

공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발 연구

Development of Fashion Design Content Based on Local Specialties Using Public Data

주 저 자 : 이송희 (Lee, Songhee)

경민대학교 자유전공학과 조교수

교 신 저 자 : 윤세나 (Yoon, Se Na)

세종대학교 융합예술대학원 문화예술산업학과 겸임교수
sssn34@gmail.com

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2026.3.296>

접수일 2026. 08. 19. / 심사완료일 2026. 09. 14. / 게재확정일 2026. 09. 16. / 게재일 2026. 09. 30.

Abstract

This study aims to derive fashion design elements from the characteristics of local specialties using public data and to develop generative AI-based fashion design content. Data were collected and analyzed using the Geographical Indication (GI) registration data provided by the National Agricultural Products Quality Management Service (NAQS), the Public Data Portal, the Korean Statistical Information Service (KOSIS), the Korea Tourism Organization (KTO), and the Korea Heritage Service (KHS). Among the registered local specialties, Jeju Hallabong, Boseong Green Tea, Yeongdong Grapes, and Hoengseong Hanwoo were selected based on their strong regional identity, visual and cultural characteristics, and suitability for application in fashion design. The characteristics of the selected local specialties were classified into six categories—color, form, texture, pattern, symbolism, and storytelling. Generative AI prompts incorporating these characteristics were then designed to develop textile prints, fashion items, and fashion illustrations of complete looks. The results confirmed that local specialties, as multifaceted resources encompassing natural environments, production cultures, and historical significance, have the potential to be developed into fashion design content. This study is significant because it demonstrates the potential of public data for design applications. The findings are expected to provide foundational material for regional branding and the revitalization of the tourism, cultural, and fashion industries.

Keyword

Public Data(공공데이터), Local Specialties(지역특산물), Generative AI(생성형 AI), Fashion Design Content(패션디자인 콘텐츠), Local Branding(로컬브랜딩)

요약

본 연구는 공공데이터를 활용하여 지역특산물의 특성을 패션디자인 요소로 도출하고, 생성형 AI 기반 패션디자인 콘텐츠를 개발하는 데 목적이 있다. 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보와 공공데이터포털, 국가통계포털, 한 국관광공사 및 국가유산청 자료를 분석하고, 지역적 대표성과 시각·문화적 특성, 디자인 전개 적합성을 고려하여 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도, 황성 한우를 선정하였다. 각 특산물의 특성을 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링으로 구분하고, 이를 반영한 생성형 AI 프롬프트를 설계하여 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 착장 일러 스트레이션을 개발하였다. 연구 결과, 특산물은 자연환경과 생산문화, 역사적 의미를 포함하는 복합 자원으로서 패션 디자인 콘텐츠로 확장될 수 있음을 확인하였다. 본 연구는 공공데이터 기반의 디자인 활용 가능성을 구체화하였다는 데 의의가 있으며, 지역브랜드 구축과 관광·문화·패션산업 활성화를 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

목차

1. 서론

2. 이론적 배경

- 2-1. 공공데이터 활용
- 2-2. 지역특산물과 지리적표시제도
- 2-3. 로컬브랜딩과 지역정체성
- 2-4. 생성형 AI를 활용한 패션디자인 콘텐츠 개발

3. 공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발 과정

- 3-1. 자료 수집 및 대표 지역특산물 선정
- 3-2. 지역특산물의 특성을 반영한 패션디자인 요소
- 3-3. 생성형 AI 프롬프트 설계 및 패션디자인 콘텐츠 개발 과정

4. 공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발

- 4-1. 제주 한라봉 패션디자인 콘텐츠
- 4-2. 보성 녹차 패션디자인 콘텐츠
- 4-3. 영동 포도 패션디자인 콘텐츠
- 4-4. 황성 한우 패션디자인 콘텐츠

