

## 대안 전략으로의 비건 패션 브랜드 현황

김 남 희 · 박 선 희\*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 박사수로  
이화여자대학교 패션디자인전공 교수\*

### 요 약

동물관련 산업이 환경과 생태계에 매우 위협적이라는 사실이 알려짐에 따라 그 파장은 패션산업에 대한 비판과 이에 대한 사회적 책임, 인식개선, 대안소재 및 해결방안 요구로 이어지고 있다. 본 연구는 브랜드가 어떠한 방식으로 비건을 실천하고 있는지를 살펴보고 그에 따른 현황과 전략을 분석함으로써 비건 패션의 참뜻과 중요성을 파악하고자 하며 비건 패션의 현재와 나아갈 방향을 이해하는데 의의가 있다. 본 연구 방법과 범위는 국제기구와 동물보호 및 환경보호단체의 웹 사이트, 국내외 매거진 및 기사, 최근 5년간 비건 뿐 아니라 가죽, 모피, 펄 프리 선언이 언급된 일부 선행연구를 중심으로 사건과 전개, 사례와 언급, 이미지를 살펴보았다. 연구결과, 첫째, 혁신적이고 다양한 대안소재가 개발됨에 따라 동물성 소재 대안이 충분하며 이는 다양한 유형과 특성으로 분류될 수 있다. 둘째, 비건 패션을 지향하는 브랜드들은 사회적 변화에 민감하게 반응하며, 다양한 시도를 통해 공공을 위한 책임의식을 수반한다. 또한 적극적인 실천을 통해 비건 패션의 참뜻을 알리는데 앞장서고 있다. 셋째, 비건 패션 브랜드들은 대안소재, 윤리적 소비, 인증시스템 전략을 바탕으로 사회적 책임과 올바른 기준에 참여하고 인식을 개선함으로써 더욱 활성화되고 있다. 넷째, 비건 패션은 동물권의 보호뿐만 아니라 사회적 책임의식을 실천하는 윤리적 패션이다. 또한 적극적 대안소재 연구 및 개발이 진행됨에 따라 지구 생태계 보호와 지속가능성의 방향으로 확장되고 있다. 이는 지속적으로 지켜나아가야 할 쟁점으로써 미래 패션을 보다 혁신적이고 윤리적인 긍정적 발전으로 이끌며 동물, 환경, 인간 모두가 상생할 지구를 위해 기여할 것으로 기대된다.

주제어 : 대안소재, 비건 패션 브랜드 현황, 윤리적 패션

\*교신저자: 박선희 zenyul@ewha.ac.kr

접수일: 2018년 7월 23일, 수정논문접수일: 2018년 8월 16일, 게재확정일: 2018년 11월 12일

## I. 서론

그린피스(Greenpeace) 시위대는 한명을 위해 모피 코트 제작 시 40마리 이상의 동물이 필요함을 강조했다(Maisey, 2018). 또한 미국 환경보호청(Environmental Protection Agency)은 축산업이 수질오염의 가장 큰 원인이며, 축산방목은 식물 종을 멸망시키는 이유 중 하나이고, 전 세계 온실가스의 큰 원인이라고 말했다(35 Mind-Shattering Facts Linking Factory Farming to Climate Change, n.d.). 동물보호단체와 채식주의자들은 중심으로 시작된 비건(vegan)은 축산업이 동물뿐 아니라 환경과 인간에게 매우 위협적이라는 사실에 거센 반발을 야기했고, 특히 패션산업에 대한 비판으로 이어지고 있다. 스틸라 맥카트니(Stella McCartney)는 패션업계의 지나친 살육실태를 전하며, 모든 사람들은 동물을 존중하고 자연을 인식하며 다른 생물과 이 지구를 공유한다는 것을 이해하기 위해 우리가 살고 있는 세상을 알고 있어야 함을 강조한다(Lodi, 2016). 많은 비판으로부터 브랜드들은 동물성 대안소재 연구, 개발을 모색하고 있으며, 이는 패션의 미래를 위해 매우 중요한 사항이다. 무엇보다 동물, 환경, 인간에게 직접적인 영향을 미치는 사안으로 사회적 책임과, 인식의 변화가 요구된다.

비건 패션 관련 선행연구를 살펴본 결과, 최근 5년간 가죽과 모피분석, 윤리와 지속가능한 패션 디자인에 관한 57편의 연구 중 4편이 동물보호 및 비건을 일부 언급하였고, 최근 1편의 비건 패션 관련 포스터가 발표되었으나 이는 사회적 딜레마 유형연구로 비건 패션 브랜드의 현황과 대안전략을 중심으로 전개한 본 연구의 방향과는 다소 상이하다. 반면 해외논문은 특정 동물보호단체, 채식주의에 관한 연구는 있었으나, 비건 패션을 다룬 연구는 미미했다.

이에 본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 비건 패션의 개념과 형성배경을 살펴보고 비건 패션 대안소재의 유형을 가장 보편적인 동물성 소재 세

가지의 대안으로 분류, 그 특성을 이해하고자 한다. 둘째, 브랜드의 아이টে이블 구분과 사례분석 연구를 통해 비건 패션 브랜드의 동향을 파악하고자 한다. 셋째, 브랜드가 실천하고 있는 전략을 분석함으로써 비건 패션의 참뜻과 중요성을 파악하고, 현재와 나아갈 방향을 이해하는데 의의가 있다.

## II. 비건 패션의 이론적 고찰

### 1. 비건 패션의 개념

인간과 환경 그리고 동물애호에 대한 윤리의식과 책임으로 인하여 채식주의자(vegetarian)가 증가하고 있으며, 비건은 채식주의로부터 비롯된다.

사전적 의미에 따르면 비거니즘(veganism)은 다양한 이유로 인해 동물성 제품과 부산물의 섭취를 제한하는 식습관을 뜻하며 이를 실천하는 자들을 비건이라 칭한다. 채식주의자들은 육식만을 피하지만, 비건은 각종 동물성 부산물과 동물 화학실험을 행한 제품도 피하는 보다 적극적인 개념의 채식주의자라 할 수 있다(비거니즘 [Veganism], n.d.). 따라서 식생활뿐 아니라 패션 및 라이프 전반에서 동물의 권리를 보호하고 동물성 원재료로부터 생성되는 소재 사용을 제한하며 잔인한 학대가 없음(cruelty-free)을 지향한다. 또한 가공과정에서 사용되는 각종 환경오염원으로 부터 지구와 생태계를 보호하고자 한다. Kim(2017)에 따르면 비건 패션은 천연가죽, 천연모피 등의 동물성 잔재 물을 제외한 인공 혹은 친환경소재로 제작된 의류들을 말하며, Hong(2016)에 따르면 동물성 잔재 물에는 울과 다운(down)소재, 누에고치에서 뽑아낸 실크도 포함된다. 또한 Choi and Yoh의 연구(as cited in Kim & Kwon, 2016)에 따르면 동물에서 얻어지는 어떠한 소재도 사용하지 않으며 넓은 의미에서 친환경소재를 사용하고, 100% 재생물질을 사용하여

지구환경보호까지 생각하도록 소비의식을 확산시키는 패션상품까지 의미하기도 한다.

곧 비건 패션이란 동물을 인간의 이기적 필요 도구가 아닌 하나의 생명체이자 함께 상생해 나갈 가치 있는 존재로 여기며, 잔인한 동물학대 대신 그 권리를 보호하고 존중하는 윤리적 패션이다. 또한 동물성 소재 가공과정에서 발생하는 각종 유해물질로부터 지구와 생태계, 인간을 보호하고자 하는 책임 있는 패션이라 정의할 수 있다. 이는 생산자와 소비자 모두의 윤리적, 합리적 소비를 비롯한 사회적 책임을 수반한다.

## 2. 비건 패션의 형성배경

동물성 소재는 인류역사상 가장 오랜 기간, 다양한 방식으로 활용되어 왔다. 과거에는 힘과 권위, 부의 상징이었고 여전히 사회적 지위와 자부심으로 인식되는 경향이 있다(Lodi, 2016). 그러나 비윤리적 생산방식으로 인한 동물보호와 노동자 인권 문제 그리고 환경오염 초래에 있어서 논란이 되고 있다.

