

디자인 및 패션 분야 창업 연구 동향 분석 - 텍스트 마이닝 기반 접근 -

강영훈[†]

서울대학교 의류학과

Trends in Entrepreneurship Research in Design and Fashion - A Text Mining-Based Approach -

Yeonghoon Kang[†]

Dept. of Fashion and Textiles, Seoul National University; Seoul, Korea

Abstract: This study examines trends in entrepreneurship research in the design and fashion fields in Korea over the past decade (2015–2025) using a text mining approach. Unlike earlier studies relying on case studies or qualitative reviews, this research applies quantitative methods to systematically analyze thematic structures and conceptual flows of academic discourse. A total of 92 articles (49 design, 43 fashion) were collected from domestic journals, and their titles, abstracts, and keywords analyzed. After preprocessing with lemmatization, stopword removal, and N-gram integration, techniques included frequency and term frequency-inverse document frequency (TF-IDF) analysis, N-gram analysis, latent Dirichlet allocation (LDA) topic modeling, and hierarchical clustering. The results show that design and fashion entrepreneurship research is dominated by education and policy support, while brand identity, creativity, and storytelling, central to creative industries, receive limited attention. A gap also exists between industry practices, where online platforms, personal brands, and direct-to-consumer models are expanding rapidly, and academic research, which remains narrow. Technology-driven entrepreneurship such as digital fashion, AI-based design, and smart wearables, though central to industry transformation, has not been thoroughly explored. This study structures fragmented scholarship into a data-driven overview and highlights traits of creative industry entrepreneurship. Academically, it demonstrates the value of text mining for trend analysis, while practically, it provides insights for policy, curriculum design, and strategic support.

Key words: creative industries(창의 산업), fashion entrepreneurship(패션 창업), design entrepreneurship(디자인 창업), text mining(텍스트마이닝), trend analysis(동향 분석)

1. 서 론

디자인 및 패션 산업은 창의성과 감성, 그리고 미학적 표현을 기반으로 한 대표적인 문화·창의 기반 산업으로 제품의 외형뿐만 아니라 사용자 경험과 감성적 반응을 중시하는 특징이 있다(Desmet & Hekkert, 2007; Entwistle, 2002). 이러한 특징 덕분에 이들 산업은 단순한 소비재 생산을 넘어 문화와 기술, 사회적 트렌드가 교차하는 현대적 산업으로 발전하고 있다. 이러한 변화 속에서 디자인 및 패션을 기반으로 한 창업은 단순히 제품이나 서비스를 제공하는 데 그치지 않고 브랜드의 철

학, 정체성, 감성적 연결성을 소비자와 공유하며 장기적인 브랜드 가치를 구축하는 전략적 활동으로 자리 잡고 있다. 이처럼 전통적인 제조 기반 산업과는 다른 방식의 창업 접근법이 요구됨에 따라 디자인과 패션 산업은 독창성과 감성을 무기로 한 독자적인 창업 분야이다(Leadbeater & Oakley, 1999). 이들 분야에서는 창업자가 제품 기획부터 생산, 마케팅, 브랜딩까지 아우르는 다층적인 역량을 요구받으며 독립 브랜드 또는 1인 창업 형태가 점점 증가하고 있다(Moon, 2024).

최근 국내에서는 청년 창업을 국가적 과제로 삼고 다양한 지원 및 교육제도를 강화하고 있다(Lee, 2025). 창업지원금, 창업진흥원, 창업보육센터, 대학 창업 교육 프로그램 등이 활발히 운영되고 있으며 디자인 및 패션 전공자들도 이러한 흐름 속에서 창업에 도전하는 경우가 많아졌다. 특히 졸업 후 기업에 취업하기보다는 자신만의 브랜드를 구축하거나 소셜미디어와 이커머스 플랫폼을 기반으로 한 개인 창업의 비중이 눈에 띄게 증가하고 있다(Seo, 2024). 이러한 흐름은 창업이 더 이상 기술이나 생산 중심 산업에 국한되지 않으며 창의성과 스토리텔

[†]Corresponding author: Yeonghoon Kang

Tel. +82-2-880-8756

E-mail: kyh911116@snu.ac.kr

©2026 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

링, 감각적 설계가 중요한 디자인 및 패션 산업에서도 활발하게 이루어지고 있음을 보여준다. 예컨대, 국내 대표 패션 플랫폼인 무신사(Musinsa)의 입점 브랜드 수가 2025년 1만 개를 돌파하며(Jeong, 2025), 다양한 신진 디자이너 브랜드와 독립 의류 브랜드가 빠르게 증가하고 있다. 또한, 와디즈(Wadiz)와 같은 크라우드펀딩 플랫폼은 제품디자인과 패션 전공자의 초기 창업 진입 장벽을 낮추어, 개인 혹은 소규모 창작자 중심의 창업을 촉진하고 있다(Park, 2025). 이러한 현상은 디자인 및 패션 분야 창업이 전통적 제조-유통 중심 구조를 넘어 디지털 기반의 창의 산업형 창업 생태계로 전환되고 있음을 시사한다.

기존의 창업 관련 연구는 대체로 경영학, 경제학, 산업공학의 틀 내에서 수행되었으며 디자인 또는 패션 산업의 특성을 포함한 분석은 미비한 상황이다(Kim & Sung, 2024). 이로 인해 실무 중심의 창업 교육과 연구 간 괴리가 지속되고 있으며 디자인 기반 창업의 특수성을 반영한 연구 필요성이 대두되고 있다. 디자인-패션 기반 창업은 기존 연구와 산업 담론에서 제품의 기능적 완성도뿐 아니라 브랜드 아이덴티티, 디자인 콘셉트, 소비자 경험 및 감정적 가치가 주요 논의 요소로 언급되어 왔다. 이는 기존의 기술 창업, 사회적 기업, 프랜차이즈 중심의 창업 모델과는 명확히 구분되는 지점이다. 하지만 문화 예술 관련 학생들의 맞춤형 창업 교육 및 경험의 필요성에도 불구하고 현재까지 디자인 및 패션 창업 연구는 주로 사례 기반 분석이나 인터뷰 중심의 질적 연구에 치중되어 왔다(An & Lee, 2024).

이러한 배경을 바탕으로, 본 연구는 국내 창업 교육 및 지원 정책이 본격적으로 확산되고 디지털 기반 창업이 급격히 활성화된 시기를 고려하여 약 10년간(2015~2025년) 국내 디자인 및 패션 분야에서 창업과 관련된 학술논문을 전수조사하고, 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 주제 및 개념의 흐름을 정량적으로 분석하고자 한다. 텍스트 마이닝은 제한된 규모의 연구 축적 속에서도 핵심 키워드와 잠재 주제를 통계적으로 도출할 수 있어 기존 질적 연구의 편향을 보완하고 연구 전반의 구조를 체계적으로 조망하기에 적합한 방법론이다(Shim, 2020). 이를 통해 단순히 창업의 중요성을 선언하는 수준을 넘어 지금까지 연구가 어떤 이슈에 집중되어 있었는지 디자인-패션 창업만의 차별적 맥락은 무엇이었는지를 실증적으로 규명할 수 있을 것이다.

본 연구는 국내 디자인 및 패션 분야 창업 연구의 주요 주제와 흐름을 텍스트 마이닝 기반으로 정량적으로 분석함으로써, 지난 10년간 해당 분야의 창업 연구가 어떠한 주제에 집중되어 왔는지와 그 구조적 편중 양상을 객관적으로 확인하고자 하였다. 디자인과 패션은 산업적 영역과 실천 방식에서 차이가 있으나, 대표적 문화-창의 기반 산업으로서 한국표준산업 분류에서 로컬 크리에이터 산업(창의인재기반산업)으로 분류되어 있다(Lee et al., 2019). 따라서 두 분야를 통합적으로 분석함으로써, 개별 산업 단위에서는 포착하기 어려운 창의 기반 창업 연구의 공통 구조와 편중 지점을 드러내고, 향후 문화-창의 기반 창업 교육 프로그램 및 지원 정책 설계를 위한 기초자료를 제공할 수 있다. 또한 디자인 및 패션 전공자들이 관련 연구 호

름을 이해하고 자신의 창업 전략을 수립하는 데 참고할 수 있는 실질적 인사이트를 제시할 것으로 기대된다.

