

패션디자인에 대한 블루오션 이론 적용의 탐색적 연구: 한국화에 내재한 염원을 소재로 (AI 기반 디자인 탐색)

An Exploratory Study on Applying Blue Ocean Theory to Fashion Design: Focusing on Metaphorical Aspirations in Korean Painting (AI-based Design Exploration)

박지혜*

동덕여자대학교 패션디자인학과 강사*

Park, Jihye*

Department of Fashion Design, Dongduk Women's University

Abstract

This study investigates the application of Blue Ocean strategy to fashion design within the competitive apparel industry. By utilizing Blue Ocean theory and the KANO model, we systematically analyzed value elements in apparel design and identified key value factors relevant to Blue Ocean strategies through focus group interviews (FGI).

We then applied the ERRC framework as a design strategy, focusing on the Create element through the metaphorical aspirations found in Korean painting. Using Nobaekdo by Jeong Seon (Gyeongmyeong) as a case study, we demonstrate a fashion design development process that translates the symbolic and aspirational meanings of traditional painting into design concepts, moving away from direct visual appropriation.

The findings reveal that fashion designs that incorporate meaning-based value elements derived from Korean painting possess value structures that are distinct from conventional Red Ocean designs. This distinction was analyzed through strategy canvas analysis and expert evaluations. This study contributes to fashion design research by evolving traditional painting-based design approaches from a form-centered representation to a meaning-oriented and strategy-driven development process.

Keywords: Blue ocean, Fashion design, Korean painting, ERRC

I. 서론

의복은 인간의 생존과 일상생활에 필수적인 재화이자, 개인의 문화적 정체성과 미적 가치관을 드러내는 대표적인 표현 수단이다. 그러나 오늘날 의복 산업은 기능적 보호를 넘어 심미성과 차별화를 중심으로 경쟁이 심화된 전형적인 레드오션 산업의 성격을 지니고 있다. 신소재 개발, 기능성 향상, 착용 편의성 개선, 디자인 차별화 등 다양한 시도가 지속되어 왔으나, 이러한 접근은 점차 유사한 가치 경쟁을

반복하는 구조로 고착화되며 새로운 시장 공간을 창출하는 데에는 한계를 드러내고 있다. 이에 따라 의복 디자인 영역에서도 기존 경쟁 질서를 넘어서는 블루오션 전략의 적용 가능성을 탐색할 필요성이 제기된다.

한편, 한국 패션디자인 분야에서는 한국화와 민화를 활용하여 전통 이미지를 현대적으로 재해석하려는 다양한 시도가 지속적으로 이루어져 왔다. 디지털 텍스타일 프린팅을 통한 연꽃 문양의 적용(장소영, 2016), 문자도의 조형적 특성을 분석한 텍스타일 패턴 개발(고순희, 장현주, 2013;

* Corresponding author: Park, Jihye

E-mail: designparkjihye@gmail.com

© 2026, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

장현주, 장애란, 2013), 화조도의 모티프와 색채 분석을 기반으로 한 텍스타일 디자인 연구(염미선, 2016), 조선시대 민화인 화조도를 응용한 패션 소품 제작(정성혜, 2019), 상징적 동물 모티프의 도상학적 분석을 통한 패션 제품 개발(김지영, 2019) 등은 한국적 시각 이미지를 현대 패션으로 확장하려는 의미 있는 시도로 평가된다. 또한 국내 디자이너들은 모란, 호랑이, 까치 등 길상적 상징을 패턴화하거나 자수, 비딩, 프린팅, 금박 등의 기법을 활용하여 전통 이미지를 현대적으로 재해석해 왔다(Hyun & Bac, 2007).

그러나 이러한 연구와 디자인 사례들은 대체로 한국화 및 민화의 시각적 형상과 조형적 요소의 차용에 초점을 두는 경향이 강했으며, 전통 회화에 내재한 상징체계와 기복적 의미, 인간의 염원과 세계관을 디자인 전략 차원에서 체계화하는 데에는 한계를 보였다(음정선, 2015; Park, 2021). 이로 인해 전통 문화 요소의 활용은 특정 표현 기법이나 장식적 효과에 제한되는 경향을 보였으며, 레드오션 구조의 의복 시장에서 지속적인 차별적 가치로 기능하기에는 제약이 존재하였다. 이에 따라 다수의 연구자들은 한국적 문화유산을 보다 적극적이고 다층적으로 해석하고, 전통 요소에 내재된 의미와 내적 가치를 중심으로 한 디자인 접근의 필요성을 제기해 왔다(신준용 외, 2011; 음정선, 2015; Hyun & Bac, 2007).

본 연구는 이러한 문제의식에 기반하여, 의복 디자인에서 블루오션 창출이 어떠한 가치 요소를 통해 가능해질 수 있는지를 이론적·실증적으로 탐색하고자 한다. 이를 위해 KANO 모형을 적용하여 의복의 가치 요소를 검토하고, 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 통해 블루오션 전략에서 핵심적으로 작동할 수 있는 요소가 무엇인지를 분석하고자 한다. 특히 기존의 기능적·심미적 개선 중심의 접근을 넘어, 소비자의 기대를 초월하는 새로운 가치 요소가 의복 디자인의 차별화에 어떠한 역할을 할 수 있는지를 살펴보고자 한다.

나아가 본 연구는 블루오션 이론의 ERRC 프레임워크를 패션디자인 전략으로 전환하고, 그중에서도 새로운 가치 창출을 담당하는 Create 요소의 구체적 원천으로 한국화에 내재한 은유적 염원에 주목한다. 특히 검재 정선의 노백도를 사례로 선정하여, 한국화의 형상을 단순히 차용하는 것을 넘어 상징성과 기복적 의미를 디자인 개념으로 재구성하는 과정을 제안하고자 한다. 이를 통해 한국화의 은유적 염원이 의복 디자인에서 블루오션 전략의 Create 요소로 기능할 수 있는지 검증하는 것을 본 연구의 목적으로 한다.

II. 이론적 고찰

1. 의복 산업에서의 블루오션 전략과 가치 창출

1) 블루오션(Blue Ocean)의 개념

레드오션(Red Ocean)은 현재 존재하는 대부분 산업으로 이미 세상에 알려진 시장 공간을 말하는 것으로, 경쟁자보다 경쟁우위를 확보하기 위해 치열하게 다투는 시장을 의미한다. 따라서 애써 개발한 상품은 흔한 일상품이 되고 과도한 경쟁으로 시장은 유혈의 붉은 바다로 변한다. 이에 반해 블루오션(Blue Ocean)은 미개척 시장 공간으로 새로운 수요 창출과 고수익 성장을 가져오는 시장으로 아직 게임의 규칙이 정해지지 않았으므로 경쟁과 무관하다(Kim & Mauborgne, 2005).

