

# 포스트코로나 뉴노멀 시대의 ESG 실천 방안으로서의 지속가능한 패션경향 및 디자인 방향성 연구

이달아 · 김찬호<sup>\*†</sup>

한양여자대학교 산학협력단 연구원 · 한양여자대학교 섬유패션디자인과 교수<sup>†</sup>

## A Case Studies on the Sustainable Fashion Trend and Design as ESG Practice in the Post-Corona New Normal Period

Dal A Lee · Chan Ho Kim<sup>\*†</sup>

Researcher, Industry Research Institute of Hanyang Women's University  
Professor, Dept. of Textile of fashion Design, Hanyang Women's University<sup>†</sup>  
(2022. 7. 29 접수; 2022. 8. 17 수정; 2022. 9. 5 채택)

### Abstract

This study aims to discuss sustainable fashion trends and sustainable design directions that fashion companies are practicing with ESG in the post-corona new normal era. As a research method, this study examined sustainable fashion trends and ESG practices through empirical case studies focusing on each fashion brand's website, including previous research and literature research, using materials such as newspapers and magazines. As for ESG practice plans, they were divided into four categories: technology orientation, design orientation, consumption orientation, and social value pursuit orientation. The sustainable fashion trends were also divided into four categories. First, the trend exhibits cyclical sustainability using pro-environmental materials, such as pro-environmental fibers, recycled fibers, biodegradable fibers. Second, high sensitivity and rare value sustainability were shown using reuse and upcycling. Third, consumption-oriented trends were promoted through slow fashion. Fourth, in order to realize eco-friendly sustainable fashion and ESG as practical ways to pursue social values, there is a trend of integrating sustainability through changes in perception considering people, society, and the environment. Beyond spreading concern about value consumption trends and the environment, it presents a direction for future industries concerning core values with social roles, responsibility, and ethical awareness from various perspectives.

*Key Words:* post-corona (포스트코로나), new-normal (뉴노멀), ESG (환경, 사회, 지배구조), sustainable design (지속가능 디자인)

## I. 서 론

코로나바이러스-19(코로나19)의 예기치 못한 대 확산은 지역적 봉쇄(Lockdown), 재택근무의 전환, 원격근무, 비대면 온라인 수업 등 개인 간

---

<sup>†</sup>Corresponding author; Chan Ho Kim  
Tel. \*\*\* - \*\*\*\* - \*\*\*\*  
E-mail : joauchkim@naver.com

※ 이 논문은 2021년도 정부재원(과학기술정보통신부 여성과학기술인 R&D 경력복귀 지원 사업)으로 한국여성과학기술인육성재단의 지원을 받아 연구되었습니다.

의 접촉을 최소화 하는 사회적 거리두기를 비롯한 비대면 문화가 자리 잡게 되었다. 코로나19로 인한 개인의 일상생활의 변화와 사회적 단절은 생산과 소비 등 막대한 경제적 손실로 이어지고 사회 전반의 커다란 전환점을 맞고 있다(이건희, 2021). 현대사회는 대량생산과 대량소비 중심의 고도의 소비사회로 거대한 경제성장을 바탕으로 과소비 생활방식은 물질적 낭비와 과도한 생산시스템으로 무분별한 환경 훼손과 파괴를 야기했다. 세계 곳곳의 급속한 기후 변화, 지구 온난화 및 환경오염 유발과 코로나19와 같은 새로운 바이러스의 창궐과 환경적, 사회적 문제점의 위기감이 고조되었다. 특히, 패션 산업은 제품 생산에서 판매 및 폐기에 이르는 과정에서 막대한 에너지와 물, 염색과 화학약품의 사용과 환경오염물질의 배출, 전 세계의 탄소배출량의 10% 이상을 차지하면서 환경오염의 주범으로 비난을 피할 수 없게 되었다. 많은 글로벌 패션 브랜드들은 친환경 패션 산업으로 전환을 위해 유기농 소재와 재생 소재를 활용하고, 유해 화학 염료 사용을 줄이는 등 팬데믹 이후 ‘가치 소비’ 물결에서 생존을 위한 지속가능성 사업으로의 전환과 환경보호를 위한 노력을 가속화 하고 있다.

코로나 이후 소비 중심적 문화는 비대면의 언택트 문화의 확산과 온라인을 통한 디지털 전환이 가속화 되고, 새로운 제품의 소비 대신 교환, 대여, 재판매 및 중고거래 등 윤리적인 소비를 촉진시켰다. 코로나19 이후를 의미하는 ‘포스트 코로나(Post-Corona)’는 코로나19의 극복 이후 다가올 새로운 일상을 비롯한 정치, 사회 및 경제적 변화 등에 따라 새로운 기준을 제시하는 뉴노멀 시대로, 생산과 소비에 대한 친환경 및 지속가능한 인식이 더욱 생겨났다. 코로나 19 이후 환경변화의 위기감으로 각 나라들은 온실가스 배출과 탄소 배출을 줄이고, 환경 친화적인 제품 생산과 소비를 늘리는 등 지속가능한 성장과 소비에 대한 논의가 더욱 활발해지고 기업의 지속가능한 경영, 친환경패션, 윤리적 패션, 컨셔스(의식 있는) 패션 등을 비롯한 지속가능한 패션으로의 전환을 위한 적극적인 대책 수립과 긴밀한 협력을 위해 노력 중이다. 환경 규제 강화와 기업의 지속적인 이윤과 성장 및 생존을 위한 ESG(Environmental, Social and Governance)는 지속가능한 경영의 패

러다임으로 급부상하고 있다. 코로나19로 인한 환경, 사회문제의 위기극복과 기업의 지속적인 성장을 위한 세계적인 트렌드로 급부상한 ESG는 2004년 유엔글로벌콤팩트(UNGC)가 처음 사용한 단어로 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)적 요소로 기업 활동에 친환경, 사회적 책임경영, 지배구조 개선 등 투명 경영을 고려해야 지속 가능한 발전을 할 수 있다는 개념(신광철, 2022)으로, 전 세계적인 환경 규제 강화와 기업의 지속적인 성장을 결정짓는 핵심적 기업 경영의 필수 요소로 필수불가결한 중요한 이슈가 되었다. 현재 ESG는 지속가능성 개념과 유사한 개념을 유지하며 여러 분야에 혼용되고 있으며, 국내의 경우 환경적인 측면에만 치우쳐 ESG를 적용하고 있어 다각적인 측면에서 ESG에 대한 연구가 필요하다. 본 연구의 목적은 ESG의 정의와 발생개념을 살펴보고 패션 기업의 ESG 실천사례 분석을 통하여 적극적이고 ESG의 실천방안으로서 표현되는 지속가능 패션 경향을 살펴보고 앞으로 녹색경제 순환 패션 시스템을 위한 디자인의 방향성을 제시한다. 또한 지속가능 패션개념과 ESG 개념의 차이점과 유사점을 비교하여 ESG의 실천방안으로서의 지속가능 패션 경향 분석을 통해 친환경적 지속가능 패션 산업으로 성장할 수 있는 기반과 실현에 실질적 도움이 되고자 한다. 이는 포스트코로나 시대의 ESG 실천을 통해 지속가능한 패션산업으로 성장하고 가치 소비와 업사이클링 소비에 공감하고, 환경을 염려하는 의식을 넘어 적극적이고 다양한 관점에서 인간과 환경, 사회를 생각하는 새로운 가치를 이끄는 지속가능 친환경 패션 비즈니스 모델인 녹색경제순환패션 시스템 구축에 도움을 주는 데 의미가 있다.

## II. 연구방법

연구 방법으로는 이론적 연구와 사례 연구를 병행하여 진행하였다. 포스트코로나 뉴노멀 시대의 ESG 실천방안으로서의 지속가능한 패션경향 및 디자인 방향성을 위한 이론적 연구를 위하여 ESG와 관련된 선행 연구 논문, 전문 기관의 보고서, 전문 서적 및 패션 관련 매거진, 신문, 인터넷

검색을 통한 문헌 연구를 진행하였다. ESG 개념 및 발생개념과 지속가능 패션의 의미를 살펴보고, ESG와 지속가능성의 개념의 차이점을 비교, 분석하였다. 사례 연구 범위는 코로나19 발생 이후 펜데믹이 선포된 2020년을 기준으로 현재까지의 내용을 바탕으로 ESG를 실천하고 있는 패션 브랜드를 대상으로 각 브랜드의 홈페이지와 인터넷 자료 등을 중심으로 ESG를 실천하고 있는 브랜드의 실천 사례를 중심으로 조사, 분석하였다. 자료 수집 과정에서 키워드로 ESG실천 패션 브랜드, ESG 패션, 업사이클링 패션, 지속가능한 패션브랜드, 친환경 브랜드, 지속가능한 패션 브랜드 등으로 국내외 언론사 및 패션 관련 사이트에서 노출되었던 디자인이나 기사화 된 사례 등으로 선정하였다. 특히 환경오염의 주범으로 주목받는 SPA 패션 브랜드 중 활발하게 친환경 및 지속가능 패션과 ESG를 실천하는 패션브랜드, 디자이너 브랜드 및 스포츠 브랜드를 중심으로 자료를 수집하였다. 패션 전문 사이트 보그닷컴(<https://www.vogue.com>)의 디자이너 컬렉션 가운데 업사이클링 및 제로웨이스트를 적극적으로 실천하는 디자이너 브랜드를 설정하고, ESG 평가기준을 바탕으로 ESG를 실천하고 있는 패션 기업을 대상으로 자료를 수집하여 분석하였다.

