

## 호텔기업 I업체의 유니폼 디자인개발연구

김 지 영

수원여자대학교 패션디자인과 교수

### A Case Study on Hotel Uniform Design Development Focused on I Hotel Enterprise

Ji-Young Kim

Prof., Dept. of Fashion Design Suwon Women's University  
(2016. 8. 3 접수; 2016. 9. 15 수정; 2016. 9. 20 채택)

#### Abstract

This study is performed the design and production of the real hotel uniforms around the actual case. The purpose of the study is to research and develop the uniform design which is partially utilized for image integration. After reviewing and making up a theoretical background of general hotel uniforms, we designed I hotel's uniforms based on the uniform design process. Research Scope of uniform design is up to the development of it for practitioners who have many opportunities to meet customers directly at front desk, banquet reservation office and restaurant. Based on logo of company C.I.(Corporate Identity) and symbol colors, the concept and an illustration according with I hotel are drawn up. Also design is planed and a real is produced. This like objective design development becomes the basis for building a uniform image suitable for C.I.(Corporate Identity) of hotel I and realizing a positive service. Also this study associated with the company would help the design development of corporate uniform.

*Key Words:* Hotel uniform(호텔유니폼), fashion design(의상디자인), C.I.(통합적이미지)

## I. 서론

### 1. 연구의 목적 및 배경

경제성장으로 삶의 질이 상승하며 여가 활동 증가와 글로벌화로 인해 관광, 호텔산업은 세계적으로 빠르게 성장하고 있다. 호텔기업은 디자인호텔, 한옥호텔 등 저마다의 차별화된 컨셉을 개발하여 기업만이 가지고 있는 이미지를 고객

에게 심어주기 위해 통합적 이미지(C.I.;Corporate Identity)로 홍보하고 있으며, 이를 유니폼에까지 반영하고 있다. 따라서 유니폼의 개념도 과거의 기능성, 경제성보다는 상징성, 심미성이 더욱 강조되고 있으며, 호텔기업이 추구하는 컨셉에 가장 근접한 독창적인 유니폼을 디자인함으로써 유니폼 본래의 기능과 더불어 기업의 가치를 높이고 정체성을 확고히 하는 역할을 하고 있다. 또한 유니폼은 고객에게 서비스품질에 대한 기

대수준을 예측하게 하는 유형적인 단서로서 중요할 뿐만 아니라 직원들에게도 중요한 영향을 미친다. 왜냐하면 직원들의 관점에서 유니폼은 호텔만의 차별화 된 이미지를 전달하는 개성의 표현이며, 경영자와 직원들의 통일된 의식표현으로 호텔기업을 형성할 수 있는 상징성을 내포하고 있기 때문이다(이종직, 2003). 이처럼 유니폼은 기업의 이미지를 전달하는 C.I.P.(Corporate Identity Program)의 시각언어로서 역할을 담당하고 있으며, 직원들의 역할과 업무의 능률을 높이고 고객들에게 긍정적인 서비스를 제공하는 효과를 불러일으키므로 그 중요성은 더욱 강조되고 있다. 현재까지 유니폼에 대한 선행연구로는 유니폼의 실태조사 및 만족도 조사(나현숙, 2012; 차수정, 2015), 패턴개발에 대한 연구(최영림, 남윤자, 최경미, 2009; 이민지, 전중숙, 2011), 디자인개발

에 대한 연구(한연희, 남미현, 박명희, 2012; 임현숙, 2013)등이 이루어졌으나 기업의 특성에 맞는 디자인개발 연구는 적다. 특히 호텔 유니폼에 대한 선행연구로는 유니폼 만족도 조사(서정모, 임재문, 2008; 이종직, 2003), 한국 전통문양을 응용한 디자인 연구(이임정, 2002)가 있으나 업체의 의뢰를 맡아서 실증적으로 연구하는 선행연구는 없었다.

이에 본 연구는 호텔의 이미지를 향상시키고 직원들의 활동성·기능성·심미성이 잘 조화된 호텔 유니폼을 개발하는 것에 목적을 두고 있으며, 특히 실제 사례를 중심으로 호텔기업 유니폼 디자인을 기획, 실물 제작함으로써 기업의 C.I.P. 작업에서 이미지 통합을 위한 일부로 활용되는 유니폼 디자인을 연구, 개발하는데 목적이 있다.

〈표 1〉 호텔기업 I업체의 유니폼 디자인 프로세스

구분	유니폼 디자인 프로세스	
1단계	•디자인 의뢰	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 호텔기업 I업체의 전화 문의</li> <li>▶ 1차 미팅                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업의 아이덴티티가 반영된 세련된 스타일의 유니폼 디자인을 요청함</li> <li>- 경쟁기업 A와 B업체의 레스토랑, 데스크의 유니폼을 조사하여 차별화 되도록 희망함.</li> </ul> </li> </ul>
2단계	•사전조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 사전조사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 호텔기업 I업체의 C.I.P.조사, 업무분석</li> <li>- 경쟁업체 A, B 유니폼실태 조사</li> <li>- 보편적인 유니폼 착용현황 및 트렌드 조사</li> </ul> </li> </ul>
3단계	•디자인 컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2차 미팅 : 제안서 작성 후 담당자회의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3가지 컨셉 설정과 컨셉별로 직무군의 유니폼 디자인을 각각 제안함.</li> <li>- 이미지맵, 일러스트레이션, 텍스타일 디자인 제안 (adobe illustrator, photoshop 이용)</li> <li>- 디자인 기획서(P.P.T.)프레젠테이션 :디자인 컨셉 및 세부설명</li> </ul> </li> <li>▶ 3차 미팅 : 제안서 작성 후 담당자회의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2차 미팅시 결정된 사항과 요구사항을 종합하여 디자인 제안서 다시 작성</li> <li>- 디자인에 적합한 소재 스와치 부착(3가지타입)</li> <li>- 텍스타일 디자인에 따른 소재개발 스와치(3가지 타입)</li> <li>- 디자인 기획서(P.P.T.)프레젠테이션 :소재의 특징 및 세부설명</li> </ul> </li> <li>▶ 샘플 진행 (5~7일 소요)</li> </ul>
4단계	•디자인 발표 (품평회)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 기획부서 담당자 및 유니폼 입는 부서의 담당자 품평회 진행                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 완성된 샘플에 대한 디자인 설명 및 반응 조사</li> <li>- 담당부서의 요구사항 수렴하여 디자인에 추가 반영</li> <li>- 최종 디자인 확정</li> </ul> </li> </ul>
5단계	•제작 및 착용	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 생산 : 원단 발주, 봉제(1개월), 검품, 납품</li> <li>▶ A/S(1개월) 및 사후관리 착용</li> </ul>

## 2. 연구의 방법 및 내용

본 연구는 크게 두 가지로 나누어 연구를 진행하였다.