블루오션은 제도적·구조적 독점을 전제로 하지 않으며 기존에 존재하지 않는 구매자의 욕구에 부합하는 새로운 제품이나 서비스를 제공하는 것이므로 차별화가 지속될 때까지는 독점적 이익을 누릴 것이다. 그러나 블루오션은 제도적 진입장벽이 있는 것이 아니므로 누구든지 벤치마킹을 통해 시장에 진입할 수 있고, 새로운 경쟁자의 등장으로 또 다시 레드오션으로 변화될 수 있다. 즉 블루오션은 창출되었다고 독점적인 상태가 지속되는 것이 아니고 차별화 요소가 약해지는 순간 치열한 경쟁의 레드오션에 빠지게 된다. 이런 점에서 일반적으로 부정적으로 인식되는 독점의 폐해와는 거리가 있는 것이 블루오션이다. 일반적인 독점은 독점 이익을 극대화하기 위해 생산량을 줄이고 가격을 상승시킴으로써 소비자의 이익을 생산자가 가져가는 것은 물론이고 사회적 비용(Social Cost)을 부담시키는 바람직하지 않은 결과를 초래한다(김대식 외, 2012).

블루오션은 수요자가 원하나 누구도 해결해 주지 못하는 것을 제공하거나, 심지어 수요자조차도 모르는 욕구를 충족해주는 새로운 해결책을 제시하는 것을 통해 경쟁을 무력화하는 것이므로 시장 구조 논의에서 부정적으로 해석되어 온 독점과는 다르다. 레드오션과 블루오션 전략의 특징을 요약하면 <표 1>과 같다.

Porter(2008)에 따르면 레드오션에서 살아남기 위해서는 본원적 경쟁력을 갖춰야 하는데, 경쟁력 우위 확보 조건은 원가경쟁력 확보 또는 차별화이다. 이러한 경쟁 전략은 일반 제조업 전반에 유효하나, 의복 산업은 기능적 효율성보다 상징적 의미, 감성적 경험, 정체성 표현이 소비 선택에 크게 작용하는 산업이라는 점에서 동일한 기준의 적용에는 한계가 있다.

일상적인 경쟁에서 원가경쟁력인 Cost Leadership을 확보하는 것은 기업의 생존과 발전을 위한 토대를 마련한 것으로 볼 수 있다. 원가경쟁력은 제품 또는 서비스 경쟁력 제고를 위한 투자를 가능하게 하고, 가격을 낮춰 가격경쟁력을 강화할 수도 있으며, 유통망을 확충하여 고객의 접근성을 높일 수도 있고, 대대적인 광고, 판촉 활동 등 프로모션을 강화해 인지도를 높일 수도 있는 강력한 조건이다(채서일, 2006). 또한 물리적 환경을 개선할 수도 있고, 운영시스템 개선을 통한 프로세스 고도화를 기할 수 있으며, 우수인력 유치와 교육 훈련 및 근무조건 개선을 통해 조직원과 조직의 상생 발전을 기할 수 있는 기반이다(김해룡, 안광호, 2026).

고도의 차별화는 경쟁 상황에서도 무한 경쟁을 벗어나 자기만의 시장을 확보하고 독자적인 가격설정이 가능한 조건으로, 상품 또는 서비스의 생존은 물론 지속적인 발전을 기대할 수 있게 한다. 다만 벤치마킹 등으로 유사한 상품 또는 서비스가 많아지거나, 구매자에게 어필하는 차별화 요소가 약해지면 더 이상 경쟁력을 유지할 수 없게 된다.

2) 의복의 블루오션 도출

레드오션인 의복 시장의 현재 상태와 블루오션 진출이

가능한 상태 간의 격차(Gap)를 문제로 인식하고, 우선 KANO분석을 이용하여 문제 해결을 위한 집중 요소를 발굴한다.

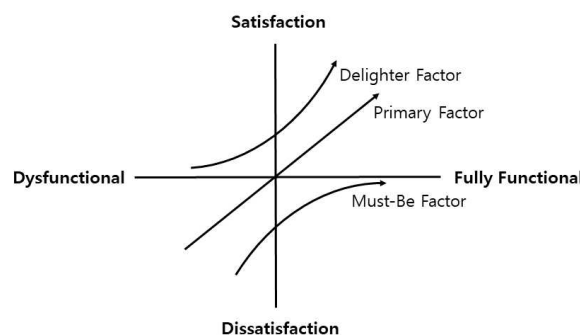
KANO분석 모형은 고객의 만족도와 기능의 개선 정도의 관계를 Must-Be Factor, Primary Factor, Delighter Factor로 구분하여 어떤 요소에 집중할지 또는 요소별 대처방안 등 문제 해결의 방향을 도출하기 위한 기법이다(Pande et al., 2000). Must-Be Factor는 요구 사항이 충족되지 않으면 강한 불만을 표출하지만, 상당한 개선이 이루어지더라도 만족도를 높이지는 못하는 요소이고, Primary Factor는 기능의 개선이 높아질수록 만족도도 비례해서 높아지는 요소를 말한다. Delighter Factor는 충족되지 않더라도 불만을 표출하지는 않으나, 기준 이상이 충족되면 만족도가 급격하게 상승하는 요소를 말한다. 이 모형은 요소별 특성을 파악하여 해결 방향을 제시하고, 어떤 곳을 선택하여 집중하고 나머지는 포기할지를 정하는데 유용한 통찰을 준다. KANO분석 모형을 도식화하면 다음 [그림 1]과 같다.

KANO분석을 통해 선택된 요소에 집중하여 블루오션을 창출하기 위한 액션 프레임워크인 ERRC 전략의 적용 가능성을 검토한 후, ERRC 전략에 따른 실행 가능한 방안을 탐색하고자 한다. 이를 도식화하면 다음 <표 2>와 같다.