페타에 따르면 모피코트 한 벌을 위해 사용되는 동물의 수는 기장에 따라 다르나 밍크 60마리, 너구리 50마리, 여우 20마리, 족제비 125마리, 친칠라 200마리 등이 들어간다(Choi, 2017). 대부분 식용 후 남는 것이 아닌 모피와 가죽만을 위해 사

육되며 비좁은 우리에 갇힌 동물 <Figure 1>은 비위생적이고 잔인한 환경으로 인해 온갖 질병과 정신장애를 앓기도 한다. 이들은 산채로 가죽이 벗겨지는 고통과 학대를 당하며 가죽과 모피 채취 후 비인간적 방식으로 도살된다(Figure 2). 이에 비영리단체 및 기구들은 잔인하고 비윤리적인 행위 중단과 동물보호를 주장하고 동물산업의 환경오염 초래에 대해 우려를 표하고 있다.

유엔(UN) 식량농업기구(Food and Agriculture Organization)는 3대 환경오염 요인 중 하나로 축산업을 선택했다. 동물방목과 사료작물을 위해서는 엄청난 양의 토지와 에너지가 필요하다. 그 과정에서 삼림벌채, 사막화가 이루어지며 배설물, 부산물 그리고 가공과정에서 쓰이는 각종 독성 화학물질 등이 토양과 수로를 오염(Sewell, 2018)시켜 생태계 교란을 일으킨다. 부산물들은 225가지에 이르는 독성 화학물질로 처리되며 각종 희귀병과 만성질환을 유발한다. 특히 중사 노동자들의 고통과 평균수명이 50세 미만(Sewell, 2018)이라는 점은 그 심각성을 뒷받침한다.

유엔은 이를 대처하고자 비건을 향한 세계 변화의 필요성을 일축했고, 동물 및 환경보호단체들은 지속적인 안티(anti) 운동 <Figure 3>과 캠페인 <Figure 4>를 통해 그 심각성을 알리고 변화를 요구하였다. 그 결과, 1994년 캘빈 클라인(Calvin Klein)의 비건 패션 최초 선언(Kratofil, 2018)을 시



Figure 1. 모피농장의 좁은 철창 속 동물.  
From Harold. (2017).  
<http://www.scmp.com>



Figure 2. 소재 채취 후 도살되는 동물.  
From About Leather. (n.d.).  
<https://www.olsenhous.com>



Figure 3. 마이클 코어스를 겨냥한 안티 운동.  
From Moore. (2017).  
<https://www.peta.org>



Figure 4. 안티 캠페인.  
From Nicole Williams Gets Bloody Honest About the Leather Industry. (n.d.).  
<https://www.peta.org>

작으로 브랜드들의 퍼 프리(fur-free) 선언이 이어지고 있다. 이러한 사회적 현상은 과거 1980년대와 1990년대에도 일어난 바 있다(Maisey, 2018). 1980년 ‘동물을 윤리적으로 대하는 사람들’ 이란 뜻으로 설립된 페타의 등장과 1986년 그린피스의 운동은 큰 이슈였으며, 여러 유명인들과 단체들이 운동에 참여함에 따라 한때 모피산업을 위기로 몰아갔다.

현재 동물성 소재산업에 대한 반대는 동물보호 차원을 넘어 환경오염과 인간을 위협한다는 인식이 확산됨에 따라 전 세계적으로 변화의 움직임이 일고 있다. 세계 도시에서 모피산업 금지법이 제정되는 등 다양한 범위로 확대되고 있으며, 사회적 참여와 인식의 변화 그리고 비건 패션을 위한 다양한 대안 요구로 이어지고 있다.

### 3. 비건 패션 대안소재의 유형과 특성

비건은 일반적으로 동물성을 대신하여 식물성 소재를 수용한다. 그러나 각종 동물성 소재 대안과 신소재 개발로 인해 가죽, 모피 등 동물성 소재와 유사한 대안을 구매하고자 하는 비건 소비층이 증가하고 있다. 이 소비층은 비윤리적인 패션이 불필요하다는 입장으로 동물학대 없이 얻을 수 있는 윤리적인 대안을 추구한다.

따라서 가장 보편적인 동물성 소재인 가죽, 모피, 기타 동물성 소재(울, 다운, 실크)를 중심으로 대안을 살펴보면 유형과 특성을 다음과 같이 분류한다.

#### 1) 가죽 대안

조르지오 아르마니(Giorgio Armani)에 따르면 우리는 수년에 걸친 기술적 진보로 인해 동물과 관련하여 잔인한 행위를 불필요하게 할 유용한 대안을 갖게 되었다(O'Neill, 2016). 가죽은 대안소재 개발이 가장 활발한 분야이다. 가죽 대안으로 식물성 천연소재, 합성소재 및 재활용소재가 사용되고

있으며 혁신적이고 다양한 바이오 기반 신소재들이 개발되고 있다.

유기농 면, 캔버스, 린넨, 티크 잎, 코르크, 고무 등의 천연소재와 합성소재인 폴리우레탄(PU), 울트라레더(Ultraleather), 울트라스웨이드(Ultrasede), 가죽의 촉감을 모방하기 위해 제작된 고밀도소재로써 마이크로화이버(Microfiber)와 마이크로스웨이드(Microsuede) 그리고 재활용소재인 폴리에스테르, 데님, 타이어, 골판지 등이 사용된다. 또한 단백질 콜라겐과 3D프린터로 제조한 조아(ZOA)가죽, 와인 생산과정에서 포도부산물로 만든 비제아(Vegea)의 가죽, 폐기된 파인애플 잎으로 만든 피나텍스(Pinatex), 버섯 균사체를 이용한 마일로(Mylo), 콤부차(Kombucha) 가죽, 사과표피가죽 등 혁신적이고 다양한 바이오 기반 소재들이 개발되고 있다.

가장 큰 장점은 동물학대와 도살 없이 많은 가죽 생산이 가능하고, 폐기물이 적으며 동물성 가죽과 유사하므로 대체가 용이하다는 점이다. 일반적으로 가공방식과 대상에 따라 원피 별 특성을 똑같이 모방하므로 동물가죽과 유사한 심미적 특성을 지닌다. 또한 강한 내구성, 경량 감, 실용성, 경제성, 관리의 용이성을 지닌다. 이는 천연가죽과 냄새, 촉감, 외관이 거의 동일할 만큼 급진적으로 진보되고 있다.

가죽 대안소재를 이용한 브랜드 사례로써 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)의 모크로크(Mokroc) 가방, 스텔라 매카트니의 가방과 스킨 프리 스킨(Skin Free Skin), 코르크(Corkor)와 해피지니(Happy Genie)등은 주목할 만하다.

#### 2) 모피 대안

Ahmed(2017)에 따르면 이전 세대보다 윤리적이고 묘사되는 밀레니얼(Millennial)세대들의 모피 선호도가 인조모피 방향으로 변화함에 따라 미국 인조모피 시장의 성장세가 현재 1억 1천 4백 6십만 달러에 달한다.

모피 대안으로 사용되는 소재들은 아크릴(Acrylic), 폴리에스테르(Polyester) 기반의 합성소재가 대부분이며 보다 고급재로 레이온(Rayon)이 사용된다. 특히 아크릴은 천연 모 느낌과 가장 유사한 소재로써 모피 표현이 용이하며, 기술진보에 따라 더욱 섬세하고 부드러운 표현까지 가능해지고 있다. 인조모피는 실제 모피를 모방하려는 시도뿐 아니라 원색적인 컬러의 화려함과 질감 등 독창적 디자인 요소를 부여하며, 인공적인 특성을 의도적으로 과장하기도 한다. 또한 천연모피에 비해 경제적이고 물세탁 및 관리가 용이하다.

모피 대안 소재를 이용한 브랜드 사례로 스텔라 맥카르트의 퍼 프리 퍼(Fur Free Fur), 쉬림프(Shrimps), 비카 가진스카야(Vika Gazinskaya), 자크(Jakke), 국내 브랜드 몰리올리(Mollioli)와 비건 타이거(Vegan Tiger) 등은 주목할 만하다.

비록 비건 패션 브랜드가 아님에도 인조모피를 선보이는 브랜드들이 늘고 있다. 이러한 비건 패션을 위한 대안일 뿐 아니라 현재 패션계의 한 시류로써 중요한 역할을 하고 있음을 의미한다.

### 3) 기타 동물성 소재 대안

가죽, 모피 이외에도 기타 동물성 소재는 다양하다. 울, 다운, 실크가 이에 해당되며 비건으로 오해되기 쉽다. 울은 채취를 위해 강제로 고정시키고 작업과정 동안 확대와 상해를 입히며 신체 일부를 절단하기도 한다. 또한 모 채취 후 질병에 취약해진 동물은 가치가 없다고 여겨질 때 도살되기도 한다. 이러한 울 소재 대안은 천연소재인 유기농 목화과 식물성 편직물 니트, 합성소재인 나일론(Nylon), 아크릴 기반인 올론(Orlon), 폴리에스테르 기반인 플리스(Fleece) 그리고 나노기술이 적용된 핀테스(Fintes) 등이 있다. 이들은 표면질감, 촉감 면에서 천연 울과 유사하게 모방된다.