첫째, 유니폼 개발을 위한 선행조사를 위하여 일반적인 호텔기업 유니폼의 이론적 배경과 기업의 C.I.P.에 대해 고찰·정리하였다. 이를 통해 호텔기업의 유니폼에 대한 정의 및 특성 그리고 기본 조건들을 정리함으로써 기업의 C.I.를 상징적으로 나타내고 유니폼 착용자들의 역할과 기능을 효율적으로 수행할 수 있도록 디자인 방향을 설정할 수 있었다. 둘째로는, 유니폼 디자인 프로세스를 바탕으로 호텔기업 I업체에 적합한 유니폼 디자인을 실증적으로 작업하였다. 호텔기업 I업체의 디자인 의뢰를 시작으로 최종 납품을 목적으로 5단계의 프로세스로 진행되었으며 진행내용은 <표 1>과 같다. 최종 결정된 유니폼 제작 시 기성사이즈별로 샘플제작하여 피팅 한 뒤 본인의 사이즈로 신청·제작하였으며, 기성사이즈가 맞지 않는 특이 사이즈는 개별 사이즈 체촌 후 제작하였다. 디자인 개발·연구범위로는 고객들과 직접적인 접촉의 기회가 가장 많은 프론트 데스크, 연회예약실, 레스토랑 3개 업종 종사자의 유니폼 디자인이며, 이러한 과정을 통해 제작 납품한 뒤 A/S하여 최종 완료하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 호텔 유니폼의 특성

호텔의 개념에 대해서는 나라마다 약간씩 다르나, 보통 일정한 지불 능력이 있는 사람에게 숙소와 식음료를 제공할 수 있는 시설을 갖추고, 고객이 원하는 서비스를 제공하는 장소 또는 그러한 서비스 업체를 가리킨다. 한국에서는 관광진흥법에서 “관광객의 숙박에 적합한 구조 및 설비를 갖춘 시설에서 사람을 숙박시키고 음식을 제공하는 업”이라고 규정하고 있는데, 일반적인 정의와 크게 다르지 않다(두산백과사전).

오늘날 호텔은 단순히 숙박과 음식만을 제공하는 공간이 아닌 대표적인 문화 여가 공간으로 호텔만의 특색과 행사를 진행하며 무형의 인적

서비스를 부가하고 있으며, 호텔은 건축, 인테리어, 소품, 조명, 음악, 미술까지 하나의 컨셉을 지향하며 그곳만의 분위기를 만들어낸다.

이러한 호텔기업의 조직구조는 크게 객실부문(front of the house), 식음료부문(back of the house), 그리고 관리부문(management department)으로 구분되며(백보나, 2001) 호텔 등록·예약을 담당하는 프론트, 안내하는 보이, 객실청소를 담당하는 메이드, 식당의 웨이터·웨이트리스, 호텔 내 상점의 판매원, 관리자 등 호텔에 종사하는 직분도 다양하다.

호텔의 유니폼은 기본적으로 고객과 호텔 종사원의 식별을 목적으로 착용하였고, 또한 각 부서의 업무 수행에 따른 기능적인 목적을 가지고 착용하였다. 이러한 목적 외에 호텔 유니폼은 호텔의 독자적인 이미지를 표현할 수 있으며, 고객에게 호텔의 서비스 지향성을 전달하기도 한다. 그리고 유니폼은 호텔 직원에게 집단이나 조직에 대한 소속감을 갖게 하고 자신의 역할이나 사명을 인지하게 하며 역할 및 직무 수행을 용이하게 한다(서정모, 임재문, 2008).

호텔산업의 유니폼은 호텔의 상징으로 호텔이 전달하고자 하는 메시지와 반드시 일치되어야 하며, 호텔직원의 서비스와 직분별 유니폼 디자인은 직접·간접적으로 차별화된 호텔이미지를 주는 가장 중요한 요소이다.

### 2. CIP와 유니폼

C.I.P.는 기업 아이덴티티 프로그램(Corporate Identity Program)의 약자로 ‘법인조직’, ‘기업’, ‘단체집합적’이라는 의미의 ‘Corporate’와 ‘주체성’, ‘통일성’, ‘존재증명’이라는 의미의 ‘Identity’가 합쳐진 복합적인 개념을 가지고 있다. 이것은 기업의 조직과 경영문제에 밀접하게 관련되어 있는 종합 커뮤니케이션 체제(Total Communication System)라고도 부른다. 종래 대부분의 조직들이 기업의 이름과 제품만을 선전해온 반면 C.I.P.는 기업의 모든 부문에 걸쳐 더욱 광범위하게 적용되기 때문이다. 기업의 C.I.는 기업디자인(로고, 유니폼, 기업의 색 등), 기업 소통(광고, 홍보활동, 정보 등), 기업 행동(내부 가치, 규범 등)의 세 가지 부분을 이루고 있으며 기업 문화를 구축

하여 단체의 내부·외부의 이해관계자들에게 스스로를 나타내는 데 중요한 역할을 한다. 다시 말해 C.I.P.란 기업이나 공공단체가 갖고 있는 이미지를 시각적으로 체계화, 단일화 한 것으로 기업의 실체를 확실하게 인식시키며 질서 있고 체계적인 관리를 통해 사회와 공유함으로써 존재가치를 높이는 기업전략의 하나이다.

이러한 관점에서 볼 때 조직의 이미지 강화를 위한 C.I.P.의 기능은 현대 사회에 있어서 매우 중요한 개념으로 자리 잡고 있으며 이 프로그램 속에 들어 있는 유니폼은 사람들에게 입혀져 시각언어로서의 역할을 담당하며 기업의 이미지를 더욱 강화시켜 주게 된다(김장미, 2005). 기업은 유니폼을 통해 착용자의 직업과 소속을 알 수 있으며 집단 구성원으로서의 책임감과 단결심을 부여하기도 한다. 또한 유니폼 디자인의 이미지에 따라 소속 집단을 대변하고, 움직이는 하나의 시각 기호로 단체를 상징하는 매체가 된다. 유니폼 디자인 구성요소는 상징성, 기능성, 심미성이 있으며 유니폼이 시각 커뮤니케이션의 상징 역할을 할 때만이 유니폼의 본질을 다한다고 할 수

있다(김연희, 이재정, 2006). 따라서 유니폼 디자인 과정에 있어서 기업의 C.I.를 상징적으로 나타냄으로써 대외적으로는 그 기업의 이미지를 부각시키고 착용자에게는 소속감과 자부심으로 단결력을 주어 업무와 생산의 능률을 높이는데 효과를 얻을 수 있어 조직의 경영전략 중에서도 중요한 방법이라 할 수 있다.

### 3. 유니폼 디자인 프로세스 (Design Process)

디자인 개발을 위한 프로세스는 주어진 문제를 해결해 나가는 일련의 과정을 의미하며, 목적에 맞게 제품을 디자인하고 어떻게 구성해 나갈 것인가를 기본으로 한다. 디자인 프로세스란 디자인 프로젝트의 출발에서 완성된 디자인 결과를 만들어 내기까지 관련된 모든 활동을 단계별로 그린 설계도라고 할 수 있으며, 의복디자인은 생산할 의류 제품에 대한 설계 과정을 의미한다. 일반적인 의류업체의 디자인 프로세스를 살펴보면, Sinha(2001)는 5단계로서 디자인프로세스를 제안하고 있다. 즉 첫 번째 단계는 조사와 분석

〈표 2〉 일반 의류의 디자인프로세스(Sinha; 2001)와 유니폼 디자인 프로세스(이경화; 2014)

