로하스 패션 디자인 유형에 따른 특성 연구

박혜원[†] · 조민영
창원대학교 의류학과

The Characteristics of Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) Fashion by Design Types

Hye-Won Park[†] · Min-Young Cho

Dept. of Clothing & Textiles, Changwon National University
접수일(2009년 3월 26일), 수정일(2009년 7월 6일), 게재확정일(2009년 8월 12일)

Abstract

Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) is based on environmental social responsibility and has become important factor in fashion trends. This study was to correct the types of LOHAS fashion design systems and to analyze attributes based on a case study of LOHAS in the fashion industry and the inquiry into leading studies. This study was carried out and the visual research material was analyzed based on the data of: Internet sites and mediums of communication (literature in the field of design, newspaper, magazines, and TV); after the year 2000 a preceding study about LOHAS also provides a new concept. In addition, the types of LOHAS fashion design were arranged and considered based on analyzed special qualities of a LOHAS the notion. The types of LOHAS fashion design that could be divided into nine patterns are 1) environmentally friendly material practical use 2) re-design 3) message transmission 4) nature motive practical use 5) multi-function design 6) retrenchment design 7) the higher sensitivity pursuit design 8) order production 9) society-morals design. In addition, LOHAS fashion did not appear in any single emphasized special quality of independent type among these, but appeared as a mutually united special feature based on the consciousness of society-morals. It is known that expression is possible to combine into one fashion design with various types and it is possible for various uses.

Key words: LOHAS, LOHAS fashion, LOHAS fashion design type; 로하스, 로하스 패션, 로하스 패션 디자인 유형

I. 서 론

로하스(LOHAS)란 'Lifestyles Of Health And Sustainability'의 약자로 건강, 환경, 자기발전, 지속가능한 삶과 사회 정의에 가치를 두고 생활하는 사람들이나 그들의 라이프스타일을 말한다(LOHAS JOURNAL,

2008). 개인적 만족과 필요를 최우선 가치로 두며 소비행위를 했던 예전 소비자들과는 달리 21세기 현대 소비자들은 그들의 소비행위에 후대에게 물려줄 미래 소비기반의 지속가능성까지 고려한 사회적 차원의 행복 추구를 더하고 있다. 이처럼 소비자 의식 수준이 높아지고 건강·환경·사회를 고려하는 LOHAS 소비자층이 증가함에 따라 이를 최우선 가치로 삼고 창조적인 상품개발, 서비스 활동, 환경경영 및 사회공헌을 위해 지속적으로 노력한 기업만이 사랑받고 선택받을 수 있게 되었다(KSA 한국표준협회, 2008). 이미 사

[†]Corresponding author

E-mail: hwpark@changwon.ac.kr

본 논문은 2008년도 창원대학교 교내연구비 지원에 의해 수행됨.

회 분위기는 로하스적 개념을 감안할 수 밖에 없는 시장 환경으로 조성되어가고 있고, 각종 환경규제 때문에라도 로하스를 적극적으로 채택할 수 밖에 없다. 국내외에서 환경과 관련된 규제는 점점 늘어나고 있고, 앞으로 더욱 강제성을 발휘할 것이다(김희연, 2007).

패션 분야는 제품의 전 수명에 걸쳐 환경적 영향을 주고받으며 친환경 디자인 개발뿐 아니라 환경에 대한 사회적 책임이 중요해지고 있다. 이에 따라 환경과 관련된 연구들이 꾸준히 진행되고 있다. '로하스'를 비롯하여 '웰빙', '친환경 디자인', '그린 디자인', '에코 디자인', '지속가능한 디자인', '오가닉 디자인' 등의 키워드를 초점으로한 연구(박수민, 유영선, 2008; 백영숙, 2004; 백인홍, 2004; 서현수, 2005; 이연희 외, 2007; 장남경 외, 2007)들이 다양하게 이루어지고 있다. 그러나 아직 로하스를 주된 개념으로 연구한 논문들은 부족한 상태이며 로하스 패션 디자인의 유형 분류를 중심으로 한 연구는 부재하여 로하스 패션 디자인의 유형 체계를 수립하고 그 특성을 살펴보는 것은 더욱 의의가 있을 것이다. 로하스는 그 개념이 포괄적이어서 산업 현장에서 상품개발과 같이 구체적으로 적용시키기 위해서는 유형의 분류가 필요하기 때문이다.

따라서 본 연구는 로하스 패션 디자인 유형의 체계를 정립하고 그 특성을 분석하는데 목적이 있다. 연구방법은 문헌연구와 사례연구를 병행하였으며, 로하스 개념이 2000년 이후에 등장함에 따라 2000년에서 2009년에 나타난 로하스 관련 자료들을 중심으로 분석하였다. 로하스 관련 선행연구와 디자인·환경 분야의 저서, TV·신문·잡지의 언론매체, 인터넷 사이트, 연구보고서 등의 자료를 근거로 문헌 및 시각자료를 내용분석하여 유형별 특성을 고찰하였다.

II. 이론적 배경

1. 로하스의 출현과 개념

로하스(LOHAS)는 미국 내추럴마케팅연구소(NMI: The Natural Marketing Institute)가 2000년 『Understanding the LOHAS Market』이라는 보고서를 통해 처음 규정하였다. 이 보고서에 의하면 로하스는 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 두는 소비 집단을 지칭하는 것으로 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반에 지속가능성을 중시하는 사람들을 말한다(정의하고 있다

(LOHAS JOURNAL, 2008).

로하스가 세계적으로 널리 알려지게 된 것은 미국의 사회학자 폴 레이(Paul H. Ray)와 캐나다의 심리학자 셰리 루스 앤더슨(Sherry Ruth Anderson)이 1998년 15만 명의 미국 소비자들을 대상으로 15년에 걸쳐 실시한 가치관 조사의 결과를 발표한 것이 계기가 되었다. 그들은 2000년에 출간한 저서 『문화창조자(The Cultural Creatives)』를 통해 미국인 가운데 5,000만 명, 즉 인구의 26%가 '문화창조자(Cultural Creatives)'라는 가치관을 가지고 있다고 주장하면서 이에 대한 개념을 소개했다. 폴 레이와 셰리 루스 앤더슨은 '문화창조자'를 '환경 문제에 지속적으로 관심을 가지고, 삶의 본질에 대한 통찰과 공동체 삶을 중요시하며(레이, 앤더슨, 2000/2006) 건강 지향적인 라이프스타일을 추구하는 로하스 문화의 핵심집단'이라고 명명하였다(장미화, 2005). 이러한 '문화창조자' 개념이 미국 내추럴마케팅 연구소가 주장한 로하스의 사상적 배경을 제공해 준 것으로 본다(김민주, 2006). 문화창조자들은 미래에 대한 긍정적인 비전을 가지고 앞으로 나아가는 사람들로, 우리가 직면한 사회적 문제들을 해결하기 위한 대안을 생각한다(오세은, 2007). 또한 생태, 지구환경, 평화, 사회정의 실현, 자기표현에 관심을 갖고 일상생활과 사회운동, 비즈니스를 통해 새로운 패러다임을 만들고 문화를 형성해가고 있다(레이, 앤더슨, 2000/2006).

즉 로하스는 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 두는 의식과 소비관, 이를 가지고 살아가는 사람들, 이들의 라이프스타일을 포함해 삶과 연관된 모든 가치들을 포괄하는 개념이라 할 수 있다(표 1).

2. 로하스 생활문화

로하스 소비시장은 지속가능한 경제(Sustainable Economy), 건강한 삶(Healthy Lifestyles), 대체의학(Alternative Healthcare), 자기개발(Personal Development), 생태학적 라이프스타일(Ecological Lifestyle)의 분야로 나누어 성장하고 있다(최원석, 2005; 최지연, 2006). 로하스 생활문화는 인간의 삶에 가장 기본적인 요소들인 의(衣)·식(食)·주(住)의 분야로 나누어 살펴볼 수 있다.

