

02

Solution

Part

단계적

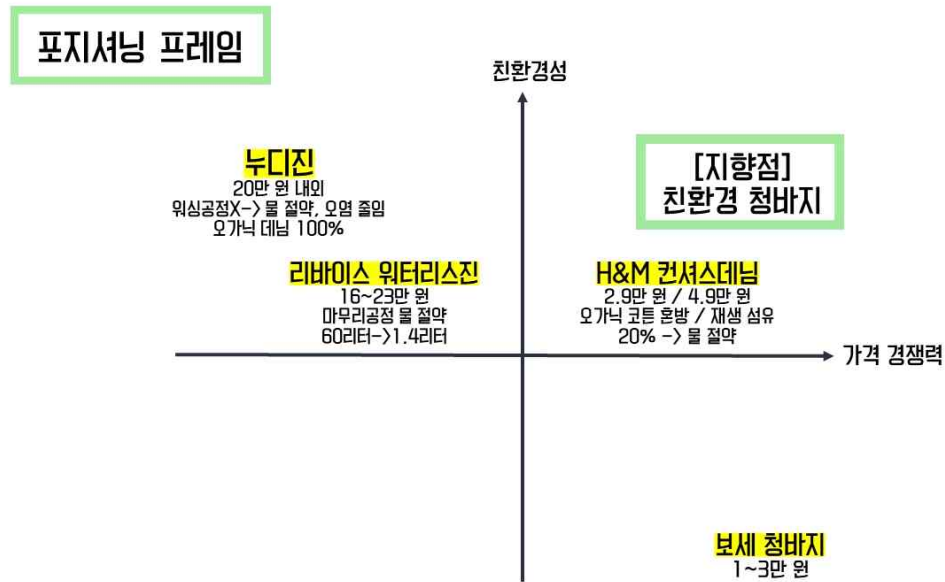
아이디어

구체화

그린토피아

step1. [솔루션 미션] 설정하기

① 기존 모델 스터디를 통한 지향점 구체화



1. 기존에 존재하는 모델들

가. 누디진

에코사이클 컨셉의 100% 오가닉 코튼을 사용하는 스웨덴 프리미엄 친환경 청바지 브랜드이다. 마음에 드는 청바지를 최대한 오래 입는 것을 가장 친환경적이라고 생각하여 '지속 가능한 청바지'를 표방하여 재활용 및 공정 무역, 공정 생산에 앞장서는 브랜드이다. 에코사이클 컨셉을 매장에서 설명하고 권장한다. 각자의 체형에 따라 워싱이 만들어지는 청바지를 선보이며 자신만의 청바지를 가질 수 있게 한다.

나. 리바이스 워터리스진

Levi's 501 청바지 전체 제품 사이클 중 3,000L 이상의 물이 사용된다. 49%가 목화 재배 시 사용되고, 45%는 고객이 청바지 세탁 시 사용된다. 그리고 6%는 청바지 제조 과정에서 사용된다. 마무리 공정(청바지가 세척기에서 세탁되고 말려지는 과정)에서 물을 덜 사용하는 청바지를 워터리스진으로 칭한다. 기존 42L 가량 소요되던 물의 양을 평균 28%, 최대 96%까지 절감해 2011년 첫 론칭부터 2014년까지 7억 7천 L 이상의 물을 절약하였다. 예전부터 오랫동안 입지를 다져온 패션브랜드인 만큼 환경을 생각하는 제품을 만드는 시도와 실행은 큰 파급력을 가져올 것이다. 이것이 리바이스가 가진 매력적인 강점이다. 그러나 이러한 장점을 가지고 있음에도 불구하고 가격이 만만치 않다는 것이 단점이다.

다. H&M 컨셔스 데님

바다 위에서 오랜 시간 떠돌아다니는 플라스틱병을 정제해 새로운 섬유로 만든 것을 바이오닉 양이라고 한다. 이 섬유를 이용해 청바지를 만든 것이 H&M의 컨셔스 데님이다. H&M은 쇼룸에서 2016년 컨셔스 익스클루시브(Conscious Exclusive) 컬렉션 프리뷰를 진행했다. 오가닉 실크와 헴프, 재생 리넨, 텐셀 혼방 소재, 재생 유리, 데님을 재활용해 환경을 생각하는 의상을 선보였다. 패스트 패션을 상징하는 H&M에서 친환경을 생각하는 컬렉션을 선보이는 것은 앞으로 SPA 브랜드도 환경을 생각해야함을 암시하는 행위로서 경각심을 느끼게 한다. 그럼에도 불구하고 패스트 패션의 선두주자로 SPA 브랜드임을 버리지 못하는 것이 단점이다.

라. 보세 청바지

저렴한 가격에 판매하는 보세 상점의 옷들은 빠른 패션 트렌드와 계절 회전율로 쉽게 사고 쉽게 버릴 수 있도록 한다. 이러한 옷에는 저렴하다는 장점이 있으나 이러한 가격 이면에는 수많은 노동착취와 환경오염이 숨어져 있다. 보세 청바지에서 소비자들의 쉬운 접근성과 저렴한 가격 경제성만을 강점으로 가져올 수 있다면 좋을 것이다.

2. 목표하는 지점

기존 청바지 제작 공정의 유해성을 알리고, 친환경 청바지가 현재 시장의 대안으로 자리 잡게 하는 것이 목표이다. 환경을 고려하지 않는 청바지 생산은 물남용과 수질오염을 가속화한다. 이런 생산을 친환경적으로 변화한다면 청바지로 인한 환경오염은 줄어들 것이다. 생산을 변화시키기 위한 솔루션을 고안하면서 처음에는 생산 공정의 변화 가능성을 알리는 것을, 이후에는 소비자의 힘을 통해 생산 공정의 변화를 유도하는 것을 목표로 설정했다.

