섬유·패션기업의 지속가능성 실천 평가 연구

신혜영[†] · 금기숙*

이화여자대학교 인간생활환경연구소, *홍익대학교 섬유미술·패션디자인과

Study on Practical Evaluation for Sustainability in Textile and Fashion Companies

Hye-Young Syn[†] · Key-Sook Geum*

Human Ecology & Research Institute, Ewha Womans University

*Dept. of Textile Art & Fashion Design, Hongik University

접수일(2012년 3월 29일), 수정일(2014년 3월 11일), 게재확정일(2014년 3월 18일)

Abstract

The practice of sustainability is an important subject to integrate into the management, product planning, manufacturing by textile and fashion companies as well as consumption by end-users. This study shows an evaluation scale designed to assess the practical cases in order to suggest efficient and systematic methods to fulfill the practice of sustainability in textile and fashion companies. First, companies should practice environmental sustainability to use eco-friendly material and cleaner production, protect the environment, and save natural resources. Second, social sustainability is required to fulfill social responsibility and ethical needs. Third, companies should perform various innovative activities, transparency in management, fair competition and economic contribution in the local community in order to maintain economic sustainability to survive in industry. Finally, cultural sustainability should be fulfilled by textile and fashion companies as part of the intellectual-cultural industry in a way that increases the importance of ethnic and cultural diversity. Textile and fashion companies should fulfill four environmental, social, and economic cultural sustainable subjects in a balanced method to accomplish sustainability. The concerns and practices of environmental sustainability are comparatively highly rated due to the analysis of the evaluation scale. However, cultural sustainability (a need of the times) is poorly rated and needs more attention. Therefore, the evaluation scale can be used as a standard tool to fulfill the sustainability of companies and brands from the viewpoint of improving poor and insufficiently sustainable items as well as balancing sustainability management.

Key words: Sustainability, Cultural sustainability, Rating scale; 지속가능성, 문화적 지속가능성, 평가 스케일

I. 서 론

[†]Corresponding author

E-mail: shy-tg-park@hanmail.net

본 논문은 박사학위 논문의 일부임.

섬유·패션기업의 ‘지속가능성(Sustainability)’ 실천은 기업경영에서부터 상품기획, 생산, 유통은 물론 소비자의 소비와 폐기까지 접목시켜야할 분야이다. 특히

패스트 패션(Fast Fashion)이 대세인 요즘의 산업환경에서 섬유·패션기업들은 전 산업단계에 걸쳐 지속가능성에 위배되는 요소들이 산재해 있음에도 불구하고 이를 해결하기 위한 노력은 미비하여 이제 시작단계라 할 수 있다. 지속가능성에 관한 선행연구도 이를 실천하는 디자인 관련 연구에 국한된 경우가 대부분이었다(Chae, 2009; Kim, 2007; Kim & Lee, 2006; Lee et al., 2007; Nam, 2010).

그러나 디자인을 잘하기 위하여 노력하는 만큼 기업이 지켜야할 여러 가지 윤리적 문제나 사회적 문제들, 환경적 문제들에 대한 대안 마련과 이들을 해결하기 위한 지속가능성의 실천노력도 중요하다. 그리고 섬유·패션기업들의 지속가능성에 대한 실천여부를 확인할 수 있는 평가 항목들을 만들어 기업별로 평가해 보는 것도 기업경영의 균형 유지를 위하여 중요하고 의미 있는 일이라 할 수 있다.

그러므로 본 연구는 섬유·패션기업의 지속가능성을 위한 실천과제들을 선정하여 ‘섬유·패션기업의 지속가능성 프레임워크(framework)’를 구성하고, 이를 활용하여 ‘지속가능성의 평가 스케일(scale)’의 항목들을 개발하고 실천사례를 고찰해 봄으로써 균형 있는 지속가능성의 실천방법을 제시하는 것을 목적으로 한다.

연구결과를 활용함으로써 지속가능성을 실천하여 기업의 지속적인 성장과 지구환경보호를 동시에 추구하는 패션기업들 및 수출 기업으로서 유럽 등의 국가에서 요구하는 환경인증을 획득하고자 하는 기업 등, 지속가능성에 관심이 있는 기업들이 평가 스케일을 이용하여 자사의 지속가능성 실천 정도를 평가해 보고 부족한 부분은 보완할 수 있는 계기가 될 것이다. 또한 지속가능성을 평가하는 평가 기관의 평가 항목 개발에도 일조할 수 있을 것으로 사료된다. 더불어 지속가능성의 실천이 궁극적으로 기업발전에 도움이 된다는 것을 더 많은 기업들이 깨닫는 계기가 되기를 바란다. 본 연구는 섬유·패션산업의 분야별로 특화된 지속가능성 평가 스케일 구축에 의의를 두고 있으며, 이는 타 산업의 지속가능성 평가 스케일 구성 및 평가의 기초자료로서 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

