산업 및 디자인 현황에 대한 연구(노은희, 2002)와 한·중·일 남염의 비교 연구(박지희, 소황옥, 2004)가 있을 뿐이다.

연구방법은 국내·외 천연염색 관련 문헌과 선행연구를 중심으로 친환경 트렌드와 천연염색의 가치, 천연염색의 종류 및 특징, 일본의 천연염색산업 현황을 고찰한 다음, 일본의 천연염색전문 소평몰을 분석대상으로 소평몰의 오픈 연도, 오프라인 매장 유무, 업체별 소재지, 활용 염재의 종류와 천연염색상품의 종류 및 아이템, 아이템별 가격대, 상품정보제공 내용 등을 조사, 분석하였다.

II. 이론적 고찰

1. 친환경 디자인과 천연염색

친환경 디자인(Design for environment)의 궁극적인 목적은 환경유리에 입각하여 환경친화적 제품을 디자인하고 사용함으로써 인간과 자연환경의 공존을 도모

하고 도시와 산업사회의 재균형을 이루는데 있다. 즉 디자인을 통해 환경과 생태학적 요소를 고려하여 인류의 환경과 미래세대에 온전한 지구를 물려줄 수 있도록 자원과 에너지의 효율적 사용과 제품의 재활용, 재사용을 유도하며, 자연적 과정을 통해 인간을 위하고 지구환경을 보전하는 환경친화적인 디자인 활동이나 경향이라고 할 수 있다(전종찬, 2004).

패션업계에서의 친환경 디자인은 그린, 오가닉 코튼과 같은 천연소재섬유와 천연염색 등의 천연재료와 재활용 소재를 이용하거나 중고의류를 리폼한 디자인으로 나타나고 있다. 천연염색은 인류가 수천 년 동안 자연환경으로부터 색을 얻어 온 방식이었으나 1856년 퍼킨(W.H. Perkin)에 의해 합성염료가 등장하면서 그 편리성에 밀려 점차 사라지게 되었다(한오경, 2006). 그러나 합성염료의 사용으로 인한 폐해가 날로 심각해지고 문명의 발달과 함께 생활수준이 향상되면서 환경과 건강에 대한 추구하고 소비의 개성화, 다양화, 고급화에 대한 욕구증가로 천연염색에 대한 관심이 점점 커지게 되었다. 다시 말해서 천연염료는 합성염료에 비해 많은 취약점을 가지고 있지만, 항균, 방취 등의 건강 기능성 제품에 대한 관심과 수요가 증가하면서 천연염료 염색제품에 대한 소비자들의 시각에 큰 변화가 일기 시작했던 것이다(유명남, 노의경, 2006). 환경의식수준이 높은 소비자들일수록 천연염색에 대한 인지도와 관심이 높고(남미우, 2008), 선진국일수록 천연염색상품에 대한 선호도가 높다(“천연염색 대중화시대”, 2002)고 한다.

친환경 산업인 천연염색은 웰빙을 추구하는 현대인의 생활방식에 적합하기 때문에 발전 가능성이 매우 높다. 경제적·실용적 가치보다 정신적·문화적 측면을 중요시하는 현대 소비자들의 패션브랜드 및 소비패턴의 변화와 함께 화학섬유의 인체 유해성·염색폐수로 인한 환경오염 등으로 인한 국내외 각종 규제가 엄격해지고 있어 천연염색산업이 수출원자재 및 수출시장 개척 등에 유망하다(임규채, 이재필, 2009). 특히 천연염색은 전통적 가치, 예술적 가치, 산업적 가치를 가지고 있기 때문에 활용 범위가 매우 넓다. 즉 천연염색은 전통공예기술, 전통생활문화, 자연친화적 생활문화를 전승하는 전통적 가치, 시각, 공예예술, 예술교육의 기능을 하는 예술적 가치, 응용제품개발, 농가소득증대, 기술연구와 산업화 연계 측면에서의 산업적 가치를 가지고 있다(전남테크노파크전략사업기획단, 2008).

이상에서 살펴본 바와 같이 천연염색은 심각한 환경오염의 문제에 직면한 현대에 환경친화적인 산업으로서의 발전 가능성을 가지고 있으며, 개성화, 다양화되어가는 소비자 욕구에는 고부가가치상품으로, 감성을 추구하는 경향에는 문화적, 교육적으로 활용할 수 있는 가치를 지니고 있다.

2. 천연염색의 종류 및 특성

천연염색은 인류가 시작되면서 주위의 자연환경으로부터 얻을 수 있는 재료를 이용하여 염색을 한 것으로 의식주 전반에 이용되어 왔다. 염색의 기원에 대해서는 일반적으로 4대 신석기 문명발상지역의 하나인 인도 모헨조-다로(Mohenjo-Daro) 유적에서 발견된 꼭두서니로 염색된 붉은 색 면직물을 염색의 기원을 밝힐 수 있는 세계적인 실증유물로 보고 있다. 그러나 염색의 범위를 피염물에 염제를 사용하여 침염하는 것에 국한하지 않고 채색 초기 단계에 사용되었던 안료로 사용된 흙이나 돌 등의 광물성 염료에 의한 염제를 포함시키는 경우, 염색은 인류의 역사와 함께 시작되어 문명의 발상지를 따라 오랜 세월을 통하여 민족적 변이에 순응하며, 그들의 정서와 사상이 융합된 전통염색문화로 발달해 왔다(소황옥, 1999).

천연염료를 구분하는 방법과 기준은 다양하다. 즉, 염료의 기원에 의한 분류, 염색성에 의한 분류, 염제에 함유된 색소의 화학구조에 의한 분류와 색상계열에 따른 분류 등이 있다.

가장 일반적인 분류기준은 염료의 기원을 기준으로 식물성, 동물성, 광물성 염료로 분류하는 것이다. 치자, 쪽, 홍화, 감, 자초, 밤나무, 양파 등과 같이 식물의 잎과 꽃, 열매, 나무껍질, 심재(心材)와 뿌리 등에서 추출한 식물성 염료, 오배자, 코치닐(Cochineal), 락(lac)과 같이 동물의 몸이나 그 분비물로부터 색소를 얻을 수 있는 동물성 염료, 황토와 머드와 같이 다양한 색소가 함유된 흙이나 돌 속에 함유된 금속산화물, 즉 무기안료의 착색을 이용한 광물성 염료 등이 있다(김지희, 1997).

염색성에 의한 분류에 의해서는 하나의 염료에서 한 계통의 색상을 얻을 수 있는 경우를 단색성 염료라고 하고, 매염제에 의하여 발색하고, 그것의 색이 다양하게 변하는 것을 다색성 염료라고 한다. 단색성 염료에는 쪽, 치자, 계장초, 샤프란, 울금, 홍화, 황련, 황벽, 뮤렉스, 고동 등이 속하고, 다색성 염료에는 꼭

두서니, 소방목을 비롯하여 붓꽃, 양파, 자초, 코치닐, 석류, 쪽, 회화나무 등이 속한다.

그리고 천연염료의 색소에 포함되어 있는 화학구조에 따라 염료를 분류하면, 크게 카로티노이드(carotenoid), 피롤(pyrrol), 플라보노이드(flavonoid), 퀴논(quinone), 폴리페놀(polyphenol), 인돌(indol), 기타 등으로 나뉜다. 카로티노이드에는 녹색 잎, 치자, 피롤에는 녹색 잎, 플라보노이드에는 양파, 빨강색과 보라색 꽃, 정양배추, 자색고구마, 홍화, 다알리아, 퀴논에는 자초, 꼭두서니, 코치닐, 폴리페놀에는 오배자, 인돌에는 쪽, 기타에는 소목, 황벽, 울금 등의 염제가 포함된다(나주시천연염색문화재단, 2008). 이 분류는 색소의 화학구조를 통해 염료의 특성을 파악할 수 있는 기초자료를 제공한다.