2. 이론적 배경

2.1. 디자인 및 패션 창업의 특성과 동향

디자인과 패션 분야는 디자이너의 감성, 미학, 창의성이 핵심 경쟁 요소로 작용하는 산업군이며 이러한 독자적인 특성에 기반한 디자인 및 패션 창업은 문화 및 창의 산업으로 일반적인 기술을 활용한 창업이나 제조업 기반의 창업과는 다른 특징을 지닌다. 특히 브랜드 정체성, 감정적 스토리텔링, 시각적 커뮤니케이션 능력은 해당 산업에서 사업 성공의 주요 요인으로 작용한다(Chun et al., 2019). 이러한 특성은 창업자가 단순한 경영자에 그치지 않고 창작자, 기획자, 마케터, 브랜드 운영자 등의 역할을 동시에 수행하게 만들며 이에 따라 창업자의 복합적 역량이 더욱 강조된다(Son, 2022).

동시에 인스타그램, 당근마켓, 플리마켓, 크라우드펀딩 등 SNS 기반 플랫폼과 지역 중심 마켓의 확산은 제품 유통과 판매를 보다 간편하게 만들어 디자인 및 패션 분야에서 1인 창업 또는 마이크로 브랜드의 등장을 더욱 활발하게 촉진하고 있다(Lim & Hwang, 2023). 또한, 다양한 소셜 미디어 플랫폼을 활용한 창업 사례가 증가하면서 전통적 유통채널에 대한 의존도는 낮아지고 있다(Choi & Hwang, 2018; Lee & Lee, 2020). 하지만 이러한 흐름은 빠르게 변화하는 소비 트렌드에 대한 민감성과 더불어 유행에 따라 제품 라인업을 빠르게 교체할 수 있는 기획 및 생산 유연성을 요구한다. 또한 유사 제품이 중국 등 해외 제조업체나 다른 브랜드에 의해 빠르게 모방-유통되는 사례가 증가함에 따라 브랜드만의 독창성을 유지하는 것이 점점 더 어려워지고 있다. 여기에 더해, 인스타그램 릴스, 쇼츠, 틱톡 등 SNS 기반 마케팅은 전통적인 광고보다 훨씬 빠른 주기로 콘텐츠를 기획-배포해야 하며 디지털 감수성과 실시간 소통 역량 등 새로운 형태의 창업 능력이 필수적으로 요구되는 도전적 환경이다. 이에 따라 디자인 및 패션 창업은 타 산업에 비해 창업 생존율이 낮은 것으로 알려져 있으며 이는 디자인 역량 부족, 경영관리 실패, 외부 환경 변화 대응 실패 등이 주요 원인으로 지목된다(Choi, 2025).

정부 및 지방자치단체, 대학 중심의 창업지원 정책은 지금까지 주로 기술 창업이나 제조업 기반 창업을 강화하는 방향에 초점이 맞추어져 왔으며 디자인 및 패션 산업의 특수성을 반영한 지원 사업은 여전히 부족하다(Kang & Han, 2016). 그러나 최근에는 생성형 AI, 가상환경, 디지털 패션, 스마트 웨어러블 등 새로운 기술을 융합한 디자인-패션 창업이 산업적으로 주목받고 있으며 이에 따라 시의성을 반영한 맞춤형 창업 교육과 지원이 절실히 요구된다. 나아가 이러한 교육 및 지원 체계를 효과적으로 설계-운영하기 위해서는 디자인 및 패션 창업에 관한 학술적 연구 축적이 더욱 확대되어야 한다. 특히 지금까지의 연구가 단편적·산발적으로 진행된 한계 속에서 디자인 및

패션 창업 분야의 연구 동향을 종합적으로 정리·분석하는 작업은 학문적 기초를 마련한다는 점에서 필수적이다.

2.2. 텍스트 마이닝의 개념 및 창업연구에서의 활용

텍스트 마이닝(text mining)은 비정형 텍스트 데이터로부터 유의미한 패턴이나 지식을 추출하는 기술로 자연어처리(natural language processing, NLP), 정보검색(information retrieval, IR), 기계학습 등의 방법론이 융합된 분석 접근이다(Allahyari et al., 2017). 특히, 학술연구 분야에서는 논문 초록, 키워드, 본문 등을 대상으로 주요 키워드 추출, 토픽 모델링, 문서 유사도 분석 등을 수행하여 연구 주제의 흐름, 주요 개념의 변화, 학문 간 교차점 등을 파악할 수 있다(Shim, 2020).

창업연구는 다양한 사회·경제·산업적 맥락에서 발전해 왔으며, 최근에는 기업가정신, 기술 기반 창업, 청년 창업 등으로 세분화되어 분석되고 있다. 기존의 창업 연구는 주로 문헌 고찰, 전문가 인터뷰, 창업 사례 연구 등의 질적 방식에 기반하거나, 설문조사 기반의 양적 접근을 통해 창업자의 행동 특성이나 제도 효과를 측정하는 방식으로 진행되었다(Kim, 2019). 하지만 이러한 접근은 연구자의 주관적 분류 기준에 따라 분석 결과가 달라질 수 있으며 수십 편 이상의 방대한 문헌을 일관된 기준으로 분석하기에는 한계가 있다. 따라서 최근에는 논문 자체의 텍스트 데이터를 기반으로 한 자동화된 동향 분석이 새로운 방법론으로 주목받고 있으며 특히 사회과학, 경영학, 교육학 등의 분야에서 텍스트 마이닝 기법을 적용한 분석 사례가 증가하고 있다(Choi & Lee, 2020; Kang, 2025b). 이는 창업 관련 논문, 정책 보고서, 뉴스 기사, SNS 데이터 등에서 방대한 텍스트가 생성되고 있으며 이를 통해 창업 트렌드나 이슈를 보다 실증적으로 분석할 수 있기 때문이다(Kim, 2022). 특히 LDA(latent dirichlet allocation) 기반의 토픽 모델링은 텍스트 내 잠재 주제를 통계적으로 추론할 수 있는 대표적 방법이며 연구자들이 주관적으로 분류한 주제 영역 외에 텍스트 자체가 내포한 의미망을 규명할 수 있다는 점에서 강점을 가진다(Jelodar et al., 2019).

무엇보다 디자인·패션 분야의 창업 연구는 질적 사례 분석이나 소규모 인터뷰 중심으로 축적되어 있어 연구자의 해석에 따른 편차가 클 수밖에 없다(Choi, 2025; Son, 2022). 또한 창업 활동은 활발하지만 학술 논문 수가 많지 않고, 주제 역시 교육·지원·브랜드 전략 등으로 분산되어 있어 연구 전반의 구조적 흐름을 체계적으로 조망하기 어렵다. 텍스트 마이닝 기반 동향 분석은 방대한 문헌에서 반복되는 핵심 주제와 잠재적 연구 흐름을 객관적으로 도출하고, 주제 간 관계와 연구 구조를 거시적으로 파악하는 데 적합하다(Kang, 2025a; Kim & Lee, 2023). 특히 디자인·패션 창업은 기술·경영 기반 창업과 달리 감성적 가치, 미학, 브랜드 아이덴티티 등 창의 기반 산업 특유의 요인이 중요한데 텍스트 마이닝은 이러한 개념들이 논문 내에서 어떻게 반복·결합되는지를 정량적으로 드러낼 수 있다는 점에서 의미가 크다.

3. 연구 방법

3.1. 데이터 수집

본 연구는 국내 창업 정책과 교육 제도의 영향을 비교적 일관되게 반영할 수 있는 국내 학술논문을 대상으로 분석 범위를 한정하였다. 이는 창업 연구가 국가별 정책 환경, 교육 체계, 산업 구조에 크게 영향을 받는 분야라는 점에 근거한다(Lee & Oh, 2019; Nam et al., 2021). 이를 위해 KCI 등재 및 등재 후보 학술지를 중심으로 학술논문 데이터베이스(한국학술지인용색인, RISS, DBpia 등)에서 통합 검색을 수행하였다. 기본 검색어로는 디자인 창업, 디자인 스타트업, 패션 창업, 패션 스타트업을 사용하였으며, 추가적으로 기본 검색어로 수집되지 않았을 가능성이 있는 논문을 보완하기 위해 fashion/design startup, fashion/design entrepreneurship 등의 영문 검색어를 병행하여 검색되는 모든 논문을 수집하였다. 이를 통해 제목, 초록, 키워드 중 하나 이상에 디자인·패션·창업 관련 용어가 포함된 논문을 최종 수집하였다. 패션 분야에는 패션 소품물, 텍스타일, 패션 창업 교육, 패션 플랫폼, 소규모 패션 제조 등의 연구가 포함되었으며, 디자인 분야에는 시각 및 제품디자인 창업, 생성형 AI 캐릭터 디자인, 디자인(시각, 제품, 산업, 도시) 창업 교육, UIUX 디자인 창업 등의 연구가 포함되었다.