먼저 첫 번째 목표인 생산의 변화 가능성을 알리는 것은 환경오염을 유발하는 기존의 생산공정을 친환경 공정으로 대체하여서 소비자, 생산자에게 알리고 그 임팩트로 친환경 공정이 확대되는 것을 의미한다. 현재 청바지 공정의 문제점은 '청바지를 생산하는 것'이 아닌 '친환경적인 공정이 가능함에도 환경오염을 유발하는 방식으로 청바지를 생산하는 것'이다. 친환경 워싱, 염색처럼 청바지를 친환경적으로 만들 수 있는 방법은 분명히 존재한다. 이 친환경 공정을 통해 생산된 청바지를 소비자에게 공개하고 그 '친환경'을 알린다면 생산공정의 변화 가능성을 발견할 수 있을 것이라 예상된다.

두 번째 소비자의 변화는 친환경 청바지 소비문화를 구축하여 그 임팩트로 생산 공정의 변화를 가져오는 것이다. 대다수의 소비자는 청바지가 환경에 악영향을 끼친다는 사실을 모르거나, 알고도 친환경 소비 대안을 접하기 어려워 실천을 하지 못한다고 판단했다. 우리는 이러한 '무지한 소비자'를 '똑똑한 소비자'로 양성하고자 한다. 정보 전달과 더불어 친환경 청바지 소비 대안책 마련, 청바지 오래 입기, 불필요한 청바지 소비 억제 등의 행동 지침을 익히게 한다면 환경을 고려한 소비문화가 확산될 것이다. 청바지 제작 기업은 '똑똑한 소비자'들에 응답하면서 친환경적인 생산을 하거나 생산 자체를 줄일 것으로 예상된다.

② 솔루션 미션 수립하기

앞서 목표하는 지점이 1)생산공정의 변화 가능성을 알리고 변화를 확산시키는 것에서 2) 소비자의 힘으로 생산 공정의 변화를 가져오는 것으로 변화하면서 솔루션 미션도 변경하게 되었다.

1. 첫 번째 솔루션 미션과 접근방법

가. 솔루션 미션

청바지 제작과정에서 목화재배, 염색, 워싱공정을 대체하여 친환경적인 청바지를 만들고 물 남용과 오염을 줄인다.

나. 접근방법 선택 이유

소비자와 시장에 청바지가 친환경적으로 만들어질 수 있다는 것과 그 공정을 알리기 위해서 청바지라는 제품을 접근방법으로 선택했다.

2. 두 번째 솔루션 미션과 접근방법

가. 솔루션 미션

청바지 생산에 있어서의 환경오염과, 이를 불필요하게 소비하는 것을 플랫폼, 편집샵을 통해 소비자에게 알려서 청바지 제작 시에 발생하는 물남용과 수질오염을 줄인다.

나. 접근방법 선택 이유

소비자에게 정보 제공이 가능하며, 소비자가 기존의 청바지가 아닌 다른 청바지를 구입하는 행동을 유도하는 방식으로 그 행동이 직접적으로 가능한 플랫폼과 편집샵을 접근 방법으로 선택했다.

step2. [솔루션 프로토타이핑]을 통한 솔루션 검증과정

1. Jean and Only

1. 솔루션 모델 구상									
실행 수단	<p>상품, 사이트</p> <p>친환경 목화, 염색, 워싱 등 흩어져있던 친환경 공정들을 연결하여 친환경적인 청바지를 제작한다. 만들어진 친환경 청바지는 클라우드 펀딩을 통해 홍보하고 판매한다. 친환경 공정은 사이트에 기재하여 복제되고 확산될 수 있게 한다.</p>								
수익 구조	<p>청바지 판매수익</p> <p>친환경 청바지를 만들고 판매한다.</p>								
그 외 모델에 대한 설명	<p>파트너-친환경 기술 보유</p>								
2. 검증 과정									
<p>솔루션 캔버스</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>사회 문제</th> <th>기존 대안</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>기존 청바지공정은 물남용, 오염을 유발하고, 대안책인 친환경 공정도 부분적으로 이루어진다.</p> </td> <td> <p>이스트인디고 - 천연염색</p> <p>누디진- 오가닉코튼, 워싱을 하지않음</p> <p>파타고니아- 오가닉코튼, 친환경염색, 유해한 워싱을 하지않음</p> <p>AGjeans- 오가닉코튼, 공정무역</p> </td> </tr> <tr> <th>솔루션</th> <th>경쟁 우위</th> </tr> <tr> <td> <p>친환경 청바지 제작 공정 모델 제시한다.</p> </td> <td> <p>친환경 제작공정을 다른 의류에 적용할 수 있다.</p> </td> </tr> </tbody> </table>		사회 문제	기존 대안	<p>기존 청바지공정은 물남용, 오염을 유발하고, 대안책인 친환경 공정도 부분적으로 이루어진다.</p>	<p>이스트인디고 - 천연염색</p> <p>누디진- 오가닉코튼, 워싱을 하지않음</p> <p>파타고니아- 오가닉코튼, 친환경염색, 유해한 워싱을 하지않음</p> <p>AGjeans- 오가닉코튼, 공정무역</p>	솔루션	경쟁 우위	<p>친환경 청바지 제작 공정 모델 제시한다.</p>	<p>친환경 제작공정을 다른 의류에 적용할 수 있다.</p>
사회 문제	기존 대안								
<p>기존 청바지공정은 물남용, 오염을 유발하고, 대안책인 친환경 공정도 부분적으로 이루어진다.</p>	<p>이스트인디고 - 천연염색</p> <p>누디진- 오가닉코튼, 워싱을 하지않음</p> <p>파타고니아- 오가닉코튼, 친환경염색, 유해한 워싱을 하지않음</p> <p>AGjeans- 오가닉코튼, 공정무역</p>								
솔루션	경쟁 우위								
<p>친환경 청바지 제작 공정 모델 제시한다.</p>	<p>친환경 제작공정을 다른 의류에 적용할 수 있다.</p>								

- 기존의 대안들은 부분적으로 친환경 공정을 도입한 모델들이었다. 그러나 친환경 목화(오가닉 코튼), 친환경 워싱 기법, 천연염색이 분명히 존재했기 때문에 이 공정들을 연결지어서 부분이 아닌 전체가 친환경적인 청바지를 만들고 그 공정을 알리는 솔루션을 고안했다.

