

국내 지속가능패션 연구 동향 분석과 교육적 논의를 위한 시사점

- 2015-2025년 학술지 논문을 중심으로 -

허윤정 · 채희주[†]

강원대학교 사범대학 가정교육과

An Analysis of Domestic Sustainable Fashion Research Trends and Implications for Educational Discussion

- A Review of Academic Journal Articles from 2015 to 2025 -

Yunjeong Heo·Heeju Chae[†]

Department of Home Economics Education, College of Education, Kangwon National University; Chuncheon, Korea

Abstract: Sustainable fashion is crucial for addressing climate change, achieving carbon neutrality, and navigating ESG-driven industrial transformation, making a systematic understanding of its academic development absolutely necessary. This study comprehensively analyzes research trends in sustainable fashion in South Korea from 2015 to September 2025 to identify its academic trajectory and future directions. Furthermore, a total of 209 articles were collected from major academic databases, using diverse keywords, including sustainable fashion, eco-friendly fashion, ethical fashion, and ESG fashion. They were classified into six distinct research domains—fashion design, clothing construction, textile materials, fashion marketing, education, and others—and subsequently analyzed by publication year to determine temporal patterns. Early research (2015-2016) emphasized product-level and technical approaches, including upcycling design and eco-friendly materials. Consumer perception and marketing tactics for ethical and sustainable consumption were studied during 2017-2019. During 2020-2021, attention shifted toward social implementation and institutional issues following the COVID-19 pandemic and carbon neutrality initiatives. Since 2022, research has diversified into ESG management, circular economy frameworks, and digital fashion, with marketing-related studies rising significantly in 2024. This study indicates that sustainable fashion research in Korea has evolved from technology-oriented to interdisciplinary, integrating industrial, social, and educational perspectives. It provides a systematic overview of research development and offers critical implications for future research and educational discussion.

Key words: clothing and textiles(의류학), clothing life sustainability(의생활 지속가능성), sustainable fashion(지속가능패션), research trends(연구 동향)

1. 서 론

세계화와 산업화의 급격한 진전은 경제적 번영을 가져오는 동시에 환경 파괴, 자원 고갈, 사회적 불평등과 같은 복합적인 위기를 심화시켜 왔다(Neumann et al., 2021). 이러한 위기 인식 속에서 지속가능성은 기업과 사회, 정부의 핵심 의제로 부상하였으며, 책임 있는 생산과 소비를 요구하는 글로벌 규범으로 자리 잡았다(Papadopoulou et al., 2022). 특히 제조업 전반에서 지속가능성 전환이 요구되는 가운데, 패션 산업은 대량 생

산과 빠른 소비 주기를 특징으로 하는 구조로 인해 환경적·사회적 부담이 큰 산업으로 지적되어 왔다.

패션 산업은 자동차 및 기술 산업에 이어 세계 3대 제조업에 속하며(Zhang et al., 2021), 석유 산업 다음으로 환경오염을 많이 유발하는 산업 중 하나로 평가된다(Papasolomou et al., 2023). 한국 역시 섬유·의류 산업 사업체 수가 전체 제조업의 약 10%를 차지할 만큼 산업적 비중이 크며, 빠르게 변화하는 유행과 패스트패션 소비 확산으로 인해 의류 폐기물 문제가 심각하게 증가하고 있다. 2023년 기준 분리 배출된 폐의류는 약 11만 톤에 달해, 2019년 대비 거의 두 배로 증가하였으며(Ministry of Environment [MOE], 2025), 이 문제는 단순한 개인 소비의 문제가 아니라, 산업 구조, 소비 문화, 지속가능성 인식이 복합적으로 작용한 결과로 이해될 수 있다.

이러한 배경 속에서 지속가능패션에 관한 연구는 국내외에서 빠르게 축적되고 있다. 특히 소비자 행동, 윤리적 소비, 지

[†]Corresponding author:Heeju Chae

Tel. +82-33-250-6741

E-mail: hjchae@kangwon.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.

속가능 마케팅을 중심으로 한 체계적 문헌고찰과 메타분석 연구들이 지속가능패션 연구의 주요 주제와 이론적 흐름에 대한 고찰을 해오고 있는 실정이다(Busalim et al., 2022). 또한 국제 연구들은 공급망, 브랜드 전략, 소비자 인식, 디지털 전환 등 다양한 관점에서 지속가능패션을 다루며 학문적 지평을 확장하고 있으나, 이러한 선행연구들은 주로 특정 주제(예: 소비자 행동, 마케팅, 윤리적 소비)에 초점을 맞추거나, 국제 연구 동향을 중심으로 분석하는 경향이 강하다.

반면, 국내 지속가능패션 연구를 의류학의 세부 전공 영역(예: 패션 디자인, 의복 구성, 소재, 마케팅, 교육 등)에 따라 장기간에 걸쳐 체계적으로 분류·비교·분석한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 또한 기존 연구들은 지속가능패션의 산업적·사회적 중요성을 강조하는 데에는 기여했지만, 어떤 전공 영역에서 연구가 집중되고 있고 어떤 영역이 상대적으로 미진한지, 그리고 이러한 연구 축적이 교육과 실천으로 어떻게 연결될 수 있는지에 대해서는 충분히 조명하지 못하였다. 특히 교육 영역은 지속가능패션의 사회적 확산과 실천을 매개하는 핵심 영역임에도 불구하고, 연구 축적 수준과 전공 간 균형에 대한 체계적 검토는 제한적이었다고 할 수 있다.

이에 본 연구는 2015년부터 2025년까지 국내 학술지에 게재된 지속가능패션 관련 논문을 대상으로, 의류학의 세부 영역(디자인, 의복 구성, 소재, 마케팅, 교육, 기타)에 따른 연구 동향을 장기간에 걸쳐 분석하고자 한다. 이를 통해 국내 지속가능패션 연구의 축적 양상과 전공 영역 간 분포 특성을 구조적으로 파악하고, 상대적으로 연구가 집중되었거나 미진한 영역을 도출함으로써 향후 연구 방향에 대한 시사점을 제시하는 것을 목적으로 한다.

아울러 본 연구는 이러한 동향 분석 결과를 토대로, 지속가능패션 연구가 향후 교육 연구에서 논의될 수 있는 방향과 과제를 탐색하기 위한 기초 자료를 제공하고자 한다. 그러므로 본 연구에서의 교육적 논의는 구체적인 교수 학습 프로그램이나 교육 효과를 직접 제시하는 것을 의미하기보다, 연구 축적의 구조와 공백을 분석함으로써 교육 연구로의 확장 가능성을 검토하는 데 초점을 둔다.

2. 이론적 배경

2.1. 지속가능패션의 개념적 범위와 관련 개념의 구분

지속가능패션(sustainable fashion)은 환경적 책임, 사회적 형평성, 경제적 지속가능성을 통합적으로 고려하는 패션 및 의류 관련 실천과 연구를 포괄하는 개념이다. 이 개념은 1987년 브룬트란트 보고서에서 제시된 지속가능성(sustainability)의 정의—“현 세대의 필요를 충족시키면서도 미래 세대가 그들의 필요를 충족할 수 있는 능력을 훼손하지 않는 발전”—를 패션 산업과 의생활 영역에 적용한 것으로 이해할 수 있다(World Commission on Environment and Development, 1987). 이후 Elkington(1998)이 제시한 트리플 바텀 라인(triple bottom line)

관점에 따라, 지속가능패션은 환경(environment), 사회(social), 경제(economic) 차원을 동시에 고려하는 통합적 개념으로 확장되었다.