수집 범위는 2015년 1월부터 2025년 6월까지로 설정하였으며, 이는 국내에서 창업지원 정책과 대학 창업 교육 프로그램이 본격적으로 확산되고 창업이 장려된 2010년대 중반을 기준으로 최근 10년간의 연구 축적 흐름을 포괄적으로 검토하기 위함이다(Lee & Oh, 2019). 논문 수집은 저자와 연구보조원 1인이 공동으로 수행하였다. 이후 스크리닝 단계에서는 영문 제목·초록·키워드가 모두 제공된 논문, 창업과 직접적으로 관련된 연구만을 최종 포함 기준으로 적용하였다. 키워드 검색을 통해 총 95편의 논문이 1차적으로 수집되었다. 이후 스크리닝 과정에서 창업과 직접적인 관련이 없는 연구, 영문 초록 또는 영문 키워드가 제공되지 않아 텍스트 마이닝 분석이 불가능한 연구를 제외 기준으로 적용하였다. 예를 들어, 킥덜트 문화의 소구적 특성을 다룬 연구(Kim & Jeong, 2025)는 저자가 창의창업 연구소 연구원이라는 이유로 ‘패션 창업’ 키워드 검색 결과에 포함되었으나, 연구 내용이 소비문화 및 마케팅 중심으로 본 연구의 목적과 직접적인 관련성이 낮아 제외되었다. 이러한 기준에 따라 총 3편의 논문이 제외되었으며, 최종적으로 92편의 논문이 분석 대상에 포함되었다.

스크리닝 과정을 거쳐 최종 선정된 논문은 총 92편(디자인 분야 49편, 패션 분야 43편)이다. 이 수치는 절대적으로 많지는 않지만, 동기간 국내에서 발표된 관련 논문 전수를 수집·분석한 결과라는 점에서 대표성과 포괄성을 확보한다는 의미가 있다. 따라서 논문 수가 적다는 사실은 표본의 한계라기보다 디자인·패션 분야 창업 연구의 학문적 저변이 협소하다는 것을 보여주는 실증적 결과로 해석할 수 있다.

3.2. 데이터 전처리

텍스트 마이닝의 정확성과 신뢰도를 확보하기 위해, 수집된 비정형 텍스트 데이터를 체계적으로 전처리하는 과정이 선행되었다. 본 연구에서는 논문 초록, 영문 키워드, 영문 제목에서 텍스트를 추출한 후 Orange 3 기반의 분석 툴과 Python을 활용하여 다음과 같은 전처리 과정을 수행하였다.

첫째, 모든 영문 텍스트는 소문자로 변환하여 분석의 일관성을 확보하였다. 둘째, 문장에서 조사, 숫자, 관사, 전치사, 접속사 등 분석에 유의미하지 않은 불용어(stopwords)를 제거하였다. 이를 위해 기본 제공되는 불용어 사전 외에 반복적으로 나타나는 불필요한 단어(예, purpose, method, result)는 수작업으로 사용자 정의 불용어 사전을 만들어 필터링하였다. 셋째, 복수형 단어는 단수형으로 통일하고, 다양한 어형변화(예, designs, designed, designing 등)는 기본 표제어(lemma)로 정규화하였다. 넷째, 의미적으로 유사한 단어들(예, startup과 start-up, digital과 digitalization)은 하나의 대표 단어로 통합하였다. 마지막으로 분석의 깊이를 확보하기 위해 N-gram 범위를 (2, 2)로 설정하여 단어뿐 아니라 연속된 단어쌍도 분석하였다. 모든 전처리 과정은 동일한 규칙과 사전 정의된 불용어 사전을 기반으로 수행되어 분석자의 주관 개입을 최소화하였다.

3.3. 텍스트 마이닝을 활용한 분석 과정

본 연구는 텍스트 마이닝을 활용하여 국내 디자인 및 패션 분야 창업 연구의 동향을 체계적으로 분석하고 이를 통해 향후 연구 방향성과 실천적 함의를 도출하는 것을 목적으로 하였다. 기존 창업 관련 연구들이 주로 사례 분석이나 질적 접근에 의존해 온 한계를 넘어 본 연구는 대규모 학술 텍스트에서 반복적으로 나타나는 핵심 키워드와 주제 구조를 정량적·객관적으로 시각화함으로써 지난 10여 년간(2015~2025년) 연구의 흐름을 총체적으로 조망하고자 하였다. 특히 디자인·패션 창업은 감성적·창의적 개념이 핵심을 이루는 영역으로 이러한 개념들이 학술 텍스트 내에서 어떤 방식으로 재현·구조화되는지를 확인하는 데 텍스트 마이닝이 적합한 방법론이라 판단하였다. 본 연구는 다음과 같은 세 가지 연구문제를 설정하였다. 첫째, 국내 디자인 및 패션 분야 창업 연구에서 지난 10년간 반복적으로 등장한 핵심 주제어와 그 중요도는 무엇인지 확인한다. 둘째, 주요 주제어들은 텍스트 내에서 어떤 결합 관계와 의미 구조를 형성하고 있는지 확인한다. 셋째, 연구 간 주제적 유사성 및 잠재적 군집 구조는 어떻게 나타나는지 확인한다.

가장 먼저 수집된 92편의 논문이 게재된 학술지를 대상으로 학회지 빈도 분석을 수행하였다. 이를 통해 디자인 및 패션 창업 관련 연구가 어느 학술지를 중심으로 발표되고 있는지, 그리고 학술지별 연구 주제의 분포 및 특성을 파악하고자 하였다. 정제된 데이터를 바탕으로 분석은 다층적 절차를 거쳐 수행되었다. 우선 단어 빈도 분석과 TF-IDF 분석(term frequency-inverse document frequency)을 통해 문헌 전반에서 반복적으로 나타나는 핵심 단어와 문헌별 특화 단어를 파악하였다. 다

음 2-gram 분석을 적용하여 단일 키워드가 아닌 연속된 단어 조합(예, fashion startup, design thinking)을 도출함으로써 텍스트 내에서 반복적으로 결합이 되는 개념을 확인하였다. 또한 LDA 기반 토픽 모델링을 통해 연구 전반에 내재된 다섯 개의 잠재 주제를 식별하고 각 토픽을 대표하는 핵심 키워드 집합을 중심으로 해석하였다. 마지막으로 TF-IDF 기반 거리 계산과 계층적 군집 분석(hierarchical clustering with distance map)을 수행하여, 유사한 연구들이 어떻게 집단화되는지 각 군집이 어떠한 주제적 성격을 갖는지를 파악하였다.

한편 분석 과정의 객관성과 해석의 신뢰도를 확보하기 위해, 텍스트 정제 및 분석 결과는 저자가 도출한 뒤 석·박사 학위를 보유한 의류학 연구자 2인과 의류 창업 경험이 있는 실무자 1인이 재검토하였다. 이 과정에서 포함 기준의 적합성과 분석 결과의 타당성을 총 2회에 걸쳐 교차 확인하여 연구자의 주관적 편향 가능성을 최소화하고 분석의 객관성을 확보하였다.

이와 같은 방법론적 절차는 단순히 키워드 출현 빈도를 확인하는 수준을 넘어 디자인·패션 창업 연구가 교육·정책·브랜드 전략·사회적 가치·기술 융합 등 다양한 층위에서 어떻게 논의되고 있는지를 구조적으로 드러내는 데 기여하였다.

4. 연구결과

4.1. 데이터 구성 및 학술지 분포

먼저, 수집된 92편의 논문이 게재된 학술지의 분포를 분석하였다. 분석 결과, 디자인 및 패션 분야 창업 관련 논문은 총 27개의 학술지에 게재되어 있었으며, 일부 학술지를 중심으로 연구가 집중되는 경향을 보였다. 가장 많은 논문이 게재된 학술지는 기초조형학연구(디자인 7편, 패션 2편)였으며, 다음으로 상품문화디자인학연구(디자인 4편, 패션 1편)가 뒤를 이었다.

분야별로 살펴보면, 디자인 분야에서는 기초조형학연구(7편)와 상품문화디자인학연구(4편)가 가장 높은 게재 빈도를 보였으며, 이는 조형 및 시각디자인 중심 학술지를 기반으로 디자인 창업 관련 연구가 활발히 이루어지고 있음을 보여준다.