의(衣) 분야는 패션과 뷰티 분야를 포함하는데, 패션 분야에서는 건강, 환경, 기능에 초점을 맞춘 경향이 두드러지며, 트렌드를 중요시하는 소비자의 고감성 취향에 부합하는 실천적 방법으로서의 로하스 경향

<표 1> 로하스와 로하스족의 등장과 특성

등장 배경	정의와 개념	문화창조자와 로하스족의 특성
<ul style="list-style-type: none"> 미국 내추럴마케팅연구소가 2000년 『Understanding the LOHAS Market』이라는 보고서를 통해 처음 규정 폴 레이와 세리 루스 앤더슨은 그들이 2000년에 출간한 저서 『문화창조자(The Cultural Creatives)』를 통해 ‘문화창조자’의 개념을 도입, 미국 내추럴마케팅연구소가 주장한 로하스의 사상적 배경 제공 	<p>⇒</p> <ul style="list-style-type: none"> 정의: 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 두는 소비 집단을 지칭하는 것으로 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반에 지속가능성을 중시하는 사람들 개념: 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 두는 의식과 소비관, 이를 가지고 살아가는 사람들, 이들의 라이프스타일을 포함해 삶과 연관된 모든 가치들을 포괄 <p>⇒</p>	<ul style="list-style-type: none"> 환경 문제에 지속적으로 관심 삶의 본질에 대한 통찰과 공동체 삶 중요시 건강 지향적인 라이프스타일 추구 사회적 문제들을 해결하기 위한 대안 생각 항상 새로운 것을 받아들일 준비가 되어 있음 자신들의 의식과 양심이 문제에 어떻게 반응하는지 탐구 생태, 지구환경, 평화, 사회정의 실현, 자기 표현에 관심 일상생활과 사회운동, 비즈니스를 통해 새로운 패러다임과 문화 형성 지속가능한 미래에 대한 희망과 긍정적인 비전 제시

이 나타난다. 또한 사회·윤리적 성향이 중요시되면서 패션 기업들의 친환경 마케팅과 사회·윤리적 기업 경영도 특징적이다. ‘베네통 코리아’는 환경에 대한 인식전환을 목표로 그린 캠페인 ‘Green Is My Religion’과 그린 전시회를 진행하였다. 그린 캠페인의 일환으로 출시한 에코백은 판매수익금 전액이 환경 재단의 기후 변화센터에 기부되어 지구온난화 방지를 위한 기금으로 사용되었다(“우리 지구”, 2008; 윤소영, 2008)(그림 1). 썸지(Ssamzie)는 아티스트와의 협업으로 ‘제1회 신세계 화랑미술제’에서 자연을 컨셉으로한 한정판 ‘에코 아트 티셔츠’를 만들어 전시하고 판매하였다(서정민, 2006). 구두에 메시지를 담은 ‘I LOVE EARTH’ 지구 사랑 캠페인은 20명의 젊은 작가들과 패션 디자이너들이 지구를 지키자는 메시지를 지니킴의 구두에 담았다(이미림, 2007). 패션 디자이너 이상봉 또한 환경

재단 홍보대사가 되어 물품기증, 환경 기금 마련을 위한 패션쇼를 하였다(그림 2). 베이직 하우스의 오가닉 라인과 같이 대형 패션 업체에서도 로하스 패션 상품의 라인을 새로 출시하는 등 국내 패션 업계 전반에 걸쳐 로하스 패션과 관련된 다양한 활동들이 부각되고 있다(장미화, 2007).

뷰티 분야에서의 로하스는 천연재료를 이용한 기능적인 자연주의 이미지 및 컨셉 활용과 친환경 마케팅, 사회·윤리적 기업 경영의 로하스 경향이 두드러지게 나타나고 있다. 자연주의 화장품 브랜드 코레스(Korres)는 ‘자연과 인간의 조화 속에 토양과 물, 햇빛, 적절한 수확시기를 선택한 식물 성분인 자연에너지를 활용한다’는 것이 컨셉이다(환경비즈니스, 2005). 이외에 자연주의 이미지를 바탕으로 천연재료를 활용해 기능성을 내세운 유기농 화장품 전문매장 ‘퓨어소

<그림 1> 베네통의 그린 캠페인

자료출처: 윤소영, (2008, 6. 20), 그린 캠페인 성공, 베네통 ‘에코백’ 초대박, *패션비즈*, 자료검색일 2008, 12. 9, 자료출처 <http://www.fashionbiz.co.kr>

<그림 2> 이상봉의 환경재단 기금 마련 패션쇼

자료출처: 정기철, (2007, 11. 24), 소나무 속에 숨은 패션쇼의 주인공, *donga.com*, 자료검색일 2008, 12. 22, 자료출처 <http://sports.donga.com>

스'를 비롯해, 프랑스 유기농 스킨케어 브랜드인 두미(Doux me), 호주의 줄리크(Jurlique), 뉴질랜드의 캐롤 프리스트(Carol Priest), 독일의 로고나(Logona) 등(박성연, 2007) 유기농 화장품 브랜드는 전 세계적으로 지속적인 성장을 하고 있다. '자연에 대한 지식'이라는 의미를 담고 있는 아베다(Aveda)는 그린 에너지를 사용하여 지구 온난화를 줄이자는 '지구의 달 서명운동'을 펼치기도 하고, 다른 회사들에게 친환경 생산라인으로 바꾸었을 때 에너지 소비가 얼마나 절감되는지 등에 대한 정보를 제공함으로써 환경보호를 위한 많은 노력을 기울이고 있다("오래오래 Well-being", 2008).

식(食) 분야의 로하스 대표 사례로는 무공해나 유기농 먹을거리를 찾는 소비경향을 들 수 있다. 다소 더 비싸더라도 친환경적인 먹을거리를 찾는 까닭은 개인의 건강을 염려해서이기도 하지만, 지구환경의 지속가능성을 염두에 둔 선택이기도 하다(김희연, 2007). 유기농 야채와 과일, 시리얼 등을 전문으로 취급하는 미국의 제네럴 밀즈사(General Mills)는 수익의 일부를 환경 보호와 소비자의 건강을 연구하는 데 재투자를 하고 있다. 또 미국 전역에 자리 잡은 유기농 식품 전문 체인점 홀푸드 마켓은 '내가 먹지도 않은 음식은 팔지도 않는다!'라는 구호를 내세워 고객들에게 신뢰를 얻어내고 있다(박성연, 2007). 국내 식품 회사들의 로하스 열풍도 눈에 띄는데, 그 중에서도 풀무원의 '로하스 7대 원칙'을 발표하는 등 다양한 노력을 기울이고 있다. 환경과 사회에 대한 기업의 책임과 역할을 인식하고 기업 정신을 고취시키자는 노력의 일환으로 국내 최초로 지속가능 경영보고서를 발간하기도 하였다(최종일, 2008). 한편 단순히 먹는 음식에서 벗어나 음식을 즐기는 분위기 조성, 마케팅 전략까지 로하스가 영향을 미쳤다. 'We love green'이란 구호를 내세워 '자연을 담은 샐러드 & 그릴 레스토랑'임을 강조한 '세븐 스프링스(Seven Springs)'는 모두에게 즐거움과 행복을 주는 크리스마스트리를 달고 싶다는 의미에서 생명, 나눔, 건강, 사랑, 풍요, 행복, 헌신의 7가지 의미를 회사의 이름과 이미지에 담고 이를 실천하도록 하고 있다(Seven Springs, 2008).