### Ⅲ. 연구결과

#### 1. ESG 발생배경 및 개념

최근 급부상한 ESG는 새롭게 등장한 개념으로

생각할 수 있지만, 그동안 꾸준히 논의되었던 지속가능성에서 시작된 개념으로 기업의 지속가능한 발전을 달성하기 위한 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 3가지 핵심 가치를 의미한다(ESG포털, 2022). ESG는 2004년 UN Global Compact에서 기업의 성공적인 경영을 위하여 기업의 환경적 요소, 사회적 요소, 지배 구조적 요소로 기업의 수익이나 매출과 같은 재무적인 정보뿐 아니라 환경, 사회적 문제 등 비재무적인 요소를 의미 한다(이나검, 임수영, 2021). 코로나19 사태 이후 패션 기업의 탄소 배출 문제 등 친환경 이슈, 사회공헌의 책임경영, 투명한 지배 구조 개선 등 지속적인 성장 및 생존과 발전의 목표를 달성하기 위해 시작되었다(허가영, 2021). ESG의 구성 요소 중 하나인 환경(Environmental)은 기업이 경영 활동 과정에서 발생하는 환경 전반에 미치는 영향으로 사용하는 자원이나 기후 변화의 주범인 온실가스, 탄소 배출량, 폐기물의 양, 자원의 재활용이나 건전한 폐기물 처리 등의 내용을 포함하고 있다(GS칼텍스 매거진, 2021). 사회(Social)는 기업으로서 마땅한 사회적 책임을 얼마나 수행하는지에 대한 항목으로 기업의 권리와 의무, 책임 등의 요소를 포함하며 인권이나 지역사회 기여와 연결, 노동자의 처우나 다양성 존중, 기업이 관계 맺은 지역사회나 협력회사 및 이해관계의 기관 등에 대한 영향을 일컫는다. 마지막으로 지배구조(Governance)는 기업 경영의 투명성으로 의사결정 과정이나 기업구조, 인사 또는 경영 정책 등이 책임성 있게 운영되는지 판단하는 요소를 말한다. 기업의 경영진과 이사회, 주주 및 회사의 다양한 이해관계자의 권리와 책임에

〈표 1〉 ESG 개념 및 세부요소

의미	세부 요소
환경(Environmental)	- 기후 변화와 탄소배출 - 환경오염, 환경규제 및 유독물질 배출 - 자원 및 폐기물 관리, 에너지 효율
사회 (Social)	- 고객만족, 데이터 보호 및 프라이버시 - 고용평등, 고용 다양화, 인권, 노동, 성별 및 다양성 - 지역사회 관계 공급망 관리, 근로자 안전 등
지배구조(Governance)	- 이사회, 임원보수, 및 감사위원회 구성 - 로비, 정치 기부 및 정치 후원 - 기업 윤리, 공정 경쟁, 컴플라이언스 및 기업경영의 투명성

대한 영역으로 이사회, 다양성, 임원 급여, 윤리 경영 및 감사 기구 등이 강조, 기업의 지속 경영을 위한 투명성 등이 보장되어야 한다는 내용이 포함되어 있다(박경애, 허순임, 2022). ESG 개념과 세부 요소를 통합하여 <표 1>에서와 같이 정리하였다.

ESG를 세계적인 트렌드로 수용하는 원인 중 하나는 환경과괴의 심각성과 윤리와 가치 소비를 중시하는 MZ 세대들의 지속가능한 소비에 대한 인식의 변화와 가치소비에 대한 관심이 반영되었다고 할 수 있다. 자연환경 변화로 사회적인 위기의식은 기업의 지속가능한 성장과 경영과 기업투자를 위한 지표로서 ESG를 적용하게 되었다. 삼성경제연구소의 보고서에 의하면 그동안 기업의 성장 및 가치 기준은 재무제표와 같은 단기적·정량적 지표에 의해 평가되어왔으며 코로나19로 인한 경제적 위기와 환경 위기에 직면한 최근, 기업이 사회에 미치는 영향력이나 책임 있는 활동 등이 중요시 되며 이는 기업과의 직접적인 투자와 연결되어 ESG와 같은 비재무적 가치의 중요성이 더욱 증가하게 되었다. ESG는 규범적, 통합적, 도구적, 정치적 관점에 따라 다양하게 해석하기도 한다. 규범적 관점에서 ESG는 사회의 목표와 가치 측면에서 바람직한 정책을 추구하고 기업인들이 준수해야만 하는 의무를 뜻한다. 통합적 관점에서 ESG는 특정 시점에서 사회가 조직에 대해 갖는 경제적, 법적, 윤리적, 자율적 기대를 포괄하며 이해관계자 간의 기대에 부합하는 내용을 포함한다. 도구적 관점에서 ESG는 기업의 사회적 책임은 투자 형태로 기업에 적절한 CSR 투자 수준을 결정해야 하는 투자 의사 결정을 반영한다고 할 수 있으며 정치적 관점에서는 정부가 기업이 공공재의 공급자로 책임 있는 비즈니스를 제공하는 것을 의미한다(KRX ESG 포털, 2022). 즉, ESG는 사회적 책임투자를 가능하게 하는 지표로서 단순한 기업의 기술혁신과 개발, 재무적인 이익 추구뿐 아니라 사회와 환경, 인간을 중시하는 가치와 윤리적인 책임을 다하는 기업에게 투자할 수 있는 글로벌 기준으로서의 역할과 지속가능한 발전으로 사회적 이익에 영향을 주는 것을 목표로 인류와 기업의 생존과 번영에 직결되는 핵심적인 가치로 자리매김하고 있다(효성뉴스룸, 2021). ESG의 중요성이 증가하고 있는 가운데

ESG를 성과 보고한 기업의 비율 역시 매년 증가하고 있다. 글로벌 패션 기업들도 높은 ESG의 평가 기준을 요구하고 있으며 이를 통해 패션 기업의 경영이나 투자에 대한 내용들이 어떠한 기준으로 ESG를 평가하고 실행할 수 있는지 구체적인 지침과 기준이 요구되고 있다. ESG는 전 세계의 약 100개의 전문평가기관에 의해 평가되고 있다. 대표적인 ESG 전문기관으로는 MSCI(모건스탠리인터네셔널), RobecoSAM(로베코샘), Sustainalytics(서스테이널리틱스) 등이 있으며 국내의 경우 한국기업지배구조원(이하 KCGS), 서스틴베스트, 대신경제연구소 3곳에서 ESG평가를 실시하고 있다(박민석, 2021). 글로벌 평가기관의 경우 국가별 특수성, 각 나라별 법제나 환경, 평가 지표의 상이한 점을 반영하지 못하는 어려움과 각 평가기관별로 ESG평가 항목과 가중치를 다르게 두고 있어 기관별 평가등급의 차이 등 여러 문제점이 속출하고 있다. 또한 ESG 활동에 대한 정보의 비교가능성이나 신뢰성이 낮고 일관된 보고기준이 확립되어 있지 않아 기업별 ESG 공시수준의 큰 편차 등 기관마다 상이한 ESG 평가와 ESG 정보의 신뢰성 부족 등이 ESG 활성화에 걸림돌이 되고 있다는 평가를 받고 있다(임호동, 2021). 이러한 혼란을 해결하기 위해 국제회계기준위원회는 ESG 국제 기준을 준비하고 있다. 국내의 경우, 한국산업통상자원부는 K-ESG 가이드라인을 발표하여 글로벌 기준에 적합하고 국내 기업이 활용 가능한 가이드라인을 마련할 것이라 밝혔다. 평가기관의 평가목적에 따라 모형이나 가중치가 다르기 때문에, 각 기업들이 추구하는 평가의 목적과 ESG경영전략에 따라 효과적으로 대응할 수 있는 ESG평가기관을 선택해 대응할 필요가 있어 앞으로 이에 대한 객관적이고 투명한 평가지표에 대한 논의의 필요성이 대두되고 있다(박민석 외, 2021).