반면, 패션 분야에서는 한국패션디자인학회지, 한국의류학회지, 한국의상디자인학회지, 한국창업학회지, 한국디자인포럼이 각각 3편씩 게재되어, 연구가 비교적 고르게 분포되어 있었다. 이러한 결과는 패션 분야 창업 연구가 전통적인 의류학 중심 학술지뿐 아니라 창업·경영 융합 학술지를 통해서도 병행되고 있음을 시사한다. 전반적으로 디자인 및 패션 창업 연구는 단일 전공 영역을 넘어 조형예술, 경영, 창업학 등 다양한 학문 분야의 교차적 영역에서 발전하고 있으며, 이는 창의 기반 산업으로서 디자인·패션 창업 연구의 학제적 확장 가능성을 보여준다.

4.2. 단어 출현 빈도 및 TF-IDF 분석

단어 출현 빈도와 TF-IDF 분석을 통해 상위 25개 핵심 단어를 도출하였다(Table 1). 단어 빈도 기준으로는 startup(487회)

Table 1. Keyword frequency and TF-IDF analysis results

Rank	TF		TF-IDF	
	Term	Frequency	Term	Weight
1	Startup	487	Fashion	3.02
2	Design	448	Design	1.84
3	Fashion	334	Education	1.44
4	Business	180	Students	1.24
5	Education	133	Support	1.24
6	Support	129	Startup	1.22
7	Product	107	Entrepreneurship	1.20
8	Company	97	Program	1.17
9	Program	88	Product	1.16
10	Entrepreneurship	87	Business	1.15
11	New	83	Entrepreneurial	1.05
12	Case	79	Service	1.03
13	Process	75	Company	0.95
14	Designer	73	Process	0.94
15	Students	70	Online	0.92
16	Characteristics	69	New	0.82
17	Brand	69	Characteristics	0.82
18	Development	68	Value	0.80
19	Industry	57	Industry	0.78
20	Entrepreneurial	55	Designer	0.78
21	Strategy	54	Social	0.77
22	Factor	53	Experience	0.76
23	Value	53	Development	0.76
24	Service	52	Factor	0.75
25	Focus	51	Creative	0.74

이 가장 높은 빈도를 기록했으며 design(448회), fashion(334회)이 뒤를 이었다. 이어 business, education, support, product 등이 100회 이상 등장하였다. 이러한 결과는 분석 대상 논문들이 디자인 및 패션 산업 기반 창업을 주제로 하고 있음을 보여주며 창업 일반 논의와 더불어 산업 특화 연구가 병행되고 있음을 시사한다. education, support, program, students, entrepreneurship 등은 창업 교육과 제도적 지원과 직접적으로 연결되는 개념으로 디자인 및 패션 전공자의 창업교육 관심이 창업의지에 미치는 영향, 디자인 창업을 위한 대학과 정부 융합 교육 등의 연구 주제에서 주요하게 다루어졌다(Jeong, 2018; Kang & Han, 2016). 이는 디자인·패션 전공자를 위한 창업 역량 강화, 교육 프로그램, 정책적 지원에 대한 학문적 관심이 높음을 의미한다. 한편 product, company, development, designer, brand는 실행 단계와 밀접히 관련된 용어로 창업 연구가 단순한 아이디어 구상이나 창업 의도 분석에 머물지 않고 디자이너 메이커 제품으로의 창업활용 방향성 연구 등에서 제품 개발·조직화·브랜드 전략 등 실질적 실행 과정까지 포괄함을 보여준다(Min & Nah, 2024). 특히 designer와 brand의 반복적 출현은 디자인이나 패

션의 경우 자신이 상품을 디자인하고 이를 브랜드하는 것이 패션 스타트업 브랜드의 핵심가치 관련 연구 등에서 주요하게 다루어진다는 것을 확인하는 것이다. 이는 기술·경영 중심 창업 연구에서 상대적으로 덜 강조되는 영역으로 디자인·패션 창업이 창작자의 미적 감수성과 브랜드 아이덴티티를 경쟁력으로 삼는 창의 기반 산업임을 잘 보여준다.

TF-IDF 분석에서는 fashion, education, students, support가 상위를 차지하였다. 이는 이 단어들이 모든 문헌에서 공통적으로 등장한 것은 아니지만 특정 논문에서 중심 개념으로 부각되었음을 의미한다. 또한 entrepreneurial, creative, social, value, experience, strategy 등은 등장 빈도는 낮지만, 디자인 및 패션 창업 성공 요인 연구에서 핵심적으로 제시된 개념으로 디자인·패션 창업이 감성적 가치, 사회적 영향, 전략적 접근을 통해 차별화되고 있음을 보여준다(Moon, 2023). 예컨대 startup은 빈도 분석에서는 1위를 차지했지만 TF-IDF 분석에서는 6위에 머물렀다. 반대로 education과 students는 빈도상 비중은 낮았으나 TF-IDF에서 높은 순위를 나타냈다. 이는 보편적 개념보다 특정 맥락에 특화된 단어들이 문헌 간 차이를 설명하는 데 더 효과

적임을 보여준다. 이는 디자인·패션 창업 연구가 단순한 개념적 논의를 넘어 교육·정책·실행 단계를 아우르며 창의 기반 산업 특유의 다층적 구조를 형성하고 있음을 확인시켜준다.

4.3. N-gram(2, 2) 분석

단어 간 연관성과 문맥상의 의미를 보다 심층적으로 파악하기 위해 2-gram 분석을 수행하였다. 이를 통해 단순 키워드 빈도 분석에서 드러나지 않는 복합 개념이나 주제 조합을 도출하였다.

Table 2는 수집된 텍스트 데이터를 대상으로 한 2-gram 분석 결과로, 문서 내에서 연속적으로 등장한 상위 21개 단어쌍을 제시한다. 가장 높은 빈도를 기록한 조합은 fashion startup(56회), design startup(49회), fashion shopping(48회)으로 디자인·패션 기반 창업이 연구 주제의 핵심적 위치를 차지하고 있음을 보여준다. 또한 startup education(38회), startup support(26회), entrepreneurship education(17회), entrepreneurial intention(15회)은 창업 교육과 제도적 지원이 논문 전반에서 중요한 논의 축을 이루고 있음을 시사한다. design thinking(38회), service design(17회), product development(14회) 등은 창업 아이디어 구체화, 사용자 중심 서비스 기획, 디자인적 사고의 적용이 활발히 이루어지고 있음을 보여준다. 패션 산업의 맥락에서는 fashion industry(21회), online fashion(20회), internet

fashion(18회), fashion tech(15회) 등이 등장하여, 온라인 전환과 디지털 플랫폼 및 테크놀로지 기반 창업에 대한 관심이 두드러짐을 알 수 있다(Jo & Lee, 2021; Lim & Chon, 2025). 더불어 urban design(23회), urban regeneration(15회)은 도시재생과 공간 기반 창업 연구 흐름을 반영하며, crowd funding(14회)과 business model(14회)은 자금 조달 방식과 전략적 모델링에 대한 학문적 주목을 보여준다(Lee et al., 2020).

요약하면, 2-gram 분석은 단일 키워드 분석보다 구체적인 연구 주제의 조합을 드러내며 디자인·패션 기반 창업이 교육·지원·디자인 사고, 산업 환경 변화(온라인·기술 융합), 창업자 역량(아이디어 구체화, 모델 설계)과 같은 다양한 축을 중심으로 논의되고 있음을 확인시켜준다. 특히 fashion startup과 design thinking은 패션 창업이 단순한 제품 생산을 넘어 브랜드 철학, 사용자 경험, 문화적 감수성과 같은 창의 산업적 특수성과 긴밀히 연결되어 있음을 잘 보여준다.

4.4. LDA 기반 토픽 모델링 분석

본 연구는 수집된 92편의 논문 초록과 키워드 데이터를 바탕으로 LDA 기법을 적용하여 논문에 내재된 숨겨진 주제를 추출하였다. 토픽 수는 사전 검토와 log-perplexity 값을 고려하여 5개로 설정하였으며, 각 토픽은 도출된 핵심 키워드를 중심으로 해석하였다(Table 3).