고유 가치	파트너
<p>진앤온리 Jaen and only : 진리 (Jeanly) 더 나은 내일을 만드는 청바지 유일무이한 진리를 담다 진앤온리 My one and only jeans</p>	<p>친환경 목화 공급 파트너 친환경 염색, 워싱 기술 보유 파트너</p>

- 친환경 목화를 찾기 위해서 오가닉 코튼을 생산하는 곳에 연락하고, 국내에서 오가닉 코튼을 판매하는 가장 큰 회사인 케이준컴퍼니에도 연락해보았으나 데님원단으로 쓰일 수 있는 오가닉 코튼은 없었다. 후에 데님원단용 오가닉코튼을 판매하는 사이트를 찾았으나 이미 염색이 된 제품이 다수였다. 그러나 그 염색이 친환경적인 염색이 아니라는 것을 전화문의를 통해 확인했다.
- 친환경 염색을 알아보기 위해 다방면으로 연락을 해보았고 올드브라운이라는 회사와 연락이 닿아 방문했다. 올드브라운 대표님께서 오가닉 코튼에 대해 새로운 사실을 알려주셨고 이로 인해 이 솔루션을 다시 검토해보았다. (한계에서 자세히 설명) 이스트인디고는 쪽 염색을 통해서 데님제품을 만드는데 현재 천연 염색 청바지는 연구 중에 있다고 했다. 이를 통해 천연 염색의 가능성과 한계를 동시에 발견했다.
- 신진과 효경테크에서 친환경 워싱 기법을 개발했고 우리가 계획했던 청바지도 이런 기술을 도입하려고 했다. 그러나 앞선 목화와 염색에서 한계점을 발견하고 이 솔루션을 중단했기에 워싱은 구체적으로 알아보지 않았다.

주요 활동	핵심 지표
<p>공정 과정 정보 수집정리, 이 정보 복제가능하게 공유 청바지 클라우드 펀딩 홍보 페이지 및 자료 제작 (핵심 가치기반 스토리 구축) 리워드 굿즈 제작</p>	<p>클라우드 펀딩 달성 파트너 만족도(홍보효과) 정보 사용 빈도 (제출 서류를 통해 파악)</p>

제공 가치	세그먼트
<p>수혜자(우리 모두) : - 물 절약과 수질오염 개선으로 깨끗한 식수를 제공받을 수 있음. - 깨끗한 환경에서 살 권리를 보장받음,</p>	<p>소비자 : 소비를 통해 환경친화적인 행동을 하려는 사람 수혜자 : 물이 깨끗한 환경에서</p>

<p>수인성 질병이나 수질 오염의 피해로부터 자유로워진다.</p> <p>소비자 : 친환경적인 청바지를 살 수 있는 기회 제공, 친환경 소비를 위한 선택지 제공</p> <p>피고용자 : 없음</p> <p>파트너 : 조직 기술 홍보로 인한 매출 증가, 조직 인식 제고</p>	<p>삶을 지속할 권리가 있는 우리 모두</p> <p>피고용자 : 없음</p>
---	---

비용 구조	수익 구조
<p>친환경 청바지 제작비 (디자인, 재료비, 공정비용, 포장, 운송비용) 홍보비</p>	<p>클라우드 펀딩을 통한 선결제 비용</p>

3. 모델의 한계점

천연 염색의 가능성을 알아보기 위해 올드브라운에 방문했을 때 대표님께서 오가닉코튼에 대해 데스크리서치로 알기 어려운 정보를 알려주셨다. 오가닉코튼은 3년간 화학 비료를 사용하지 않은 토지에서 화학 비료를 사용하지 않은 목화재배를 의미한다. 화학 비료를 사용하지 않기 때문에 오가닉 코튼은 친환경적으로 의류를 만들기 위해 많이 사용하는 원단이다. 그렇기에 우리도 별다른 의심없이 오가닉코튼은 친환경적이라고 생각했고 기존 목화의 바람직한 대안이라고 여겼다. 그러나 올드브라운 대표님의 말씀과 추후에 찾은 정보에 따르면 오가닉 코튼은 다음과 같은 문제점을 갖고 있었다.

- 1) 오가닉코튼을 재배하기 위해선 일반 목화보다 10배의 경작지가 필요하고, 이는 엄청난 물 사용을 야기하게 된다.
- 2) 규제에 특정 농약이 정해져 있어서 그 외 다른 농약을 쓰면 규제에 걸리지 않는다.

위와 같은 문제로 인해 우리가 지향했던 '친환경'에 오가닉코튼은 적합하지 않았다. 오가닉코튼이 어떤 부분에서는 기존 목화보다 나은지는 몰라도, 우리가 문제로 설정한 '물남용'을 오가닉코튼은 해결하지 못했기 때문이다.

4. 재설계를 위한 피드백

오가닉코튼이 적합하지 않는다면, 다른 친환경적인 원단은 무엇이 가능할지 알아보아야 한다.