지속가능패션과 유사하거나 부분적으로 중첩되는 개념으로는 CSR(corporate social responsibility), ESG(environmental, social, governance), 친환경 패션(eco-friendly fashion), 윤리적 패션(ethical fashion), 슬로우 패션(slow fashion) 등이 있다. 그러나 이들 개념은 강조점과 적용 범위에서 차이를 보인다. CSR은 기업의 사회적 기대에 부응하기 위해 수행하는 자발적 책임 활동을 의미하며, 패션 기업의 공헌 활동이나 공급망 관리 전략으로 다루어진다(Lee & Kim, 2006). ESG는 투자 및 기업 평가 관점에서 환경, 사회, 지배구조 요소를 계량화하고 공시하는 제도적 프레임으로, 최근 패션 산업에서도 기업 경영과 커뮤니케이션 차원에서 중요한 기준으로 작동하고 있다(Lim & Park, 2022).

반면 친환경 패션은 주로 소재 선택, 염색 공정, 생산 과정에서의 환경 부담 저감을 강조하는 개념으로, 환경 차원에 초점을 둔 접근이 중심을 이룬다. 윤리적 패션은 노동 인권, 공정무역, 생산자의 권리 보장 등 사회적 가치와 도덕적 책임을 강조하며, 슬로우 패션은 패스트 패션에 대한 대안으로서 생산 속도의 조절, 장기 사용, 소비 절제와 같은 생활양식적 측면을 강조한다. 이들 개념은 각각 중요한 문제의식을 담고 있으나, 특정 차원(환경·사회·소비 태도 등)에 상대적으로 집중되어 있다는 한계를 지닌다.

이에 비해 지속가능패션은 생산-유통-소비-폐기에 이르는 의복의 전 생애주기를 포괄하면서, 환경적 영향 저감, 사회적 책임, 경제적 지속 가능성을 동시에 고려하는 보다 상위 개념으로 기능한다. 또한 지속가능패션은 산업적 실천뿐 아니라 소비자 행동, 교육, 정책, 문화적 인식까지 포함하는 다층적 연구 대상이라는 점에서, 의류학의 세부 전공 영역 전반을 아우를 수 있는 분석 틀을 제공한다.

본 연구는 이러한 개념적 차이를 바탕으로, CSR, ESG, 친환경 패션, 윤리적 패션, 슬로우 패션 등을 모두 포괄하면서도 그 상위 개념으로 작동하는 ‘지속가능패션’을 중심 개념으로 설정하였다. 이는 국내 지속가능패션 연구가 특정 접근(예: 소재, 마케팅, 윤리)에 국한되지 않고, 의류학의 다양한 세부 영역에서 어떻게 축적·확장되어 왔는지를 종합적으로 분석하기 위함이다. 따라서 본 연구에서의 지속가능패션은 단일 주제 영역이 아니라, 의류학 전반을 관통하는 통합적 연구 프레임으로 정의된다.

2.2. 의류학과 지속가능패션의 학문적 틀

의류학은 인간의 의생활을 중심으로 의복의 기획, 제작, 유통, 소비, 관리 및 문화적 의미를 종합적으로 탐구하는 학문 분야이다. 국내 주요 학술 단체들은 공통적으로 의류학의 지식체계를 디자인, 복식사, 소재 및 과학, 마케팅 및 비즈니스의 네 가지 범주로 구조화하고 있다(The Korean Society of Clothing and Textiles [KSCT], 2020). 이러한 보편적 체계 위에서 각

학회는 고유의 학문적 지향점에 따라 전문성을 차별화한다. 구체적으로 한국의류학회(The Korean Society of Clothing and Textiles [KSCT])가 의류학 전 영역을 포괄하는 표준적 기틀을 제시한다면, 한국복식학회(The Korean Society of Costume [KSC], n.d.)는 복식 미학과 역사 등 인문·예술적 관점에서의 문화적 가치 규명에 역량을 집중한다. 반면, 한국의류산업학회(The Society of Fashion & Textile Industry [SFTI], n.d.)는 소재 기획과 생산 기술 등 산업 현장과 밀착된 실천적 연구에 비중을 두며 학문의 산업적 기여도를 높이는 데 주력하고 있다. 학제적 분류에 관한 선행연구에서도 의류학은 복식문화 및 디자인, 의류 소재 및 구성, 패션 마케팅 및 소비자 심리 등의 영역이 유기적으로 결합된 구조임이 제시된 바 있다(Siddiqui & Jeon, 2017).

이러한 의류학의 학문적 틀은 지속가능패션 연구의 이론적 기반을 제공한다. 지속가능패션은 생산-유통-소비-폐기의 전 과정에서 환경적·사회적 영향을 고려하는 개념으로, 의류학의 각 세부 전공이 서로 다른 관점에서 기여할 수 있는 통합적 연구 영역으로 확장되어 오고 있다. 본 연구는 이러한 학문적 구조를 분석 틀로 활용하여 지속가능패션 연구 동향을 체계적으로 분석하고자 한다. 이를 위해 패션 디자인, 패션 마케팅, 의복 구성, 의류 소재의 네 영역을 핵심 분석 범주로 설정하였다. 이들 영역은 국내 의류학 교과과정 편성 현황에서도 주축을 이루는 분야들로, 지속가능성 논의가 주로 산업적·실천적 관점에서 활발히 이루어지는 영역이다(Kim, 2025). 반면 복식사 영역은 역사·문화적 의미 해석과 시대적 미학 탐구를 중심으로 하는 연구 특성상, 지속가능패션의 실천 전략 및 교육적 활용 가능성을 탐색하는 본 연구의 목적과의 직접적 관련성이 상대적으로 낮다고 판단하여 분석 범위에서 제외하였다.

이와 같은 분석 틀은 지속가능패션 연구를 단순한 주제 분류가 아닌, 의류학 내부의 연구 축적 구조와 세부 전공 영역 간 역할을 조망하기 위한 기준으로 기능하며, 이후 연구 결과에서 연도별·영역별 연구 흐름을 해석하는 이론적 근거로 활용된다.

2.2.1. 패션디자인

현대 의류학 연구에서 패션디자인은 미적 감각, 형태, 기능 및 소재를 통합하는 창의적 실천으로 정의된다. 또한 디자이너는 디자인 과정에서 의복의 스타일, 선, 비례, 색채, 소재 특성, 패턴 구조, 유행 경향과 사회·문화적 맥락을 함께 고려한다. Williams and Hodges(2022)는 패션 디자인을 “의복과 관련된 실천, 기술, 소재를 연결하는 활동”으로 설명하였으며, 디자인을 예술성과 산업성을 연결하는 창조적 과정으로 보았다. 패션 디자인 영역의 지속가능성 연구는 새로운 창작 방식(업사이클링·제로웨이스트)과 디지털 기술 적용(3D, 메타버스 등)을 중심으로 확장되고 있다.

2.2.2. 패션 마케팅

패션 마케팅은 마케팅 이론과 기법을 의류, 액세서리 및 관련 제품 영역에 특화하여 적용하는 분야로, 시장 조사, 브랜드 포지셔닝, 가격 전략, 홍보 및 커뮤니케이션, 유통 관리, 소비자 행동 분석 등을 포함한다. Barnes(2013)는 패션 마케팅을 일반 마케팅의 확장된 응용으로 규정하였으며, Guercini et al.(2018)은 전자상거래 환경에서의 새로운 패션 마케팅 전략을 제시하였다. 패션 마케팅 영역의 지속가능성 연구는 소비자의 지속가능성 인식·태도·행동 변화, 브랜드의 ESG 전략 효과 검증 등으로 이루어지고 있다.