<표 1> 레드오션 전략과 블루오션 전략

레드오션 전략	블루오션 전략
기존 시장 공간 안에서 경쟁	경쟁자 없는 새 시장 공간 창출
경쟁에서 이겨야 한다	경쟁을 무의미하게 만든다
기존 수요 시장 공략	새 수요 창출 및 장악
가치와 비용 가운데 택일	가치와 비용 동시 추구
차별화나 저비용 가운데 하나를 택해 전체 활동 체계를 정렬	차별화와 저비용을 동시에 추구하도록 전체 활동 체계를 정렬

<출처> Kim & Mauborgne, 2005. p.23



[그림 1] KANO분석 모형

<출처> Pande et al., 2000. p.140

3) 4가지 액션 프레임워크 ERRC와 의복의 블루오션 창출

레드오션의 경쟁우위 전략과 달리 새로운 가치 창출을 통해 블루오션에 이르기 위해서는 4가지 중요한 질문을 제기해야 한다(Kim & Mauborgne, 2005).

첫째, 당연한 것으로 받아들이는 요소 가운데 제거(Eliminate)할 요소는 무엇인가?

둘째, 표준 이하로 내려야(Reduce) 할 요소는 무엇인가?

셋째, 표준 이상으로 올려야(Raise) 할 요소는 무엇인가?

넷째, 아직 한 번도 제공하지 못한 것으로, 창조(Create)해야 할 요소는 무엇인가?

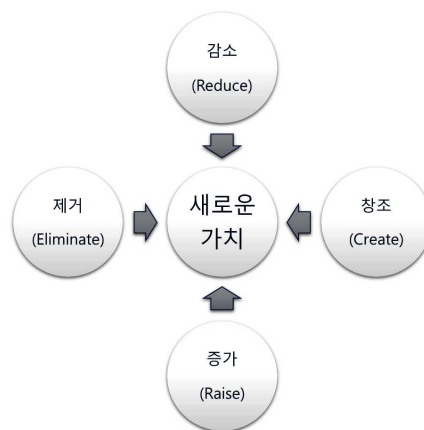
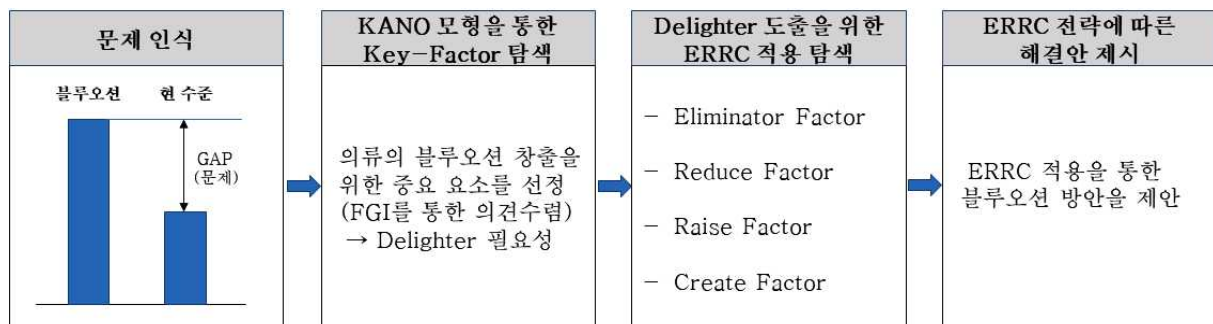
이러한 질문 중 제거와 감소는 비용을 낮추는 요인을 찾아내는 것으로 비용 절감에 관한 아이디어를 준다. 요소를 올리고 창조하는 것은 새로운 가치를 창출함으로써 신규 수요를 만들어 내는 통찰을 제시한다. 결국 4가지 요소를 결합하면 비용 구조를 높이지 않으면서 전혀 새로운 가치를 구현할 수 있는 것이다.

4가지 액션 프레임워크는 다음 [그림 2]과 같다.

앞서 살펴본 KANO분석과 ERRC 프레임워크에 비추어 보면 의복 산업에서 블루오션을 창출하기 위한 핵심 전략은 기능적 개선이나 원가 구조의 조정만으로는 충분하지 않음을 알 수 있다. Must-Be Factor는 의복의 기본적 기능 충족에 필수적이지만 차별화의 여지가 제한적이며, Primary Factor 또한 신소재나 기능 개선을 통해 일시적인 경쟁우위를 확보할 수는 있으나 진입장벽이 낮아 지속적인 블루오션을 형성하기에는 한계를 지닌다. 반면 Delighter Factor는 소비자가 기대하지 않았던 가치를 제공함으로써 만족도를 급격히 상승시키는 요소로, 레드오션의 경쟁 구도를 무력화하고 새로운 시장 공간을 창출할 수 있는 잠재력을 지닌다.

의복의 특성을 고려할 때, 이러한 Delighter Factor는 원료의 종류나 물리적 기능보다는 심미적 체험, 상징적 의미, 그리고 정체성 표현과 밀접하게 연관된다. 특히 고가의 의복일수록 경쟁력의 본질은 소재의 물성이나 기능적 효율성보다는 디자인이 전달하는 의미와 심미성, 그리고 착용자가 인식하는 문화적·상징적 가치에 의해 좌우된다. 따라서

〈표 2〉 블루오션의 ERRC 전략 도출 과정



[그림 2] 4가지 액션 프레임워크

<출처> Kim & Mauborgne, 2005. p.39

의복 분야에서의 블루오션 전략은 ERRC 요소를 기계적으로 적용하기보다, Create를 중심으로 새로운 의미 가치를 창출하고, Eliminate·Reduce·Raise를 보조적으로 활용하여 그 효과를 강화하는 방식으로 접근할 필요가 있다. 이러한 맥락에서 레드오션을 벗어나 블루오션으로 이행하기 위해서는 Create가 매우 중요한 요소이다. Create를 통해 새로운 가치를 창출하는 방법으로, 은유를 통해 염원을 품고 있는 한국화의 소재를 활용하는 것이 필요하다.