Topic 1은 패션 기반 신제품 및 창업 지원으로 명명하였다. 이는 패션 산업 내 초기 창업 단계에서 제품 개발, 디자인 프로세스, 창업 지원 프로그램 등을 다루며, 신생 브랜드 창업의 실천적 측면에 초점을 둔 흐름을 보여준다. Topic 2는 디자인 중심 창업 전략 및 모델링으로 명명하였으며 디자인 사고와 서비스 디자인을 활용하여 창업 모델을 설계하고 비즈니스 전략을 구체화하는 연구(Choi & Nah, 2015) 등과 일맥상통한다. 이는 창업 과정에서 디자인적 사고와 기업가정신 교육이 결합된 학문적 접근을 반영한다. Topic 3은 창업 교육 및 학생 중심 활동으로 대학 및 청년층을 대상으로 한 창업 교육 프로그램, 실습 활동, 캡스톤 디자인 등이 주요 논의 대상이었다. 이는 패션온라인창업 교육을 위한 콘텐츠 개발을 다룬 연구(Jeong & Hong, 2024)와 같이 교육적 실천과 정책적 연계성이 강조된 특징이 있다. Topic 4는 브랜드 전략과 시장 경쟁 요소로 명명하였다. 브랜드 핵심역량 구축, 차별화된 가치 창출, 시장 내 경쟁력 확보가 주요 키워드로 나타났으며 이는 디자인·패션 창업에서 브랜드 포지셔닝과 다양한 핵심역량이 핵심 경쟁력으로 작용함을 보여준다(Choi & Hwang, 2018; Moon, 2023). Topic 5는 감성 경험 중심의 사회적 가치 창업으로, 사회적 기업, 지속가능성, 윤리적 패션, 사용자 경험 기반 가치 창출 등을 중심으로 한 연구들이 포함되었다. 이는 창업을 단순한 경제 활동이 아닌 사회적 책임과 감성적 연결성을 포함한 과정으로 확장하는 시도를 반영한다(Hur & Lim, 2020; Kim & Kwon, 2020).

종합하면, 다섯 개 토픽은 디자인 및 패션 창업 연구가 제품

Table 2. Results of N-gram (2, 2) analysis

Rank	2-gram analysis	
	Term	Frequency
1	Fashion startup	56
2	Design startup	49
3	Fashion shopping	48
4	Startup education	38
5	Design thinking	38
6	Shopping mall	38
7	Startup support	26
8	Urban design	23
9	Fashion industry	21
10	Design entrepreneurship	20
11	Online fashion	20
12	Startup companies	18
13	Internet fashion	18
14	Entrepreneurship education	17
15	Service design	17
16	Entrepreneurial intention	15
17	Urban regeneration	15
18	Fashion tech	15
19	Business model	14
20	Product development	14
21	Crowd funding	14

Table 3. Results of topic analysis

Topic	Topic analysis	
	Key terms	Topic label
1	Fashion, new, support, design, product, characteristic, development, process, startup, education	Fashion-based new product development and startup support
2	Design, startup, education, service, entrepreneurial, business, support, development, model, company	Design-centered startup strategies and modeling
3	Startup, student, education, program, design, entrepreneurial, support, activity, business, data	Entrepreneurship education and student-centered activities
4	Startup, design, business, fashion, company, product, brand, strategy, factor, value	Brand strategies and market competition factors
5	Fashion, social, significant, data, entrepreneurship, use, experience, characteristic, student, value	Social value entrepreneurship based on emotional experiences

개발, 교육, 전략 수립, 브랜드 경쟁, 사회적 가치라는 다층적 관심사를 포괄하고 있음을 보여준다. 특히 Topic 4와 Topic 5는 디자인·패션 창업이 기술 중심 산업과 달리 브랜드 정체성, 감성 경험, 사회적 가치 창출을 본질적 경쟁 요소로 삼는 창의 기반 산업임을 잘 드러낸다. 이는 창업을 단순히 기술·자본의 문제로 보는 전통적 접근과 구별되며, 디자인·패션 창업만의 고유한 연구 지형을 보여주는 결과라 할 수 있다.

4.5. 논문 간 유사도 기반 군집 분석

본 연구는 TF-IDF 기반 거리 계산과 계층적 군집화를 통해, 2015년부터 2025년까지 발표된 디자인 및 패션 분야 창업 관련 논문 92편의 주제적 유사성에 따른 군집 구조를 분석하였다. Orange 3의 distance map을 활용한 결과, 총 6개의 주요 군집이 도출되었으며 각 군집은 유사한 토픽 키워드 및 분야별 논문 구성을 중심으로 특정 주제적 경향을 보였다(Table 4).

Cluster 1(사회적 가치 중심 창업 탐색)은 패션 분야 논문 2편으로 구성되었으며 사회적 창업의 의의, 성공 요인, 패션 산업의 가치 창출을 논의하였다. 규모는 작지만, 패션 창업의 질적 성과 분석이라는 차별적 흐름을 보여준다. 대표적인 연구로는 온라인 패션 쇼핑물 창업의 실패 경험 사례를 통해 성공적

인 창업을 위한 요인을 탐색한 연구가 있다(Seo, 2023). Cluster 2(패션 산업 실무 기반 창업)는 20편의 패션 분야 논문으로 이루어져 디자이너 기반 브랜드, 온라인 마케팅, 산업적 확장 전략 등 실무 중심 주제를 다루었다. 해당 군집의 연구 중 하나는 스타트업 브랜드가 어떤 유통 채널을 활용하고 있으며, 효과적으로 활용이 가능한 창업 전략 및 홍보 전략이 무엇인지 확인하였다(Chang & Lee, 2021). 이러한 연구 경향은 LDA 토픽 분석에서 도출된 Topic 1(패션 기반 신제품 및 창업 지원)과 Topic 4(브랜드 전략과 시장 경쟁 요소)가 패션 산업 맥락에서 실무적으로 결합된 결과로 해석할 수 있다. Cluster 3(창업 교육 및 환경 요인 탐색)은 디자인 3편, 패션 2편으로 구성되었다. 이들은 개인의 창업 성향, 환경적 특성, 인식 및 행동 요인 등을 바탕으로한 창업 교육 측면을 강조하였다. 대표적인 연구로는 디자인 및 아트 분야 여성 창업자들을 위한 창업 지원에 대한 연구가 있다(Jang, 2021). Cluster 4(지역 기반 창업 및 창의 서비스 전략)은 디자인 3편, 패션 1편이 포함되었으며 지역사회와 연계된 창업, 창의적 서비스 기획, 공공 디자인 기반 전략 등 사회문화적 맥락을 반영하였다. 이는 창업을 단순 경제 활동이 아니라 지역성·공공성과 연결된 활동으로 접근하는 시도를 보여준다(Lee et al., 2020). Cluster 5

Table 4. Results of cluster analysis based on document similarity

Cluster	Cluster label	Representative keywords	No. of papers	
			Design	Fashion
1	Exploration of social value-oriented entrepreneurship	Social, fashion, value, success, significant, factor, product, method, field	0	2
2	Practice-based entrepreneurship in the fashion industry	Fashion, production, industry, company, support, designer, new, significant, online, marketing	0	20
3	Exploration of entrepreneurship education and environmental factors	Entrepreneurial, student, education, characteristic, entrepreneurship, design, fashion, significant, environment, data	3	2
4	Regional-based entrepreneurship and creative service strategies	Service, value, creative, industry, local, company, support, design, field, direction	3	1
5	Large cluster on core entrepreneurship execution strategies	Design, business, startup, entrepreneur, fashion, support, online, experience, factor, product	30	16
6	Proposals for entrepreneurship education programs and models	Program, education, student, design, entrepreneurship, local, product, startup, model, business	13	2

(핵심 창업 실행 전략 중심 대군집)은 디자인 30편, 패션 16편으로 가장 큰 규모를 차지하였다. 비즈니스 모델, 온라인 진출, 실행 프로세스 등 실질적 전략을 다루며, 이론과 실무에 동시에 포괄하는 연구가 집중되어 있었다. 대표적인 연구로는 크라우드펀딩이나 인터넷 쇼핑몰과 같은 비즈니스 모델에 대한 성공요인을 탐색한 연구가 있다(Lee & Lee, 2020). Cluster 2는 패션 산업이라는 특정 산업 맥락을 중심으로 디자이너 브랜드, 유통 구조, 온라인 마케팅 등 실무적 이슈를 분석한 창업 연구들이 집적된 군집인 반면, Cluster 5는 패션과 디자인을 포괄하면서 비즈니스 모델, 시장 진입, 실행 프로세스 등 범용적인 창업 실행 전략을 중심으로 한 연구들이 대규모로 집적된 군집이다. 즉, 두 군집은 모두 패션 분야 논문을 포함하고 있으나, 산업 특수성을 분석의 중심에 두는 정도에서 뚜렷한 차이를 보인다. Cluster 6(창업 교육 프로그램 및 모델 제안)은 디자인 13편, 패션 2편으로 구성되었으며 교육 과정 설계, 모델링, 시뮬레이션 기반 창업 역량 강화 연구에 초점을 두었다(Suh, 2020). 이는 정책적·교육적 실천 방안을 모색하는 흐름이라 할 수 있다.