2.2.3. 의복 구성

의복 구성은 평면 소재를 입체적 의복으로 제작하는 전 과정을 의미하며, 패턴 제작, 재단, 봉제, 접합, 다림질, 장식 및 마무리 과정을 포함한다. 이는 패션 디자인과 생산을 연결하는 기술적 단계이다. 또한 일부 연구에서는 의복 구성이 단순한 기술적 조작이 아니라, 구조, 인체의 입체적 형태 및 디자인 언어 간의 균형을 요구하는 과정임을 강조한다(Güney et al., 2019). 의복 구성 분야에서는 패턴·생산 기술을 통한 환경 부담 감소, 수명 연장 의복 구조가 지속가능성 연구의 핵심으로 이루어지고 있다.

2.2.4. 의류 소재

의류 소재는 의류 및 액세서리 제작에 사용되는 섬유, 원사, 직물, 부직포 및 기능성 섬유를 포괄한다. 강도, 신축성, 통기성, 내마모성, 지속가능성, 생분해 가능성과 같은 성능은 소재 선택에서 핵심적인 고려 요소이다. Mazzitelli et al.(2024)은 소재 선택과 디자인 전략을 연계하여 섬유의 특성이 패션 활용에 미치는 영향을 분석하였으며, Rognoli et al.(2022)은 “소재 전기(materials biography)” 접근을 통해 지속가능 패션 산업에서 소재의 전 생애주기를 탐구하였다. 의류 소재 분야는 가장 과학·기술적 접근이 많은 분야로, 지속가능 원료 개발, 재활용 기술 고도화, 친환경 공정 혁신이 현재 연구의 주요 핵심 흐름이다.

2.2.5. 교육

본 연구에서 ‘교육’ 영역은 의류학의 세부 전공 중 하나로서, 지속가능한 의생활과 패션 소비에 대한 지식, 가치, 태도, 행동 역량을 함양하는 교육적 접근을 다룬 연구를 의미한다. 이는 단순히 학교 교과 수업에 한정되지 않으며, 초·중등 교육과정, 고등교육, 비형식 교육, 체험·프로젝트 기반 학습 등 다양한 교육 맥락에서 지속가능패션을 다룬 연구를 포괄한다. 구체적으로는 학습자의 지속가능 의생활에 대한 인식·태도·행동 의도를 분석하는 연구, 지속가능패션을 주제로 한 교수·학습 프로그램 개발 및 효과 검증 연구, 교과서 및 교육과정 분석 연구, 그리고 3D 가상착의나 디지털 패션 도구를 활용한 교수법 연구 등을 포함한다.

이러한 교육 영역은 디자인, 소재, 구성, 마케팅 등 다른 세부 영역에서 축적된 연구 성과를 학습 내용과 실천 역량으로

전환하는 매개 영역으로 기능한다는 점에서 의의가 있다. 즉, 교육 영역은 지속가능패션 연구의 결과를 학습자와 사회 구성원의 일상적 실천으로 연결하는 역할을 수행하며, 지속가능성을 장기적으로 확산시키기 위한 핵심적 기반으로 이해될 수 있다. 이에 본 연구는 교육을 독립적인 분석 범주로 설정하고, 다른 세부 영역과의 연구 축적 양상 및 상대적 비중을 함께 분석하고자 하였다.

3. 연구방법

3.1. 자료 수집 및 문헌 선별 절차

본 연구는 2015년 1월부터 2025년 9월까지 국내 학술지에 게재된 지속가능패션 관련 연구 논문을 분석 대상으로 하였다. 연구 자료는 RISS(Research Information Sharing Service) 통합 검색 엔진을 활용하여 수집하였으며, RISS를 통해 KCI, KISS, KISTI, DBpia, Skolar, Korea Scholar, eArticle 등 주요 국내 학술 데이터베이스를 포괄적으로 검색하였다. 검색은 논문 제목, 초록, 주제어를 대상으로 수행하였고, 학술지 논문으로 범위를 제한하였다.

1차 검색에서는 ‘지속가능 패션’, ‘패션 지속가능성’, ‘의류 지속가능성’, ‘의생활 지속가능성’, ‘의복 지속가능성’, ‘옷 지속가능성’과 같이 ‘지속가능성’ 개념이 명시적으로 포함된 핵심 키워드를 중심으로 검색을 수행하였으며, 이를 통해 145편의 논문을 확인하였다. 이후 2차 검색에서는 1차 검색 결과에서 빈번하게 등장한 연구 주제와 유사 개념을 반영하여 검색어 범위를 확장하였다. 구체적으로는 ‘의류쓰레기’, ‘의류폐기물’, ‘패션 폐기물’, ‘의류 업사이클링’, ‘패션 업사이클링’, ‘자원 패션 순환’ 등 지속가능성 개념이 연구 주제에 내포되어 있으나 용어상 직접적으로 명시되지 않은 키워드를 추가로 적용하였다. 이 과정에서 지속가능성을 배경 개념이 아닌 연구의 핵심 주제로 다루는 논문만을 포함하도록 초록과 주제어를 함께 검토하였다. 그 결과 2차 검색을 통해 111편의 논문이 추가로 확인되었다.

최종적으로 1·2차 검색을 통해 수집된 총 256편의 논문 중 중복 게재 논문과 연구 주제와 직접적인 관련성이 없는 문헌을 제외하고, 209편의 논문을 최종 분석 대상으로 확정하였다.

3.2. 문헌 포함 및 제외 기준

본 연구는 문헌 선별 과정의 객관성과 재현 가능성을 확보하기 위해 명확한 포함 기준과 제외 기준을 설정하였다.

3.2.1. 문헌 포함 기준

본 연구에 포함된 문헌은 다음 기준을 모두 충족하는 연구로 한정하였다.

첫째, 2015년 1월부터 2025년 9월까지 국내 학술지에 게재된 논문일 것.

둘째, 지속가능성, 환경, 윤리, 순환, 업사이클링 등의 개념을 패션·의류·의생활과 직접적으로 연계하여 다룬 연구일 것.

셋째, 연구 주제가 의류학의 세부 영역(패션 디자인, 의복 구성, 소재, 패션 마케팅, 교육 등)에 해당할 것.

넷째, 학술적 검증이 이루어진 학술지 논문(등재지 및 등재 후보지)일 것.

3.2.2. 문헌 제외 기준

다음 중 하나라도 해당하는 문헌은 분석 대상에서 제외하였다.

첫째, 패션 또는 의류와의 직접적 연관성이 없는 일반 환경·정책·산업 연구.

둘째, 뷰티, 화장품, 생활소비재 등 비의류 분야를 주요 대상으로 한 연구.

셋째, 학술지 논문이 아닌 학위논문, 연구보고서, 단행본, 학술대회 발표문.

넷째, 지속가능성 관련 용어가 단순 배경 설명 수준에 그치며, 연구의 핵심 주제와 실질적으로 연결되지 않은 경우.

다섯째, 해외 학술지에 게재된 논문으로, 국내 연구 동향 분석이라는 본 연구의 목적과 부합하지 않는 경우.

3.3. 자료 분류 및 코딩 절차

최종 선정된 209편의 논문은 의류학의 세부 연구 영역을 반영하여 패션 디자인, 패션 마케팅, 의복 구성, 의류 소재, 교육, 기타로 6개 범주로 분류하였다. 초기 분류는 논문 제목을 기준으로 수행하였으며, 제목만으로 연구 영역 판단이 어려운 경우에는 초록 및 주제어를 추가적으로 검토하여 분류의 정확성을 보완하였다. 분류의 신뢰도를 확보하기 위하여 의류학 세부 전공(패션 디자인, 패션 마케팅, 의복 구성) 연구자 3인이 독립적으로 코딩을 수행한 후 교차 검증(cross-checking)을 실시하였다. 불일치 항목은 논문 전문 검토와 협의 과정을 통해 최종 확정하였다.