주(住) 분야는 대부분의 건축물들이 실제로 각종 건축 자재가 내뿜는 독성 물질을 배출하지 못해 실내 공기가 급속히 오염되고, 실내에서 오래 생활하는 현대인들은 화학 물질 독소에 그대로 노출되어 이로 인한 각종 질병에 시달리고 있다. 이러한 독소에 대한

오염을 최소화시키기 위해 최근 각 건설 업체들은 페인트, 접착제 등 기존의 건축 자재를 친환경 건축 자재로 급속히 대체하는 추세이며, 자연형 환기시스템을 도입하는 사례도 늘고 있다(고은지, 2004). 이뿐만 아니라 조경과 친환경 구성시설을 대폭 강화시켜 주변 지역의 환경을 함께 도모하는 주거공간으로 로하스 개념은 점차 확대되는 추세이다(원천석, 2006). 'GS 건설'은 광장자이 단지 내에 업계 최초로 태양열 즉욕장을 입주민 전용 시설인 자이안 센터에 설치하였다(원정호, 2006). '롯데건설'도 각 가구에 휴식과 피로 해소를 위한 샤워 안마 패널, 원격직선 양변기 등을 설치하고(박성연, 2007), 단지 내에 건강을 고려한 다양한 테마파크, 옥상텃밭을 조성하는 등(김자영, 2008) 첨단 건강 시스템과 소비자의 로하스 라이프스타일을 고려한 아파트를 선보였다.

이처럼 로하스의 개념은 생활 곳곳에서 적용되어 다양한 형태로 등장하고 있으며, 이 같은 특징들이 건강과 직결되어 미래에 대한 사회적 공감대 형성에 기여함으로써 필요성은 날로 더해가고 있다(표 2).

III. 로하스 패션 디자인 유형 분석

로하스 패션 디자인의 유형 분류를 위하여 선행연구 및 문헌 사례를 살펴보았다. 연구사례는 한국학술진흥재단 등재 학회와 국내외 학술연구정보사이트(RISS, KISTI, CTRJ, EMERALD)에서 2000년~2009년에 발표된 연구논문을 대상으로 하였다. 또한 외국 문헌(English, 2007; Fletcher, 2008; Stanfill, 2006)을 통해 최근의 로하스 패션 디자인 유형, 경향을 추가하였다. 결과 로하스 패션 디자인 유형은 친환경 소재 활용형, 리디자인(re-design)형, 메시지 전달형, 자연모티브 활용형, 다기능 디자인형, 감량화 디자인형, 고감성추구 디자인형, 주문 생산형, 사회·윤리적 디자인형의 9가지로 정리될 수 있었다. 분석대상에 따른 패션 디자인의 특성 및 유형화 결과는 다음의 <표 3>과 같다.

이상의 유형을 기준으로 각 유형별 내용과 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1. 친환경 소재 활용형

친환경 소재 활용형은 유기농 소재, 친환경 신소재를 패션 디자인에 활용한 유형이다. 환경 보호론자이자 동물 보호론자로 유명한 대표적인 친환경 패션 디

<표 2> 생활문화의 로하스 경향과 대표적 사례

분 야		로하스 경향	대표적 사례
의(衣)	패션 분야	<ul style="list-style-type: none"> 건강과 환경 고려, 기능성에 초점 소비자의 고감성 취향에 부합하면서 실용적이고 실천 가능한 방법으로의 로하스 경향 친환경 마케팅과 사회·윤리적 기업 경영 	<ul style="list-style-type: none"> 베네통 코리아의 그린 캠페인 ‘Green Is My Religion’(에코백 출시)과 그린 전시회 아동 베네통의 ‘Green PAJAMA’ 환경 캠페인
	뷰티 분야	<ul style="list-style-type: none"> 천연원료의 친환경적 제품 개발 자연주의 이미지 및 컨셉 활용 친환경 마케팅과 사회·윤리적 기업 경영 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 및 자연주의 컨셉 화장품 브랜드 퓨어소스, 코레스(Korres), 두 미(Doux me), 줄리크(Jurlique) 등 아베다(Aveda)의 자연에 대한 지식을 전파하는 마케팅 활동, ‘지구의 달 서명운동’
식(食)	식품 분야	<ul style="list-style-type: none"> 무공해 및 유기농 식품 선호 대형 식품 회사와 유통 업체가 유기농 식품 사업에 뛰어들고, 제품의 재배 환경을 포함한 지구환경을 보호하는 데 앞장 	<ul style="list-style-type: none"> 미국 제네럴 밀즈사(General Mills)는 수익의 일부를 환경 보호와 소비자의 건강을 연구하는 데 재투자 국내 풀무원이 ‘로하스 선도기업’을 비전으로 삼고 ‘로하스 7대 원칙’을 발표, 지속가능 경영보고서 발간, 유기농 식품의 다양한 개발, 직원 모두 농촌 봉사활동 참여 등
	외식업 분야	<ul style="list-style-type: none"> 음식을 즐기는 분위기 조성, 마케팅 전략에 로하스 도입 	<ul style="list-style-type: none"> ‘세븐 스프링스(Seven Springs)’는 친환경 채소 재공, 회사와 관련된 모든 것들은 자연을 강조
주(住)	건축 분야	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 건축 자재의 활용 자연형 환기 시스템을 도입 친환경적 주거단지 설계 그린 빌딩(Green Building) 	<ul style="list-style-type: none"> GS건설 자이의 자이안 센터와 태양열 족욕장 롯데건설의 다양한 테마파크와 옥상텃밭 미국 캐주얼 의류회사 갭(Gap)의 빌딩 미국 보스턴 매사추세츠공대(MIT)의 ‘스타타 센터’
	생활, 근무 환경 분야	<ul style="list-style-type: none"> 건강한 생활 및 근무 환경과 높은 실내 품질 표준 친환경적 사무실 구성 	<ul style="list-style-type: none"> 삼성전자의 ‘건강한 일터 만들기’ 운동 코업 아메리카(Co-op America)의 친환경적 사무실

자이너 스텔라 맥카트니(Stella McCartney)는 유기농 면 아이템을 수시로 선보이고 있고, 뉴욕의 신인 디자이너 필립 림(Phillip Lim)은 유기농 면 의류를 런칭하였다(김은희, 2008). 친환경적인 경영으로 유명한 파타고니아(Patagonia)는 1994년부터 유기농 면을 사용하기 시작하여(삼성패션연구소, 2005) 현재는 면 제품의 100%를 유기농 면으로 사용하고 있다(최연익, 2008). 나이키(Nike)는 2020년까지 모든 면 제품에 유기농 면을 사용할 것이라는 정책을 발표하였다. ‘에코 오가닉 컬렉션’을 선보인 리바이스(Levi's), 지난 5년간 줄곧 유기농 면 청바지를 만들어온 브랜드 큐이치(Kuyichi) 외 여러 브랜드들이 로하스 패션의 실현을 위해 노력하고 있다(삼성패션연구소, 2007). 또한 쉽게 사 입고 버린다는 측면에서 환경을 저해하는 요소로 지적받는 패스트 패션(fast fashion) 브랜드도 로하스 패션 시장으로의 합류를 시도하고 있다. H&M은 유기농 면으로 제작한 터키산 티셔츠와 전통방식으로 제작한 인도산 유기농 면 티셔츠를 선보였다. 이 외에도 자라(Zara), 갭(Gap)<그림 3>, 유니클로(Uniqlo) 등과 같은 패스트 패션 업체들이 유기농 패션을 도입하기 시작하면서 로하스 패션 시장의 확장을 예고하고 있다(윤선희, 2008).