## 2. 지속가능성 개념과 ESG와의 비교

코로나 19 이후 ESG 트렌드의 급부상과 더불어 친환경과 지속가능성에 대한 관심은 더욱 증가하고 있다. 지속가능성의 개념은 1972년 스위스에서 열린 유엔인간환경회의에서 '성장의 한계'라는 보고서에서 처음 언급되면서 환경개발로 인한 문제점과 지속가능성에 대한 중요성을 부각시키면

〈표 2〉 지속가능한 패션 디자인의 유형과 특성

	지속가능한 패션의 내용	지속가능한 패션 유형
환경적 관점	- 환경 친화적 소재의 사용 - 생산에서 폐기 과정을 통한 폐기물 감소 - 기후변화대응	- 재활용 디자인 - 리유즈(reuse) 디자인 - 오가닉 패션, 비건 패션
사회적 관점	- 인권보호, 공정노동 - 지역 구성원의 연대의식을 통한 윤리적 가치와 지역사회의 성장과 자립 도모 - 인간과 동물 복지 지향	- 윤리적 패션 - 슬로 패션 - 컨셔스 패션
경제적 관점	- 기술혁신, 경제적 수익 - 다기능성과 다목적성의 변형 가능 디자인 - 원단 폐기물 최소화, 효율성을 지닌 디자인	- 가변적 디자인 - 감량 패션 - 리듀스(reduce) 디자인
문화적 관점	- 순환 주기 장기화 - 정신적 가치 존중 - 다문화, 인간 존중	- 다문화 패션 - 전통과 장인정신의 승계

서 세계 공통의 관심사가 되는 계기가 되었다(위서현, 정재우 2021). 이후 1987년 세계환경개발위원회를 통해 발표한 ‘우리 공동의 미래 보고서’에서는 지속가능 발전이란 미래세대의 필요를 충족시킬 수 있는 가능성을 손상시키지 않는 범위에서 현 세대의 필요를 충족시키는 발전으로 현재의 인류가 미래를 위해 경제, 사회, 환경 자원을 효율적으로 사용하는 것을 목표로 하는 윤리적인 개념으로 공식적으로 제시하였다(김수현, 2007). 지속가능성은 그동안 꾸준히 연구되어온 주제로서 시대의 흐름에 따라 변화하고 구체적인 방안으로 논의되어왔다. 지속가능성의 의미는 장기간 끊임없이 지속되는 발전이라는 사전적인 의미를 넘어 인간, 사회, 정치, 경제, 환경 전반에 광범위하게 사용되고 있다. 현재 지속가능 개념은 환경적인 요인을 넘어서 경제적 지속성, 윤리적 지속성과 사회적 책임을 요구하는 사회적 지속성과 문화적인 부분까지도 그 범위가 확장되고 있다. 이러한 지속가능 발전을 평가하는 기준으로 존 엘킹톤은 사회, 경제, 환경 등 세 가지 기본 원칙을 제시한 TBL(Triple Bottom Line)은 3P(People, Planet, Profit)로서 환경적 관점, 사회적 관점과 경제적 관점에서 패션의 지속가능성을 제시하였다(이병길, 김영석, 2019). 환경적 소재의 사용, 자원 보호 등 환경적 기준과 인권보호, 공정 노동 등 사회적 기준과 기업 경영의 투명성, 공정 무역 등 경제적 기준으로 구성되어 있으며, 문화적 기

준의 영역을 확장하여 인류의 다양함과 다문화의 인정, 존중의 의미를 포함하여, 지속가능성 개념을 확장하고 있다(허가영 외, 2021). 오하이오 주립대학의 이바 예스트라티예치(Iva Jestratičević)와 낸시 에이 러드(Nancy A Rudd)는 지속가능패션을 6가지 유형으로 분류하였는데, 생분해 또는 재활용이 가능한 제품, 내구성과 수선이 가능하고 지역장인 작품과 지속가능한 럭셔리 브랜드 제품, 중고 및 빈티지 제품, 수선과 업사이클링 제품, 윤리적으로 생산된 제품 및 공정거래 제품으로 세부적인 유형을 제시하였고 다음의 〈표 2〉에 정리하였다(이병길 외, 2019).

지속가능성과 ESG는 유사한 점이 많아서 상호 교환적으로 사용하는 경향이 많지만 두 개념의 차이점을 통해 ESG를 더욱 쉽게 수용할 수 있을 것으로 생각된다. ESG를 비롯한 관련 개념들이 지속가능한 개념과 유사한 맥락에서 사용되나, 지속가능경영이나 CSR은 기업 혹은 단체와 같은 조직들이 사회 안에서 지속가능하기 위해 어떤 작용을 하는지를 이야기하는 반면 ESG는 비재무적 리스크 측면, 혹은 이와 연계된 투자의사결정 및 장기적인 재무적 가치에 영향을 미칠 수 있는 중대한 비재무 요인에 초점을 맞추고 있다. 지속가능성의 개념은 ESG의 보다 근본적인 개념으로, 자연환경 보호와 에너지 개발, 재활용과 자연환경의 중요성을 강조하는 순환적인 사고방식을 갖고 있다. 사회적 소외 계층의 사회 참여기회 확대,

노동자의 인권 보호와 사회 공헌 등 사회와 세대 간의 공평성을 의미하며 질적 성장의 사회적, 환경적 측면과 상호작용하면서 기술혁신, 기업 경영과 생산 공정의 효율화, 기업의 투명성, 공정 무역, 지역 사회의 경제에 이바지하는 것을 의미한다(고은주 외, 2015). 즉 지속가능성은 환경성, 사회성, 재무적 요소의 경제성을 가지고 해당 기업이 지속가능한 경영을 할 수 있는 지 판단할 수 있는 기준이 될 수 있다면, ESG는 기업의 사회적 책임에 따른 행동이 미치는 영향 등을 구체화하고 환경적, 사회적 가치를 추구하고 지배구조를 투명하게 하여 관련된 위기를 관리하는 것으로 기업의 이윤 창출을 위한 주된 목적으로 ESG는 기업의 제품에 대해서도 시대적인 요구를 적극적으로 반영하는 경영을 위한 도구로서 사용되고 있다(아웃소싱타임스, 2021). 지속가능성은 기업의 경영전략으로 환경과 사회에 미치는 영향을 측정하는 것으로 구체적인 실천적인 방안의 목적 지향적인 반면, ESG는 기업의 경영을 위한 투자 전략으로 경영의 지표표를 나타내며 환경 및 사회 문제가 기업에 미치는 영향을 것으로 지속가능성의 지표로서 투자를 결정지을 수 있는 중요한 역할을 하는 차이점을 갖는다. 지속가능성과 ESG의 차이점을 아래의 <표 3>에서 비교, 정리하였다.

### 3. 국내·외 패션 기업의 ESG 실천 사례

ESG의 새로운 패러다임은 미래 패션 산업을 위한 패션 기업들이 필수적으로 실행해야 하는 방향이다. ESG는 지속가능한 성장과 장기적인 기업

의 이미지 쇄신과 성과에 긍정적인 영향을 미치고 있어 국내·외 패션 기업에서 실천하고 있는 구체적인 ESG 사례를 살펴보고 ESG 실천방안으로 나타난 지속가능성 패션 경향과 디자인 방향성을 분석하였다. 패션 기업의 실천 사례는 ESG 평가 기관인 서스테이널리틱스에서 공개한 상위 SPA 브랜드를 비롯한 글로벌 브랜드 중심으로 살펴본다. 특히, SPA 브랜드는 저렴한 가격, 트렌디한 상품, 빠른 회전율과 최신 유행 제품을 앞세워 급격한 성장을 이뤘으나 환경오염의 주범으로 지목된 가운데 이를 극복하기 위해 ESG경영을 통해 지속가능성을 위한 다양한 도전에 나서고 있다(윤수은, 2022). 글로벌 SPA 브랜드에서 가장 적극적으로 ESG를 실천하고 있는 H&M(그림1)은 의류에 사용되는 원재료와 생산지를 투명하게 공개하고, 매장 내 재활용 시스템인 Loop를 운영, 헌 옷을 새 옷으로 재생산할 수 있는 시스템을 마련하였다(전혜진, 2021). 이를 통해 재활용, 대여, 수선, 리폼 등 중고 의류 판매와 2030년까지 100% 재활용 혹은 지속가능한 방식으로 만들어진 소재를 사용한다고 밝혔다(김은지, 2020). <그림 2>의 ASOS는 당사의 소속 디자이너에게 제로웨이스트 패션을 위한 커팅 방법의 패턴 교육, 재활용 재료 사용 및 순환 디자인 원칙 교육을 지원하는 등 지속가능 패션을 위한 노력을 기울이고 있다. <그림3>의 Esprit은 순환경제를 위한 소재의 재사용 및 재활용, 책임감 있는 생산, 제품 수명 연장을 추구하는 정책으로 'CIRCULAR FASHION CAPSULE'을 펼치고 있다. <그림 4>는 미국에서 가장 선호하는 지속가능 브랜드로 소재, 환경, 사

