

모피의류의 상품화과정에 관한 연구

김 지 영

수원여자대학교 패션디자인과 강사

Study of Merchandising Process of Fur Clothing

Ji-Young Kim

Lecturer, Dept. of Fashion Design, Suwon Women's University

(2014. 7. 3. 접수; 2014. 8. 19. 수정; 2014. 8. 22. 채택)

Abstract

Fur clothing as fashion items is expanding into casual & ladies' s wear market as well as fur market. The interest of fur fashion is rising. So this study compares and analyzes the merchandising process of textile clothing also it of fur clothing by merchandising steps. Fur clothing has so many change factors at time of purchase by scarcity of raw material, price fluctuation, exchange rate and others. Therefore it is primarily about securing of raw material. As soon as plan of product is finished, the purchase of fur raw material has to be started while progress of design products for commercializing the fur clothing. The design of fur clothing is consist of material design, color design and shape design. And It makes a new trend & market as we are developing new & various treatments. The some of imported materials are transferred to the factory for being treated first dressing, fabric treatments and dyeing processing according to the design. The first treated materials are transferred to the sewing factory again for secondary treatments and finally inspected and shipped. During secondary treatments the fur has gone through various manufacturing process for using like fabric materials and it takes long time because almost work is running manually. Unlike fabric clothing, fur clothing' s manufacturing method is complicated and various from material process to shape process as per feature. Therefore the merchandising with fur cannot make mass production also needs detail craftsmanship depending by expert' s skills. On this wise the fur clothing takes long time to the completion thus it has been risky and costly.

Key Words: Fur clothing (모피의류), Merchandising process(상품화과정), 모피패션(Fur fashion)

I. 서론

모피의류는 1990년대까지만 해도 40대~50대의 사회적 신분이나 부의 상징을 나타내는 아이템이었으나, 2000년대 들어서 다양한 가공법과 봉제기술의 개발로 소재의 한계를 벗어나는 패

션 아이템으로 변화하였다. 또한 모피산업은 패션 트렌드의 수용 정도가 높아지고, 실용성과 활동성을 강조하는 패션 모피제품이 등장하면서 20대~30대의 소비층이 증가하였으며, 현재 대중적 아이템으로 자리 잡았다. 젊은 층의 수요 증가로 모피제품은 모피시장뿐만 아니라 속

Corresponding author ; Ji-Young Kim

Fax. +82-31-290-8329

E-mail : sma810@naver.com

너복과 캐주얼 업체로 시장이 확대되어 메인으로 사용하는 모피와 보조로 사용되는 모피, 울, 니트, 가죽 등 다른 소재와의 믹스 앤 매치를 통해 새로운 모피 패션을 제시하고 있다. 원자재의 가격이 높고, 계절성, 전문성을 요구하는 모피제품은 겨울 상품기획에서 매출 증대의 효율을 올릴 수 있는 전략상품으로 부각되고 있다. 이러한 흐름 속에서 섬유류 업체는 겨울 상품에 모피와의 믹스 앤 매치를 선호하지만, 모피는 소재의 특성상 전문화가 요구되며 원자재 수입, 디자인, 봉제에 있어서 노하우가 필요한 소재이므로 많은 연구가 필요하다. 뿐만 아니라 모피의류의 경우 천연 원자재로 만든 생산 제품이기 때문에 섬유류의 생산단계와는 차이점이 있으므로 원자재 구매부터, 생산까지 체계적인 정보가 필요하다.

모피제품은 섬유류 제품과는 다르게 원자재 공급과 생산기술 면에서 디자인 개발에 어려움이 따르며, 원자재 구매 시기와 제품의 판매 시기가 길어, 구매 자금계획에 있어서도 예외사항이 많다(이수영, 2002). 또한 모피의류는 동물의 생모피를 가공한 뒤 봉제하여 완성하는 천연 자원 제품이기 때문에 원자재의 공급은 희소성을 지니고 있으며, 특히 우리나라의 경우 원자재의 해외 의존도가 100%이기 때문에 환율 변동에 의한 불안정한 구조를 지니고 있다. 그러므로 모피의류의 디자인 개발은 모피 원자재 구입과 함께 진행되며, 디자인 개발 후 원자재의 구입이 이루어지는 섬유류의 상품화 과정과 비교할 때 가장 큰 차이점이라 할 수 있겠다. 이렇게 모피의류의 상품화 과정은 기획단계에서부터 섬유류와는 다른 단계를 가지며 생산단계 또한 동물의 생모피를 원단과 같이 만들기 위해 여러 단계의 가공과정을 거치므로 섬유류의 생산단계와는 차이점이 있다.

모피에 관한 선행연구를 살펴보면, 1990년대까지는 모피산업에 대한 연구(오선숙, 1995; 정성혜, 1994; 김혜경, 1998)가 주로 이루어졌으나, 2000년대 모피의 대중화로 따라 모피제품의 디자인, 소재, 생산에 대한 관심이 높아지면서 모피의 디자인개발(김선영, 2009; 임주희, 2008; 이유희, 2009; 서동민, 2013), 모피의 봉제방법(김정하, 권수애, 2008; 김지영, 2014)등 모피에 대한

다양한 연구가 진행되었다.

그러나 모피의 상품화 과정에 대해서는 체계적인 연구가 거의 이루어지고 있지 않아 본 연구에서는 모피의류와 섬유류의 상품화 과정을 비교해 보고, 모피의류의 상품화 과정을 며칠단이징 단계별로 구분하여 연구하고자 한다.

II. 연구 방법

모피의 대중화로 인하여 모피시장은 스킨밍크만 취급하는 정통 모피 브랜드와, 스크랩모피(조각모피)와 저가의 모피로 패션성을 강조하며 대중적으로 어필하는 브랜드, 타 소재와의 믹스를 통해 전략적으로 생산하는 모피제품시장으로 나눌 수 있다. 본 연구를 위하여 정통모피브랜드(A사)와 패션성을 강조하는 모피브랜드(B사)의 디자이너, MD를 인터뷰하여 모피의류의 상품화 과정과 섬유류의 상품화 과정의 차이점을 분석하였다. 모피의류의 상품기획 과정은 디자인 개발 후 원자재를 구매하는 섬유류와는 다르게 원자재 구매가 가장 우선시 되며, 디자인 개발에 있어서도 원자재의 가공에 따라 모피의류의 이미지가 전혀 달라지므로 소재가공, 컬러가공이 디자인 개발 과정에 함께 진행된다. 이와 같이 모피의류와 섬유류는 특성이 전혀 다른 각각의 소재를 가지고 의류를 제작하기 때문에 상품기획 과정부터 완성, 판매에 이르기까지 차이가 있으므로, 본 연구에서는 모피업체 전문가와의 인터뷰 자료, 모피업체에서 사용하는 패턴 및 작업지시서, 의류 브랜드(C사)의 작업지시서를 수집하여 연구를 진행하였다.

모피시장에서는 밍크와 폭스가 소비자 선호도가 가장 높은 고가의 주류 모피이므로 라쿤이나 레빗과 같은 다른 모피 원자재의 가격 변동성은 밍크와 폭스의 가격 변동성과 같이 움직인다. 그러므로 본 연구에서는 모피시장의 주류인 밍크로 한정하여 연구하였으며, 모피의 가공 및 생산단계에 있어서도 밍크제품에 제한하여 연구하였다.

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다

1. 모피의류와 섬유의류의 상품화 과정을 비교한다.

2. 모피의류의 상품화 과정을 머천다이징 단계별로 분석한다.