구분	일반 의류 업체의 디자인프로세스	유니폼 디자인 프로세스
1단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조사와 분석                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전 시즌 판매 분석</li> <li>- 디자인 트렌드 정보 분석</li> <li>- 소비자 분석</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인 의뢰</li> </ul>
2단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정보의 통합                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 기획</li> <li>- 디자인 컨셉 전개</li> <li>- 샘플 진행</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사전조사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수요처 조사(CIP조사, 업무분석)</li> <li>- 경쟁업체 조사(관련경쟁업체조사)</li> <li>- 트렌드 조사(패션트렌드조사)</li> </ul> </li> </ul>
3단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인 선택                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품평회(시제품 평가)</li> <li>- 메인생산 디자인 확정</li> <li>- 생산될 의복 스타일, 컬러, 사이즈, 생산량 구체화, 결정</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인 컨설팅                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획회의/담당자회의(디자인기획, 컨셉설정)</li> <li>- 디자인개발 (일러스트, 샘플제작)</li> <li>- 디자인프레젠테이션(디자인 컨셉 및 세부설명)</li> <li>- 디자인 결정 후 샘플 진행 (5~7일 소요)</li> </ul> </li> </ul>
4단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품 제조                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선택된 샘플 메인 생산</li> <li>- 원단 발주, 봉제(1개월), 검품</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인 발표(사원대표회의 : 품평회)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인 설명</li> <li>- 시제품 반응조사</li> <li>- 최종 디자인 확정</li> </ul> </li> </ul>
5단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통시장으로 전달(백화점, 마트 등)</li> <li>- 소비자 전달</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제작 및 착용                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원단 발주, 봉제(1개월), 검품, 납품</li> <li>- A/S(1개월) 및 사후관리 착용</li> </ul> </li> </ul>

〈표 3〉 유니폼 선행연구 유형별 분류

유형별 분류	연구자
실태조사 및 만족도 조사	서주희(2007), 마선영(2007), 이민주(2008), 서정모, 임재문(2008), 이정실, 조윤주(2012), 나현숙(2012), 차수정(2015)
유니폼의 패턴개발	이영숙(2006), 이영숙, 김순분(2008), 최영림, 남윤자, 최경미(2009), 이민지, 전중숙(2011)
유니폼의 색채조사	김영호(2000), 전지원(2002)
디자인 조형성 및 상징성	김연희, 이재정(2006), 김연희(2006), 김병혁, 이소희(2008), 권기영(2011)
디자인 개발 -한국적 디자인 개발	백보나(2001), 함은정(2005), 강지영(2008), 김민지(2008), 김병미(2009), 정재철, 박선경, 민소정(2012)
디자인 개발 -업종에 따른 디자인 개발	한연희, 남미현, 박명희(2012), 권상희(2013)
디자인 개발 -기업의 특성에 맞는 디자인개발	김장미(2005), 안민영(2006), 임현숙(2013)

으로 이전 시즌의 판매에 대한 분석과 디자인 트렌드에 대한 정보를 분석하고, 소비자에 대한 정보를 분석하는 단계이다. 둘째, 통합의 단계로서 전 단계에서 조사된 정보를 바탕으로 컨셉을 전개하고 샘플을 제작한다. 셋째 선택단계로서 품평회를 통해 향후 생산될 의복의 스타일, 칼라, 사이즈, 생산량에 대한 것을 구체화하여 결정한다. 넷째, 제조단계로서 선택된 샘플을 생산하는 과정이며, 다섯째 유통단계로서 제조된 상품을 적절한 유통시장으로 보내 새로운 제품이 소비자들에게 전달되는 단계로서 설명하고 있다.

유니폼의 디자인 프로세스는 기업이나 단체의 의뢰에서 시작하여 제품의 디자인뿐만 아니라 생산 및 유통과정을 통해 착용대상자에게 제품이 전달되는 것이 최종 목적으로 하고 있으며 이경화(2014)의 연구에서는 유니폼 디자인 프로세스를 총 5단계로 설명하였다. 〈표 2〉는 일반 의류의 디자인 프로세스와 유니폼 디자인 프로세스를 비교한 것이다. 일반의류업체는 전년도 소비자의 분석과 트렌드의 분석을 통해 브랜드의 컨셉에 맞추어 머천다이스와 디자이너가 디자인 전개와 결정의 업무를 담당하는 반면, 유니폼 산업에서는 담당자 회의 및 사원대표회의를 통해 라인이 결정되는 것을 알 수 있다. 유니폼은 기업의 납품을 최종 목적으로 하고 있으므로 착용자의 요구사항, 기존 유니폼의 불만사항 등을 의견수렴을 하여 디자인 방향을 설정하고 이러한

문제를 반영하여 만족 할 수 있는 디자인 안들을 제시하고 디자인 심의 및 결정 과정 후 제품생산의 단계를 통해 전개한다.

#### 4. 유니폼 관련 선행연구

현재와 같이 기업 간의 판매경쟁이 날로 치열해져가고 수없이 많은 제품들이 대량으로 공급되고 있는 시점에서 기업의 판매 촉진 수단으로서 유니폼의 착용은 매우 중요시 되고 있다(김장미, 박혜원, 2006). 이러한 유니폼의 중요성을 인지하고 다양하게 연구되었으며 〈표 3〉은 유니폼에 대한 선행연구를 정리한 것이다.

유니폼에 대한 선행연구를 살펴보면 실태조사 및 만족도조사가 가장 많이 이루어졌으며 특히 유니폼의 만족도가 자기이미지와 직무만족도에 미치는 영향에 대한 연구가 주를 이루고 있다. 차수정(2015)은 헤어샵 종사자들의 유니폼은 작업의 편리성과 같은 기능적인 부분이 중요한 요소 중 하나이며, 헤어샵의 이미지 및 근무자들의 소속감을 나타내는데 중요한 역할을 한다고 하였다. 이정실, 조윤주(2012)는 외식기업의 종업원이 유니폼에 대하여 만족하면 자기 효능감이 높아지고, 자기 효능감이 높을수록 고객지향성도 높아지는 것으로 나타났다. 이렇듯 유니폼에 대한 만족은 자기이미지 형성과 업무에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이러한 중요성

을 인지하고 기성 유니폼에 대한 실태조사, 기업 유니폼의 디자인 사례조사 등이 이루어졌다. 디자인개발에 대한 연구를 보면 한국적이미지를 활용하여 승무원 유니폼(함은정, 2005; 강지영, 2008; 정재철 외, 2012), 호텔 유니폼(백보나, 2001), 전통음식점 유니폼(김병미, 2009), 국립중앙박물관 유니폼(김민지, 2008)등 한국적 디자인 개발이 다양하게 연구되었으며, 업종에 따른 디자인개발로는 간호사 유니폼(한연희 외, 2012) 인라인 스케이트 유니폼(권상희, 2013)등이 디자인 컨셉에 맞게 연구·개발되었다. 특히 업체의 의뢰를 받아 실증적인 연구를 하는 선행연구로는 F유통업체 유니폼(김장미, 2005), 한국담배인삼공사 유니폼(안민영, 2006), 국제한방바이오엑스포 유니폼(임현숙, 2013)등이 있었으며 호텔유니폼의 실증적인 연구는 없었다. 본 연구는 실제 호텔기업의 의뢰를 받아 유니폼 디자인을 기획, 실물 제작하였으며 기업의 C.I.P. 작업에서 이미지 통합을 위한 일부로 활용되는 유니폼의 디자인개발에 그 목적이 있다. 또한 유니폼 디자인프로세스에 입각하여 실제 호텔기업의 유니폼 디자인과 제작을 수행함으로써 목표에 적합한 의상디자인을 제시하는데 의의가 있다.