마지막으로 색상계열에 따라서는 크게 적색계, 청색계, 황색계, 흑색계로 분류할 수 있다. 적색계 염료는 홍염, 적색염이라고 하고 홍화(잎쪽), 소방목, 꼭두서니와 자색을 내는 자초 등이 대표적이고, 대부분 매염제에 의해서 여러 가지 색으로 발색되는 다색성 염료에 속한다. 청색을 염색하기 위해서는 남(藍)이라고 하는 마디풀과의 일년생인 쪽의 인디고(Indigo) 색소를 사용하기 때문에 청색계열의 대부분은 남색이라고도 한다. 이외에 계장초, 포도, 붓꽃 등의 염료가 있는데, 가장 대표적인 것은 쪽 염색이다. 쪽의 종류는 인도람(印度藍), 요람(蓼藍), 유구람(疏球藍), 대청(大靑)으로 크게 구분된다(조경래 외, 2000). 종류와 부위에 따라 순수한 청색계 이외에도 적청, 황청, 갈청 등의 색소가 함유되어 있고 순수한 청의 함유율은 30~90%이다(소황옥 1999). 쪽 염색은 알칼리에 의해 환원되는 염료이기 때문에 변색하지 않고 일광에도 강하여 거의 세계 모든 곳에서 남염을 활용하고 있지만 염색법은 지역과 시대에 따라 약간의 차이가 있다. 황색계 염료는 황백, 치자, 울금, 황련, 괴화, 신초, 두리, 대황 등이 있으며, 치자색소는 음식물에 사용하기도 한다. 모든 식물은 색소를 가지고 있는데, 그 중에 황색색소는 가장 흔하며, 염료를 추출할 때 가정 먼저 추출되는 색소이기도 하다. 전통적인 흑색계열은 오(烏), 조(早), 현(玄), 회색(灰色), 구색(鳩色), 치색(緇色) 등으로 회색계열을 포함한다. 치색은 재색으로 진흙의 검은 것을 재(滓)라고 하고, 조(早)란 아침(朝)을 말하는데, 해 뜨기 전 물체가 검게 보일 때의 검은색을 가리킨다. 회색은 흑색의 간색이고, 비둘기색도 회색과 더불어 남자들의 바지나 승복에 많이 사용되었

다. 쪽물에서 흑색, 회색, 오배자에서 현색이나 검은 색, 갈매나무 껍질이나 가래나무의 열매에서 회색, 석류 껍질에서 회색, 백약에서 청조색을 얻을 수 있다, 먹에서 회색이나 흑색, 진달래 나뭇가지나 뿌리, 물푸레나무를 태운 숯에서 검정색을 얻었으며 가마솥 밑바닥의 검댕을 모아서도 염색을 하였다(조미숙, 2003).

3. 일본의 천연염색산업

천연염색산업은 기술력 및 디자인, 생산공정 등의 생산요소에 따라 부가가치의 차이가 큰 산업으로, 섬유소재 및 디자인이 차별화될수록 완제품의 가격상승이 크게 나타나고, 부가가치도 높은 것으로 평가되고 있다(전남테크노파크전략사업기획단, 2008).

일본에서는 천연염료의 정제 및 분말화, 액기스화 기술의 발달로 염재 및 매염제는 물론, 염색제품의 상품화가 활성화되어 있고, 각종 식물성 염색재료를 구입할 수 있는 전문 취급점이 도쿄나 교토 등과 같이 지역별로 몇 군데씩 설치되어 있어서 천연염색을 원하는 사람이면 누구나 염색을 할 수 있는 환경이 조성되어 있다(“천연염색에 대하여”, 2004). 또한 무늬염 등의 개발로 천연염색을 고부가가치 상품으로 개발하기 위한 연구가 활발히 진행되고 있고 염직공예 연구도 대학 등과 연결하여 식물염색특화관리를 형성하고 있다.

일본은 세계적으로 쪽염이 가장 발달한 나라로, 지역특성을 기반으로 성화단지를 형성하고, 산지를 중심으로 한 전통적인 기능보유자나 공예가에 의하여 각각 독특한 염색법을 개발하고 있다. 일본의 쪽 염료의 60~70%가 생산되고 있는 시고꾸(四國)에 위치한 도쿠시마(徳島) 현은 “저팬 블루(Japan Blue)”라 불리는 일본 쪽 생산의 본 고장이다. 도쿠시마의 아이즈미초(藍住町)는 요시노 하천(吉野川)을 따라서 북쪽으로 수십 명의 쪽 염료생산농가들이 길게 늘어져 있고, 계방을 사이에 두고 쪽 채매단지가 펼쳐져 있는데, 이 지역에서는 메이지 시대에 전국 최대 규모를 갖춘 쪽 채매와 염색이 주요 산업이었다(“일본의 천연염색”, 2009)고 한다. 일본의 염색기술 연구소, 공업기술 연구소 등에서는 전통기술의 과학화 연구는 물론 공예가와 기능보유자의 수공업적 사업에 필요한 화학, 섬유 등에 대한 각종 의문점을 이론적으로 보완, 해결하여 공동 발전시키고 있다. 또한, 쪽 염색직물로 다양한 상품을 개발할 뿐만 아니라 조형작품으로도 개발하여

쪽 염색에 대한 의식을 확산시키고 있다(박지희, 소황옥, 2004).

이와 같이 일본은 쪽 염색을 중심으로 천연염색을 지역의 특화관광자원으로 활용하여 문화산업을 위한 소규모 공방과 수공예제품을 적극적으로 지원·육성함으로써 천연염색분야에 있어서 최고의 수준을 유지하면서 발전시켜 나가고 있다.

III. 분석대상 및 방법

1. 분석대상 및 자료수집

일본의 천연염색전문 쇼핑몰의 현황과 상품을 분석하기 위한 대상은 2010년 8월 1일부터 11일까지 검색 사이트(www.naver.jp, www.yahoo.co.jp, www.excite.co.jp, www.goo.ne.jp)에서 천연염색(天然染色, natural dyeing)을 키워드로 검색된 총 37개 일본 천연염색전문 쇼핑몰로 한정하였다. 분석자료는 각 업체의 웹사이트와 업체에서 운영하고 있는 블로그 또는 트위터에서 업체정보와 천연염색상품에 관한 내용을 수집하였다.

2. 분석방법 및 절차

분석방법 및 절차는 국내 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰 현황과 비교하면서 그 특징을 논의하기 위해 선행연구(이미숙, 정경희, 2010)와 거의 동일하게 설계하였다. 먼저 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 오프라인 매장의 유무를 파악한 다음, 인터넷 쇼핑몰의 오픈 연도, 오프라인 매장의 오픈 연도, 업체별 소재지와 염재의 종류를 분석하였다. 천연염색상품은 인터넷 쇼핑몰의 콘텐츠를 참고로 성인복, 아동복, 신생아용품, 패션소품, 인테리어소품, 침구, 건강·위생용품, 기타(노트) 등으로 나눈 다음, 세부 아이템을 분석하였다. 그리고 아이템별 가격대 범위(가격대의 범위를 표시할 때 이상과 미만 표시는 생략하였음)는 조사상품의 가격 분포를 토대로 속옷류와 같이 5,000¥ 미만이 많은 경우에는 1,000¥ 미만, 1,000~2,000¥, 2,000~3,000¥, 2,000~3,000¥, 3,000~4,000¥, 4,000~5,000¥, 5,000¥ 이상으로, 외의류와 침구류와 같이 5,000¥ 이상이 많은 경우에는 5,000¥ 미만, 5,000~10,000¥, 10,000~15,000¥ 등으로 분류해서 분석하였다. 상품정보제공 내용은 쇼핑몰에서 판매하고 있는 상품의 사이즈(호칭), 치수(길

이, 너비 등), 상품 특징, 취급(세탁)방법을 제시하고 있는가를 분석하였다. 본 연구의 분석결과를 국내 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰의 현황과 상품 분석결과와 비교하여 일본과 국내의 천연염색전문 쇼핑몰의 차이점과 특징을 도출하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 일본의 천연염색전문 쇼핑몰 현황

일본의 천연염색전문 쇼핑몰 오픈 연도는 <표 1>에서 볼 수 있는 것처럼, 2009년에 가장 많은 7업체(18.9%)가 오픈한 것으로 나타났다. 37개의 업체 중 오프라인 매장이 있는 업체는 31업체(83.8%)였는데,

이 중 9업체는 오프라인 매장 이미지만 있을 뿐 정확한 오픈 연도는 명시하고 있지 않았다. 쇼핑몰의 오프라인 매장은 1990년 이전부터 운영된 업체가 13업체(41.9%)로 가장 많았고, 그 중 4업체는 200년 이상 대를 이어 천연염색상품을 생산·판매하고 있었다.