2. 한국화 소재의 기복적 의미(염원)

패션디자인에 영향을 미치는 다양한 요인 중 문화적 정체성은 디자인의 의미와 차별성을 형성하는 핵심 요소로 작용한다(Park & Hur, 2024). 문화적 정체성은 오랜 시간에 걸쳐 축적된 집단적 기억과 가치관이 응축된 문화적 독특함을 의미하며, 이러한 독특성은 오히려 세계 시장에서 경쟁력을 갖는 중요한 자원이 될 수 있다. 한국화는 우리 문화적 정체성이 시각적으로 구현된 대표적 매체로, 자연물과 사물에 인간의 염원과 세계관을 은유적으로 투영해 온 전통을 지닌다. 본 연구는 이러한 한국화의 은유적 소재를 ERRC 프레임워크의 Create 요소로 적용함으로써, 범용적 의복을 의미 기반의 차별화된 패션디자인으로 확장하고, 블루오션 창출의 가능성을 탐색하고자 한다. 이에 따라 본 절에서는 패션디자인의 새로운 가치 창출을 위해 활용 가능한 한국화 소재에 내재한 기복적 의미와 그 기원을 중심으로 고찰하고자 한다.

1) 장수(長壽)

오래 산다는 것은 인간으로서 갖는 대표적인 욕구 중 하나다. 장수하기 위해선 당연히 건강해야 하므로 장수란 건강하게 오래 산다는 의미다.

[그림 3]은 장수를 기원하는 염원을 담은 것이다. 의미를



[그림 3] 노백도
<출처> 리움, n.d.



[그림 4] 죽석도
<출처> 국립중앙박물관, n.d.-a.



[그림 5] 바다에 있는 학
<출처> 조용진, 2023. p.106



[그림 6] 계도
<출처> 국립중앙박물관, n.d.-b.

풀어내면 향나무는 오랫동안 생존하는 나무로 栢(측백나무 백: 향나무는 측백나무과에 속함)이므로 百(일백 백)로 대치가 가능하다. 향나무의 모양새가 壽(목숨 수)이므로, 백 세가 넘도록 건강하게 살라는 축원을 담고 있다.

[그림 4]는 바위에 대나무를 함께 그린 것으로 대나무는 한자로 竹(대나무 죽)이고, 竹은 祝(빌 축)과 발음[zhù]이 같으므로 상호 대체가 가능하다. 바위는 장구한 세월을 견디는 상징으로 장수를 의미한다. 따라서 바위와 대나무 그림은 건강하게 오래도록 장수하라는 축원도이다.

2) 立身揚名(입신양명)

요즘과는 달리 과거에는 세상에 자신의 이름을 널리 알리고 명예롭게 칭송받는 길은 관료로서 입직하여 높은 자리에 올라가는 것이 거의 유일한 통로였다. 따라서 조속히 관료로 입직하고 공을 쌓아 고위직에 오름으로써 명예를 높이하고자 하는 염원을 품고 있었다.

[그림 5]는 학이 파도치는 밀물 바다 앞에서 있는 모습이다. 학은 초원이나 늪에 살지 바닷가에 살지 않는 새이다. 따라서 이치에 맞지 않음에도 학을 바다 앞에서 있는 그림은 일정한 의미를 표현한 것이다. 학은 千壽(천수)를 뜻하기도 하지만 제일이라는 의미, 곧 一品(일품)이라는 뜻을 품고 있다. 또한 밀물 바다는 한자로 潮(밀물 조)이고, 이는 한자 朝(조정 조)와 발음이 [cháo]로 같으므로 조정, 왕조를 의미한다. 이를 풀이하면 당대 조정에서 벼슬이 일품까지 오른다는 염원을 내재하고 있다(조용진, 2023).

[그림 6]은 ‘꼬끼오’하고 우는 장닭 그림으로, 장닭은 오덕을 지니고 있다고 일컫는다. 오덕이란 문(文), 무(武), 용(勇), 인(仁), 신(信)을 말한다. 머리에 관을 쓰고 있으니 문(文)이요, 발에 날카로운 발톱이 있어서 무기가 되니 무(武)요, 적과 싸우는 용기가 있으므로 용(勇)이요, 먹을 것이 있으면 불러 가르쳐 주므로 인(仁)이요, 다섯째 울음으로 때를 알려주므로 신(信)이다. 장닭은 公鷄(공계)라고 하는데,

公은 功(공)과 발음이 [gōng]으로 같고, ‘꼬끼오’하고 우는 鳴(명)은 名(명)과 독음이 [míng]으로 같으므로 공을 세워 널리 명예를 드러내고자 하는 염원을 품고 있는 그림이다.

3) 富貴(부귀)

인생을 살아가는 동안 궁핍하고 생활에 찌들고 비천하다면 행복한 인생이라고 할 수 없다. 자존감을 느끼며 풍요롭게 지내면서 행복을 추구하는 인간의 본성에 부합하기 위해 사람들은 본능적으로 부귀를 추구한다. 이러한 염원을 반영하여 표현한 그림들이 부귀도이다.

[그림 7]은 모란꽃과 백두조 한 쌍이 등장한다. 모란은 부귀를 의미한다. 백두조는 흰머리인 白頭(백두)를 의미하므로, 백두조 한 쌍은 부부가 오래도록 함께 사는 것을 상징한다. 따라서 부부가 부유하게 검은 머리가 파뿌리 되도록 장수하길 기원한다는 의미이다(조동신, 2017).

[그림 8]은 불수감(향연이라고도 함)을 그린 것으로, 박쥐와 비슷하여 복을 부른다는 상징적인 의미를 내포하고 있다. 박쥐를 나타내는 한자는 蝠(박쥐 복)으로 발음이 [fú]로 福(복 복)과 같다. 따라서 박쥐는 복을 의미하는 뜻으로 해석하여 박쥐 형상을 곳곳에 사용하는 것이다. 불수감도 박쥐 모양과 비슷하다는 이유로 복을 부르는 상징으로 환치한 것이다. 따라서 박쥐나 불수감 등은 사람들이 복을 받아 부귀해지고자 하는 염원을 표현한 상징이다(조용진, 2023).

4) 자손(子孫) 번창

인간은 본능적으로 자식을 통해 세상에 자신의 분신을 두고자 하는 욕망이 있다. 이는 동양적 사고에선 피할 수 없는 죽음을 맞더라도 후손을 이 세상에 남겨 둠으로써 죽음을 간접 우회하고자 하는 염원을 표출한 현상이라고도 볼 수 있다. 예전에는 개인의 발전과 성취도 집안의 번성을 위

한 방편으로 여기는 사고방식이 우선시 되었기에 자손의 번영이 무엇보다 중요한 가치였다. 또한 자손이 끊기면 조상에 대한 제사가 끊기게 되어 저승의 조상들은 모두 굶는 불효를 초래하므로 후사를 두는 것이 효의 근본이라 생각하였다.