### Ⅲ. 호텔기업 I 업체의 유니폼 디자인 프로세스

#### 1. 1단계 디자인 의뢰

유니폼 디자인 프로세스의 1단계에서는 유니폼을 착용하는 기업이나 관공서 등으로부터 디자인 의뢰가 들어오면, 온라인 및 전화 상담을 하며, 필요에 따라 업체를 방문하여 미팅을 통해 유니폼 종류 및 수량, 납품 날짜 등을 상담한다. 본 연구는 호텔기업 I업체로부터 유니폼 디자인 의뢰가 들어온 것을 시작으로 1차 미팅을 진행하였으며, 호텔 측은 세련된 이미지와 어울리는 유니폼 디자인을 요구하였다. 특히 2016년 리뉴얼하는 레스토랑 '레폰티나'의 유니폼은 경쟁기업인 A업체와 B업체의 레스토랑 유니폼을 참고로 하기를 요구하였으며, 프론트 데스크의 유니

폼도 B업체의 도시적이고 세련된 이미지를 선호하였다.

#### 2. 2단계 사전조사

2단계에서는 의뢰받은 업체에 대한 사전조사를 실시한다. 의뢰처의 기업이미지와 경영비전 등 유니폼을 의뢰한 회사의 C.I.를 중심으로 조사한 뒤 주요 경쟁업체들과 패션트렌드등을 세밀하게 조사·분석한다. 이때 업종에 따른 디자인, 컬러, 아이템, 소재등을 패션트렌드와 함께 분석하여 감각적인 디자인이 될 수 있도록 한다.

##### 1) 수요처 조사

수원시 중심부에 위치해 있는 호텔기업 I업체는 경기도 최초의 인터넷서널 호텔이다. 호텔기업 I업체는 합리적인 가격과 고품격의 맞춤형 서비스를 유지하기 위하여, 고객에게 필수적으로 필요하지 않는 벨맨, 도어맨, 대리주차와 같은 불필요한 서비스를 없애고, 반면에 고객들의 만족을 충족시키고 집과 같은 편안한 느낌을 주기 위한 필수적인 서비스와 시설은 반드시 제공하고 있는 실용주의를 표방하는 호텔이다. 또한 미팅 컨벤션룸과 그랜드 웨딩홀 컨벤션 장소를 통해 럭셔리한 시설과 서비스를 제공하며, 뷔페 레스토랑 '레폰티나'에서는 각종 모임과 행사가 가능한 4개의 Private Dining Room을 갖추어 고객에게 최고의 서비스와 가치를 제공하려는 의지를 담고 있다.

호텔기업 I업체는 실용적이며, 호텔의 품격을 지키는 서비스를 제공하고 있으며, 인테리어 또한 기업의 C.I. 컬러인 레드와 고급스러운 그레이, 브라운 톤을 적절히 사용하여 고객에게 안정감과 세련된 이미지를 준다.

##### 2) 경쟁업체 조사

호텔기업에서 요구한 경쟁기업 A와 B업체의 유니폼 조사를 위하여 방문하였으며, 조사한 내용은 <표 4>와 같다.

두 업체 모두 호텔의 전체적인 디자인컨셉, 인테리어에 어긋나지 않도록 통일감 있게 제작되

〈표 4〉 경쟁업체의 사전조사

분류	유니폼 특징
A 업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 최초의 디자인 호텔로서 호텔기업의 트렌디함과 세련됨이 유니폼에 적용 되어 있음.</li> <li>• 전통적인 호텔의 개념에서 벗어나 도시적인 감성과 독특한 디자인, 드라마틱한 공간과 색감이 조화를 이루고 있으며 새로운 라이프스타일을 제안하는 호텔임.</li> <li>• 트렌드가 빠르게 변하고 다양한 개성이 살아 숨 쉬는 서울의 다양성과 혁신성을 상징해 인테리어, 예술작품, 유니폼까지 호텔기업만의 스타일을 선보이고 있음.</li> <li>• 트렌디함과 세련됨을 표현하기 위해 도시적인 시크함을 주는 톤 다운된 그레이 컬러와 차가운 소재의 원단을 사용하여 유니폼에 반영함.</li> <li>• 현재 착용하는 유니폼은 11종이며 이중 가장 대표적인 유니폼은 시크한 블랙가죽 자켓과 핏되어 몸매를 강조해주는 세련된 블랙 상의와 진그레이 팬츠를 착용한 유니폼이 있음.</li> </ul>
B 업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 북미 산장분위기의 조형미와 함께 자연친화적인 외관을 자랑하는 리조트임.</li> <li>• 인테리어 또한 자연에서 모티브를 받아 브라운톤의 깔끔하고 세련된 디자인.</li> <li>• 포플러 우드에서 느껴지는 목재결의 부드러운 레스토랑의 인테리어와 린넨소재의 내추럴함이 어우러져 깔끔한 이미지 줌.</li> <li>• 브라운톤의 인테리어에 검정색과 화이트의 단정한 정장라인과 화이트와 그레이의 레스토랑 유니폼이 어우러져 세련된 이미지를 줌.</li> </ul>

있으며 직원의 활동성을 고려한 세련된 유니폼 디자인으로 호텔의 C.I.를 자연스럽게 나타내고 있었다.

### 3. 디자인 컨설팅


3단계에서는 2단계의 사전조사를 바탕으로 디자인 컨설팅 작업을 실시한다. 담당자와의 기획회의를 거쳐 의뢰업체의 컨셉과 레퍼런스 이미지를 참고하여 디자인을 기획하고, 컴퓨터를 활용하여 여러 시안을 제시하여 선택 할 수 있도록 한다. 선택 된 시안 중에서 디자인과 가장 매칭되는 원단 스와치를 다양하게 제안하여 최종유니폼 디자인을 선정하고 업무에 따른 활동성과 기능성 등을 고려하여 샘플 제작한다.

#### 1) 디자인 컨셉 설정

호텔기업 I업체의 유니폼 디자인개발은 외적으로는 ‘새로운 편안함’과 ‘호텔기업 I업체만의 럭셔리한 이미지’를 갖도록 기본방향을 설정하며 내적으로는 직원들의 책임감 및 자기역할 인식, 즉 소속감 및 자부심 고취, 사명감 및 업무능률 향상을 위한 디자인으로 방향을 설정하였다. 따라서 디자인은 기존의 이미지를 탈피하여 기

능성 및 활동성을 향상시키고, 패션성을 부여하고 현대적 감각을 추구하였으며, 색상은 유행에 민감하기 않고 세련된 분위기의 저채도 색상을 사용하였다. 또한 소재는 형태감이 우수하고 고급스러운 양모나 모혼방 직물을 사용하였으며, 맞춤형 패턴과 봉제를 통하여 활동성과 착용감을 편안하게 하였다. 사전조사를 기반으로 〈표 5〉와 같이 디자인 방향을 설정하였다. 호텔기업 I업체의 유니폼 디자인을 위해 전체적으로 로고 색상과 로고등을 적극 활용하여 브랜드이미지 및 호텔의 통합적인 이미지를 상징적으로 구축하였다. 김병혁,이소희(2008)는 유니폼에서 상징 표현 요소로 심볼, 로고, 엠블럼과 같은 표상이 있으며, 이 요소들은 이해 복잡하지 않은 단순화의 기호로 소속집단의 계급상징과 획일화된 단결성이 표현되고 있다고 하였다. 그러므로 유니폼 디자인 시 가장 우선적으로 고려한 부분은 호텔기업 I업체의 로고색상을 유니폼의 디테일에 활용하여 타 기업과 차별화된 디자인을 기획하는 것이었다. 또한 로고와 심볼을 활용한 텍스타일 디자인을 개발하여 넥타이와 스카프와 같은 악세서리와 의복의 디테일에 응용하여 직무별, 계급별 포인트를 주었다. 업무의 특성에 따라 유니폼의 디자인 스타일을 달리하여 구분하였으며, 착용자의 작업능률을 올릴 수 있도록 요구사