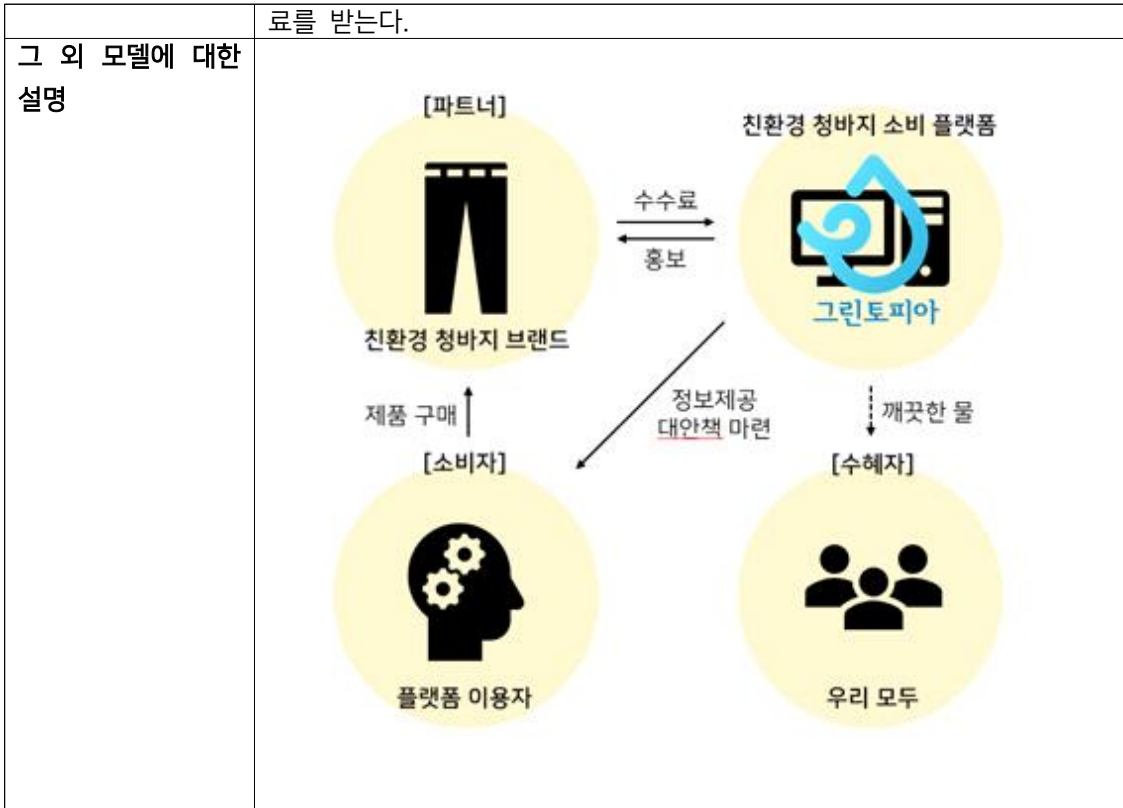
2. 이불솜 청바지

1. 솔루션 모델 구상

솔루션 설명	<p>위 솔루션과 모든 것이 동일하나 목화를 이불솜으로 대체한다는 점이 다르다.</p> <p>위 솔루션을 보완하기 위해 다른 친환경적인 원단에 무엇이 있을지 고민하다가 이불솜에 있는 천연 목화로 실을 짜서 데님원단을 만들 수 있는지 검증해보기로 했다.</p>
2. 검증 과정	
<p>1. 이불솜을 구할 수 있는가?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 천연목화로 만든 이불을 요즘엔 찾기 힘들지만, 분명히 아직 수요가 존재하고 천연 이불솜을 판매하고 이불을 만드는 곳도 있었다. 또한 사용하지 않고 보관하고 있던 오래된 목화솜을 우리가 청바지로 만들고 이불솜을 기증하는 사람에게 특별한 리워드를 주는 방식이라면 가능할 것이라고 생각했다. <p>2. 이불솜으로 실을 뽑아 옷의 원단을 만들 수 있는가?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이론적으로 가능한 이야기이다. 현실적으로도 실현가능한지 확인하기 위해 여러 방직 회사에 전화해 본 결과 불가능하다는 답변과 가능은 하겠지만 취급하지 않는다는 답변을 들었다. - 오랫동안 방치된 이불솜은 위생적이지 않다는 자료를 발견했다. 솜 복원과 소독을 거치기 위해선 기존 청바지 생산방식대로 화학약품을 처리해서 방직을 해야한다는 점도 알게되었다. <p>3. 가능한 파트너</p> <ul style="list-style-type: none"> - 양주 메루지협동조합에 문의해본 결과 긍정적인 답변과 함께 방문해서 함께 논의해보면 좋겠다는 적극적인 반응이 있었다. 	
3. 모델의 한계점	
<p>이불솜으로 실을 뽑아 원단을 만드는 것의 가능성이 불가능에 가까웠다. 또한 우리가 생산을 함으로써 불필요한 자원을 쓰고, 환경을 오염시키는 행동을 하는 것은 아닌지 되돌아보게 되었다. 이후, 생산만을 고집하지 않고 다른 방안을 찾아보기로 했다.</p>	
4. 재설계를 위한 피드백	
<p>청바지 문제는 과도한 생산, 무분별한 소비로 인해서 일어난다. 우리는 생산을 통해서 문제를 해결하려고 했으나, 생산이 변하기 위해선 근본적으로 소비문화의 변화가 필수적이라는 사실이 되짚었다. 따라서 소비자의 인식을 깨우고, 문제해결을 위한 행동을 제시하는 솔루션을 설계하기로 했다.</p>	

3. 친환경 청바지 소비 플랫폼

1. 솔루션 모델 구상	
실현 수단	<p>온라인, 플랫폼</p> <p>소비자들에게 청바지의 유해성과 더불어 친환경 소비 3단계 지침(1단계: 친환경 청바지 구매, 2단계: 청바지 오래 입기, 3단계: 청바지 꼭 필요 시 구매)을 소개하고 그 중 1단계인 친환경 청바지 판매처를 추천한다.</p>
수익 구조	<p>수수료</p> <p>플랫폼에 친환경 청바지 브랜드들을 입점하게 하고 홍보해주어 수수</p>



2. 검증 과정

사회 문제	기존 대안
<p>소비자들이 물남용, 수질오염을 일으키는 청바지를 환경적 의식 없이 소비한다.</p>	<p>브랜드별 온라인 판매처에서 소비가 이루어지는 형태</p>

사회 문제	기존 대안
<p>소비자들이 물남용, 수질오염을 일으키는 청바지를 환경적 의식 없이 소비한다.</p>	<p>브랜드별 온라인 판매처에서 소비가 이루어지는 형태</p>

고유 가치	파트너
	친환경 청바지 브랜드

주요 활동	핵심 지표
<ul style="list-style-type: none"> - 청바지 유해성 정보 전달 - 친환경 청바지 소비 3단계 행동 지침 소개 <ul style="list-style-type: none"> 1단계 : 친환경 청바지 구매 2단계 : 청바지 오래입기 3단계 : 청바지 꼭 필요 시 구매 - 친환경 청바지 판매처 제시 	플랫폼 가입자 수

- 파트너 설정 시 문제로 삼았던 청바지 공정들(목화 재배, 염색, 워싱)이 모두 친환경인 브랜드를 써야 할지 일부 공정만 친환경적인 브랜드를 써야 할지 고민이 되었다. (여기서 친환경이란 기존보다 물남용이나 수질오염이 덜 일어나는 과정을 뜻한다.) 모든 공정이 친환경인 브랜드는 없다고 판단해, 부분 친환경적인 브랜드를 파트너로 설정하고 그들이 어떤 공정에서 얼마나 친환경적인 효과를 거뒀는지 소개하기로 결정했다.