III. 결과 및 분석

1. 모피의류와 섬유의류의 상품화 과정 비교

의류업체는 소비자의 새로운 패션제품에 대한 욕구를 만족시키기 위하여 기업의 이미지 혹은 브랜드의 이미지에 맞는 신제품을 제공해야 하며, 패션머천다이징 계획에 의해 패션 디자인을 상품화한다. <표 1>은 섬유의류와 모피의류의 상품화 과정을 비교한 것으로 섬유의류의 상품화 과정은 패션마케팅(안광호 외, 1999)을 참고하여 표로 정리하였으며, 모피의류의 상품화 과정은 모피업체 (A사, B사)의 디자이너와 MD를 인터뷰하여 표로 구성하였다. 섬유의류업체에서 의류제품을 생산하기 위해 진행되는 머천다이징 단계를 과정별로 구분해 보면 디자인기획단계, 생산기획단계, 생산완성단계, 판매유통단계로 나눌 수 있다. [디자인기획단계]에서는 상품기획/ 디자인/ 샘플지시서 작성/ 디자인 패턴제작/ 샘플제작/ 품평 및 수주/ 양산결정을 하며, [생산기획단계]에서는 판매가생산량을 결정한 뒤, 작업지시서 작성/ 원·부자재구매/ 공업용 패턴제작/ 그레이딩을 한다. [생산완성단계]에서 마킹/ 연단/ 재단/ 심지부착/ 봉제/ 프레스/ 검품을 거쳐 생산하게 되며, [판매유통기획단계]에서 포장/ 출하 후 물류센터/ 판매점으로 운송된다.

모피의류를 생산하기 위해 진행되는 머천다이징의 단계를 과정별로 구분해 보면 디자인기획단계, 생산기획단계, 생산완성단계, 판매유통단계로 나눌 수 있다. [디자인기획단계]에서는 상품기획/ 원자재구입/ 소재기획 및 형태디자인/ 샘플제작/ 품평 및 수주/ 양산결정을 하며, 이때 수입한 모피는 모피 가공회사로 옮겨져 [모피의 1차공정(드레싱가공)]을 한다. 모피의류는 동물의 원피를 원단처럼 평평하게 가공해야 옷을 만들 수 있으므로 [모피의 1차공정(드레싱가공)]단

계를 거쳐야 하며 디자인에 따라 소재 및 염색가공이 추가로 진행된다. 모피의류는 소재의 가공에 따라 이미지가 달라지므로 소재가공, 컬러가공이 형태디자인과 함께 기획되며, 샘플제작 후 모피의류는 품평 및 수주를 통해 양산결정된다. 양산이 결정된 디자인은 [생산기획단계]에서 모피부자재 발주/ 작업지시서 작성/ 공업용 패턴제작/ 그레이딩 하여 생산을 위한 준비단계를 거친다. 가공이 완료된 모피원자재는 모피 봉제공장으로 투입되어 [생산완성단계]에서 [모피의 2차공정(제품가공)]단계가 진행된다. [모피의 2차공정(제품가공)]은 모피 원자재를 패턴에 맞게 자르고 봉제할 수 있게 원단화 과정을 거치며 모피전문 봉조기로 봉제/완성 한다. 완성된 의류는 [판매유통기획단계]에서 포장/ 출하하여 소비자에게 판매된다. 모피원자재는 전량 수입에 의존하고 있어 환율변동과 모피수급의 가격변동에 따라 최종원가에 직접적인 영향을 주므로 원자재의 구입은 모피의류 제작 시 가장 중요한 부분이라고 할 수 있다. 모피의류의 상품화 과정은 원자재를 미리 구매해야 하므로 자금력에 있어 부담이 크고 구입부터 생산, 판매에 따른 생산 러닝타임이 길어 리스크가 크다. 그렇기 때문에 모피의류의 기획은 모피시장의 소비자정보, 시장정보, 트렌드 등 많은 정보를 바탕으로 하여야 하며, 모피관련 숙련된 전문가가 기획하여야 위험부담이 적다.

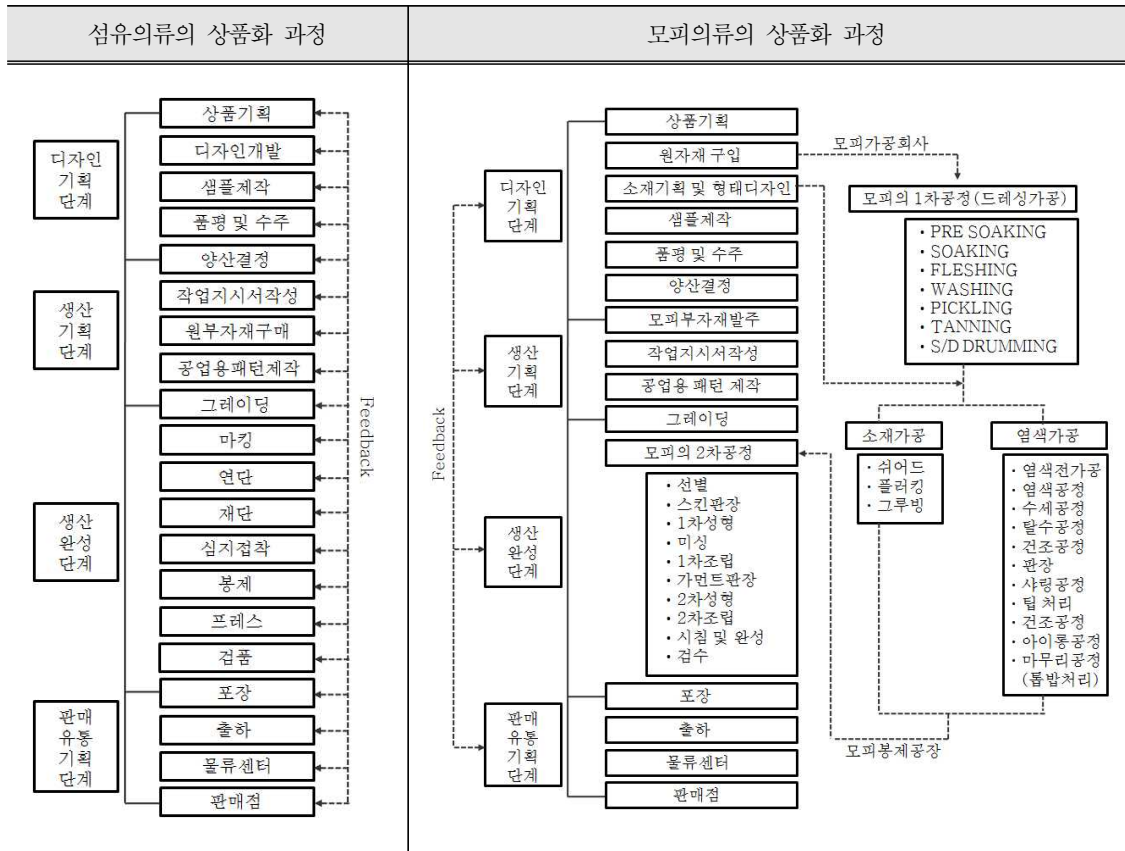
2. 모피의류의 상품화 과정 단계별 분석

1) 디자인기획단계

(1) 상품기획

모피제품의 [상품기획단계]에서는 모피패션의 시장 정보, 소비자 정보, 패션트렌드 정보, 판매 실적 정보, 패션산업 관련 정보를 수집·분석하여 상품기획 방향을 정하며, 그 후 월별 주요 업무를 결정하고 소재구입에서 디자인선정, 생산단계까지 프로세스에 맞게 기획한다. <표 2>는 모피의류 제작을 위한 월별 주요 업무를 표로 정리한 것이며, 모피업체 (A사, B사)의 디자이너와 MD의 인터뷰 내용을 정리하여 작성하였다.