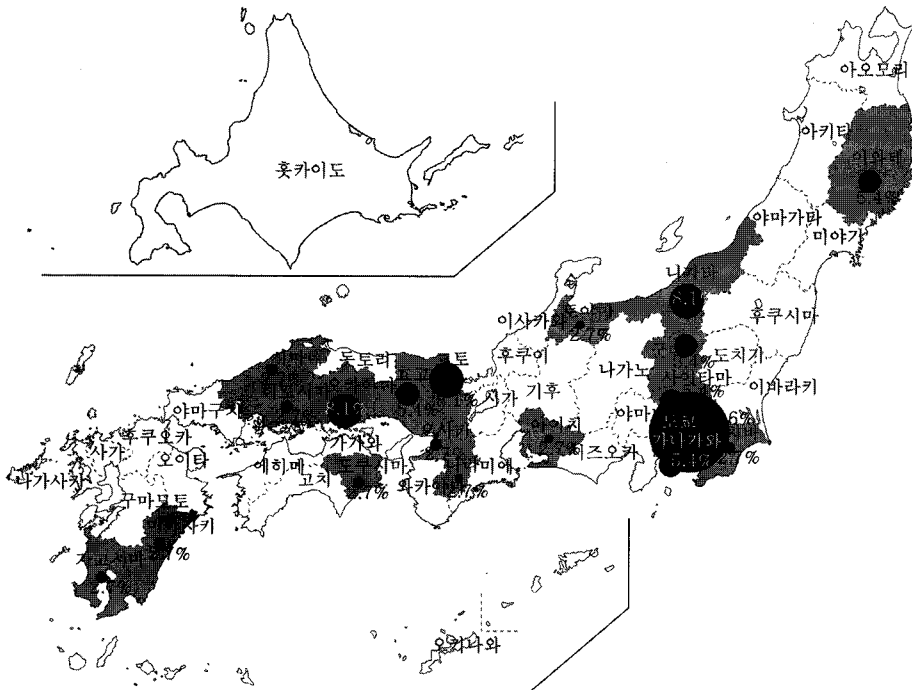
오프라인 매장 보유 현황 및 오픈 연도에 있어서는 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 오프라인 매장 보유율(83.8%)이 국내(73.4%)보다 높았고, 국내에서는 2000년대 이후 많은 업체가 오프라인 매장을 오픈한 것과 달리, 일본에서는 1990년대 이전부터 많은 천연염색업체가 운영되고 있었다.

천연염색전문 인터넷 쇼핑몰의 소재지를 분석한 결과는 <그림 1>과 같다. 즉 도쿄(東京)가 8업체(21.6%)로 가장 많았고, 그 다음으로는 교토(京都)와 오카야

<표 1> 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 오픈 연도

(단위: 빈도(%))

오픈 연도	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	비표기	계
on line	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	3	0	1	0	1	3	5	4	2	7	5	3	37
	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(2.7)	(0.0)	(5.4)	(8.1)	(0.0)	(2.7)	(0.0)	(2.7)	(8.1)	(13.5)	(10.8)	(5.4)	(18.9)	(13.5)	(8.1)	(100.0)
off line	13	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	1	0	2	1	0	0	0	9	31
	(41.9)	(3.2)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(6.5)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(3.2)	(3.2)	(0.0)	(3.2)	(0.0)	(6.5)	(3.2)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(29.0)	(100.0)



<그림 1> 일본 천연염색전문 쇼핑몰 소재지

마(岡山), 니가타(新潟)가 각각 3업체(8.1%), 사이타마(埼玉), 가나가와(神奈川縣), 군바(軍馬), 호고(兵庫), 이와테(岩手)가 각각 2업체(5.4%), 치바(千葉), 오사카(大阪), 나라(奈良), 도쿠시마(德島), 시마네(島根), 히로시마(廣島), 도야마(富山), 아이치(愛知), 미야자키(宮崎), 가고시마(鹿兒島)가 각각 1업체(2.7%)였다. 이와 같이 일본의 천연염색전문 인터넷 쇼핑물의 소재지는 일본의 수도인 도쿄와 인근지역, 그리고 교토와 오카야마지역에 업체가 많이 분포되어 있는 것으로 나타났다. 이는 국내의 천연염색전문 인터넷 소재지가 경기·서울지역에 많이 분포된 것(이미숙, 정경희, 2010)과 같은 결과로, 일본과 국내 모두 수도권과 인근지역에 많이 분포하고 있음을 알 수 있다.

2. 일본의 천연염색전문 쇼핑물의 상품 현황

일본의 천연염색전문 쇼핑물에서 활용하고 있는 업체를 표기하고 있는 곳은 37업체 중 28업체(75.7%)였다. 사용 업체를 분석한 결과, 상위 10위까지는 <표 2>와 같이 쪽을 사용하는 업체가 17업체(60.7%)로 가장 많았고, 그 다음으로 쪽두서니 7업체(25.0%), 감물 6업체(21.4%), 머드와 초목, 홍차가 각각 4업체(14.3%), 로그우드와 떡, 뽕갈라, 소귀나무, 소방목, 커피가 각각 3업체(10.7%)였다. 이러한 결과는 국내 천연염색전문 쇼핑물에서 활용하고 있는 업체가 황토, 숯, 쪽, 감물, 소목, 쪽, 오배자, 치자, 홍화 순인 것(이미숙, 정경희, 2010)과 비교해서 2개 업체만이 일치할 뿐, 순위와 업체의 종류에서는 차이가 있었다. 즉 천연염색전문 인터넷 쇼핑물에서 많이 활용하고 있는 업체가 국내에서는 황토와 숯인데 반해서, 일본에서는 유명님, 노의경(2006) 연구에서 염색성, 상품성, 견뢰도에서 개발가치가 가장 높은 염제로 분석된 쪽과 감을 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다.

일본 천연염색전문 쇼핑물의 소재지별 활용 업체의 종류는 <표 3>에서 볼 수 있는 것처럼 쪽염이 공통적으로 많이 활용되고 있음을 알 수 있다. 소재지별 활용 업체에서 국내에서는 전남지역 업체에서 감물, 쪽, 경북과 제주업체에서 감물 등을 활용하고 있는 것(이미숙, 정경희, 2010)과는 달리, 일본에서는 쪽이 공통

적으로 많이 활용되고 있는 것으로 나타났다. 이는 일본이 세계적으로 쪽 염색분야가 가장 발달한 국가로, 쪽 산지를 중심으로 여러 지역에서 쪽염 기능보유자나 공예가 등이 운영하는 공방이나 업체에 의하여 다양한 쪽 염색상품을 개발하고 있기 때문일 것이다.

