

# 바이크복 현황조사를 기반으로 한 출·퇴근용 바이크복 텍스타일 디자인 개발에 관한 연구

이 연 순 · 엄 지 은\*\*

영남대학교 의류패션학과 교수 · 영남대학교 대학원 의류패션학과\*\*

## Bicycle Wear Survey Based a Study on the Development of the Commute for Bike Wear Textile Design

Youn-Soon Lee · Ji-Eun Eum\*\*

Prof. Dept. of Clothing & Fashion, Yeungnam University

Dr. Course of Graduated School, Yeungnam University\*\*

(2012. 10. 15. 접수; 2012. 11. 26. 수정; 2012. 11. 28. 채택)

### Abstract

During recent few years, Bike is arising as one of the most important item of sports market. As well as in domestic markets, customers are demanding specific brands only for young aged riders. Therefore, this study researched current bike wears and suggest digital textile printing with sports wear trends which also have safety and visual impact effectiveness, so it can be satisfied as green products and we also try to suggest sports sensitivity of existing cycle wear to city fashion.

The purpose of this study is to figure out 20's-30's female biker attitude for bike wear and their purchasing habits and also their preference, digital textile design of city biker wear based on present condition research of riding wear markets and to establish high quality products with occupying high percentage of global markets and making high profits.

For this study, bike wear distributors Survey First, foreign companies generally meet evenly sampling the 20s and 30s targeted vendors 10 companies were selected. 'city sporty ware' or 'casual line' dual 'extreme line' from all manufacturers, including, however did not distinguish it from all the vendors. This higher proportion of the recent upsurge in public and non-professional riders, despite the fact that you can see that the lack of 'Extreme line' compared to the 'casual' line of the city sporty ware production, overall seasonal sales in the spring appeared windbreak jacket, leggings and sweat emissions and at the same time built into the fabric dry faster T-shirt and shorts in the summer sales were higher, autumn jacket and produced excellent warm in winter fleece fabric T-shirts, pants, windshield jacket higher sales, showed improvements in design, improved in the order of the highest and perfect for everyday wear for both.

As mentioned, we figure out 20's-30's female rider's attitude for riding suit and their purchasing habits and also their preference, so we can develop riding suit design based on their needs and suggest new design patterns.

**Key Words:** Digital textile printing(디지털텍스타일프린팅), Bike(바이크), Bike wear(바이크복), Visual effective(시각인지), City sports(시티 스포츠)

## I. 서론

오늘날 고유가로 인한 경제적 부담, 환경보존 및 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라, 자전거

---

Corresponding author ; Ji-Eun Eum

Tel. +82-10-280-8331, Fax. +82-53-523-9701

E-mail : aoot3344@naver.com

출퇴근이 성행하고 있다. 에너지 절약 및 녹색 교통 정책 수립을 위해 지역 정부에서는 자전거 타기 추진계획을 수립하여, 산업체 및 기관의 협조를 요청하고 있다. 이에, 동참하는 직장인들에게는 수당 등 인센티브를 주도록 하는 방안을 추진하고, 자전거를 이용하는 녹색교통 문화가 확산되어(이인자, 2009) ‘자출족’이라는 신조어가 만들어졌다.

자전거 출퇴근자들은 경제적 부담 축소, 환경 보존 동참, 특히 개인의 건강증진을 도모하고자 하는 욕구가 강하여, 자전거 용품 및 의복에 대한 관심이 높다. 이들의 대부분은 바쁘고 복잡한 일정 속에서, 시간의 효율성 및 편의성을 추구하고 있는 경향이 높다. 이에, 자전거로 출근한 복장으로 바로 업무를 수행할 수 있는 바이크복을 원하고 있다. 이러한 요구에 부응하기 위해서는 자전거 타기에 기능적이고, 비즈니스 업무도 원활하게 수행할 수 있는 바이크 출퇴근복 개발이 요구된다(최제남, 2011).

이러한 자전거 출퇴근용 의복을 사이클 경기복 등과 구분하여, 바이시클 커뮤팅 웨어(bicycle-commuting wear), 또는 도심형 바이크웨어(city bike wear) 라고 칭하였다. 현재 시판되고 있는 도심형 바이크복은 사이클링을 위한 고기능성에 치중된 경향이 높다. 이러한 기능적 측면은 선진국 수준이지만, 오피스룩으로서 요구되는 현대인의 감성적 측면은 고려가 부족한 실정이다(김인혜, 2012).

최근 몇 년간, 바이크는 스포츠시장의 가장 중요한 아이템으로 부각되고 있다.

미국과 유럽의 경우 현재 시장에서 20~30대 소비자들을 위한 브랜드군도 독립적으로 나타나고 있지만 국내에서는 아직까지 젊은 연령층만을 타겟으로 내세우는 전략적인 브랜드는 찾기 힘들다. 국내 시장에서는 젊은 연령층의 바이크족을 위한 전용 브랜드에 대한 욕구가 높아지고 있으며, 2~3년 내 캐주얼 브랜드를 중심으로 시장 재편이 예상되고있다(이연순, 2005).

이처럼 바이크복의 산업화 활성을 통한 다각화된 섬유패션 제품 개발 및 시장 선점으로 바이크복의 기능성과 패션성을 강조하기 위해 디지털 텍스타일프린팅이 접목된 아이템이 선보여지고 있다. 이는, 스포츠 웨어 패션에 디자인

다각화가 가능하고 기능성과 패션성 확보로 내수뿐만 아니라 미주 및 유럽시장을 중심으로 한 시장의 진출이 가능하다. 또한, 지속적인 복합 기능성 제품 및 환경 배려형 제품의 판로에 대한 수출시장 확대에 수익극대화가 가능하다. 이에, 도심 속 스포츠산업의 시장 활성화와 이에 따른 파급효과를 기대 할 수 있을 것이다(최혜선, 2001).