제공 가치	세그먼트
<p style="text-align: center;">수혜자 :</p> <p>물 절약과 수질오염 개선으로 깨끗한 식수를 제공받을 수 있다.</p> <p>깨끗한 환경에서 살 권리를 보장받음, 수인성 질병이나 수질오염의 피해로부터 자유로워진다.</p> <p>소비자 : 친환경 청바지 소비 선택지 제공</p> <p style="text-align: center;">피고용자 : X</p> <p>파트너 : 브랜드 홍보 효과로 인한 매출 증가</p>	<p style="text-align: center;">수혜자 : 물이 깨끗한 환경에서 삶을 지속할 권리가 있는 우리 모두</p> <p style="text-align: center;">소비자 : 친환경 소비 의식은 있지만 실천을 하지 못하는 사람</p> <p style="text-align: center;">피고용자 : 없음</p>

비용 구조	수익 구조
플랫폼 유지비 홍보 비용	입점 브랜드 수수료

3. 모델의 한계점

친환경 청바지 브랜드를 한눈에 보고 구매할 수 있다는 장점이 있지만 소비를 장려하게 되는 한계가 있었다. 환경적 의식 없이 소비하는 태도를 해결하기에는 부족한 솔루션이었다. 또한 모델을 친환경 청바지, 온라인으로 한정했기 때문에 환경과 청바지에 동시에 관심 있는 소비자들만 참여할 가능성이 있었다. 소비층이 매우 좁혀지기 때문에 친환경 청바지 소비문화를 임팩트로 이끌기에 한계가 있는 모델이었다.

4. 재설계를 위한 피드백

실현 수단인 온라인의 적합성을 재검토하고, 친환경 소비 문화의 확산을 위한 소비층을 다시 고려해야 한다. 또한 소비를 장려하지 않는 방향으로 모델을 설정한다.

4. 친환경 청바지 편집샵

1. 솔루션 모델 구상	
실현 수단	공간 친환경 데님 브랜드를 모아 편집샵을 구성한다. 편집샵 내부에 청바지의 유해성에 대한 정보를 시각적으로 구성하고 친환경 소비에 대한 지침들을 알린다.
수익 구조	수수료, 판매수익 편집샵에 브랜드들을 입점하게 하여 수수료를 받고 GOODS(굿즈)를 판매한다.
그 외 모델에 대한 설명	



2. 검증 과정

<p>사회 문제</p> <p>소비자들이 물남용, 수질오염을 일으키는 청바지를 환경적 의식 없이 소비한다.</p>	<p>기존 대안</p> <p>나우 - 친환경 소재 의류 편집샵 셀렉온 - 데님 편집샵(누디진 입점) 지유샵 - 데님 SPA 편집샵</p>
<p>솔루션</p> <p>친환경 청바지 판매처들을 모아 놓은 편집샵</p>	<p>경쟁 우위</p> <p>친환경 청바지들을 한눈에 보고 구매할 수 있다.</p>
<p>고유 가치</p> <p>친환경 + 청바지 + 편집샵</p>	<p>파트너</p> <p>친환경 청바지 및 데님 브랜드</p>

- 친환경 의류 편집샵이나 일반 데님 편집샵은 있으나 '친환경 데님 편집샵'은 없었다. 최초의 친환경 데님 편집샵을 만들 가능성이 보였다. 또한 이전 플랫폼에서 가졌던 한계 중 '청바지'에 국한되지 않은 데님 제품으로 대상을 확장했으며 온라인이 아닌 오프라인 매장을 구성해 유연성이 가미되어 더 많은 소비층이 참여할 수 있게 설정했다.

주요 활동	핵심 지표
<ul style="list-style-type: none"> - 청바지 유해성 정보 전달 - 친환경 청바지 소비 3단계 행동 지침 소개(친환경 청바지 구매, 청바지 오래입기, 청바지 꼭 필요 시 구매) - 친환경 청바지 판매처 제시 - 제품 구매 시 환경 단체에 기부 - 친환경 소비 의식 실천 독려 굿즈 판매 	<p>편집샵 매출 총 기부 금액</p>

- 소비자들에게 손쉬운 기부를 통해 환경 되살리기에 기여하는 가치를 제공한다. 또한 소비절제를 장려하는 문구를 홍보함으로써 기존 플랫폼의 소비 장려 문제를 해결한다.

제공 가치	세그먼트
<p>수혜자: 물 절약과 수질오염 개선으로 깨끗한 식수를 제공받을 수 있다. 깨끗한 환경에서 살 권리를 보장받음, 수인성 질병이나 수질오염의 피해로부터 자유로워진다.</p> <p>소비자: 친환경 청바지 소비 선택지 제공, 소비자의 알 권리 충족</p> <p>피고용자: X</p> <p>파트너: 브랜드 홍보 효과로 인한 이미지 제고</p>	<p>수혜자: 물이 깨끗한 환경에서 삶을 지속할 권리가 있는 우리 모두</p> <p>소비자: 무지한 소비자</p> <ul style="list-style-type: none"> - 친환경 소비 의식은 있으나 방법을 모르는 소비자 - 청바지 공정의 유해성 자체에 대해 모르는 소비자 <p>피고용자: 없음</p>

비용 구조	수익 구조
편집샵 공간 대여비 전시 비용 홍보 비용 굿즈 제작 비용	입점 브랜드 수수료

3. 모델의 한계점

소비절제를 권유하기 때문에 파트너의 제품 소비가 편집샵을 통해 잘 이루어지 않을 가능성이 있다. 재고가 남기 때문에 파트너에게 큰 메리트를 주지 못한다. 또한 디자인 보다 환경적인 요소를 강조하여 판매를 하더라도 편집샵 내에서 디자인과 가격만을 보고 소비를 한다면 편집샵을 통해 친환경 소비문화의 확산이 이루어지지 않을 수 있다.