한편 다운은 오리와 거위의 가슴 솜털로부터 채취되며 산채로 뽑히기도 한다. 수차례 털이 뽑

히는 고통과 확대를 당하며 육류 사용을 위해 강제급식 후 가치가 없다고 여겨지면 도살당한다. 대안소재로 천연소재인 밀크weed(Milkweed), 합성소재인 폴리에스테르, 신소재인 프리마로프트(Primaloft), 폴라가드(Polarguard) 및 각종 단열재가 사용된다(Choi, 2013). 이들은 주로 내장재 형식으로 외관 모방보다는 기능성에 중점을 둔 채 이질적인 형질로 유지된다.

실크는 누에고치에서 채취되며 누에 한 마리당 최대 약 2.4km로 이어지는 실을 뽑을 수 있고, 끊기지 않게 하기 위해 산채로 누에고치를 가열, 뜨겁게 달구거나 증기로 쪼낸다(비건 패션, 배려의 또 다른 이름으로 [Vegan fashion, in another name of consideration], 2012). 이에 천연소재인 실크목화나무, 콩 및 기타 식물성 소재, 펄프 재생섬유 리오셀(Lyocell), 합성소재인 나일론, 비스코스 레이온(Viscose Rayon), 폴리에스테르, 큐프라(Cupra), 재활용 플라스틱 기반인 바이오닉(Bionic) 그리고 바이오 기반 소재인 오렌지 화이버(Orangefiber), 마이크로실크(Microsilk) 등이 대안으로 사용되고 있다. 광택감, 유연성 및 드레이프 면에서 천연실크와 유사하게 모방된다.

이와 같은 기타 동물성 소재 대안들은 타 소재와 혼방 및 염색이 용이하여 다양한 소재를 양산할 수 있고 뛰어난 내구성과 기능성, 관리의 용이성을 지닌다.

기타 동물성 소재 대안을 이용한 브랜드 사례로써 크롭(Crop), puffa(푸파), 파타고니아(Patagonia), 스텔라 맥카르니, 에이치 앤 엠(H&M)의 바이오닉(Bionic) 드레스, 오렌지 화이버 실크 등은 주목할 만하다.

이처럼 진보된 기술결합으로 인해 보다 혁신적인 소재와 제품들이 등장하고 있다. 몇몇 석유 기반의 합성소재와 동물성 소재의 윤리성 및 환경유해성에 대해 찬반이 엇갈리고 있지만 지속적인 연구와 개발로부터 이 점은 점차 해소될 것으로 전망된다.

### III. 비건 패션 브랜드의 현황

#### 1. 패션 브랜드

비건 패션영역은 점차 확장되고 있다. 본 연구에서 패션 브랜드는 여성, 남성 그리고 이 모두를 수용하는 기타 의류중심 패션 브랜드로 분류되며, 이에 해당되는 브랜드는 다음과 같다.

보뜨 꾸뛰르(Vaute Couture), <Figure 5>는 2008년 시카고에서 시작된 세계 최초 비건 브랜드이다. 하이테크 섬유, 뛰어난 디자인과 윤리의식을 더해 세 가지 타입의 코트와 스웨터를 생산한다. 유기농 면, 100% 재생 합성소재, 재활용 신소재로 제작된 시그니처 드레스 코트와 스노우 코트, 왁스 칠 된 캔버스로 제작된 왁시 코트가 있다. 스웨터는 재활용 및 유기농 면의 혼합으로 제작된다. 비동물성과 지속가능한 패션에 집중하며, 첨단소재의 기능성과 베이직한 디자인이 특징이다.

브레이브 젠틀맨(Brave Gentle Man), <Figure 6>은 비거니즘과 지속가능한 혁신, 윤리적인 노동 및 품질을 추구하는 클래식 남성 패션 브랜드이다. 동물 및 생태계가 패스트 패션 시스템으로부터 직면한 문제를 해결하고자 적극적인 소재개발, 생산 등 비건 중심의 윤리적인 패션을 실천한다. 유기농소재, 재활용 및 무독성 합성소재 등 모두 인증

된 것만을 사용한다. CEO 조슈아 캐처(Joshua Katcher)는 페타로부터 2015년 가장 영향력 있는 디자이너로 선정되었고, 각종 매체를 통해 동물성 패션의 문제점과 비건의 필요성을 알리고 있다.

스텔라 매카트니는 사회적 윤리를 통한 인간과 동물존중, 지속가능한 자원순환을 토대로 하는 기타 패션 브랜드이다. 그녀는 가죽, 모피, 깃털을 사용하지 않으나 동물학대 없고 인간에게 무해한 일부 소재는 허용한다. 가령 윤리적으로 엄선된 양모와 완전한 주기를 거친 누에고치 실크, 재활용된 캐시미어가 이에 해당된다. 그밖에 인증된 유기농소재, 재활용소재와 고무, 무독성 합성소재, 바이오 기반 소재인 마이크로실크와 마일로를 사용한다. 이에 매카트니는 2016년 혁신적인 인조 모피 퍼 프리 퍼, <Figure 7>과 2018년 S/S컬렉션에서 야생동물 무늬가 새겨진 스킨 프리 스킨, <Figure 8>을 선보이며 모피나 가죽 없이도 패션을 고급스럽게 할 수 있음을 증명하였다. 또한 마이크로실크 드레스, <Figure 9> 등 혁신적 소재의 제품화를 시도하며 비건 패션의 리더로서 자리매김하고 있다.

현재, 퍼 프리 선언을 통해 시작단계이거나 자발적 동참이 아닌 동물보호단체의 강요가 계기된 경우도 다수 있으나 이들은 완전한 비건을 향해 다양한 시도에 임하고 있다. 비건 패션 브랜드



Figure 5. 보뜨 꾸뛰르 파카.  
From The Lincoln Future in Forest. (n.d.).  
<https://vautecouture.com>



Figure 6. 브레이브 젠틀맨 컬렉션.  
From Brave Gentleman. (2018).  
<https://www.vogue.com>



Figure 7. 스텔라 매카트니 퍼 프리 퍼.  
From Cmilli. (2015).  
<http://www.vildamagazine.com>



Figure 8. 스킨 프리 스킨.  
From Wild Animalier prints and textures. (2018).  
<https://www.stellamcCartney.com>



Figure 9. 볼트 쓰레드와 스텔라 매카트니의 드레스.  
From Arthur. (2017).  
<https://www.forbes.com>

Table 1. 비건 패션 브랜드.

구분	브랜드
여성	델리케이트 레인(Delicate Rayne), 몰리올리(Molliolli), 베드앤릴(Bead&Reel), 비건 타이거(Vegan Tiger), 비비 다코타(BB Dakota), 비카 가진스카야(Vika Gazinskaya), 세이브드 키세스(Saved Kisses), 쉬림프(Shrimps), 아돌포 도밍게즈(Adolfo Dominguez), 알렉사 청(Alexachung), 제임스앤코(James&Co) 등
남성	브레이브 젠틀맨(Brave Gentle Man) 등
기타	더 다마 스토어(The Dharma Store), 벨베티(Velvety), 보뜨 꾸뛰르(Vaute Couture), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood), 샤를리 칼더(Charley Calder), 스텔라 매카트니(Stella McCartney), 아소스(ASOS), 어반 아우피터스(Urban Outfitters), 에이치 앤 엠(H&M), 에티카(Ethica), 에티칼 웨어스(Ethical Wares), 와와(Wawwa), 옥슬리(Wuxly), 존 바틀렛(John Bartlett), 파블러스 퍼(Fabulous Furs), 파타고니아(Patagonia), 포에버21(Foever21), 캘빈 클라인(Calvin Klein) 등

로서의 명확한 구분과 인식을 위해서는 환경 및 동물보호단체의 공식인증 여부, 브랜드 철학과 실천사례를 살피는 것이 중요하다.

따라서 대표적인 비건 패션 브랜드는 동물보호단체인 페타와 팜 샌추어리(Farm Sanctuary) 등 비영리 단체에 기재된 목록을 기준으로 정리하였다(Table 1).

## 2. 패션 소품 브랜드

패션 소품은 가죽이 가장 많이 사용되는 영역이다. 본 연구에서 패션 소품 브랜드는 신발 브랜드, 가방 브랜드, 이 모두를 수용하는 기타 패션 소품 브랜드로 분류되며 이에 해당되는 브랜드는 다음과 같다.