프린트에 있어서는 디지털텍스타일프린팅(DTP)이 가장 트렌드를 접목하기 쉬운 아이템으로 각광받고 있으며 최근에는 스포츠 의류에 접목되어 전사프린트 및 컬러 바리에이션 효과로 많이 사용되고 있다. 디지털 날염 시스템의 경우 공정의 단축이 가능해 납기일 단축 및 시장변화와 소비자 패턴변화에 빠르게 대응할 수 있다. 또한, 섬유산업의 경쟁력 재고, 상품 기획능력의 향상과 최종 가공제품에 가까운 건본의 제작능력, 다품종 소량 생산, 시장과 소비자의 요구에 즉시 응할 수 있는 QR(Quick Response)등의 장점을 활용하고 있다(김재필, 2001). 이와 같이, 녹색교통의 대표 아이템인 바이크와 친환경 디지털프린트개발의 접목은 환경 친화적일 뿐만 아니라 가격의 최소화와 개발시간의 단축으로 최상의 그린제품으로 평가되어 지식 혁신주도 녹색성장에 따른 그린제품 개발에 참여할 수 있을 것이다(함정웅, 2008). 이에, 바이크복에 디지털 텍스타일 프린팅을 제안 하고자 함이다. 또한, 가시적 감성 및 기능적 디자인 접근을 위한 텍스타일디자인개발을 통해 트렌드 확보가 가능하며 촉광 염료와의 레이어링으로 야간 바이크 운행시 안전성을 부여, 우수한 기능성 도심형 바이크용 텍스타일 디자인 개발이 필요한 시점이다.

선행연구를 살펴보면 텍스타일 디지털 프린팅을 이용한 섬유제품 표현연구(안경찬, 2002), Digital Printing을 이용한 텍스타일 디자인연구-롤링블렌딩 제품을 중심으로(유경아, 2002), DTP를 활용한 텍스타일디자인 연구(최주현, 2007) 등 디지털 텍스타일 프린팅의 대중화를 위하여 포괄적인 개념을 다룬 연구가 대다수로 실제 바이크복의 현황 분석에 따른 텍스타일 디자인 제안은 미흡한 실정이다. 또한, 기존의 날염과 DTP로 제작된 텍스타일 디자인이나, 패션상품을 개

발하는 연구에 그치고 이를 활용한 스포츠웨어용 텍스타일디자인 개발은 찾기 어렵다. 특히, 바이크가 스포츠시장의 가장 중요한 아이টে็ม으로 부각되고 있는 시점에서 트렌드에 민감한 20~30대 여성 소비자들을 위한 디지털 프린팅이 접목된 바이크북 개발은 매우 미비한 실정이다.

따라서 본 연구의 목적은 바쁜 일상속에서도 라이딩을 즐기며 바이크로 출퇴근 하는 20~30대 여성 ‘자출족’을 타겟으로 잡아 바이크북용 디지털 텍스타일 디자인을 제안하여 기존 바이크북들 사이에서 상품기획 시 새로운 디자인 방향을 제시하는데 기여하고자 한다. 또한, 바이크북 브랜드 현황 조사연구를 토대로 시티 바이크북의 디지털 텍스타일 디자인을 제안하여 글로벌 시장 점유율을 높이고 수입 대체효과와 고부가가치 창출에 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 바이크북

본 연구에서 출·퇴근용 ‘바이크(bike)북’이란, 도심 생활 속에서 스포츠와 함께할 수 있는 ‘시티 스포츠웨어(city sportswear)’로 출퇴근과 동시에 업무가 가능한 바이크북을 말한다. 즉, 도시에서 라이딩을 즐기며 자전거로 출퇴근하는 ‘자출족’을 위한 비즈니스용 시티 바이크북을 말한다.

### 2. 도심형 바이크북의 수요

최근 정부에서는 고유가 시대의 방안으로 2011 자전거 정책 추진계획을 발표, 자전거 이용 출퇴근 산업단지외 기관을 선정하고 자전거 출퇴근 근로자에게는 수당 등 인센티브를 주도록 하는 방안을 추진해 자전거 이용 문화가 확산되고 있다(김인혜, 2012). 또한, 자전거 전용도로의 확장과 출퇴근 시간의 교통체중, 환경오염 문제 등도 자전거 출퇴근의 수요를 높였다. 레저라이프 스타일의 변화(도심형 바이크웨어 라인)로 각종 바이크제품 이용자의 동호회, 자전

거관련 소셜 네트워크의 등장, 비전문가의 전문화 등으로 그린바이크의 활동성이 증가되는 추세이다. 이처럼, 바이크 제품의 확산으로 관련 의류 및 상품의 수요가 증대하였다. 이에, 라이더들은 경제와 환경, 그리고 건강을 동시에 고려하는 방안으로 출퇴근 시간에 바이크를 애용하는 경우가 증가하여 이러한 ‘도심형 바이크북’이라는 개념이 생겨나기 시작하였다(이인성, 2006).

주요국의 바이크 이용률을 보면 매년 증가 추세이다. 출퇴근용 바이크의 등장으로(김병만, 2011) 라이더들은 바로 업무가 가능한 비즈니스웨어 겸용의 출퇴근용 바이크북을 원하고 있다.

<표 1> 주요국 자전거 이용률 비교

구분	자전거 도로 (km)	교통수단 분담률 (%)	자전거 보유 대수	자전거 보급률 (%)
한국	11,387	1.2	800	16.6
독일	30,000	10	7,200	87.3
일본	78,638	14	8,665	67.8
네델란드	19,000	27	1,600	98.3

출처: 한국교통연구원 지자체 실적 조사결과자료. (2011.11.21).

국내 자전거 시장 규모는 약 2000억원으로 연평균 18%씩 성장하고 있는 가운데, ‘도심형 바이크족’에게 자전거는 단순히 이동수단이 아닌 패션 아이콘으로 자리잡고 있으며 ‘자전거와 함께 즐길 수 패션’에 대한 갈증을 요구하고 있다.