〈표 5〉 호텔기업 I업체의 디자인 방향 설정

구분	디자인 소스	내 용	
1 단계	호텔기업 I업체의 C.I. 및 사전조사		
2 단계	타 호텔 사전조사	A,B 업체의 유니폼 사전조사 및 패션트렌드 조사	
3 단계	디자인 키워드	Modern(simple), Comfortable, Identity(graphic)	
	컨셉	ibis Hotels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비즈니스 전문서비스를 위한 도시감각의 세련된 디자인을 강조</li> <li>• 공간적 조화가 있는 감각적이고 전문성을 위한 기능적 유니폼</li> </ul>
		Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인, 공간, 기능과의 조화 강조</li> <li>• 모던한 감각의 절제된 라인을 강조하며, ibis Hotels만의 textile을 절제 있게 사용하여 감각적으로 디자인함</li> </ul>
	Silhouette	• 기능적이고 세련된 fit을 위한 절개선의 활용으로 세련된 라인 강조	
	Color	• ibis Hotels의 메인 컬러인 red를 포인트 컬러로 사용하여 아이덴티티를 표현함	
Detail	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ibis Hotel만의 textile을 개발하여 넥타이 및 스카프, 포인트에 활용</li> <li>• textile의 color variation으로 계급의 차이를 가질 수 있는 장점이 있음.</li> </ul>		



〈그림 1〉 심볼마크와 로고타입

항을 수렴하여 기능성을 뒷받침 하였다. 직급의 구분을 위해 넥타이, 스카프와 같은 악세서리를 활용하거나 혹은 유니폼의 아이템, 색상을 달리 하여 구분하고자 하였다.

2) 디자인 개발

조사된 기초자료를 토대로 다양하고 창의적인 디자인 전개를 하는 과정이다. 호텔기업 I업체의 이미지와 C.I.에 부합되는 디자인을 위해 용도별

유니폼의 아이템을 선정하였으며, 메인컬러와 서브컬러를 중심으로 컬러를 전개하여 통일감을 주고 텍스타일디자인을 하여 악세서리에 응용하였다. 소재는 각 유니폼의 기능성과 심미성에 따라 선택하여 제작하였다.

(1) 심볼 마크와 로고

심볼마크는 호텔기업 C.I.의 가장 대표적인 시각이미지로서 기업의 사회적 개성을 나타내며



모든 시각 커뮤니케이션의 핵심도구이다.

로고 타입은 국문, 영문 로고타입으로 제작되었으며, 유니폼 디자인을 위해 텍스타일디자인 및 자수에 활용되었다(그림 1).

(2) 메인 컬러와 서브 컬러


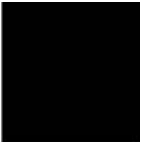

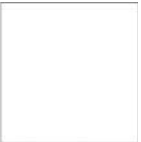


호텔기업의 메인 컬러는 심볼마크, 로고타입과 더불어 호텔기업 I업체의 이미지 통합 시스템에서 시각적 이미지를 형성하는데 매우 중요한 요소이다. 그러므로 유니폼 디자인에 있어서 기업 C.I.의 메인컬러를 활용하여 기업의 이미지를 색상으로 인식시켜 이미지 상승효과를 얻을 수 있다. 유니폼디자인을 위해 호텔기업의 전체적인 분위기와 잘 어울리는 의복의 메인컬러를 정하고 메인컬러를 중심으로 하는 서브컬러를 활용하여 기업의 총체적 이미지를 확립시키고 많은

응용시스템에 적용하여 일관되고 다양한 시각 이미지를 보여줄 수 있다(그림 2).







(3) 텍스타일 디자인

호텔기업들은 주로 호텔의 C.I. 색상과 이미지를 유니폼의 색상과 소재에 반영하거나 포인트 색상으로 활용하고 있다. 호텔기업 I업체의 유니폼 또한 메인컬러인 레드를 중심으로 텍스타일 디자인을 전개하여 유니폼에 공통된 포인트를 주었으며, 로고를 의복의 디테일에 부각시켜 기업의 아이덴티티를 강조하였다(그림 3).

텍스타일 디자인은 주로 넥타이와 스카프에 활용하였으며, 컬러에 차별을 두어 직급별로 구분하였다. 또한 악세서리 외에 의복안감의 바이어스 포인트로 응용하여 제품의 완성도를 높이고 디테일한 부분까지 기업의 이미지를 표현하

					
PANTONE® 19-4326	PANTONE® Black	PANTONE® 17-1564	PANTONE® White	PANTONE® 18-4314	PANTONE® Coolgray 2C
Main color			Sub color		

〈그림 2〉 호텔기업 I업체의 유니폼 컬러

텍스타일 디자인				
텍스타일 디자인 응용 (넥타이, 스카프 디자인)				

〈그림 3〉 C.I.를 활용한 텍스타일 디자인 및 Acc디자인

〈표 7〉 연회예약실 유니폼 디자인

구분	도식화
디자인	
아이템 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 여자 직원</li> <li>· 하이백의 곡선적인 네크라인의 자켓과 원피스 구성.</li> <li>· 일반직원은 직급별로 원피스의 디테일에서 디자인으로 차이를 줌. (네크라인의 포인트 카라 비대칭라인의 두께를 달리하여 직급별 차이를 둠)</li> <li>· 매니저급은 자켓과 블라우스,스커트를 착용하며, 직급별 컬러와 아이템으로 구분함</li> </ul>
컬러	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 직급별 유니폼 컬러변동</li> <li>· 네이비 색상의 원피스에 C.I.컬러인 레드컬러의 배색을 네크라인에 넣어 도시적인 이미지를 줌.</li> <li>· 원피스의 레드 포인트와 어울리는 자켓과 블라우스/스커트를 착용함</li> </ul>
C.I. 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주로 착용되는 아이템이 원피스이므로 호텔 C.I.이미지를 공통으로 넣어줄 요소로서 레드컬러의 라인을 네크라인에 포인트함</li> <li>▶ 네크라인에 호텔의 시그니처컬러를 절제된 라인으로 비대칭 포인트를 주어 세련된 도시적인 감각을 강조함</li> <li>▶ 직급별 네크라인 포인트의 레드컬러 면적을 다르게 하여 차이를 줌</li> <li>▶ 웨딩과 연회를 위한 상담을 주로 하는 업무이므로 매니저급 자켓에서는 엘레강스한 이미지를 주기 위해 자켓의 밑단에 플라운스를 주어 여성스러움 강조.</li> <li>▶ 호텔 C.I.컬러와 동일한 레드컬러의 자켓으로 포인트를 줌.</li> </ul>



도록 노력하였다. 프린트는 디지털텍스타일프린트(D.T.P.)를 이용하여 원단에 표현하였으며, 각각의 활용성에 맞는 원단에 프린트하였다.