니코라(Nicora), <Figure 10>은 윤리와 생태를 중시하는 비건 신발 브랜드이다. 많은 이익을 대안 소재 연구와 개발에 투자하며 카인드레더와 스웨이드(Kind leather & Suede)를 독점 사용한다. 이는 태양광 발전공장에서 천연 및 재생소재로 제작되는 무독성 가죽으로, 온실가스 방출과 유해성분이 없다. 동물가죽에 의한 각종 문제를 해결하고자 비거니즘 철학을 토대로 친환경소재와 제품생산에 집중한다.

올슨 하우스(Olsen House), <Figure 11>은 여성 신발 브랜드이다. 동물성 소재 사용을 금하고 지구 구성원을 위한 의식적인 행동지지와 동물, 환

경, 윤리적 가치를 위해 동물학대 없는 자비로운 패션, 라이프스타일을 선보이고 있다. 따라서 식물성 소재, 무독성 합성소재, 탄소와 수소 화합물로 만든 인조가죽, 산업폐기물로 만든 재활용 스웨이드, 무독성 고무와 채식 페인트를 사용한다. 사회 인식개선을 위해 다양한 협업, 자체박물관을 통한 비건 홍보와 교육, 기부, 소량 주문제작 방식 등 적극적인 행동주의를 실천하고 있다.

힙스터 포 시스터(Hipsters for Sisters), <Figure 12>는 미래 지구에 대한 책임의식을 지닌 여성 가방브랜드로 동물과 환경에 무해한 재료를 사용한다. 이에 식물성 소재와 코르크, 인증(Oeko Tex Standard 100인증)된 합성소재와 재활용 소재, 바이오 가죽 등을 사용하고 채고 및 잔재 소재도 다시 사용한다.

코르크(Corko), <Figure 13>은 오크나무 껍질인 코르크 기반의 가방 브랜드이다. 이는 가죽 대안으로 지속가능한 최적의 소재이며 최장 300년 동안 자생적으로 껍질을 벗겨냄으로써 생성된다. 그 밖에 소재의 특수성과 장인의 수작업으로 인해 명확한 브랜드 아이덴티티를 구축하고 있다.

그밖에 대표적인 비건 패션 소품 브랜드는 다음 <Table 2>와 같다.

## 3. 패션 소재 브랜드

비건 패션과 소재는 매우 밀접하다. 잔인한 동



Table 2. 비건 패션 소품 브랜드.

아이템	브랜드
신발	노바카스(Novacas), 뉴오라(Neuaura), 니코라(Nicora), 다퀴(Daqui), 링(Rungg), 로써스(Rothy's), 롬바 (Rombaut), 무슈즈(Moo Shoes), 베지테리언 슈즈(Vegetarian Shoes), 부르조아 보헴(Bourgeois Boheme), 비욘드 스킨(Beyond Skin), 올슨 하우스(Olsen Haus), 캣 멘덴홀(Kat Mendenhall), 파우즈(Pawj) 등
가방	도쿄 백(Tokyo Bags), 듀스럭스(Deux Lux), 멜리 비앙코(Melie Bianco), 미오모조(Miomojo), 빅 부다(Big Buddha), 수잔 니콜(Susan Nichole), 알렉산드라 케이(Alexandra K), 어반 오리지널스(Urban Originals), 윌비(Wilby), 코넬리아 게스트(Cornelia Guest), 코르크코(Corkor), 크리스탈린케(Crystalynkae), 팬시 메이든(Pansy Maiden), 프리덤 오브 애니멀(Freedom of Animals), 헤티앤샘(Hetty&Sam), 힙스터 포 시스터(Hipsters for Sisters) 등
기타 패션 소품	구나스(Gunas), 프리 데 코(Cri de Coeur), 나인 웨이스트(Nine West), 노아(Noah), 노함(Noharm), 도쉬(Doshi), 매트앤넛(Matt&Nat), 모홉(Mohop), 러브 이스 마이티(Love is Mighty), 스티브 매든(Steve Madden), 질 밀란(Jill Milan), 트리 트리브(Tree Tribe) 등



Figure 10. 니코라 비건 부츠.  
From Sinclair Boot-Classic. (n.d.).  
<https://nicorashoes.com>



Figure 11. 올슨 하우스 비건 부츠.  
From The Essentials Collection. (2017).  
<https://www.olsenhaus.com>



Figure 12. 힙스터 포 시스터 피나텍스 가방.  
From "How it's made". (2017).  
<https://www.hfscollective.com>



Figure 13. 코르크코 가방.  
From Cork Backpack. (n.d.).  
<https://www.corkor.com>

물학대가 없는 식물성 및 합성소재는 비건 소재로 사용되나 동물성 소재대안의 목적으로 제작되는 것이 아니므로 비건 브랜드라 칭하기엔 다소 무리가 있다. 현재 패션업계들은 대안을 위해 신소재 개발, 특히 바이오 기반 소재로 관심을 모으고 있으며 혁신성과 지속가능성, 생분해성을 포함하는 방향이자 보다 전문적인 브랜드로 나아가고 있다. 이에 따른 패션 소재 브랜드는 다음과 같다.

오렌지 화이버, <Figure 14>는 이태리 시실리에서 폐기된 감귤껍질에서 추출된 셀룰로오스 실크이다. 2015년 유엔 유럽 경제위원회(United Nations Economic Commission for Europe)로부터 변화를 위한 아이디어로 선정되었고, 2017년 페라가모(Ferragamo)의 독점으로 최초 컬렉션을 선보이는 등 협업을 통해 큰 잠재력을 보여주고 있다. 제작된 초경량 원사는 캡슐 형 비타

민 오일이 함유되어 피부 접촉 시 흡수되고 타 원사와의 혼합으로 다양성을 제공함으로써 미래 고급소재에 대한 새로운 기준을 제시한다.

베제아(Vegea) <Figure 15>는 와인생산 시 남은 포도부산물로 바이오 기반 가죽을 생산한다. 이는 2017년 에이치 앤 엠과 미국 패션 디자이너협회(Council of Fashion Designers of America), 페타로부터 동물과 환경에 기여함을 인정하는 최고 혁신상을 수상한바 있고 다양한 분야에 적용이 가능함으로써 활발한 응용연구가 시도되고 있다.

볼트 쓰레드(Bolt Thread)는 생명공학 바이오 기반 소재로 마이크로실크와 마일로가 있다. 마이크로실크는 거미의 특성과 DNA연구를 통해 실크단백질 원리를 이해하였다. 효모, 설탕, 물의 혼합 발효과정으로 생산된 단백질기반 실크 대안이며 마





Figure 14. 오렌지 화이버 실크.  
From Ferragamo Capsule Collection. (2017).  
<http://orangefiber.it>



Figure 15. 베제아 텍스타일 와인 가죽.  
From Kevany. (2017).  
<http://www.decanter.com>



Figure 16. 볼트 쓰레드 마일로 가죽.  
From Luterio. (2018).  
<https://www.psfk.com>



Figure 17. 모던 매도우 조아 가죽.  
From Crown of Zoa. (n.d.).  
<http://zoa.is>

Table 3. 비건 패션 소재 브랜드.

아이템		브랜드
바이오기반 신소재	식물성 부산물 기반 생장	그라도제로 에스파체(Grado Zero Espace)_머스킨(Muskin), 베제아(Vegea)_베제아 텍스타일(Vegea textile), 아나나스 아남(Annas Anam)_피나텍스(Pinatex), 오렌지 화이버(Orange Fiber), 해피지니(Happy Genie) 등
	생명공학 기반 생장	모던 매도우(Modern Meadow)_조아(Zoa), 바이오꾸뛰르(Biocouture), 볼트 쓰레드(Bolt Thread)_마이크로실크(Microsilk)와 마일로(Mylo) 등

일로, <Figure 16>은 버섯의 균사체를 키워 만든 혁신적인 가죽 대안이다. 이는 지속가능하며 생장 기간이 짧고 경제적이다. 또한 생장환경 관리에 따라 중량, 두께, 형태 등 소재의 특성을 조절함으로써 낭비 없는 맞춤형 가죽생산이 가능하다. 2017년 스탈라 매카트니와 협업하여 마이크로실크 드레스와 최근 마일을 이용한 파라벨라 가방 프로토타입(prototype)을 선보인바 있다.