### 3. 국·내외 시판 바이크북 현황

#### 1) ‘자출족’ 대상의 관련 상품의 다양성

국내브랜드 ‘헤드’는 최근 사이클 전문복의 기능성을 갖추고 있으면서도 일상생활에서도 입을 수 있는 ‘컨버전스 퍼포먼스 라인’을 새롭게 런칭하였다. ‘컨버전스 퍼포먼스 라인’에서 나온 ‘사이클론 재킷’은 스위스 특수원단을 사용해 방풍, 발수, 투습성을 갖추고 있다. MP3플레이어 등을 쉽게 장착할 수 있는 암밴드, 간단하게 소품을 넣을 수 있는 초소형 배낭, 물병 등의 수납이 용이한 초경량 스포츠 힙색도 함께

출시하였다.

‘K2’는 바이크를 즐기기 위한 기능성과 더불어 도심의 일상생활에서도 입을 수 있는 캐주얼한 스타일의 ‘시티바이크 라인’ 출시하였으며, 일상복과 같은 캐주얼한 디자인으로 아웃포켓형 재킷과 사파리 스타일의 재킷, 7부 팬츠 등 편안하고 내추럴한 디자인의 제품들을 대거 출시했다. 색상 또한 캐주얼룩과 활용 가능한 네이비, 그레이, 화이트 등의 색상을 중심으로 출시하였다.

하지만, 바이크복의 대부분이 전문가용 MTB 웨어에 집중되어 있어 도심형 출퇴근 바이크복으로는 입기 어려운 점이 있으며 있다 하더라도, 아웃도어 개념의 디자인이거나 캐주얼개념의 스포츠 라인에서 크게 벗어나지는 못하고 있는 실정이다.

## 2) 기능적 복합성의류의 다각화 현상

‘노스페이스’는 2012 S/S를 상의는 눈에 띄는 네온계 컬러와 리플렉티브 트리밍을 사용했으며 하의는 인체 공학적인 구조와 뛰어난 충격흡수 재질의 패들을 사용한 라이너를 장착했다. 이에, 격한 라이딩 시에도 안정감이 확보되고, 기능적 디자인을 추가하여 복합적 기능성을 가지는 바이크복을 출시하였다. 또한, 출퇴근 족을 위한 바이크 전용 장갑, 전용 배낭 등 풀 착장이 가능한 의류가 개발 중이다.

‘EXR’은 도시 속을 바이크를 타고 가로지르며 속도감을 즐기는 이들을 위해 ‘어반 캐주얼룩’을 선보였다. 이는, 라이딩 하기에 손색이 없는 기능과 원단을 접목하였고, 클래식한 느낌의 하운드투스(Houndtooth: 사냥개 이빨모양) 문양과 가슴 부분의 아웃포켓을 포인트로 하여 타운웨어로도 활용이 가능하다.

## 3) 안정성을 고려한 가시적 효과의 등장

다양한 야광효과를 제품을 자전거에 부착하거나 벨트, 헬멧, 토시 등에 적용하여 보호적 요소를 가미시키고 있다. 또한, 색상이나 디자인도 다양한 효과를 과시하며 새로운 가시적 요소로 등장하였다. 하지만 이러한 제품은 신체에서 분

리되어 있어 또 다른 구입경로를 거쳐야 하며 2차적 착용을 통한 번거러움으로 매니아 층이 아닌 이상 바쁜 생활의 직장인들이나 일반인들에게는 적용되는 경우가 드문 실정이다(최혜선, 2001).

‘에어웨어’(Air wear)에서는 디지털 프린트한 제품의 바이크복을 선보여 익스트림 스포츠웨어로서 기본적인 착용자의 안전과 쾌적성을 향상시켜주었다.

미국 브랜드 ‘코드어라운드’(Cordarounds)가 내놓은 바이크 팬츠는 평상복으로 입고 다녀도 별 무리가 없고 밤에는 환한 빛으로 운전자와 보행자의 시선을 유도해 안전하게 자전거를 탈 수 있도록 디자인하였다. 또한, 미국 미네소타의 바이크 회사 ‘헵 바이크’ 샵에서 야행 안전 운전을 위한 장비로 고압, 고주파 전기를 소량만 흘려보내도 밝은 빛을 낼 수 있는 제품을 개발하여 운전자의 존재를 파악해 안전성을 높인 제품이 출시되고 있다.

## 4) 바이크복 라인개발의 활성화

프랑스 스포츠 브랜드 ‘르꼬끄 스포르티브’는 올해 춘하시즌 친환경 메시지를 전하는 ‘바이시클 파워 티셔츠’ 시리즈를 새롭게 선보여 2011년 대비 올해 20% 이상 판매율을 보이고 있다. 친환경적인 자전거가 대체 교통수단으로 각광받음에 따라 자전거를 전체 디자인의 모티브로 삼았다. 일본의 유명 스포츠브랜드 ‘데상트’도 국내 자전거 열풍에 힘입어 하반기에 바이크 의류 라인을 출시했다. ‘데상트’는 ‘헤드’나 ‘르꼬끄’가 캐주얼을 강조한 게 특징이라면 기능성과 전문성에 중점을 둔 바이크 의류이다(이선우, 2007). 스웨덴의 패션브랜드인 ‘아크네진’에서는 이탈리아 자전거 제조업체 ‘bianchi’와 공동으로 자전거를 제작하고 그것에 어울리는 의류제품을 출시하여 코웍을 통한 제품 활성화가 지속적으로 이루어지고 있으며 그 수요가 증가하고 있다.

명품브랜드의 자전거 패션 마케팅 또한 증가하였다. ‘DKNY’는 자전거 관련 노이즈 마케팅으로 오렌지색 페인트를 바른 자전거 들을 뉴욕 거리 곳곳에 거치해 두며 홍보하고 있다. ‘구찌’와 ‘샤넬’도 자전거라인을 출시하여 명품브랜드

에서도 자전거가 패션 트렌드로 인식되어져 가고 있는 실정이다(황진숙, 2010).

이에, 도심에서 라이딩을 즐기며, 바이크로 출퇴근 하는 트렌드에 민감한 20~30대 여성을 타겟으로 잡아 바이크북 브랜드 면담조사를 실시하고자한다. 이에, 그 현황을 파악하고, 바이크북용 디지털 텍스타일 디자인을 제안하여 기존 바이크북들 사이에서 상품기획 시 새로운 디자인 방향을 제시하고자 한다.