3.4. 코딩 체계 및 분석 틀

본 연구의 분석 범주는 지속가능패션 관련 선행연구를 토대로 한 질적 코딩 절차를 통해 도출되었다. 먼저 개방코딩(open coding) 단계에서는 수집된 논문의 제목, 주제어, 초록을 중심으로 반복적으로 등장하는 연구 주제와 핵심 개념을 추출하였다. 이 과정에서 디자인, 소재, 구성, 마케팅, 교육, 정책·제도 등 지속가능패션 연구에서 빈번히 다루어지는 주제 요소들이 1차 코드로 도출되었다.

이후 축코딩(axial coding) 단계에서는 개방코딩을 통해 도출된 코드들 간의 개념적 유사성과 연구 초점의 공통성을 기준으로 범주를 재구성하였다. 이를 통해 패션 디자인, 의복 구성, 소재, 패션 마케팅, 교육, 기타의 여섯 개 분석 범주가 확정되었으며, 각 범주는 해당 영역에서 반복적으로 나타난 핵심 연구 주제를 포괄하도록 정의되었다. ‘기타’ 범주는 패션 또는 의류 산업과의 직접적 연관성을 전제로, 정책·제도, ESG 담론, 디지털 전환, 순환경제 등 거시적 관점에서 지속가능패션을 논의한 연구를 포함한다. 일반 환경 정책이나 산업 전반을 다룬

연구 중 패션과의 직접적 연관성이 없는 문헌은 분석 대상에서 제외하였다. 이러한 코딩 절차를 통해 구축된 분류 체계는 이후 연구결과에서 제시되는 영역별 연구 분포 및 동향 분석의 기준으로 활용되었다.

4. 연구결과

4.1. 지속가능패션 연구를 위한 코딩 체계

지속가능패션 연구의 연도별·영역별 분포를 분석하기에 앞서, 본 연구에서 질적 코딩 절차를 통해 도출된 연구 범주와 각 범주의 대표적 연구 주제를 Table 1에 제시하였다. 이 표는 반복적으로 등장한 연구 주제를 범주화한 결과를 요약한 것으로, 이후 연구결과에서 제시되는 동향 분석과 해석의 분석 틀로 가능하다.

4.2. 지속가능패션 관련 연구 동향 분석

2015년 1월부터 2025년 9월까지 발표된 지속가능패션 관련 연구 동향 분석은 Table 2와 같다.

209편의 전체 논문 가운데 다수는 학제적 성격을 띠며, 복수

의 범주에 동시에 포함되었다. 최종 집계 결과는 디자인 119편 (26.8%), 소재 68편(15.3%), 구성 52편(11.7%), 마케팅 98편 (22.1%), 교육 23편(5.2%), 기타(정책·제도·디지털화 등) 84편 (18.9%)으로 나타났다.

본 연구는 연도별·범주별 논문 수의 단순 집계에 그치지 않고, 지속가능패션 연구의 내용적 특성을 파악하기 위해 논문 제목과 저자 키워드, 초록에 나타난 핵심 개념을 중심으로 질적 분석을 수행하였다. 이를 통해 지속가능패션 연구가 어떤 담론 구조를 형성하며 전개되어 왔는지를 탐색적으로 분석하였다.

분석 결과, 국내 지속가능패션 연구는 단일한 주제 흐름이 아니라, 시기별로 강조점이 이동·중첩되는 다층적 구조를 보였다. 초기에는 제품과 기술 중심의 담론이 주를 이루었으나, 이후 소비·시장, 제도·사회, 교육적 논의가 점진적으로 결합되는 양상이 확인되었다.

4.3. 지속가능패션 연구 주제의 텍스트 기반 구조 분석

본 연구는 연도별·범주별 논문 수의 단순 집계에 그치지 않고, 지속가능패션 연구의 내용적 특성을 파악하기 위해 논문 제목과 저자 키워드, 초록에 나타난 핵심 개념을 중심으로 질적

Table 1. Coding scheme for sustainable fashion research analysis

Research category	Coding criteria	Representative research topics
Fashion design	Creative approaches, design methodologies, visual and conceptual expression	Upcycling fashion design, zero-waste pattern design, digital and NFT fashion
Clothing construction	Garment structure, pattern making, production processes, durability	Structural transformation, modular garments, pattern efficiency, extended garment lifespan
Textile materials	Fiber and fabric characteristics, material innovation, eco-friendly processing	Bio-based fibers, recycled textiles, biodegradable materials, low-impact dyeing
Fashion marketing	Consumer perception and behavior, branding strategies, communication	Sustainable fashion marketing, ESG communication, ethical consumption behavior
Education	Teaching-learning methods, curriculum design, learner attitudes	Sustainable clothing education, upcycling-based learning, ESD programs
Others	Policy, industry structure, socio-cultural perspectives	Fashion-related policies, industrial ecosystems, institutional and social discourse

Table 2. Distribution of previous studies on sustainable fashion by year

Year	Design	Materials	Construction	Marketing	Education	Others
2015	8	3	0	8	2	3
2016	3	1	2	3	1	1
2017	3	1	1	6	1	4
2018	7	5	3	7	0	3
2019	13	8	3	3	0	2
2020	15	9	7	7	3	10
2021	14	10	9	11	4	12
2022	11	4	3	12	4	16
2023	17	10	9	8	0	12
2024	22	15	13	22	6	15
2025	6	2	2	11	2	6
총합	119	68	52	98	23	84

분석을 수행하였다. 이를 통해 지속가능패션 연구가 어떤 담론 구조를 형성하며 전개되어 왔는지를 탐색적으로 분석하였다.

분석 결과, 국내 지속가능패션 연구는 단일한 주제 흐름이 아니라, 시기별로 강조점이 이동·중첩되는 다층적 구조를 보였다. 초기에는 제품과 기술 중심의 담론이 주를 이루었으나, 이후 소비·시장, 제도·사회, 교육적 논의가 점진적으로 결합되는 양상이 확인되었다.

4.4. 시기별 연구 담론의 변화 양상

4.4.1. 2015-2018년: 제품·기술 중심 담론의 형성

2015년부터 2018년까지의 연구에서는 ‘upcycling’, ‘recycled materials’, ‘eco-friendly fabric’, ‘design development’와 같은 키워드가 반복적으로 등장하였다. 이는 지속가능패션이 주로 의복 자체의 개선, 즉 소재 선택과 디자인 방식의 변화를 통해 환경 부담을 완화할 수 있다는 관점에서 접근되었음을 보여준다.

이 시기의 연구는 지속가능성을 주로 기술적·물질적 문제로 인식하고 있었으며, 사회적 실천이나 소비자 행동에 대한 논의는 상대적으로 제한적이었다. 이러한 경향은 지속가능패션 담론이 초기 단계에서 실천 가능성이 비교적 명확한 제품 단위 접근을 중심으로 형성되었음을 시사한다.

4.4.2. 2019-2021년: 소비·시장 중심 담론의 확장

2019년 이후에는 ‘ethical consumption’, ‘consumer perception’, ‘purchase intention’, ‘brand responsibility’와 같은 키워드가 빈번하게 등장하며 연구 주제가 소비자와 시장 영역으로 확장되었다. 이는 지속가능패션이 단순한 생산 방식의 문제가 아니라, 소비자의 인식과 선택, 브랜드 커뮤니케이션과 밀접하게 연관된 사회적 현상으로 인식되기 시작했음을 의미한다.