편집샵은 위치 선정이 중요하지만 목이 좋은 자리는 공간 대여비가 많이 든다. 그 외 들어가는 비용이 씨드머니를 초과해 실현가능성에 의문이 든다.

4. 재설계를 위한 피드백

청바지 유해성과 친환경 청바지 대안책에 대한 정보 전달에서, 소비자들이 이를 어떻게 받아들이고 친환경 소비 액션으로 자발적으로 이어나가게 될지 고민이 필요하다.

파트너에게 돌아갈 가치를 확실하고 도움이 되는 방향으로 설정해야 한다.

step3. Solution Part 정리하기

① Solution Part 보고서 요약

1. 해결하고자 하는 사회문제

청바지 제작 공정은 물 남용과 수질오염을 발생시킨다. 원료인 목화를 생산하는 것에서부터 염색 공정, 워싱공정까지 한 벌의 청바지 생산을 위해 약 7천리터 이상의 물이 사용된다. 목화 재배 시 지구에서 사용되는 전체 농약의 25% 정도가 들어갈 정도로 많은 양이 사용된다. 이는 곧 목화가 재배되는 토양오염과, 농약이 인근 강가로 흘러 들어가거나 지하수로 침투 하는 등 수질오염을 의미한다.

또한, 청바지의 주 원료인 '합성인디고'염료는 물에 용해되지 않는다. 때문에 염색 공정 이후 정화해서 방출되는 물은 색소만 정화된 상태이다. 결국 분해되지 않은 인디고 입자는 마치 미세 플라스틱처럼 물에 포함된 상태로 지구 전체를 떠돌고 있다.

2. 솔루션 모델과 한계

가. Jaen and Only, 이불 솜 청바지

100%에 가까운 친환경 청바지 존재 가능성을 입증하기 위해 친환경 인디고 염료, 친환경 코튼 등을 판매하는 이해관계자와 협력하여 친환경 청바지를 제작하고자 했다. 그러나 생산을 통해 '청바지'의 문제점을 알리고자 했으나 또 다른 생산을 통한 솔루션으로 문제점보다는 제품 자체에만 초점이 맞춰질 수 있다. 이는 청바지로 인해 발생하는 환경오염을 조금이나마 줄이고자 했던 팀의 방향성과 상충되는 모델에 해당한다. 더불어 우리가 친환경적으로 생산을 하여 공정을 알리고 확산시키는 솔루션을 낸다 하더라도 그 임팩트로 소비문화의 변화가 따라 올 수 없다.

나. 친환경 청바지 소비 플랫폼, 친환경 청바지 편집샵

친환경 의류에 대한 노출 빈도 자체가 낮은 현실에 대한 대안책으로 소비 플랫폼과 친환경 청바지 편집샵 모델을 설정했다. 기존에 판매되고 있는 청바지에 비해 친환경적으로 제작된 의류를 알리는 한편, '청바지 유해성'정보 전달을 목적으로 운영하고자 했다. 그러나 본 모델 역시 가항의 '친환경 청바지 제작' 솔루션과 마찬가지로 대안 소비에서 그치는 것이 아니라 '친환경 소비'라는 또 다른 소비문화를 조장하게 될 수 있다는 모순점이 있다. 만일 필요에 의한 소비를 권장한다 하더라도 팀이 목표하는 최종적인 지향점 즉, 소비자가 친환경 청바지의 필요성을 인지하고 소비를 할지에 대한 검증이 사실상 불가능했다.

3. 문제의식

"청바지 제작 과정에서 발생하는 수질오염과 물 남용이 환경오염을 야기한다."라는 문제정의로 시작해 청바지, 나아가 의류 생산으로 인한 수질오염과 물 남용을 줄일 수 있는 방안

을 강구하기 시작했다. 팀은 이 과정에서 다음 두 가지 문제의식을 가지고 솔루션을 도출하고자 했다.

첫째, 솔루션이 당장은 눈에 띄는 결과를 도출하지 못하더라도 궁극적으로 목표하는 지점을 해결할 수 있다는 가능성을 확보해야 한다.

둘째, 솔루션이 또 다른 소비문화를 조장하거나, 불필요한 생산 소비를 해서는 안된다.

위 두 가지 목표지점을 가지고 솔루션을 도출하고자 했으나, 적합한 모델을 찾지 못했다.

4. 솔루션 대안 모델 설명

1) 서론 : 청바지 문제 복기해보다.

청바지를 비롯한 환경 문제를 해결하기 위해서 단 한가지 솔루션을 도출하는 것도 분명 의미있는 일이다. 예를들어 바다에서 해초로 자연 분해되는 플라스틱을 개발하는 일은 늘어나는 바다쓰레기를 줄일 수 있을 뿐 아니라, 섭취하고 고통받는 생물들을 보호 할 수 있다.

우리팀 역시 근본적인 문제의 뿌리 자체는 뾰지 못할지라도 청바지로 인한 환경문제를 해결할 수 있는 혁신적인 모델을 생각하고자 계속 모델을 생각하고 또 생각했다.

그러나 어떤 솔루션도 팀이 인식한 문제를 해결 할 수 있는 첫 걸음이라고 생각되지 않았다. 모든 열정과 에너지를 소진할 정도로 달려왔지만 청바지 문제는 아직도 안개 속에 있는 것만 같았다.

본 보고서를 작성하면서 그동안 걸어온 길을 천천히 복기할 수 있었고, 다시금 생각해보니 문제의 실마리를 발견할 수 있었다. 환경 문제는 복잡적이고 지구를 떠나지 않는 한 모든 사람들이 경험하게 될 문제이기도 하다. 그렇기 때문에 가령 청바지 생산공정의 변화와 같이 특정영역에서의 변화 뿐만 아니라 소비자의 인식, 행동의 변화 등 다양한 측면에서 변화가 요구된다.