친환경 신소재는 화학 재료가 아닌 콩, 옥수수, 대나무 등과 같은 천연성분을 활용한 소재와 한번 사용한 원료나 소재를 재활용하여 새롭게 개발한 소재를 포함한다. 천연성분을 활용한 대표적인 예로 코오롱스포츠의 트랜지션 라인은 대나무 섬유로 제작한 대표적인 아웃도어 제품으로 특히 아릭레비가 디자인하여 그의 이름을 딴 ‘아릭(ARIK) 심리스 바지’는 대나무 성분이 35% 함유된 나일론 스판덱스 소재를 이용해 신축성과 흡수성이 좋다(김주영, 2007). 또한 오스트리아 렌징(Lenzing)사의 텐셀(Tencel)은 친환경 공정으로 생산될 뿐 아니라 다양한 장점을 지녀 더욱 가치를 높이고 있다(“친환경 섬유”, 2007). 2009 대한민국 섬유소재 대상을 받은 쌍영방직은 로하스를 기본 개념으로 한 ‘로하스 한지’의 천연닥섬유를 개발하여 세계 섬유시장에서 주목을 받고 있다(“천연닥섬유(한지섬유) 부문”, 2009).

2. 리디자인(Re-design)형

로하스 패션 디자인 유형에서의 리디자인형은 기존의 의류를 새로운 형태의 의상으로 만드는 리폼(reform), 폐 재료를 재가공하여 제품의 가치를 살리는 재활용(recycle), 제품을 변형하거나 가공하지 않은 상

<표 3> 로하스 패션 디자인 유형 분류

선행연구 및 문헌			디자인 유형 분류 결과							
연구자	내 용	친환경 소재 활용형	리 디자인형	메시지 전달형	자연 모티브 활용형	다기능 디자인형	감량화 디자인형	고감성 추구 디자인형	주문 생산형	사회·윤리적 디자인형
이현아 (2005)	<그린 디자인> 자연주의, 미니멀리즘, Recycle(Reuse)	○	○		○		○	○		
	<지속 가능한 느린 디자인> Timeless style, Hand-touch style, Renewable design, Transformable design	○	○			○	○	○		
박수민 (2006)	로하스 내추럴 룩, 로하스 멀티 룩, 로하스 빈티지 룩, 로하스 오리엔탈 룩	○	○			○		○		
이연희 외 (2007)	Timeless style, Hand-touch style, Renewable design, Transformable design	○	○			○	○	○		
장남경 외 (2007)	유기농 소재, 신소재, 절감, 다기능, 재생산, 주문 생산, 재활용, 재사용	○	○			○	○		○	
오세은 (2008)	내추럴 룩, 멀티 룩, 빈티지 룩, 오리엔탈 룩	○	○			○		○		
박수민, 유영선 (2008)	로하스 내추럴 룩, 로하스 빈티지 룩, 로하스 리디자인 룩, 로하스 멀티 룩, 로하스 웰니스 룩	○	○			○		○		○
배지영 (2008)	감량화 디자인, 재디자인, 트랜스포머블 디자인, 사회 윤리적 디자인	○	○			○	○			○
김은진 (2008)	유기농 소재, 신소재, 절감, 주문생산, 리폼, 재활용, 다기능	○	○			○	○		○	
Young et al. (2004)	Sustainable Design Recycled Clothing		○							○
Palomo-Lovinski (2008)	Extensible Dress					○				
Fletcher (2008)	Natural fibers, Reuse, Recycling, Zero Waste	○	○							
Stanfill (2006)	Each garment was ticketed with an envelope containing an explanatory missive to the purchaser			○						○
English (2007)	Recycled materials, Clothes with a social message	○		○						○

<그림 3> 갱의 유기농 면 제품과 상표

자료출처: 삼성패션연구소. (2007, 4. 10). Sustainable Clothing II. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008, 12. 18, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>

태에서 사용을 연장하는 재사용(reuse)의 디자인 유형을 의미한다. 낡고 가치가 떨어진 옷감조각과 생활용품들을 소재로 리디자인하여 새로운 가치를 창출해내고, 상품성을 살려내게 됨으로써 자원을 절약하며, 제품 자체로써 친환경적인 사고방식에 관련한 의식의 전환을 이끌어 낼 수 있다.

리폼의 예로 미국 뉴욕의 이미테이션 오브 크라이스트(Imitation of Christ)라는 디자이너 브랜드는 모든 상품을 벼룩시장, 중고의상 부티크에서 찾아낸 옷으로 리폼하여 제작한다.

재활용 패션은 자원 낭비와 환경 오염을 막자는 의도로 버려진 옷, 패브릭 등 폐 재료를 재가공하여 새로운 소재, 패션으로 순환시키는 것을 말한다(배지영, 2008). 화물차 덮개로 쓰이던 천막을 재활용해 가방을 만든 프라이타크(Freitag)<그림 4>, 자동차 좌석벨트를 가방 끈으로 활용하는 앨커미 굿즈(Alchemy Goods)<그림 5> 등은 이미 고급 브랜드로 성장하여 재활용 디자인으로 발전한 패션 기업의 표본이 되고 있다. 국내에서도 최근 아름다운 가게가 만든 최초의 재활용 브랜드 '에코파티 메아리'<그림 6>를 비롯해 '스마일 플래닛', '오프닝 스

<그림 4> 프라이타크의 가방

자료출처: Freitag. (2008). How is a unique freitag bag created? FREITAG-OLINESHOP. Retrieved December 18, 2008, from <http://www.freitag.ch>

<그림 5> 앨커미 굿즈의 가방

자료출처: Alchemy Goods. (2008). Products. Ag.com. Retrieved December 18, 2008, from <http://www.alchemygoods.com>

<그림 6> 현 옷을 재활용한 가방과 목도리

자료출처: 이성희, 류효진. (2007, 2. 1). '재활용 패션' 예코 파티 메아리. 한국일보. 자료검색일 2008, 7. 11, 자료출처 <http://www.hankooki.com>

튜디오' 등이 등장하여 디자이너의 창의성을 가미해 새 것보다 더 의미 있는 새로운 패션을 창출하는 재활용 디자인 제품들을 잇달아 선보이고 있다(장미화, 2007).

재사용은 벼룩시장, 자선바자, 의류리필제 등을 통해 실천하는 방법 등이 있고 최근에는 옥션 중고장터, AZA 폴리마켓과 같이 인터넷을 통해 중고물품을 교환하거나 판매 및 구입하기도 한다. 비영리 단체인 현대백화점의 그린 마켓은 검증된 물품들의 판매전 액과 위탁물품 판매대금의 50%를 사회 자선단체에 기부하여 사회·윤리적 측면의 로하스를 실천하고 있다(현대백화점, 2007).

3. 메시지 전달형

환경 보호의 의미나 슬로건 등을 직접적으로 패션 아이템에 적용하거나 브랜드 라벨(label), 행택(hangtag)

<그림 7> 애나 힌드마치의 에코백

자료출처: Obi, M. (2007, 3. 20). I'm not a plastic bag! myfashionlife. Retrieved December 16, 2008, from <http://www.myfashionlife.com>

<그림 8> 캐서린 햄넛의 메시지 전달 티셔츠

자료출처: KATHARINEHAMNETT. (2008). Slogan-T-Shirt. KATHARINEHAMNETT Online Store. Retrieved December 15, 2008, from <http://www.katharinehamnett.com>

등을 통해 환경 보호의 메시지를 전달하는 유형이 메시지 전달 유형이다. 대표적인 예로 애나 힌드마치(Anya Hindmarch)가 환경 캠페인의 일환으로 내놓은 캔버스 가방을 들 수 있다. “I’m Not A Plastic Bag”이라는 문구가 적혀 있는 이 가방은 환경 오염의 주범인 비닐백을 장바구니로 대체하여 더 이상의 자원 낭비를 없애자는 취지에서 기획된 제품이다(장미화, 2007)(그림 7). 또한 캐서린 햄넛(Katharine Hamnett)은 유기농면의 티셔츠에 친환경적 메시지를 담아 환경 캠페인을 하기로 유명하다. 1983년 “산성비를 멈추자”라는 슬로건을 시작으로 “열대다우림을 보호하자”는 슬로건 등 티셔츠에 환경에 대한 메시지를 꾸준히 표현하여 왔다(KATHARINEHAMNETT, 2008)(그림 8).