1. 서론

지역특산물(Regional Specialty Products)은 지역 고유의 자연환경과 문화, 역사적 배경을 기반으로 단순한 농산물이나 식품을 넘어 지역의 정체성과 브랜드가치를 상징하는 중요한 지역자원으로 인식되고 있다. 최근 지방소멸과 지역경제 침체가 사회적 문제로 대두되면서 지역의 고유 자원을 활용한 로컬 브랜딩(local branding)과 지역 기반 콘텐츠 개발이 지역경쟁력 확보를 위한 핵심 전략으로 주목받고 있다.¹⁾ 특히 정부는 공공데이터 개방 정책을 지속적으로 확대하면서 행정, 산업, 문화, 관광 등 다양한 분야의 데이터를 개방하고 있으며, 데이터 기반의 산업 혁신과 지역경제 활성화를 국가 전략으로 추진하고 있다.³⁾ 공공데이터포털(data.go.kr), 국가중점데이터, 국가통계포털(KOSIS), 농림축산식품부 및 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보 등은 지역특산물의 생산 지역, 품목, 인증현황, 생산량 등 객관적인 정보를 제공하고 있어 지역자원의 기초정보를 체계적으로 검토할 수 있다.⁴⁾ 지역특산물은 지역의 자연환경과 생산기술, 역사적 전통 및 문화가 결합한 결과물이며, 이러한 특성은 패션산업에서 요구되는 스토리텔링과 브랜드 아이덴티티 구축에 활용될 수 있는 잠재력을 가지고 있다.⁵⁾ 실제로 해외에서는 지역 농산물과 문화유산을 활용한 패션브랜드 개발 사례가 증가하고 있으며, 소비자는 단순한 제품보다 지역성과 지속가능성을 동시에 담은 브랜드에 높은 가치를 부여하는 것으로 보고되고

- 1) Porter, M. E., 『The Competitive Advantage of Nations』, Updated ed., Free Press, 1998, p.71.
- 2) 김현호, '장소관측수단으로서 지역브랜드 마케팅의 특성과 과제', 대한지방행정공제회, 『지방행정』, Vol.55, No.630, 2006, p.39.
- 3) 행정안전부, '공공데이터포털', (2026.08.18.), <https://www.data.go.kr/>
- 4) Ibid.
- 5) Pine, B. J. II & Gilmore, J. H., 『The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage』, Harvard Business School Press, 1999, pp.1-18.

5. 결론

참고문헌

있다.⁶⁾

최근 생성형 인공지능의 발전은 지역자원의 활용 가능성을 확대하고 있으며, 생성형 AI는 텍스트, 이미지, 패턴을 기반으로 새로운 패션디자인을 생성할 수 있다. 지역의 역사, 문화, 특산물 정보를 패션디자인으로 빠르게 시각화할 수 있다는 점에서 패션콘텐츠 개발 방식의 새로운 패러다임을 제시하고 있다.^{7),8)} 특히 ChatGPT, Midjourney, DALL-E와 같은 생성형 AI는 지역 고유의 스토리를 패션디자인과 브랜드 콘텐츠로 전환하는 과정에서 활용도가 높아지고 있다.⁹⁾ 그러나 현재까지의 연구는 지역브랜드 개발¹⁰⁾, 로컬콘텐츠 활용¹¹⁾, 패션문화상품 개발¹²⁾, 생성형 AI 기반 디자인

- 6) Lundblad, L. & Davies, I. A., 'The Values and Motivations Behind Sustainable Fashion Consumption', Wiley, 『Journal of Consumer Behaviour』, Vol.15, No.2, 2016., pp.149-162.
- 7) Bommasani, R., Hudson, D. A., Adeli, E., et al., 『On the Opportunities and Risks of Foundation Models』, Stanford Center for Research on Foundation Models, 2021, pp.3-7, 46.
- 8) Anantrasirichai, N. & Bull, D. R., 'Artificial Intelligence in the Creative Industries: A Review', Springer, 『Artificial Intelligence Review』, Vol.55, No.1, 2022., pp.589-590.
- 9) Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., et al., 'Opinion Paper: "So What If ChatGPT Wrote It?" Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy', Elsevier, 『International Journal of Information Management』, Vol.71, 2023., Article 102642.
- 10) 박현주, '지역 관광 활성화를 위한 로컬 브랜드 아이덴티티 LBI 시스템 개발: 로컬 관광 브랜드 개발 중심으로', 한국공간디자인학회, 『한국공간디자인학회 논문집』, Vol.17, No.1, 2022.02., p.325-338.
- 11) 신정아, '로컬콘텐츠 기획 및 제작 방안 연구: 이문동 문화지도 사례를 중심으로',

연구^{13), 14)} 등이 개별적으로 수행되고 있으며, 공공데이터를 활용하여 지역특산물의 특성을 분석하고 이를 디자인 요소로 반영하여 패션 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션디자인 콘텐츠를 개발한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 또한 현재까지 보고된 연구는 특정 지역이나 단일 사례를 중심으로 진행되어 지역 간 비교 가능성이 제한되며, 공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인의 구체적인 개발 과정을 제시하지 못한 한계가 있다.