모던 매도우(Modern Meadow)는 생물학과 공학, 디자인을 융합한 소재를 연구, 개발한다. 동물 없이 실험실에서 재배한 콜라겐과 3D프린터를 사용하여 바이오가죽 조아, <Figure 17>을 개발하였다. 어떤 조건에서도 타 소재와 결합 가능하고 다양한 가변이 용이하며 전체 제작기간이 짧고 재질과 냄새조차 모방 가능하므로 효율적이고 경쟁력 있다. Arthur(2016)에 따르면 과거에 불가능했던 생물공학 소재의 잠재력은 2년에서 10년 내에 보편화 될 것으로 전망된다.

그밖에 대표적인 비건 패션 소재 브랜드는 다음 <Table 3>과 같다.

## IV. 비건 패션 브랜드의 전략

### 1. 대안소재 전략

대안소재에 대한 관심은 혁신성과 품질의 영역으로 확대되고 있다. 이본 테일러(Yvonne Taylor)에 따르면 자비로운 소비자가 패션의 얼굴을 바꾸는 흥미로운 시기이며 동물 없는 패션이 미래이다. 또한 미래지향적인 비건의 친환경적, 혁신적 하이테크 소재실험은 윤리적 소비자에게 다양한 선택을 제공한다(Conlon, 2015). 이처럼 브랜드 및 패션 업계들은 변화를 시도하고 있다. 비건 패션을 지향하는 브랜드들은 다음과 같은 구체적 대안소재 전략을 갖는다.

첫째, 합성소재를 원재료로 이용한 전략이 있다. 동물성 소재의 대안으로 합성소재가 많이 사용되고 있으나 석유 기반의 합성소재는 동물성 소재보다 환경에 더 해롭다는 주장이 제기되고 있다. 사실상 동물성 소재가 천연 그대로라면 생분해되지만 일반적으로 많은 독성 화학물질로 가공되므로 오히려 부패를 막고 더 해롭다.

펄스 오브 더 패션 인더스트리(Pulse of the Fashion Industry)의 자재 별 환경파괴에 미치는 영향, <Figure 18> 연구에 따르면 환경에 가장 유해한 4가지 중 3가지가 동물에서 유래한 가죽, 실크, 양모이며 유일하게 동물유래가 아닌 면이 포함된다(Pevreall, 2017). 천연가죽은 PU 인조가죽보다 2배 이상 환경에 영향을 미치며, 기타 합성소재 역시 동물성 소재 및 면에 비해 손상이 적다는 연구결과가 도출되었다. 또한 그룹 케링(Kering)의 환경이익과 손실(Environmental Profit & Loss) 연구에 따르면 송아지가죽 대신 재활용 폴리에스테르 사용이 환경에 24배 적은 영향을 주며, 합성소재의 가장 해로운 요인인 석유 대신 식물성 오일을 대체 사용하는 등 소재의 성질을 전환하면 안전한 합성소재 개발이 가능하다(Vegetarian leather, n.d.). 이처럼 합성소재들은 기술진보에 힘입

어 무해한 신소재로 개발되어 인증 받고 있다.

그러나 이미 사용 중인 석유 기반 합성소재의 유해함과 그 해결방안도 고려해야 한다. 이를 해결하고자 비건 패션 브랜드들이 시도하고 있는 가장 보편적인 방식은 지속가능함을 기저에 둔 재활용방식이다. 니코라, 올슨 하우스, 스텔라 매카트니, 구나스, 브레이브 켄틀맨 등은 재활용 플라스틱으로 만든 폴리에스테르를 사용하고, 잔고 및 재고 원단을 재사용하며 철저한 분리수거를 통해 재생산하고 있다. 그러나 무해한 신소재가 적극적으로 개발, 수용되는 것이 가장 바람직할 것으로 보인다.

둘째, 유기농 소재를 원재료로 이용한 전략이 있다. 식물성 소재는 모두 비건 패션으로 적합하다고 여겨진다. 그러나 면화는 상당량의 살충제가 사용되므로 토양오염은 물론 지하수와 강, 바다로 유입되어 수질오염을 초래하고 생태계에 심각한 문제를 야기하며 인간을 중독 시킨다. 그러므로 유기농법으로 수확했거나 인증을 받은 원재료 사용 소재 및 제품만이 비건 패션으로 적합하다.

셋째, 바이오 기반 소재를 원재료로 이용한 전략이 있다. 더욱 혁신적이고 안전한 대안에 대한

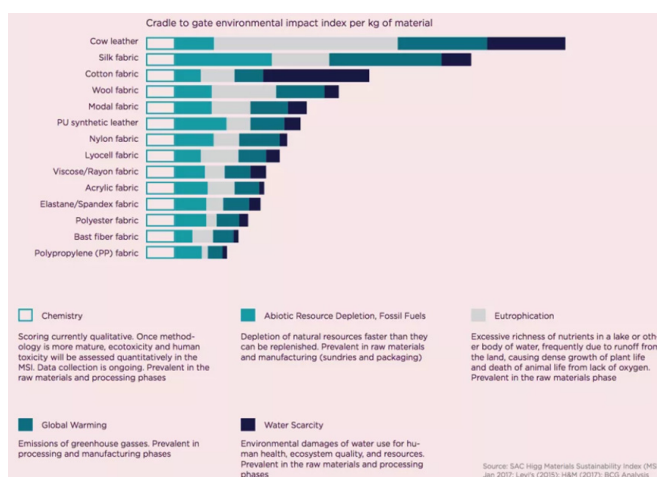


Figure 18. 자재 별 환경파괴에 미치는 영향.  
From Pulse of the Fashion Industry. (2017).  
<http://globalfashionagenda.com>

기대는 바이오 기반 소재로 향하고 있으며 활발한 연구와 개발이 진행 중이다. 이는 두 가지 방식으로 나뉜다. 식용 후 폐기된 식물성 부산물 기반 생장방식과 식물의 내제된 성질 즉 유전자, 세포 등을 이용해 새롭게 창조하는 생명공학 기반 생장방식이 있다. 베제아의 테시토레(Gianpiero Tessitore)에 따르면 패션 브랜드는 바이오 기반 대안을 제 공함으로써 동물에 대한 독성물질과 잔인함을 거부하는 패션에 관심이 있고, 혁신적인 소재개발을 위해 큰 노력을 기울이고 있으며 많은 관심을 통해 증명되고 있다. 이처럼 바이오 기반 소재는 동물성 소재의 대안이자 합성소재에 대한 불안감을 잠식시켜줄 대안으로써 적합하며 지속가능함과 생분해성을 충족시키는 혁신적인 소재로 더욱 진화하고 있다.

이러한 소재들을 패션 브랜드가 적극 수용하기 위해서는 소재의 가격과 시장성, 지속적인 소재개발과 품질개선을 시도하려는 브랜드의 적극적인 자세, 그리고 브랜드의 자세를 변화시키는 소비자의 인식과 태도변화가 중요하다.

## 2. 윤리적 소비 전략

동물학대로부터 얻은 가죽은 4단계 22차례의 세부공정과 225가지의 독성 화학물질 사용으로 엄청난 환경오염 초래와 인간을 위협하지만 비건 패션은 동물 및 생태계에 해롭지 않도록 주의를 기울인다. 윤리적 소비를 지향하는 비건 패션 브랜드들은 다음과 같은 전략을 갖는다.

첫째, 동물학대 없는 대안과 윤리적으로 조달된 방식을 선택한다. 비동물성 대안소재 사용이 가장 보편적인 방식이지만 학대 없이 채집되어진 동물성 소재도 일부 허용 가능하다. 철저한 채식주의자로서 2001년 런칭 후 비윤리적인 소재를 금한 매카트니의 실크와 캐시미어가 이에 해당된다. 매카트니에 따르면 누에가 완전한 자연주기를 거치

고 날아간 후 남은 것으로 제작된 피스 실크(Peace Silk)를 사용하나 원재료 채집주기가 길고 실이 쉽게 끊어지므로 품질과 수량 확보, 제작과정에 어려움이 있다. 따라서 볼트 스레드와 협업으로 마이크로실크를 사용함으로써 매우 혁신적이고 지속 가능한 비건 실크 제품을 선보였다.

또한 이태리 공장에서 폐기된 캐시미어 레 베르소(Re.Verso)를 사용한다(Cashmere, n.d.). 이는 추가 염색과정 없이 색상과 소재 별 수작업 분류, 생산되며 윤리적 방식의 과정을 거쳤는지 인증함으로써 비건 패션의 새로운 가치정립을 시도하고 있다.