<표 3> 지속가능성과 ESG 차이점

지속가능성	ESG
- 기업의 경제성, 환경성, 사회성 등 각각의 쟁점을 분석, 지속가능 경영이 가능한지 판단하게 함.	- 기업의 환경적 가치, 사회적 가치를 추구하고 지배구조를 투명하게 하여 이와 관련된 기업 리스크를 관리함.
- 자연환경 보호 및 환경의 중요성을 강조하는 순환적 사고방식	- 기업의 장기간의 투자 가능성 여부의 비재무적 요인의 촛점
- 기업의 지속가능성을 추구하는 기업 경영전략	- 지속가능 경영 능력을 판단하는 기업 투자전략
- 목적 지향적 개념	- 노력의 과정을 중요시함.
- 기업이 환경과 사회에 미치는 영향	- 환경 및 사회가 기업에 미치는 영향
- 구체적인 실천 방안을 제시	- 비재무적인 측면을 반영



〈그림 1〉 H&M

(출처: <https://hmgrou.com/sustainability/>)



〈그림 2〉 Asos

(출처: <https://www.eco-stylist.com/how-sustainable-is-asos/>)



〈그림 3〉 에스프리

(출처: <https://www.esprit.co.uk/sustainability>)



〈그림 4〉 파타고니아

(출처: <http://www.patagonia.co.kr/shop/inside/footprint.php>)



〈그림 5〉 나이키

(출처: <https://pro-pac.co.kr/archives/6101>)



〈그림 6〉 버버리 프리플 콜렉션

(출처: <https://blog.naver.com/wwdkoreaofficial/222625015656>)



〈그림 7〉 몽클레어

(출처: <http://www.wwdkorea.com/news/articleView.html?idxno=2519>)

회적 책임 프로그램을 지속적으로 실천하고 있는 파타고니아로 ESG 경영을 성공적으로 실천하고 있는 친환경 기업 중 하나이다. 패션업계 최초로 리사이클 폴리에스터를 만들었으며, 투명한 생산 과정의 공개와 안전한 작업 환경을 위한 사업 방식으로 제품의 내구성 강화, 비즈니스에 대한 성찰, 자연환경 보호, 지역사회와 기후위기를 막기 위한 자연환경을 실천하는 모범적인 패션 기업이라고 할 수 있다(안재영, 2022).

대표적인 스포츠 브랜드 나이키(그림 5)는 탄소제로와 폐기물 제로를 목표로 하는 ‘무브 투 제로’를 발표하였다. 재활용 플라스틱 병, 티셔츠, 버려진 원사 조각으로 만든 재활용 폴리에스터 약 90%를 사용, 제조, 포장 과정에서 탄소 발자국을 감소하는 컬렉션으로 의류에도 60% 이상 유기농 및 재활용 원단을 혼합한 직조 방식을 적용하고 2021년까지 전 매장 일회용 비닐 백 사용 중지 및 2030년까지 일회용 플라스틱 패키지 사용을 폐지할 예정이라고 밝혔다(에코트렌드, 2021). 럭셔리 브랜드 버버리(그림 6)는 2030년까지 탄소배출을 46%까지 감소하고, 2050년까지 탄소배출 제로를 목표로, 탄소 중립과 재생 소재 사용을 목표로 하고 있다. 특히 럭셔리 브랜드의 재고 소각 처리 방식으로 비난이 일자, 버버리는 재고 상품

을 사회적 기업에 기부하거나 루이비통의 경우 남은 원단을 다시 의류 상품으로 제작하는 등 친환경적인 방법을 사용하고 있다. 몽클레어(그림 7)는 2023 추동 시즌을 마지막으로 천연모피의 단계적 중단을 실시하고, 지속가능성 ‘본 투 프로젝트’ 계획은 미래를 위해 기후행동, 순환경제, 공정 소싱, 다양성 강화, 지역사회 환원 등 윤리적인 사회적인 측면을 강조, ESG에서 좋은 평가를 받았다(박지민, 2022).

투명 경영, 고객 친화 서비스와 친환경 소재 사용과 개발을 적극적으로 하는 효성티앤씨(그림 8)는 페트병을 재활용한 리사이클 섬유 ‘리젠’을 제작, 친환경 라이프 스타일 브랜드 무인양품과 친환경 신발 브랜드 엘에이알과의 협업을 통해 ‘그린슈머’를 위한 맞춤형 프로젝트를 진행하였다(정운서, 신광렬, 2022). 국내 패션 브랜드 한섬(그림 9)은 업계 최초로 재고 의류 폐기를 친환경 방식으로 바꾸는 ‘탄소 제로 프로젝트’를 진행하였다. 폐기될 재고 의류를 고온·고압으로 처리, 친환경 인테리어 마감재로 재탄생시켜, 2020년 하반기 12톤의 재고 의류를 시범 폐기했다. 재고 의류를 친환경 방식으로 처리하는 것이 기존 방식에 비해 비용과 처리기간이 더 걸리지만 친환경 재고 의류 처리 방식을 앞으로 더 확대할 것



〈그림 8〉 효성티앤씨  
(출처: <https://www.newspim.com/news/view/2020101301403>)



〈그림 9〉 한섬  
(출처: <http://m.sportsworldi.com/view/20210329513942>)



〈그림 10〉 세이브더덕  
(출처: <https://blog.naver.com/piiin/222361973247>)



〈그림 11〉 힐라홀딩스  
(출처: <http://www.filaholdings.com/kr/sustainability/index.asp>)



〈그림 12〉 닥스  
(출처: <https://www.venturesquare.net/851347>)



〈그림 13〉 노스페이스  
(출처: <http://tnnews.co.kr/archives/77699>)



〈그림 14〉 플라이탁  
(출처: <https://www.freitag.ch/en/production>)



〈그림 15〉 코오롱 FnC  
(출처: [https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo\\_table=special&wr\\_id=884](https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=special&wr_id=884))

이라고 밝혔다(스포츠월드, 2021). 신세계인터내셔널의 라이프스타일 브랜드 ‘자주’는 아시아 최초로 ‘코튼 메이드 인 아프리카(CmiA)’의 독점 라이선스를 확보하고 친환경 원단뿐 아니라 부자재까지 확대, 2025년까지 의류 70% 이상을 지속가능한 제품으로 대체계획을 수립하였다. 100% 애니멀 프리(animal free)를 지향하는 ‘플룸테크 패딩’〈그림 10〉은 보온성, 통기성, 방수성 등을 모두 충족시킨 친환경 브랜드 ‘세이브더덕’을 런칭하였다(임경량, 2022). 힐라코리아〈그림 11〉는 자원순환 및 기후변화 대응을 위한 친환경 사업에 동참, 제품 선순환 실현을 친환경 소재, 유해물질 관리, 제품 생산, 포장재 전환, 폐기물 감축과 지속가능 소재 활용 증대, 지속가능 소재 R&D 진행 및 Sustainable Materials Tracking Board 체계화 및 협력사를 대상으로 유해화학물질 제로와 제로 웨이스트 프로그램 지원을 확대하고 있다(힐라홀딩스, 2022).