[그림 9]는 석류와 덩굴이 어우러져 그려져 있다. 석류는 주머니 속에 예쁜 씨앗이 가득 들어 있으므로 많은 자손을 의미하는 多子(다자)를 상징한다. 또한 덩굴은 한자로 蔓帶(만대)이므로 독음[wàndài]이 같은 萬代(만대)로 환치하여 적용한 것이다. 그러므로 덩굴이 있는 석류 그림은 영원히 자손이 끊이지 않는다는 子孫萬代(자손만대)의 기원을 담고 있는 그림이다(조용진, 2023).

[그림 10]은 잉어를 그린 민화이다. 잉어는 다산을 상징한다(한국민속대백과사전). 또한 떠 있는 해는 등용문을 상징하는 것으로 잉어가 용이 되는, 즉 과거 등 시험에 합격하여 출세하기를 기원하는 의미를 지닌다. 따라서 잉어를 그린 민화는 많은 자손을 갖고, 자손들이 출세하여 다복하기를 염원하는 의미를 품고 있다.

5) 주술적 기원

주술적 기원을 품고 있는 풍습은 예전부터 그 사회에 전해오는 생활 전반의 습관 또는 사고방식을 말한다. 풍습은 오랜 시간을 두고 사회 구성원들의 내면에 깊숙이 뿌리를 내리고 있는 공통 인식이기에 특정 사회 고유의 습성, 공통 가치, 아비투스를 형성한다.

[그림 11]은 목에 붉은 방울을 단 세눈박이 개이다. 칠혹 같이 어두운 밤, 비바람이 몰아쳐도 도둑이나 귀신의 기척도 듣고 보아야 하므로 귀는 네 개, 눈은 세 개를 가진 모습이다. 이처럼 개를 집안에 둠으로써 도둑과 사악한 기운을 물리치고자 하는 염원을 주술적으로 이용한 것이다(윤열수, 2022).



[그림 7] 모란꽃과 백두조 한 쌍

[그림 8] 불수감

[그림 9] 자손만대

[그림 10] 잉어도

<출처> 조동신, 2017. p.89 <출처> 조용진, 2023. p.62

<출처> 조용진, 2023. p.90

<출처> 국립중앙박물관, n.d.-c.



[그림 11] 귀신잡는 개
<출처> 윤열수, 2022. p.139

III. 의복의 블루오션 도출을 위한 패션디자인 전개

앞에서 KANO분석과 ERRC 프레임워크를 통해 의복 산업에서 블루오션 창출을 위한 핵심 가치 요소와 전략 방향을 도출하였다. 본 장에서는 이러한 이론적 논의를 바탕으로, 한국화에 내재한 은유적 염원을 활용한 블루오션 전략 기반 패션디자인 전개 과정을 살펴보고자 한다.

1. 비교 디자인 대상 선정

본 연구는 의복 디자인에서 블루오션 전략이 어떻게 도출될 수 있는지를 단계적으로 검증하기 위해, 전통 회화 소재의 패션디자인 적용 사례를 비교 대상으로 설정하기로 하였다. 이를 위해 먼저 한국화에 내재한 기복적 의미를 패션디자인의 가치 요소로 전환할 수 있는 적합한 소재를 탐색하였다. 탐색 결과 겸재 정선의 노백도를 비교 디자인 대상으로 선정하였다. 노백도는 향나무의 형상을 통해 장수와 건강에 대한 염원을 상징적으로 표현한 작품으로, 기복적 의미가 비교적 명확하며 조형 구조가 단순하여 의미 해석과 디자인 전환에 적합한 특징을 지닌다. 이러한 특성은 한국화에 내재한 염원을 패션디자인의 개념 요소로 재구성하고, 이후 디자인 전개 과정에서 전략적 변화를 비교·분석하는 데 유효한 기준으로 작용한다.

특히 노백도는 현재 패션 상품으로 제한적이나마 활용 사례가 확인되는 드문 한국화 소재이다. 시판 사례로는 [그림 12]와 같이 겸재 정선의 노백도 이미지를 차용한 에코백 제품이 있으며, 이는 기존 패션디자인에서 한국화 소재가 주로 원화의 시각적 형상을 그대로 전재하는 방식에 머물러 왔음을 보여준다. 이러한 적용 방식은 전통 회화에 내재한 상징성과 염원을 적극적으로 해석하기보다는, 단순한 이미지 차용에 머무는 한계를 지닌다.

이러한 기존 적용 방식을 레드오션적 접근 방식으로 생

각하고, 이를 기준(Reference Case)으로 삼아 비교·분석을 수행하였다. 동시에, 노백도의 상징성과 염원을 해석하여 ERRC에 기반한 차별화된 디자인 전개를 시도한 의복 디자인을 연구자 주도로 제안(Reference Garment)함으로써, 한국화 소재가 패션디자인의 블루오션으로 확장될 가능성을 단계적으로 검증하고자 하였다.



[그림 12] 겸재 정선 노백도 에코백
<출처> 리움스토어, n.d.

2. ERRC 프레임워크 기반 AI 활용 노백도 패턴디자인 도출

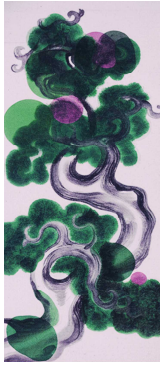
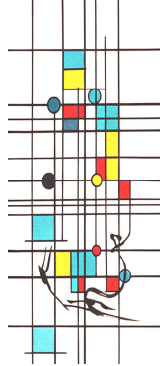
본 연구에서는 노백도의 상징성과 염원을 패션디자인의 블루오션 전략으로 전환하기 위한 구체적 과정으로 ERRC(Eliminate-Reduce-Raise-Create)를 적용하였다. 이 과정은 단일 디자인 제안을 도출하기 위한 것이 아니라, 전통 회화 이미지가 패션디자인으로 변환되는 전략적 전개 단계를 구조적으로 비교·검증하기 위한 설계 과정으로 설정되었다.

이를 위해 노백도 원형 이미지를 출발점으로 하여, 원형 단순화, 선 중심 추상, 면 중심 추상, 극단적 기하 추상의 네 단계로 AI를 활용하여 패턴 디자인을 전개하였으며, 각 단계는 ERRC의 네 요소가 점진적으로 강화·전환되는 과정으로 구성되었다<표 3>.