한편 환경 보호의 메시지를 패션 아이템에 직접적으로 표현하지 않더라도 패션 상품의 라벨이나 행택(hangtag: 상품 품질 표시표)을 통해 전달하는 메시지 전달형도 있다.

<그림 9> 에코프렌 행택

자료출처: 전상열. (2008, 7. 14). 친환경 ECOFREN. 한국섬유신문, 제2349호. 자료검색일 2008, 7. 14, 자료출처 <http://www.ktnews.com>

영국 최대 소매업체인 막스 앤 스펜서(Marks & Spencer)는 2005년부터 일반 소비자 대상의 오가닉 라인을 대대적으로 투입했고, 2006년부터는 “Look behind the Label(상품 라벨 뒤에 어떤 정보가 있는지 살펴봐라)”라는 캠페인을 전개해 의류를 비롯한 모든 상품이 어떤 과정을 거쳐 제조되고 판매되는가에 대한 정보를 고객들에게 제공하고 있다(장미화, 2007).

슬로우 앤 스테디 윈스더 레이스(SLOW AND STEADY WINS THE RACE)는 환경과 소비자를 생각하여 디자인과 제작 공장시 생산비를 절감하고, 낭비를 최소화하기 위해 노력해왔다. 디자이너의 이러한 의도는 소비자에게 의류 제작에 대한 설명이 담긴 라벨을 줌으로써 환경을 생각하는 브랜드임을 알려준다(Stanfill, 2006). 국내 소재 업체 코오롱FM은 의류 브랜드들이 친환경 재활용 소재 에코프렌(Ecofren)을 사용하였음을 알릴 수 있도록 의류용 행택<그림 9>을 만들었다. 행택에는 “소비자가 에코프렌을 사용함으로써 지구사랑을 실천할 수 있다”는 메시지를 담았다. 행택을 만드는데 사용된 종이도 재생지를 사용해 지구환경을 지킨다는 친환경 재활용 소재의 의의를 더했다(전상열, 2008). 이 같은 메시지 전달형 사례는 패션 업체가 자사의 디자인이 환경을 고려하고 윤리적으로 제작되었음을 라벨이나 행택 등을 통해 알리는 것이다.

이와 같은 메시지 전달형은 패션 아이템에 전달하고자 하는 특정 메시지를 담아 환경에 대한 인식을 일깨워주려는 의도로 보다 적극성이 있는 형태로서의 로하스 패션 디자인 유형이라 할 수 있겠다.

4. 자연모티브 활용형

환경을 보호하고자하는 의식과 자연에 대한 갈망이 있는 로하스족들의 욕구를 채워주기 위한 일환으로 식물, 동물 등 자연의 조형성을 활용하여 자연에 대한 친밀감과 향수를 표현하는 디자인 유형이 자연모티브 활용형이다. 자연 모티브는 식물, 곤충, 동물, 지층, 광물 등 자연 속의 다양한 소재로 지금껏 패션의 모티브로 많이 활용되어 왔고, 최근 친환경적 추세는 자연으로의 회귀라는 현대인의 갈망을 자연모티브를 응용한 패션 디자인으로 다양하게 나타나고 있다(그림 10)~(그림 13).

5. 다기능 디자인형

다기능 디자인형은 하나의 복식이 여러 가지 목적, 용도, 기능에 따라 변형이 가능하여, 복합적인 디자인을 추구하는 디자인 유형이다. 하나의 패션 디자인이 주요 목적 외에 다른 목적을 지닌 디자인으로의 변형이 가능한 유형과 착용자의 착장방법에 따라 형태변화를 주어 다양한 스타일로 연출 할 수 있는 멀티 스타일링(배지영, 2008)의 유형이 포함된다. 다기능 디자인형은 하나의 아이템으로 여러 아이템의 효과를 얻

을 수 있고, 다양한 기능성을 가짐으로써 사용 기간을 보다 길게 할 수 있으며, 에너지 사용의 효율을 높일 수 있다(장남경 외, 2007). 또한 여러 아이템의 불필요한 생산을 감소시켜 자원의 낭비를 막을 수 있고, 폐기물의 감소효과를 가져와 결과적으로는 환경 문제에 대한 하나의 해결방법으로서의 가치를 갖는다고 볼 수 있다(나영원, 박명희, 2006). 다기능 디자인형에는 표면의 재구성을 통한 디자인 요소 변화로 양면사용에 따라 기능과 디자인이 변화하는 가변성을 강조하는 디자인<그림 14>, 복식 기능이 소품 기능으로 변형되는 디자인<그림 15>, 공기주입이나 조작을 통해 복식에서 환경으로 변형되는 디자인<그림 16>, 조립방식이나 탈부착을 통하여 다양한 디자인으로 바꿀 수 있는 디자인, 길이를 조절할 수 있는 디자인<그림 17> 등 표현방법에 따라 그 범위가 넓다.

6. 감량화 디자인형

디자인의 형태를 단순히 하거나 시대적 감각의 흐름을 타지 않는 클래식 디자인을 통해 불필요한 잉여의 디자인을 억제하는 유형을 감량화 디자인형으로 도출하였다. 감량화 디자인 유형은 생산, 소비, 폐기의 단계

<그림 10> 2008 S/S
Balenciaga
자료출처: 스타일닷컴. (2008a).
2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Balenciaga.
STYLE.COM. 자료검
색일 2008, 12. 19,
자료출처 [http://www.
style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 11> 2008 S/S
Dries Van Noten
자료출처: 스타일닷컴. (2008b).
2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Dries Van
Noten. STYLE.COM.
자료검색일 2008, 12. 19,
자료출처 [http://www.
style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 12> 2008 F/W
Jean Paul Gaultier
자료출처: 스타일닷컴. (2008c).
2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Jean Paul
Gaultier. STYLE.COM.
자료검색일 2008, 12. 19,
자료출처 [http://www.
style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 13> 2008 F/W
Raf Simons
자료출처: 삼성패션연구소.
(2008a). 2008 F/W
Men's Collection,
Paris, Raf Simons.
삼성디자인넷.
자료검색일
2008, 12. 22,
자료출처 [http://
www.samsung-
design.net](http://www.samsung-design.net)

<그림 14> 2000 S/S Junya Watanabe
자료출처: 스타일닷컴. (2008d). 2000 S/S, Ready-to-Wear, Paris, Junya Watanabe. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>

<그림 15> 2000 F/W Hussein Chalayan
자료출처: Hussein Chalayan. (2008). 2000 F/W, Afterwords, London, Hussein Chalayan. *Hussein Chalayan*. Retrieved July 30, 2008, from <http://www.hussein-chalayan.com>

까지 필요한 자원과 에너지의 효율을 높일 수 있고 환경오염도 줄일 수 있는 부분이 있다. 형태가 단순한 디자인은 장식적인 요소를 배제하여 제작과정을 최소화할 수 있고, 최소한의 디자인 요소로 표현하여 단순

<그림 16> CP COMPANY의 다기능 디자인
자료출처: Alter, L. (2009, 3. 13). Transformer Clothing: C.P. Company's Coat Turns into Armchair. *Treehugger.com*. Retrieved July 14, 2008, from <http://www.treehugger.com>

<그림 17> 2007 S/S Hussein Chalayan
자료출처: 스타일닷컴. (2008e). 2007 S/S, Ready-to-Wear, One hundred and eleven, Paris, Hussein Chalayan. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 8, 자료출처 <http://www.style.co.kr>

함과 간결함을 추구하는 미니멀리즘적 요소가 나타난다(그림 18)-(그림 19). 클래식 디자인은 시대성을 초월하는 보편적인 가치가 있어 유행에 민감하지 않는 편안한 스타일로 오래 입을 수 있는 특징이 있다(그림 20)-(그림 21).