연구방법으로 지속가능성을 실천하고 있는 국내외 섬유·패션기업의 활동내역을 문헌, 일간지, 주간지, 월간지, 디자인지와 패션전문지의 기사와 인터넷 자료, 기업의 연구보고서 등을 활용하여 사례를 고찰하는 연구를 실시하였다. 연구의 범위는 2000년에서 2010년까

지의 10년 동안 지속가능성을 실천하고 있는 섬유·패션기업을 대상으로 하였으며, 그들의 브랜드 활동과 실천의지, 활동 등을 분석하였다.

II. 이론적 고찰

1. 지속가능성의 개념

산업의 발달은 인류에게 풍요를 가져다 준 반면에 많은 산업적 폐해를 유발하였다. 대량생산, 대량소비와 그로 인해 유발되는 대량의 폐기물들은 인류가 생존하고 있는 지구환경에 극심한 오염을 가져왔으며 미래의 풍요로운 삶을 위협하는 요소로 작용하고 있다. 산업의 발달로 인한 환경적 폐해는 엘니뇨, 라니냐 현상과 같은 자연환경의 문제를 발생시켰다. 또한 인구의 과도한 증가로 인하여 발생된 다양한 문제가 더해져 현재의 풍요로운 삶이 미래에도 이어질지에 대한 우려가 생기면서 이에 대한 대비의 한 분야로 지속가능성이 인식되고 연구되기 시작하였다.

지구환경보전의 필요성을 느끼는 환경학자들과 환경단체들은 환경보호에 대한 노력을 시작하였고, 소비자들도 환경보호에 대한 인식이 싹트기 시작하였다. 1972년에 최초의 지속가능성에 관한 회의라 할 수 있는 UN 인간환경회의(United Nations Conference on the Human Environment)에서 성장의 한계에 대한 주제로 환경문제를 논의하였다. 1987년에는 UN 환경 및 발전에 관한 세계위원회(WCED: World Commission on Environment and Development)에서 미래를 대비하는 ‘지속가능한 발전(Sustainable development)’의 개념을 공식화하였다. 지속가능한 발전의 개념은 ‘미래세대의 필요를 충족시킬 수 있는 능력을 훼손시키지 않으면서 현재세대의 필요를 충족시키는 발전’이다. 이 개념은 점차 많은 분야에서 수용하기 시작하였고, 모든 분야에서 최우선으로 고려해야 할 기초개념이자 국제규범으로 자리 잡았다. 유엔환경개발계획(UNEP)에서는 지속가능한 발전을 “생태학적 회복력과 경제성장의 토대가 되는 천연자원의 보존, 합리적 사용 등은 물론 국내 및 국제적인 형평성을 향해 나아가는 과정”이라고 설명하고 있으며, ‘지속가능한 개발’이라고도 한다(Lee, 2009; Ministry of Knowledge Economy et al., 2009; Park, 2001). 역사적으로 국내외의 여러 기관에서 지속가능한 발전을 실천하기 위한 노력들을 정리하면 <Fig. 1>과 같다.

Fig. 1. History of sustainable development.

2. 지속가능성의 범주

지속가능성의 실천이 시대의 주요 과제로 나타나게 된 것은 과학기술과 산업디자인의 발달로 무분별한 대량생산, 대량소비 그리고 그로 인한 대량폐기가 가져온 환경문제와 인간성 파괴에 대한 반성과 그에 대한 대안을 찾기 위해서이다. 산업혁명 이후 나타난 다양한 폐해에 대응하기 위한 지속가능성은 인구의 증가, 사회적 불평등의 가속화, 생태환경의 파괴와 자연자원의 고갈 등 전 지구에 대한 급격한 위협의 증가에 대해 새롭게 추구할 가치가 필요하게 되면서 등장한 개념이다(Syn, 2010). 생태계의 균형을 파괴하는 산업적 발전은 규제되어야 하고 합리적이고 올바른 과학기술의 경영지침과 바른 가치관이 뒷받침되어야 한다. 따라서 환경문제는 우리 사회의 경제적 측면과 과학기술의 진보에 대한 생태학적 시각에 의하여 접근되어야 한다(Kim & Lee, 2006).