<표 1> 섬유이류와 모피이류의 상품화 과정



2014년 F/W상품을 기준으로 했을 때, 모피의 류의 기획 시기는 전년도 10월~12월경 시장 및 소비자 분석을 하며, 원자재 구매를 위한 계획을 세운다.

자재 및 디자인기획은 브랜드의 디자인 컨셉, 전 시즌 판매실적에 따른 소비자 반응과 모피시장 분석, 해외 모피 박람회, 해당 시즌 Fur원자재의 가격 조건을 요인으로 기획한다. 모피 트렌드는 베이징, 홍콩, 밀라노, 프랑크푸르트, 몬트리올, 모스크바, 카스토리아등에서 매년 열리는 모피박람회와 런던, 밀라노, 뉴욕, 파리의 F/W 프레타 포르테, 오프 꾸뛰르에서 알 수 있다(임주희, 2008). 우리나라 모피관련 회사는 모피/가족원단과 원자재의 트렌드, 염색, 액세서리 등 원자재의 정보를 얻기 위해 1월~2월경에 개최하는 홍콩모피페어(HongKong international

Fur&Fashion Fair), 12월~1월경에 개최하는 북경 모피페어(China Fur&Leather Products Fair)에 주로 참가하며, 창조적인 디자인 정보를 얻기 위해서는 프레타 포르테, 오프 꾸뛰르 등에 참가하여 모피정보를 분석한다.

생산물량의 결정은 모피 패션시장의 규모, 자사의 시장 점유율, 과거 2년 이내의 판매 실적, 브랜드 성장 가능성을 토대로 전체 판매 물량을 예측하며, 아이템 및 스타일수를 결정함으로써 상품구성과 아이템별 물량을 결정한다. 천연 원자재를 사용하는 특수한 소재이기 때문에 원자재 수급에 따른 환율변동, 모피의 퀄리티 등 현장상황을 예측하기 어려우므로 오랜 경험을 바탕으로 한 직관과 경험 노하우도 물량 결정에 중요한 요인이 되며, 그 해 같은 종류의 모피 구입량에 따라 전체 생산 물량을 결정한 뒤 북중

<표 2> 모피의류 제작을 위한 월별 주요 업무

시즌	신제품 기획	업무현황
전년도 10월~12월	· 정보분석 및 원자재 구매 계획 수립	· 시장 및 소비자 반응 조사 · 원자재 정보 파악 · 원자재 수급 시작 (옥션 스케줄에 따라 변동)
해당년도 1월	· 소비자 라이프스타일 등 표적시장 설정 · 자재 구입을 위한 방향 설정	· 모피제품 트렌드 및 소재 트렌드 분석 · 컨셉 설정 및 컨셉에 맞는 소재/컬러 디자인 및 형태 디자인 파악
2월	· 원자재 선정 및 수입	· 원자재 에이전시
3월	· 소재/컬러/형태 디자인	· 소재/컬러/형태 디자인에 따른 피가공방법 결정
4월~7월	· 샘플 제작 · 품평회 및 수주회	· 디자인에 따른 샘플제작 및 수정 · 소모량 및 가공방법 확인 · 양산결정
8월~9월	· 메인생산	
10월	· 검사 및 입고 · 매장 출고	

별, 스타일별로 물량을 분배하기도 한다.

(2) 자재 구입

모피의류의 제작을 위해서는 디자인 개발에 앞서 모피의 구매가 이루어지며, 모피의 구매와 함께 모피패션의 소재 디자인, 컬러 디자인, 형태 디자인이 이루어진다. 모피 원자재의 구입은 모피 옥션(Auction)이라는 국제적 모피 경매에 의해 이루어지며, 대부분의 모피는 북미와 유럽 등지에서 사육된다. 농장에서 사육된 모피는 수십 년간 고도로 훈련된 전문가들에 의해 품질, 사이즈, 색상에 따라 선별, 분류(Sorting)되며 옥션회사를 통해 모아진다. 세계적으로 모피옥션을 주도하는 기업은 SAGA FUR, NAFA FUR, AMERICAN LEGEND, KOPENHAGEN FUR로 4대 기업이 있다. 북미에는 아메리칸 리전드 옥션 (American Legend Auction : 미국 시애틀), 나파옥션 (NAFA Auction : 미국 뉴욕에서 진행되었으나 911테러 이후 캐나다 토론토로 이사함)이 있으며, 북유럽은 사가옥션 (SAGA Auction : 북유럽 스칸디나비아, 스웨덴, 덴마크의 코펜하겐, 노르웨이, 핀란드)이 있어 세계 모피시장을

주도 하고 있다.

일반적으로 전년도 12월부터 해당년도 6월까지 모피옥션이 가장 많이 열리는 시기이므로 옥션일정에 맞추어 경매에 참여할 수 있으며, 이때 모피원자재를 구매한다. 매달 환율과, 모피의 수급 등 현장의 상황에 따라 모피의 가격변동이 생기며, 각 시즌마다 원피의 생산량과 모피의 품질이 달라 적절한 가격의 고품질 모피를 구입하는 것은 어려운 일이므로 모피의 구입은 항상 심사숙고하여 결정해야 한다. 모피의류는 섬유 의류와는 다르게 제조원가의 80%~90%가 모피 원자재 가격이기 때문에 원자재의 가격 변동에 매우 민감하다. 그러므로 옥션일정에 맞추어 모피를 한번에 모두 구매하지 않고, 에이전시와 상의하여 가격변동에 따라 월별로 분산구매한다. 모피의 구매 단위는 비슷한 품질, 사이즈, 색상 등으로 선별 및 분류된 50마리 번들(Bundle)과 300마리 라트(Lot) 단위이다. 수입된 모피가 생피를 건조시킨 로스킨(Raw Skin)상태일 경우 우선 가죽부분의 지방을 제거하고 동물이 살아있을 때의 털모양이 나타나게 해야 하므로 모피 가공회사로 바로 입고한 뒤 <표 1>의 [모피의 1차 공정(드레싱가공)]을 한다.

(3) 소재기획 및 디자인

모피는 원자재 공급과 생산기술면에서 섬유 의류와는 달리 디자인 개발에 어려움이 있다. 특히 고가의 제품이기 때문에 소비자 또한 변화의 폭이 큰 디자인을 선호하지 않는다. 그러므로 모피 디자인은 고유 특성과 트렌드를 적절히 절충하여 색상, 소재가공 방법을 변화시켜 새롭게 시장을 넓혀간다. 모피의 소재, 컬러, 형태 디자인을 위하여 모피의 구성을 살펴보면, 모피의 표면은 장모(Hair)와 단모(Wool), 펠트(Pelt)로 구성된다. 장모는 단모와 펠트를 보호하는 역할을 하며 동물의 특성을 표현하는데, 외관상의 색상, 광택, 특징을 결정짓는 중요한 요소이다. 단모는 체온을 유지하고 펠트를 보호하는 역할을 하며, 부드럽고 뛰어난 보온성을 지닌다. 단모는 실질적으로 모피로 여기는 털 부위를 말하며, 털의 밀집도는 모피의 종류와 기호, 지형에 따라 다르게 나타난다. 펠트는 단모와 장모의 모근을 지지하고, 동물의 장기와 골격을 보호하는 역할을 한다. 모피는 장모와 단모가 지닌 천연 그대로의 색상과 털의 볼륨을 지니고 있으나, 모피의 가공을 통해 다양한 이미지로 변화가 가능하다. 모피의 장, 단모의 길이를 변화시키는 소재의 가공은 쉬어드(Shaired), 플러킹(Plucking), 그루빙(Grooving) 등의 방법이 있으며, 이러한 가공을 통해 모피의 색다른 텍스처를 즐길 수 있어 디자인의 표현 범위가 넓어졌다. [모피의 1차공정(드레싱가공)]이 끝난 원피는 동물의 형태를 그대로 하고 있으므로, 고급 모피의 류를 만들기 위해서는 다리와 머리, 꼬리 부분을 잘라내고 몸통 부위를 랫아웃/ 랫인 등의 방법으로 커팅한 뒤 모피 봉조기로 연결하여 평평한 원단과 같이 만들어 준다. 랫아웃/ 랫인 방법 외에 코듀로이, 버티칼, 니팅 등의 방법으로 커팅하여 가공하면 더욱 다양한 스타일의 모피 이미지를 표현해 줄 수 있으며, 지속적인 개발을 통해 새로운 트렌드와 시장을 만들어 나가고 있다. <표 3>은 모피소재의 가공법에 대한 설명으로 선행연구 (김정하 외, 2008), 모피업체 (B사)의 교육자료에 있는 내용을 정리한 것이다.