7. 고감성추구 디자인형

고감성추구 디자인형은 수공예적 감각이 중시된 디

<그림 18> 2008 F/W
Calvin Klein

자료출처: 스타일닷컴. (2008f).
2008 F/W, Ready-to-
Wear, New York, Calvin
Klein. *STYLE.COM*.
자료검색일 2008. 12. 8,
자료출처 [http://www.
style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 19> 2008 S/S
Prada

자료출처: 스타일닷컴. (2008g).
2008 S/S, Ready-to-
Wear, Milano, Prada.
STYLE.COM. 자료검
색일 2008. 12. 10,
자료출처 [http://www.
style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 20> 버버리의
트렌치 코트

자료출처: Braukamper, T. (2006,
7. 7). Kate Moss and
Burberry back together.
FASHIONISING.COM.
Retrieved November
30, 2008, from [http://
www.fashionising.com](http://www.fashionising.com)

<그림 21> 샤넬 수트

자료출처: 스타일닷컴. (2008h).
2008 S/S, Haute
Couture, Chanel.
STYLE.COM. 자료
검색일 2008. 12.
19, 자료출처 [http://
www.style.co.kr](http://www.style.co.kr)

<그림 22> 2003 F/W Alexander McQueen

자료출처: 삼성패션연구소. (2008b). 2003 F/W, Ready-to-Wear,
New Paris, Alexander McQueen. *삼성디자인넷*. 자
료검색일 2008. 7. 30, 자료출처 [http://www.samsung-
design.net](http://www.samsung-design.net)

자인이나 인간의 감성적 요소에 비중을 두면서 디자인의 부가 가치를 고려한 디자인 유형을 말한다.

수공예적 감각이 중시된 디자인은 기계문명에 대한 거부로 인간미를 소중히 여기고 정성과 시간의 가치를 중요시하는 현대인의 로하스 마인드에서 비롯되었다. 최근 속도에 끌려가는 세태를 거부하고 오히려 '느리게 사는 삶'을 추구하는 것과도 연관성을 가진다. 패션에서 수공예적 경향은 손뜨개를 비롯하여 패치워크, 비딩, 손자수 등 주로 손으로 작업한 디테일을 통해서 나타난다(그림 22).

8. 주문 생산형

주문 생산형은 원하는 디자인을 필요로 하는 양만큼만 계획하고 주문하여 생산하는 디자인 유형이다. 불필요한 생산으로 인한 인력의 소모와 재고 및 에너지 낭비를 줄일 수 있어 로하스 디자인의 한 유형으로 분류된다.

주문생산의 발달은 컴퓨터, 정보산업, 3차원 바디스캐너, DTP, 레이저 재단기 등과 같은 과학기술의 지원으로 가능해졌으며 이로 인해 주문생산이 더욱 편리해졌다. 예를 들어 일일이 의류 매장에 나가 보지 않더라도 인터넷으로 자신의 체형에 옷을 입혀보면서 맞는 옷을 고를 수 있는 기술이 개발되었다. 자신의 신체를 스캔하여 스마트카드나 USB 등에 저장해 두면 매장이거나 가정에서 이를 불러내 다양한 옷을 입혀볼 수 있다. 또한 가정이나 매장에서 다양한 색상과 무늬의 천으로 바꿔보며 마음에 드는 모양과 크기의 '주문 맞춤(mass-customization)'이 가능하기 때문에, 제품에 대한 소비자 만족도를 높일 수 있다(장남경 외, 2007).

9. 사회·윤리적 디자인형

오늘날의 소비자들은 옷을 하나 구입하는 데에도 상품의 가격과 질, 디자인만 보는 것이 아니라 어디에서, 어떻게 만들어졌는지도 중요시 여긴다(김은희, 2008).

<표 4> 로하스 패션 디자인 유형과 대표적 사례

유형	내용	대표적 사례
친환경 소재 활용형	유기농 소재, 친환경 신소재를 패션 디자인에 활용한 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 유기농 면 제품(파타고니아, 나이키, 겐 등) · 옥수수 전분으로 만든 친환경 웨딩드레스(이경재) · 대나무 섬유 재킷(LG패션, 갤럭시)
리디자인형 (Re-design)	자원의 절약과 지구환경 보존을 위한 리폼, 재활용, 재사용의 디자인 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 리폼 브랜드(이미테이션 오브 크라이스트) · 화물차 방수천을 재활용한 가방(프라이타크) · 헌 옷을 재활용해 만든 가방과 목도리(에코파티 메아리) · 그린 마켓(현대백화점)
메시지 전달형	환경 보호의 의미나 슬로컨 등을 직접적으로 패션 아이템에 적용하거나 브랜드 라벨, 행택 등을 통해 환경 보호의 메시지를 전달하는 유형	<ul style="list-style-type: none"> · "I'm Not A Plastic Bag"이란 메시지를 담은 에코백(애나 힛드마치) · "Green Is My Religion"이란 메시지를 담은 에코백(베네통) · 유기농 면 티셔츠에 친환경적 메시지 전달(캐서린 햄넷)
자연모티브 활용형	식물, 동물 등 자연의 조형성을 활용하여 자연에 대한 친밀감과 향수를 표현하는 디자인 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 식물 모티브의 의상(발렌시아가, 드리스 반 노튼) · 식물과 새 모티브의 의상(장 폴 고티에) · 용암 모티브의 의상(라프 시몬스)
다기능 디자인형	하나의 복식이 여러 가지 목적, 용도, 기능에 따라 변형이 가능하여, 복합적인 디자인을 추구하는 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 양면사용이 가능한 의상과 환경 변화에 대처가 가능한 의상(준야 와타나베) · 의자보와 테이블로의 변형이 가능한 의상(후세인 살라얀) · A-POC Making(이세이 미야케)
감량화 디자인형	디자인의 형태를 단순히 하거나 시대적 감각의 흐름을 타지 않는 클래식 디자인을 통해 불필요한 잉여의 디자인을 억제하는 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 미니멀리즘 경향의 단순한 의상(켄볼클라인, 프라다) · 트렌치 코트(버버리) · 샤넬 슈트(샤넬)
고감성추구 디자인형	수공예적 감각이 중시된 디자인이나 인간의 감성적 요소에 비중을 두면서 디자인의 부가 가치를 고려한 디자인 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 손바느질과 비딩작업의 의상(츠모리 치사토) · 레이저 드레스(후세인 살라얀) · LED 드레스(메리 황) · 투명하고 공기같은 느낌을 강조한 의상(도나 카란)
주문 생산형	원하는 디자인을 필요로 하는 양만큼만 계획하고 주문하여 생산하는 디자인 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 자바 기술을 이용하여 체형에 맞는 티셔츠 구매(랜즈 엔드) · 세상에 단 하나 뿐인 자신만의 신발을 생산 및 배송(나이키)
사회·윤리적 디자인형	로하스 패션 디자인의 모든 유형의 근간이 되고, 장기적인 환경과 사회의 안녕에 주력하는 기본 개념이 깃들어 있는 유형	<ul style="list-style-type: none"> · 플라스틱 병을 재활용하여 폴리에스테르 의류를 만드는 Eco Plan(막스 앤 스펜서) · 바이오로직 코튼과 인디고 후염 방식을 채택하여 만든 에코 폴로와 테크노폴로 리미티에디션(라코스테) · 공정무역(아메리칸 어페일)

따라서 사회·윤리적 디자인형은 로하스 패션 디자인의 모든 유형의 근간이 되고, 장기적인 환경과 사회의 안녕(well-being)에 주력하는 기본 개념이 깃들어 있는 유형을 뜻한다. 이 유형에는 패션 디자인이 생산에서 소비와 폐기까지 모든 과정에 환경을 의식하는 것과 노동자가 비윤리적 문제점이 없는 노동자 친화적인 환경에서 작업하고 공정된 거래를 할 수 있도록 하는 것을 포함한다.