3. 블루오션 ERRC를 적용한 패션디자인 제안

먼저 원형 단순화 단계에서는 노백도 원형 이미지에 포함된 세부 묘사, 장식적 디테일, 배경 요소를 중심으로 Eliminate를 적용하였다. 동시에 고유 채색과 명암 대비를 축소하여(Reduce) 전통 회화의 시각적 복잡성을 완화하고, 염원의 상징적 윤곽과 유기적 흐름을 강조하였다. 이 단계에서는 노백도의 염원이 비교적 직관적으로 인지될 수

〈표 3〉 ERRC를 적용한 AI 기반 패턴 디자인 예시

노백도 원형	원형 단순화	선 중심	면 중심	극단적 기하 추상
				
	Eliminate: 세부 묘사, 장식적 디테일, 배경 요소를 제거 Reduce: 고유색채, 명암 대비를 축소하여 재현적 요소를 최소화 Raise: 원형 모티프의 상징적 윤곽과 유기적 흐름을 강조 Create: 한국화 소재의 염원을 직관적으로 인지할 수 있는 핵심 이미지 생성	Eliminate: 구체적 형상과 대상의 명확한 외곽 제거 Reduce: 면적, 고유색채 등 시각적 복잡성을 낮춤 Raise: 선의 방향성, 반복, 속도감, 리듬을 시각적 중심 요소로 강조 Create: 염원의 형태가 아닌 기운과 흐름을 전달하는 선적 구조 창출	Eliminate: 세밀한 선 표현과 묘사적 윤곽 제거 Reduce: 형태 구분을 위한 선의 개입을 최소화 Raise: 색면의 대비, 중첩, 덩어리 간 관계를 주요 조형 요소로 강조 Create: 염원의 의미를 색과 구조의 관계로 해석한 시각적 블록 구성	Eliminate: 원형 이미지, 자연 형태, 상징적 재현 요소 전면 제거 Reduce: 색채의 감성적 뉘앙스를 제한된 팔레트로 축소 Raise: 기하학적 비례, 반복, 긴장 관계를 구조적으로 강조 Create: 염원의 개념을 순수 조형 질서로 전환한 추상적 시각 구성 창출

있는 최소한의 조형 요소만을 남기는 것을 목표로 하였다.

다음으로 선 중심 추상 단계(Line-based Abstraction)에서는 대상의 구체적 형상 인식을 유도하는 요소를 제거(Eliminate)하고, 면적과 고유색채 사용을 축소(Reduce)함으로써 시각적 복잡성을 더욱 낮추었다. 대신 선의 방향성, 반복, 속도감, 리듬과 같은 조형적 속성을 강화(Raise)하여, 노백도의 형상이 아닌 염원의 기운과 흐름을 전달하는 선적 구조를 창출하였다(Create).

면 중심 추상 단계(Color Block-based Abstraction)에서는 세밀한 선 표현과 묘사적 윤곽을 제거(Eliminate)하고, 형태 구분을 위한 선의 개입을 최소화(Reduce)하였다. 이 과정에서 색면의 대비, 중첩, 덩어리 간의 관계를 주요 조형 요소로 강화(Raise)함으로써, 염원의 의미를 색과 구조의 관계로 해석한 시각적 블록 구성을 새롭게 창출하였다(Create). 마지막으로 극단적 기하 추상 단계(Radical Geometric Abstraction)에서는 노백도의 원형 이미지와 자연적 형태, 상징적 재현 요소를 전면적으로 제거(Eliminate)하고, 색채의 감성적 뉘앙스를 제한된 팔레트로 축소(Reduce)하였다. 대신 기하학적 비례, 반복, 긴장

관계를 핵심 조형 원리로 강화(Raise)하여, 염원의 개념을 순수한 조형 질서로 전환한 추상적 시각 시스템을 창출하였다(Create).

이와 같이 ERRC를 단계적으로 AI 프롬프트에 적용하여 도출된 패턴을 의복 디자인에 적용한 블루오션 패션디자인 제안은 [그림 13]과 같다.

IV. 전문가 인터뷰를 통한 검증

1. 조사 개요

본 연구에서는 한국화에 내재한 염원을 반영한 블루오션 전략 기반 패션디자인 제안의 타당성을 검토하기 위해, 패션디자인 관련 전공자 7인을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 시행하였다.

인터뷰는 의복 중심의 블루오션 전략 분석을 목적으로 설계되었으며, 시판 중인 노백도 에코백을 참고 사례로 삼아 노백도를 적용한 기준 의복 디자인(Reference Garment)

으로 설정하였다. 이후 해당 기준 의복과 디자인 제안 (Design Proposal)을 함께 제시하고, 두 디자인을 비교 평가하는 방식으로 진행되었다.

평가 과정에서는 각 디자인에 대한 시각 자료[그림 13]와 함께 디자인의 개념, 염원의 의미에 대한 설명 자료를 같이 제공하였으며, 이를 바탕으로 패션디자인의 성공 요인과 가치 인식에 대한 전문가 의견을 심층적으로 수집하였다. 평가 기준은 Supranata와 Antonio(2022)가 제시한 패션의 성공 요인인 가격, 정체성, 대중성, 품질, 생산시간, 창조성을 기본 항목으로 설정하고, 본 연구의 핵심 개념을 반영한 [그림 14]의 설명서(스토리 태그)와 염원 요소를 추가한 총 8개 항목으로 구성하였다.

본 조사는 전문가의 해석과 판단을 중심으로 한 질적 평가를 우선적으로 수행하였으며, 이러한 질적 평가를 보완하기 위해 7점 리커트 척도를 활용한 정량 평가를 병행하였다. 정량 평가는 블루오션 전략이 적용된 디자인과 기존 적

용 방식 간의 차이를 계량적으로 비교·분석하기 위한 보조 수단으로 활용하기 위해 각 항목별 평균 점수를 산출하였다.

2. 블루오션 가치 혁신 요소에 대한 검증 결과

포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 통해 수집된 질적 응답을 분석한 결과, 블루오션 창출을 위해 가장 핵심적인 요소는 Delighter Factor라는 점에 모든 참여자가 동의하였다. 전문가들은 Must-Be 요소는 의복으로서 기본적으로 충족되어야 할 전제 조건이며, Primary 요소는 기능적·심미적 개선을 통해 만족도를 높일 수 있으나, 경쟁을 무력화하는 결정적 요인으로 작동하기에는 한계가 있다는 의견을 제시하였다. 이에 비해 Delighter Factor는 소비자가 기대하지 않았던 새로운 가치를 제공함으로써 차별화를 극대화하는 요소로 인식되었다.