모피의 컬러 디자인 또한 모피의류 디자인에 영향을 주는 중요한 요인이며 모피가 지닌 고유

의 컬러 이외에 컬러 트렌드에 맞는 염색이나 호피 등의 나염처리를 하여 새로운 디자인으로 변모가 가능하다. 특히 모피 의류 구매 시 긴 기장의 모피제품은 모피의 마릿수가 많이 소모되어 제품의 가격이 높아지므로 어두운 컬러를 선호한다. 반대로 짧은 기장의 모피제품은 모피의 마릿수가 적게 소모되어 제품의 가격이 저렴해 젊은 연령층의 소비가 많아 밝은 컬러를 선호하는 경향이 있다. 그러므로 소비자의 모피제품 구매형태에 맞추어 컬러 기획을 하여야 한다. 그 외에도 모피 원자재의 구입 시 그해 인기 있는 색상Fur 혹은 컬러의 희소성에 따라 가격 변동폭이 생기므로 컬러기획에 어려움이 생길 수 있다.

모피의류의 형태 디자인은 실루엣에 따라 스타일이 결정되기도 하며, 소비자의 연령층, 라이프 스타일 등에 따라 디자인을 고려하여야 한다. 모피의류는 과거 우아한 여성미를 강조하는 A라인의 실루엣에 윙칼라나 솔칼라를 사용한 코트 스타일이 일반적이었으나, 모피의류가 대중화되고, 구매층이 젊어지면서 정통 모피스타일에서 벗어나 길이는 짧아지고 트렌드에 맞는 과감한 실루엣과 디테일의 자켓, 점퍼, 베스트, 케이프 등 실용적인 아이템으로 변화하고 있다. 특히 다양한 타소재와의 믹스 앤 매치는 모피의류의 형태 디자인에 있어서 한계성을 없애주었으며, 지속적인 디자인 개발로 모피의류는 더욱 대중화된 아이템으로 자리 잡고 있다.

2) 생산기획단계

[생산기획단계]는 섬유의류의 [생산기획단계]와 과정이 비슷하며 상품화가 결정된 모피의류 제품의 본격적인 생산준비 단계를 말한다. 모피의 원자재는 기획단계에서 구매하였으므로 디자인에 따른 부자재를 구매하며, 메인 작업지시서 작성, 공업용 패던제작, 그레이딩, 생산의뢰처 선정, 제품검사 및 출하에 이르기까지 제품의 공업적인 생산을 준비하고 설계한다.

(1) 작업지시서 작성

모피의류의 작업지시서는 섬유의류의 작업지

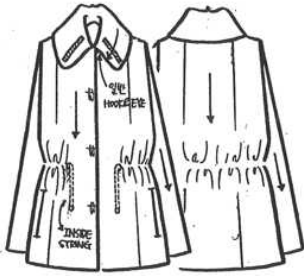
〈표 3〉 모피소재의 가공법

가공법	가공방법
쉬어드 (Sheared)	장모와 단모를 균일하게 깎아 벨벳과 같은 텍스처와 광택을 주는 가공 기술이다.
플러킹 (Plucking)	모피의 장모를 뽑아내고 단모만 남겨서 더욱 부드러운 촉감을 주기 위한 가공방법이다. 단모의 밀도가 좋은 모피에 주로 사용된다.
그루빙 (Grooving)	그루빙은 쉬어드 가공으로 1차 가공한 뒤 기계나 레이저를 이용하여 모피에 문양을 넣어 깎거나, 새기는 가공 방법이다.
렛아웃 (Let out)	모피로 옷을 만드는 방법 중 하나로서, 밍크에 있어서 스킨 한 마리의 기장이 옷이 필요로 하는 기장보다 짧기 때문에 요구되는 기장으로 늘려주는 작업 방법이다.
렛인 (Let in)	모피의류 제작 시 폭을 넓히고 기장을 줄이는 방법으로 밍크에서는 많이 사용하지 않는 방법이다.
코듀로이 (Corduroy)	스킨을 일정한 폭과 간격으로 수직으로 잘라 사이사이에 가죽을 넣어서 작업하는 방법이다.
버티칼 (Vertical)	가죽과 털을 수직 방향으로 잘라서 연결하는 가공 방법이다.
호리젠탈 (Horizontal)	가죽과 털을 수평 방향으로 잘라서 연결하는 가공 방법이다.
디아고날 (Diagonal)	가죽과 털을 비스듬하게 잘라서 연결하는 가공 방법이다.
성형	모피의 모양 그대로 만드는 방법이다.
바스켓 (Basket)	바둑판 모양의 정사각형 형식으로 잘라서 털과 가죽을 배열하는 방법이다.
니팅 (Knitting)	그물형태의 패브릭 망 위에 0.5~0.7cm 정도로 얇게 자른 모피를 엮어서 니트처럼 보이게 하는 가공방법으로 트리코트(Tricot)라고도 한다.
스플릿 (Split)	한 마리의 스킨을 2등분이나 3등분, 4등분하여 중간 중간에 가죽을 넣어 만드는 방법이다.
세브론 (Chevron)	모피의 털을 갈매기 모양으로 자르는 가공 방법이다.
더블 페이스 (Double facing)	스킨의 앞면/뒷면을 차례대로 놓아 연결하는 방법으로 앞뒤면 털의 질감이 나타난다.
탈색과 염색	모피의 털 부분을 전체적으로 탈색하거나 배 부위의 털만을 탈색한 뒤 그대로 사용하기도 하고, 염색을 하거나 프린트를 찍기도 한다. 동일한 컬러를 나타내게 염색하기도 하고, 그라데이션 효과를 낼 수도 있다.
프린팅 (Printing)	실크 스크린 방법으로 1도~2도 정도의 컬러와 단순한 무늬를 털의 끝부분에 프린팅하며, 호피, 얼룩무늬, 기린무늬 등의 동물 패턴을 주로 사용한다.