특히 이 시기 연구들은 지속가능패션을 ‘가치 소비’ 및 ‘윤리적 선택’의 맥락에서 해석하는 경향을 보였으며, 지속가능성에 대한 태도와 실제 행동 간의 차이를 분석하려는 시도가 증가하였다. 이는 지속가능패션 담론이 기술 중심 단계에서 사회적 관계망과 의미 체계로 확장되는 전환 국면에 진입했음을 보여준다.

4.4.3. 2022-2025년: 제도·순환·디지털 담론의 병행적 전개

2022년 이후 연구에서는 ‘ESG’, ‘circular economy’, ‘policy’, ‘platform’, ‘digital fashion’, ‘3D simulation’과 같은 키워드가 함께 등장하며 연구 담론이 다층화되는 양상이 확인되었다. 이 시기의 연구는 지속가능패션을 산업 구조, 제도적 환경, 기술 인프라와 연계된 문제로 다루는 경향이 두드러졌다.

특히 ‘기타’ 범주에 포함된 연구들은 특정 전공 영역에 귀속되기보다는, 공시 제도, 산업 생태계, 디지털 전환 등 거시적 맥락에서 지속가능패션을 논의하고 있었다. 이는 지속가능패션 연구가 제품·소비 중심 논의를 넘어, 제도화되고 구조화된 담론으로 확장되고 있음을 보여주는 결과로 해석할 수 있다.

다만 본 연구는 이러한 담론 변화가 특정 정책이나 제도 변화에 의해 직접적으로 촉발되었다고 인과적으로 단정하지는 않으며, 동시기 학술적 관심이 확대·이동한 경향을 보여주는 결과로 이해하는 데 초점을 둔다.

4.4.4. 2015~2025년 데이터 종합 분석

2015년부터 2025년까지의 지속가능패션 연구의 흐름을 종합적으로 분석한 결과, 국내 연구는 소재·디자인 중심의 기술적 접근에서 출발하여 소비와 시장 영역으로 확장된 이후, 정책·순환·ESG 담론을 포함하는 다차원적 연구 국면으로 점진적으

Table 3. Summary of previous studies on sustainable fashion by year

Years	Contents
2015	Research remains in an early stage, focusing on product-level exploration such as design and materials, with an emphasis on technological and process improvements.
2016-2017	A transitional phase in which construction (structure/reconfiguration) and marketing studies emerge, driven by ethical consumption and SPA brands’ sustainability practices, expanding demand-side topics.
2018-2019	Rising public environmental awareness and the spread of corporate eco-friendly marketing lead to rapid growth in marketing and other categories (policy/social practices), while design and materials remain stable.
2020-2021	The pandemic, digitalization, the “Green New Deal,” and carbon-neutral legislation boost research in marketing, policy, and circular practices overall; construction and materials also rise due to resource-circulation initiatives.
2022	Regulations on single-use products and the push for a circular economy lead to concentrated growth in policy and social practice studies, while design, materials, and construction enter a phase of methodological integration.
2023	Technological rebound results in simultaneous increases in design, materials, and construction research, while marketing and policy decline due to regulatory relaxation.
2024	At a peak: KSSB/ISSB disclosure regulations and anti-greenwashing rules trigger explosive growth in marketing research. Environmental and circular policies drive product/technology studies, and education also increases due to policy expansion.
2025	High-level regression: delayed implementation of disclosure regulations (post-2026), economic slowdown, and regulatory segmentation cause declines across all categories, though marketing maintains relative strength due to ESG and brand sustainability.

로 전개되어 온 것으로 나타났다. 이러한 연도별 연구 주제의 변화와 특징은 Table 3에 요약하여 제시하였다.

4.5. 세부 전공 영역별 지속가능패션 연구의 주요 흐름

패션 디자인 영역의 연구는 과거 업사이클링 위주의 사례 연구에서 최근 디지털 기술(3D 가상 착의, 메타버스)을 활용해 폐기물 발생 자체를 억제하는 예방적 설계 연구가 급격히 증가하는 추세이다. 이러한 경향은 디자인을 예술성과 기술의 결합으로 보는 Williams and Hodges(2022)의 관점이 반영된 결과로, 생산 전 단계에서 가상 샘플링을 통해 물리적 폐기물을 원천 차단하려는 산업적 요구가 학술적 연구로 전이된 것으로 풀이된다. 결국 이는 디자인의 역할이 심미적 가치 창출에 머물지 않고, 제품의 전 생애주기를 관리하고 책임지는 전략적 솔루션 연구로 재정의되고 있음을 의미한다.

패션 마케팅은 마케팅 이론을 의류 및 관련 제품 영역에 특화하여 시장 조사, 브랜드 전략, 소비자 행동 등을 분석하는 분야이다(Barnes, 2013). 최근에는 전자상거래 환경 변화에 따른 새로운 마케팅 전략이 제시되고 있으며, 이러한 학문적 기반 위에서 지속가능성 연구는 소비자와 시장을 중심으로 체계화되고 있다.

본 연구에서 분석한 최근 10년간(2015~2025년)의 연구 흐름을 살펴보면, 시기별로 뚜렷한 주제적 변화와 환경적 영향이 확인된다. 2010년대 중반까지는 지속가능 소비 인식과 윤리적 소비 태도 및 행동 변화를 규명하는 초기 단계의 연구가 주를 이루었다. 그러나 2010년대 후반부터는 브랜드의 ESG 활동 및 커뮤니케이션이 브랜드 애착, 신뢰, 기업 이미지에 미치는 인과관계를 분석하는 실증 연구가 핵심 축으로 부상하였다. 이러한 변화는 2020년 전후로 전 지구적 기후 위기에 대한 경각심이 고조되고, 기업의 비재무적 성과를 중시하는 ESG 경영 패러다임이 확산됨에 따라 패션 산업계와 학계가 환경적·문화적 영향을 직접적으로 수용한 결과로 판단된다(Lim & Park, 2022). 특히 진정성 있는 활동과 구별되는 그린워싱(greenwashing) 판별 및 소비자 기반 인식에 관한 연구가 증가한 것은, 정보의 투명성을 요구하는 MZ세대의 가치 소비 문화가 시장의 주요 동인으로 작용했기 때문이다.

결론적으로 마케팅 영역의 연구들은 지속가능패션이 단순한 제품 속성을 넘어 사회적 가치와 소비자의 복잡한 의사결정 구조 속에서 작동함을 입증하고 있다. 무엇보다 대규모 설문조사를 바탕으로 한 구조방정식 모델링(SEM) 분석을 중심으로 정교한 결과를 도출해냄으로써, 지속가능 패션 마케팅 연구의 학술적 객관성과 신뢰성을 확보하고 있는 것으로 나타났다.

의복 구성 영역에서는 패턴 제작 및 봉제 기술을 통해 의복의 수명 연장을 위한 구조적 설계 연구가 핵심 주제로 확인되었다. 이는 의복 구성을 인체의 입체적 형태와 디자인 언어 간의 기술적 균형 과정으로 정의한 Güney et al.(2019)의 논의가 지속가능성 담론과 결합된 결과로 풀이된다. 최근 연구들이 단순한 제작 기법을 넘어 내구성 강화와 수선 용이성에 집중하는

것은, 패스트 패션의 과잉 생산에 대응하여 제품의 물리적 가치를 유지하려는 공학적 책임 의식이 연구의 중심축으로 이동했음을 시사한다. 즉, 의복 구성 연구는 이제 제작의 단계를 넘어 자원의 효율 기간을 극대화하는 지속가능한 생산 모델 구축을 지향하고 있다.