### III. 연구 방법

#### 1. 바이크북 판매 브랜드 현황 조사

##### 1) 조사 방법 및 기간

조사 방법은 연구 대상자와 면접자가 대면하여 질문과 응답형식으로 정보를 수집하는 면접 조사 방법을 사용하였다. 면접조사의 장점은 다양한 조사내용을 비교적 긴 시간에 걸쳐 상세하게 조사 할 수 있으며, 질문 내용 외 연구에 필요한 기타 관련된 정보를 수집할 수 있다. 또한, 직접 현장에서 면접 환경을 살펴보며 응답 내용을 점검할 수 있어 응답의 오류를 줄일 수 있는 장점을 가지고 있다(이지은, 2002). 이에, 본 연구에서는 매장을 직접 방문하여 인터뷰 면접 기록지를 사전에 작성한 후 1:1 개별 면접 조사를 실시하였다.

조사 기간은 2012년 6월 3일~10일까지 예비 조사를 실시한 후 2012년 7월 1일~8월 19일까지 실시하였다.

##### 2) 조사 대상

조사 대상은 한국브랜드연감(어패럴뉴스사, 2011)의 내용을 근거로 하여 매출액이 100억 이상 되면서, 타겟이 20대에서 30대를 포함한 업체를 기준으로 바이크북을 판매하는 업체 10개를 선정하였다. 면담조사는 매장의 총괄 책임자로 이루어 졌다.

#### 3) 조사 내용

조사 내용은 일반적 사항으로 타겟, 전개형태, 생산라인 3문항이며, 바이크북 관련 사항으로 브랜드별 차별화 특성, 계절별 판매되는 아이템, 개선사항 3문항으로 분류된다. 그 자세한 내용은 <표 2>와 같다.

<표 2> 바이크북 매장 매니저 면담조사의 세부 내용

	면담 항목	내용	문항수
1	일반적 사항	타겟, 전개형태, 생산라인	3
2	바이크북 관련 사항	차별화, 계절별 판매량, 개선사항	3

#### 2. 바이크북 디지털 텍스타일 디자인 제안

##### 1) 텍스타일 디자인 제안방법

CAD 시스템(Texpro, Adobe Photoshop CS4)을 사용하여 디자인 작업을 행하였으며, 그 결과물을 포트폴리오 형식으로 제시하였다.

##### 2) 텍스타일 디자인 제안 내용 및 과정

20대 및 30대 여성 각각의 컨셉을 선정하여 이미지 맵을 제시하고, 타겟을 선정하여 2종의 라이프스타일 맵을 제시하였다. 모티프 선정 및 묘화한 모티프를 다양한 방식으로 전개하고, 반복단위를 배열하여 패턴화 한 후(이연순, 2011), 색채구성을 하여 디자인을 완성하고 시뮬레이션 하였다. 그 상세내역은 <표 3>과 같다.

<표 3> 제안한 텍스타일 디자인의 세부사항

타겟	컨셉	모티프
20대	‘역동적 스포티즘’ ‘불규칙의 재해석’	불꽃, 홀로그램, 기하학적 도형
30대	‘지오메트릭’ ‘뉴 오리엔탈리즘’	회로 칩판 전통 새, 거북

### Ⅲ. 연구결과 및 고찰

#### 1. 바이크복 판매 브랜드 현황 조사

##### 1) 일반적 사항

조사한 판매 브랜드 수는 모두 10곳이며 브랜드명과 타겟, 전개형태, 생산라인을 조사 하였다. 그 결과는 <표 4>와 같다.

업체별 국가를 살펴보면, 미국 4업체, 프랑스 3업체, 한국 2업체, 이태리 1업체로 국내외 업체를 골고루 표집하였다.

타겟은 본 연구의 대상이 되는 20~30대를 중심으로 살펴보았을 때, 30대를 포함한 브랜드는 10개로 나타났으나 20대를 포함한 브랜드는 8개에 그쳤다. 이는 실제 바이크 즐기는 소비자 연령대가 20대에서 50대, 나아가 60대까지 다양함에도 불구하고 모든 연령대가 같은 스타일의 바이크복을 착용하는 것을 의미한다. 전개형태를 살펴보면 직수입브랜드가 5개, 라이선스브랜드가 3개, 내셔널브랜드가 2개로 나타났다.

생산라인을 살펴보면 브랜드마다 생산라인이 다양한 명칭과 목적으로 제시되어 있어, 그 구분이 모호하여 소비자가 인식하기에는 큰 어려움이 따르고 있었다. 따라서 뚜렷한 목적을 가진 라인별로 구분지어 대표적인 단어 5개로 간추려 정리하였다. 구분한 5가지 라인은 다음과

같다(이은혜, 2009). 전문 MTB 바이크인을 대상으로 하는 라인은 ‘익스트림(extreme)’, 일반인으로서 바이크 즐기는 비전문가 라인은 ‘캐주얼(casual)’, 그 외 도심에서나 일상에서도 가볍게 착용할 수 있는 라인은 ‘시티웨어(city wear)’ 라인으로 구분을 하고 이 외의 스포츠로 구분되는 라인은 ‘트레킹(trekking)’이나 ‘런닝(running)’, 캠핑(camping)’도 포함하여 구분하였다. 10개의 브랜드 중, 모든 브랜드에서 익스트림 라인은 포함하고 있었으나 시티웨어나 캐주얼 라인은 구분을 하고 있지는 않았다. 최근 급증하고 있는 바이크 인구는 전문 바이크족 보다는 일반인의 비전문 바이크족의 비율이 더 높은 실정임에도 불구하고 익스트림 라인에 비해 캐주얼이나 시티웨어라인의 생산이 부족하다는 것을 알 수 있다. 바이크 인구의 증가에 따라 다양해진 소비자의 라이프스타일과 특히 트렌드에 민감한 20~30대 여성의 니즈를 만족시키기 위한 시티웨어라인의 개발이 시급하다. 또한, 기존과는 차별화 되는 텍스타일 디자인과 바이크복으로써의 기능성을 만족, 동시에 일상생활에서도 쾌적함과 패션성을 충족시킬 수 있는(한은주, 조주연, 2005) 디지털 텍스타일 디자인을 접목한 출퇴근용 바이크복 제안이 필요하다고 사료된다.