LG 패션 ‘닥스’〈그림 12〉는 기존 재고품을 이용하여 업사이클 프로젝트를 진행하고 있으며, 온라인 공간 ‘L:earth(러스)’를 런칭하여 자연과 사회의 지속가능성에 기여하는 브랜드와 캠페인을 소개하고 있다. ESG와 지속가능성의 가치를 실현하는 브랜드와 상품을 구성, 소비자들에게 접근 편의성을 높이고 있다. 친환경 포장 시스템 카톤랩을 도

입하여 포장 박스, OPP 테이프, 스티로폼 및 에어백 등 포장완충제의 절감 효과와 가상 샘플 제작 등 혁신적인 기술 도입과 ESG에 대한 교육의 투자와 3D 가상 품평회를 진행, 샘플 제작으로 ESG 경영 가치관을 사업 전반에 투영해 나가고 있다(임경량 외, 2022). 〈그림 13〉의 노스페이스는 페트병으로 ‘에코 플리스 컬렉션’을 발표하고 자연에서 생분해되는 소재를 이용한 패딩을 제작하였다. 또한 제주도에서 수거한 페트병으로 제주삼다수와 효성티앤씨와 함께 리사이클 ‘노스페이스 K-ECO 삼다수 컬렉션’을 출시하였다(옴니어스, 2021). 플라이탁〈그림 14〉은 페트릭 덮개, 자동차 에어백, 안전벨트결점과 높은 패션성의 가치를 부여하는데 기여하였다. 코오롱인더스트리 FnC〈그림 15〉는 2012년 국내 최초로 업사이클링 브랜드 ‘레코드’를 런칭한 이후 지속적인 활동을 이어가고 있으며, 2020년에는 ‘코오롱몰’에 지속가능성 카테고리 ‘위두(weDO)’를 신설하였다. 패션, 뷰티, 라이프스타일에서 인간과 동물, 환경 등 지속가능성을 지향하는 브랜드를 소개하는 플랫폼으로 매출의 1%는 환경보호를 위한 사회적 기업에 기부하고, 지속가능 라이프스타일에 맞는 상품을 소개하고, 수익 일부를 다시 환경에 되돌리는 선순환 구조를 기획, 지속가능한 기업운동을 하고 있다(임경량 외, 2022).



#### 4. ESG 실천방안으로서의 지속가능한 패션 경향 및 디자인 방향성

국내·외 패션 기업을 중심으로 ESG를 실천하는 사례들을 살펴보았으며, 이를 바탕으로 적극적인 ESG의 실천 방안으로서의 지속가능한 패션 경향을 조사, 분석하고, 미래의 패션 산업과 환경을 위한 디자인 방향성을 제시하였다. 첫째, 환경적 측면의 ESG 실천방안은 기술 지향적 방안으로 신기술 개발을 통한 환경적, 사회적 문제를 해결할 수 있는 방안으로 순환적 지속성의 경향을 나타낸다. 친환경성 소재 및 생분해성이 우수한 바이오매스 원료를 활용한 복합 섬유 제조 및 공정 기술의 발달로 소재의 재사용, 생분해성 소재 사용, 리사이클 폴리에스터, 재생섬유 사용, 재고 의류 폐기 처리를 최소화할 수 있다(양지원, 2021). 이러한 기술 개발은 생산, 사용, 폐기에 이르는 의류의 생애 주기에서 최종적으로 환경에 유해한 쓰레기를 남기지 않는다는 것을 목표로 땅에서 미생물에 의해 자연분해가 가능해 탄소저감 효과 및 지속가능한 패션 상품에 적합한 소재로 재활용, 재사용, 리두스 디자인 등 다양한 방법으로

활용할 수 있으며 폐기되는 패션 제품들의 수명을 연장하고, 낭비되는 자원과 에너지를 절약하는 등 순환적인 지속성의 경향을 보이고 있다(윤석한, 박윤철, 2020). <그림 16>은 이탈리아 프라토 지역은 재생섬유를 생산할 수 있는 경험과 전문성, 기술력을 보유하고 있어 전 세계 폐 의류의 15%를 분류하고 재생섬유를 만든다. 옷감의 질과 색상에 따른 분류와 습식 분쇄 기술로 세척 후 분해한 후 다시 고온건조 시켜 실로 만들어 양질의 재생섬유를 만드는 까다로운 양모 재활용의 과정을 거친다. 이때 세척한 물은 정수하여 사용하는 등 사용되는 자원을 절약, 재가공하여 사용하고 있다(유선애, 2021). 재생섬유 산업은 지속가능한 산업을 위하고, 환경을 보호하고 이에 대한 책임을 다할 수 있는 방법으로 재료의 순환적 이용과 지속가능성을 실현해 주는 효과적인 방법이다.

태광산업은 친환경 원사 ‘에이스포라 에코’, 나일론<그림 17> 폐기물을 재활용한 ‘리사이클 나일론’, 페트병을 재활용한 ‘리사이클 폴리에스터’ 등을 생산하고 있다(에이스포라 에코, 2022). 플라스틱 폐기물들을 재생시켜 ‘바이오닉 안(Bionic Yarn)’이라는 재활용 폴리에스터를 생산하여 패션



<그림 16> 재생 양모 재활용

(출처: <https://www.marieclairekorea.com/fashion/2021/05/italian-upcycling/>)



<그림 17> 에이스포라 에코

(출처: <http://www.acepora-fiber.com/kor/eco.php>)



<그림 18> 바이오닉안

(출처: <http://www.m-economynews.com/news/article.html?no=24091>)



<그림 19> 3D CLO

(출처: <http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=129468>)



〈그림 20〉도나 캐런 인피니티 드레스

(출처: <https://www.nytimes.com/2011/01/20/fashion/20CONVERTIBLES.html>)



〈그림 21〉후세인 살라얀 트랜스포메이션

(출처: <https://www.nytimes.com/2013/03/02/fashion/transforming-experiences.html>)



〈그림 22〉119 REO

(출처: [https://www.119reo.com/store#doz\\_menu\\_about](https://www.119reo.com/store#doz_menu_about))



〈그림 23〉마크 리우

(출처: [https://fashion-incubator.com/pattern\\_puzzle\\_mark\\_liu/](https://fashion-incubator.com/pattern_puzzle_mark_liu/))

의류 브랜드에서 사용하고 있다. 다른 소재에 비해 부드럽고 내구성이 좋다는 장점을 갖고 있으며 H&M은 2017 컨서스 익스클루시브 컬렉션에서 바이오닉 드레스(그림 18)를 선보였다(김자연, 2018). 3D 의상 디자인 소프트웨어를 개발한 ‘클로버추얼패션(CLO Virtual Fashion)’(그림 19)은 IT기술로 지속가능한 친환경 지속성을 제시하고 있다. 3D 의상 알고리즘을 기반으로 디자인 및 샘플링 작업과 아바타를 이용한 런웨이 등 의류 제작 과정을 구현할 수 있다. 실물 샘플 제작할 필요가 없어 불필요한 자원소비 및 폐기물 발생을 감소시킬 수 있는 것이 큰 장점이다(임호동 외, 2021).

둘째, 디자인지향의 실천방안으로서 멀티 유즈 디자인, 감량패션 및 업사이클링을 통한 고감성의 지속성인 패션 경향을 추구하며 더 나은 가치와 독창적인 감성이 더해져 상품의 희소성의 특성을 갖는다. 오랜 시간 사용을 가능할 수 있도록 기존 제품을 수선하고, 단순히 재활용하는 것이 아닌 새로운 기능과 가치를 창출하고 새로운 제품을 만드는 업사이클링 방식을 취한다. 업사이클링은 리디자인의 적극적인 디자인 방식으로 단순히 소재를 재활용하는 것을 넘어 새로운 기능과 디자인을 더해 한 걸음 업그레이드된 가치를 부여하

고 환경을 지킬 수 있는 방안이다(이재희, 2015). 또한 하나의 디자인에 다양한 룩을 연출할 수 있도록 부분적인 탈부착이나 의복의 디테일을 이용한 연결방법을 달리 하는 등 아이템의 변형을 통한 형태 변화를 도모하는 가변적 디자인 방식을 통해 다양한 연출 효과로 의복 소비를 줄이고 생산과 소비, 폐기 과정에서 소비되는 자원을 줄이는 리듀스 패션 디자인으로 새로운 디자인으로 재탄생하여 희소성의 가치와 감성을 더한 고감성의 지속성을 꾀한다. 업사이클링이나 제로웨이스트 디자인 방식을 통해 이전의 감성을 한 계단 업그레이드 시켜 이미지의 확장 등을 통해 소비자에게는 희소적인 가치와 자원의 지속성이라는 의미에서 앞으로 더 발전할 것으로 예상된다. 미국의 대표적 디자이너 도나 캐런의 인피니티(Infinity)드레스(그림 21)는 끈을 이용하여 여러 가지 연출 방법과 다른 스타일링이 가능한 컨버터블 디자인을 소개하였다(김현주 외, 2015). 후세인 살라얀의 ‘트랜스포메이션, two-in-one 드레스’(그림 22)는 하나의 스타일에서 다른 방법으로 연출을 가능하게 하여 원하는 시간과 장소에 따라 다양한 스타일로 변형이 가능하여 장기적으로 자원 절약 및 폐기물 감소에 도움을 줄 수 있다. 또한 국내 사회적 기업 중 하나인 119REO(그림