일본의 천연염색전문 쇼핑물별 활용 업체의 수는 <표 4>와 같다. 3종류를 활용하고 있는 곳이 7업체(25.0%)로 가장 많았고, 그 다음으로는 4종류와 1종류를 사용하는 업체가 각각 5업체(17.9%), 2종류가 4업체(14.3%)였고, 10종류 이상의 업체를 활용하고 있는 업체는 2업체(7.1%)였다. 1종류만을 활용하는 경우, 쪽이 2업체(7.1%), 머드와 초목, 뽕갈라가 각각 1업체(3.6%)였다.

일본의 천연염색전문 쇼핑물에서 판매되고 있는 상품에서 활용 업체가 표기되어 있는 상품은 총 2,006개 중 865개(43.1%)였다. 업체별 상품 수를 분석한 결과, 상위 10위까지는 <표 5>와 같다. 쪽을 사용하는 경우가 277개(32.0%)로 가장 많았고, 감물 159개(18.4%), 초목 75개(8.7%), 쪽두서니 44개(5.1%) 순으로 높게 나타났다.

일본의 천연염색전문 쇼핑물에서 판매되고 있는 상품을 분석하기 위해 인터넷 쇼핑물의 콘텐츠를 크게 성인복, 아동복, 신생아용품, 패션소품, 인테리어소품, 침구, 건강·위생용품, 기타(노트) 등 8개 항목으로 분류하여 분석한 결과, <표 6>에서 볼 수 있는 것처럼, 패션소품을 판매하고 있는 곳이 37개 업체 중 21업체(56.8%)로 가장 많았고, 그 다음으로는 성인복과 인테리어 소품이 각각 18업체(48.6%)였다.

1종류의 천연염색상품과 2종류의 천연염색상품을 판매하는 경우가 각각 12업체(32.4%)로 가장 많았고, 7종류의 모든 천연염색상품을 판매하고 있는 곳은 없었다. 1종류의 천연염색상품만을 판매하는 경우, 인테리어 소품만을 판매하는 곳이 5업체(13.5%)로 가장 많았고, 성인복을 판매하는 곳이 4업체(10.8%), 패션 소품을 판매하는 곳이 3업체(8.1%)였다.

국내 천연염색전문 쇼핑물에서 판매하고 있는 상품의 종류(이미숙, 정경희, 2010)와 비교한 결과, 일본 업체와 국내 업체 모두 패션소품과 성인복, 인테리어 소품을 판매하는 업체가 많았으나 판매하고 있는 상품 수에서 일본은 대부분 1종류 또는 2종류의 천연염

<표 2> 일본 천연염색전문 쇼핑물의 활용 업체(상위 10위)

(단위: 업체 수(%))

업체 종류	쪽	쪽두서니	감	머드	초목	홍차	로그우드	떡	뽕갈라	소귀나무	소방목	커피
업체 수(%)	17(57.1)	7(25.0)	6(21.4)	4(14.3)	4(14.3)	4(14.3)	3(10.7)	3(10.7)	3(10.7)	3(10.7)	3(10.7)	3(10.7)

<표 3> 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 소재지별 활용 업체

(단위: 업체 수)

염색법(종류) 지역(업체 수)	식물성																광물성						
	쪽	꼭두서니	감물	초목	홍차	로그우드	소귀나무	소방목	커피	녹차	라벤더	레몬그라스	메리골드	벚꽃	석류	울금	월계수	정향	해바라기	머드	머	벵갈라	숯
도쿄(6)	3	1			1	1		2	2	1	1		1		1	1		1	2			1	
교토(3)	3	2	2	1											1						1		
오카야마(2)	2		2																				
나가타(3)	2					1					1	1		1			1	1	1			1	
가나가와(0)																							
군바(1)		1										1		1									
사이타마(2)	1			1																1			
효고(2)	1		1	1	2				1	1					1	1					1		
이와테(1)	1		1																		1		
히로시마(0)																							
도쿠시마(1)	1																						
치바(1)					1	1																	
미야자키(1)	1	1					1											1					
가고시마(1)																				1			
시마네(1)		1																				1	
오사카(1)		1					1	1															
아이치(1)	1	1		1			1						1										1
나라(0)																							
도야마(1)	1																						1
계(28)	17	7	6	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2

(방): 광물성, (식): 식물성, (동): 동물성, 꼭두서니(akane, あかね), 초목(草木), 로그우드(logwood, ログウッド), 벵갈라(bengala, ベンガラ), 소귀나무(waxberry, やま-もも, よう-ばい), 소방목(red sandal, す-おう), 정향(clove, ちょう-じ, クロブ, こう-ぞ), 2업체 이상 활용하고 있는 업체만 분석함.

<표 4> 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 활용 업체 수

(단위: 빈도(%))

업체 수	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10개 이상	계
업체 수(%)	5(17.9)	4(14.3)	7(25.0)	5(17.9)	2(7.1)	1(3.6)	0(0.0)	2(7.1)	0(0.0)	2(7.1)	28(100.0)

<표 5> 활용 업체별 상품 수(상위 10위)

(단위: 빈도(%))

업체 종류	쪽	감	초목	꼭두서니	로그우드	라벤더	메리골드	소방목	벵갈라	월계수	커피	기타	계
아이템 수(%)	277(32.0)	159(18.4)	75(8.7)	44(5.1)	23(2.7)	22(2.5)	18(2.1)	18(2.1)	15(1.7)	15(1.7)	15(1.7)	184(21.3)	865(100.0)

색상품을 판매하는 반면, 국내 업체에서는 6종류 이상을 판매하는 곳도 많았다. 그리고 1종류의 천연염색상품만을 판매하는 경우, 일본에서는 인테리어소품, 성인복, 패션소품을, 국내에서는 패션소품, 성인

복, 침구를 판매하는 것으로 나타났다.

일본의 천연염색전문 쇼핑몰에서 판매하고 있는 아이템은 <표 7>과 같다. 총 2,006개 아이템 중 패션소품이 650개(32.4%)로 가장 많았고, 그 다음으로 성인

<표 6> 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 상품 현황

소재지	웹사이트 주소(업체명)	성인복	이동복	신생아 용품	패션 소품	인테리어 소품	침구	건강· 위생 용품	기타 (노트)	계
동경	asafuku.jp(ヤングトレード)	●			●					2
	store.shopping.yahoo.co.jp/hikosen(ひだりまき工房)		●	●	●	●		●		5
	store-kaunis.jp(Mercury+McAllister Japan)				●	●				2
	www.mitsubachi-tote.com(みつばちトト)				●					1
	www.natural-fantasy.com(Natural Fantasy)					●				1
	www.rakuten.co.jp(天)	●				●		●		3
	item.rakuten.co.jp/otooa(丸巳維)		●	●						2
www.yugacolor.com(優雅)		●	●						2	
교토	tem.rakuten.co.jp/kakishibu(みつる工芸)	●			●	●				3
	www.shiono-ya.co.jp(織道 野屋)				●			●		2
	www.tezomeya.com(手染メ屋)	●								1
니가타	japanblue-kinoshita.com(Japanblue-kinoshita)	●			●	●	●			4
	konni-aizome.com(紺仁)	●	●			●				3
	www.snowpeak.co.jp(Snow Peak, Inc.)	●	●			●				3
오카야마	www.bengarazome.com(染工房かたくり)	●								1
	www.gokan.biz(五感)	●			●			●		3
	www.nihonmenpu.co.jp(日本綿布)	●								1
가나가와	item.rakuten.co.jp/fifties/(フィフティズ)	●			●					2
	shop.tenimuhou.jp(新藤)	●		●	●		●	●		5
군바	www.asobi.ecnet.jp(意匠荻野)				●		●	●		3
	www.hinodekani.jp(ヒノデカニ商店)					●				1
사이타마	www.shop-cocoon.com(Cocoon)				●	●			●	3
	semilla.af.shopserve.jp(semilla)				●	●				2
이와테	item.rakuten.co.jp/laoriya/(水管工業)				●					1
	takiura.ftw.jp(染屋たきうら)	●			●	●			●	4
효고	www.hachihachi.coml(はちはち)	●			●					2
	www.hayashi-towel.jp(HAYASHI TOWEL, INC)					●				1
가고시마	www.tumugi.co.jp(大島紬村)	●								1
나라	www.masuhisa-naturecolor.co.jp(益久染織研究所)					●				1
도야마	www.studio-mofusa.jp(Studio MOFUSA)					●				1
도쿠시마	em-wear.com(アイ・ティ・工房)				●			●		2
미야자키	saisokobo.shop-pro.jp(草木染め 彩草工房)	●			●					2
시마네	www.watojiya.com(たにや)					●	●			2
아이치	shikari.shop-pro.jp(ライフ・ルネッサンス)	●		●	●	●				4
오사카	store.shopping.yahoo.co.jp/yumekoboshop(空三輪産業)				●	●				2
치바	ikkolo.com(IKKOLO)				●					1
히로시마	alkena.jp(ALKENA)	●	●	●						3
계		18 (48.6)	6 (16.2)	6 (16.2)	21 (56.8)	18 (48.6)	4 (10.8)	7 (18.9)	2 (5.4)	

