

메사 유니폼에 관한 연구

국민대학교 테크노디자인대학원 퓨전디자인학과 김 상 민

단국대학교 예술조형학부 산업디자인 전공 김 연 희

• 목 차 •

- I. 서론
- II. 메사 유니폼 디자인 개발
- III. 메사 유니폼 디자인안 제시
- IV. 맺는말

〈요 약〉

유니폼은 일정한 기준에 의해 정해진 일정 양식의 제복으로 기업체의 이미지, 직종형태 등을 나타내며 착용자에게는 소속감과 통일감을 주며 그로 인해 능률성을 향상시키고 책임감을 갖게 해준다. 그러므로 최근들어 유니폼의 역할은 기업의 이미지를 전달하고 기업의 상징을 표현하기에 적절하여 중요성이 더욱 증가하게 되었다.

따라서 본연구에서는 메사의 C.I.P에 대한 철저한 조사·분석결과를 유니폼디자인 개발에 합리적으로 적용시킴으로서 보다 상징적인 유니폼디자인을 개발하는데 목적을 두었다.

연구 방향은 메사의 C.I.P가 추구하는 다양성, 심미성과 현대적 감각을 수용하며, 패션성을 추가시켜 기존의 다른 패션쇼핑몰 유니폼과의 차별화를 추구하였다.

디자인 개발 대상은 여안내사원복, 환경미화원복, 커뮤니티센터(Community Center) 사원복, 배달사원복, 경비원복, 콘서트홀 관리요원복 등 7종으로 하였다. 이에 대한 연구 결과로 여안내사원복 동·하복 각각 3종, 환경미화원복 동·하복 각각 1종, Community Center 사원복 1종, 배달사원복 1종, 경비원복 1종, 콘서트홀 관리요원복 1종, 총 12종이 디자인안으로 제시·개발되었다.

이상의 연구 결과 유니폼이 기본적 역할외에도 고객과 기업과의 사이에서 기업을 보다 상징적이고 효과적으로 전달하여 C.I.P로서의 역할이 증대될수 있는 다각적 측면의 유니폼 개발이 될 수 있는데 도움이 되었으면 한다.

I. 서론

1. 연구 목적 및 배경

물질문명의 발달과 국민 소득의 증가로 문화에 대한 국민의 욕구는 더욱더 증대되었으나 이와는 대조적으로 최근 계속되고 있는 경제 불황으로 인해 서민들의 소비 의식에도 많은 변화가 있었다. 이러한 소비의식의 변화를 수용하고 더불어 그들의 문화적 욕구를 충족시킬수 있는 복합 문화 공간의 공급이 절실하게 요구되고 있다.

동대문 상권은 최근 몇 년간 이러한 소비자 심리에 부응하는 경영전략과 최첨단의 현대식 건물, 계속되는 이벤트, 젊고 활기찬 분위기, 탄탄한 유통구조 등의 내부적 변혁을 도모하여 급성장하여 왔다. 또한 유사한 형태의 대형패션쇼핑몰의 밀집은 시너지 효과를 발산하여 동대문을 거대 상권으로 거듭나게 하였다. 이에 반해 과거의 낙후된 재래식 시장의 이미지를 탈피하지 못한 남대문은 동대문에 상대적 열세를 면치 못하고 있다. '신개념 쇼핑몰 MESA'는 새로운 경영전략과, 동대문의 잇점을 수용하되 문화적 영역을 더욱 확장하여 소비자로 하여금 보다 폭넓은 문화를 한 공간에서 향유할 수 있는 복합 문화 공간을 제공하여 남대문 상권 전체에 새로운 변혁을 일으키려 한다.

기업의 C.I.P 확립은 매우 중요한 역할을 하게 된다. 특히 C.I.P 중 유니폼은 인적 요소에 해당하여, 소비자들에게 시각적 효과를 제공하여 기업의 고유한 이미지를 직접적으로 전달하는 중요한 요소이다. 이러한 중요성에도 불구하고, 기존 동종업체에서 착장되고 있는 유니폼은 타 업체간의 식별이 어렵고, 기업 이미지와의 연계성이 적어 기업 이미지 확립에 저해가 되고 있다.

이에 본 연구에서는 C.I.P를 적극 수용하여 종업원들에게는 소속감을 제공하고, 동종의 타 업체와는 뚜렷이 구별되는, '신개념 패션쇼핑몰 MESA'만의 이미지를 보다 효율적으로 전달할 수 있는 유니폼의 디자인을 제시하고자 한다.

2. 연구 범위 및 단계

1) 연구 범위

메사의 유니폼은 업무에 따라 여안내사원복, 환경미화원복, 커뮤니티센터(CommunityCenter)사원복, 배달사원복, 경비원복, 콘서트홀 관리요원복으로 나눌수 있다. 이중 소비자와의 접촉이 빈번하고 직접적으로 메사의 이미지 전달에 가장 큰 영향을 미치는 여안내사원복을 중심으로 디자인하였다. 계절적인 유니폼으로 여안내사원복과

환경미화원복은 동복과 하복을 기본으로 하고 나머지 업종은 업무에 따라 악세서리를 포함시켰다.