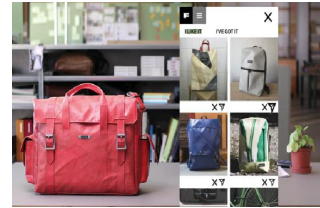
〈그림 24〉 아디다스  
퓨처크래프트

(출처: <https://kr.iboldn.com>)



〈그림 25〉 레코드의 '리나노 라인'(왼쪽)과 '아카이브 라인'

(출처: <https://www.seoulfn.com/news/>)



〈그림 26〉 프라이탁 가방 플랫폼 서비스

(출처: [www.freitag.ch/en/swap](http://www.freitag.ch/en/swap))

23)는 폐 소방복을 수거, 임가공 자원 재활용을 통해 가방, 지갑 및 패션 아이템으로 제작, 수익금의 50%는 다시 소방대원을 위해 기부하는 등 업사이클링 사회적 기업의 브랜드로 자리매김하고 있다(119REO.com). 영국의 디자이너 마크 리우(Mark Liu)〈그림 24〉는 의류 제작과정에서 약 15%에 달하는 원단의 소요량을 줄이기 위하여 디자인 단계부터 패턴을 기획하고 천연염색이나 유기농 직물을 이용함으로써 환경 친화적인 제로웨이스트 패션을 실천하고 있다. 디자인 기획에서 생산, 패턴제작 단계에서 원단 폐기물을 최소화 하며, 퍼즐 커팅, 서브트렉션 커팅, 모듈 커팅, 직쏘우 커팅 등의 재단 방식으로 모든 의복구성 요소를 포함, 폐기물 발생을 줄이는 제로웨이스트 패션은 자투리 원단까지도 장식적 요소로 만들어 내고, 뜨개질을 활용, 한 조각의 원단도 버리지 않겠다는 디자이너의 환경적 마인드를 구현(김현주 외, 2015)하고 새로운 이미지와 희소가치적인 지속성을 내포하고 있다.

셋째, ESG의 소비지향 실천방안으로 패션 상품의 소재에서 판매까지 친환경적이고 윤리적인 생산과정을 거친 컨셔스 패션을 중심으로 슬로우 패션, 착한 사회적 기업, 공정 무역, 대여 및 공유 등을 통한 효율적인 소비를 통한 패션의 효율적인 지속성을 추구한다. 2019년 영국에서 설립된 '포지티브 패션연구소(The Institute of Positive Fashion, IPF)는 인간과 환경, 장인정신과 공동체 등 지속가능한 패션의 미래와 패션의 긍정적인 변화를 도모하는 것을 목적으로 환경문제에 대해 적극적인 실천방안을 위한 노력을 시작하였다. 이를 위한 실천방안으로 MZ 세대를 중심으로 친환경적이고 윤리적인 과정을 통해 의류를 생산하고, 소비하고자 하는 가치 추구 중심의 '컨셔스 패

션'은 소비자의 적극적이고 주체적인 책임의식을 바탕으로 생산자와 소비자 모두 참여가 동반된 행동으로 사회적 가치를 강조하는 경향으로 확장되고 있다(엄유민, 2021). 이를 위한 실천적 방안인 프리사이클링(Pre-cycling)은 '미리(pre)와 '리사이클링'을 합친 합성어로, 쓰레기를 사전에 줄인다는 의미로 사용 이후의 재활용 가능성을 미리 생각하면서 물건을 구매하는 것을 말한다. 쓰레기를 줄이기 위한 방법으로는 과잉생산, 과대포장을 줄이는 방법과 폐기물의 업사이클링, 중고의류 재활용 등이 있다. 〈그림 24〉는 아디다스의 플라스틱 폐기물로 만든 제품으로 100% 재활용이 가능한 운동화 '퓨처크래프트 루프'를 제작, 플라스틱 쓰레기와 해양 쓰레기를 다시 원재료로 활용하는 100% 재활용 실현을 목표로, 2024년 스텔라 맥카트니와 협업을 통해 재생 가능한 원료 개발을 통해 폐기물 감축을 위한 의류를 출시할 예정이다. 코오롱의 업사이클링 브랜드 레코드(그림 25)는 계열사의 재고 의류를 재활용에 적극 활용하여 해체와 재조합을 통해 새로운 상품으로 출시하면서 자원의 효율성을 높이고 재고 의류 소각 시 발생하는 환경 문제도 해결 하는 방법을 제시하였다. 프라이탁은 자사 제품을 다른 소비자와 교환 할 수 있는 온라인 플랫폼 S.W.A.P(Shopping Without Any Payment)(그림 26)를 런칭, 소비자들이 선택과 계약, 교환에 이르는 과정을 스스로 진행하는 방식으로 지속가능한 순환을 실현하고 있다. 단순 재화와 서비스의 이용이 아닌 가치 표현 수단으로 의식 있는 가치 소비와 자연환경, 사회문제에 대한 의식에 대한 적극적인 표현의 수단으로 컨셔스 소비를 이끄는 소비자를 중심으로 윤리의식의 고취는 물론 지속가능성 가치를 전개할 수 있는 시장 구조로 변화하고 있는 가운데



〈그림 26〉 라나 플라자

(출처: <https://www.khan.co.kr/world/> (출처: <https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=orgdotshop&logNo=30092081525>)



〈그림 27〉 슬로건 패션



〈그림 28〉 라코스테

(출처: <https://www.insight.co.kr/news/227930https://>)

ESG와 지속가능 패션이 함께 수단으로서 역할을 하고 있다.

넷째, 사회적 가치 추구 실현을 위한 실천방안으로 환경 친화적인 지속가능한 패션과 ESG를 실현하기 위해서는 인간과 사회, 그리고 환경을 고려한 인식의 변화를 통한 통합적 지속성의 패션 경향을 갖는다. 패션 기업들이 고도성장과 이윤 창출을 위해 저렴한 생산처와 노동력의 공급, 즉 불법 노동 착취나 열악한 노동자의 근무 환경, 정당한 임금 책정, 환경을 파괴하는 무분별한 개발 등 사회적 문제를 야기 시켰다. 2013년 방글라데시의 라나플라자 붕괴 사고로 수많은 의류 노동자가 희생된 사건을 계기로 설립된 패션레벌루션(fashionrevolution.org)은 패션 브랜드의 내 투명성을 통해서 노동자의 인권에 대한 실제적이고 잠재적인 영향을 확인하고 평가하고 매년 패션 투명성을 제공하고 있다. 즉 패션 브랜드와 생산업체들의 투명성 정도를 순위로 매겨 발표하여 소비자들에게 구매 브랜드에 대해 상품의 생산자와 소비재의 공급과 생산과정에서의 환경적인 영향 등을 알리는 투명성을 실천하고 있다(정해순, 2019). 이러한 투명성은 패션 산업 구조적인 문제를 해결할 수 있는 첫걸음이며 기업의 사회적 책임을 다하고 사회와 인간 중심의 통합적 사고를 바탕으로 하는 새로운 문화를 이끌고 있다. 이를 통해 환경 파괴를 방지하고, 여성과 사회적 약자의 노동에 대한 가치를 부여, 노동자의 권리를 보호하는 등 사회적, 윤리적 책임을 다하는 태도로 지역사회와의 협업을 통해 지역 사회에 혜택을 최대화 하고 지역사회의 자립과 성장을 지향하는 윤리적 가치를 실현한다. 더 이상 패션 기업이 단순한 이윤 추구하고 성과 위주의 경영 방식에서 벗어나 경영인과 소비자 모두 인식의 변화로 통해

사회 가치를 추구하고 미래 인류의 번영과 지속적인 성장을 위한 노력의 과정을 중시하는 인권 친화적인 통합적인 사고의 전환을 제시한다. 파타고니아, 스텔라 맥카르티, 마린 세르와 같은 패션 브랜드들은 광고와 화보 등 미디어 매체를 통해 인권보호 뿐 아니라 자연보호, 동물 복지, 윤리적 생산 등 패션산업이 지향해야 하는 목표를 소비자들과의 적극적 참여와 공감을 유발하고 있다. 패션 디자이너 캐서린 햄넷(그림 27)은 수질 오염, 친환경 소재, 재활용 소재 개발, 근로 환경 문제 및 사회문제에 대한 슬로건을 담아 사회적 공정성을 실현할 수 있도록 캠페인에 참여하고 있다. 라코스테는 멸종 위기 동물을 위한 캠페인으로 '세이프 아워 스페시스(save our species)' 리미티드 에디션(그림 28)을 출시, 판매금 일부를 기부 하는 등, 소비자 참여와 관심을 유도하였다(김소라, 2020).