앞서 예시로 든 생분해 플라스틱이 주목을 받고, 사용될 수 있었던 것은 '플라스틱 쓰레기'에 대한 전인류적 공감대가 있었기 때문이다.

반면, 청바지로 인한 환경오염 문제는 아직 플라스틱쓰레기 만큼의 대중적 인식과 공감대가 형성되지 않았다. 그린토피아 팀은 지난 시간 한 가지 솔루션을 통해 인식과 행동 사회적 분위기까지 모두 변화하는 것을 목표로 했기에 명확한 답을 찾지 못했다.

2) 현자들이 모여 바꾸는 세상

앞선 '청바지 문제 복기'를 통해 그린토피아 팀은 '청바지 생산 공정에서 발생하는 수질오염과 물 낭용 문제 해결의 실마리로 대중적 공감대와 인식이 우선적이라는 사실을 알아낼 수 있었다. 먼저 공감대가 형성되고 난 후에 각자의 위치에서 현명한 사람들이 문제를 해결하기 위한 노력을 해야만 전 지구적 차원에서 복잡하게 얽힌 문제에 다가갈 수 있을 것이라 생각한다.

소셜섹터에서 일하는 사람은 근본적인 문제를 조금 더 고민하고 친환경 청바지 비즈니스 모델을 고안 하고, 청바지 생산자는 친환경 공정을 채택하고, 소비자는 친환경 청바지를 파는 기업을 찾아볼 것이다. 혹은 청바지를 불매하는 사람이 생겨날 수도 있다. 우리는 이처럼 각자가 문제를 고민하고 그에 따라 각자가 찾은 답을 실천할 수 있는 '문화'를 만들기 위해 첫 단계로 청바지 문제를 대중에게 알리기로 했다.

3) 최고의 친환경 청바지를 찾아 떠나는 2달간의 환경 여행 : 그린토피아를 찾아서

먼저, 정보를 전달하는 방식에는 글, 영상, 대화 등 수 많은 방식이 있고 내용에 따라 적합한 방식 역시 천차만별이라 생각한다. 따라서 팀이 생각한 방식이 가장 적합한 방식이 아닐 수도 있음을 밝힌다.

그린토피아 팀은 지난 시간 '청바지 문제'를 고민하고, 정보를 찾으며 수 많은 사람들과 인터뷰를 했다. 이 과정에서 팀원 스스로가 문제에 대한 깊은 공감을 하고 친환경적 행동을 하기 위한 출발을 할 수 있었다. 때문에, 다른 방법보다는 우리가 했던 경험과 방식을 공유하는 것을 가장 잘 할 수 있다고 생각했다. 우리는 다음과 같은 지점이 있었기에 '친환경 청바지'에 대한 우리 스스로의 인식이 변화했음을 발견할 수 있었다.

1. 혼자가 아닌 팀원들과 연대하고 소통하며 문제에 다가간다는 느낌을 받았다.

-> 소통하며 정보를 찾아야 한다.

2. 일회적이지 않고 5개월간 계속하여 고민했다.

-> P파트를 고민했던 최소 60일의 시간이 있어야 문제에 대해 조금이나마 공감을 할 수 있다.

3. 스스로 능동적인 고민이 필요하다.

-> 단순히 정보를 전달받는 것이 아니라 내가 있는 위치에서 어떤 실천을 할 수 있을지 능동적으로 설계하고 실천하는 시간이 필요하다.

위 세가지 기준에 따라 그린토피아 팀은 카카오톡 옐로 아이디를 통해 10편의 '그린토피아를 찾아 떠나는 여행'이라는 카드뉴스를 일주일에 2회 전달하기로 했다. 또한, 단순히 전달받는 것이 아니라 스스로 고민하고 실천 할 수 있는 질문과 SNS테그를 통해 참여자들간의 소통을 할 수 있도록 할 예정이다.

* 시간의 부족으로 최종 솔루션을 찾지 못했으며, 카드뉴스 역시 정보전달의 한 가지 수단에 불과하다. 최종 솔루션을 찾지 못했기 때문에 Test Part보고서는 작성하지 못했다.