(4) 유니폼 디자인

실용적이고 품격 있는 서비스를 추구하는 호텔기업 I업체는 고급스러운 인테리어의 브라운톤에 생동감 있는 레드컬러를 포인트로 하고 있으며, 유니폼 또한 동일한 이미지를 추구하며 실용적인 젊은 감각을 주기 위해 디자인하였다. 서정모, 임재문(2008)은 직원들의 유니폼에 대한

만족도는 심리적으로 느끼는 직원들 자신의 이미지와의 밀접한 상관관계를 가지고 있으므로 새로운 유니폼을 제작하고자 할 때에는 각 업장의 특성과 직원들의 '실용성'과 '편리성' 그리고 '전문성'을 고려한 유니폼을 제작하여야 한다고 하였으며, 양리나, 최나영(2002)은 유니폼의 구성을 자켓, 스커트, 블라우스, 조끼, 원피스, 팬츠 등으로 나누어 분류하여 색상과 패턴의 선호도에 대해 연구한 결과 자켓, 스커트, 원피스의 아이템에서 무늬가 없는 단색을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 또한 가장 선호하는 색상은 검정색이었으며, 남색과 회색도 선호하는 색상이었

〈표 6〉 프론트 데스크 유니폼 디자인

구분	도식화
디자인 (남자)	
디자인 (여자)	
아이템 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 남자 직원                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 테일러드 칼라의 싱글자켓(2버튼)과 와이셔츠, 바지로 구성.</li> <li>· 약세서리로 C.I.텍스타일 프린트한 넥타이를 착용.</li> </ul> </li> <li>▶ 여자 직원                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 테일러드칼라 싱글자켓(2버튼)과 원피스 구성.</li> <li>· 일반직원은 원피스와 약세서리 착용, 매니저급은 자켓과 원피스, 약세서리 착용.</li> <li>· 약세서리로 C.I.텍스타일 프린트한 스카프 착용</li> </ul> </li> </ul>
컬러	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 직급별 유니폼 컬러변동                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 일반직원은 네이비 컬러(PANTONE 19-4326), 매니저급은 진그레이 컬러 (PANTONE 18-4314) 착장으로 구분함</li> <li>· 넥타이와 스카프 컬러 변동함으로써 직급 구분함 (네이비/레드 컬러)</li> </ul> </li> </ul>
C.I. 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 자켓의 라펠에 호텔의 시그니처컬러인 레드컬러를 절제된 라인으로 비대칭 포인트를 주어 세련된 도시적인 감각을 강조함</li> <li>▶ 남자 직원 와이셔츠의 카라에 시그니처 로고자수를 넣어 고급스러움을 줌</li> <li>▶ 넥타이, 스카프등 약세서리에 호텔의 로고를 D.T.P.(디지털 텍스타일 프린트) 원단을 사용하여 특별한 디자인으로 제작함으로써 브랜드이미지 강조함</li> </ul>

다고 하였다. 이러한 선행연구와 유니폼을 착용할 직원들의 의견을 수렴하여 시각적으로 우아하고 고급스러운 디자인의 ‘심미성’과 업무 수행에 지장이 없도록 고안된 ‘실용성’ 그리고 호텔 업무의 성격과 어울리는 ‘전문성’을 보여줄 수 있는 호텔기업 I업체만의 유니폼을 디자인하였다.

3) 디자인 결정

호텔기업 I업체의 유니폼 종류는 크게 Front Office(Front Desk & Guest Relation Officer), F&B(식음업장&주방&연회장), House Keeping, 총무 부분(인사, 재무, 구매), Shopping(면세점)등 해당 부문별로 나누어진다. 브라운톤의 인테리어에 세련된 이미지로 보이는 네이비 컬러를 메인 컬러로 선택하였으며, C.I.대표컬러인 레드컬러를 포인트로 통일성 있게 디자인 하였다.

(1) Front Office - 프론트 데스크 (남/여) 디자인

Front Office는 고객과 호텔의 첫 접점 업장인


만큼 직원 유니폼이 호텔의 대표격이므로 호텔의 시그니처가 되는 유니폼 디자인이 필요하다 (표 6).

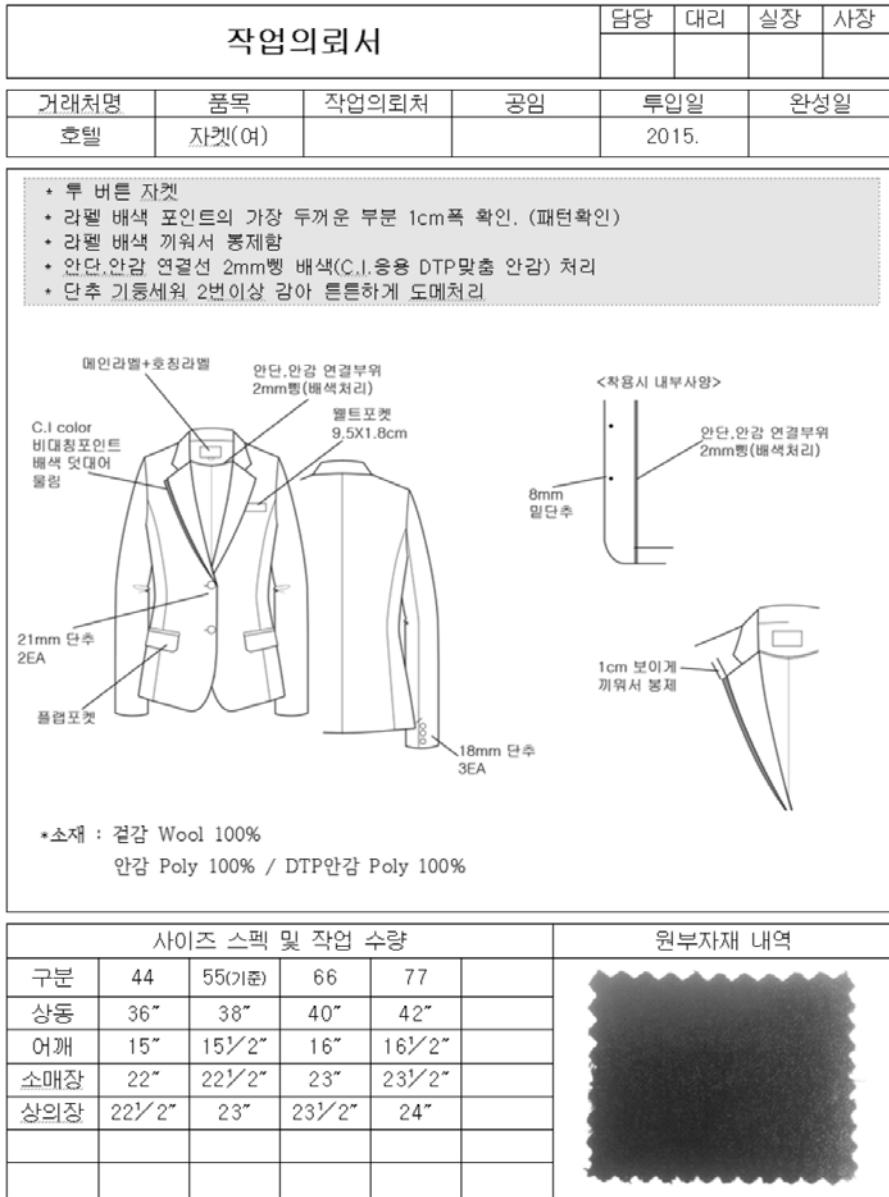
남자직원은 네이비 컬러를 사용한 테일러드 칼라의 싱글재킷과 바지정장을, 여자직원은 동일한 자켓에 원피스 스타일로 결정하였으며, 라펠에 C.I.컬러의 비대칭 포인트를 주어 생동감 있고 세련된 이미지를 포인트로 주었다. 호텔의 시그니처를 강조하기 위해 C.I.를 활용한 넥타이와 스카프를 세트로 착용하였으며, 남자직원의 와이셔츠 칼라에는 호텔기업 I업체의 로고자수를 포인트로 하였다. 또한 유니폼을 직급별, 업무 성격별로 컬러를 구별하여 디자인함으로써 착용자에게는 분명한 소속감을 주고 상대방에게 구분이 용이하도록 컬러를 다르게 사용하였다.