특히 국립농산물품질관리원의 '지리적표시 등록정보'는 국가가 품질과 지역성을 공식적으로 인정한 특산물 데이터라는 점에서 패션디자인 콘텐츠 개발을 위한 기초 데이터로 활용 가치가 높음에도 불구하고, 현재까지 패션산업과 연계한 연구는 부족한 실정이다. 이는 데이터 기반 지역브랜드 개발과 패션산업의 융합 가능성을 충분히 활용하지 못하고 있음을 의미한다. 본 연구는 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보와 공공데이터포털, 국가통계포털, 한국관광공사 및 국가유산청의 지역 관련 자료를 수집, 검토하고, 선정한 지역특산물의 시각적, 문화적 특성을 도출하여 패션디자인 요소로 반영하여 생성형 AI를 통해 패션디자인 콘텐츠를 개발하는 데 목적이 있다. 본 연구의 범위는 지리적표시 등록 지역특산물 가운데 지역적 대표성, 시각적·문화적 특성의 다양성 및 패션디자인 적용 적합성을 고려하여 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우를 대표 사례로 선정하는 것으로 한정하였다.

연구 방법은 문헌 연구와 패션디자인 작품개발 연구를 병행하였다. 문헌 연구에서는 지역특산물과 지리적표시제도, 공공데이터 활용, 로컬브랜딩, 지역정체성 및 생성형 AI를 활용한 패션디자인 콘텐츠에 관한 선행

연구와 관련 자료를 고찰하였다. 또한 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보를 중심으로 공공데이터포털, 국가통계포털, 한국관광공사 및 국가유산청의 지역 관련 자료를 수집·검토하여 대표 지역특산물을 선정하였다. 패션디자인 작품개발 연구에서는 선정한 지역특산물의 특성을 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링의 여섯 가지 항목을 통해 도출한 후 이를 패션디자인 요소와 생성형 AI 프롬프트에 반영하여 패션디자인 콘텐츠를 개발하였다. 구체적으로 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션 착장 일러스트레이션을 개발하고, 공공데이터 수집, 대표 사례 선정, 선정 지역특산물의 특성 도출, 패션디자인 요소 설정, 프롬프트 설계 및 패션디자인 콘텐츠 개발로 이어지는 전개 과정을 제시하고자 한다. 이를 통해 공공데이터와 생성형 AI를 연계한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠를 개발하여 지역특산물의 활용 범위를 패션, 문화산업으로 확장하기 위한 기초자료를 제시하는 데 본 연구의 의의를 둔다.

2. 이론적 배경

2-1. 공공데이터 활용

공공데이터는 디지털 전환과 데이터 기반 행정이 확산됨에 따라 국가와 지방자치단체가 보유한 공공정보를 사회·경제적 가치창출에 활용하는 핵심 자원으로 인식되고 있다. 특히 인공지능(AI), 빅데이터(big data), 사물인터넷(IoT) 등 디지털 기술의 발전은 다양한 공공데이터의 융합과 분석을 가능하게 하면서 데이터 경제(data economy)의 기반을 확대하고 있다. 우리나라에서는 「공공데이터의 제공 및 이용 활성화에 관한 법률」에 따라 공공데이터를 공공기관이 법령 등에 따라 생성 또는 취득하여 관리하는 데이터베이스, 전자파일 등 전자적 방식으로 처리된 자료 또는 정보로 정의하고 있으며, 공공데이터의 개방과 활용을 통해 국민의 이용권 보장과 민간 활용 촉진을 도모하고 있다. 공공데이터는 공공성(publicness), 신뢰성(reliability), 객관성(objectivity), 개방성(openness), 활용성(usability) 등의 특성을 가지며, 정부는 공공데이터포털(Data.go.kr)을 중심으로 행정, 농업, 문화, 관광, 교통, 환경 등 다양한 분야의 데이터를 파일데이터, 오픈 API(open API), 표준데이터 등의 형태로 제공하고 있다. 또한 데이터의 품질과 상호운용성을 확보하기 위해 공공표준용어와 공통 표준도메인 등을 지속적으로 관리하고 있다. 최근 공공데이터는 단순한 정보 제공을 넘어 데이터 기반 정책

글로벌문화콘텐츠학회, 『글로벌문화콘텐츠』, No.33, 2018., p.89-111.

- 12) 김선영, '패션문화상품 관련 국내 학술 연구 동향', 한국디자인트렌드학회, 『한국디자인포럼』, Vol.23, No.2, 2018., p.61-72.
- 13) 김권호·김종하·Choi Ryan Jongwoo, '생성형 AI 도구와 디자이너의 협업 프로세스 개발: 이미지를 통한 아이디어 확산에서 고해상도 렌더링까지', 경희대학교 예술디자인연구원, 『예술디자인학연구』, Vol.27, No.2, 2024., p.93-101.
- 14) 배윤지, '패션 디자인과 생성형 AI: 창작물의 범주와 윤리적 과제', 한국의류산업학회, 『한국의류산업학회지』, Vol.26, No.4, 2024., p.326-338.