<표 4> 바이크복 판매 브랜드의 일반적사항

브랜드명	국명	타겟	전개형태	생산라인
노스페이스	미국	20~50대	IB	익스트림, 트레킹, 등산, 캐주얼
네파	이태리	20~40대	LB	익스트림, 트레킹, 캠핑, 러닝, 시티웨어
라푸마	프랑스	20~50대	LB	익스트림, 트레킹, 런닝, 암벽등반
하드웨어	미국	30~40대	IB	익스트림, 등산, 런닝, 암벽등반, 레저
밀레	프랑스	20~40대	IB	익스트림, 등산, 캐주얼, 레저
블랙야크	한국	20~50대	NB	익스트림, 트레킹, 캠핑, 캐주얼
에이글	프랑스	20~50대	LB	익스트림, 트레킹, 등산, 캐주얼
코오롱스포츠	한국	30~60대	NB	익스트림, 캐주얼, 런닝, 시티웨어
콜롬비아	미국	30~40대	IB	익스트림, 트레킹
K2	미국	30~40대	IB	익스트림, 캐주얼, 시티웨어

\* LB(라이선스 브랜드), IB(직수입 브랜드), NB(내셔널 브랜드)

2) 차별화 특성

면담을 통해 타 브랜드와 차별화된 특성을 조사하였다. 전반적으로 생산라인이나 디자인 전개, 타겟, 사용되는 기능성 소재에 대한 차별화가 나타났으며 그 상세 내용은 <표 5>와 같다.

‘노스페이스’는 타 브랜드에 비해 낮은 연령을 타겟으로 하고 있어 슬림핏으로 전개되어 여성적인 곡선라인이 차별화된 특성으로 나타난다. 또한, 야간 라이더들을 위해 네온계 컬러와 형광 발광 아이টে임을 선보였다. ‘네파’는 ‘24라인’으로 불리는 캐주얼라인을 생산하고 있으며, ‘라푸마’는 고어텍스원단으로 사파리재킷을 제안, 디지털 프린팅 제품의 익스트림 라인을 선보여 타 브랜드와는 더욱 차별화를 두었다. ‘하드웨어’는 바지의 밀위길이가 타 브랜드보다 짧게 생산되어 짧은 밀위길이에 익숙해져 있는 젊은 층의 여성들에게 큰 인기가 있는 것으로 조사되었다. 또한, 재귀반사와 전자 프린팅기법을 접목해 안전성을 나타내고 있었다. ‘블랙야크’는

시티웨어용 타이즈를 제안, 기존에 전문가들만 착용되었던 바지를 비즈니스용으로도 편리하게 착용하여 슬림한 라인의 바지가 트렌드인 요즘 인기제품으로 선보이고 있다. 또한, 야간 바이크용 헬멧, 장갑을 코디 아이টে임으로 선보였다. 이처럼 야간 라이더의 안전을 위해 각 브랜드에서는 재귀반사 소재나, 야광 아이টে임 등이 선보이고 있다. 하지만 이는, 트렌드성을 전혀 접목하고 있지 못한 실정이며, 실제 텍스타일 디자인과 촉감을 융합한 발광 제품은 매우 미비하였다.

3) 계절별 판매량 아이টে임

계절에 따라 높은 판매량을 나타내는 아이টে임을 조사한 결과 모든 업체에서 전반적으로 비슷하였으며 그 내용을 요약하면 <표 6>과 같다.

전반적으로 봄에 높은 판매량을 나타내는 아이টে임은 간절기에 실용적인 얇은 바람막이 재킷으로 나타났으며, 여름에는 땀 배출과 동시에 건조속도가 빠른 원단으로 제작된 티셔츠와 반

<표 5> 차별화된 특성

브랜드명	디자인	컬러 및 소재	기타
노스페이스	짧은 디자인, 슬림한 여성라인	네온계 컬러와 리플렉티브 트리밍을 사용	인체 공학적인 구조, 뛰어난 충격흡수 재질
네파	재킷의 길이가 3단계로 나눠짐	면소재에 속건성을 포함, 쾌적함 유지	24라인 캐주얼라인생산
라푸마	부츠컷 스타일, 슬림핏 라인	최초의 화이트 색상까지 출시 재귀반사소재 접목	디지털 프린트 한 제품으로 익스트림 스포츠웨어 출시
하드웨어	짧은 바지 밀위	사이클론 재킷, 특수원단을 사용해 방풍, 발수, 투습성	재귀반사와 프린팅기법의 융합
밀레	시티웨어용 타이즈 제안	반사원단 사용으로 야간운행시 안전성 확보	라이더 전용 장갑, 배낭 등 풀 착장이 가능
블랙야크	야광효과와 제품을 부착	고어텍스 원단의 사파리재킷	벨트, 야광 헬멧, 토시 등 출시
에이글	아웃포켓형 재킷출시	네이비, 그레이, 화이트 등의 색상을 중심으로 출시	하운드투스 문양 포인트, 타운웨어로도 활용
코오롱스포츠	디자이너와 콜레보레이션	재활용이 가능한 천연소재로 제작	활동성에 대한 기능적 차별성 강조
콜롬비아	편안하고 내추럴한 디자인	케필라 원단을 사용 속건성 우수	피부의 신축 범위와 발열 경로를 파악, 효과 창출
K2	무봉제 웰딩기법이 일반의류에 접목	미국 자체 생산제작 컬러 사용	자전거 제조업체 공동으로 자전거를 제작

바지가 판매량이 높게 나타났다. 가을에는 바람막이재킷과 티셔츠, 방수기능을 가진 재킷, 이중 탈부착 베스트로 나타났으며, 겨울에는 보온성이 뛰어난 다운재킷과 플리스 원단으로 제작된 재킷, 티셔츠, 바지가 판매량이 높게 나타났다.