환경에 대한 의식이 강화되면서 로하스 패션은 공정 거래, 적절한 임금, 부당한 노동 환경을 피해서 사회적으로 올바른 옷을 만들어야 한다는 취지 등 다각도로 접근하고 있다. 1998년 이후 유기농 면의 의존도를 지속적으로 늘리고 있는 나이지리아의 경우 오는 2010년까지 전체 신발라인을 친환경 소재로 전환할 계획이다. 아메리칸 어패럴도 유기농 면의 사용을 전체의 80%까지 늘리며 LA공장에 대규모 태양열 시스템을 설치하고 있다(최연익, 2008). 막스 앤 스펜서도 5개년 계획으로 진행되는 환경 프로젝트 'Plan A 캠페인'을 통해 100가지 환경 서약을 내걸고 원자재 선택, 제품 생산, 상품 개발, 유통 거래방식과 더불어 기업 비전에 이르기까지 모든 기업 활동에 적극적으로 적용하고 있다(최은정, 2008).

한편 임금이 낮은 개발도상국으로 진출한 의류 업체들 중 비공정 거래, 어린이 노동력 착취, 부당한 노동 환경, 비인간적 대우와 저임금의 문제점을 해결하기 위한 활동 사례로 아메리칸 어패럴이 'Made in USA In Downtown LA'를 내세우며 절대 노동착취공장을 사용하지 않겠다고 선언했다(석효정, 2006).

이처럼 패션 기업의 사회·윤리적 책임은 패션의 미적인 감각과 함께 로하스 패션의 중요한 요소로 작용함을 알 수 있다.

이상의 9가지 유형과 내용 및 사례를 정리하면 다음의 <표 4>와 같다.

IV. 결 론

로하스는 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 두는 소비집단을 지칭하는 것으로 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반에 지속가능성을 중시하는 사람들을 뜻한다. 선행연구와 문헌을 통해 로하스 패션 디자인 유형을 연구 고찰한 결과, 총 9가지 유형으로 정리해 볼 수 있었다. 그리고 각 유형이 실제 패션 산업에서 어떻게 이루어지고 있는지 경향과 특성을 살펴보았다.

친환경 소재 활용형은 유기농 소재, 친환경 신소재를 패션 디자인에 활용한 유형을 말한다. 리디자인형은 자원의 절약과 지구환경 보존을 위한 리폼, 재활용, 재사용의 디자인 유형을 의미한다. 메시지 전달형은 환경 보호의 의미나 슬로건 등을 직접적으로 패션 아이템에 적용하거나 브랜드 라벨, 행택 등을 통해 환경 보호의 메시지를 전달하는 유형이다. 한편, 자연모티브 활용형은 식물, 동물 등 자연의 조형성을 활용하여 자연에 대한 친밀감과 향수를 표현하는 디자인 유형이다. 다기능 디자인형은 하나의 복식이 여러 가지 목적, 용도, 기능에 따라 변형이 가능하여, 복합적인 디자인을 추구하는 유형을 의미한다. 감광화 디자인형은 디자인의 형태를 단순히 하거나 시대적 감각의 흐름을 타지 않는 클래식 디자인을 통해 불필요한 잉여의 디자인을 억제하는 유형을 말한다. 고감성추구 디자인형은 수공예적 감각이 중시된 디자인이나 인간의 감성적 요소에 비중을 두면서 디자인의 부가 가치를 고려한 디자인 유형을 뜻한다. 주문 생산형은 원하는 디자인을 필요로 하는 양만큼만 계획하고 주문하여 생산하는 디자인 유형이다. 사회·윤리적 디자인형은 로하스 패션 디자인의 모든 유형의 근간이 되고, 장기적인 환경과 사회의 안녕에 주력하는 기본 개념이 깃들어 있는 유형이다.

최근의 로하스 디자인은 유형 중 어느 하나의 유형에만 치중되어 나타나는 것이 아니라 다양한 유형들을 서로 접목하고 표현하여 나타냄을 알 수 있었다. 높아진 소비자 의식과 감성을 반영한 디자인 개발, 환경에 대한 사회적 책임이 필수적 요소가 되는 로하스 의식은 앞으로의 패션 흐름에 더욱 중요한 역할을 하게 될 것이다.

참고문헌

- 고은지. (2004, 2. 4). 산업 전반에 부는 자연주의 바람. *LG 경제연구원 LG주간경제*, p. 20.
- 김민주. (2006). *로하스 경제학*. 서울: 미래의 창.
- 김은진. (2008). *패 원단을 이용한 친환경 패션 디자인 연구*. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 김은희. (2008, 3. 17). '에코-아이콘' 미래 소비자 잡아라. *패션비즈*. 자료검색일 2008, 12. 1, 자료출처 <http://www.fashionbiz.co.kr>
- 김자영. (2008, 9. 8). 롯데건설, 아파트 '옥상텃밭' 제공. *이데일리*. 자료검색일 2009, 12. 14, 자료출처 <http://www.edaily.co.kr>
- 김주영. (2007, 5. 1). 콩·대나무·한지 옷 입으세요. *매일경제*, p. 23.