(data-driven policy)과 산업의 핵심 자원으로 활용 범위가 확대되고 있다. 특히 문화·관광 분야에서 관광 데이터, 문화 데이터, 지방자치단체의 축제 및 문화행사 데이터 등을 활용하여 지역의 특성과 관광자원을 분석하고, 지역 맞춤형 콘텐츠와 지역브랜드를 개발하려는 시도가 증가하고 있다. 이러한 데이터는 지역의 역사성과 정체성을 객관적으로 파악하고 지역산업과 문화콘텐츠를 연계하는 기초자료로 활용될 수 있다.

농업 분야에서도 농림축산식품부와 국립농산물품질관리원은 농산물 생산 현황, 지리적표시 등록정보, 친환경 및 GAP 인증 등 다양한 데이터를 제공하고 있다. 특히 지리적표시 등록정보는 특정 농산물의 품질과 명성이 해당 지역의 자연적·인문적 특성과 연계되어 있음을 공식적으로 인정한 자료라는 점에서 의미가 있다. 따라서 단순한 농산물 목록이 아니라 지역성과 정체성이 검증된 문화·산업 자원으로 해석할 수 있으며, 지역 브랜드와 콘텐츠 개발을 위한 기초자료로 활용할 수 있다. 하지만 기존의 공공데이터 활용 연구는 행정서비스, 교통, 의료, 재난관리 및 관광 분야에 주로 집중되어 있으며, 지역특산물의 상징성과 문화적 의미를 분석하여 패션산업의 콘텐츠 개발로 확장한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 최근 생성형 AI의 발전으로 구조화된 공공데이터와 지역의 역사문화 특산물 정보를 결합하여 이를 시각적 디자인 요소와 콘텐츠로 전환 가능성이 확대되고 있다. 따라서 본 연구에서는 공공데이터를 단순한 행정정보가 아니라 지역 고유의 문화적 가치와 산업적 잠재력을 반영하는 데이터 자산(data asset)으로 정의한다. 특히 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보와 공공데이터포털의 지역 데이터를 활용하여 지역특산물의 특성과 상징성을 분석하고, 이를 생성형 AI 기반 패션콘텐츠 개발에 적용함으로써 공공데이터의 새로운 활용 가능성을 제시하고자 한다.

2-2. 지역특산물과 지리적표시제도

지역특산물은 특정 지역의 자연환경, 기후, 토양, 역사, 문화 및 지역주민의 생산기술이 결합하여 형성된 지역 고유의 생산물로, 경제적 가치를 넘어 지역의 정체성과 문화적 특성을 반영하는 지역자원이다. 지역특산물은 특정 지역의 지리적 특성과 축적된 생산기술을 바탕으로 차별화된 품질과 명성을 형성하며, 지역경제 활성화와 지역브랜드 구축의 주요 자원으로 활용된다.¹⁵⁾ 또한 최근에는 경험 중심 소비의 확산에 따라 농산물이나

식품이라는 기능적 범위를 넘어 관광, 문화콘텐츠, 디자인 및 패션산업과 연계될 수 있는 복합적인 문화 자원으로 인식되고 있다.¹⁶⁾ 지역특산물의 핵심 특성은 지역성과 장소성에 있다. 장소성은 특정 지역의 자연 환경과 역사, 사회·문화적 맥락을 결합하여 형성되는 고유한 특성을 의미하며¹⁷⁾, 이러한 특성은 소비자가 지역과 상품을 연결하여 인식하게 하는 브랜드 자산으로 발전할 수 있다.¹⁸⁾ 지역특산물의 이러한 가치를 제도적으로 보호하는 대표적인 제도가 지리적표시제도(Geographical Indication, GI)이다. 세계무역기구(WTO)의 「무역관련 지식재산권협정(TRIPS)」에서는 특정 지역에서 생산된 상품의 품질이나 명성, 기타 특성이 해당 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 지리적표시로 보호하고 있다.¹⁹⁾ 우리나라에서도 「농수산물 품질관리법」에 따라 지리적표시제도를 운영하고 있으며, 국립농산물품질관리원은 생산지역, 생산방법, 품질특성, 역사성 및 지역성과의 연관성 등을 심사하여 등록·관리하고 있다.²⁰⁾ 국가별 지리적표시제도 비교는 [표 1]과 같다. 지리적표시 등록정보에는 품목명, 생산지역, 생산단체, 등록 일자뿐 아니라 해당 품목의 지역성과 역사적·환경적 특성을 파악할 수 있는 정보가 포함되어 있다. 따라서 지리적표시 등록정보는 단순한 인증자료가 아니라 국가가 공식적으로 인정한 지역특산물의 지역성과 정체성을 구조화한 공공데이터로 해석할 수 있으며, 지역브랜드와 문화콘텐츠 개발을 위한 기초 데이터로 활용할 가치가 높다. 해외에서도 지리적표시는 지역브랜드와 지역산업 육성을 위한 주요 수단으로 활용되고 있다. 유럽연합(EU)은 PDO, PGI 등의 제도를 통해 지역 농산물의 품질과 전통성을 보호하고 있으며²¹⁾, 일본 역시 지리적

16) Pine, B. J. II & Gilmore, J. H., Op. cit., 1999, pp.1-18.