#### <표 6> 계절별 판매량

계절	아이템
봄	얇은 바람막이재킷, 바지
여름	속건성이 뛰어난 티셔츠, 폴로셔츠
가을	방수재킷, 이중 베스트, 바지
겨울	다운·방수재킷, 플리스 바지 및 티셔츠

#### 4) 개선사항

면담을 통해 바이크복의 개선사항을 조사하였다. 전반적으로 4가지 항목으로 나타났는데 4가지 항목으로는 디자인 개선, 일상복 겸용 가능한 아이템 개선, 기능성 소재 개선, 사이즈 개선 등으로 나타났다.

바이크복 개선 사항으로는 일상복 겸용이 가장 높게 나타났으며 디자인, 소재 개선 순으로 나타났다. 일상복 겸용이라 응답한 업체는 ‘노스페이스’, ‘네파’, ‘하드웨어’, ‘콜롬비아’, ‘K2’로 스포츠 활동과 동시에 일상에서도 쾌적하면서 패셔너블하게 착용할 수 있는 바이크복이 필요할 것이라고 응답하였다. 또한, 전문가를 위한 바이크복보다는 가볍게 자전거를 탈 수 있으며, ‘자출족’을 위한 젊은 감각의 20~30대 소비자층을 대상으로 한 캐주얼라인의 개발이 우선시 되어야 할 것이라고 응답하였다.

디자인 개선으로 응답한 업체는 ‘라푸마’, ‘밀레’, ‘코오롱스포츠’로 나타났다. 활동에 무리가 가지 않는 범위 내에서 디자인의 차별성과 다양성이 중요할 것이라고 응답하였다. 소재 개선으로 기능성을 강조한 업체는 ‘블랙야크’, ‘에이글’로 나타났으며 경량성 및 땀 배출의 기능성 필요를 강조하였다. 그 외 응답내용으로 사이즈 조절과 컬러 전개, 슬림한 실루엣, 활동성이 우수한 바지의 보편화, 낮아지는 소비층으로 타겟 조절 등으로 나타났다.

전체적 면담내용을 살펴보았을 때, 20~30대

여성을 위한 출퇴근용 바이크복 개발에서는 일상복 겸용이 가능한 도심형 바이크복 개발이 필요함을 알 수 있었다. 이에 바이크복 개발에 앞서 스포츠웨어 패턴 트렌드를 접목한 출퇴근 바이크복용 디지털 텍스타일 디자인을 제안하고자 한다.

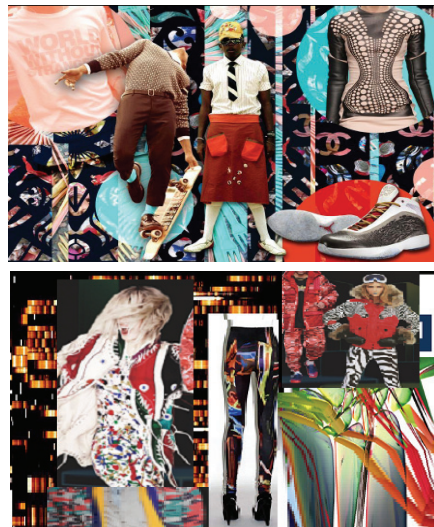
## 2. 바이크복 디지털 텍스타일 디자인 제안

컨셉과 색채, 소재 및 문양을 2013 F/W 스포츠웨어 트렌드 자료를 기초로 하여 본 연구의 바이크복용 텍스타일 디자인 4작품을 제안하였다.

### 1) 20대 라이프스타일 맵 및 이미지 맵

20대의 역동적인 감성 및 움직임, 스포티즘을 불꽃과 홀로그램 등의 모티브를 이용하여 텍스타일 디자인에 접목시켰다. 또한 현대적 감각을 부여하기 위해 패션 트렌드를 적용하였다. 자유스러움을 추구하는 20대 초~20대 후반을 타겟으로 선정하였다.

이미지맵은 입체적인 홀로그램 이미지의 모티브와 불꽃의 모티브를 이용하여 텍스타일 디자인에 접목시켰다. 그 결과는 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 20대 라이프스타일 맵 & 이미지 맵



(1) 모티브 선정

‘역동적인 움직임의 스포티즘’ 컨셉에 따라 불꽃의 모티브를 이용하여 텍스타일 디자인에 접목시켰다. 또한, 모티브를 ‘불꽃’으로 선정 한 이유는 스포츠웨어 특유의 역동적인 이미지를 잘 표현 할 수 있다고 생각된다. 특히, ‘불꽃’ 모티브가 2013 F/W 스포츠웨어 패턴 키워드로써 역동적이면서 자유로움을 구가하며, 20대의 타깃 특성에 부합되었다. 모티브는 불규칙한 라인들로 운동성을 강조하고 입체적인 이미지를 띄워 그래픽적인 요소를 살리기 위해 ‘홀로그램문양’을 접목하여 사용하였다. 마치 3D입체 스크린과 같이 그 특성을 반영하여 모티브를 양식화하여 묘사하였다. 선정된 모티브는 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 20대 모티브 선정

(2) 반복단위 및 배경구성

반복단위는 모티브 크기와 방향을 변화시켜 자유롭게 전면구성(all-over)하였고, 하프드롭 형식으로 배열하여 구성, 패턴화 하였다(이연순, 이정은, 2011). 배경은 컨셉에 부합되게 장식적 조직감, 모던의 정교함과 화려함을 현대구성주의로 표현했다. 또한, 현대적 감각을 주기 위하여, 2012 F/W 패션트렌드에서 제안된 모티브 중

하나인 ‘식물·꽃문양’을 구성하였다.

(3) 색채구성

모티브가 강하므로 다소 색상을 툰 다운 시켜 완화시키고 2012년 F/W 유행경향의 색채 구성을 기초로 하되 포인트를 주기 위하여 백색과 카키색을 강조색으로 사용하였다.