둘째, 정보노출을 통해 적합한 방식으로 선별하도록 한다. 과거와는 달리 현재 모피는 고급마켓에만 국한되어있지 않다. 각종 문제에 따른 모피 농장에 대한 금지정책의 여파로 저렴한 제품들이 쏟아지고 있기 때문이다(Maher, 2017). 이제는 저렴한 가격이 진품 구별의 기준이 될 수 없음을 의미한다. 또한 소재기술의 발달로 육안구별도 어려워므로 <Figure 19>와 같이 브랜드의 라벨링이 매우 중요하다. 이는 올바른 비건 패션의 식별과 윤리적 구매로 이어지며 온라인 제품 카테고리 내의 상품 정보란에서 더욱 활성화 되고 있다. 상품 별 상세정보 노출은 적극적인 비건 정보알림이자 공유로써 브랜드와 제품에 대한 소비자의 신뢰를 구축하고 올바른 소비를 유도한다. 비건 패션의 생산, 유통, 소비과정에서 그 기준에 맞는 환경 및 사회적 책임에 따른 원재료 사용과 채집방식, 생산과정을 준수하였는지 추적, 확인할 수 있도록 하고 브랜드 철학이 무엇인지 알리는 것은 매우 중요하다.

셋째, 올바른 기준을 통해 소비를 촉진시킨다. 온라인 명품브랜드 매장인 네타포르테(Net-A-Porte)는 퍼 프리 연합(Fur Free Alliance)의 기준에 따라 모피가 들어있는 품목 판매금지를 발표했다(Yotka, 2017). 아직 완전한 비건 패션 방식을 따르고 있진 않으나, 최근 퍼 프리를 시작으로 점차 변화가 있으리라 기대



Figure 19. 비건 라벨링.  
From Chua. (2014).  
<https://inhabitat.com>



Figure 20. 비건 페스티벌 및 이벤트.  
From Nazarian. (2013).  
<http://www.bigcityvegan.com>



Figure 21. 페타 인증.  
From PETA Approved Vegan  
Logo. (n.d.).  
<https://www.peta.org>



Figure 22. 애니멀 프리 인증.  
From Animal Free for a  
sustainable fashion. (n.d.).  
<https://www.animalfree.info/en>

된다. 여전히 모피를 고수하는 브랜드들도 이곳에선 모피가 선별, 제외된 채 판매된다. 그밖에 데이비드 존스(David Johns), 위슬리스(Whistles), 리버티(Liberty), 마이어(Myer), 셀프리지(Selfridges) 등 고급 대형매장에서도 모피판매를 금지하기로 했다(Bekhechi, 2017). 고급마켓들의 이러한 비건 패션행보는 패션업계와 소비자들에게 긍정적 영향을 끼치며 윤리적 소비를 촉진시킨다.

넷째, 공유와 참여로 비건 패션을 활성화한다. 비건을 지향하는 브랜드와 기타 단체들은 서로의 정보와 브랜드 네임을 공유하고 연맹, 협업하기도 한다. 또한 비건 페스티벌 및 이벤트, <Figure 20>에 참여하여 생산자와 소비자의 교역과 소통의 장을 열고 비건 패션의 참 뜻을 알림과 동시에 활성화에 이바지한다. 이 과정을 통해 브랜드는 동물학대 없는 대안소재로 윤리적 조달, 제작된 제품을 소비자들이 쉽게 선택할 수 있도록 하며, 사회구성원들과 다양한 방식의 공유, 소통을 통해 소비를 촉진하고 활성화함에 따라 비건 브랜드로의 가치를 높인다.

### 3. 인증시스템 전략

비건 패션은 정책 및 제도 면에서도 큰 반향을 일으키고 있다. 미국 샌프란시스코, 웨스트 할리우드와 버클리, 브라질 상파울루와 이스라엘은 모피 판매금지법을 발표하였고, 영국, 네덜란드, 노르웨이, 오스트리아, 스위스, 크로아티아 등에서는 모

피 산업을 금지하고 있다(Maisey, 2018). 또한 문제의 심각성에 대해 동물 및 환경보호단체들의 거센 항의가 지속적으로 이어지고 있다. 페타의 리비아 퍼스(Livia Firth)에 따르면 우리가 할 수 있는 작은 방법으로 변화에 영향을 미치는 것은 우리의 책임이다(Maisey, 2017). 이에 비건 브랜드들은 사회적 책임과 옳은 변화를 위해 비거니즘 시스템에 참여, 실천하고 있다. 비건 패션을 지향하는 브랜드들은 다음과 같은 인증시스템 전략을 갖는다.

첫째, 비영리 공동체로 적극 참여한다. 일반적으로 브랜드들은 비건 또는 친환경관련 비영리단체 가입을 통해 다양한 커뮤니티 활동에 참여하며 운동과 캠페인을 통해 비거니즘을 적극 알리고 지지한다. 다수의 하이엔드 브랜드들이 이에 대한 압력으로부터 퍼 프리를 선언하고 비건 패션에 합류하고 있다. 또한 관련 단체로부터 인증을 취득함으로써 공식화된다. 예를 들면, 현재 발행 중인 페타 인증, <Figure 21>과 애니멀 프리 인증, <Figure 22>는 많은 비건 패션 브랜드가 취득하고자 하는 비거니즘의 상징으로써, 동물권익보호 브랜드로 인정받았음과 진정한 비건 공동체로써의 참여자격이 있음을 뜻한다. 비로소 비건 브랜드임에 자부심을 느끼고 상징적 의미를 부여하는 한편 소비자는 제품에 대한 신뢰를 통해 충성고객이 되기도 한다. 이러한 과정으로 얻은 수익은 기부, 환원되며 비영리 공동체를 통해 동물과 생태계보호를 위한 시스템 구축에 이바지한다.

브랜드들이 비건 공동체로 참여하고 있는 비영

Table 4. 비건 브랜드의 공동체 참여현황.

구분	공동체
비영리 기관	글로벌 스탠다드(Global Standard), 글로벌 트리(Global Trees), 란초 릴라쏘(Rancho Relaxo), 레가 안티 비비세찌오네(Lega Anti Vivisezione), 로얄 소사이어티 포 더 프리벤션 오브 크루엘티 투 애니멀스(Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals), 메르씨 포 애니멀스(Mercy for Animals), 미노 밸리 팜 샌추어리(Mino Valley Farm Sanctuary), 비건 아웃리치(Vegan Outreach), 비건 와일드라이프 컨서베이션 소사이어티(Vegan Wildlife Conservation Society), 아메리칸 소사이어티 포 더 프리벤션 오브 크루엘티 투 애니멀스(American Society for the Prevention of Cruelty to Animals), 애니멀 리버레이션 프론트(Animal Liberation front), 애니멀 아시아 파운데이션(Animals Asia Foundation), 애니멀 웰페어 인스티튜트(Animal Welfare Institute), 애니멀 이퀄리티(Animal Equality), 에세레 아니말리(Essere Animali), 월드 와일드라이프 펀드(World Wildlife Fund), 인터네셔널 펀드 포 애니멀 웰페어(International Fund for Animal Welfare), 팜 샌추어리(Farm Sanctuary), 페어 웨어 파운데이션(Fair Wear Foundation), 페어 트레이드(Fair Trade), 페타(PETA), 프레벤트 크루엘티(Prevent Cruelty), 프로젝트 컨선 인터네셔널(Project Concern International), 휴먼 소사이어티(Human Society) 등
인증 및 표준	그린 아메리카(Green America), 글로벌 리사이클링 스탠다드(Global Recycling Standard), 글로벌 오가닉 텍스타일 스탠다드(Global Organic Textile Standard), 리스폰시블 다운 스탠다드(Responsible Down Standard), 리치(REACH), 비즈니스 소셜 컴플라이언스 이니셔티브(Business Social Compliance Initiative), 서스테이너블 비즈니스 카운실(Sustainable Business Council), 세덱스(Sedex), 애니멀 프리 패션(Animal Free Fashion), 에스에이(SA)8000, 이유 에코라벨(EU-Ecolabel), 카본 트루스트(Carbon Trust), 크루엘티 프리(Cruelty Free), 퍼 프리 얼라이언스(Fur Free Alliance), 포레스트 스티워드십 카운실(Forest Stewardship Council) 등
패션 어워드	그린 카펫 챌린지(Green Carpet Challenge), 그린 프로덕트 어워드(Green Product Award), 뉴 하비스트(New Harvest), 바이오디자인 챌린지(Biodesign Challenge), 소스 어워즈(Source Awards), 씨에프디에이 렉서스 패션 이니셔티브(CFDA+Lexus Fashion Initiative), 에코쉐크 디자인 어워즈(EcoChic Design Awards), 에티컬 패션 포럼(Ethical Fashion Forum), 인디 바이오(Indie Bio), 케링 어워드 포 서스테이너블 패션(Kering Award for Sustainable Fashion), 페타 패션 어워즈(PETA Fashion Awards) 등

리기관, 발행되는 인증 및 표준, 공동체 주관 패션 어워드는 위의 <Table 4>와 같다.