지속가능성에 대한 관심은 이와 같은 환경문제의 인식으로부터 출발하였으며, 점차 발전하면서 기업의 사

회적 책임도 중요해지고 있다. 지속가능한 발전을 위한 방안들이 연구되면서 기업의 사회적 책임경영에 대한 논의가 활발히 진행되었고, 이 개념이 세계적으로 이슈화된 것은 2000년에 UN 글로벌콤팩트(UNGC: UN Global Compact) 국제협약이 발족되면서 부터이다(Lee et al., 2009).

지속가능성의 범주는 지속가능발전기업협의회, 한국생산성본부 지속가능경영센터 등에서 분류한 것과 같이 일반 산업 및 산업디자인 분야에서는 전통적으로 환경, 사회, 경제의 세 가지로 구분하지만 지식기반화된 문화산업이라 할 수 있는 패션산업에서는 문화적 지속가능성을 더하여 네 가지 범주로 볼 수 있다.

패션은 그 자체가 인류의 문화이며, 패션산업은 문화를 이해하고 문화와 함께 발전해야만 지속가능한 분야이다. 그러므로 문화적 지속가능성은 매우 중요한 범주라 할 수 있다.

첫 번째 범주는 생태적 환경을 중시하는 ‘환경적 지속가능성’으로서 환경용량 내에서의 발전을 뜻하며, 환

경을 파괴하지 않는 범위 내에서의 발전과 활동을 해야 한다는 의미이다. 두 번째 범주인 ‘사회적 지속가능성’은 사회적 가치규범이 용납하는 범위, 즉 사회적인 상식선 안에서 부적절한 발전을 지양하고 가치규범에 벗어나지 않는 발전을 수행한다는 의미이다. 그러므로 기업의 사회적 책임이나 윤리에 관한 부분도 사회적 지속가능성의 범위에 든다. 세 번째 범주는 ‘경제적 지속가능성’이다. 경제적 지속가능성은 기업의 생존을 위하여 경제적 가치를 고려한 경영과 생산의 효율성을 통해 이익을 창출하고, 질적인 성장이 진행되어야 하는 것을 의미한다. 네 번째 범주인 ‘문화적 지속가능성’은 2001년 유네스코의 세계 문화 다양성 선언에서 “자연에게 있어서 생물의 다양성이 중요하듯이, 인간에게 있어서 문화 다양성이 필요하다”라고 한 것으로부터 논의되기 시작하였다. 2003년 이후 유네스코는 문화적 다양성을 인정하기 위하여 세계문화유산상을 지정, 보호하고 있다. 문화적 지속가능성은 단순한 사회적 책임, 또는 환경보호나 경제적인 성장에서 확대되어 정신적 가치와 윤리를 중시하고 지적, 감정적으로도 의미 있는 삶을 살기 위한 근원이 되는 것이다(Sustainability Management Center, 2010).

지속가능성은 단순한 개념이 아닌, 현재세대와 미래세대를 이어주는 하나의 이념 및 가치이며 환경은 물론 경제적, 사회적, 문화적 지속가능성의 범주 안에서 함

께 진행될 때, 그 의미가 더 커질 수 있을 것으로 사료된다(Fig. 2).

III. 섬유·패션기업의 지속가능성 실천과제와 프레임워크

1. 지속가능성 실천과제 선정의 필요성

지속가능성을 실천하는 것은 21세기의 중요한 트렌드이며 글로벌 경쟁시대에 국제적인 표준이 되고 있다. 섬유·패션산업도 지속가능성을 기업의 경영, 기획, 생산, 유통, 판매, 폐기물 처리 등의 전 분야에 반영하여야 한다. 산업의 지속적인 생존과 발전을 위하여 기업들이 지속가능성을 실천하고자 노력하는 것이 기업경쟁력 확보와도 연관되기 때문이다.

특히 섬유·패션산업은 산업단계별로 매우 다양한 환경문제를 발생시키고 있으며, 요즘에 주류를 이루고 있는 패스트 패션의 유행으로 심각한 쓰레기를 유발하는 산업이 되었다(Table 1). 이에 대한 반성으로 환경을 생각하는 소비자들이 친환경 제품을 선호하기 시작하였으며, 이에 발맞춰 지속가능성을 실천하고자 하는 기업들의 노력도 증가하고 있다. 이런 산업환경에서 우리나라 섬유·패션산업의 지속가능성을 어떠한 방향으로 실천하고 관리해야 하는지에 대한 기준 설정의 필요성이 강하게 대두되고 있다.