의류 소재 영역은 리사이클 및 생분해성 소재 개발과 물성 분석을 통해 가장 과학적이고 정량적인 연구 흐름을 보여준다. 과거 소재 연구가 단순한 성능 비교에 그쳤다면, 최근에는 소재 선택과 디자인 전략을 연계한 Mazzitelli et al.(2024)의 관점과 소재의 전 생애주기를 추적하는 Rognoli et al.(2022)의 ‘소재 전기(materials biography)’ 접근법이 주요 방법론으로 채택되고 있다. 이러한 경향은 소재를 단순한 소모적 원료가 아닌 순환 가능한 자산으로 인식하기 시작했기 때문이며, 이는 소재 선정 단계에서부터 환경 영향을 정밀하게 예측하고 제어하려는 데이터 기반의 소재 설계 연구가 주류를 형성하게 된 배경이 된다. 결과적으로 소재 연구는 자원 순환의 기술적 한계를 극복하기 위한 혁신적 소재 솔루션 탐색에 집중하며, 의류학의 과학적 토대를 공고히 하고 있음을 시사한다.

4.6. 지속가능패션 교육 연구의 흐름

선행연구들은 지속가능패션 교육이 인식, 태도, 행동의 변화를 목표로 하는 ESD(지속가능발전교육)의 한 영역임을 제시한다(MOE, 2025; UNESCO, 2017). 또한 지속가능패션을 교육적 맥락에서 논의할 경우, 이는 특정 학문 영역으로서의 의류학·의상학·패션학을 넘어, 일상 속 소비와 실천을 포괄하는 의생활의 문제로 재개념화되고 있다. 교육과정 차원에서 의생활은 의복의 생산·소비·관리·폐기에 이르는 전 과정과 윤리적 판단을 포함하는 통합 개념으로 정의된다.

국내 지속가능패션 교육 연구는 대체로 다음의 세 가지 흐름으로 축적되어 왔다. 첫째, 학습자의 지속가능한 의생활에 대한 인식·태도·행동 의도를 분석하여 교육적 필요성과 학습자 특성을 규명하는 연구이다. Noh and Wee(2025)는 2022 개정 교육과정의 기술·가정 성취기준에 근거하여 청소년의 지속가능한 패션 소비를 분석하고, 학습자의 인식과 태도가 행동 의도와 유의미하게 연결됨을 확인하였다. 이는 학교 교육이 지속가능한 패션 소비를 촉진하는 중요한 매개가 될 수 있음을 시사한다.

둘째, 실천 중심 교수·학습 프로그램 개발 및 효과 검증 연구가 지속가능패션 교육 분야에서 이루어지고 있다. 이러한 연구는 업사이클링, 재사용, 자원순환 등 지속가능한 의생활 실천을 구체적 수업 활동으로 설계하는 데 초점을 둔다. 예컨대 Yang et al.(2017)은 가정과 의생활 영역에서 업사이클링 주제를 기반으로 한 융합교육 프로그램을 개발하고 적용함으로써, 업사이클링 활동이 학생들의 창의적 문제해결 능력과 지속가능한 의생활 실천 이해를 동시에 증진시키는 데 기여할 수 있음을 보고하였다. 이와 같은 실천 중심 프로그램 연구는 지속가능패션 교육이 단순한 개념 전달을 넘어, 체험적 활동과 제작·재설

게 과정을 통해 학습자의 실천 역량을 강화하는 데 중요한 교육적 장치를 제공하고 있다.

셋째, 교과서 및 교육과정 분석과 디지털 기반 교수법 연구의 흐름이다. 이 범주는 지속가능한 패션 및 의생활 개념이 국가 교육과정과 교과서 체계 속에서 어떻게 반영·구조화되고 있는지를 분석하거나(Noh & Wee, 2025), 3D 디지털 의복 프로그램을 기반으로 한 가상착의·디지털 패션 디자인 과제를 제시함으로써(Cui et al., 2022), 디지털 플랫폼과 기술이 패션 교육에서 학생의 창의적 작업과 실습 역량을 강화하는 데 활용될 수 있음을 보여준다. 이러한 연구들은 디지털 기반 교수법이 가상 착의, 디지털 샘플링, 3D 시뮬레이션 등의 기술을 통해 지속가능성과 디자인 역량을 동시에 촉진할 수 있는 교육적 길을 제시한다.

이러한 연구 동향은 지속가능패션 교육이 단순한 지식 전달을 넘어 가치 내면화와 실천 역량 함양을 목표로 하고 있음을 시사한다. 따라서 지속가능패션 교육을 설계하는데 학습자 발달 단계에 따른 내용 구성, 프로젝트·체험 중심 교수법, 디지털 도구 활용, 인지·태도·행동을 포괄하는 다차원적 평가 요소를 종합적으로 고려할 필요가 있으며 본 연구가 제시하는 교육적·실천적 전략 도출의 이론적 기반이 된다.

4.7. 기타 범주의 연구 특성

‘기타’ 범주에는 정책·제도 분석, 산업 구조, 플랫폼 및 디지털 전환, 사회적 실천 담론 등 특정 세부 전공으로 분류되기 어려운 연구들이 포함되었다. 이들 연구는 패션과 직접적으로 관련된 제도·산업·사회적 맥락을 다루고 있으며, 지속가능패션을 둘러싼 거시적 환경과 구조를 이해하는 데 기여하고 있다. 이는 본 연구의 제외 기준에서 배제한 일반 환경·정책 연구와는 구별되는 범주로, 패션 산업과 의생활 실천을 전제로 한 연구라는 점에서 분석 대상에 포함되었다.

4.8. 종합 분석 결과

본 연구는 2015년부터 2025년 9월까지 국내 학술지에 게재된 지속가능패션 관련 논문 209편을 대상으로, 논문 제목과 핵심 키워드에 기반한 코딩표(coding scheme)를 적용하여 연구 주제 분포의 구조적 변화 양상을 분석하는 데 목적을 두었다. 이에 따라 본 연구의 결과는 연도별 논문 수의 증감이나 특정 시기의 연구 집중 현상을 정책 변화나 사회적 사건의 직접적 결과로 인과적으로 설명하기보다는, 연구 주제 선택이 어떠한 방향으로 이동·확장되어 왔는지를 탐색적으로 파악하는 데 초점을 둔다.

분석 결과, 국내 지속가능패션 연구는 디자인·소재·의복 구성과 같은 제품 및 기술 중심 접근에서 출발하여, 소비자 인식과 시장을 다루는 마케팅 연구, 나아가 교육·정책·사회적 실천을 포함하는 다차원적 연구 구조로 점진적으로 확장되어 온 것으로 나타났다. 이러한 변화는 특정 외부 환경 요인이 연구 증가를 직접적으로 유발하였다고 단정하기보다는, 동시기 학술적

관심 이동을 연구 범위의 확장이라는 맥락 속에서 이해될 필요가 있다. 따라서 본 연구는 외부 환경 변화와 연구 주제 분포 간의 맥락적 연관 가능성을 시사하는 수준에서 결과를 해석하고자 하였다.

또한 본 연구는 지속가능패션 연구의 교육적 활용 가능성을 탐색하는 것을 연구 목적 중 하나로 설정하였으나, 본 분석 결과만으로 의류학(패션학) 분야에서 적용 가능한 구체적인 교육 프로그램이나 교수·학습 전략을 직접적으로 도출하기에는 논리적 한계가 존재한다. 이는 국내 지속가능패션 연구에서 교육 범주의 비중이 상대적으로 낮게 나타났을 뿐 아니라, 본 연구가 개별 연구의 내용 분석이나 교육 효과 검증이 아닌, 연구 동향의 분포와 구조적 특성을 중심으로 분석을 수행하였기 때문이다.