FGI 결과, 한국화에 내재한 은유적 소재와 염원을 반영

[그림 13] 블루오션 ERRC를 적용한 패션디자인 제안

기준 의복 (Reference Garment)	디자인 제안 (Design Proposal)			
	원형 단순화	선 중심	면 중심	극단적 기하 추상
				



[그림 14] 설명서

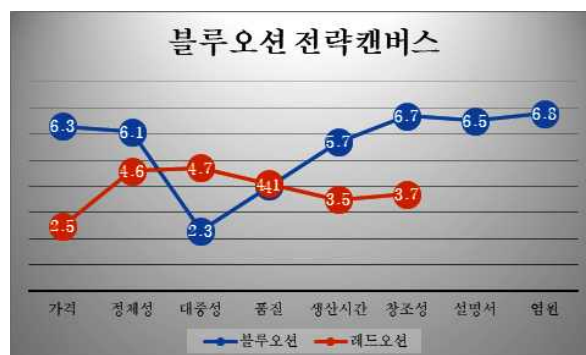
하여 ERRC에 기반해 전개한 패션디자인 제안은 기존의 문화상품 중심 활용 방식과 구별되는 새로운 디자인 방향을 제시하고 있다는 점에서 긍정적으로 평가되었다. 전문가들은 해당 디자인이 전통 회화를 장식적 이미지로 차용하는 것에 그치지 않고, 디자인 차원의 재구성을 통해 새로운 패션디자인으로 확장되었다는 점에서 실질적인 차별성을 지닌다고 인식하였다. 특히 불필요한 장식 요소를 제거·축소하고(Eliminate·Reduce), 착용성과 실용성을 강화하는 방향으로 전개된 디자인은 구매자 관점에서 수용력과 착용 가능성을 높일 것이라는 의견으로 집약되었다. 이러한 결과를 통해, 제안된 패션디자인은 전략캔버스 상에서 기존 레드오션 디자인과 뚜렷이 구별되는 가치 구조를 형성하며, 그 중심에는 Create 요소가 위치함이 확인되었다.

또한 설명서(스토리 태그)와 염원 요소에 대한 질적 평가 결과, 형이상학적 의미를 내포한 디자인의 경우 시각적 조형만으로는 의미 전달에 한계가 있으며, 염원의 내용과 배경을 설명하는 설명 자료가 함께 제공될 때 소비자의 이해와 가치 인식이 효과적으로 증진될 수 있음이 확인되었다. 이에 따라 설명서와 염원 요소는 블루오션 패션디자인에서 차별화된 가치를 강화하는 핵심 구성 요소로 작동하는 것으로 평가되었다.

질적 평가를 보완하기 위해 실시한 정량 평가 결과는 <표 4>에 제시된 바와 같다. 평가 결과, 블루오션 디자인은 창조성, 염원 요소, 설명서, 정체성 항목에서 높은 점수를 기록하였으며, 이러한 수치를 전략캔버스로 보면 [그림 15]와 같다.

<표 4> FGI를 통한 기준별 평가(7명 평균)

분류	가격	정체성	대중성	품질	생산시간	창조성	설명서	염원
블루오션	6.3	6.1	2.3	4.0	5.7	6.7	6.5	6.8
레드오션	2.5	4.6	4.7	4.1	3.5	3.7	-	-



[그림 15] 블루오션 패션디자인의 전략캔버스

VI. 결론

오늘날 의복은 인간에게 필수적인 재화이지만, 동시에 치열한 경쟁에 노출된 대표적인 레드오션 산업 중 하나이다. 의복 산업은 다양한 소재 개발, 기능성 개선, 착용 편의성 향상, 디자인 차별화 등을 통해 경쟁 우위를 확보하고자 지속적으로 노력해 왔으나, 이러한 접근만으로는 점점 심화되는 경쟁 구조에서 벗어나기 어려운 한계를 지닌다. 이에 따라 의복 분야에서도 기존 경쟁 질서를 넘어서는 블루오션 전략의 필요성이 제기된다. 블루오션으로의 이행을 위해서는 현재 의복의 수준과 새로운 가치 창출 수준 간의 간극(Gap)을 문제로 정의하고, 이를 해소하기 위한 전략적 방향과 실행 방안을 모색할 필요가 있다.

본 연구는 이러한 문제의식에 기반하여 KANO분석을 활용해 의복의 가치 요소를 재검토하고, 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 통해 블루오션 창출에 가장 핵심적인 요소로 Delighter Factor를 도출하였다. 분석 결과, Must-Be 요소는 의복으로서 전제 조건에 해당하며, Primary 요소는 보조적 차별화 수단으로 기능할 수 있으나, 경쟁을 무력화하는 결정적 요인은 Delighter 요소임이 확인되었다. 이에 본 연구는 Delighter 창출을 위한 전략적 수단으로 블루오션 이론의 ERRC 프레임워크를 적용하고, 그중에서도 Create 요소를 중심에 두는 디자인 전개 방향을 설정하였다.

Create 요소의 구체적 원천으로는 문화적 정체성을 함의한 한국화의 은유적 소재에 주목하였다. 문화는 유구한

세월에 걸쳐 자연스럽게 축적된 집단적 정체성으로, 새로운 디자인 가치를 창출하는 핵심 자원이 될 수 있다(Park, 2021). 본 연구에서는 한국화가 함의한 염원을 장수, 입신 양명, 부귀, 자손 번창 등으로 분류하고, 이를 패션디자인의 개념적 자산으로 재해석하였다. 특히 노백도를 사례로 선정하여, 기존의 원형 이미지 차용 방식과 대비되는 의미 기반의 패션디자인 전환 가능성을 탐색하였다.

그 결과, 한국화에 내재한 염원과 상징성을 ERRC 프레임워크에 따라 재구성한 블루오션 패션디자인은 기존의 문화상품적 활용 방식과 구별되는 새로운 디자인 방향으로 인식되었으며, 전문가 인터뷰를 통해 그 타당성이 검증되었다. 전략캔버스 분석을 통해서도 해당 디자인은 기존 레드오션 디자인과 뚜렷이 다른 가치 구조를 형성하는 것으로 나타났으며, 특히 Create 요소가 핵심 차별 요인으로 작동함이 확인되었다. 또한 염원의 배경과 의미를 전달하는 설명서(스토리 태그)의 결합은 블루오션 디자인의 문화적·정서적 가치를 강화하고, 단순한 심미적 만족을 넘어 염원을 내재화시키는 경험의 확장으로 이어질 수 있음을 시사한다.