군집 분석 결과에서 무엇보다 주목할 점은 디자인·패션이 창의 기반 산업임에도 불구하고 군집 구조가 그 산업적 특수성을 자율적으로 형성하지 못했다는 사실이다. 감정 경험, 브랜드 정체성, 미학적 가치, 사회·문화적 맥락 등 창의 산업의 핵심 차별 요인을 전면에 둔 대규모 군집은 확인되지 않았다. 관련 주제는 소수 규모의 Cluster 1(사회적 가치), Cluster 4(지역·공공성)에서 제한적으로 나타나거나, LDA 토픽에서 브랜드/경험이 일부 도출되는 수준에 머물렀다. 반면 가장 큰 Cluster 5는 비즈니스 모델·시장 진입·실행 프로세스에 집중되어 디자인 및 패션 산업의 특수성이 일부 반영되기는 하나, 산업 맥락보다는 비즈니스 모델, 시장 진입, 실행 프로세스 등 분야 전반에 공통적으로 적용 가능한 창업 실행 논의가 상대적으로 강하게 나타났다. 이는 해당 분야 연구에서 창의 산업 관점이 연구 설계와 데이터 구성에서 메타텍스트 수준에서는 상대적으로 약하게 드러났음을 시사하며 결과적으로 교육·정책·실행 전략 중심의 편중을 강화하는 메커니즘으로 작동했을 가능성이 있다.

4.6. 종합적 논의

본 연구의 분석 결과는 국내 디자인·패션 창업 연구의 주요 논의의 경향과 함께, 상대적으로 덜 다루어진 연구 주제의 분포를 시사한다.

첫째, 분석 결과에서 반복적으로 나타난 education, students, support, program 등의 키워드는 해당 분야 창업 연구가 교육과 제도적 지원 중심으로 논의되고 있음을 보여준다. 이는 디자인·패션 전공자의 창업 역량 강화와 정책적 지원 확대라는 측면에서 중요한 의의를 가지지만 연구 주제가 교육 및 제도적 지원 관련 영역에 상대적으로 높은 비중으로 분포되어 있음을 보여준다. 즉, 정책적 시사점은 크지만 실제 창업자가 직면하는 시장 경쟁, 소비자 감정 관리, 브랜드 차별화와 같은 요소는 메

타텍스트 수준의 분석에서는 상대적으로 제한적으로 드러났다. 둘째, designer, brand, creative, experience라는 키워드는 디자인·패션 창업이 단순한 경제 활동을 넘어 창작자의 정체성과 감성적 스토리텔링, 브랜드 아이덴티티를 중시하는 창의 기반 산업의 특수성을 보여준다. 그러나 이러한 특수성은 개별 논문 수준에서 단편적으로 논의될 뿐, 해당 키워드들은 일부 연구에서 개별적으로 등장하였으나, 토픽 모델링 결과에서는 독립적인 핵심 주제로 구조화되지는 않았다. 셋째, 산업 현장의 변화와 학술연구 사이의 괴리도 뚜렷하게 나타났다. 패션 산업에서는 소셜미디어 기반 개인 브랜드, DTC(direct-to-consumer) 모델 등 다양한 형태의 창업이 빠르게 확산되고 있지만 이를 학술적으로 체계화한 연구는 제한적이었다. 본 연구에서 최종 수집된 패션 분야 논문은 43편, 디자인 분야 논문은 49편에 불과해, 분석 대상 논문 수와 메타텍스트 분포를 기준으로 볼 때 관련 연구 축적은 아직 제한적인 수준에 머물러 있는 것으로 나타났다. 넷째, 최근 산업 현장에서 빠르게 확산되고 있는 디자인 및 패션 분야의 뉴 테크놀로지 기반 창업에 대한 학술적 연구가 제한적으로 나타났다(Lim & Chon, 2025). digital, AI, smart, wearable 등의 기술 관련 용어는 2018년을 기점으로 처음 등장하였으며, 2020년 이후부터는 이러한 주제가 점차 증가하는 추세를 보였다(Choi & Hwang, 2018; Jo & Lee, 2021). 일부 연구에서 인공지능이나 패션 테크를 다루기는 하였으나, 대부분 기술의 도구적 활용에 머물러 있거나 단편적으로 언급되는 수준이었다(Lim & Chon, 2025). 이는 디자인·패션 창업 연구가 여전히 브랜드 구축, 교육, 정책 중심 프레임에 머물러 있으며, 산업 전환의 최전선에서 이루어지는 기술적 변화가 아직 중심적인 연구 흐름으로 부각되지 않았음을 시사한다.

종합하면, 국내 디자인·패션 창업 연구는 교육·정책 중심의 논의에 치우쳐 있으며(Jeong, 2018; Kim, 2022), 일부에서 브랜드 전략과 감성적 가치 창출의 중요성이 강조되고 있음에도 불구하고, 뉴 테크놀로지 기반 창업이나 창의 산업 특수성에 대한 체계적 논의는 아직 제한적이다(Son, 2022). 이는 군집 분석 결과에서도 확인되듯, 산업적 실행 전략과 정책 중심 프레임이 대규모 연구 흐름을 형성한 반면, 창의 산업의 고유한 특성은 소규모 연구에만 국한되어 학문적 편중을 심화시켰다. 따라서 향후 연구는 디지털 전환, AI·빅데이터·가상현실 등 첨단 기술을 활용한 창업 전략과, 창의 기반 산업으로서의 디자인·패션 창업의 고유한 특수성을 이론적·실증적으로 규명하는 방향으로 나아가야 한다. 이러한 확장은 단순히 연구의 외연을 넓히는 데 그치지 않고, 학문이 산업 현장의 변화와 보조를 맞추며 창의 산업의 특성을 반영한 창업 연구의 정체성을 확립하고, 학문과 산업 간 간극을 실질적으로 좁히는 데 기여할 수 있을 것이다.

5. 결론

본 연구는 지난 10여 년간(2015~2025년) 국내 디자인 및

패션 분야에서 수행된 창업 관련 학술논문 92편을 대상으로 텍스트 마이닝 기반의 정량적 분석을 수행하였다. 분석 데이터는 영문으로 작성된 논문 제목, 초록, 키워드로 구성된 메타텍스트이며, 개별 논문의 본문은 분석 대상에 포함하지 않았다. 단어 빈도, TF-IDF, N-gram, LDA 기반 토픽 모델링, 군집 분석 등 다층적 기법을 적용하여 메타텍스트 수준에서 연구 전반의 흐름을 구조적으로 조망하고 디자인·패션 창업 연구의 특성과 한계를 다각도로 규명하고자 하였다.

분석 결과, 디자인 및 패션 창업 연구는 *startup*, *design*, *fashion*과 같은 핵심 키워드를 중심으로 전개되었으며 창업 교육, 정책적 지원, 제품 개발, 브랜드 전략, 사회적 가치 창출 등 다양한 하위 주제를 포함하고 있었다. TF-IDF 분석에서는 *education*, *students*, *entrepreneurial*, *creative* 등이, N-gram 분석에서는 *fashion startup*, *design thinking*, *startup education*, *product development* 등이 두드러지게 나타나 창업 연구가 교육적 실천과 창의적 역량 강화에 초점이 맞춰져 있음을 보여주었다. LDA 기반 토픽 모델링 결과 다섯 개의 잠재 주제가 도출되었으며, ‘창업 교육 및 지원’, ‘디자인 기반 전략’, ‘브랜드 가치 창출’, ‘감성적 경험’ 등 다층적인 논의가 확인되었다. 군집 분석에서는 실무 중심의 창업 실행 전략이 가장 큰 비중을 차지하였는데, 이는 디자인·패션 창업 연구가 여전히 실행 중심의 실천적 담론에 무게를 두고 있음을 시사한다.