이에 본 연구는 교육적 활용 방안을 규범적으로 제시하기보다는, 어떠한 연구 영역이 향후 교육 연구로 확장될 수 있는 잠재적 기반을 형성하고 있는지를 식별하는 기초 자료를 제공하는 데 의의를 둔다. 특히 디자인·소재·의복 구성 분야의 기술·제작 중심 연구, 마케팅 분야의 소비자 인식 및 가치 소비 연구, 그리고 최근 등장한 디지털 기반 연구들은 향후 교육 연구로 전환·연계될 수 있는 가능성을 지닌 축적 영역으로 확인되었다.

종합하면, 본 연구는 국내 지속가능패션 연구의 전개 양상을 연도별 양적 비교에 국한하지 않고, 세부 전공 영역별 연구 주제의 구조와 질적 특성을 중심으로 재구성하여 제시하였다는 점에서 의의를 지닌다. 향후 연구에서는 본 연구에서 제시한 분류 기준과 분석 틀을 보다 정교화하고, 코딩 절차의 신뢰도 검증 및 텍스트 기반 질적 분석을 보완함으로써, 지속가능패션 연구 성과가 교육 현장에서 어떻게 전환·적용될 수 있는지를 실증적으로 검증할 필요가 있다. 이를 위해 의류학을 넘어 교육학, 환경학, 사회과학 등과의 학제 간 융합적 접근이 요구된다.

5. 결론 및 논의

본 연구는 2015년 1월부터 2025년 9월까지 국내 학술지에 게재된 지속가능패션 관련 연구 209편을 수집·분류하여 연도별 및 세부 영역별 연구 동향을 분석하였다. 이를 통해 국내 지속가능패션 연구의 축적 양상과 영역별 분포 특성을 구조적으로 파악하고자 하였으며, 주요 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 연구 분포는 디자인 119편(26.8%), 마케팅 98편(22.1%), 소재 68편(15.3%), 구성 52편(11.7%), 기타 84편(18.9%), 교육 23편(5.2%) 순으로 나타났다. 특히 2019년 이후 연구량이 확대되는 경향이 관찰되었으며, 2023-2024년에는 다수 범주에서 동시적으로 증가하는 양상이 확인되었다.

둘째, 연도별 분포를 종합하면 지속가능패션 연구는 제품·기술 중심 탐색이 두드러진 초기 단계(2015-2017), 소비·시장 중심 주제가 상대적으로 확대된 확장 단계(2018-2019), 정책·사회 실천 및 제도·담론 연구가 두드러진 성숙 단계(2020-2022), 여러 연구 영역이 동시에 확대되는 경향이 강화된 통합 단계

(2023-2024)로 요약될 수 있다. 다만 이러한 단계 구분은 논문 수 분포와 코딩 기준에 기반한 경향적 정리로서, 특정 사건·정책이 연구 증감을 직접적으로 유발했다고 단정하기보다는 동시적 연구 관심이 이동·확장된 흐름으로 이해하는 것이 타당하다.

셋째, 다수 연구가 복수 범주에 동시 포함되는 학제적 성격을 보였다. 이는 지속가능패션 연구가 단일 세부 전공의 관점만으로는 설명되기 어려운 융복합 주제이며, 기술적 영역(디자인·소재·구성)과 사회적 영역(마케팅·교육·기타)의 연계가 중요한 과제로 부상했음을 시사한다.

넷째, 교육 범주의 연구 비중(5.2%)은 다른 세부 영역에 비해 낮게 나타났다. 이는 산업·기술·사회적 연구 성과가 비교적 축적된 반면, 이러한 연구 성과를 교육 연구로 전환하여 체계적으로 논의한 연구는 제한적이었음을 보여준다. 다시 말해, 국내 연구 지형에서는 ‘무엇을 어떻게 지속가능하게 만들 것인가’에 대한 논의는 풍부한 반면, 이를 학습자 역량 및 행동 변화와 연결하는 교육 연구는 상대적으로 부족한 구조가 확인된다.

다섯째, ‘기타’ 범주(18.9%)에는 정책·제도 분석, ESG 및 지속가능경영 담론, 디지털 전환(메타버스·가상패션·플랫폼), 사회적 실천 및 윤리적 책임을 다룬 연구들이 주로 포함되었다. 이들 연구는 특정 세부 전공 범주에 귀속되기보다는 지속가능패션을 둘러싼 제도·기술·사회적 맥락을 다룬다는 공통점을 지닌다. ‘기타’ 범주의 상대적으로 높은 비중은 지속가능패션 연구가 제품 차원을 넘어 거시적 환경 및 사회적 담론으로 확장되고 있음을 보여주는 분포적 지표로 이해할 수 있다.

본 연구의 결과는 국내 지속가능패션 연구가 제품, 기술영역(디자인·소재·구성)과 시장, 사회영역(마케팅·기타)을 중심으로 빠르게 축적되어 왔음을 보여주며, 특히 2023~2024년에 여러 연구 영역이 동시에 확대되는 경향이 강화된 양상을 확인하였다. 이는 지속가능패션이 단일 문제(소재 대체, 업사이클링 등)로 환원되기보다, 생산·소비순환·제도·디지털 전환이 결합된 융복합 의제로 연구가 전개되고 있음을 시사한다.

한편, 교육 범주의 연구 비중이 상대적으로 낮게 나타났다는 점은 국내 지속가능패션 연구 지형에서 산업·기술·사회적 논의에 비해 교육 연구가 아직 충분히 축적되지 않았음을 보여준다. 즉, ‘무엇을 어떻게 지속가능하게 만들 것인가’에 대한 논의는 비교적 풍부한 반면, 이러한 연구 성과를 학습자 역량 및 행동 변화와 연결하여 체계적으로 논의한 연구는 제한적인 수준에 머물러 있는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 향후 지속가능패션 교육 연구가 독립적인 연구 영역으로 확장될 필요성을 분포적으로 뒷받침한다.

이러한 맥락에서 본 연구의 학문적 기여는 지속가능패션 연구를 의류학 세부 영역에 기반하여 구조화하고, 장기간(2015-2025.9)의 자료를 통해 영역별 연구 축적과 공백을 동시에 제시했다는 데 있다. 또한 ‘기타’ 및 ‘교육’ 범주를 포함함으로써, 지속가능패션 연구가 정책·제도, 디지털 전환, 사회적 담론, 그리고 교육 연구로 확장될 수 있는 가능성을 논의하기 위한 기초적 단서를 제공하였다는 점에서 의의를 지닌다. 비록 본 연

구는 구체적인 교육 프로그램이나 교수·학습 전략을 직접 제시하는 데 목적을 두지 않았으나, 영역별 연구 축적의 분포를 토대로 다음과 같은 교육적 논의를 위한 시사점을 제시할 수 있다.

첫째, 디자인·소재·구성 분야에서 축적된 연구는 업사이클링 설계, 소재 선택과 환경 영향, 수명 연장을 위한 구조 개선 등과 같이 교육 내용으로 재구성될 가능성을 시사한다. 또한, 마케팅 분야에서 축적된 연구는 가치소비, 지속가능 커뮤니케이션, 그린워싱 판별 등 비판적 사고 중심 교육 주제로 확장될 가능성을 시사한다. 다만 이는 동향 분석에 근거한 가능성 제시이며, 교육 효과는 후속 실증 연구를 통해 검증될 필요가 있다.