〈표 1〉 유니폼 디자인개발 품목

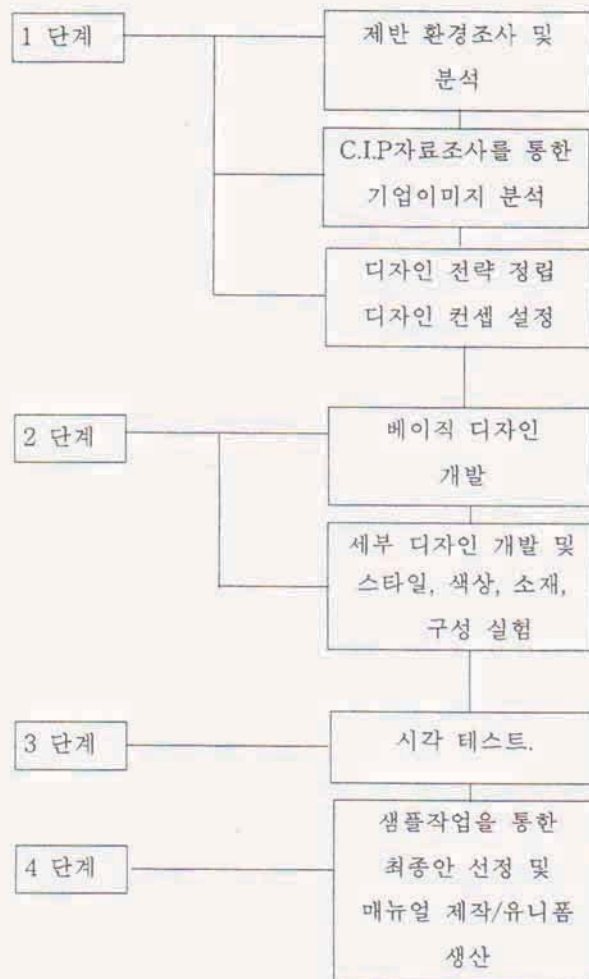
품 목			종 류	
			동복	하복
여안내사원복	자켓		3종	2종
	스커트		3종	2종
	원피스			1종
	모자		3종	3종
	스카프		1종	
환경미화원복	셔츠		1종	1종
	슬랙스		1종	1종
커뮤니티 센터 (Community Center) 사원복	남	셔츠	1종	
		슬랙스	1종	
		베스트	1종	
	여	셔츠	1종	
		스커트	1종	
	에이프런		1종	
배달사원복	베스트		1종	
	반팔 T-셔츠		1종	
경비원	자켓		1종	
	셔츠		1종	
	슬랙스		1종	
	외투		1종	
콘서트홀 관리요원복	반팔 T-셔츠		1종	
	슬랙스		1종	
	점퍼		1종	

2) 연구 단계

메시의 유니폼 연구분류 및 연구개발단계는 다음과 같이 진행된다.

〈표 2〉 유니폼 연구분류

1. 스타일 연구	자료조사 및 분석, 디자인 전략 정립 및 세부 디자인 컨셉 기본형 스케치, 모델 도식화
2. 색상연구	스타일별 주조색, 보조색을 통한 배색 연구 소재의 표면 재질감 효과에 따른 색상 검토
3. 소재연구	기능에 따른 소재의 적합성 연구 특수복의 방수, 방풍소재 연구
4. 디테일 및 장식 트리밍 연구	토탈패션 이미지의 모자, 장갑, 구두를 포함한 기능성 디테일 및 장식 연구



〈그림 1〉 유니폼 연구개발단계

II. 메시 유니폼 디자인 개발

1. 패션쇼핑몰 유니폼의 특성

패션 쇼핑몰은 서비스 부문의 업종으로써 그 업종에 종사하는 종업원이 착용하는 유니폼은 고객에게 직접적으로 대면하여 기업의 이미지를 전달하는 중요한 역할을 하고 있다.

이러한 특성을 가진 패션 쇼핑몰의 유니폼에 대한 특성은 다음과 같은 구성요소를 충분히 반영하여야 한다. 유니폼은 목적이 뚜렷한 복식으로써 소속집단의 이미지를 타인에게 적극적으로 알리고 기억되게 하는데 많은 영향을 미친다. 이러한 유니폼은 착용목적에 따라 상징성, 기능성, 심미성의 3요소가 요구된다. 예전에는 상징성, 심미성에 관계없이 기능성에 역점을 두었지만 쾌적한 작업을 영위하려면 이 세 가지 요소가 일체가 되어야 한다.¹⁾

1) 상징성

유니폼은 기업의 독자적 이념과 개성의 표현이고 경영자와 종업원의 의식의 표현이므로, 개인적 미보다는 통일된 의식의 집단체를 형성할 수 있는 상징성을 내포하게 된다. 그러므로 직업의 종류에 따라 통일된 형태와 색조의 옷차림을 함으로써 집단의 신분표시 및 질서유지를 가능하게 한다.²⁾ 이와 같이 유니폼은 기업의 얼굴이며, 그가 속한 집단의 정체(identity)를 일깨워주는 역할을 한다. 특히, 서비스업일 경우에는 그 기업의 고객들에게 직접적으로 대면하여 기업을 인식시키는 수단으로써 유니폼의 비중이 크므로, 기업의 C.I.P(Corporate Identity Program)를 충분히 반영하여 디자인 개발이 이루어 져야 할 것이다.