17) Relph, E., 『Place and Placelessness』, Pion, 1976, pp.45-49.

18) Anholt, S., 『Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions』, Palgrave Macmillan, 2007, pp.1-23.

19) Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, World Trade Organization, 1994.04.15., Art.22(1).

20) 국립농산물품질관리원, 「지리적표시제」, (2026.08.18.), <https://www.naqs.go.kr/hp/contents/contentsTab.do?menuId=MN30542>

21) Regulation (EU) 2024/1143 of the European Parliament and of the Council on Geographical Indications for Wine, Spirit Drinks and

15) 김영수·정의홍·김우현·이성일, 『지역을 살리는 로컬 브랜딩』, 클라우드나인, 2018, pp.75, 130.

표시제도와 지역브랜드 정책을 연계하여 지역 농산물과 전통산업의 브랜드가치를 강화하고 있다.²²⁾ 이러한 사례는 지리적표시가 농업 분야의 품질인증을 넘어 관광, 문화 및 디자인 산업과 연계될 가능성을 보여준다(표 1). 그러나 국내에서는 지리적표시 등록품목의 활용이 농산물 판매, 가공식품, 지역축제 및 관광상품 등에 주로 집중되어 있으며, 지역특산물의 특성과 상징성을 패션 및 창의산업으로 확장한 연구는 상대적으로 부족하다. 따라서 공공데이터를 활용하여 지역특산물의 지역성, 역사성, 생산환경 및 문화적 특성을 분석하고 이를 새로운 콘텐츠 개발에 활용하는 접근이 필요하다. 본 연구에서는 지리적표시 등록정보를 지역의 정체성과 문화적 특성이 축적된 데이터 자산으로 보고, 지역특산물이 지닌 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링 요소로 구분하고자 한다. 이를 생성형 AI와 연계하여 패션디자인 및 브랜드 콘텐츠로 시각화함으로써 지역 특산물의 새로운 산업적 활용 가능성과 지역브랜드 콘텐츠 확장 가능성을 탐색하고자 한다.

[표 1] 한국·EU·일본의 지리적표시제도 비교

구분	대한민국	EU	일본
운영기관	국립농산물품질관리원	European Commission	MAFF
제도	지리적표시(GI)	PDO, PGI, TSG	GI
보호대상	농산물·가공품	농산물·식품	농림수산물·식품
활용	품질인증 중심	브랜드·관광·문화 산업	품질 보호 및 지역브랜드
패션 활용	매우 제한적	일부 브랜드 연계	디자인 산업 연계 확대

2-3. 로컬브랜딩과 지역정체성

지역 간 경쟁이 심화되고 소비자의 가치소비와 경험 소비가 확대되면서 지역 고유의 자원을 활용한 로컬

브랜딩은 지역경제 활성화와 지속가능한 지역발전을 위한 중요한 전략으로 주목받고 있다. 과거 지역브랜드가 관광객 유치나 지역 이미지 홍보에 주로 활용되었다면, 최근에는 지역의 역사, 문화, 산업, 자연환경 등 고유한 자원을 기반으로 지역정체성을 구축하고 이를 경제적·문화적 가치로 전환하는 전략으로 확대되고 있다.²³⁾ 따라서 지역브랜드는 단순한 로고나 상징이 아니라 지역이 지닌 문화적 의미와 장소성을 전달하는 통합적인 브랜드 자산으로 이해할 수 있다.²⁴⁾ 로컬브랜딩의 핵심은 지역정체성(regional identity)과 장소성(placeness)에 있다. 지역정체성은 특정 지역의 역사적·문화적·사회적 경험을 통해 형성된 고유한 특성과 이미지를 의미하며, 장소성은 특정 공간에 역사, 문화, 기억과 경험이 축적되어 형성된 의미를 의미한다.²⁵⁾ 이러한 지역 고유의 특성은 플레이스 브랜딩(place branding)의 기반이 되며, 지역의 다양한 자원을 통합하여 차별화된 브랜드이미지를 구축하는 데 활용된다.²⁶⁾ 특히 지역특산물은 지역의 자연환경, 생산기술, 생활문화와 역사적 경험이 축적된 결과물이라는 점에서 지역정체성과 장소성을 직접적으로 나타내는 핵심 브랜드 자원이 될 수 있다.²⁷⁾ 지역특산물은 제품 자체의 기능적 가치뿐 아니라 생산지역의 환경, 전통, 문화 및 이야기를 함께 전달할 수 있으며, 이러한 요소를 스토리텔링과 콘텐츠로 재해석할 경우 소비자의 지역에 대한 경험과 브랜드 인식을 확장할 수 있다.²⁸⁾