2. 지속가능성 실천과제와 프레임워크

지속가능성의 특성과 섬유·패션기업에 적용할 수 있는 실천과제들을 추출하여 ‘지속가능성의 프레임워크’를 구성하였다. 우리나라에서 진행했던 지속가능성에 대한 실천과제에 대한 연구로는 2004년 지속가능발전기업협의회에서 ‘지속가능경영 프레임워크와 실천과제’를 연구한 사례가 있으나 패션기업을 위한 연구는 진행된 사례를 찾을 수가 없다. 그러므로 아리스 셰린(Aaris Sherin)의 『지속가능한 디자인을 위한 지침서』에서 강조하고 있는 지속가능한 디자인 관련 항목(Sherin, 2008)과 본 연구자의 선행연구인 ‘의류브랜드의 지속가능성 실천을 위한 프레임워크 개발에 관한 연구’(Syn, 2010)에서 선정한 25개의 실천과제를 바탕으로 수정, 보완하여 실천 평가 항목을 선정하였다. 환경적, 사회적, 경제적, 문화적 지속가능성 네 개의 축별로 실행의 기준이 될 수 있는 실천과제들을 각각 5가지씩 선정하였다.

Fig. 2. Category of sustainability in fashion industry.

Table 1. Life-cycle & environmental issues in textile & fashion industry

Life-cycle flow	Environmental issues
Production of raw materials	Agricultural chemicals (herbicide and defoliant), synthesized fertilizer and human waste
Yarn	Bleach pollution
Textiles	Use of chemical materials: Chemical dyeing, chemical printing, waste water, artificial leather, and artificial fur
Garments	Chemical process and emissions of harmful materials in production process
Sales / Distribution	Over packaging, surplus inventory and exhaust pollution in transportation
Consumption	Environmental pollution from synthetic detergent, Ironing and dry cleaning
Disposal	Harmful gas emission of wastes, ground pollution and air pollution

첫째, 환경적 지속가능성은 에코 효율성을 높일 수 있는 과제들을 선정하였다. 섬유·패션기업의 환경적 지속가능성을 위한 실천과제는 섬유·패션산업 라이프 사이클 전반의 생산과정에서 생기는 여러 가지 문제를 감소시키기 위한 것들이다. 먼저 제품의 생산과정과 재활용을 위한 ‘청정생산 및 전 과정의 관리’가 필요하다. 또한 환경파괴적인 요소들을 저감시키기 위한 ‘기후변화 대응’의 노력도 중요하다. 그리고 섬유·패션기업의 ‘친환경 소재의 활용’은 생산자와 소비자의 건강과 환경을 지키는 지속가능성을 실현하기 위한 중요한 과제라 할 수 있다. 한정된 천연자원을 보호하기 위한 ‘자원 보호’ 과제의 실천은 리사이클 소재를 사용하는 것으로부터 해결방안을 구할 수 있다. 리사이클 소재의 활용이 효과를 거두기 위해서는 기획단계부터 업사이클링(Up-cycling)이 될 수 있도록 하여야 한다. 소비자가 제품을 소유하지 않고 순환하도록 돕는 ‘패션제품의 순환성 지원’도 필요하다. 이 과제는 섬유·패션소비자의식의 변화를 동반해야 효과가 나타나는 실천방안이다. 우리나라의 웨딩드레스, 파티드레스 대여 등은 좋은 사례라 할 수 있다. 소비자 의식이 소유가 아닌 서비스의 활용이라는 면으로 변화하여야 보다 효율적으로 실천이 가능할 것이다.

둘째, 사회적 지속가능성은 그 실천을 통해 섬유·패션기업의 사회적 책임을 완수할 수 있는 과제들로 선정하였다. 기업은 경제적 이윤추구라는 본래의 목적은 물론 사회 공헌도 매우 중요하다. 기업은 사회적 지속가능성 실천을 위해 활동하고 노력해야 경제적 지속가능성도 유지할 수 있을 것이다. 섬유·패션기업도 일반 기업과 같이 사회와 소비자가 원하는 사회 윤리 실천을 위해 ‘사회 공헌’ 활동을 해야 한다. 또한 기업으로서 당연히 지켜야 할 ‘법’을 준수하고 근로자들과 협력업체 근로자들의 ‘환경과 인권을 보호’하여야 한다. 패션산

업은 글로벌화되어 여러 국가 근로자들의 협력에 의해 원부자재 공급, 봉제 등의 분업화 생산시스템으로 운영되는 경우가 많다. 그러므로 저개발 국가의 ‘패션환경과 인권보호’는 중요한 과제라 할 수 있다. 또한 생산과정의 근로자들과 완성된 제품을 사용하는 소비자의 ‘보건안전’을 위한 노력과 함께 ‘사회 윤리’를 실현하여야 한다.