구체적이고 적극적인 실천방안을 통해 기업 간의 상생 경영을 통한 동반성장의 도구적 역할의 ESG의 실천 방안을 기술지향 실천방안, 디자인지향 실천방안, 소비지향 실천방안, 사회가치추구지향 실천방안으로 분류하고 구현하고 있는 방법을 통해 지속가능 패션 경향을 순환적 지속성, 희소 가치의 지속성, 효율적 지속성 및 통합적 지속성으로 정리할 수 있었고 아래의 <표 3>에서 정리하였다. 이를 통해 앞으로 추구하는 재활용 및 친환경의 지속가능한 순환 경제의 패션 시스템을 구축하기 위한 디자인 방향성을 다음과 같이 제시한다. 소비적인 측면에서는 가치소비 확대로 폐기물의 업사이클링, 중고의류의 재활용 등 컨서스 패션을 이끈다. 또한 과잉 생산을 방지하고 기부, 수선, 대여 및 중고 거래의 활성화를 통한 착한 소비를 제시한다. DIY를 통한 소비자의 생산과

〈표 3〉 ESG 실천방안으로서의 지속가능 패션 경향 및 디자인

ESG 실천방안	지속가능 패션경향	구현방법
기술지향 실천방안	순환적 지속성	- 소재의 재사용, 재활용 - 친환경 소재 사용 - 재생섬유, 리사이클소재 - 3D 샘플링 및 의상제작
디자인지향 실천방안	희소가치의 지속성	- 다기능, 가변적, 리디자인 - 업사이클링 패션 - 제로웨이스트 패션 - 타임리스 패션 - 재생패션
소비지향 실천방안	효율적 지속성	- 컨셔스 소비 - 윤리적 소비, 착한소비 - pre-cycling - 과잉생산 방지
사회 가치 추구 실천방안	통합적 지속성	- 인권경영, 인간존중 - 기술과 사회, 인간의 조화 - 인식의 변화를 통한 내재화

소비의 직접적 참여와 사전 재활용의 pre-cycling, 재생 농업 기법을 사용한 재생패션의 저변 확대, 높은 수공예적 수준의 제품과 인간과 환경의 지속적인 성장을 위한 의식수준의 변화를 통한 전문 인력 양성 등을 이용하여 미래의 지속가능한 패션 산업을 위한 방향성을 제시한다.

#### IV. 결론

세계적 트렌드로 자리 잡고 있는 ESG는 전 기업 분야에서 실행하고 있는 필수적인 요소로 중요성이 확대되고 있다. 환경과파괴의 주범으로 부정적인 평가를 받고 있는 패션 기업은 이러한 환경과 사회문제점을 해결하기 위한 노력을 기울이고 있다. 특히 코로나19로 인한 환경문제의 심각성의 위기감과 이로 인한 사회적 변화, 경제적, 심리적 타격은 패션 산업 전반에도 큰 영향을 미쳤으며 이를 극복하기 위한 적극적인 대응 전략이 필요하였다. 환경에 대한 심각성의 위기감은 패션의 변화를 이끌어 내며 실천적인 방안으로 친환경 패션과 MZ 세대를 중심으로 의식 있는 소비의 컨셔스 패션을 비롯한 지속가능한 패션의 관심이 더욱 수면위로 떠오르게 되었다. 팬데믹 이후 환경 규제의 강화와 기업들의 생존을 위한

지속적인 성장을 결정짓는 ESG는 현 시대의 사회상을 반영하는 트렌드로 급부상하며 SPA 브랜드를 비롯하여 많은 패션 기업들도 피할 수 없는 방안으로 떠오르게 되었다. 이에 본 연구는 ESG의 정의와 발생개념을 살펴보고 패션 브랜드의 ESG 실천사례 분석을 통하여 적극적인 ESG의 실천방안으로서 표현되는 지속가능 패션 경향을 살펴보고, 앞으로 녹색경제 순환 패션 시스템을 위한 디자인의 방향성을 제시하고자 하였으며 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 환경적 측면의 ESG 실천방안은 신기술 개발을 통한 기술 지향적인 방안으로 친환경성 소재 및 생분해성이 우수한 바이오매스 원료를 활용한 복합 섬유 제조와 생분해성 소재, 리사이클 폴리에스터, 재생섬유 사용을 통해 환경적, 사회적 문제를 해결할 수 있는 순환적 지속성의 경향을 나타낸다. 이러한 기술 개발을 통해 쓰레기 절감과 탄소저감 효과와 재활용, 재사용, 리두스 디자인 등 다양한 방법을 통해 폐기되는 패션 제품의 수명 연장과 낭비되는 자원과 에너지를 절약하고 재고 의류 폐기 처리를 최소화할 수 있는 순환적인 지속성의 경향을 보이고 있다. 둘째, 디자인지향의 실천방안으로서 멀티 유즈 디자인, 감량패션 및 업사이클링을 통한 좀 더 나은 가치창출과 독창적인 감성이 더해져 상품의 고감성 희소가치의 지속성 패션

경향을 추구한다. 또한 제로웨이스트 방식으로 폐기물 감소와 새로운 디자인, 기능과 가치를 창출하고 새로운 제품을 만들어 한 걸음 업그레이드된 가치를 부여하고 환경을 지킬 수 있는 방안을 통해 희소성 높은 제품으로 지속성을 추구한다. 셋째, ESG의 소비지향 실천방안으로 패션 상품의 소재에서 판매까지 친환경적이고 윤리적인 생산과정을 거친 컨셔스 패션을 중심으로 슬로우 패션, 착한 사회적 기업, 공정 무역, 대여 및 공유 등을 통한 효율적인 소비를 통해 패션의 효율적인 지속성을 추구한다. 넷째, 사회적 가치 추구 실현을 위한 실천 방안으로 환경 친화적인 지속 가능한 패션과 ESG를 실현하기 위해서는 인간과 사회, 그리고 환경을 고려한 인식의 변화를 통한 통합적 지속성의 패션 경향을 갖는다. 환경과 사회를 생각하고 지속가능한 미래를 위한 패션 산업은 과잉 생산의 방지, 기부, 수선, 대여 및 중고 거래의 활성화를 통한 착한 소비와 업사이클링을 통한 새로운 가치 추구, 중고의류의 재활용 등 개인의 가치와 취향에 맞는 가치소비의 확대와 컨셔스 패션을 제시한다. 또한 DIY를 통한 소비자의 생산과 소비의 직접적 참여와 사전 재활용의 pre-cycling, 재생 농업 기법을 사용한 재생패션의 저변 확대, 높은 수공예적 수준의 제품, 인간과 환경의 지속적인 성장을 위한 의식수준의 변화를 통한 전문 인력 양성 등을 이용하여 미래의 지속 가능한 패션 산업을 위한 방향성을 제시한다. ESG는 가치 소비 트렌드의 확산과 환경오염의 주범으로 주목받은 패션산업에서 환경보존과 생존을 위한 포스트코로나 시대에 간과할 수 없는 필수적인 요소지만 현재 진행형의 현상으로 새로운 시도와 변화의 추이를 살펴보고 한정적이고 불투명한 ESG 평가 기준의 해결 등 풀어야 할 문제들이 있다. 포스트코로나 시대의 지속가능한 패션 산업으로 성장하고 사회 전체의 긍정적인 이익과 성장을 위한 친환경적 순환 경제 시스템을 갖추기 위해 ESG의 적극적인 수용과 환경을 염려하는 의식을 넘어 다양한 관점에서 사회적 역할과 책임감, 소비자와 생산자 모두 윤리적인 의식을 통해 ESG의 실천방안으로서의 지속가능 패션경향과 디자인 방향성을 제시하여 미래 지속가능 패션 산업으로 성장할 수 있는 기반과 실현에 실질적 도움과 새로운 패션 시장의 확대 및 마케팅 분

야의 연구 등 장기적이고 지속적인 실천방안을 모색할 것을 후속 연구로 기대한다.