이를 종합하면, 첫째, 블루오션 이론을 의복 디자인에 적용하는 접근은 패션디자인이 지향하는 창조적 가치와 부합한다. 둘째, ERRC 프레임워크를 활용해 한국화가 품고 있는 염원과 기대를 패션디자인에 반영하는 방식은 원형 원용에서부터 추상적 변형에 이르기까지 다양한 전개 가능성을 지닌다. 셋째, 블루오션 전략캔버스는 디자인 방향 설정과 함께, 완성된 디자인의 블루오션 진입 가능성을 가늠하는 유효한 도구로 활용될 수 있다. 넷째, 디자인에 반영된 염원의 내용과 배경을 적절히 전달하는 전략은 차별화된 가치를 인식시키는 중요한 역할을 한다. 다섯째, 한국화의 은유 외에도 다양한 문화적 소재, 서사, 색채, 문양 등을 Create 요소로 확장할 경우 더욱 폭넓은 블루오션 패션디자인의 창출이 가능할 것이다.

한국화가 품고 있는 간구와 철학을 반영한 패션디자인은 심미적 완성도에 더해, 착용자가 디자인에 내재한 의미와 염원을 인식하고 내면화하는 경험을 제공함으로써, 기능적·조형적 차별화를 넘어서는 의미 기반의 디자인 가치 창출 가능성을 제시한다. 다만 본 연구는 블루오션 이론을 패션디자인에 적용할 가능성을 탐색적으로 검토하는 데 목적을 두었으므로, 다양한 디자인 사례를 충분히 구현하지 못한 한계를 지닌다. 향후 연구에서는 염원을 반영한 다양한 디자인 사례 제시와 더불어, 다수의 패션디자이너 및 소비자를 대상으로 한 실증적 분석을 통해 본 연구의 제안을

확장·검증할 필요가 있을 것이다.

주제어: 블루오션, 패션디자인, 한국화, ERRC

REFERENCES

- 고순희, 장현주(2013). 길상문자도의 서체 특성을 응용한 텍스타일 패턴 및 패션문화상품 디자인. *한국디자인포럼* (41), 271-280.
- 국립중앙박물관(n.d.-a). <https://www.emuseum.go.kr/detail?relicId=PS0100100102400371400000>에서 인출.
- 국립중앙박물관(n.d.-b). <https://www.emuseum.go.kr/detail?relicId=PS0100200100109032300000>에서 인출.
- 국립중앙박물관(n.d.-c). <https://www.emuseum.go.kr/detail?relicId=PS0100446800300032400000>에서 인출.
- 김대식, 노영기, 안국신(2012). *현대 경제학원론*. 서울: 박영사.
- 김지영(2019). 사령수(四靈獸) 민화의 도상해석학적 분석에 의한 패션문화상품 디자인 개발. *패션비즈니스* 23(2), 18-33.
- 김해룡, 안광호(2026). *서비스마케팅*. 파주: 학현사.
- 리움(n.d.). 고미술, <https://www.leeumhoam.org/leeum/collection/traditional/701>에서 인출.
- 리움스토어(n.d.). 리움스토어, <https://leeumstore.org/product/%EA%B2%B8%EC%9E%AC-%EC%A0%95%EC%84%A0-%EB%85%B8%EB%B0%B1%EB%8F%84-%EC%97%90%EC%BD%94%EB%B0%B1-gyeom-jae-jeong-seon-old-juniper-tree-eco-bag/819/category/70/display/1/>에서 인출.
- 신준용, 박영순, 정의철(2011). 소재와 문양분석을 통한 사이버쇼핑몰의 전통문화상품 디자인 특성 고찰. *한국디자인포럼* 31, 235-244.
- 염미선(2016). 민화의 화조화에 나타난 모티브와 색채를 활용한 현대 패션디자인 개발. *한국의상디자인학회지* 18(2), 115-125.
- 윤열수(2022). *알고 보면 반할 민화*. 파주: 태학사.
- 윤희선(2015). 세계 시장 진출을 위한 한국적 디자인 모티프와 패션디자인 연구. *복식문화연구* 23(3), 368-383.
- 장소영(2016). 전통 꽃문양을 응용한 패션문화상품 디자인

- 인 개발 -모란문양을 중심으로-. *한국패션디자인학회지*, 16(2), 159-171.
- 장현주, 장애란(2013). 문화원형을 활용한 패션상품개발을 위한 조형성 분석 -민화 효제문자도를 중심으로-. *한국디자인포럼*, 38, 27-38.
- 정성혜(2019). 조선시대 민화를 응용한 스카프 디자인 개발 -화조화를 중심으로-. *한국패션디자인학회지*, 19(1), 129-146.
- 조동신(2017). *초·중학생을 위한 동양화 읽는 법*. 파주: 집문당.
- 조용진(2023). *동양화 읽는 법*. 파주: 집문당.
- 채서일(2006). *마케팅*. 서울: 비엔엠북스(B&M books).
- 한국민속대백과사전(n.d.). 잉어, <https://folkency.nfm.go.kr/topic/detail/7954?pageType=search&keyword=%EC%9E%89%EC%96%B4>에서 인출.
- Hyun, S. H., & Bae, S. J. (2007). Aesthetic characteristics of traditional Korean patterns expressed on contemporary fashion design-from 1990 to 2005. *Journal of Fashion Business*, 11(6), 139-156.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Pande, P. S., Neuman, R. P., & Cavanagh, R. R. (2000). *The six sigma way: How GE, motorola, and other top companies are honing their performance*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Park, J. (2021). A study to reveal the effects of using symbolic meaning of Minhwa with people having a variety of cultural backgrounds. *Journal of Fashion Business*, 25(6), 131-145.
- Park, J., & Hur, E. (2024). Development of a cultural design framework for textiles and fashion: A case study on the application of traditional cultural elements in fashion design through interviews. *Journal of Fashion Business*, 28(6), 48-62.
- Porter, M. E. (2008). *On competition*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Supranata, L., & Antonio, T. (2022). Perceiving customer preferences in product innovation of fashion startup using blue ocean strategy. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship(RMBE)*, 2(2), 93-108.

Received 25 November 2025;

1st Revised 16 January 2026;

Accepted 27 January 2026