<표 7> 일본 천연염색전문 쇼핑몰 상품 아이템

(단위: 빈도(%))

종류	패션소품	성인복	인테리어소품	아동복	신생아용품	침구류	건강·위생용품	기타	계
아이템 수(%)	650(32.4)	572(28.5)	441(22.0)	116(5.8)	162(8.1)	23(1.1)	36(1.8)	6(0.3)	2,006(100.0)

복 572개(28.5%), 인테리어소품 441개(22.0%), 신생아용품 162개(8.1%), 아동복 116개(5.8%), 건강·위생용품 36개(1.8%), 침구류 23개(1.1%), 기타 6개(0.3%) 순이었다. 이를 국내의 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰에서 판매하고 있는 아이템 분석결과(이미숙, 정경희, 2010)와 비교해 보면, 일본 업체에서는 패션소품, 성인복, 인테리어소품, 국내 업체에서는 성인복(34.2%), 패션소품(24.2%), 침구류(14.5%) 순으로 많이 판매되고 있는 것으로 나타났다.

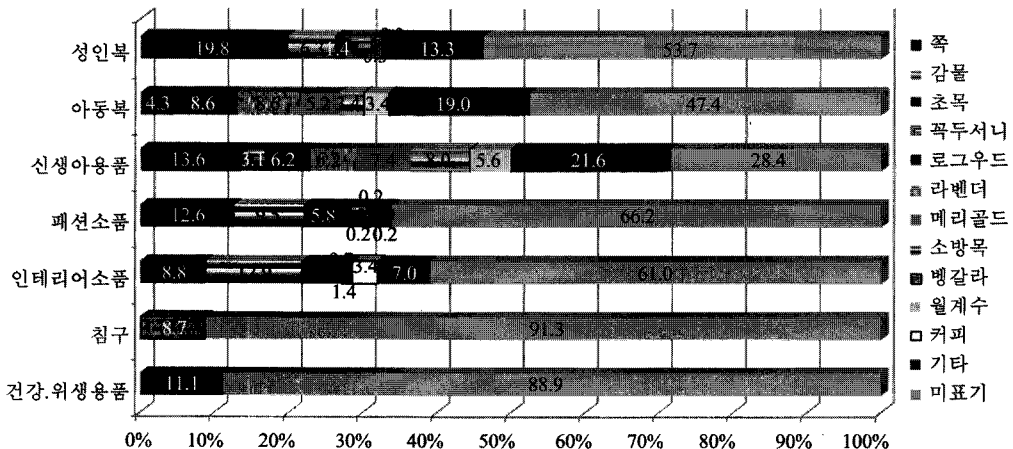
세부 아이템으로는 모자 223개(11.1%), 수건 178개(8.9%), 스카프 159개(7.9%), 여성 티셔츠 135개(6.7%), 성인 공용티셔츠 127개(6.3%), 가방·주머니 110개(5.5%) 순으로 많았다.

먼저 천연염색의류상품을 보면, 성인복에서는 여성 티셔츠(23.6%), 공용티셔츠(22.2%), 남성 티셔츠(10.8%), 여성 셔츠·블라우스(9.1%), 여성 속옷(8.9%), 남성 셔츠(6.8%) 순이었다. 아동복에서는 공용티셔츠(38.8%), 공용셔츠(37.1%), 신생아용품에서는 우주복·바디수트(34.6%), 배냇저고리·티셔츠(25.9%), 턱받이(14.2%) 순이었고, 주로 활용되고 있는 염재는 쪽, 소방목, 메리골드, 라벤더, 월계수, 쪽두서니 등이었다. 패션소품에서는 모자(34.3%), 스카프(24.5%), 가방·주머니(16.9%), 지갑(13.4%), 인테리어소품에서는 수건(40.4%), 앞치

마(19.3%), 커튼(17.2%), 러너(11.6%) 순이었고, 침구에서는 배게(69.6%), 건강·위생용품에서는 토시(36.1%), 생리대(33.3%), 안대(30.6%)가 유사하게 나타났다.

이와 같이 일본의 경우 의류에서는 티셔츠류가 많았고, 패션소품에서는 모자, 스카프, 가방·주머니, 인테리어소품에서는 수건, 앞치마, 커튼, 러너 등이 많았던 반면, 국내의 경우 의류에서는 전통·개량한복과 같이 전통문화의 컨셉의 아이템들과 속옷, 패션소품에서는 스카프가, 텍타이, 가방·주머니, 인테리어소품에서는 다기능품, 방석, 침구에서는 이불 등이 많았다(이미숙, 정경희, 2010). 의류와 인테리어소품, 침구류에 있어서 국내와 일본에서 판매하고 있는 천연염색상품 종류에서 많은 차이가 있음을 알 수 있다.

상품별 활용 염재는 <그림 2>에서 볼 수 있는 것처럼, 성인복은 쪽(19.8%)과 감물(6.3%), 아동복은 로그우드(8.6%)와 라벤더(8.6%), 신생아용품은 쪽(13.6%)과 소방목(8.0%), 메리골드(7.4%), 패션소품은 쪽(12.6%)과 감물(9.5%), 인테리어소품은 감물(12.9%)과 쪽(8.8%), 침구는 뽕갈라(8.7%), 건강·위생용품은 쪽(11.1%)을 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 국내의 경우 쪽은 패션소품과 인테리어소품, 감물은 성인복과 패션소품, 인테리어소품에 많이 활용되고 있지만, 일본의 경우 쪽은 침구를 제외한 모든 종류의 상품에서, 감물



<그림 2> 상품별 활용 염재(상위 10위)

은 패션소품과 인테리어소품에 많이 활용되고 있는 것으로 나타났다. 이는 동일한 염제라도 주로 활용되고 있는 상품의 종류에 있어서는 양국 간에 차이가 있음을 알 수 있다.

천연염색전문 쇼핑몰에서 판매되고 있는 상품의 가격대를 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 성인복에서 속옷은 3,000~4,000¥, 티셔츠류는 10,000~15,000¥, 신생아·아동용품에서 의류는 2,000~3,000¥와 4,000~5,000¥, 소품류는 손싸개·발싸개는 턱받이는 1,000~2,000¥, 패션소품에서 모자와 가방·주머니는 5,000~10,000¥, 스카프는 5,000¥ 이상, 인테리어소품에서 수건은 1,000¥ 미만, 앞치마는 1,000~2,000¥, 커튼은 20,000~25,000¥, 침구는 2,000~3,000¥, 건강·위생용품은 1,000~2,000¥이 가장 많았다.