2) 기능성

유니폼은 착용하고 활동하여야 한다는 측면에서 기능적이어야 하며, 착용자의 작업내용이나 활동량, 그리고 보건위생, 계절적이 측면을 고려하여야 한다. 기능성의 향상을 위해서는 신체의 치수, 비례, 체형, 발육, 성장 등의 운동기능 인자와 감각, 지각, 발한, 체온 등에 관한 생리적 인자가 피복의 착용감이나 안정성에 관계된다.³⁾ 평상복과는 달리 장시간 착용하게 되는 유니폼은 기능성에 있어 활동시 경쾌감을 주고, 환경과 신체와의 관계를 잘 조절

1) 김선미, "유니폼에 관한 연구," 성신여자대학교 석사학위논문, 1991. p.8 참조

2) 이선희, "대구지역 백화점 종사원의 유니폼 디자인 개발," 경북대학교 석사학위논문 1995. p.14 참조

3) 배천범, "現代企業의 C.I.P 作業중 유니폼의 研究," 조형논총 No.2, 국민대학교 환경디자인 연구소, 1982. p.224 참조

함으로써 작업의 능률을 향상시키고, 착용자의 피로를 경감시킬 수 있어야 한다.

3) 심미성

의복의 심미성은 의복이 주는 큰 역할인 동시에 보는 이로 하여금 큰 즐거움을 줄 수 있는 것이다. 그러므로, 의복은 미적인 면에서의 충분한 고려와 그 당시의 시대적 감각이 반영되어 디자인되어야 한다. 특히 유니폼은 착용자의 기호에 맞는 것은 물론, 보는 이 즉 고객의 시각적 즐거움도 함께 줄 수 있는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 특히 서비스업의 경우에는 유니폼 착용자가 고객과 직접적으로 대면하는 경우이므로, 유니폼의 심미적 기능이 더욱 중요시된다고 할 수 있다. 아름답고 신체에 어울리는 의복을 착용하고 있을 때 착용자는 만족감을 가지고 상대방에게 훌륭한 서비스를 제공할 것이고, 이에 따라 고객도 더 큰 만족을 갖게 될 것이다.

이러한 유니폼의 심미성을 직접적으로 표현하는 유니폼의 색상은 업무의 성격에 따라 그리고 개인의 취향이 반드시 반영된다고는 할 수 없지만, 기업의 이념과 기업 이미지 전달을 위해서 효과적이어야 한다. 기업 중에서는 그 이름을 듣는 것만으로도 바로 특정한 색을 연상시키는 회사도 있다. 이 색들은 특정의 색채가 이들 기업과는 끊을래야 끊을 수 없을 것으로 기억되고 있으며 이미지 동일화(Identification)의 중요한 요소의 하나가 되고 있다. 색채는 감각 현상이지만 단순한 감각의 영역을 벗어나 유니폼에서 취급되어야 할 색채는 단순한 색채 감각이 아니고 기업의 상징까지도 포함한 것이어야 한다. 즉, 유니폼의 색채는 그 의복자체가 시각적으로 보다 유효하게 보이도록 선택되어야 하며, 색채가 지닌 이미지가 유니폼 용도와 스타일에 합치될 뿐만 아니라 기업의 C.I.P를 적절하게 반영하여야 한다.

2. 디자인 개발 기획

유니폼이 C.I.P의 일환으로 색채와 이미지 면에서 업체의 로고와의 통일감을 추구하도록 하였다. 유니폼이 C.I.P의 역할을 할 수 있도록 소비자에게는 메사쇼핑몰의 이미지 전달을 최대화하였고, 착용자에게는 소속감을 부여함은 물론 동종 타 업체와의 차별화를 추구하였다. 패션성과 함께 현대적인 감각을 조화시켜 향후의 착용기간을 최대화하였다. 메사가 추구하는 쇼핑문화의 복합체로서의 이미지를 유니폼에 담았으며 착용자의 활동성과 착용감을 고려하여 디자인하였다.

3. 디자인 계획

1) 유니폼에 관련된 C.I.P

(1) 메사의 C.I.P 기본전략

- 이미지 전략
 - 탈 남대문
 - 탈 대형의류유통업체
 - 탈 한국
- 비주얼 전략
 - 창의성- 개성, 발산
 - 감성- 신선하고 강한 인상
 - 유희성- 기쁨, 고객만족
- 포지셔닝 맵



〈그림 2〉 포지셔닝 맵

(2) 메사의 로고

현대미술의 거장인 마티스, 몬드리안, 미로, 칸딘스키의 작품 스타일을 새롭게 해석하여 메사의 로고에 적용한 것으로 예술적인 분위기를 강조한 로고마크 시리즈이다. 마티스의 대담함, 미로의 섬세함, 몬드리안의 엄격함, 칸딘스키의 부드러움 등의 감성을 메사의 표정에

도입하여, 다양한 이미지를 표현할 수 있으며, 어떠한 응용디자인에도 적용하기 용이한 조건을 가지고 있다. 아이덴티티로서의 동일성을 유지하기 위해서 각 스타일을 MESA문자에만 적용하고, 예술적 분위기를 일관되게 유지해 나가면 메사 고유의 이미지로 구축이 가능하며, 최고의 미적 퀄리티와 세계적인 인지도를 얻을 수 있는 표현 전략을 가지고 있다.