그러나 이러한 결과는 메타텍스트 수준의 분석 범위 내에서 국내 디자인·패션 창업 연구의 특정 경향과 함께 상대적으로 덜 조명된 주제 영역을 시사하였다. 첫째, 연구의 다수가 창업 경험이나 교육 및 제도적 지원에 집중되어 있어 브랜드 경쟁력, 소비자 감성 관리, 사용자 경험 설계 등 시장 중심 요소는 분석 결과에서 상대적으로 제한적으로 나타났다. 특히 디자인·패션 창업은 제품의 기능적 완성도뿐 아니라 심미성, 감성적 경험, 사용자 경험이 브랜드 선택과 시장 생존에 직접적으로 연결되는 산업 특성을 지닌다. 따라서 이러한 요소를 이론적으로 구조화하거나 전략 수준으로 확장한 연구가 두드러지게 나타나지 않았다는 점은 향후 창업 연구 및 교육·정책 논의에서 보완적으로 검토될 필요가 있음을 시사한다. 둘째, *designer*, *brand*, *creative*, *experience* 등의 키워드가 드러내듯, 디자인·패션 창업은 창의 기반 산업의 특수성을 지니지만, 이를 이론적 모델이나 구체적 창업 전략으로 심화한 연구는 다른 창업 분야에 비해 상대적으로 제한적이었다. 셋째, 산업 현장에서 이미 활발한 소셜미디어 기반 브랜드, DTC 모델 등이 학술적으로 체계적으로 다루어지지 않았으며, 넷째, *fashion tech*, *AI-based design*, *smart wearable* 등의 신흥 주제가 메타텍스트에서 단편적으로만 등장하여 패션테크(*fashion-tech*) 및 디자인테크(*design-tech*) 영역이 더 심화적으로 연구되어야 할 주제로 남아 있었다. 이상의 결과를 종합하면, 디자인·패션 창업 연구는 첫째, 교육·정책 중심의 편중 둘째, 창의 산업 특수성의 불충분한 이론화 셋째, 신흥 영역(패션테크·디자인테크)의 공백이라는 세 가지 축이 관찰되었다. 따라서 향후 연구는 디지털 전환과 기술 융합

환경을 반영한 새로운 창업 연구 의제를 적극적으로 설정해야 할 것이다. 예를 들어, 디자인 분야에서는 서비스 디자인 기반 창업 모델, 지역·공공 맥락을 활용한 창의적 창업 전략, 지속가능 디자인을 접목한 소셜벤처 모델 등이 심화되어야 하며, 패션 분야에서는 AI·빅데이터·가상현실을 활용한 창업 전략, 디지털 패션 브랜드 성장, 스마트 웨어러블 기반 스타트업, 지속가능 패션테크 기업의 가치 창출 등이 주요 과제로 제시된다. 또한 단일 키워드 분석을 넘어 다차원 데이터 융합과 심층 사례분석을 결합하는 방법론적 확장이 요구된다.

본 연구의 학술적 의의는 첫째, 기존의 질적 사례 중심 접근에서 벗어나 텍스트 마이닝을 도입함으로써 디자인·패션 창업 연구의 주제 구조를 체계적으로 제시했다는 점이다. 둘째, 창의 기반 산업의 특수성을 반영하여 교육·브랜드·테크놀로지의 세 가지 층위에서 연구의 공백을 실증적으로 규명하였다는 점, 셋째, 이를 통해 디자인·패션 창업 연구를 경영학·경제학 중심의 일반 창업 연구와 구분짓고 문화·창의 산업 분야의 독자적 담론을 확장하였다는 점이다. 실무적 의의로는, 본 연구가 국내 디자인·패션 창업 연구가 교육·정책 논의에 편중되어 있음을 보여줌으로써 창의 기반 산업의 특수성을 반영한 전용 창업 교육 및 지원 체계가 필요함을 시사했다는 점이다. 또한 AI 등 신기술 관련 주제가 제한적으로만 등장한 결과는 산업 현장의 변화에 비해 학술·교육적 대응이 뒤처져 있음을 보여주며, 생성형 AI·가상환경·스마트 웨어러블 등 신기술을 활용한 창업 역량을 교육·지원에 적극 포함해야 할 필요성을 제기한다. 아울러 디자인 결과물과 브랜드 콘텐츠처럼 무형 창작물이 사업의 핵심 자산이 되는 산업 특성상, 저작권·디자인권·상표권 등 지식재산(IP) 보호와 활용 전략을 포함한 창업 리터러시 강화가 실무적으로 중요하다는 점도 함께 환기한다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다. 첫째, 텍스트 마이닝의 특성상 분석 데이터가 논문 제목·초록·키워드로 구성된 메타텍스트에 한정되어 있어, 각 논문 본문에서 전개된 이론적 맥락이나 방법론적 세부 논의를 충분히 반영하지 못하였다. 따라서 본 연구의 결과는 개별 연구의 심층적 내용 분석이라기보다, 문헌 전반에 반복적으로 나타난 주제 구조와 경향을 탐색적으로 도출한 것으로 해석될 필요가 있다. 둘째, 디자인과 패션 분야를 통합적으로 다루어 창의 기반 산업 창업 연구의 거시적 흐름을 파악하는 데는 유효했으나, 두 산업이 지닌 고유한 시장 구조와 창업 과정의 차이를 세부적으로 비교·설명하는 데에는 제한이 있었다. 향후 후속 연구에서는 분야별 데이터를 구분한 비교 분석을 통해 이러한 산업별 특수성을 보다 정밀하게 규명할 필요가 있다.

향후 후속 연구에서는 본 연구의 한계를 보완하기 위해 다음과 같은 확장 분석을 수행하고자 한다. 먼저 2015년부터 2025년까지의 연구 기간을 연도별·세부 시기별로 구분하여 주요 창업 연구 주제의 변동 추이와 전환점을 시계열적으로 분석할 예정이다. 특히 디지털 전환을 기점으로 확산된 AI 기반 디자인, 스마트 웨어러블, 메타버스/디지털 패션 플랫폼 등 패션

산업 내 뉴 테크놀로지 기반 창업 연구에 초점을 맞추어, 시기별 주제 비중 변화와 기술 키워드의 확산 양상을 보다 정밀하게 규명할 계획이다. 더 나아가 국내 연구에서 도출된 주제 구조를 기준선으로 삼아, 해외 디자인·패션 창업 연구를 별도로 수집·분석한 뒤 국가/권역 간 공통점과 차이를 비교하는 확장 연구도 단계적으로 진행하고자 한다. 이를 통해 국내 창의 기반 산업 창업 연구의 시기적 변화와 산업 내 기술 확산 흐름을 실증적으로 심화·확장함과 동시에, 국제적 연구 지형 속에서 국내 연구의 위치와 특수성을 보다 명확히 밝히고자 한다.

감사의 글

이 논문은 2025년 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(RS-2025-00515729).