이를 국내 천연염색전문 쇼핑몰의 상품별 가격대(이미숙, 정경희, 2010)와 비교해 보면 의류에서 성인복은 가격대 차이가 많이 났는데 일본 업체에서 판매하고 있는 상품의 가격대가 약 2배 정도 비싼 것으로 나타났다. 그러나 신생아·아동용품이나 패션소품, 인테리어소품, 건강·위생용품은 국내 업체에서 판매하

고 있는 상품의 가격대와 유사한 것을 알 수 있었다. 침구의 경우에는 국내 업체상품이 더 비싼 것으로 나타났다는데, 이는 일본 업체의 경우 침구에서 이불·매트 아이템이 거의 없고 대부분 베개가 있었던 반면, 국내 업체에서는 이불·매트 아이템이 많았기 때문인 것으로 판단된다.

3. 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰의 상품 정보 현황

일본 천연염색전문 쇼핑몰의 상품 정보 현황을 분석한 결과는 <표 9>와 같다. 쇼핑몰에서 상품 사이즈를 제시하고 있는 곳은 36업체(97.3%), 상품 치수를 제시하고 있는 곳은 25업체(67.6%), 그리고 상품 염제의 효능 등 상품의 특징에 대한 설명을 제시하고 있는 업체는 30업체(81.1%), 취급(세탁)방법을 제시하고 있는 곳은 13업체(35.1%)였다.

상품 정보는 고객만족과 재구매 의도에 영향(정철호, 박경혜, 2007)을 미침에도 불구하고 국내의 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰에서 상품의 사이즈 및 특징을 제공하고 있는 업체가 50%대(이미숙, 정경희, 2010)에

<표 8> 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰 상품별 가격대

(단위: 가격대(%))

아이템		가 격 대							가 격 비 율 기		
성인복	상의	속옷	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥(11.8)	2,000~3,000 ¥(27.5)	3,000~4,000 ¥(31.4)	4,000~5,000 ¥(9.8)	5,000 ¥ 이상(19.6)	(0.0)		
		코트	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥(75.0)	10,000~15,000 ¥(0.0)	15,000~20,000 ¥(12.5)	20,000~25,000 ¥(0.0)	25,000~30,000 ¥(12.5)	(0.0)		
		재킷/조끼/블레토	5,000 ¥ 미만(10.0)	5,000~10,000 ¥(40.0)	10,000~15,000 ¥(10.0)	15,000~20,000 ¥(0.0)	20,000~25,000 ¥(10.0)	25,000~30,000 ¥(20.0)	30,000~35,000 ¥(5.0)	50,000~55,000 ¥(5.0)	(0.0)
		셔츠/블라우스	5,000 ¥ 미만(13.5)	5,000~10,000 ¥(32.7)	10,000~15,000 ¥(40.4)	15,000~20,000 ¥(7.7)	20,000~25,000 ¥(1.9)	25,000~30,000 ¥(1.9)	30,000~35,000 ¥(1.9)	(0.0)	
		티셔츠	5,000 ¥ 미만(14.1)	5,000~10,000 ¥(35.6)	10,000~15,000 ¥(49.6)	15,000~20,000 ¥(0.7)	20,000~25,000 ¥(0.0)	25,000~30,000 ¥(8.3)	30,000~35,000 ¥(25.0)	(0.0)	
		하의	팬츠	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥(41.7)	10,000~15,000 ¥(8.3)	15,000~20,000 ¥(0.0)	20,000~25,000 ¥(6.7)	25,000~30,000 ¥(8.3)	30,000~35,000 ¥(25.0)	(0.0)
	스키트	4,000~5,000 ¥(100.0)							(0.0)		
	한벌	투피스	5,000 ¥ 미만(0.0)		5,000~10,000 ¥(66.7)		10,000~15,000 ¥(0.0)		15,000~20,000 ¥(33.3)	(0.0)	
		원피스	5,000 ¥ 미만(0.0)		5,000~10,000 ¥(75.0)		10,000~15,000 ¥(0.0)		15,000~20,000 ¥(25.0)	(0.0)	
	남성복	상의	속옷	1,000 ¥ 미만(0.0)		1,000~2,000 ¥(0.0)		2,000~3,000 ¥(33.3)		3,000~4,000 ¥(66.7)	(0.0)
			셔츠	30,000~35,000 ¥(41.7)		60,000~65,000 ¥(33.3)		105,000~110,000 ¥(25.0)		(0.0)	
		티셔츠	5,000 ¥ 미만(16.1)		5,000~10,000 ¥(24.2)		10,000~15,000 ¥(59.7)		(0.0)		
		하의	팬츠	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥(0.0)	10,000~15,000 ¥(0.0)	15,000~20,000 ¥(20.0)	20,000~25,000 ¥(80.0)	(0.0)		
	남·여 공용	상의	재킷/조끼	5,000 ¥ 미만(0.0)		5,000~10,000 ¥(0.0)		10,000~15,000 ¥(68.8)		15,000~20,000 ¥(31.3)	(0.0)
			셔츠	6,000~7,000 ¥(100.0)							(0.0)
		티셔츠	5,000 ¥ 미만(0.8)		5,000~10,000 ¥(40.2)		10,000~15,000 ¥(58.3)		15,000~20,000 ¥(0.0)	20,000~25,000 ¥(0.8)	(0.0)
		하의	팬츠	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥(0.0)	10,000~15,000 ¥(0.0)	15,000~20,000 ¥(42.1)	20,000~25,000 ¥(21.1)	25,000~30,000 ¥(0.0)	30,000~35,000 ¥(21.1)	(15.8)
	아동복	한벌	투피스	4,000~5,000 ¥(50.0)		5,000~6,000 ¥(0.0)		6,000~7,000 ¥(50.0)		(0.0)	
원피스			5,000 ¥ 미만(25.0)		5,000~10,000 ¥(75.0)		5,000~10,000 ¥(75.0)		(0.0)		
상의		속옷	2,000~3,000 ¥(100.0)							(0.0)	
		재킷/조끼	5,000 ¥ 미만(0.0)		5,000~10,000 ¥(75.0)		10,000~15,000 ¥(25.0)		(0.0)		
남·여 아동용	셔츠	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥(4.7)	2,000~3,000 ¥(4.7)	3,000~4,000 ¥(0.0)	4,000~5,000 ¥(90.4)	(0.0)				
	티셔츠	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥(4.4)	2,000~3,000 ¥(4.4)	3,000~4,000 ¥(11.1)	4,000~5,000 ¥(37.8)	5,000 ¥ 이상(42.2)	(0.0)			
	하의	팬츠	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥(14.3)	2,000~3,000 ¥(14.3)	3,000~4,000 ¥(28.6)	4,000~5,000 ¥(14.3)	5,000 ¥ 이상(28.6)	(0.0)		
한벌	투피스	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥(0.0)	2,000~3,000 ¥(33.3)	3,000~4,000 ¥(33.3)	4,000~5,000 ¥(33.3)	(0.0)				

<표 8> 계 속

(단위: 가격대(%))