디자이너	
PTTN	
DATE	

메인 작업지시서

결재	디자이너	M·D	팀장
	담당	담당	

BRAND	SAMPLE NO.	STYLE NO.	원자재	색상	규격	소요량	작업방법		
			MINK MALE	B/G	1 SIZE	T:15 B:9 S:4 C:2	• L /OUT • U/C 와키에서 땀다 • INSIDE STRING		
DESCRIPTION		수정사항							
 <p>밀단 CLOSING</p>		1차	부자재	종류	규격	소요량	작업방법	작업시 주의사항 - CLR 좌우동일 - 완성시 화장 83cm - 어깨 PAD.WIRE 위치 정확히 - NECKLINE과 ARMHOLE 높여나지 않도록 - STRINGHOLE 위치 PTTN 준수 - INSIDE STRING 입 - <INSIDE STRING 작업방법> - STRING TUNNEL: 가죽면에 조립마신다 - STRINGHOLE: 안감에 바이어스 테일로 입술작업 - 첫번째 일반 HOOK & EYE 부착	
		2차	LINING	POLY100%	44"	25 YDS	밀단 CLOSING		
		3차	치마단						
		4차	샤						
		LACETAPE				2.1 YDS			
		HOOK	KESKA 일반 HOOK	3 PAIRS 1 PAIR			첫번째 좌/우 반대로		
		BUTTON							
		PAD	6m/m PAD 6m/m	1 PAIR			옆목점에 바직 붙여 부착		
		WIRE		0.3 YD			CLR 용		
		STRING		1.4 YDS			INSIDE STRING		
STRING BELT & STOPPER					2 SET				
			LABEL 부착위치		MEASUREMENT		검사시 주의사항		
MAIN	목뒤중심	SIZE	94				- CLR 좌우동일 CHECK - 첫번째 일반 HOOK & EYE 부착 상태 CHECK - W SIDE STRING 위치 CHECK - STRING 요척수경 양쪽 8cm 늘림 - 안주머니 없음		
원산지	몸판 왼쪽 가슴	FULL LENGTH	70cm						
CONTENT	몸판 왼쪽 와키	SWEEP	55.9 "						
취급주의	몸판 왼쪽 와키	SLEEVE LENGTH	83cm(화장)						
제조원	몸판 왼쪽 와키	BUST	114cm						
점	양쪽 소매 끝	BACK WIDTH	364cm						
		SHOULDER	35cm						
		UPPER SLEEVE	41.3cm						

<그림 1> 모피의류의 메인 작업지시서

시서의 주요항목과 비슷한 형식을 갖지만 내용에 있어서 모피의 요척, 가공 부분의 정보 전달 방법이 섬유류와는 다르게 표시된다.

<그림 1>은 모피업체 (A사)의 밍크자켓 작업지시서이며, <그림 2>는 의류업체 (C사)의 자켓 작업지시서이다. <그림 1>의 밍크자켓 작업지시서 항목을 살펴보면 DESCRIPTION, 도식화, 원자재와 부자재의 규격/소요량/작업방법, 라벨의 부착위치, 사이즈, 작업시 주의사항, 검사시 주의사항에 대한 정보가 있으며, <그림 2>의 자켓 작업지시서의 항목을 살펴보면, 원단과 부자재의 규격/소요량/작업방법, 가격택/라벨과 세탁표기, 사이즈, 도식화와 함께 작업시 주의사항에 대한 정보가 설명되어 있다.

<그림 1>의 [DESCRIPTION]에서는 소재 디자인은 MINK MALE(수컷밍크)를 사용하며 L/OUT(렛아웃)방법으로 가공한 자켓이고, 형태

디자인은 SOUTIEN COLLAR(스텐칼라) / PLAIN SLEEVE(기본소매) / INSIDE WAIST STRING(허리 안쪽 스트링)으로 밍크자켓의 소재와 디자인의 정보가 설명되어 있다. 밍크 작업지시서는 디자인개발 시 소재디자인과 형태 디자인을 모두 고려하여 디자인을 완성하기 때문에 소재의 가공방법까지 모두 안내되어 있다. 모피의류의 경우 모피 고유의 원자재 이미지를 최대한 살려서 디자인하기 때문에 디테일이 별로 없지만 <그림 2>의 섬유류는 트렌드에 따른 디테일을 많이 디자인하므로 봉제 상의의 주의사항이 부분별로 많이 있다.

밍크의류와 섬유류의 작업지시서에서 요척 부분을 비교해보면 <그림 2>의 섬유류 작업지시서는 규격은 inch(인치), 소요량은 yd(야드)로 단위가 표기되어 있다. 반면 <그림 1>의 모피의류 작업지시서는 규격은 1 SIZE, 소요량은

MAIN 생산지시서

일자 :

제품	패턴	패턴실장				결계	디자이너	M/D	실장	부장	사장
			구분	제조 안사일	품무	임봉료	투입일				
STYLE NO.			SAMPLE NO.			생산처	납기일				
스타일	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭	호칭
	①	코트	56"	2.04y	<제천>	에버트	PI2	38	40	T	합계 (To 120)
	②	복	46"	0.44y		이원T EX	NA2	49	21	70	
	③	다용도 헐리	44"	0.55y		KT	추머니 헐리		35	15	
④	안 장										
실지	①	F5050	44"	1.12y							
용사	①	코아사	1000M	500M 10M		제천 고양실업					
	②	80's/3 H	2500M	150M		S/T					
	③	다레Ta pe	8m/m	4y							
레이브	①	리파Fla pe	6m/m	3.8y							
	②	상플la pe	12m/m	1.8y							
	③	복트									
자 재	마우라지										
	①	쉬ZIP	#5호		1EA						
	②										
	③		13φ		6set						
	④										
	⑤	슬라이더	#5호		1EA						
	⑥										
	⑦										
	⑧										
	⑨										
스님											
철코린											
마이장											
립장식					2EA						
품질보증 TAG			세탁표기			38호	40호	38호	40호	38호	40호
TAG 스페어 리본			세탁방법			27 1/2 27 3/8		허리		소매 길이 23 23 3/8	
세리프 (Size 구분)			저온스팀 단구드라 이			이염주의, 켈링주 의, 용수염주의, 미 어질주의, 장시간 일상노출주의		어깨 15 1/4 15 3/4		소매 부리 8 3/4 8 3/4	
TAG 코리			라벨용종합: C=100<코 레노>			상등 40 42		밑단 플래트 41 1/2 43 1/2		소매 부리 12 3/4 13 3/4	
MAIN LABEL			배색 P79 R19 PU 2			합품		마지 부리		지퍼 39.3 40cm cm	
W/C LABEL / 가격액						뒤품		밑위 길이			
구호칭표시 LABEL											
SIZE 스티커											
BOX (SIZE 구분)											

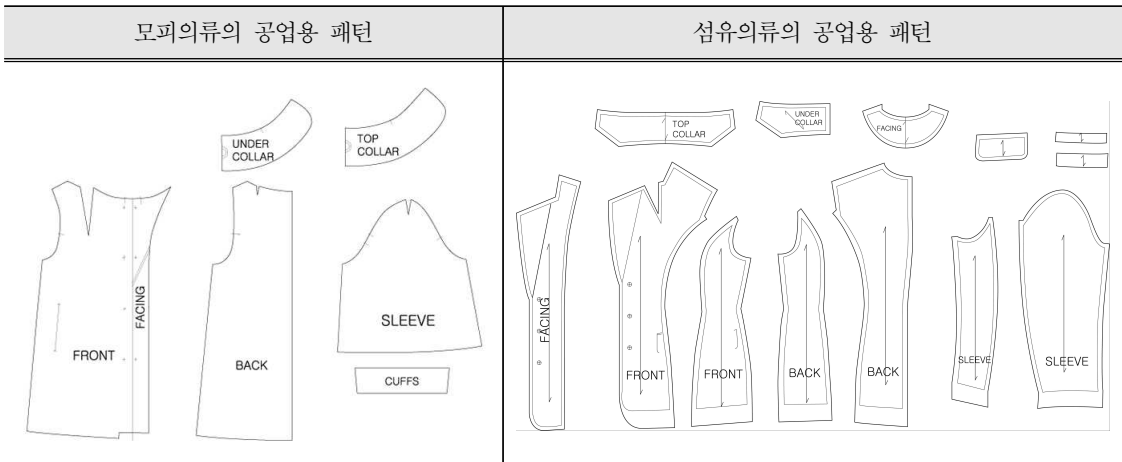
*배색 (얼마이 미카시, 헐리미카시, 조네 미카시)
*전해우려없음, 헐리작업 / ST - 30' s / 3H ST사