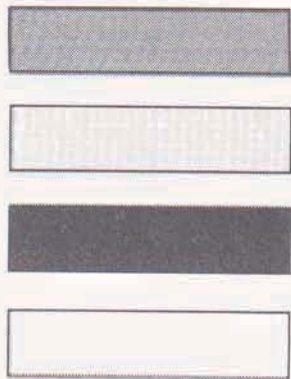
〈그림 3〉 메사의 로고

2) 유니폼 디자인 개발방향 및 계획

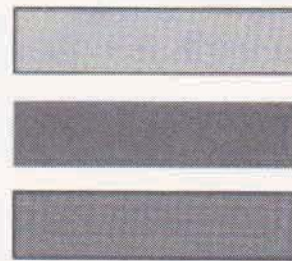
메사의 유니폼 개발은 기본적으로 메사의 C.I.P와 직접적으로 연계하여 진행되었다.

- 색채

색채의 경우 유니폼의 이미지를 가장 잘 전달하는 수단으로써 기본적으로 메사 로고와 통일감을 고려했을 뿐만 아니라 착장자로 하여금 쉽게 싫증을 느끼지 않도록 하며 실용적 비용으로 염색이 가능한 실용본위의 색을 선택하였다.



〈그림 4〉 베이직 칼라



〈그림 5〉 액센트 칼라

- 소재

유니폼의 소재로는 능률상 동작적응성이 좋고, 형태보존성이 좋으며, 세탁이 용이하고 내구성이 우수한 소재가 요구된다. 또한 작업장소의 분위기와 직업의 종류에 맞는 소재가 좋다. 일반적으로는 합성섬유가 내구성, 세탁성, 활동성이 좋지만, 착용감 및 착용자의 요구와 계절적 요인을 고려하여 합성섬유와 천연섬유의 혼방을 선택하였다.

- 스타일

전체적인 스타일은 고객에게 메사의 기업이미지를 잘 전달할 수 있도록 메사의 C.I.P가 추구하는 현대적이면서도 세련된 스타일과 미적 기능이 최대화된 디자인을 개발하였다. 또한 업무에 따라서는 실용성과 기능성을 우선으로 하여 업무의 능률에 효과적인 디자인으로 개발하였다.

메사 유니폼의 업무별 세부디자인 스타일은 다음과 같다.

여안내사원은 회사를 대표해서 쇼핑몰의 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 하므로 세련되고 현대적인 느낌으로 미적 기능을 최대한 살린 디자인을 하였다. 또한 모자의 착용으로 토탈 이미지화하여 단정한 느낌을 주도록 하였다.

소비자에게 직접적으로 서비스하는 Community Center 사원의 유니폼은 활동성과 시각적으로 청결성을 최대화하였다. 또한 밝고 경쾌한 느낌을 주기 위해 플리츠 스커트나 슬랙스, 조끼, 그리고 화이트 셔츠의 쓰리피스 디자인으로 하였다.

실내에서의 활동이 많은 콘서트홀 관리요원복은 로고를 안착한 간편한 반팔 티셔츠와 슬랙스를 기본으로 하여, 대외 활동시 티셔츠 위에 입을 수 있는 점퍼를 추가시켰다.

회사의 청결에 직접적으로 관여하는 환경미화원복은 기능성과 활동성을 최대화하여 주머니를 상·하의 모두에 부착하였고, 상의 뒷 중심선에 맞추름을 넣어 활동성을 최대화하였다.

경비요원복은 쇼핑몰의 경비 임무 외에도 주차요원의 임무까지 겸하고 있어 건물 밖에서 가장 먼저 쇼핑몰의 이미지를 결정 지을 수 있는 위치이며, 외부에서 일하는 경우가 많아 방한복 디자인도 포함시켰다.

배달사원복은 아르바이트생을 포함하여 임시직으로 구성되기 때문에 제작이 용이하고, 비용절감을 고려하여 로고를 안착한 조끼 하나만을 간단히 착용하면서도 업체의 소속감을 최대화하도록 디자인하였다.