셋째, 경제적 지속가능성은 경제의 양적 성장뿐만 아니라 질적 성장을 통해 한 차원 업그레이드하는 것이 핵심이다. 섬유·패션기업의 경제적 지속가능성 실현을 위해서는 ‘경영 및 생산의 효율화’를 통한 이윤의 생성이 필요하다. 이윤창출이 경제적 지속가능성의 기반이 되기 때문이다. 기업이 진출해 있는 지역사회는 산업활동의 장을 제공해주는 곳으로 기업이 ‘지역사회 경제에 기여’하여 지역주민과 상생하여야 한다. 또한 ‘기업은 투명하게 운영’되어야 하므로 기업경영보고서와 지속가능경영보고서를 공개해야 한다. 저개발 국가와 거래하는 기업은 소비자들이 우월적 지위를 이용하여 일방적인 이익만을 창출하는 기업에 대해 냉철한 비판을 한다는 사실을 인식하여야 한다. 약자와의 ‘공정 경쟁’이 중요하다. ‘경영 및 기술의 혁신’은 지속가능성을 실천하는 주요 도구가 될 수 있다. 혁신적인 기술이나 시스템의 개발이 기업은 물론 사회에 도움이 되고 미래의 환경변화에 대응할 수 있는 힘을 키워주기 때문이다.

넷째, 문화적 지속가능성은 글로벌화로 인해 획일화되어 가는 사회에서 지역과 민족의 문화적 다양성을 인정하고 보존 활용하여 더 나은 문화로 발전시킬 수 있는 것들로 실천과제를 선정하였다(Syn, 2010). 패션산업은 지식 기반화된 고부가가치 문화산업이다. 패션기업은 물질 만능시대의 소비적 가치로서 사치품조 조장의 이미지를 벗고 ‘정신적 가치를 존중’하여야 한다. 특히 패스트 패션이 가져오는 소비에 대한 조급증의 유도,

물질만능의 대량생산체제로 인해 디자이너의 창의성을 존중하지 않는 디자인 카피의 성행과 같은 문제들은 '정신적 가치의 존중'을 통해서 다소 해결할 수 있다. 문화적 지속가능성은 글로벌화된 사회에서 생물의 다양성을 인정하듯 '다양한 인종을 존중'하며, 이들이 가지고 있는 '다문화 역시 인정'하고 존중해야 한다는 것이다. 지역 고유의 문화는 글로벌화, 획일화된 문화보다 지역 특성에 잘 맞고 우수한 삶의 지혜를 전달할 수 있는 것들이 많다. 이들은 표현되고 존중 받아서 유지 발전되어야 한다. 패션의 특성 중 새롭고 다양한 것들을 받아들이어 새롭게 재해석해내는 역할도 이들로 인해 더욱 풍부해질 수 있을 것이다. 또한 세계화와 지역문화의 '융합과 협업'을 통한 발전, 예술과 기술의 융합 그리고 지역문화와의 '상생과 화합'이 필요하다.

네 개의 지속가능성 축별로 도출된 섬유·패션산업의 지속가능성 실천과제들의 도출과정을 종합하면 <Fig. 3>과 같이 정리될 수 있다.

이와 같이 추출된 실천과제들로 이루어진 지속가능성 프레임워크는 Syn(2010)의 지속가능성 프레임워크

를 재구성하여 <Fig. 4>와 같이 제안할 수 있다. 이 프레임워크는 섬유·패션기업의 경영, 상품 기획, 생산, 유통, 판매, 폐기 등 기업활동 전반에 활용하는 실천과제로서의 역할을 수행할 수 있다. 그리고 지속가능성의 실천에 관한 평가 기준으로 활용이 가능하다.

IV. 섬유·패션기업의 지속가능성 평가

1. 평가 스케일의 구성

지속가능성의 4가지 축인 환경적 지속가능성, 경제적 지속가능성, 사회적 지속가능성, 문화적 지속가능성은 섬유·패션산업의 지속가능성을 위한 실천범주이자 지속가능성 실천에 대한 평가의 잣대로 활용할 수 있다. 이 네 가지 주요 축을 평가 잣대로 하여 평가 스케일을 만들면 <Fig. 5>와 같이 된다.

이 스케일은 섬유·패션산업의 지속가능성을 위한 네 가지 축을 원 안에 배치하고 지속가능성 실천과제 다섯 가지를 평가할 수 있는 다섯 단계의 눈금 지표를

Fig. 3. Selected practical sustainability tasks.