제천	배색	헐리컬리
PI2	NA	IV
NA2	BL	BL

<그림 2> 섬유류의 메인 작업지시서

<표 4> 섬유의류의 공업용 패턴과 모피의류의 공업용 패턴



T:15, B:9, S:4, C:2 로 표시되어 있어 전혀 다르게 표시되는 것을 알 수 있다. 원자재가 동물의 원피를 가공하여 사용하므로 의류를 제작하기 위해 필요한 소요량은 밍크의 마릿수로 표시되며 밍크의 크기에 따라 마릿수는 달라진다. <그림 1>의 요척 부분을 풀어쓰면 밍크의류를 제작하기 위해서 MINK MALE(수컷 밍크), 1 SIZE(원사이즈) 크기의 B/G(블랙그라마) 원자재를 사용하며 밍크의 총 소요량이 T(TOTAL) 15마리, 부위별로 B(BODY) 9마리, S(SLEEVE) 4마리, C(COLLAR) 2마리가 소모된다. 김지영(2014)은 밍크의 사이즈 구분은 길이가 47cm~95cm 까지 다양하므로 비슷한 사이즈 별로 선별되어 나누어진다고 하였다. 밍크의 사이즈는 제일 큰 사이즈 부터 포제로사이즈(40), 트리플제로사이즈(30), 더블제로사이즈(00), 제로사이즈(0), 원사이즈(1), 투 사이즈(2), 쓰리 사이즈(3), 포 사이즈(4), 파이버 사이즈(5) 로 점점 작아진다. 이 중 제일 큰 사이즈 포제로사이즈(40)부터 투사이즈(2)까지는 수컷에 속하며 면적이 크다. 제일 작은 사이즈 파이버 사이즈(5)부터 원사이즈(1)까지는 암컷에 속하며 면적이 작다. <그림 1>작업지시서의 밍크 사이즈는 수컷의 원사이즈(1)에 속하며, 암컷, 수컷 등 밍크의 사이즈에 따라 토탈 사용매수가 달라지므로 디자인에 따라 밍크의 사이즈는 달라진다.

(2) 공업용 패턴 제작 및 그레이딩

밍크스킨의 경우 높은 원피의 가격과 봉제부분이 겹에서 보이지 않아야 하는 원자재의 특성상 봉제시 2mm내외의 시접으로 봉제되는 특수 미싱을 사용한다. 그러므로 밍크의류의 공업용 패턴은 섬유의류 공업용 패턴과 다르게 시접 분량을 패턴에 포함시키지 않는다. <표 4>는 섬유의류의 공업용패턴과 모피의류의 공업용패턴을 비교한 표이며, 모피의류패턴은 모피업체(A사)에서 사용하는 밍크코트 패턴을, 섬유의류패턴은 산업패턴설계(나미향 외, 2002)의 자켓 산업패턴을 정리한 것이다. 밍크코트 패턴과 자켓 패턴을 비교하면 밍크코트 패턴의 경우 안단(FACING)이 따로 재단되어 연결될 경우 이음부위가 자연스럽지 않기 때문에 재물안단으로 처리해주며, 원자재의 높은 가격과 털의 두께감 때문에 최소한의 안단만 제작한다. 털의 두께감은 칼라의 크기 또한 다르게 한다. 섬유의류의 칼라는 겹칼라와 안칼라 두 개의 크기가 거의 동일하지만, 모피의류의 경우 겹칼라와 안칼라의 사이즈가 4cm정도 차이가 난다. 털로 인한 두께감은 내외경차가 커질 수 밖에 없으며, 봉제하여 뒤집었을 때 겹칼라가 더 커야 하므로 사이즈의 차이가 많이 날 수 밖에 없다. 모피의류의 패턴은 특별히 식서방향 표시가 없는데, <표 5>의 [모피의 2차공정(제품가공)] 단계 중

<표 5> 모피의 2차공정(제품가공) 단계

작업단계		작업방법
1단계	선별	모피의류의 디자인에 따라 원자재를 같은 색상, 질감, 부피 등 적절한 퀄리티를 소요량 내에서 배열 순서를 정한다.
2단계	스킨판장 (nailing)	선별이 끝난 원자재를 제품화하는 첫 단계로, 길이 및 면적 확보를 위한 원자재의 밑작업이다.
3단계	1차성형 (cutting)	길이 및 면적확보를 위해 칼집을 내는 작업이다.
4단계	미싱 (sawing)	성형이 끝난 원자재를 봉조기를 사용하여 기본 형태를 만들어내는 과정 및 이를 부위별로 결합하는 과정이다.
5단계	1차조립 (gathering)	미싱이 끝난 반제품을 패턴에 따라 부위별 형태를 만들어내는 과정이다.
6단계	garment 판장 (2nd nailing)	2차 성형 또는 재단. 판장이 끝난 반제품을 패턴에 맞게 자르는 작업이다.
7단계	2차성형 (2nd cutting)	
8단계	2차 조립 (2nd forming)	재단이 끝난 부위별 반제품들을 결합하여 제품의 형태를 만들어 내는 과정이다.
9단계	시침 및 완성 (hand swaing lining)	조립이 끝난 반제품에 안감 및 부속품을 연결하는 작업이다.
10단계	검수 (inspection)	완성된 제품의 하자여부를 판정하는 과정으로 전체적인 색상 및 부피의 배열이 적절한지 점검하고 부착물의 부착상태와 제품의 규격에 따른 피팅을 체크한다.

[1단계 선별] 과정에서 비슷한 퀄리티의 모피를 소요량 내에서 정한 다음, 미리 패턴의 부위별로 털의 배열 순서와 털의 방향을 정하므로 따로 표시해 주지 않는다.

그레이딩에 따른 사이즈의 경우 모피의류는 털의 볼륨감 및 기장의 변화, 형태디자인에 따라 소비자의 사이즈 선택이 민감하므로 사이즈별 수량은 디자인에 따라 다르게 결정한다. 예를 들어 Fit되는 모피의류는 55, 66사이즈만 기획하고, 넉넉한 사이즈의 옷은 55, 66, 77, 88사이즈 까지 기획하여, 디자인에 따라 그레이딩 볼륨과 사이즈별 수량도 다르게 결정한다.

3) 생산완성단계

[생산완성단계]는 모피제품을 생산하는 실제

공정 단계이며, <표 5>의 [모피의 2차공정(제품가공)]을 거쳐 포장된다. 모피가공회사에서 [모피의 1차공정(드레싱가공)]을 진행한 뒤 디자인 기획에 맞게 소재 및 컬러 가공까지 완료된 모피스킨은 모피전문 봉제공장으로 옮겨져 [모피의 2차공정(제품가공)] 단계에 맞게 진행되어 모피의류제품으로 완성된다.