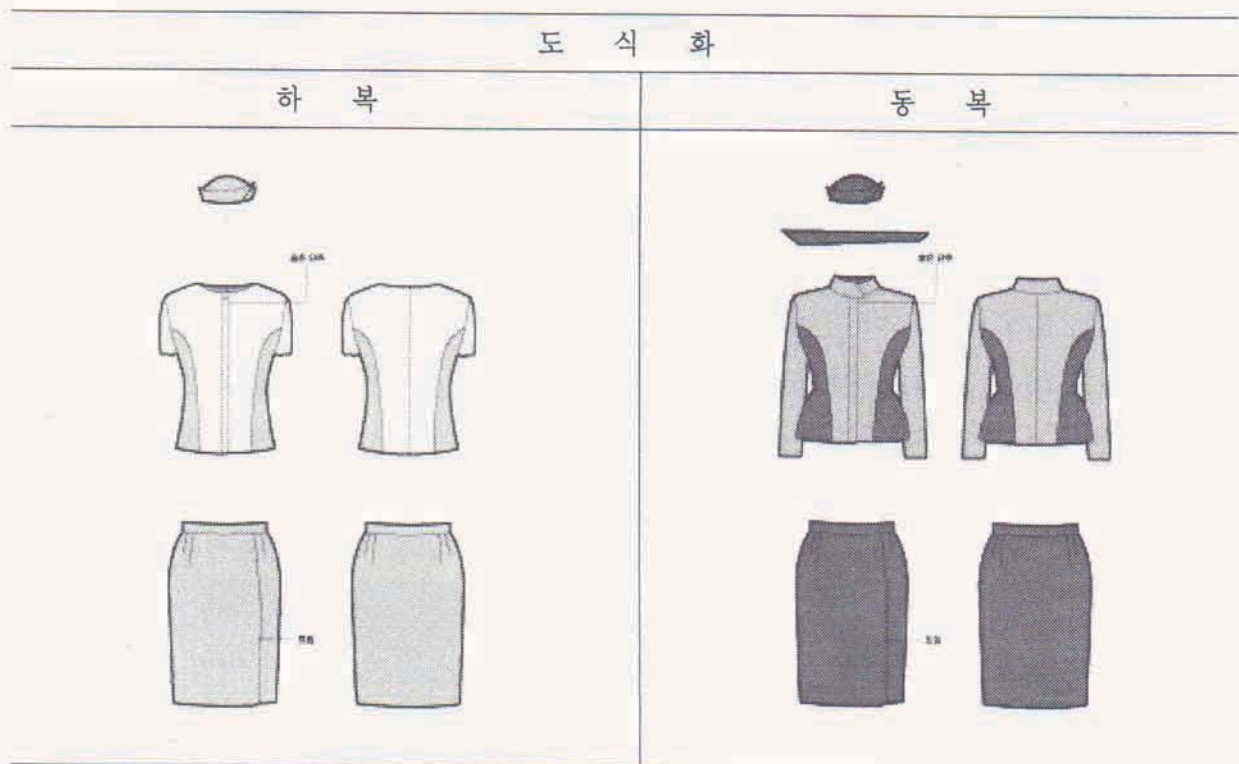
III. 메사 유니폼 디자인안 제시

이상과 같은 연구단계를 거쳐 개발된 메사의 유니폼 디자인은 다음과 같다.

1. 여안내사원복 디자인안

메사의 기업이미지를 가장 직접적으로 소비자에게 전달하는 여안내사원복의 디자인안은 다음과 같이 A,B,C 세가지 안으로 제시된다.

〈그림 6〉과 같이 A안은 몸에 피트되는 스타일의 투피스 정장으로써 유행경향에 따라 속 단추를 이용하여 단정한 스타일로 디자인하였다. 동복 상의는 방한의 목적에 따라 스카프



색채

메사로고의 상징색을 응용하여 디자인하되 고객에게 안내사원의 화사한 느낌을 전달하기위해 라이트 그린과 그린의 두가지 색을 중심으로 배색하였다.

소재

하복: T/C(40/60)

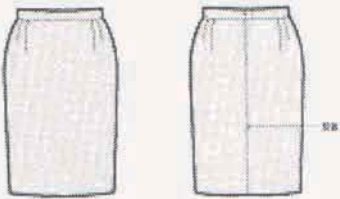
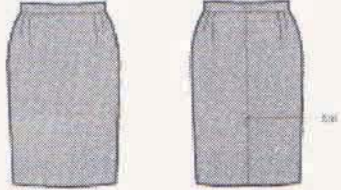
동복: T/W(50/50)

〈그림 6〉 여안내사원복 A안

를 포함시켰으며, 하이 네크라인의 자켓으로 디자인하였다. 하복 상의는 라운드네크라인의 자켓에 하의는 옆트임 스커트이다.

B안은 <그림 7>과 같이 동하복의 통일감을 주기 위해 상의 앞부분을 모두 더블 버튼으로 장식하여 디자인하였다. 하복 상의는 스퀘어 네크라인이며, 동복 상의는 목선에 따라 라운드 네크라인의 자켓에 하의 스커트는 동하복 같은 디자인이다.

C안에서는 하복은 원피스이며, 시각적으로 투피스의 느낌이 나는 디자인을 제시하였다. 동복은 보온성을 위해 상의네크라인부분을 반차이나칼라로 디자인하였으며, 형태는 <그림 8>과 같다.

도 식 화			
하 복		동 복	
			
			
			

색채

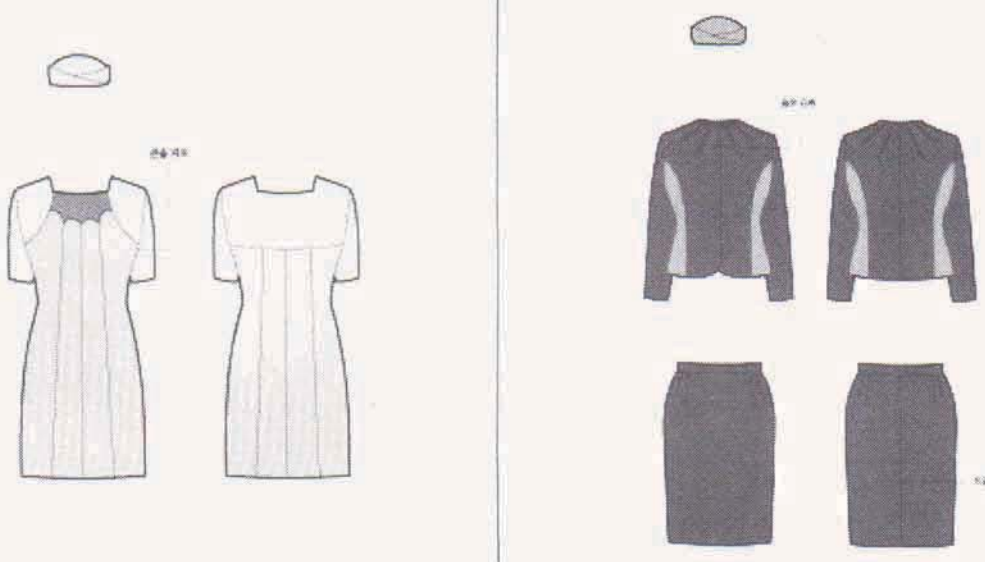
메사로고의 베이직 칼라인 옐로우와 오렌지 칼라를 중심으로 디자인하였다.