- 김희연. (2007, 2. 13). 이제는 로하스가 대세다. *중소기업진흥공단 조사연구실 기업나라*. 자료검색일 2008, 6. 25, 자료출처 <http://www.nara.sbc.or.kr>
- 나영원, 박명희. (2006). 복식에 표현된 트랜스포메이션에 관한 연구 (제1보). *복식*, 30(1), 169-170.
- 박성연. (2007, 2. 13). 업종별 로하스 사업 살살이 살펴보기. *중소기업진흥공단 조사연구실 기업나라*. 자료검색일 2008, 6. 25, 자료출처 <http://nara.sbc.or.kr>
- 박수민. (2006). 2000년대 그린 디자인에 나타난 패션 디자인 특성 분석: 로하스(Lohas) 중심으로. *경희대학교 대학원 석사학위 논문*.
- 박수민, 유영선. (2008). 2000년대 그린 디자인에 나타난 로하스(Lohas)의 패션 특성 분석. *한국의류학회지*, 32(2), 307-318.
- 배지영. (2008). *친환경적 패션 디자인 연구*. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 백영숙. (2004). *현대 패션에 나타난 Well-being 트렌드 분석 및 디자인 연구*. 중앙대학교 예술대학원 석사학위 논문.
- 백인홍. (2004). *현대 패션에 나타난 오가닉 현상에 관한 연구*. 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위 논문.
- 삼성패션연구소. (2005, 7. 28). Organic Cotton으로의 전환. *삼성디자인넷*. 자료검색일 2008, 12. 1, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 삼성패션연구소. (2007, 3. 28). 진화하는 청바지: 럭셔리 진에서 최첨단 쿨 진까지. *삼성디자인넷*. 자료검색일 2008, 12. 1, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 삼성패션연구소. (2007, 4. 10). Sustainable Clothing II. *삼성디자인넷*. 자료검색일 2008, 12. 18, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 삼성패션연구소. (2008b). 2003 F/W, Ready-to-Wear, New Paris, Alexander McQueen. *삼성디자인넷*. 자료검색일 2008, 7. 30, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 삼성패션연구소. (2008a). 2008 F/W Men's Collection, Paris, Raf Simons. *삼성디자인넷*. 자료검색일 2008, 12. 22, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 서정민. (2008, 6. 22). 에코족이라면 친환경 패션이 필요한 때. *중앙 SUNDAY MAGAZINE*, 제67호. 자료검색일 2008, 7. 21, 자료출처 <http://www.joins.com>
- 서현수. (2005). *시스템 카오스 관점에 의한 에코 패션 디자인 연구*. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 석효정. (2006, 11. 20). 시크 스타일 '그린 폭풍'이 몰려오다. *패션비즈*. 자료검색일 2008, 12. 1, 자료출처 <http://www.fashionbiz.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008d). 2000 S/S, Ready-to-Wear, Paris, Junya Watanabe. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008e). 2007 S/S, Ready-to-Wear, One hundred and eleven, Paris, Hussein Chalayan. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 8, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008f). 2008 F/W, Ready-to-Wear, New York, Calvin Klein. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 8, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008a). 2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Balenciaga. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008b). 2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Dries Van Noten. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008c). 2008 S/S Ready-to-Wear, Paris, Jean Paul Gaultier. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008h). 2008 S/S, Haute Couture, Chanel. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 19, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 스타일닷컴. (2008g). 2008 S/S, Ready-to-Wear, Milano, Prada. *STYLE.COM*. 자료검색일 2008, 12. 10, 자료출처 <http://www.style.co.kr>
- 오래오래 Well-being 하라, 로하스(LOHAS) 마케팅. (2008, 2. 29). *네이버 블로그*. 자료검색일 2008, 5. 27, 자료출처 <http://blog.naver.com/roh0511?Redirect=Lo&glogNo=130028627092>
- 오세은. (2007). *로하스 개념을 적용한 패션 브랜드 플래그쉽 스토어 디자인에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
- 우리 지구는 배넛통이 지킨다. (2008, 6. 16). *한국섬유신문*, 제2342호, p. 9.
- 원정호. (2006, 7. 19). 아파트단지서 발마사지를? *머니투데이*. 자료검색일 2008, 12. 14, 자료출처 <http://www.moneytoday.co.kr>
- 원원석. (2006). *환경친화적 요소를 적용한 주택문화관 계획안: 공동공간을 중심으로*. 국민대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 윤선희. (2008, 5. 26). 패션이 자연을 읽다. *주간한국*. 자료검색일 2008, 7. 25, 자료출처 <http://weekly.hankooki.com>
- 윤소영. (2008, 6. 20). 그린 캠페인 성공, 베넛통 '에코백' 초대박. *패션비즈*. 자료검색일 2008, 12. 9, 자료출처 <http://www.fashionbiz.co.kr>
- 이미림. (2007). 환경을 생각하는 에코 아이템. *Ellegirl*, 11월호. 자료검색일 2008, 11. 11, 자료출처 <http://www.elle.co.kr>
- 이성희, 류효진. (2007, 2. 1). '재활용 패션' 에코파티 메아리. *한국일보*. 자료검색일 2008, 7. 11, 자료출처 <http://www.hankooki.com>
- 이연희, 이현아, 박재옥. (2007). 현대 패션에 표현된 지속가능한 느린 디자인. *한국의류학회지*, 31(1), 21-32.
- 이현아. (2005). *현대 패션에 나타난 에코 디자인*. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 장남경, 김윤정, 주잔나. (2007). 패션 산업에서의 친환경 디자인. *복식문화연구*, 15(6), 954-960.
- 장미화. (2005). 미래를 생각하는 똑똑한 소비자, 로하스. *신*

- 환경제월보 *Shinhan monthly review*, 4월호, p. 19.
- 장미화. (2007). 패션, 친환경을 입다. *신한 FSB 연구소신한 FSB 리뷰*, 12월호, p. 34-37.
- 정기철. (2007, 11. 24). 소나무 속에 숨은 패션쇼의 주인공. *dongA.com*. 자료검색일 2008, 12. 22, 자료출처 <http://sports.donga.com>
- 전상열. (2008, 7. 14). 친환경 ECOFREN. *한국섬유신문*, 제 2349호. 자료검색일 2008, 7. 14, 자료출처 <http://www.ktnews.com>
- 천연다섬유(한지섬유) 부문 쌍영방직 (주) '로하스 한지'. (2009, 3. 16). *국제섬유신문*. 자료검색일 2009, 6. 10, 자료출처 <http://www.itnk.co.kr>
- 최연익. (2008, 2). 패션에 불고있는 에코드라이브전략. *패션 채널*. 자료검색일 2008, 5. 17, 자료출처 <http://www.fashionchannel.co.kr>
- 최원석. (2005). 선진국 LOHAS族, 이런 상품에 손 내민다. *KOTRA 대한무역투자진흥공사*. 자료검색일 2008, 12. 8, 자료출처 <http://www.kotra.or.kr>
- 최은정. (2008, 11. 10). 막스 앤 스펜서 '헌 옷 보상 판매 이벤트'. *연합뉴스 보도자료*. 자료검색일 2008, 12. 1, 자료출처 <http://www.yonhapnews.co.kr>
- 최종일. (2008, 12. 4). 사회공헌은 기업의 의무가 아닌가요? *머니투데이*. 자료검색일 2009, 3. 1, 자료출처 <http://www.moneytoday.co.kr>
- 최지연. (2006). 웰빙과 로하스 확대에 따른 국제무역환경 변화 및 우리나라 수출 기업의 대응방안. *건국대학교 대학원 석사학위 논문*.
- 친환경 섬유가 뜬다. (2007, 3. 26). *어패럴뉴스*, p. 23.
- 폴 레이, 셰리 루스 앤더슨. (2000). *세상을 바꾸는 문화창조자들*. 임정재 옮김 (2006). 서울: 한스컨텐츠.
- 환경비즈니스. (2005). 패션뷰티 '로하스 웰빙'·'천연화장품으로 피부본성 찾자'. *한경매거진*, 제5-493호, p. 63.
- 현대백화점. (2007, 3. 8). 제44회 Style-H와 함께하는 행복한 그린마켓. *현대백화점 라이프포탈*. 자료검색일 2008, 12. 15, 자료출처 <http://www.ehyundai.com>
- KSA 한국표준협회. (2008). 대한민국로하스인증. *한국표준협회*. 자료검색일 2008, 6. 25, 자료출처 <http://www.ksa.or.kr>
- Alchemy Goods. (2008). Products. *Ag.com*. Retrieved December 18, 2008, from <http://www.alchemygoods.com>
- Alter, L. (2009, 3. 13). Transformer Clothing: C.P. Company's Coat Turns into Armchair. *Treehugger.com*. Retrieved July 14, 2008, from <http://www.treehugger.com>
- Braukamper, T. (2006, 7. 7). Kate Moss and Burberry back together. *FASHIONISING.COM*. Retrieved November 30, 2008, from <http://www.fashionising.com>
- English, B. (2007). *A cultural history of fashion in the twentieth century*. Oxford·Newyork: BERG
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable fashion and textiles*. London: Stylus Pub Llc.
- Freitag. (2008). How is a unique freitag bag created? *FREITAG-OLINESHOP*. Retrieved December 18, 2008, from <http://www.freitag.ch>
- Hussein Chalayan. (2008). 2000 F/W, Afterwords, London, Hussein Chalayan. *Hussein Chalayan*. Retrieved July 30, 2008, from <http://www.husseinchalayan.com>
- KATHARINEHAMNETT. (2008). Slogan-T-Shirt. *KATHARINEHAMNETT Online Store*. Retrieved December 15, 2008, from <http://www.katharinehamnett.com>
- LOHAS JOURNAL. (2008). LOHAS: WHAT IS IT? *LOHAS ONLINE*. Retrieved November 17, 2008, from <http://www.lohas.com>
- Obi, M. (2007, 3. 20). I'm not a plastic bag! *myfashionlife*. Retrieved December 16, 2008, from <http://www.myfashionlife.com>
- Palomo-Lovinski, N. (2008). Extensible dress: The future of digital clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*, 26(12), 119-130.
- Seven Springs. (2008). We are. *Seven Springs*. Retrieved December 15, 2009, from <http://www.sevensprings.co.kr>
- Stanfill, S. (2006). *New York fashion*. New York: Harry N Abrams Inc.
- Young, C., Jirousek, C., & Ashdown, S. (2004). Undesigned: A study in sustainable design of apparel using post-consumer recycled clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*, 22(1/2), 61-68.