(1) 모피의 2차공정 (제품가공)

<표 5>는 [모피의 2차공정(제품가공)]을 단계별로 설명한 것이며, 모피업체 (B사)의 교육자료를 참고하여 정리하였다. 모피는 동물의 생체에서 얻어지므로 색상, 크기, 재질 등의 규격이 일정치 않다. 그러므로 <표 5>의 [1단계 선별]과정을 통해 가장 흡사한 모피끼리 묶어주는 작업

<표 6> 스킨의 가공면적과 [1차 조립]된 모피

		
<p>① 1차 가공된 모피에서 배부위를 제외한 다리, 꼬리, 머리등은 잘라낸다. → 잘라낸 다리,꼬리,머리 부위는 봉조기를 사용하여 결합한다. (스크랩모피)</p>	<p>② 랫아웃/랫인등의 방법으로 조각 내어 기장과 폭을 확보한다.</p>	<p>③ 결합하면[1차조립] 섬유원단과 같이 펼쳐진 상태가 된다.</p>

을 해야 한다. 이때 디자인에 맞는 소모량에 맞추어 선별하며, 의류제작에 사용될 부위와 방향 및 배열 순서를 정한다. 배열 순서를 정하는 이유는 패턴에 맞게 잘라낸 모피를 부위별로 조립하여 합봉 할 시 이음새 부분이 자연스러워야 하기 때문에 가장 흡사한 것끼리 위치를 잡아주는 것이다. [2단계 판장]에서는 선별이 끝난 원자재에 물을 축여 형태를 최대한 퍼주어 면적 확보를 하며, 털의 나쁜 부분을 제거한다. [3단계 1차 성형]에서는 디자인에 따라 길이나 면적 확보를 위해 길이로(랫아웃), 혹은 폭으로(랫인) 칼집을 내어 면적을 늘려주는 공정이다. [4단계 미싱]공정은 커팅 된 스킨을 봉제작업(줄박이)하여패턴에 맞게 면적을 맞추고, [5단계 1차 조립]공정에서는 털의 방향, 배열 순서를 맞추며 패턴과 같은 형태를 만들어 낸다.

[6단계 garment 판장]공정은 줄박이 된 스킨을 패턴과 정확히 같게 평면화 시키는 작업으로 물을 축여 늘려서 모양을 잡아준 뒤 정리한다. [7단계 2차성형]에서 패턴에 맞게 정확히 자르는 공정이며, [8단계 2차조립]공정에서 패턴에 맞게 자른 스킨을 배열순서와 털의 방향에 맞게 합봉한다. [9단계 시침 및 완성]공정에서는 조립이 끝난 스킨제품에 안감 및 부속품을 연결하며, 부자재를 부착한다. [10단계 검수]공정에서 제품의 하자여부 및 제품의 완성을 체크한다.

이와 같이 모피공정은 노동집약적인 산업이므로 상대적으로 임금이 저렴하고 노동력이 풍부한 중국, 홍콩으로 생산라인이 옮겨지고 있다. 또한 국내의 모피생산 산업은 3D업종으로 인식되어 모피생산 공장은 점점 줄어들었으며, 유지되고 있는 공장의 전문 인력 또한 노령화가 심각한 수준이다. 그러므로 국내 모피산업은 모피 디자인의 차별화를 통해 새로운 모피시장을 구축하여 경쟁력 있는 산업으로 제도약해야 할 것이다.

(2) 모피와 타소재와의 조합

최근 모피의류 시장은 정통모피 디자인으로부터 탈피하여 타소재와의 조합을 활용한 폭넓은 시장이 형성되었으며, 이러한 감각적인 소재간의 조합은 패션 트렌드를 반영하며 모피 패션 산업이 확대, 정착되고 있다. 타소재와 믹스 앤 매치가 되는 경우에는 메인으로 사용되는 모피와 보조로 사용되는 모피와의 조합이 있으며, 밍크와 폭스, 폭스와 레빗 등이 그 예이다. 모피와 일반 원단과의 믹스 앤 매치가 되는 경우는 폭스와 프라다 원단과의 믹스, 밍크와 알파카의 믹스 등을 말한다. 그 외에도 스크랩모피(쪽모피)가 있으며 스크랩 모피의 경우 타소재와의 조합이 아닌 스킨모피를 제작하고 남은 작은 부위를 연결하여 제작한 모피를 말한다. 이렇게

소재를 믹스 앤 매치한 모피의류의 생산 단계를 살펴보면 메인으로 사용되는 모피와 보조로 사용되는 모피가 조합 된 경우 스킨모피와 동일하게 모피 전문 공장에서 제작 완성하며 <표 5>의 [7단계 2차성형]공정이 끝난 모피를 서로 모아서 조립 봉제 한다. 모피와 일반 원단과의 조합일 경우는 모피는 모피전문 공장에서 부분으로 완성하고 일반의류 봉제공장으로 옮겨져 매칭되는 원단과 합봉하여 완성한다.

스크랩 모피는 스킨모피 제작을 위해 잘라진 다리, 머리, 꼬리 등을 모아서 연결한 조각모피를 말하며, 우리나라에서는 가공비와 인건비가 맞지 않아 제작하지 않고 그리스나 중국에서 수입한다. <표 6>은 스킨의 가용면적을 표시하였으며, 가용면적을 원단과 같이 펼쳐진 상태로 변형되는 과정을 사진으로 나타낸 것이다. 스킨 모피 제작 시 <표 6>과 같은 과정을 거쳐 ③의 그림과 같이 펼쳐진 상태가 되는데, 스크랩 모피의 경우 전량 수입하므로 ③의 그림과 같은 펼쳐진 상태로 수입된다. 그러므로 크기가 일정치 않아서 규격에 따라 가격이 다르며 털의 부피감, 균일함, 깔끔한 봉제 등 퀄리티에 따라서도 가격이 다르게 측정된다. 스크랩 모피는 스킨 모피에 비해 1/5~1/10가격 수준이므로 저렴하며, 보통 소재가공, 컬러가공이 완료된 상태로 수입되기 때문에, 디자인에 맞는 컬러, 텍스처 등을 선택하여 구매한다. 이렇게 수입된 스크랩 모피는 패턴에 맞게 재단하여 완성할 수 있으므로 일반소재와 믹스된 디자인일 경우 일반 봉제 공장에서도 제작이 가능하다.

(3) 모피제품의 생산

모피의류는 동물의 생피를 사용하므로 의복의 소재로 사용하기 위해 많은 가공을 거쳐야 의류제작이 가능하다. 거의 모든 가공 공정은 수작업으로 진행되어 생산 공정에 많은 시간이 소모되며, 작업자의 숙련된 기술과 노하우가 필요하다. 가공이 완료되어 모피전문 봉제공장에 도착한 스킨은 동물의 형태를 하고 있기 때문에 디자인에 따른 길이나 면적 확보를 위해 모피스킨을 조각내고 줄박이 하여 원단처럼 평평하게 봉제, 가공한다. 섬유이류의 생산과는 달리 전문

가 한사람이 하루나 이틀 꼬박 작업하여 1벌씩 생산하는 섬세하고 수공이 많이 가는 작업이므로 대량생산이 어렵다. 봉제기간은 모피의류의 디자인과 모피 원자재의 사이즈에 따라 옷에 소요되는 마릿수가 다르므로, 모피의 마릿수에 따라 봉제기간이 다르다. 또한 모피의 소재 디자인에 따라 봉제기법의 난이도가 달라지므로 봉제기간이 길어질 수 있다. 이렇게 모피의류는 디자인, 모피의 사이즈, 소재가공의 난이도에 따라 마릿수가 달라질 수 있으며, 마릿수가 많아지면 조각내어 연결하는 수작업이 많아지므로 모피의류의 공임은 1벌로 계산하지 않고, 소모되는 마릿수로 계산한다. 모피의 공임은 [모피의 2차공정] 전체 단계를 포함하며, 한 마리당 성형에서 완성까지 전과정을 의미한다. 보통 모피의류 제작시 임가공비가 모피 1마리당 10,000원~20,000원 내외로 결정되며 난이도에 따라 가격은 달라진다. 예를 들어 <그림 1>의 모피자켓 임가공비를 계산했을 때 토탈 소모량(T)이 15마리이므로 임가공비 평균값 15000원으로 계산하면 자켓 임가공비는 225,000원이다. 섬유이류 자켓의 임가공비와 비교했을 때 가격이 많이 높으며, 섬유이류 자켓 제작시 최소수량이 있어야 봉제공장에서 제작을 하는 반면 모피의류는 공임비가 높아 생산시 수량에 제한을 받지 않는다.