소재

하복: T/C(40/60)

동복: T/W(50/50)

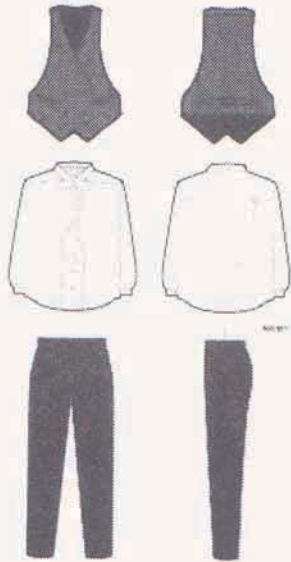
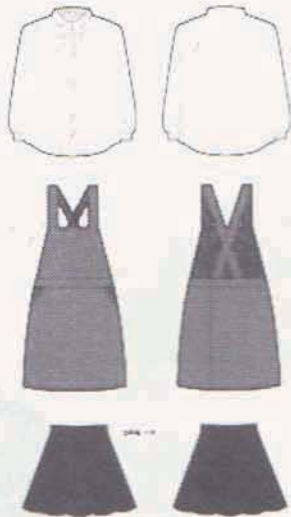
<그림 7> 여안내사원복 B안

도 식 화	
하 복	동 복
	
색채 고객으로 하여금 신뢰감을 줄수 있는 블루 계열의 칼라를 중심으로 디자인하였다. 소재 하복: T/R(40/60) 동복: T/W(50/50)	

〈그림 8〉 여안내사원복 C안

2. Community Center 사원복 디자인안

고객에게 봉사하는 역할이 큰 Community Center 사원복의 디자인은 실용성과 활동성을 고려하였고, 〈그림 9〉와 같이 남자종업원과 여자종업원의 복장을 구분하여 디자인하였다. 활동성을 위해서 조끼, 블라우스, 슬랙스 또는 스커트의 형태로 디자인하였고 패션성을 위해 블라우스 디자인의 앞부분에 주름처리를 하였다. 또한 업종상의 특성을 고려하여 남녀 공동의 착장이 가능한 원피스 형태의 에어프린을 추가 제작하였다.

도 식 화	
남자종업원	여자종업원
	

색채

메사로고의 색채를 기본으로 하되 청결성을 부각시키기 위해 화이트와 네이비 블루의 기본조합으로 완성하였다.

소재

조끼: T/R(40/60)

에이프런: T/R(40/60)

블라우스: T/C(20/80)

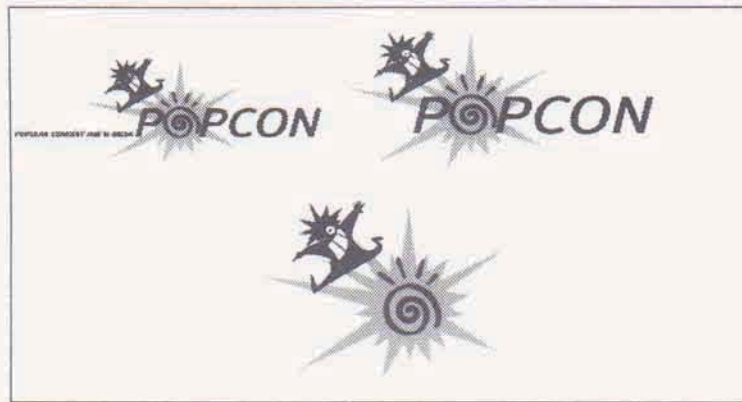
슬랙스: T/R(40/60)

스커트: T/R(40/60)

〈그림 9〉 Community Center사원복 디자인안

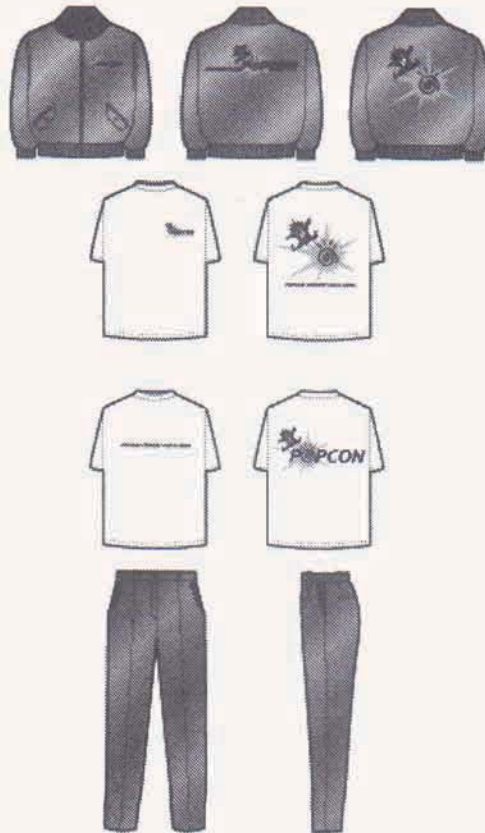
3. 콘서트홀 관리요원복 디자인안

〈그림 10〉과 같이 콘서트홀 팝콘(popcon)의 캐릭터를 이용하여 다양한 어플리케이션디자인을 제시하였으며, 실내에서의 활동성을 고려하여 반팔 티셔츠와 슬랙스를 기본으로 하되 추동절기의 대외활동시 캐릭터가 안착된 점퍼를 착용하도록 하였다. 〈그림 11〉은 콘서트홀 관리요원복 디자인 도식화이다.