Fig. 4. Sustainability framework.

표시하였다. 지속가능성의 실천과제별로 한 항목당 눈금 하나도 표시된다. 과제의 실천항목에 따라 실행여부만큼 표시되는 눈금이 증가하는 형태이다.

환경적 지속가능성의 실천과제는 ‘청정생산 및 전 과정 관리’, ‘기후변화 대응’, ‘친환경 소재 사용’, ‘자원보호’, ‘패션제품의 순환성 지원’의 다섯 가지이다. 경제적 지속가능성의 실천과제는 ‘지역사회 경제기여’, ‘기업의 투명성’, ‘공정 경쟁’, ‘경영 및 기술의 혁신’ 그리고 ‘경영 및 생산의 효율화’ 다섯 가지이다. 사회적 지속가능성은 ‘사회 공헌’, ‘준법’, ‘패션환경과 인권보호’, ‘보건안전’, ‘사회 윤리 실천’의 다섯 가지이다. 또한 문화적 지속가능성은 ‘정신적 가치의 존중’, ‘다문화 인정’, ‘다양한 인종의 존중’, ‘융합과 협업’, ‘상생과 화합’의 다섯 가지이다.

각 축에 따라 실천과제당 1눈금을 부여하여 다섯 가지 실천과제에 대한 평가를 진행하였다. 따라서 지속가능성을 위하여 많이 노력하는 기업이나 브랜드들은 균형적이고 크기가 큰 마름모형을 그리게 된다. 반대로 지속가능성을 실천하지 않거나 한두 가지만을 실천하는 경우에는 마름모의 형태가 바르지 않게 된다.

2. 평가 스케일을 활용한 과제 실천평가

섬유 · 패션기업들 중 언론에서 지속가능성을 실천하고 있다고 밝혀 기사화된 기업들을 일부 선정하여 평가

Fig. 5. Evaluation scale of sustainability.

하였다. 기사는 2000년에서 2010년까지의 국내 종합 일간지 경향신문, 동아일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레신문, 한국일보 경제지인 매일경제신문, 한국경제신문 그리고 주간동아, 주간조선 등의 주간지 월간지 신동아, 월간조선 그리고 디자인 전문지 월간디자인, 패션전문지인 국제섬유신문, 패션비즈, 패션저널, 한국섬유신문 등에 지속가능성과 관련된 내용을 기준으로 하였다. 기사의 검색은 지속가능성 실천과제에 해당하는 단어들을 키워드로 검색하였다.

평가의 대상이 된 브랜드는 2006~2010년의 5년간 인터브랜드(<http://www.interbrand.com>)가 선정한 100대 브랜드 중 하나이며, 전세계적으로 영향력이 큰 글로벌 럭셔리 브랜드로서 지속가능성을 모범적으로 실천하는 스포츠 브랜드 나이키(Nike)이다.

나이키는 환경적 지속가능성의 청정생산 및 전 과정

관리, 기후변화 대응, 친환경 소재의 사용, 자원보호의 실천으로 환경적 지속가능성 중 4가지 과제를 실천하였다. 사회적 지속가능성은 사회 공헌, 준법, 패션환경과 인권보호, 보건안전부분의 4가지를 실천하고 있으며, 경제적 지속가능성은 지역사회 경제기여, 기업의 투명성 유지, 공정 경쟁 수행, 기술 혁신의 실천, 경영 및 생산의 효율화의 5가지를 실천하여 세 개의 축에서 고른 노력을 볼 수 있었다. 다만 문화적 지속가능성 부분은 다양한 문화활동을 통한 다문화 인정과 상생과 화합부분만 실천하고 있는 것으로 나타나 타 분야에 비해 아직은 미비한 상황으로 판단되었다. 이 실천과제들의 평가 스케일은 <Fig. 6>과 같이 문화부분이 반으로 줄어든 마름모 형태로 나타난다. 향후 나이키는 문화적 지속가능성의 실천에 더욱 노력해야 한다는 것을 알 수 있다.

다음은 패스트 패션 브랜드로서 지속가능성을 실천하고 있는 H&M을 살펴보았다. H&M은 친환경 라인을 출시하고 유기농 면을 사용하는 등 청정생산 및 전 과정 관리, 기후변화 대응을 위한 노력, 친환경 소재의 사용, 자원보호를 위한 노력으로 환경적 지속가능성 부분의 실천과제 4가지를 실천하였다. H&M은 사회 공헌을 위해 다방면의 노력을 기울이고 있으며, 준법, 패션환경과 인권보호의 실천으로 사회적 지속가능성 분야에서는 3가지를 실천하고 있으며, 경제적 지속가능성 부분은 기업의 투명성 유지와 경영의 효율화를 실천하고 있음을 알 수 있었다. 사회적인 부분은 비교적 많이 실천하고 있으나 저개발국 지원 차원의 사회 공헌 활동에 집중이 되어 있다. 문화적 지속가능성의 실천사례를 찾기는 어려웠다. H&M의 고찰결과는 <Fig. 7>과 같이 도

출된다.