4) 판매유통 기획단계

모피산업은 소재의 특성상 계절성이 뚜렷한 의류로 성수기와 비수기가 확연히 나뉘며 매출의 차이가 크다. 그러므로 성수기에 판매할 물량과 비수기에 기획생산으로 판매할 물량을 함께 기획하여 생산 기간을 길게 잡아 물량 확보를 해야 한다. <표 7>은 모피업체 (A사,B사)의 디자이너와 MD의 인터뷰 내용을 토대로 모피 회사에서 기획생산 시 월별 업무에 대한 내용을 정리한 것이다. <표 7>을 보면 그 해 F/W에 판매하는 모피 신상품은 전년도 10월부터 기획하여 당해 10월에 제품이 완성되므로, 10월 중 출고 된다. 비수기인 8월경에 판매할 기획품은 전년도 성수기에 인기상품을 분석하여 반복생산이 가능한 디자인을 분석한 뒤, 트렌드에 맞는

〈표 7〉 모피의 기획생산 월별 업무

시즌	기획생산	업무현황
전년도 10월~12월	정보분석 및 원자재 구매	· 시장 판매율, 소비자 분석 · 인기상품 및 반복 생산 가능 디자인 분석
당해 년도 1월	디자인 수정 및 보완	· 시장분석에 따라 인기상품의 디자인과 소재 보완 수정
2월~3월	생산투입	· 기획 및 반복생산 물량 생산 투입
4월~7월	검사 및 입고	
8월	판매	

소재로 보완 혹은 원자재의 가격 변동 폭을 고려하여 기획 생산 한다. 모피의류의 제작은 대량생산이 불가능하고 생산기간이 길기 때문에 제작에 대한 계획을 잘 세워야 차질 없이 물량 확보를 할 수 있다.

IV. 결론

모피의류는 패션 아이템으로써 모피시장 뿐만 아니라 숙녀복과 캐주얼 업체로 시장이 확대되었으며, 메인으로 사용하는 모피와 보조로 사용되는 울, 니트, 가죽 등 타 소재와의 믹스 앤 매치를 통해 새로운 모피 패션을 제시하고 있다. 모피제품은 원자재의 가격이 높고, 계절성, 전문성을 요구하지만, 겨울 상품기획에서 매출 증대의 효율을 올릴 수 있는 전략상품으로 부각되고 있어 섬유업체에서는 매년 F/W상품에 모피와의 믹스 앤 매치를 선호한다. 하지만 모피는 원자재 수입, 디자인, 봉제에 있어서 노하우가 필요한 소재이므로 많은 연구가 필요하다. 뿐만 아니라 모피의류의 경우 천연원자재로 만든 생산제품이기 때문에 섬유의류의 생산 단계와는 차이점이 있어 원자재 구매부터, 생산까지 체계적인 정보가 필요하다.

그러므로 본 연구에서는 모피의류와 섬유의류의 상품화 과정을 비교하였으며, 모피의류의 상품화 과정을 머천다이징 단계별로 구분하여 연구하였다. 모피의류는 원자재가 천연 동물이

므로 수량이 한정적이고 사육장소가 제한적이며, 가격이 높아 원자재의 확보가 우선시되므로, 섬유의류의 상품화 과정과는 다르게 원자재 구매 후 디자인 개발이 진행된다. 모피의류는 [디자인기획단계]에서 상품기획 후 모피 육선 일정에 맞게 모피 원자재를 구매하고 디자인 개발을 한다. 이렇게 구매된 모피원자재는 [모피의 1차 공정(드레싱가공)]을 마치고, 디자인에 맞게 소재가공, 염색가공되며 가공이 완료된 원자재는 모피봉제 공장으로 옮겨진다. 새롭게 디자인한 모피의류는 샘플제작과 품평회를 거쳐 양산 결정 되면 [생산기획단계]에서 부자재 발주, 작업 지시서 작성, 패턴제작을 완료하여 봉제공장으로 이동한다. [생산완성단계]에서는 가공이 끝난 원자재와 부자재, 패턴을 이용하여 모피의류를 생산하기 위해 [모피의 2차공정(제품가공)]을 하여 모피의류로 완성한다. 완성된 모피의류는 [판매유통기획단계]에서 포장/출하하여 판매점으로 옮겨진다. 모피의류를 제작하기 위한 작업들은 모피 전문가들에 의해 대부분 수작업으로 진행되므로 의류의 완성까지 장시간 소요되므로 모피업체는 리스크가 크다. 그러므로 모피 성수기에 판매할 물량과 비수기에 기획생산으로 판매할 물량을 함께 기획하여 생산기간을 길게 잡아 물량확보를 해야 한다. 기획시기에 신제품 생산관련 스케줄 및 기획생산물량과 반복 생산물량을 함께 진행하여 8월 역시즌 행사를 진행하며, 꾸준한 공장가동으로 인기상품과 신상품을 만들어 놓는다.

이상 모피제품의 상품화 과정을 머천다이징

단계별로 구분하여 연구한 결과이며 모피의류의 원자재 구입부터 완성까지 체계적인 연구는 모피 패션산업의 기초 자료를 제공하는데 연구의 의의가 있다. 모피산업의 발전을 위해서는 소재의 특성상 복잡한 모피의류 상품화 과정을 효율적으로 개선할 수 있도록 방안을 모색하는 연구가 필요하겠다.

중앙대학교 예술대학원 석사 학위논문.
정성혜. (1994). 한국모피패션산업 활성화에 관한 연구 : '88년 모피 내수시장 개방 이후를 중심으로'. *한국복식학회*, 22, 45-59.

참고문헌

- 김선영. (2009). 현대패션에 나타난 모피디자인의 특성-2000년 이후를 중심으로. *한국의류학회지*, 33(4), 563-573.
- 김정하, 권수애. (2008). 컬렉션에 표현된 모피소재의 봉제기법 분석. *생활과학 연구논총*, 12(2), 205-214
- 김지영. (2014). 밍크 모피 제품의 소모량(consumption)산출에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 16(2), 177-188.
- 김혜경. (1998). 모피 의류의 패션 변화와 수출산업육성 방안 연구. *복식*, 38, 245-260.
- 나미향, 허동진, 정복희, 이정순, 김정숙. (2002). *산업패턴설계 여성복2*. 서울: 교학연구사.
- 서동민. (2013). *고부가가치 모피 패션디자인 연구 -신규브랜드 [Le Blanc] 상품개발을 중심으로-*. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 안광호, 황선진, 정찬진. (1999). *패션마케팅*. 서울: 수학사.
- 오선숙. (1995). 모피의류의 구매 및 착용실태, *복식문화연구*, 3(1), 109-124.
- 이수영. (2002). *모피제품의 전략적 아웃소싱 추진 방안에 관한 연구*. 서울여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이유리. (2004). 의류상품화 과정에서 패션 제품과 베이직 제품의 차이(제2보): 기획,생산,판매과정. *한국의류학회지*, 28(7), 904-915.
- 이유형. (2009). *모피패션을 위한 디자인 개발*. 이화여자대학교 대학원 석사 학위논문.
- 임주희. (2008). *모피패션 디자인 기획 모형 연구*.