## 참고문헌

- 고은주, 패션마케팅연구실.(공). (2015). *지속가능 패션 브랜드 마케팅*. 서울: 교문사.
- 김미현. (2019). 윤리적 패션으로서 국제 업사이클링 브랜드의 지속가능성에 관한 연구, *상품문화디자인학연구*, 56, 1-12.
- 김소라. (2020). 현대 패션에 나타난 컨셔스 패션, *조형디자인연구*, 23(1), 11-32.
- 김수현. (2007). *현대 패션에 나타난 지속가능한 디자인 연구 영국 사례를 중심으로*. 국민대학교 대학원. 박사학위논문.
- 김지애. (2021. 11. 16). 버려진 플라스틱에서 싹는다... '리사이클링 섬유'의 세계. *국민일보*. 자료검색일 2022. 5. 29, 자료출처 <https://m.kmib.co.kr/view.asp?arcid=0016470799>
- 김지윤. (2021. 12. 29). 환경을 보호하기 위해 옷을 판다, 파타고니아. *아트인사이트*. 자료검색일 2022. 6. 23, 자료출처 <https://www.artinsight.co.kr/news/view.php?no=56572>
- 김은지. (2020. 6. 8). 더 나은 미래 위한 H&M의 지속가능성 약속. LIKIT. 자료검색일 2022. 6. 18, 자료출처 <https://lk.asiae.co.kr/article/2020060810372243474>
- 김자연. (2018. 12. 6). 신기술을 통한 '지속가능한 패션'의 실현, *이코노미뉴스*. 자료검색일 2022. 6.26. 자료출처 <http://www.m-economynews.com/news/article.html?no=24091>
- 김현경. (2022.4.13.). 패션가, 컨셔스 소비가 이끈다. *서울파이낸스*. 자료검색일 2022. 6. 12. 자료출처 <https://www.seoulfn.com/news/articleView.html?idxno=452206>
- 김현주, 나현신. (2015). 지속가능 패션 디자인의 사례연구, *한국패션디자인학회지*, 15(3), 53-68
- 박경애, 허순임. (2022). 국내 패션기업의 ESG 실행 현황 분석, *복식문화연구*, 30(1), 102-120.
- 박민석. (2021. 9. 24). ESG평가, 무슨 기준으로 어떻게 평가하나. *데일리임팩트*. 자료검색일 2022. 6. 23, 자료출처 <https://www.dailyimpact.co.kr/>

- news/articleView.html?idxno=71823
- 스포츠월드. (2021. 3. 30). 지속가능한 옷 주목... 패션업계도 ESG 경영 박차. 자료검색일 2022. 5. 30, 자료출처 <http://m.sportsworldi.com/view/20210329513942#csidx51348ffbf742bedad611bd7e0725ff1>
- 신광철. (2022. 7. 15). 패션 ESG는 선택 아닌 필수다. *패션인사이트*. 자료검색일 2022. 7. 19, 자료출처 <http://www.fi.co.kr/main/view.asp?idx=76394>
- 심윤지. (2018. 12. 4). 라나플라자 참사 5년... '안전주권' 되찾으려는 방글라데시. *경향신문*. 자료검색일 2022. 7. 1. 자료출처 <https://www.khan.co.kr/world/world-general/article/20181203220011>
- 아웃소싱타임즈. (2021. 12. 22). 지속가능 경영과 ESG경영과의 차이점. 자료검색일 2022. 7. 19, 자료출처 <https://www.outsourcing.co.kr/news/articleView.html?idxno=92999>
- 안은재. (2020). 코로나19, 펜데믹 현상에 따른 애슬레저 패션 경향 및 소비자 행동에 관한 연구, *한국디자인문화학회지*, 28(1), 239-249.
- 안재형. (2022. 7. 11). 파타고니아 | “유행을 팔지 않습니다, 버리지 말고 입으세요” 지구를 살리기 위해 사업하는 ‘파타고니아’. *매일경제*. 자료검색일 2022. 6. 12, 자료출처 <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2022/07/609388/>
- 양지원. (2021. 12. 20). 필(必)환경 ESG 시대, 패션 산업 친환경 트렌드와 시사점. *한국무역협회*. 자료검색일 2022. 4. 24, 자료출처 <https://www.kita.net>
- 엄유민. (2021). *지속가능한 관점에서 마린 세르에 나타나는 업사이클링 패션디자인에 관한 연구*, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 옴니어스. (2021. 6. 30). ESG와 패션, 업사이클링과 서스테이너블도 패션 트렌드가 될까?. *옴니어스*. 자료검색일 2022. 5. 14, 자료출처 <https://www.omnious.com/resources/esgwa-paesyeon-eobsaikelringgwa-seoseuteineobeuldopaesyeon-teurendeuga-doelgga/>
- 위서현, 정재우. (2021). 지속가능한 디자인 요소를 적용한 패션디자인 개발, *한국패션디자인학회지*, 21(3), 105-118.
- 유선애. (2021. 5). 지속가능한 패션을 위한 재생 섬유. *마리클레르 2021.5월호*. 자료검색일 2022. 5. 25. 자료출처 <https://www.marieclairekorea.com/fashion/2021/05/italian-upcycling/>
- 윤석찬, 박윤철. (2020). 친환경 섬유 기술 동향 및 전망. *한국산업기술평가관리원*. 자료검색일 2022. 3. 23, 자료출처 <https://keit.re.kr/>
- 윤수은. (2022. 4. 21). 환경 파괴범 된 패스트패션, EU 규제 나섰다. *이코리아*. 자료검색일 2022. 5. 23, 자료출처 <http://www.ekoreanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=60366>
- 이건희. (2021). 포스트코로나 시대를 위한 패션 브랜드 운영방안에 관한 연구, *패션과 니트*, 19(2), 125-137
- 이나겸, 임수영. (2021). 산업분야에서의 ESG 활용을 위한 기초적 연구- 미국 시가총액 상위 5개 기업을 중심으로-, *한국생태환경건축학회논문집*, 21(3), 83-88.
- 이민선. (2021. 5. 27). ESG, 무슨 기준으로 평가하고 어떻게 검증하나. *그린포스트코리아*. 자료검색일 2022. 5. 12, 자료출처 <http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=129020>
- 이병길, 김영석. (2019). 지구환경을 위한 지속가능한 패션의 착한 소비 확산. *서울연구원*. 자료검색일 2022. 6. 12, 자료출처 <https://www.si.re.kr/>
- 이재희. (2015). *업사이클 패션브랜드의 조형적 특징*, 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 임경량. (2022. 3. 31). 패션대행사 ESG 경영 시동. *패션포스트*. 자료검색일 2022. 6. 27. 자료출처 [https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo\\_table=special&wr\\_id=884](https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=special&wr_id=884)
- 임호동. (2021. 6. 22). “ESG 평가 기준 너무 많아... 명확한 기준 필요”. *그린포스트코리아*. 자료검색일 2022. 6. 26, 자료출처 <http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=129343>
- 임호동. (2021. 7. 1). 친환경 소재·폐기물 저감... 의류산업에 부는 ESG 바람. *그린포스트코리아*. 자료검색일 2022.6.26., 자료출처 <http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=129468>

- 전혜진. (2021. 2. 24). H&M, 의류 폐기물을 활용한 지속가능 패션 선두 주자. *ESG경제*. 자료검색일 2022. 6. 13, 자료출처 <http://www.esgeconomy.com/news/articleView.html?idxno=171>
- 정윤서, 신광렬. (2022. 7. 19). 페페트병이 스니커즈·방진복으로. *이지경제*. 자료검색일 2022. 7. 24, 자료출처 <http://www.ezyeconomy.com/news/articleView.html?idxno=119320>
- 정해순. (2019. 11. 1). 글로벌 패션산업 2020 '지속가능패션' 시대로 대전환. *패션비즈*. 자료검색일 2022. 7.11., 자료출처 <https://www.fashionbiz.co.kr/article/view.asp?idx=175016&uidx=179896&>
- 허가영. (2021). 패션 브랜드의 ESG 실천 사례에 관한 연구. *인문사회21*, 12(4), 3283-3292.
- 효성뉴스룸. (2021. 7. 28.). ESG 뜻은? 지속가능 경영을 위한 ESG 경영. 자료검색일 2022. 7. 1, 자료출처 [https://www.hyosungfms.com/fms/promote/fms\\_news\\_view.do?id\\_boards=13640](https://www.hyosungfms.com/fms/promote/fms_news_view.do?id_boards=13640)
- Eco Trend. (2021. 6. 30). 스포츠 브랜드, ESG를 입다. *프로팩*. 자료검색일 2022. 7. 2, 자료출처 <https://pro-pac.co.kr/archives/6101>
- ESG 소개. (2022). *KRX ESG 포털*. 자료검색일 2022. 5. 17, 자료출처 <https://esg.krx.co.kr/contents/01/01010100/ESG01010100.jsp>
- ESG의 부상, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?. (2021). 삼정KPMG경제연구원.
- GS 칼텍스. (2021. 7. 29). ESG란 무엇이며, 왜 중요할까?. *GS 칼텍스 매거진*. 자료검색일 2022. 6. 2, 자료출처 <https://gscaltexmediahub.com/story/why-esg-is-important/>