다음은 지속가능성을 가장 잘 실천하는 브랜드로서 글로벌한 영향력을 가지고 있으며, 저널에 지속가능성 관련 기사로 자주 언급되고 있는 아웃도어 브랜드 파타고니아(Patagonia)를 고찰해 보았다. 파타고니아 제품들은 재활용 소재를 사용하고 내구성 있게 제작하여 순환 주기를 장기화함으로써 10년 이상 착용이 가능하도록 디자인하고 있다. 기능이 우수한 동시에 한 제품이 다양한 기능을 가지고 있으며, 최대로 단순화된 디자인에 관리와 세탁의 편리성도 추구한다. 파타고니아는 제품에 사용하는 소재를 세계 최초로 개발해 아웃도어에 활용하는 등 소재의 혁신도 다양하게 이루어내고 있다. 가벼우면서도 물기를 머금지 않는 폴리프로필렌 내복, 보풀이 전혀 일어나지 않으면서도 부드러운 양면 원단 신칠라(Synchilla) 등 다양한 기술을 적용한다. 그리고 무공해, 환경오염의 최소화로 보건안전을 지키고 있다. 원단의 제조공정상 청정생산을 유지하고 전 과정 관리를 통해 환경을 보호하며, 100% 유기농 면을 사용한다. 무공해, 친환경, 친인간, 친자연 브랜드 파타고니아의 제품은 고가임에도 불구하고 소비자들에게 좋은 이미지로 각인되었고, 이러한 점은 매출의 신장으로 이어져 경제적 지속가능성도 가져왔다. 파타고니아는 섬유·패션 산업의 지속가능한 발전을 위한 네 개의 축에 고른 실천 모습을 보이는 브랜드로서 그 결과도 매우 우수하여 <Fig. 8>과 같이 형태가 바른 마름모꼴로 나타났다. ‘파타고니아’는 친환경, 지속가능한 브랜드라 할 수 있다.

미국 그런 패션의 선두주자라 할 수 있는 룸스테이트(Loomstare)도 같은 방법으로 고찰하였다. 청정생산과 기후변화에 대한 대응, 친환경 소재의 사용, 자원보호

Fig. 6. Nike.

Fig. 7. H&M.

등 환경적 지속가능성의 실천과제들을 잘 실천하고 있으며, 공정 경쟁과 기술 혁신 등의 경제적 지속가능성의 실천도 우수하다. 사회적 지속가능성과 문화적 지속가능성은 환경이나 경제에 비해 조금 약하여 고찰결과 는 균형이 덜 잡힌 마름모 형태로 <Fig. 9>와 같이 나타난다. 사회적, 문화적 지속가능성 분야는 노력이 더 필요하다고 볼 수 있다.

글로벌 캐주얼 브랜드 베네통(Benetton)은 환경적 지속가능성의 실천을 위해 재활용, 에너지 절약 등을 실천하고, 교육활동을 통해 사회적 기여를 하고 있으며, 매년 그린 캠페인 실시 등으로 지속가능성을 실천하고 있는 브랜드이다. 베네통은 문화적으로도 다양한 인종의 존중, 다문화 인정, 상생과 화합을 중시하는 활동을 수행하고 있다. 베네통은 고찰대상이 되었던 브랜드들 중 비교적 문화적 지속가능성을 잘 실천하는 브랜드라

고 할 수 있으며, 고찰결과도 균형이 잘 맞는 마름모 형태이다(Fig. 10).

전 세계적으로 지속적인 규모의 발전을 하고 있는 일본의 패스트 패션 브랜드 유니클로(Uniqlo)는 소비자들이 입지 않는 의류를 수거해 난민이나 필요로 하는 곳에 지원하는 환경적, 사회적 지속가능성을 실천하고 있는 브랜드이다. 유니클로의 사례를 보면 패스트 패션 브랜드로서 환경적 지속가능성 부분과 문화적인 부분의 실천은 비교적 약하다. 그에 비해 경제적 지속가능성은 기업의 투명성, 경영 및 기술의 혁신, 경영 및 생산의 효율화 등을 실천하고 있으며, 사회적 부분은 준법, 사회 공헌, 사회 윤리의 실천이 이루어지고 있다. 이를 종합하면, <Fig. 11>과 같은 결과를 얻을 수 있다.