〈그림 10〉 콘서트홀 popcon의 캐릭터

도 식 화



색채

콘서트홀 팝콘의 캐릭터와 어울리는 색채를 기본으로 하여 옐로우, 오렌지, 흰색, 그레이 계열 색상으로 하였다.

소재

점퍼는 유행경향을 반영하여 사이버틱한 느낌이 나도록 이중색감이 나는 광택있는 소재를 선택하였다.

셔츠: Cotton 100%

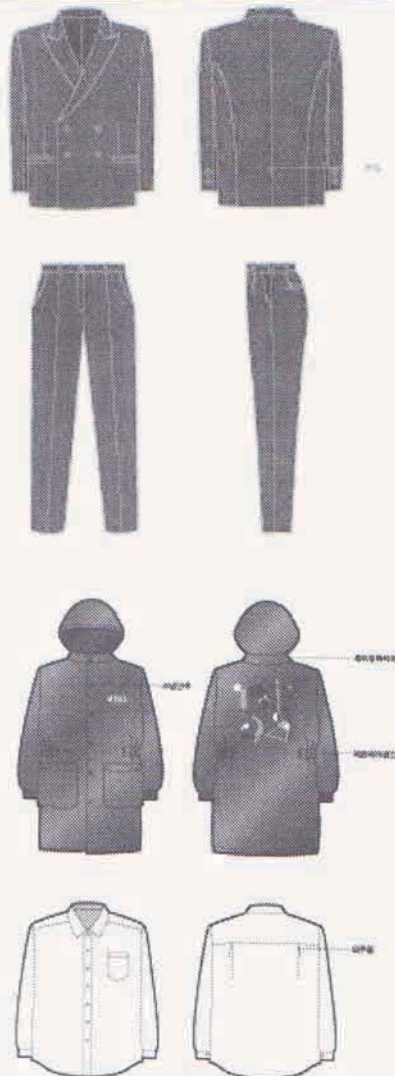
슬랙스: T/C(40/60)

〈그림 11〉 콘서트홀 관리요원복 디자인안

4. 경비요원복 디자인안

경비임무 수행이라는 업무상 특성을 반영하여 제복느낌의 정장 형태를 기본으로 하되 주차요원의 임무도 맡고있으므로 동한기의 방한용으로 길이가 긴 외투를 추가하였다. 또한 외

도 식 화



색채

메사 로고의 베이직 칼라인 네이비 블루를 기본으로 하고 다크그레이를 방한복에 사용하였다.

소재

상하의: T/W(50/50)

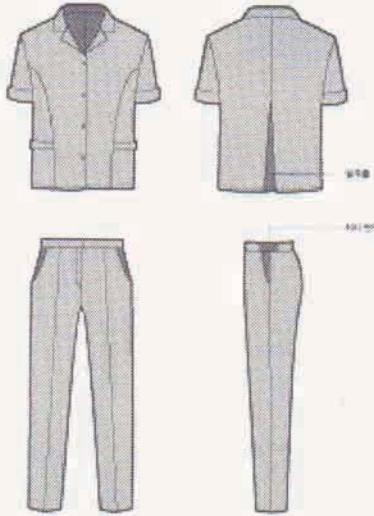
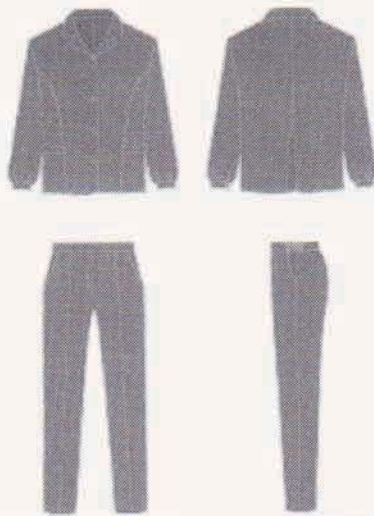
방한자켓: 폴리에스테르 100%

〈그림 12〉 경비요원복 디자인안

투에 메사의 로고를 안착하여 소속감을 강화시켰으며 시각적 효과를 꾀하였다. 〈그림 12〉는 경비요원복의 도식화이다.

5. 환경미화원복 디자인안

기업의 청결을 담당하는 환경미화원복의 디자인은 패션성보다는 기능성과 실용성 및, 활동성에 중점을 둔 디자인안을 제시하였다. 또한 〈그림 13〉과 같이 활동성을 강조하기 위해 상의 뒷 중심선에 맞주름 처리하였고, 하의 허리에 고무밴드를 부착시켰다. 또한 상·하의 주머니를 부착하여 기능성을 최대한 살린 디자인이다.

도 식 화			
하 복		동 복	
			

색채

청결한 느낌을 줄수 있도록 하복은 라이트 블루, 동복은 다크 블루의 청색계열을 선택하였다.