패션산업은 이러한 지역의 문화적 의미와 상징성을 시각적으로 표현할 수 있다는 점에서 로컬브랜딩과 연계 가능성이 높은 분야이다. 패션은 단순한 기능적 제품을

23) Anholt, S., Op. cit., 2007, pp.1-12.

24) Kavaratzis, M. & Hatch, M. J., 'The Dynamics of Place Brands: An Identity-Based Approach to Place Branding Theory', SAGE Publications, 『Marketing Theory』, Vol.13, No.1, 2013.03., p.73-79.

25) Tuan, Y.-F., 『Space and Place: The Perspective of Experience』, University of Minnesota Press, 1977, pp.17-18.

26) Kavaratzis, M., 'From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands', Palgrave Macmillan, 『Place Branding』, Vol.1, No.1, 2004, p.58-73.

27) Bowen, S., 'Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy', Wiley, 『Rural Sociology』, Vol.75, No.2, 2010., p.209-212.

28) Pine, B. J. II & Gilmore, J. H., Op. cit., 1999, pp.1-18.

Agricultural Products, as well as Traditional Specialities Guaranteed and Optional Quality Terms for Agricultural Products, European Parliament and Council of the European Union, 2024.04.11., Arts.1-2, 46.

22) Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan, 'Geographical Indication (GI) Protection System in Japan', (2026.08.18.), https://www.maff.go.jp/e/policies/intel/gi_act/index.html

넘어 문화, 예술 및 라이프스타일을 표현하는 매체로서 지역의 자연환경, 역사, 특산물 및 문화적 상징을 색채, 형태, 패턴 등의 디자인 요소로 전환할 수 있다.²⁹⁾ 따라서 지역특산물이 지닌 지역정체성과 장소성을 데이터 기반으로 분석하고 이를 패션콘텐츠로 확장하는 새로운 로컬브랜드 접근이 필요하다.

2-4. 생성형 AI를 활용한 패션디자인 콘텐츠 개발

최근 생성형 인공지능(generative artificial intelligence)의 발전은 콘텐츠 제작 방식에 변화를 가져 오고 있으며, 디자인과 패션산업에서도 새로운 창작 도구로 활용되고 있다. 생성형 AI는 기존 데이터를 학습하여 텍스트, 이미지, 영상 등 새로운 콘텐츠를 생성하는 기술로, 대규모 언어모델(LLM)과 확산모델(diffusion model)의 발전을 기반으로 디자인 기획, 이미지 생성, 브랜드 스토리 개발 등 다양한 영역에서 활용되고 있다.³⁰⁾ 디자인 분야에서 생성형 AI는 색채, 형태, 질감, 패턴 등의 시각적 요소를 조합하여 다양한 디자인 대안을 신속하게 생성할 수 있다는 장점을 가진다. 이에 따라 생성형 AI는 디자이너의 창작을 대체하기보다 아이디어 탐색과 시각화를 지원하는 협업 도구(co-creation tool)로 활용되고 있다. 특히 패션산업에서는 디자인 콘셉트, 패턴, 컬러 조합, 소재 표현, 브랜드 아이덴티티뿐 아니라 패션 일러스트레이션과 디지털 콘텐츠 제작 등으로 활용 범위가 확대되고 있다.³¹⁾

생성형 AI는 지역문화자원을 패션콘텐츠로 전환하는 데에도 활용 가능성이 높다. 그러나 생성 결과의 품질은 입력 데이터의 정확성과 신뢰성에 영향을 받기 때문에 객관적인 기초자료의 확보가 중요하다.³²⁾ 이러한 측면에서 공공데이터는 공공기관이 생산·관리하는 공식적인 자료로서 생성형 AI 기반 디자인 개발의 기초 데이터로 활용할 수 있다. 특히 지리적표시 등록정보와 같은 지역

특산물 관련 공공데이터는 생산지역, 품목의 특성, 역사성 및 지역성 등을 포함하고 있어 지역 고유의 특성을 디자인 요소로 도출하는 데 유용하다. 공공 데이터와 생성형 AI를 결합한 데이터 기반 디자인은 디자이너의 직관에 의존하던 기존 방식에서 나아가 객관적인 정보를 기반으로 디자인을 개발할 수 있다는 점에서도 의미가 있다. 따라서 본 연구에서는 지리적표시 등록정보를 중심으로 지역특산물의 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링 요소를 구분하고, 이를 디자인 요소로 반영하여 생성형 AI를 활용한 패션디자인과 브랜드 콘텐츠로 시각화함으로써 공공데이터 기반 지역 특산물의 패션콘텐츠 개발 가능성을 탐색하고자 한다.