고찰대상이 되었던 브랜드들의 평가 내용을 종합하여 보면 <Fig. 12>와 같은 결과를 얻을 수 있다.

Fig. 8. Patagonia.

Fig. 10. Benetton.

Fig. 9. Loomstate.

Fig. 11. Uniqlo.

Fig. 12. Evaluation results.

이 평가들은 기사화된 내용을 근거로 하여 본 연구자가 학문적으로 고찰한 것이므로, 기업의 입장이나 연구자에 따라서, 그리고 평가 시기, 방법, 목적, 대상에 따라서 서로 다른 견해나 결과가 나올 수 있을 것으로 사료된다.

V. 결 론

섬유·패션기업의 지속가능성 실천은 타 산업에 비해 미비한 편이며, 그 실천에 있어서도 환경적 지속가능성, 경제적 지속가능성, 사회적 지속가능성이 주가 되어 실천되어왔다.

지속가능성을 실천하고 있는 대부분의 섬유·패션브랜드들은 지속가능성의 4개의 축이 모두 균형을 이루기보다는 환경적 지속가능성과 사회적 지속가능성 부분의 실천이 앞서 있다.

환경적 지속가능성은 ‘자원보호’ 차원의 유기농 면과 같은 친환경 소재의 사용, 플라스틱 PET병의 재활용, 울 소재의 재활용 또는 기존 의복의 재사용이나 리폼 등의 실천이 가장 많은 부분을 차지하고 있다. 또한 유기농 소재를 생산하기 위한 관리, 기후변화 대응 등 환경에 대한 접근이 높게 나타났다.

사회적 지속가능성은 기업의 활동과 별개로 기업의 이미지를 향상시키기 위하여 기업의 이윤을 사회로 환원함으로써 사회 공헌을 하는 기업들이 많았기 때문에 그 결과가 우수하게 나타났다.

경제적 지속가능성은 기업의 존속을 위한 필수과제이므로 비교적 우수한 실천결과를 볼 수 있었다.

상대적으로 가장 약한 부분은 문화적 지속가능성의

실천이었다. 문화적 지속가능성에 대한 논의가 가장 늦게 시작된 것도 하나의 요인으로 사료된다. 문화산업으로서 섬유·패션산업의 지속가능한 발전을 위해 문화적 지속가능성의 중요성을 인지하고 실천하는 데 더욱 노력해야 할 것이다. 패션산업이 보다 가치 있는 산업으로서 지속가능성을 유지할 수 있는 바람직한 방법은 문화적 지속가능성이 함께 실현될 때 찾을 수 있기 때문이다.

References

- Chae, H. S. (2009). A study on the correlation between sustainable slow design and contemporary fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(4), 531–542.
- Kim, S. H. (2007). *A study on the sustainable design in contemporary fashion: Focused on the case study in UK*. Unpublished doctoral dissertation, Kookmin University, Seoul.
- Kim, S. H., & Lee, J. J. (2006). The concept of sustainable fashion design and the principles. *Korean Society of Basic Design & Art*, 7(3), 225–237.
- Lee, C. M. (2009). *2010 신경제용어사전* [2010 Dictionary of new business terms]. Seoul: Thenan.
- Lee, Y. H., Lee, H. A., & Park, J. O. (2007). Sustainable slow design in contemporary fashion design. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(1), 21–32.
- Lee, Y. L., Kim, S. W., Shin, J. Y., Yoon, C. S., Lee, S. J., Jang, S. Y., Jung, S. Y., & Choi, Y. J. (2009). *Fashion industry ethics*. Paju: Kyomunsa.
- Ministry of Knowledge Economy, Korean Standard Association, & Korea Chamber of Commerce & Industry. (2009). *Sustainability reporting guidelines*. Gwacheon: Ministry of Knowledge Economy.
- Nam, H. N. (2010). A study of sustainable fashion design. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 10(2), 53–68.
- Park, E. T. (2001). *Dictionary of modern economics*. Seoul: Genyunsu.
- Sherin, A. (2008). *Sustainable: A handbook of materials and applications for graphic designers and their clients*. Boston, MA: Rockport Publishers.
- Sustainability Management Center. (2010). UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. *Sustainability Management Center*. Retrieved July 5, 2010, from <http://www.smcenter.or.kr>
- Syn, H. Y. (2010). A study on a framework to achieve the sustainability of apparel brands. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(9), 26–39.