둘째, ‘기타’ 범주의 비중이 높다는 결과는 정책·제도·디지털 전환 및 사회적 담론이 지속가능패션 연구의 중요한 축으로 자리 잡고 있음을 보여준다. 따라서 교육 및 산업 현장에서도 제품 중심 접근과 더불어 제도·정보공시·플랫폼 환경·사회적 책임에 대한 이해를 함께 다루는 통합적 관점이 요구됨을 시사한다.

셋째, 향후 연구에서는 본 연구에서 제시한 코딩 기준을 기반으로 교육 범주를 보다 세분화한 내용 분석, 대표 연구 주제에 대한 질적 해석 강화, 텍스트 마이닝이나 의미 네트워크 분석과 같은 정량적 방법의 결합을 통해 지속가능패션 연구 흐름에 대한 설명력을 더욱 확장할 필요가 있다.

본 연구에는 다음과 같은 한계가 존재한다. 첫째, 국내 학술 데이터베이스 중심의 자료 수집으로 인해 국제 데이터베이스(Web of Science, Scopus 등)의 연구 성과를 충분히 포함하지 못하였다. 둘째, 2025년 자료가 9월까지로 제한되어 연도 전체의 연구 동향을 완전하게 대표하기에는 제약이 있다. 셋째, 제목·초록·키워드 기반 코딩표를 활용한 분류 방식은 연구 주제 분포를 구조적으로 파악하는 데에는 유용하나, 특정 연도의 증감에 대해 정책 변화나 사회적 사건과의 인과관계를 직접적으로 검증하는 데에는 한계가 있다. 넷째, 여섯 개 범주 분류는 연구를 체계화하는 데 기여하였으나, 디지털·AI·정책 등 교차주제의 세부 차이를 충분히 반영하지 못할 가능성도 존재한다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 국내 지속가능패션 연구를 의류학 세부 영역에 기반하여 장기간에 걸쳐 구조화하고, 영역별 연구 축적과 공백을 동시에 제시함으로써 향후 연구 및 교육적 논의를 위한 기초 자료를 제공했다는 점에서 의의를 지닌다. 향후 연구에서는 국제 비교 분석, 코딩 체계의 정교화, 그리고 교육 연구로의 확장을 통해 지속가능패션 연구가 교육과 실천으로 전환되는 경로를 보다 실증적으로 탐색할 필요가 있을 것이다.

References

- Barnes, L. (2013). Fashion marketing. *Textile Progress*, 45(2-3), 182-207. doi:10.1080/00405167.2013.868677
- Busalim, A., Fox, G., & Lynn, T. (2022). Consumer behavior in sustainable fashion: A systematic literature review and future

- research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 46(5), 1804-1828. doi:10.1111/ijcs.12794
- Cui, X., Lee, Y., & Lee, Y. (2022). Development of futurism fashion design based on 3D digital clothing technology. *The Research Journal of the Costume Culture*, 30(5), 732-751. doi:10.29049/rjcc.2022.30.5.732
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Guercini, S., Bernal, P. M., & Prentice, C. (2018). New marketing in fashion e-commerce. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(1), 1-8. doi:10.1080/20932685.2018.1407018
- Güney, S., Balcı, H., & Üçgül, İ. (2019). The effect of fabric structural geometry on thermal transfer performance in sportswear. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 711-717. doi:10.31590/ejosat.629477
- Kim, E. K. (2025). An analysis of fashion design department curricula in relation to structural changes in the fashion industry: Focusing on domestic four-year universities. *Journal of Design Innovation*, 15, 46-67. doi:10.23360/disu.2025.15.46
- Lee, S. H., & Kim, M. Y. (2006). The effects of corporate social responsibility on brand attachment and brand equity. *The Research Journal of the Costume Culture*, 14(4), 684-697.
- Lim, S. M., & Park, J. C. (2022). The effect of consumer perception to corporate ESG activities on corporate image: Focusing on the mediating effect of the reciprocity and trust. *The e-Business Studies*, 23(6), 319-339.
- Mazzitelli, M., Papile, F., & Del Curto, B. (2024). Materials selection and fashion design: Strengthening reflections on fibre's nature in fibres and textiles selection. *Discover Sustainability*, 5(1), 180. doi:10.1007/s43621-024-00294-3
- Ministry of Environment [MOE]. (2025, January 7). 2023년 지 정 폐기물 발생 및 처리 현황 [2023 national waste generation and treatment status]. *Ministry of Environment, Republic of Korea*. Retrieved April 10, 2026, from https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1478
- Neumann, H. L., Martínez, L. M., & Martínez, L. F. (2021). Sustainability efforts in the fast fashion industry: Consumer perception, trust and purchase intention. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(3), 571-590. doi:10.1108/SAMPJ-11-2019-0405
- Noh, J., & Wee, E. H. (2025). Sustainable fashion consumption education for adolescents based on the 2022 revised technology and home economics curriculum achievement standards. *Journal of Korean Home Economics Education*, 37(1), 1-21. doi:10.1007/s43621-024-00294-3
- Papadopoulou, M., Pappasolomou, I., & Thrassou, A. (2022). Exploring the level of sustainability awareness among consumers within the fast-fashion clothing industry: A dual business and consumer perspective. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 32(3), 350-375. doi:10.1108/CR-04-2021-0061
- Papasolomou, I., Melandhiou, Y., & Tsamouridis, A. (2023). The fast fashion vs environment debate: Consumers' level of awareness, feelings, and behaviour towards sustainability within the fast-fashion sector. *Journal of Marketing Communications*, 29(2), 191-209. doi:10.1080/13527266.2022.2154059
- Rognoli, V., Petreca, B., Pollini, B., & Saito, C. (2022). Materials biography as a tool for designers' exploration of bio-based and bio-fabricated materials for the sustainable fashion industry. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 18(1), 749-772. doi:10.1080/15487733.2022.2124740
- Siddiqui, U. A., & Jeon, E. (2017). Research trends in Fashion and Textiles Research Journal through quantitative informations. *Fashion & Textile Research Journal*, 19(1), 70-78. doi:10.5805/SFTI.2017.19.1.70
- The Korean Society of Clothing and Textiles [KSCT]. (2020). Research Ethics. *The Korean Society of Clothing and Textiles*. Retrieved April 10, 2026, from <https://www.kscet.or.kr/home>
- The Korean Society of Costume [KSC]. (n.d.). Journal of the Korean Society of Costume. *The Korean Society of Costume*. Retrieved April 10, 2026, from <https://ksc.or.kr/>
- The Society of Fashion & Textile Industry [SFTI]. (n.d.). Introduction of the Society. *The Society of Fashion & Textile Industry*. Retrieved April 10, 2026, from <https://sfti.or.kr/>
- UNESCO. (2017). Education for sustainable development goals: Learning objectives. *UNESCO*. Retrieved April 10, 2026, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444>
- Williams, A., & Hodges, N. (2022). Adolescent Generation Z and sustainable and responsible fashion consumption: Exploring the value-action gap. *Young Consumers*, 23(4), 651-666. doi:10.1108/YC-11-2021-1419
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Yang, H.-S., Lee, Y.-H., & Uh, M.-K. (2017). The development of convergence teaching-learning program for the clothing section of home economic education focused on up-cycling. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 19(2), 49-61.
- Zhang, B., Zhang, Y., & Zhou, P. (2021). Consumer attitude towards sustainability of fast fashion products in the UK. *Sustainability*, 13(4), 1646. doi:10.3390/su13041646

(Received December 2, 2025; 1st Revised December 23, 2025; 2nd Revised January 19, 2026; 3rd Revised February 12, 2026; 4th Revised March 6, 2026, 5th Revised March 23, 2026;

Accepted April 8, 2026)