소재

하복: T/C(40/60)

동복: T/R(40/60)

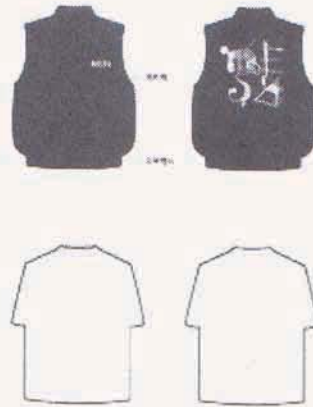
〈그림 13〉 환경미화원복 디자인안

6. 배달사원복 디자인안

배달사원은 임시직 사원이 주 구성원이므로 비용이 절감되고 제작이 용이한 디자인으로 제시하였으며, 활동범위가 비교적 높은 배달사원복의 디자인은 무엇보다도 기능성에 중점을

두었고, 활동성을 위해 조끼 스타일로 디자인하였다. 또한 착용자로 하여금 소속감 증대를 위해 로고를 등에 안착시켰다. 〈그림 14〉는 배달사원복의 디자인 도식화이다.

도 식 화



색채

메사 로고의 베이직 칼라인 네이비 블루를 기본으로 하여 메사 로고의 색상과 조화를 이뤄 시각적 효과를 최대화 하였다.

소재

조끼: T/R(40/60)

티-셔츠: Cotton 100%

〈그림 14〉 배달사원복 디자인안

IV. 맺는말

현대 사회에서 기업은 기업의 물질적 이윤창출 이외에도 기업 긍정적 이미지 확립에 많은 관심을 가지고 자신 기업의 새로운 이미지 전달을 위해 많은 연구를 해왔다. 유니폼은 이러한 기업의 모든 이미지를 대내외에 직접적으로 전달하는 기업의 얼굴이라 할 수 있다. 또한 최근들어 기업의 C.I.P가 중요시되면서 유니폼에도 C.I.P가 도입되어 유니폼의 역할범위가 한층 더 넓어졌다고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 능률향상을 위한 기능상의 목적, 개개인의 소속감을 표현하는 식별상의 목적, 심미상의 목적 등의 기본적인 유니폼의 역할 외에 소속된 기업의 이미지를 전달하는 상징상의 목적과 고객과의 커뮤니케이션의 목적이 더욱 증대된 유니폼을 개발하기 위함에 주안점을 두었다.

따라서 본연구에서는 메사의 기업 C.I.P를 철저하게 분석하여 다양화와 감성화, 그리고 유연성과 심미성을 추구하는 메사의 기업이미지를 보다 잘 표출할 수 있는 유니폼 디자인안을 제시하고자 하였다. 특히 시각적으로 가장 먼저 전달되는 색채면에서 메사 로고와의 통일성을 추구하였으며, 세부 디자인에서는 기본적인 디자인 보다는 심미성과 개성을 잘 나타낼 수 있는 현대적 감각의 변형된 디자인을 제시하였다.

이상의 연구결과에 의해서 제시된 유니폼 디자인안이 메사의 기업 이미지 전달에 큰 역할을 할 수 있기를 기대하며 유니폼과 기업의 C.I.P와의 관계에 대한 연구가 다각적인 측면에서 진행되어 보다 효과적인 역할을 수행할 수 있는 유니폼 의 디자인 개발이 계속되어야 할 것이다.

(접수: 2001년 9월 3일)

【참 고 문 헌】

- 김 민 “아이덴티티 디자인 시스템에서의 유연성에 관한 연구”, 국민대 조형논총20, 2001.
 김선미, “유니폼에 관한 연구”, 석사학위 논문, 성신여자대 학교 산업대학원, 1992.
 배천범, “現代企業의 C.I.P 作業중 유니폼의 研究,”
 조형논총 No.2, 국민대학교 환경디자인 연구소, 1982. p.224 참조
 송경인, “서울 시내 은행여직원의 유니폼에 관한 연구”. 석 사학위 논문, 한양대학교, 1992.
 이선희, “대구지역 백화점 종사원의 유니폼 디자인 개발”, 석사학위 논문, 경북대학교, 1995.
 이은영, “유니폼 디자인 이론 및 설계연구”, 서울여대 대학 원 논문집5, 1997.
 이재정, “경찰 유니폼 디자인 방향에 관한 연구, 국민대 조 형논총15, 1996.

MESA Uniform

Dept. of Fusion Design, Kookmin Univ. Sang-Min Kim
College of Art and Design, Dankook Univ. Yeon Hee Kim

A uniform is a garment established by a regular standard, and represents the corporate image and the type of business. In addition, it provides the sense of affiliation and unity, and so improves the efficiency of work and the sense of responsibility. The uniform recently plays an important role to show the positive image of company and to represent the corporate emblem.

In this paper, therefore, more symbolic uniform was designed by applying suitably the reports about C.I.P of MESA. We pursued the distinction from the uniform of conventional fashion shopping-malls.

The uniform of MESA was designed for 7 occupation types of a female desk clerk, a cleaner, a clerk of community center, a delivery man, a guard, and a staff of concert hall. As a result, we presented total 12 types of uniform design composed of 3 summer clothes and 3 winter wears for a female desk clerk, one summer and winter clothes for a cleaner, and the clothes for a clerk of community hall, delivery man, a guard, and a staff of concert hall.

We hope that this result will be helpful to develop many-sided uniform design improving not only a design-role as a C.I.P by providing symbolically and effectively the corporate between that and customer but also the basic role of design.

◆ Keywords: C.I.P, Uniform, Shopping Mall