(2) F&B - 연회예약실 (여) 디자인

서정모, 임재문(2008)은 유니폼에 대한 만족도 부분에서 여자 직원은 유니폼의 심미성 요인에 높은 만족도를 보이고 남자직원은 기능성에 높은 만족도를 보인다고 하였다. 호텔기업 I업체의

<표 8> 레스토랑 레 폰티나 유니폼 디자인

구분	도식화
디자인	
아이템 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 기본 구성 : 블라우스, 바지, 에이프런, 보우타이 착용</li> <li>▶ 직급별 베스트 착용으로 구분함</li> </ul>
컬러	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 흰색 블라우스에 검정색 바지로 깔끔하고 세련된 이미지 강조</li> <li>▶ 진그레이 컬러(PANTONE 18-4314)의 에이프런과 블라우스배색, 보우타이 등 동일한 소재로 포인트를 줌.</li> <li>▶ 에이프런에 연그레이(PANTONE Cool gray 2C)로 필기체 ‘레 폰티나’ 자수레터링을 크게 포인트하여 고급스러움을 더함</li> </ul>
C.I. 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 서빙복은 레스토랑을 찾는 고객이 처음으로 대하게 되는 직원의 유니폼이므로 호텔이 추구하는 품위와 레스토랑 이미지를 살려 친근감 있고, 세련미가 돋보이도록 제작한다.</li> </ul>



〈그림 4〉 여자 자켓 작업의뢰서

연회예약실은 모두 여자직원으로 이루어져 있으며, 웨딩&컨벤션을 위한 상담 역할을 수행하기 때문에 직원 본인의 아름다움을 중요시하는 직분이다. 그러므로 인체활동을 방해하지 않으면서도 능률을 올리며, 착용자의 미적인 욕구도 충족시켜줄 수 있는 아름다운 유니폼을 요구하였

으며, 요구사항에 따라 여성스러운 곡선을 활용한 우아한 자켓과 원피스 형의 유니폼을 결정하였다. 일반직원은 원피스만 착용하기 때문에 원피스의 넥라인에 테일러드 칼라의 포인트를 응용하여 디자인하였으며, 매니저급은 호텔기업의 C.I.컬러인 레드컬러의 우아한 자켓을 함께

착용하여 세련미를 강조하였다(표 7).

### (3) F&B - 레스토랑 레 폰티나 홀서빙 (남/여) 디자인

프리미엄 라이브 레스토랑인 '레 폰티나'는 북유럽 풍의 인테리어를 통해 편안한 이미지를 주고 있으므로, 이러한 분위기와 어울리는 유니폼 디자인을 위해 컬러톤과 북유럽풍의 디자인을 컨셉으로 디자인하였다. 유니폼의 스타일은 블라우스와 바지를 기본 아이템으로 하여 활동에 불편함이 없도록 디자인하였으며, 편안해 보이는 인상과 산뜻한 느낌을 주는 동시에 고급 레스토랑의 이미지를 전달할 수 있도록 컬러의 배색에서 세심하게 주의를 기울였다. 소재의 사용에 있어서도 블라우스의 네크라인과 소매 안쪽 배색, 에이프런등 북유럽풍의 내추럴함과 어울릴 수 있도록 린넨 소재를 사용하였으며, 직원들의 활동성을 위하여 소매의 트임과 원단, 앞치마의 기장 등에 기능성을 고려하여 디자인하였다(표 8).

유니폼디자인 진행 시 가장 중점을 두는 부분은, 호텔의 브랜드 이미지와 C.I.를 패션에 어떻게 표현을 하는가이다. 전체적인 컨셉과 스타일을 결정 한 후에 세부적인 디자인 부분을 결정하며 1차, 2차, 3차의 P.P.T.제안서 미팅과 샘플미팅, 해당 부서의 부서별 미팅을 통해 직무의 특성에 맞는 기능적인 측면까지 반영하여 완성하게 된다.

#### 4. 제작 및 착용

4단계는 샘플제작 된 유니폼의 최종 컨펌을 받기위해 디자인 컨셉과 특징, 포인트등을 설명하는 단계로 의뢰처의 사원대표회의(품평회)등을 통해 P.P.T.발표하는 경우도 있으며, 최종 회의 후 디자인이 확정되면 제작에 들어간다. 마지막 5단계는 최종 확정된 유니폼을 메인생산 하는 핸들링 단계로 완성 후 검품을 거쳐 납품하게 된다. <그림 4>는 메인생산을 위한 작업지시서로서 작업처에 의뢰하기 위해 만든 것이다. 도식화와 부자재, 옷의 치수등을 작성하고 디자인의 상세사항, 주의사항을 기입하였다. 실제 생산을 위해서는 모든 아이템의 작업지시서를 작성하였으며, 본 연구에서는 자켓만 제시하였다. 이러한

과정들을 통해 유니폼을 생산하며, 일반패션의 류와는 달리 디자이너의 주관적 미의식을 배제하고 의뢰처만이 착용할 수 있는 차별화된 유니폼을 디자인·기획하기 때문에 의뢰처에 대한 철저한 조사가 선행되어야 한다.

유니폼의 사이즈는 한국표준규격 치수별로 샘플을 제작하여 개인별 착용 후 치수를 정하며, 표준규격과 크게 상이한 경우는 별도로 구분하여 맞춤 제작한다. 이는 향후 유니폼에서 치수에 대한 불만을 최소화하기 위해 실시하며, 납품 후 사이즈 이상에 대해서는 즉시 A/S함으로써 제조상의 품질저하를 방지한다.

## IV. 결론

본 연구는 기업의 실질적인 유니폼 디자인 프로젝트를 수행한 사례로서 호텔기업 I업체의 프론트데스크, 연회예약실, 레스토랑 홀서빙 유니폼을 디자인 개발 하였다.

호텔기업의 유니폼은 기본적으로 호텔 종사원의 식별과 업무 수행에 따른 기능적인 목적으로 착용되고 있으나, 호텔의 독자적인 이미지를 표현하고 고객에게 호텔의 서비스 지향성을 전달하기도 한다. 이에 따라 유니폼이 지니는 의미도 커져 호텔만의 특성과 개성을 살리는 유니폼 디자인을 위해 유명 디자이너에게 디자인 의뢰를 하기도 한다. 이렇듯 유니폼은 기업의 이미지를 전달하는 C.I.P.의 시각언어로서 역할을 담당하고 있으며, 직원들의 역할과 업무의 능률을 높여 고객들에게 긍정적인 서비스를 제공하는 효과를 불러일으키므로 그 중요성은 더욱 강조되고 있다.