3. 공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발 과정

3-1. 자료 수집 및 대표 지역특산물 선정

본 연구는 공공데이터를 패션디자인 개발의 원천 자료로 활용하여 대표 지역특산물을 선정하고, 생성형 AI를 활용하여 지역특산물의 특성을 반영한 패션디자인 콘텐츠를 개발하는 과정으로 진행하였다. 대표 지역 특산물은 공공데이터 수집, 지리적표시 등록품목 검토 및 보조 공공데이터를 검토하여 선정하였다.

1차자료는 국립농산물품질관리원(National Agricultural Products Quality Management Service, NAQS)의 ‘지리적표시 등록정보’를 활용하였다. 지리적표시 등록 품목은 국가가 해당 품목의 품질과 명성이 특정 지역의 자연환경, 생산기술 및 역사성과 연계되어 있음을 공식적으로 인정한 지역특산물이라는 점에서 지역성을 확인할 수 있는 공공데이터를 활용하여 지리적표시 등록명칭, 품목명, 등록지역, 등록번호 및 등록연도 등의 항목을 검토하였다. 검토 대상은 본 연구의 사례 범위를 고려하여 농축산물 및 관련 가공품을 중심으로 하였다. 자료 확인은 2026년 8월 18일을 기준으로 하였으며, 해당 시점에 등록이 취소된 품목은 대상에서 제외하였다. 이를 바탕으로 대표 지역특산물 선정을 위한 1차 후보군을 구성하였다. 지리적표시 등록품목을 검토한 결과, 등록 품목은 과실류, 채소류, 곡류, 약용작물류, 차류, 축산물류 및 가공식품류 등 다양한 유형으로 구성되어 있었다. 또한 동일한 품목이라도 등록지역에 따라 자연환경, 생산방식 및 문화적 배경이 다르게 나타날 수 있으므로, 본 연구에서는 지역명과 등록품목을 하나의 사례 단위로 검토하였다. 특히 지리적표시 등록정보에는 품목명뿐만

29) Kawamura, Y., 『Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies』, Berg, 2005, pp.1-4.

30) Bommasani, R., Hudson, D. A., Adeli, E., et al., Op. cit., 2021, pp.3-7, 46.

31) Harreis, H., Koullias, T., Roberts, R. & Te, K., ‘Generative AI: Unlocking the Future of Fashion’, McKinsey & Company, 2023.03.08., (2026.08.18.), <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/generative-ai-unlocking-the-future-of-fashion>

32) Bommasani, R., Hudson, D. A., Adeli, E., et al., Op. cit., 2021, pp.3-7, 46.

아니라 등록명칭, 생산지역 및 대상지역이 함께 제시되어 있어, 지역과 특산물 간의 연관성을 확인하고 대표 사례의 지역성을 검토하는 기초자료로 활용하였다. 대표 지역특산물 선정에 위한 지리적표시 등록품목의 유형별 검토 사례는 [표 2]와 같다. [표 2]에는 1차 후보군 가운데 지역과 품목유형의 다양성을 고려하여 검토한 일부 사례를 제시하였다.

[표 2] 지리적표시 등록 지역특산물의 유형별 검토 사례

지역	지리적표시 등록 특산물	분야
경북	청송사과	과수
	예천참기름	가공품
경남	창원단감(창원)	과수
	창녕양파	채소
전남	보성녹차, 보성키위(보성)	차 과수
	영광모싯잎소편(영광)	가공품
전북	고창수박 등(고창)	과채류
	부안오디(부안)	과수
충남	서천한산소곡주	전통주
	태안달래	채소
충북	영동포도	과수
강원	양구시래기	채소
강원	횡성한우고기	축산
제주	제주한라봉	과수
부산	기장쪽파	채소
경기	일산열무	채소
	안성쌀, 안성한우	쌀 축산