아이템	가격대							가격 범용성		
신생 아 용 품	베벳저고리·티셔츠	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (71.4)	3,000~4,000 ¥ (19.0)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(9.5)	(0.0)		
	우주복·바디수트	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (8.9)	3,000~4,000 ¥ (23.2)	4,000~5,000 ¥ (37.5)	5,000 ¥ 이상(30.4)	(0.0)		
	손책개/발싸개	1,000 ¥ 미만(66.7)	1,000~2,000 ¥ (33.3)	2,000~3,000 ¥ (0.0)	3,000~4,000 ¥ (0.0)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(0.0)	(0.0)		
	이불	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (25.0)	3,000~4,000 ¥ (25.0)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(25.0)	(0.0)		
	세트용품	5,000 ¥ 미만(0.0)		5,000~10,000 ¥ (50.0)		10,000~15,000 ¥ (50.0)		(0.0)		
	모자	1,000 ¥ 미만(7.1)	1,000~2,000 ¥ (35.7)	2,000~3,000 ¥ (35.7)	3,000~4,000 ¥ (21.4)					
	인형	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (33.3)	3,000~4,000 ¥ (0.0)	4,000~5,000 ¥ (33.3)	5,000 ¥ 이상(33.3)	(0.0)		
	턱받이	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (95.7)		2,000~3,000 ¥ (4.3)					
	수건	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (12.5)	2,000~3,000 ¥ (0.0)	3,000~4,000 ¥ (37.5)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(50.0)	(0.0)		
패션 소 품	모자	5,000 ¥ 미만(2.2)		5,000~10,000 ¥ (97.8)				(0.0)		
	가방/주머니	5,000 ¥ 미만(31.8)	5,000~10,000 ¥ (34.5)	10,000~15,000 ¥ (20.9)	15,000~20,000 ¥ (8.2)	20,000~25,000 ¥ (0.9)	25,000~30,000 ¥ (0.0)	30,000~35,000 ¥ (0.9)	35,000~40,000 ¥ (0.9)	(1.8)
	지갑/카드집	1,000 ¥ 미만(67.8)	1,000~2,000 ¥ (28.7)		2,000~3,000 ¥ (2.3)		3,000~4,000 ¥ (1.1)		(0.0)	
	핸드런/일석 고리	1,000 ¥ 미만(57.1)		1,000~2,000 ¥ (28.6)				(14.3)		
	양말	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (63.0)	2,000~3,000 ¥ (25.9)	3,000~4,000 ¥ (7.4)	4,000~5,000 ¥ (3.7)				
	스카프	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (3.1)	2,000~3,000 ¥ (15.7)	3,000~4,000 ¥ (17.6)	4,000~5,000 ¥ (15.1)	5,000 ¥ 이상(44.5)	(3.8)		
	브로치	2,000~3,000 ¥ (100.0)							(0.0)	
	목걸이	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (14.3)	3,000~4,000 ¥ (57.1)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(28.6)	(0.0)		
	머리핀	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)		2,000~3,000 ¥ (76.7)		(33.3)			
	넥타이핀	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (0.0)	2,000~3,000 ¥ (33.3)	3,000~4,000 ¥ (33.3)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(33.3)	(0.0)		
	반지	2,000~3,000 ¥ (100.0)							(0.0)	
인 테 리 어 소 품	양산	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥ (0.0)	10,000~15,000 ¥ (75.5)	15,000~20,000 ¥ (25.5)			(0.0)		
	쿠션	10,000~15,000 ¥ (100.0)							(0.0)	
	방석	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (13.6)	2,000~3,000 ¥ (31.8)	3,000~4,000 ¥ (40.9)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(13.6)	(0.0)		
	커튼	5,000 ¥ 미만(0.0)	5,000~10,000 ¥ (0.0)	10,000~15,000 ¥ (30.3)	15,000~20,000 ¥ (13.2)	20,000~25,000 ¥ (39.5)	25,000~30,000 ¥ (6.6)	30,000~35,000 ¥ (1.3)	35,000~40,000 ¥ (1.3)	(7.9)
	다기능품	1,000 ¥ 미만(88.9)		1,000~2,000 ¥ (5.6)		2,000~3,000 ¥ (5.6)			(0.0)	
	러너	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (51.0)	2,000~3,000 ¥ (11.8)	3,000~4,000 ¥ (7.8)	4,000~5,000 ¥ (9.8)	5,000 ¥ 이상(19.7)	(0.0)		
	수건	1,000 ¥ 미만(33.1)	1,000~2,000 ¥ (30.9)	2,000~3,000 ¥ (5.6)	3,000~4,000 ¥ (11.8)	4,000~5,000 ¥ (6.7)	5,000 ¥ 이상(6.8)	(5.1)		
	인형	2,000~3,000 ¥ (100.0)							(0.0)	
	알치마	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (42.4)	2,000~3,000 ¥ (27.1)	3,000~4,000 ¥ (25.9)	4,000~5,000 ¥ (2.4)	5,000 ¥ 이상(2.4)	(0.0)		
	젓가락집	1,000~2,000 ¥ (100.0)							(0.0)	
침 구	이불/매트	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (28.6)	2,000~3,000 ¥ (14.3)	3,000~4,000 ¥ (28.6)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(28.6)	(0.0)		
	베개	1,000 ¥ 미만(6.3)	1,000~2,000 ¥ (12.5)	2,000~3,000 ¥ (56.3)	3,000~4,000 ¥ (0.0)	4,000~5,000 ¥ (12.5)	(12.5)			
건 강 위 생 용 품	마스크, 안대	1,000 ¥ 미만(27.3)	1,000~2,000 ¥ (45.5)	2,000~3,000 ¥ (9.1)		3,000~4,000 ¥ (18.2)			(0.0)	
	토시	1,000 ¥ 미만(7.7)	1,000~2,000 ¥ (38.5)	2,000~3,000 ¥ (15.4)	3,000~4,000 ¥ (7.7)	4,000~5,000 ¥ (0.0)	5,000 ¥ 이상(23.1)	(7.7)		
	생리대	1,000 ¥ 미만(0.0)	1,000~2,000 ¥ (50.0)	2,000~3,000 ¥ (16.7)		3,000~4,000 ¥ (33.3)			(0.0)	
기타	5,000 ¥ 미만(16.7)		5,000~10,000 ¥ (0.0)		10,000~15,000 ¥ (83.3)			(0.0)		

자료수집기간(2010. 8. 1-11) 동안의 평균 환율: 1,361원

<표 9> 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 상품 정보 현황

(단위: 빈도(%))

상품 정보 내용	상품 사이즈(호칭)	상품 치수(치수, 너비 등)	상품 특징	취급(세탁)방법
업체 수(%)	36(97.3)	25(67.6)	30(81.1)	13(35.1)

불과했지만, 일본의 천연염색전문 쇼핑몰에서는 많은 업체가 상품의 사이즈와 특징에 대해 제공하고 있는 것으로 나타났다. 취급(세탁) 방법을 제시하고 있는 업체는 일본과 국내의 천연염색전문 업체가 모두 30%대였다.

V. 결 론

국내의 천연염색상품의 고부가가치화와 마케팅 전

략을 모색하기 위한 기초자료를 마련하기 위해 일본의 천연염색전문 쇼핑몰의 현황과 상품을 분석한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 오픈 연도는 2009년에 7업체로 가장 많은 온라인 매장이 생겨났고 쇼핑몰의 오프라인 매장은 1990년 이전부터 운영된 업체가 13업체로 가장 많았으며, 그 중 4업체는 200년 이상대를 이어 천연염색상품을 생산·판매하고 있었다. 천연염색전문 쇼핑몰의 온라인 매장은 일본과 한국 업체

가 거의 비슷한 시기에 증가하기 시작하였으나 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 오프라인 매장 보유율이 국내 보다 높았고 국내 업체는 2000년대 이후, 일본은 많은 업체가 1990년대 이전부터 운영되고 있는 업체가 많았다. 업체별 소재지는 일본의 수도인 도쿄와 인근지역, 교토, 오카야마지역에 업체가 많이 분포되어 일본과 국내 모두 수도권과 인근 지역에 많이 분포되어 있다.

둘째, 일본의 천연염색전문 쇼핑몰에서 판매되고 있는 상품의 활용 염재를 표기하고 있는 업체 중 쪽을 사용하는 경우가 가장 많았고, 쪽두서니, 감물, 머드, 초목, 홍차 순으로 많았다. 국내 천연염색전문 쇼핑몰에서 활용하고 있는 염재가 황토와 숯인데 반해서, 일본에서는 염색성, 상품성, 견뢰도에서 개발가치가 가장 높게 나타난 쪽과 감을 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 업체 소재지별 활용 염재에서 쪽염이 거의 모든 지역에서 공통적으로 많이 활용되고 있고, 염재의 활용 개수에서는 대부분의 업체가 4종류 이하이고, 1종류만을 활용하는 경우에는 쪽이 2업체, 머드와 초목, 뽕갈라가 1업체였다. 상품에 사용된 염재로는 쪽, 감물, 초목, 쪽두서니 순으로 많았는데, 쪽은 패션소품과 성인 공용티셔츠, 감물은 패션소품과 인테리어소품, 초목과 쪽두서니는 패션소품에 많이 활용되어 동일한 염재라도 주로 활용되고 있는 상품의 종류에 있어서는 국내와 차이가 있었다.