이에 호텔기업에서 착용하는 유니폼 디자인의 중요성을 인식하고, 기업의 C.I.를 분석하여 독창적이고 합리적인 유니폼디자인을 연구하는데 목적을 두고 있다. 디자인을 위하여 호텔유니폼의 특성과 기업의 C.I.P.에 대해 알아보고 유니폼디자인 프로세스(5단계)를 바탕으로 수원에 위치한 호텔기업 I 업체의 유니폼을 디자인하였다. 본 연구를 통해 외적기능으로서 C.I.를 포인트로 타 호텔기업과의 차별화와 시각화된 이미지를 표현하였으며, 홍보 및 세련되고 신선한 일체감을 나타내었다. 내적 기능으로서 직원들의

책임감 및 자기역할 인식, 즉 소속감 및 자부심 고취, 사명감 및 책임감 향상, 그리고 업무능력 향상을 위한 디자인으로 방향을 설정하였다. 따라서 유니폼 디자인은 기존의 이미지를 탈피하여 기능성 및 활동성을 향상시키고, 패션성을 부여하고 현대적 감각을 추구하였으며, 색상은 호텔기업의 C.I.를 나타내고 인테리어 및 분위기와 어울리며, 유행에 민감하지 않으면서도 세련된 이미지의 색상을 사용하였다. 또한 소재는 활동성을 향상시키고 세탁성이 좋은 양모나 모혼방직물을 사용하여 형태적 안정감과 고급스러움을 주었다.

이러한 실증적 디자인 개발은 호텔기업 I업체의 C.I.에 맞는 유니폼이미지를 구축하고 긍정적인 서비스를 실현하는데 도움이 될 것으로 기대하며, 또한 본 연구는 기업과 연결된 연구로서 실제 기업과의 유니폼 디자인 개발에 기초자료가 된다.

## 참고문헌

- 김영호. (2000). 박람회 도우미 유니폼디자인 배색에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 12(2), 320-337.
- 김장미. (2005). *유니폼 디자인 개발연구 : F유통업체 사례를 중심으로*. 창원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김연희. (2006). 시각기호 3차원을 활용한 유니폼 디자인에 나타난 상징표현 방법 및 특징에 관한 연구. *기초조형학연구*, 14(4), 123-131.
- 김연희, 이재정. (2006). 유형별 유니폼 디자인의 효과적인 상징표현 방법. *한국복식학회*, 51(8), 148-159.
- 강지영. (2008). *한복을 응용한 항공기 승무원 유니폼 디자인 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민지. (2008). *한국의 국가 상징을 활용한 국립중앙 박물관 유니폼 디자인 개발*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김병희, 이소희. (2008). 유니폼 디자인의 이미지 표출에 관한 연구-유니폼이 상징적 기호를 중심으로. *한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집*, 12(2), 341-349.
- 김병미. (2009). 한국적 문양의 자카드 직물 개발에 의한 한스타일 교복 연구. *한국의상디자인학회지*, 11(1), 123-132.
- 권기영. (2011). 유니폼의 양면성을 도입한 현대 패션디자인의 상징성 이미지에 대한 연구. *한국의류산업학회지*, 13(4), 478-486.
- 권상희. (2013). 인라인 스케이트 국가대표 유니폼 디자인 개발에 관한 연구. *한국패션디자인학회지*, 12(2), 53-72.
- 나현숙. (2012). *국내 기업 유니폼 디자인 사례연구*. 전남대학교 대학원 의류학과 석사학위논문.
- 두산백과사전. 자료검색일 2016.07.04., 자료출처 <http://www.doopedia.co.kr>.
- 마선영. (2007). *철도교통 집객종사자의 유니폼에 대한 지각과 만족에 관한 연구 : 철도공사를 중심으로*. 서울시립대학교 대학원 석사학위논문.
- 박민여, 강희경. (1994). 유니폼 디자인 이론 설계 및 그 적용에 관한 연구. *경희대학교 논문집*, 23, 569-590.
- 박혜정. (1998). *의상디자인 프로세스를 적용시킨 대학원복 디자인 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 백보나. (2001). *호텔종업원 유니폼 개발을 위한 디자인 방법 제안 - 한국 전통미의 현대적 활용을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 서주희. (2007). *치과위생사의 유니폼 인식이 전문직 이미지와 직업 만족도에 미치는 영향*. 연세대학교 보건환경대학원 석사학위논문.
- 서정모, 임재문. (2008). 호텔직원의 유니폼에 대한 만족도와 자기이미지와의 관계 연구 : 서울시내 특 1급 식·음료 직원을 대상으로. *관광연구*, 22(4), 111-131.
- 양리나, 최나영. (2002). 유니폼 디자인 개발을 위한 실태조사 - 대전지역을 중심으로. *한국의상디자인학회지*, 1(1), 85-98.
- 이경화. (2014). *유니폼의 이해*. 서울: 경춘사.
- 이임정. (2002). *한국전통 장삼문양을 응용한 호텔 유니폼 디자인 개발*. 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문.
- 이종직. (2003). *호텔 직원의 유니폼 만족도가 고객지향성에 미치는 영향*. 세종대학교대학원 박사학위논문.
- 이영숙. (2006). *백화점 여직원의 유니폼 착용실태와 패턴개발에 관한 연구*. 대구대학교 대학원 석사

## 학위논문.

- 안민영, 이연희, 박재욱, 서미아, 진성모. (2006). 업무 유형에 따른 유니폼 디자인 개발에 관한 연구-한국담배인삼공사 유니폼 디자인 사례를 중심으로. *한국의류학회지*, 30(2), 306-315.
- 이영숙, 김순분. (2008). 백화점 여직원 유니폼 개선을 위한 블라우스 패턴연구-D백화점사례를 중심으로. *한국의류산업학회지*, 10(6), 997-1005.
- 이민주. (2008). *항공사 승무원 유니폼 만족도가 직무 만족에 미치는 영향*. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 이민지, 전종숙. (2011). 항공기 승무원의 작업동작을 반영한 여성용 셔츠패턴 개선방안. *복식문화연구*, 19(5), 1019-1030.
- 이정실, 조윤주. (2012). 외식기업 종업원의 유니폼 만족과 신체적 매력이 자기효능감과 고객지향성에 미치는 영향. *한국관광·레저학회지*, 24(7), 187-202.
- 임현숙. (2013). 제천시 국제한방바이오엑스포 유니폼 디자인 개발. *한국패션디자인학회지*, 13(3), 75-89.
- 전지원. (2002). *유니폼의 색채 환경에 관한 연구*. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 정재철, 박선경, 민소정. (2012). 한국적 이미지를 활용한 항공사 여승무원 유니폼 디자인 연구. *한국패션디자인학회지*, 12(1), 55-73.
- 최영림, 남윤자, 최경미. (2009). 유니폼의 이지오더 시스템을 위한 양방향 그레이딩 개발-성인여성 블라우스를 중심으로. *한국의류학회지*, 33(6), 860-868.
- 차수정. (2015). 헤어샵 종사자의 유니폼 착용실태 및 선호도에 관한 연구. *패션비즈니스*, 19(4), 75-91.
- 함은정. (2005). *전통음식점 유니폼 디자인 개발에 관한 연구: 수·복문양의 현대화를 중심으로*. 동서대학교 디지털디자인대학원 석사학위논문.
- 한연희, 남미현, 박명희. (2012). 국내 간호의료인 유니폼 디자인 개발을 위한 연구: 경기도 의료원 간호유니폼을 중심으로. *한국의상디자인학회지*, 14(1), 31-42.
- 호텔용어사전. (2008). *레저산업진흥연구소*. 서울: 백산출판사.