(4) 텍스타일 디자인 완성

이상의 작업을 거쳐 완성된 디자인 <그림 3>과 같다.

(5) 시뮬레이션 제안

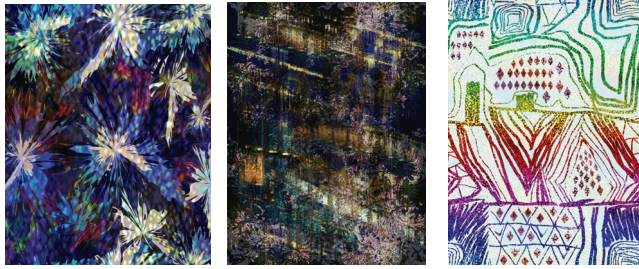
이상의 작업을 거쳐 시뮬레이션 한 결과는 <그림 4>와 같다.

2) 30대 라이프스타일 맵 및 이미지 맵

30대의 바쁜 일상에서 삶에 담긴 세월의 향기를 맡아보고 여유를 갖자는 의미에서 현대적인 선과 도시의 구조적인 느낌을 전통문양을 접목하여 텍스타일 디자인을 전개시켰다. 30대 초반~30대 후반으로 타겟을 선정하였다. 이들은, 바쁜 일상 속에서도 여유와 레저를 즐기는 여성 직장인으로 라이프스타일 맵 및 이미지 맵은 <그림 5>와 같다.

(1) 모티브 선정

회로에서 영감을 받은 불규칙한 라인들이 겹치며 입체적이며 빛의 움직임이 느껴지는 듯한 흐름의 이미지를 모티브로 사용하였다. 마치 3D 입체 스크린과 같이 그 특성을 반영하여 모티브를 양식화하여 묘사하였다. 전기회로 모티브를 컬러감 있는 바닥위에 은은하게 배치함으로써 라인 홀로그램 같은 효과를 내는 디자인으로써 복잡한 선들은 입체적이고 역동적인 바이크북과 이미지와 잘 부합될 것이라 생각된다. 또한, 한국 전통 문양 중 거북과 새의 이미지를 기하학적인 라인으로 재구성하였다. 거북의 등껍질 문양과 새의 날개문양을 따와 묘화하였으며, 선의 느낌을 최소화하여 현대적으로 표현하고 타깃의 특성에 부합되도록 양식화하였다. 선정된 모티브는 <그림 6>과 같다.



<그림 3> 완성된 디지털 텍스타일 디자인



<그림 4> 시뮬레이션 결과

(2) 반복단위 및 배경구성

자율적으로 배치하여 반복단위를 구성하였다, 패턴을 약 45도 방향의 대각선 방향으로 이동시켜 배열하거나, 모티브 2개를 짝 지워 배열하여 모티브의 입체적인 느낌과 불규칙적 재미를 자아내고자 시도하였다. 배경은 빗살무늬 특유의 전통문양 이미지를 기하학적인 라인으로 재구성하여 홀로그램 이미지와 접목하여 활동성이 느껴지게 구성하였다.

(3) 색채구성

색채 구성은 2013 F/W 유행경향의 색채구성을 기초로 하되, 보라색, 노란색을 강조색으로 사용하여 곡선의 느낌을 현대적으로 표현하고 세련되면서 전통적 느낌을 주었다. 채색한 반복단위(repeat)를 평이음으로 배열하여 패턴화 하였다.

(4) 텍스타일 디자인 완성

이상의 작업을 거쳐 완성된 디자인 <그림 7>과 같다.

(5) 시뮬레이션 제안

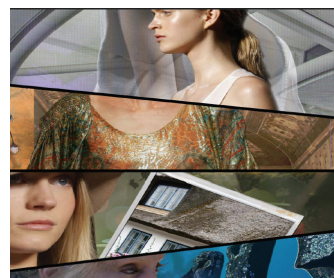
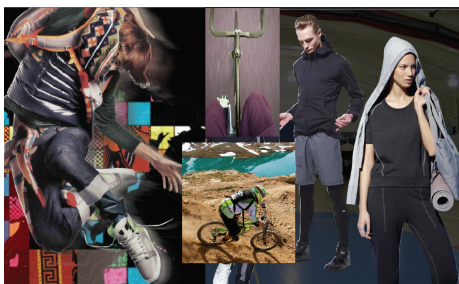
이상의 작업을 거쳐 시뮬레이션 한 결과는 <그림 8>과 같다.

IV. 결론

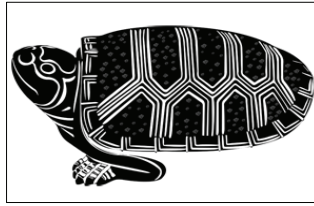
본 연구는 국내외 바이크복 브랜드 현황을 파악하고 그에 맞는 시티웨어 겸용 출퇴근용 바이크복 텍스타일 디자인제안으로 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 일반적 사항으로 바이크복 판매브랜드는 미국 4, 프랑스 3, 한국 2, 이태리 1개 브랜드로 국내외 브랜드를 골고루 표집 하였다. 10개의 바이크복 브랜드 중, 모든 브랜드에서 익스트림 라인은 포함하고 있었으나 시티웨어나 캐주얼 라인은 구분을 하고 있지는 않았다. 이는 최근 급증하고 있는 일반인의 비전문 바이크족의 비율이 더 높은 실정임에도 불구하고 익스트림 라인에 비해 캐주얼이나 시티웨어라인의 생산이 부족하다는 것을 알 수 있다.