참 고 문 헌

-강유빈, "난민 아이 착취로 내 옷이, 충격에 빠진 영국", 한국일보, 2016. 10.24

-강석기, "청바지 파란색 인디고, 녹색으로 거듭날 수 있을까?", 동아사이언스, 2018.01.23

- 김민아외 5명, "염색폐수가 환경에 미치는 영향", 2005
- 김은영, "한벌 제작에 7000L 물? 청바지의 진실", 조선비즈, 2017.05.02
- 경향신문, 손제민, 플린트 식수 중금속 오염 사태, 2016.01.25,
- 국가기록원, 수돗물 오염파동
- 기상청 기자단 한예지, 네이버 블로그, 물부족 문제와 기후변화, 어떤 관계인가?, 2016.11.1
- 네이버 지식백과, water-bloom
- 레이철 루이스 스나이더, "블루진, 세계 경제를 입다.", 부키, 2009
- 리서치페이퍼 블로그, 플라스틱 폐기물, 물고기가 먹도록 돌 것인가, 2017.08.21
- 박정아, 부산 해양관광 실태 및 해양오염과해양관광의 관계에 관한 연구: 지역주민을 대상으로
- 비상학습백과 중학교 사회 ②, 비상교육
- 여성신문, 생산자.소비자 함께 해야 토종씨앗 살린다. 2018.03.14
- 이성규, 신재생에너지, 무엇이 문제일까, 2011.03.29
- 이우수, "청바지 제조사들, 우린 멕시코로", 한국일보, 2016.10.25
- 에어코리아, 대기오염물질
- 에코피스아시아 사무처장 이태일, 사막화 확산을 막는 일은 왜 중요한가?, 2017.06.17
- 에너지 경제, 지구온난화로 이산화탄소 농도 높아지면 쌀 영양분 감소, 2018.06.28
- 에코라벨을 획득한 데님 가공기술 중, Global Industry analysts, Inc. 통계자료.
- 이연지, 엄소희, "업사이클 데님 패션 특성 및 디자인 개발 연구, 강릉원주대학교 패션디자인학과, 2018. 05
- 연합뉴스, 전 세계 3억명 식수 오염 노출 매년 340만명 사망, 2016.08.31
- 유신재, "베이직하우스 청바지 발암물질 3배 검출", 한겨레, 2013.10.28
- 유신재, "색 뺐다 물들였다. 우연의 멧에 깃든 독성". 한겨레, 2013.11.05
- 재미있는 환경 이야기, 2013. 8. 12. 가나출판사
- 지구과학산책, Air pollution - 최악의 생존 위협으로 다가오는
- 조선pub, 지구 온난화로 인해 확산될 수 있는 5가지 대표 질병들, 2017. 06. 27.
- 정재영, "소녀가 만든 청바지는 누가 입고 있을까요?", 세계일보, 2016.11.30
- 정유선, "환경 컨트롤타워 없어 구멍 뚫린 산업폐수 불법방류, 환경데일리, 2017.11.21
- 조철기, "일곱 가지 상품으로 읽는 중형무진 세계지리", 서해문집, 2017.
- 최미랑 기자, 방글라데시 '라나플라자' 의류공장 붕괴사고,3년만에 책임자들 기소, 2016.07.19
- 세계참치의날, 그린피스 블로그 '참치, 어디까지 알고 있나요?', 2011.03.29
- 사회복지학사전, 2009. 8. 15., Blue Fish, 네이버 지식백과
- 사이언스 어드밴스드
- 생태통로 있어도 로드킬 난다 해법은 역시 '맞춤형', 2017.11.4.

- 키즈현대 블로그, 2011.03.29
- 환경부, 미세먼지 종합대책
- 환경부, 2017 야생동물 실태 조사
- 한국산업안전보건공단, 업종별위험성 평가 모델, 염색가공업
- "Breathless for Blue Jeans Health hazards in China's denim Factories, 2013
- Chip Bergh, "리바이 스트라우스 CEO, 상징적인 브랜드를 다시 성장으로 이끄는 법",
- EBS 하나뿐인 지구, "우리가 청바지를 입는다는 것은"2016.03.18
- GS 칼텍스, 기후변화의 모든 것
- Harvard Business Review, 2018.07
- Molles Jr, 김재근 옮김 생태학-개념과 적용, 라이프사이언스
- Mozaffor Hosen Sohel, "Cotton Production for Denim Manufacturing, Jexile Chapter
- Dominique Muller of the Clean Clothes Campaign,
- River Blue, 2016
- Robert Lim, "How Can Jeans Cost \$20? - Beneath the Surface", Heddels, 2016. 07.21
- Isha Chitnis, "Your Blue Jeans Are Killing Asia's Rivers, YKA, 2018. 04. 17
- sbs뉴스, 먹는 딸기의 90%국산 로열티 절감에 수출까지, 2015.12.10,
- Tara Hackett, "A Comparative Life Cycle Assessment of Denim Jeans and a Cotton
- T-Shirt: The Production of Fast Fashion Essential Items From Cradle to Gate, UKnowledge, 2015
- Water footprint 네트워크가 밝힌 물 발자국 자료 중 염 안료 청정생산 현황 보고서
- Water footprint network, Global average virtual water content of some selected consumer products.
- 에코라벨을 획득한 데님 가공기술 중, Global Industry analysts, Inc. 통계자료.
- Mozaffor Hosen Sohel, "Cotton Production for Denim Manufacturing, Jexile Chapter
- 이연지, 엄소희, "업사이클 데님 패션 특성 및 디자인 개발 연구, 강릉원주대학교 패션디자인학과, 2018. 05
- Water footprint network, Global average virtual water content of some selected consumer products.
- 레이철 루이스 스나이더, "블루진, 세계 경제를 입다.", 부키, 2009
- EBS 하나뿐인 지구, "우리가 청바지를 입는다는 것은"2016.03.18
- 유신재, "베이직하우스 청바지 발암물질 3배 검출", 한겨레, 2013.10.28
- 강석기, "청바지 파란색 인디고, 녹색으로 거듭날 수 있을까?", 동아사이언스, 2018.01.23
- Chip Bergh, "리바이 스트라우스 CEO, 상징적인 브랜드를 다시 성장으로 이끄는 법", Harvard Business Review, 2018.07
- Tara Hackett, "A Comparative Life Cycle Assessment of Denim Jeans and a Cotton - T-Shirt: The Production of Fast Fashion Essential Items From Cradle to Gate, UKnowledge, 2015
- Dominique Muller of the Clean Clothes Campaign, "Breathless for Blue Jeans Health hazards in China's denim Factories, 2013

- Isha Chitnis, "Your Blue Jeans Are Killing Asia's Rivers, YKA, 2018. 04. 17
- 한국산업안전보건공단, 업종별위험성 평가 모델, 염색가공업
- River Blue, 2016
- 이우수, "청바지 제조사들, 우린 멕시코로", 한국일보, 2016.10.25
- 정재영, "소녀가 만든 청바지는 누가 입고 있을까요?", 세계일보, 2016.11.30
- Robert Lim, "How Can Jeans Cost \$20? - Beneath the Surface", Heddels, 2016. 07.21
- 강유빈, "난민 아이 착취로 내 옷이, 충격에 빠진 영국", 한국일보, 2016. 10.24
- Water footprint 네트워크가 밝힌 물 발자국 자료 중
- 염 안료 청정생산 현황 보고서
- 김민아외 5명, "염색폐수가 환경에 미치는 영향", 2005
- 정유선, "환경 컨트롤타워 없어 구멍 뚫린 산업폐수 불법방류, 환경데일리, 2017.11.21
- 김은영, "한벌 제작에 7000L 물? 청바지의 진실", 조선비즈, 2017.05.02
- 조철기, "일곱 가지 상품으로 읽는 중형무진 세계지리", 서해문집, 2017.
- 유신재, "색 뺐다 물들였다. 우연의 멧에 깃든 독성". 한겨레, 2013.11.05