둘째, 자체적 시스템으로 행동을 실천한다. Yotka (2017)에 따르면 그룹 케링은 동물보호와 지속가능함에 입각한 대안소재에 투자하고 있다. 이는 2025년까지 케링 내부의 환경적 유해요인 배제와 잠재력 향상을 목적으로 한다. 이에 환경이익 및 손실 보고서를 매년 발행하여 원재료 공급과 생산정보를 공개, 개선함으로써 사회적 책임 있는 제품을 생산하고 제공한다. 스틸라 매카트니 키즈에서는 육류 섭취로 인한 온실가스를 줄이고자 월요일은 육류 섭취를 금하며, 동물학대 없는 캐시미어와 재활용 소재 생산에 대한 제도 및 표준 구축을 위해 힘쓰고 있다. 에이치 앤 엠은 2030년까지 지속가능성 추구 정책을 세움으로써 해양 폐기물로 만든 재활용 폴리에스테르 바이오닉 드레스를 출시하였고, 이는 동물성 실크 대안으로 사용된다. 또한 가방 브랜드 코르크는 가죽 대안이자 이산화탄소 흡수 기능이 있는 재활용 코르크 마개 수집 프로그램을 수행하

고 있으며, 잎 가죽 제품을 생산하는 트리 트리브는 제품판매 시 나무 10그루 심기를 실천하여 190,790 그루의 나무 심기를 수행하였다.

이처럼 브랜드 및 선두주자들의 올바른 행동과 실천은 사회 전반에 걸쳐 책임감 있는 변화와 소비자 인식개선의 원동력이 된다.

## V. 결론 및 제언

현대 산업사회의 발전에 따른 물질적 풍요와 무분별한 생산 및 과소비는 심각한 환경오염과 비윤리적 문제를 야기하고 있다. 이를 해결하기 위해 소비에 관한 윤리적 책임의식과 새로운 인식의 변화가 필요하게 되었고, 이에 따라 대안전략으로의 비건 패션 브랜드 현황을 연구하게 되었다.

본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 비건 패션은 동물관련 산업으로 인한 심각한 폐해로부터 지구, 동물과 인간을 포함한 생태계 모두를 보호하

고자 하는 윤리적 패션이며 지속가능한 방향으로 확장되어 감을 알 수 있었다. 둘째, 혁신적이고 다양한 소재개발은 그 가치를 더욱 확장시켰고 그로 인해 동물성 소재 대안이 충분하며 이는 다양한 유형과 특성으로 분류될 수 있음을 알 수 있었다. 셋째, 비건 패션을 지향하는 브랜드들은 소비자의 태도 변화와 추세에 민감하게 반응하며 다양한 시도를 하고 있었다. 이는 공공을 위한 책임의식을 바탕으로 실천되며 소비자에게 비건 패션의 참뜻을 알리는데 앞장서고 있음을 알 수 있었다. 넷째, 비건 패션 브랜드의 전략 중 대안소재 전략을 통해 다양한 대안소재 사용은 기술 진보로 인해 더욱 혁신적이고 안전한 대안인 바이오 기반 소재로 향하고 있음을 알 수 있었다. 또한 윤리적 소비 전략을 통해 동물학대 없는 대안과 윤리적으로 조달된 방식의 선택, 제품에 대한 상세정보 노출의 중요함을 알 수 있었고, 더불어 올바른 기준을 따르고, 관련활동에 참여함이 소비촉진에 기여함을 알 수 있었다. 인증시스템 전략을 통해 선두주자로 비영리공동체에 적극 참여하고 자체시스템으로 행동을 실천함은 소비자인식 변화와 의식 있는 참여를 이끄는 원동력으로써 중요한 역할을 할 수 있었다. 다섯째, 동물성 대안소재 연구 및 개발, 책임의식 있는 참여의 중요성을 본 연구에 수용함으로써 비건 패션의 현재와 나아갈 방향을 이해할 수 있었다.

현재 많은 대안소재 연구 및 개발이 이루어지고 있다. 이는 미래 패션을 혁신적이고 긍정적 발전으로 이끌며 동물, 환경, 인간 모두가 상생할 지구를 위해 기여할 것으로 기대된다. 또한 연구, 개발에만 그치는 것이 아닌 적극적 시도로 제품이 개발되어 상용화될길 기대한다.

## References

- About Leather. (n.d.). *Olsenhaus*. Retrieved April 20, 2018, from <https://www.olsenhaus.com/pages/about-leather>
- Ahmed, O. (2017, October 26). Will Millennials Boost the Fur Trade. *BOF*. Retrieved May 11, 2018, from <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/will-millennials-boost-the-fur-trade>
- Animal Free for a sustainable fashion. (n.d.). *ANIMAL FREE*. Retrieved August 27, 2018, from <http://www.animalfree.info/en/what-is-animal-free.html>
- Arthur, R. (2016, August 22). In-Depth With Modern Meadow: The Bioengineering Start-Up Growing Leather In A Lab. *Forbes*. Retrieved May 22, 2018, from <https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2016/08/22/in-depth-with-modern-meadow-the-bioengineering-start-up-growing-leather-in-a-lab/#8771276aa301>
- Arthur, R. (2017, October 3). MOMA Exhibition Highlights Biofabrications And New Technologies As The Future of Fashion. *Forbes*. Retrieved May 1, 2018, from <https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2017/10/03/moma-exhibition-highlights-biofabrications-and-new-technologies-as-the-future-of-fashion/#9da7a5d5d281>
- Bekhechi, M. (2017, October 13). Gucci is finally going fur-free, but many designers still haven't - here are the ones you should avoid. *INDEPENDENT*. Retrieved August 11, 2018, from <https://www.independent.co.uk/voices/gucci-fur-free-commitment-italian-fashion-brand-designer-animal-rights-others-follow-a7998211.html#gallery>
- Brave Gentleman. (2018). *VOUGE*. Retrieved April 25, 2018, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/brave-gentleman/slideshow/collection#2>
- Cashmere. (n.d.). *STELLA McCARTNEY*. Retrieved May 27, 2018, from <https://www.stellamccartney.com/experience/kr/sustainability/materials-and-innovation/cashmere>
- Choi, W. R. (2013, November 29). 하얀 토끼털이 따뜻하십니까 [Do you have a warm white rabbit]. *The Hankyoreh*. Retrieved May 14, 2018, from <http://www.hani.co.kr/arti/society/environment/613377.html>
- Choi, Y. R. (2017, February 4). 모피는 그만! 동물 살리는 '비건 패션' [No fur! animal saving 'vegan fashion']. *Newsnjoy*. Retrieved May 4, 2018, from <http://www.newsnjoy.or.kr/news/articleView.html?idxno=208664>
- Chua, J. M. (2014, July 25). Esprit Debuts PETA-Approved Vegan Sneakers for Women. *ecouterre*. Retrieved May 30, 2018, from <https://inhabitat.com/ecouterre/esprit-debuts-peta-approved-vegan-sneakers-for-women>
- Milli, S. (2015, March 16). Vilda News: Stella McCartney Fur-Free Fur. *VILDA*. Retrieved June 7, 2018, from <http://www.vildamagazine.com/2015/03/vilda-news-stella-mccartney-launches-fur-free-fur>
- Conlon, S. (2015, November 17). Meet The Vegan Fashion