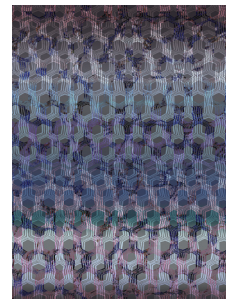
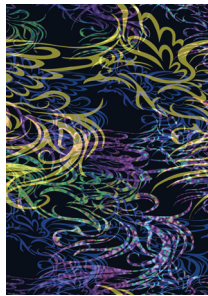
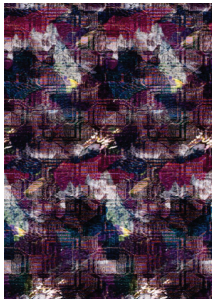
둘째, 차별화 특성은 각 브랜드 별 디자인, 색



<그림 5> 30대 라이프스타일 맵 & 이미지 맵



<그림 6> 30대 모티브 선정



<그림 7> 완성된 디지털 텍스타일 디자인



<그림 8> 시뮬레이션 결과

상 및 소재, 아이템에 따라 다르게 나타났다. 특히 야간 라이더들을 위한 안전성 부여로 재귀반사소재나, 반사원단 등이 사용되고 있었다.

셋째, 계절별 판매량은 전반적으로 봄에는 바람막이재킷으로 나타났으며, 여름에는 땀 배출과 동시에 건조속도가 빠른 원단으로 제작된 티셔츠와 반바지가 판매량이 높게 나타났다. 가을에는 탈부착 베스트, 겨울에는 보온성이 뛰어난 플리스 원단으로 제작된 재킷, 다운점퍼가 판매량이 높게 나타났다.

넷째, 바이크복 개선 사항으로는 일상복 겸용이 가장 높게 나타났으며 디자인, 소재개선 순

으로 나타났다. 일상복 겸용은 스포츠 활동과 동시에 일상에서도 패셔너블하게 착용할 수 있는 바이크복으로 이러한 아이템이 필요하다고 하였다. 다음 디자인 개선으로 응답한 브랜드는 활동에 무리가 가지 않는 범위 내에서 기능성보다는 디자인이 우선이 되어야하며 디자인의 차별성과 다양성이 중요할 것이라고 응답하였다. 이처럼 전체적 면담내용을 살펴 보았을때, 20~30대 여성을 위한 출퇴근용 바이크복 텍스타일 디자인제안에서는 일상복 겸용이 가능한 도심형 시티 바이크복개발이 필요함을 알 수 있었다. 특히, 이는 바이크로 출퇴근하는 자출족에겐

스포츠웨어이면서 비즈니스 겸용으로 입을 수 있어 매우 활용적이다. 또한, 트렌디하면서도 시각인지 효과를 부각시켜 이들 조건을 만족 시킬 만한 출퇴근용 바이크복 디지털 텍스타일 디자인을 제안하였다. 그 결과, 6 작품을 제안함에 있어서, 역동적인 불꽃, 입체적인 홀로그램, 한국전통문양에서 각각 모티프로 선정하고, 각 작품의 타깃을 선정하였다. 또한 현대적 감각을 가지면서 각 작품별 차별된 느낌을 주기 위해서, 2013 F/W 스포츠웨어 및 여성복 패션 트렌드를 기초로하여 각 타겟별 컨셉을 적용하고, 컨셉에 따라 색채구성, 소재 및 문양의 감각을 적용하여 디자인을 제안하였으며, 이를 실제 바이크복에 시뮬레이션 시켰다.

이상과 같이, 본 연구에서는 자출족을 위한 출퇴근용 20~30대 여성 바이크복에 응용될 텍스타일 디자인 6작품을 제안하여 하였다. 후에 이에 맞는 실제 출퇴근용 바이크복 패션 디자인 개발 및 바이크 동작에 따른 착의 평가가 후속으로 이루어져야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 김인혜. (2012). 국내 아웃도어웨어 디자인 특성에 관한 연구. *한국패션디자인학회지*, 12(1), 100-113.
- 김재필. (2001). *디지털날염*. 서울: 섬유기술과 산업.
- 나윤규. (2010). 라이프스타일과 브랜드 유형에 따른 패션접촉속성 및 브랜드 자산에 관한 연구. *한국패션디자인학회지*, 10(3), 102.
- 어패럴뉴스사 편집부. (2011). *한국패션브랜드연감*. 서울: 어패럴뉴스사, 323.
- 이은혜. (2009). *20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이연순. (2005). *현대인과 패션*. 대구: 영남대학교 출판부.
- 이연순, 최효선. (2011). 한국전통 조각보 및 토시를 응용한 텍스타일디자인 제안 및 디지털 프린트 직물개발에관한 연구. *한국의상디자인학회*, 13(3), 166.
- 이연순, 이정은. (2011). 한국전통 화조도 문양을 응용한 텍스타일 디자인개발 연구. *한국의상디자인학회*, 13(1), 114-115.
- 이인자. (2009). *현대사회와 패션*. 서울: 건국대학교 출판부.
- 유선애. (2001). *스포츠룩 디자인연구 - 신규 브랜드 상품 개발을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이선우. (2007). *웰빙 라이프스타일과 스포츠 웨어 추구해택의 관계 연구*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이지은. (2002). *스포츠웨어 트렌드의 분석과 소비자 수용을 기반으로 한 골프웨어 디자인 연구 - 국내 20~30대 여성 골퍼를 대상으로*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이인성. (2006). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 디자인 특성과 트렌드 경향 분석. *한국의상디자인학회지*, 2(1), 18-21.
- 조남혜. (2012). 패션제품 구매 후 경험하는 '후회' 감정에 대한 탐색적 연구. *한국패션디자인학회지*, 12(2), 5.
- 최정연. (2001). *추상표현에 의한 디지털 텍스타일 프린팅 디자인*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 최제남, 김병만. (2011). *달인 자전거를 말하다*. 서울: 바이클로지.
- 최혜선. (2001). *액티브 스포츠웨어 설계*. 서울: 금오출판사.
- 함정웅. (2008). *차세대 친환경 디지털 텍스타일 프린팅 기술 교본*. 대구: 한국염색기술연구소, 14-15.
- 한은주, 조주연. (2005). 디지털 텍스타일 프린팅한 실크의 3차원적 색차분석. *한국디자인문화학회지*, 11(2), 128.
- 황진숙. (2008). 여성의 외모 중요도 지각이 스포츠웨어 추구해택, 선택기준, 선호이미지에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 3(2), 38-61.