셋째, 일본의 천연염색전문 쇼핑몰에서 판매되고 있는 상품은 패션소품과 성인복, 인테리어 소품을 판매하는 업체가 많았다. 이것은 순위는 다르지만 국내 업체와 동일한 종류의 상품이다. 그러나 판매하고 있는 상품 수에서 일본은 대부분 1종류 또는 2종류의 천연염색상품을 판매하는 반면, 국내에서는 6종류 이상을 판매하는 곳도 많았다. 그리고 1종류의 천연염색 상품만을 판매하는 경우, 일본에서는 인테리어소품, 성인복, 패션소품을, 국내에서는 패션소품, 성인복, 침구를 판매하는 것으로 나타났다. 의류와 인테리어 소품, 침구류에 있어서 일본과 국내에서 판매하고 있는 천연염색상품 종류에서 차이가 있었다.

넷째, 아이템별 가격대를 분석한 결과, 일본의 천연염색전문 쇼핑몰에서 판매되고 있는 성인복의 가격은 국내 쇼핑몰 상품 가격의 약 2배정도 비쌌지만, 신생아·아동용품이나 패션소품, 인테리어소품, 건강·위생용품은 국내 업체의 가격대와 유사하게 나타났다.

다섯째, 일본 천연염색전문 쇼핑몰의 상품 정보제공 현황은 일본에서는 거의 대부분의 업체가 상품의 사

이즈와 상품 특징에 대해 제시하고 있었다.

위와 같은 연구결과를 통해 국내의 천연염색상품의 고부가가치화와 마케팅 전략을 모색해 보면, 첫째, 일본과 같이 200년 이상 대를 이어 천연염색 관련 직종에 종사할 수 있도록 지방자치단체 및 국가적인 차원에서의 지원 및 육성이 필요하다. 일본에서는 대를 이어 전수된 각 지방 특유의 전통염색방법이 일본 전통의상 및 여러 패션문화상품에 활용되어 고감성, 고부가가치의 상품으로서 뿐만 아니라 예술품으로서의 가치를 지니고 있기 때문이다.

둘째, 국내 천연염색전문 쇼핑몰에서도 황토와 숯 위주의 천연염색상품보다는 일본과 같이 염색성, 상품성, 견뢰도에서 개발가치가 가장 높게 평가된 쪽, 감과 같은 염재를 많이 활용할 필요가 있다. 그리고 모든 업체가 많은 수의 염재의 상품을 개발하기 보다는 업체별로 지역문화를 기반으로 염재를 특화해서 상품화시켜야 한다.

셋째, 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰 상품 정보는 고객 만족과 재구매 의도를 높이는 중요한 요소이므로, 일본의 쇼핑몰과 같이 상품의 사이즈 및 치수, 상품의 특징, 취급방법 등에 대한 상세한 정보를 제공함으로써 상품을 직접 착용하거나 만져 보지 못하는 인터넷 쇼핑의 약점을 극복할 필요가 있다.

본 연구의 제한점은 일본이 세계적으로 쪽염이 발달한 나라임에도 불구하고 천연염색전문 쇼핑몰의 분석대상을 설정함에 있어서 국내 천연염색전문 쇼핑몰과의 비교를 위해 '쪽염'과 같이 개별 염료명보다는 '천연염색'을 키워드로 검색함으로써 연구대상을 한정시킨 점에 있다. 따라서 후속연구에서는 쪽염제품 전문 온라인 쇼핑몰뿐만 아니라 일본의 대표적인 쪽 생산단지 도쿠시마의 오프라인 매장의 천연염색상품의 현황과 마케팅 전략을 조사, 분석해 보고자 한다. 최근 친환경 상품 시장이 확대되고 있는 시점에서 천연염색산업이 발달한 선진국 중의 하나인 일본의 천연염색전문 쇼핑몰의 현황과 상품을 분석한 본 연구는 국내 천연염색상품 개발 전략 및 천연염색산업의 활성화 방안 모색에 필요한 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 사료된다.

참고문헌

- 김지희. (1997). *전통염색공예 우리의 색 재현을 위한 전통 염색*. 서울: 한국문화재보호재단.

- 나주시천연염색문화재단. (2008). *천연염색 이론과 실무*. 나주: 나주시 천연염색문화재단출판부.
- 남미우. (2008). 감각추구성향이 천연염색의류제품의 소비 행동에 미치는 영향. *한국디자인포럼*, 20, 19-33.
- 노은희. (2002). 미국의 천연염색산업 및 디자인 현황에 대한 고찰. *한국공예논집*, 5(1), 61-86.
- 박지희, 소황옥. (2004). 한·중·일 남염(藍染)의 비교 연구. *한복문화*, 7(1), 29-40.
- 섬유산업 새 돌파구... '천연염색'에서 찾자. (2009, 3. 2). *영남일보* 자료검색일 2010, 8. 4, 자료출처 <http://www.yeongnam.com>
- 소황옥. (1999). 우리나라 전통천연염색에 관한 연구. *비교민속학*, 16, 361-362.
- 유명님, 노의경. (2006). 델파이법을 이용한 천연염색에 관한 기초 연구 (제3보). *한국의류학회지*, 30(5), 733-741.
- 이미숙, 정경희. (2010). 천연염색전문 인터넷 쇼핑몰 현황 및 상품 분석. *한국의류학회지*, 34(7), 1205-1219.
- 이상필. (2008, 3. 4). 황색과 적색염색. (재)나주시천연염색문화재단. 자료검색일 2010, 7. 25, 자료출처 <http://www.naturaldyeing.or.kr>
- 일본의 천연염색공방 현황 및 문화상품의 성공사례. (2009, 9. 28). *나주신문*. 자료검색일 2010, 12. 15, 자료출처 <http://www.najunews.co.kr>
- 일본 쪽, 나주 쪽의 비교 분석. (2009, 9. 28). *나주신문*. 자료검색일 2010, 6. 30, 자료출처 <http://www.najunews.co.kr>
- 임규채, 이재필. (2009, 3. 2). 천연염색도 녹색성장산업이다. *대경 CEO 브리핑*. 자료검색일 2010, 8. 4, 자료출처 <http://www.dgi.re.kr>
- 전남테크노파크전략사업기획단. (2008). *전라남도 천연염색산업 기술지도(TRM)*. 순천: 전남테크노파크전략사업기획단.
- 전종찬. (2004). 제품디자인에 나타난 에코디자인 경향에 관한 연구. *기초조형학연구지*, 5(1), 263-271.
- 정철호, 박경혜. (2007). 인터넷 쇼핑몰의 웹사이트 특성이 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향. *인터넷전자상거래연구*, 7(3), 287-316.
- 조경래, 문광희, 대안스님. (2000). *전통염색의 이해*. 서울: 보광출판사.
- 조미숙. (2003). *천연염색 연구동향 분석*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 천연염색 대중화시대 '활짝'. (2002, 2. 4). *국제섬유신문*. 자료검색일 2010, 3. 15, 자료출처 <http://www.itnk.co.kr>
- 천연염색에 대하여. (2004, 10). *산림*. 자료검색일 2010, 8. 14, 자료출처 <http://www.sanimji.com>
- 한오경. (2006). *천연염색을 이용한 웰빙 섬유산업 작품 연구*. 원광대학교 대학원 석사학위 논문.
- 徳島縣. (1997). *阿波藍*. 徳島縣: 阿波藍生産振興協會.