- Award Winners. *VOGUE*. Retrieved May 24, 2018, from <http://www.vogue.co.uk/article/peta-vegan-award-winners-ivienne-westwood-zara-asos>
- Cork Backpack. (n.d.). *corkor*. Retrieved May 20, 2018, from <https://www.corkor.com/collections/cork-backpacks/products/cork-backpack>
- Ferragamo Capsule Collection. (2017). *ORANGE FIBER*. Retrieved April 20, 2018, from <http://orangefiber.it/en/collections>
- Grown of Zoa. (n.d.). *ZOA*. Retrieved May 20, 2018, from <http://zoa.is>
- Harold, T. (2017, November 12). Hong Kong's fur industry-how will Gucci ban affect it? A lot less than you may think. *South China Morning Post*. Retrieved April 20, 2018, from <http://www.scmp.com/lifestyle/fashion-luxury/article/2119335/what-will-guccis-fur-ban-mean-hong-kong-lot-less-you-may>
- Hong, S. Y. (2016). *Study of new fashion handbags applying Frank Stella paintings: Launching bag brand 'LIAN'*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- How it's Made: How Pinatex Turns Pineapple into a Sustainable Leather Alternative. (2017, October 4). *HfS*. Retrieved May 30, 2018, from <https://www.hfscollective.com/pinatex-how-its-made>
- Kevany, S. (2017, May 11). Wine leather: What you could be wearing next season. *Decanter*. Retrieved June 8, 2018, from <http://www.decanter.com/wine-news/wine-leather-fashion-milan-368840>
- Kim, E. J. (2017). *Study on jewelry design using leather texture*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Kim, Y. J., & Kwon, Y. J. (2016). Is ethical consumption altruistic or egoistic: Consumer culture of wearing faux fur. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(7), 17-33. doi:10.7233/2016.66.7.017
- Kratofil, C. (2018, September 7). Luxury Fashion Brands That Are Anti-Fur. *People*. Retrieved August 10, 2018, from <https://people.com/style/fur-free-luxury-fashion-brands>
- Lodi, H. (2016, March 3). The resurgence of fur in fashion-real and faux. *The National*. Retrieved May 1, 2018, from <https://www.thenational.ae/arts-culture/the-resurgence-of-fur-in-fashion-real-and-faux-1.154694>
- Lutero, L. (2018, April 19). Vegan Leather Is Grown From Mushrooms. *psfk*. Retrieved May 1, 2018, from <https://www.psfk.com/2018/04/vegan-leather-grown-from-mushrooms.html>
- Maher, I. (2017, October 25). Gucci Goes Fur Free - What does this mean for the Fashion World. *University Express*. Retrieved August 11, 2018, from <https://uccexpress.ie/gucci-goes-fur-free-what-does-this-mean-for-the-fashion-world>
- Maisey, S. (2017, August 19). Call for change: how our fashion choices affect the environment. *The National*. Retrieved May 29, 2018, from <https://www.thenational.ae/lifestyle/fashion/call-for-change-how-our-fashion-choices-affect-the-environment-1.621024>
- Maisey, S. (2018, January 6). With more fashion brands declaring themselves fur free, what's next for the fur industry. *The National*. Retrieved May 6, 2018, from <https://www.thenational.ae/lifestyle/with-more-fashion-brands-declaring-themselves-fur-free-what-s-next-for-the-fur-industry-1.693095>
- Moore, P. (2017, December 15). Michael Kors Bans Fur. *PeTA*. Retrieved April 20, 2018, from <https://www.peta.org/blog/michael-kors-go-fur-free>
- Nazarian, S. (2013, May 3). Fashion Loves Animals: A Charitable Vegan Fashion Event. *BIG CITY VEGAN*. Retrieved June 2, 2018, from <http://www.bigcityvegan.com/blog/veg/vegan-fashion-for-the-animals>
- Nicole Williams Gets Bloody Honest About the Leather Industry. (n.d.). *PeTA*. Retrieved April 20, 2018, from <https://www.peta.org/features/nicole-williams-bloody-leather-industry>
- O'Neill, G. (2016, March 23). GIORGIO ARMANI GOES FUR FREE. *Harper's BAZAAR*. Retrieved May 13, 2018, from <https://www.harpersbazaar.com.au/fashion/giorgio-armani-fur-free-3559>
- PETA Approved Vegan Logo. (n.d.). *PeTA*. Retrieved May 30, 2018, from <https://www.peta.org/living/personal-care-fashion/peta-approved-vegan-logo>
- Pevreall, K. (2017, September 12). Fashion industry studies prove animal derived materials worst for environment. *LIVEKINDLY*. Retrieved May 27, 2018, from <https://www.livekindly.co/leather-environmental-impact-fashion-industry>
- PULSE OF THE FASHION INDUSTRY. (2017). *Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group*. Retrieved May 27, 2018, from [http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry\\_2017.pdf](http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf)
- Sewell, C. (2018). WHY I THINK VEGAN FASHION IS ALWAYS THE MORE SUSTAINABLE OPTION. *ELUXE MAGAZINE*. Retrieved August 10, 2018, from <https://eluxemagazine.com/fashion/why-i-think-vegan-fashion-is-always-the-more-sustainable-option>
- Sinclair Boot-Classic. (n.d.). *NICORA*. Retrieved April 25, 2018, from <https://nicorashoes.com/collections/shop-all/products/sinclair-boot-black>
- THE ESSENTIAL COLLECTION. (2017). *OLSENHAUS*. Retrieved April 30, 2018, from [https://cdn.shopify.com/s/files/1/0695/9501/files/FALL\\_2017\\_Olsenhaus\\_Lookbook\\_WHSLE.pdf?7989542774771589085](https://cdn.shopify.com/s/files/1/0695/9501/files/FALL_2017_Olsenhaus_Lookbook_WHSLE.pdf?7989542774771589085)
- THE LINCOLN FUTURE IN FOREST. (n.d.). *VAUTE*. Retrieved April 25, 2018, from <https://vautecouture.com/collections/snow-coats/products/preorder-the-lincoln-future-in-forest>
- Vegetarian leather. (n.d.). *STELLA McCARTNEY*. Retrieved



- May 27, 2018, from <https://www.stellamccartney.com/experience/kr/sustainability/materials-and-innovation/vegetarian-leather>
- Wild Animalier prints and textures. (2018). *STELLA McCARTNEY*. Retrieved April 25, 2018, from <https://www.stellamccartney.com/experience/kr/wild-animalier-prints-and-textures>
- Yotka. (2017, October 12). Gucci Pledges to Go Fur-Free Beginning With Spring 2018. *VOGUE*. Retrieved June 1, 2018, from <https://www.vogue.com/article/gucci-will-go-fur-free>
- 비거니즘 [Veganism]. (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved August 10, 2018, from <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%B9%84%EA%B1%B0%EB%8B%88%EC%A6%98>
- 비건 패션, 배려의 또 다른 이름으로 [Vegan fashion, in another name of consideration]. (2012, January 27). *Korea Fashion Association*. Retrieved April 30, 2018, from [http://www.koreafashion.org/info/info\\_content\\_view.asp?num=22&pageNum=&cataldx=803&clientIdx=54&SrcItem=&SrchWord=&flag=2](http://www.koreafashion.org/info/info_content_view.asp?num=22&pageNum=&cataldx=803&clientIdx=54&SrcItem=&SrchWord=&flag=2)
- 35 Mind-Shattering Facts Linking Factory Farming to Climate Change. (n.d.). *PeTA*. Retrieved June 5, 2018, from <https://www.peta.org/features/meat-climate-change>

# **The Current Situation of Vegan Fashion Brands as Alternative Strategy**

**Kim, Nam Hee • Park, Sun Hee<sup>+</sup>**

Ph.D. candidate, Dept. of Fashion Design, The Graduate School of Ewha Womans University  
Professor, Dept. of Fashion Design, Ewha Womans University<sup>+</sup>

## **Abstract**

As animal-related industries are known to be very threatening to the environment and the ecosystem, this has led to criticize the fashion industry and its social responsibility, awareness improvement, alternative material, and solution requirements. The purpose of this study is to understand the nature and importance of vegan fashion by analyzing the current status and strategies of the brand, and understanding the present and future direction of vegan fashion. The method and scope of this research are based on the recent five years' events, focusing on some previous studies mentioning the declaration of leather, fur, and fur-free as well as international organizations, animal protection and environmental protection websites, domestic and international magazines and articles and it examined development, case, comment, and image. The results of this study are as follows: First, as innovative and diverse alternative materials are developed, animal material alternatives are sufficient and can be classified into various types and characteristics. Second, brands that are oriented to vegan fashion respond sensitively to social changes and carry a sense of responsibility for the public through various attempts, also taking the lead in informing the nature of vegan fashion through active practice. Third, brands are becoming more active by participating in social responsibility, correct standards, and improving awareness based on the strategy of alternative material, ethical consumption, and the certification system. Fourth, vegan fashion is not only for protecting animal rights, but also a fashion that practices ethical responsibilities and leads to the pursuit of sustainability. In addition, as active alternate material research and development proceeds, it is expanding toward the protection of the global ecosystem and sustainability. This leads to a more innovative and ethical way for positive future fashion as an ongoing issue. In addition, it would contribute to the coexistence of life on earth and the environment.

Key words : alternative material, current situation of vegan fashion brands, ethical fashion