References

- Allahyari, M., Pouriyeh, S., Assefi, M., Safaei, S., Trippe, E. D., Gutierrez, J. B., & Kochut, K. (2017). A brief survey of text mining: Classification, clustering and extraction techniques. *ArXiv Preprint ArXiv, 1707*, 02919. doi:10.48550/arXiv.1707.02919
- An, H. J., & Lee, S. H. (2024). Effect of direct and indirect startup experience of college students in culture and arts on startup perception and entrepreneurial intention. *Journal of Venturing and Entrepreneurship Review, 19*(3), 397-431. doi:10.24878/tkes.2024.19.3.397
- Chang, J. Y., & Lee, J. H. (2021). The current situation and development strategies of fashion start-up companies: Focused on rising fashion designers in Busan. *Journal of the Korea Convergence Society, 12*(2), 163-171. doi:10.15207/JKCS.2021.12.2.163
- Choi, D. (2025). A qualitative study on the failure factors of design entrepreneurship: Focused on Giorgi research method. *Journal of Korea Design Forum, 87*, 259-274. doi:10.21326/ksdt.2025.30.2.023
- Choi, D., & Hwang, S. J. (2018). A qualitative study of core competency development for design entrepreneurship. *Journal of Basic Design & Art, 19*(4), 445-462. doi:10.47294/KSBDA.19.4.33
- Choi, W. S. & Nah, K. (2015). The startup education development for designers combining design thinking with lean startup: "Global startup support of excellent designers' idea" by Korea institute of design promotion case. *Journal of Industrial Design Studies, 9*(2), 11-20.
- Choi, Y. H., & Lee, K. H. (2020). Ethical fashion research trend using text mining: Network analysis of the published literature 2009-2019. *Fashion & Textile Research Journal, 22*(2), 181-191. doi:10.5805/sfti.2020.22.2.181
- Chun, S. C., Kim, H. J., & Yoon, J. Y. (2019). An analysis of domestic and foreign fashion platform business success cases and growth factors. *Journal of Basic Design & Art, 20*(4), 455-474. doi:10.47294/KSBDA.20.4.33
- Desmet, P., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International Journal of Design, 1*(1), 57-66.
- Entwistle, J. (2002). The aesthetic economy: The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of Consumer Culture, 2*(3), 317-339. doi:10.1177/146954050200200302
- Hur, S., & Lim, H. (2020). Analysis of the career development process as the entrepreneur of career interrupt women. *The Journal of Vocational Education Research, 39*(1), 103-124. doi:10.37210/JVER.2020.39.1.103
- Jang, S. H. (2021). A preliminary study for supporting entrepreneurship in the art and design field: Focused interviews with women founders. *Journal of Basic Design & Art, 22*(5), 401-416. doi:10.47294/KSBDA.22.5.30
- Jelodar, H., Wang, Y., Yuan, C., Feng, X., Jiang, X., Li, Y., & Zhao, L. (2019). Latent dirichlet allocation (LDA) and topic modeling: Models, applications, a survey. *Multimedia Tools and Applications, 78*(11), 15169-15211. doi:10.1007/s11042-018-6894-4
- Jeong, H. Y. (2018). Basic research for designing start up business education in fashion design related departments. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 20*(2), 89-100. doi:10.30751/kfcd.2018.20.2.89
- Jeong, H. Y., & Hong, E. H. (2024). A study on the development of E-book contents for fashion online entrepreneurship education. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 26*(4), 33-44. doi:10.30751/kfcd.2024.26.1.33
- Jeong, J. (2025, July 29). Musinsa boosts growth of 10,000 fashion brands through co-growth strategy. *Chosun Biz*. Retrieved October 29, 2025, from <https://biz.chosun.com/en/en-retail/2025/07/28/ADX4T7KDSREF3CLEK36BOCE2KQ/>
- Jo, S. J., & Lee, S. L. (2021). Fashion tech startups from the perspective of the growth engine of the contemporary fashion industry. *Journal of Fashion Design, 21*(4), 37-56. doi:10.18652/2021.21.4.3
- Kang, H. J., & Han, H. S. (2016). The course of study required in curriculums for design based start-up. *Design Convergence Study, 15*(3), 203-218.
- Kang, Y. H. (2025a). A comparative analysis of self- and external descriptions of fashion tech companies: Evidence from CES 2025 awardees. *Journal of Fashion Business, 29*(4), 102-115. doi:10.12940/jfb.2025.29.4.102
- Kang, Y. H. (2025b). Global fashion startups through brand language: A text mining-based comparative analysis of strategic keywords. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 27*(3), 57-69. doi:10.30751/kfcd.2025.27.3.57
- Kim, H., & Jeong, H. (2025). Research on the impact of the appeal characteristics of kidult culture and the consumer culture characteristics of fashion collaborations on sustainable consumption behavior. *The Korean Society of Community Living Science, 36*(1), 5-26. doi:10.7856/kjcls.2025.36.1.5
- Kim, J. H., & Kwon, C. G. (2020). A study on consumer hierarchical value map for art-based startups: Based on the cases from Sungshin women's university, campus town team. *Journal of Basic Design & Art, 21*(3), 93-106. doi:10.47294/KSBDA.21.3.8
- Kim, J. O. (2022). An analysis of the trend of startup education for university students through social big data analysis. *Korean Journal of Local Government & Administration Studies, 36*(3), 133-156. doi:10.18398/kjlgas.2022.36.3.133
- Kim, J. Y., & Lee, S. Y. (2023). Analysis of meta fashion meaning structure using big data: Focusing on the keywords 'Metaverse' + 'Fashion design'. *Fashion & Textile Research Journal, 25*(5), 549-

559. doi:10.5805/sfi.2023.25.5.549
- Kim, J. Y., & Sung, C. S. (2024). Developed a technology startup education platform model using metaverse and artificial intelligence. *Journal of Cultural Industry Studies*, 24(3), 79-90. doi:10.35174/JKCI.2024.09.24.3.79
- Kim, K. T. (2019). Domestic research trend of college students' startup and entrepreneurship. *Journal of the Korea Convergence Society*, 10(7), 199-211. doi:10.15207/JKCS.2019.10.7.199
- Leadbeater, C., & Oakley, K. (1999). *The independents: Britain's new cultural entrepreneurs*. London: Demos.
- Lee, J. H., & Lee, J. M. (2020). Success factors of fashion merchandise in the reward-based crowdfunding. *Journal of Fashion Design*, 20(1), 141-160. doi:10.18652/2020.20.1.9
- Lee, M. H., Ahn, H. S., & Koo, Y. R. (2020). Development of local governments-universities-enterprises linked fashion start up system for creating regional-based co-prosperity value: Using co-creation based service design methodology. *Journal of Basic Design & Art*, 21(4), 309-334. doi:10.47294/KSBDA.21.4.23
- Lee, M. N. (2025). Youth entrepreneurship policies for expanding living populations in regional communities: Exploring the potential of business model pivoting. *The Journal of Humanities and Social Sciences*, 33(1), 425-448. doi:10.22924/jhss.33.1.202502.018
- Lee, W. B., Kim, K. H., Lee, D. H., Kang, J. H., & Mo, J. L. (2019). *A study on the regional ecosystem for developing a creative talent-based industry*. Sejong: Korea Institute for Industrial Economics & Trade.
- Lee, W. J., & Oh, H. (2019). A study on the characteristics of Korean venture start-up policies in 2013~2016. *Journal of Venturing and Entrepreneurship Review*, 14(1), 129-159. doi:10.24878/tkes.2019.14.1.129
- Lim, J. M., & Chon, W. J. (2025). A study on user experience analysis in the process of building indie brands using generative AI. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 23(2), 351-366. doi:10.18852/bdak.2025.23.2.351
- Lim, S., & Hwang, S. J. (2023). A study on fashion startup ecosystem trends in Korea using big data analysis: Focusing on newspaper articles in 2012-2022. *Journal of Fashion Business*, 27(1), 1-15. doi:10.12940/jfb.2023.27.1.1
- Min, K. S., & Nah, K. (2024). A study on the directional approach for entrepreneurship utilizing designer-maker products strategies for creative value creation beyond service design. *Korea Institute of Design Research Society*, 9(3), 215-224. doi:10.46248/kids.2024.3.215
- Moon, E. (2023). A study on the strategic direction of domestic fashion startup brands by core value types. *Design Convergence Study*, 22(4), 91-106. doi: 10.31678/SDC101.6
- Moon, E. (2024). A study on legal, institutional, and industrial improvement measures to revitalize design startups: Focusing on freelance designers. *Design Convergence Study*, 23(2), 1-16. doi:10.31678/SDC105.1
- Nam, J. M., Lee, S. H., Lee, S. J., & Yoo, H. K. (2021). A study on the changes in the domestic start-up environment and start-up perception: Focusing on the changes in 2016 and 2021. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 16(6), 145-155. doi:10.16972/apjbve.16.6.202112.145
- Park, J. H. (2025, September 5). “알고 보니 크라우드펀딩 출신”와 디즈, 브랜드 인큐베이터로 전방위 활약 [Wadiz, a crowdfunding startup, is actively working as a brand incubator]. *Fashion Biz*. Retrieved October 29, 2025, from <https://fashionbiz.co.kr/article/219006>
- Seo, M. J. (2023). A study on the failure experiences of online fashion shopping mall startups: Applying text mining and grounded theory. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 47(6), 1096-1112. doi:10.5850/JKSC.2023.47.6.1096
- Seo, M. J. (2024). Success factors of online fashion shopping mall startups examined through grounded theory. *Journal of Venturing and Entrepreneurship Review*, 19(5), 685-711. doi:10.24878/tkes.2024.19.5.685
- Suh, S. Y. (2020). A study for the development of a design-affiliated customized class model for youth start-ups. *Journal of Basic Design & Art*, 21(2), 117-128. doi:10.47294/KSBDA.21.2.9
- Son, M. Y. (2022). An exploratory case study of a successful online start-up fashion shopping store: Focusing on the entrepreneurial process of a Soho shopping mall. *Science of Emotion & Sensibility*, 25(3), 91-106. doi:10.14695/KJSOS.2022.25.3.91
- Shim, J. (2020). Analysis of research trends using text mining. *Journal of Creative Information Culture*, 6(1), 23-30. doi:10.32823/jcic.6.1.202004.23

(Received September 24, 2025; 1st Revised October 16, 2025; 2nd Revised December 1, 2025; 3rd Revised December 10, 2025; 4th Revised December 23, 2025; Accepted January 2, 2026)