[표 2]의 검토 사례와 같이 지리적표시 등록품목은 지역별로 다양한 품목유형과 특성을 지니고 있었다. 본 연구에서는 지리적표시 등록 여부와 지역성뿐만 아니라 지역특산물의 문화적 배경, 지역 상징성 및 패션디자인 콘텐츠로의 전개 가능성을 함께 검토하기 위하여 공공 데이터포털, 국가통계포털, 한국관광공사 및 국가유산청의 자료를 2차자료로 활용하였다. 2차자료로는 공공데이터 포털(Data.go.kr), 국가통계포털(KOSIS), 한국관광공사 관광데이터 및 국가유산청 국가유산 데이터를 활용하였다. 공공데이터포털에서는 지역축제, 문화시설 및 지역산업 정보를, 국가통계포털에서는 지역의 산업과 생산 관련 정보를 검토하였다. 한국관광공사 자료에서는 지역특산물과 연계된 관광자원 및 관광콘텐츠를, 국가유산청 자료에서는 해당 지역의 문화유산과 역사자원을 검토 하였다. 이를 통해 지리적표시 등록정보만으로 확인하기

어려운 지역특산물의 문화적 배경, 지역 상징성 및 스토리텔링 관련 정보를 보완하였다. 이와 같은 과정을 거친 공공데이터 수집 항목 및 대표 지역특산물 선정 기준은 [표 3]과 같다.

[표 3] 공공데이터 수집 항목 및 대표 지역특산물 선정 기준

구분	제공기관	주요 데이터	선정 기준
지리적표시 등록정보	국립농산물품질 관리원	등록품목, 등록지역, 등록번호, 등록연도	등록 여부 및 지역성 확인, 1차 후보군 설정
공공데이터	공공데이터포털	지역축제, 문화시설, 지역산업정보	지역문화와 산업적 배경 검토
관광정보	한국관광공사	관광자원, 지역 축제, 관광콘텐츠	지역 스토리텔링 요소 검토
국가유산정보	국가유산청	문화유산, 역사자원	역사성 및 지역 상징성 검토
지역통계	통계청(KOSIS)	인구, 산업, 지역현황	생산 기반 및 지역의 대표성 검토

수집한 자료를 바탕으로 대표 지역특산물은 다음의 다섯 가지 기준을 적용하여 선정하였다. 첫째, 지리적 표시 등록을 통해 해당 지역과 품목의 연관성이 공식적으로 확인되는가, 둘째, 특산물과 생산지역 간의 연상성이 높아 지역적 대표성을 지니는가, 셋째, 색채, 형태, 질감, 패턴 등 패션디자인으로 전환할 수 있는 시각적 특성이 명확한가, 넷째, 지역의 생산문화, 축제, 관광자원, 역사적 배경과 연결되는 상징성과 스토리텔링을 지니는가, 다섯째, 도출된 요소를 텍스타일, 의류, 패션상품 및 패션 일러스트레이션으로 구체화할 수 있는가를 검토하였다.

이상의 기준을 적용하여 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 횡성 한우를 최종 연구에 활용할 지역 특산물로 선정하였다. 제주 한라봉은 오렌지 계열의 색채, 둥근 형태와 방사형 단면구조, 제주 청정 자연과 관광 이미지를 나타내며 리소트웨어와 텍스타일 패턴으로의 전개에 적합하다고 판단하였다. 보성 녹차는 녹색 계열의 색채, 잎 형태와 잎맥 패턴, 보성의 차 생산문화와 친 환경 이미지를 지니고 있어 라이프스타일웨어와 텍스타일 디자인으로 전개하였다. 영동 포도는 보라색 계열, 포도송이의 군집형태와 반복구조, 영동의 포도와 와인 산업 및 축제와의 연계성을 바탕으로 그래픽 패턴과 캐주얼웨어로 전개하였다. 횡성 한우는 갈색 계열의 색채,

유기적 형태와 가죽 질감, 황성의 축산문화와 프리미엄 상징성을 지니고 있어 러더 워크웨어와 패션상품 기획에 적합하다고 판단하였다. 이러한 과정을 통하여 서로 다른 시각적, 문화적 특성이 패션디자인 요소와 생성형 AI 프롬프트로 전환되는 과정을 구체적으로 제시하기 위해 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우를 선정하였다. 이를 통해 과실류, 차류 및 축산물류의 서로 다른 품목유형과 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링의 다양한 디자인 요소가 패션디자인 콘텐츠로 전개되는 과정을 제시하고자 한다.

3-2. 지역특산물의 특성을 반영한 패션디자인 요소

본 연구에서는 선정한 지역특산물을 단순한 농·축산물이나 지역 생산품으로 접근하지 않고, 패션디자인 콘텐츠 개발에 활용할 수 있는 디자인 원천자료로 해석하였다. 지역특산물은 동일한 품목이라 하더라도 생산지역의 자연 환경, 생산방식, 역사 및 문화적 배경에 따라 서로 다른 시각적 특성과 문화적 의미를 지닐 수 있다. 따라서 선정한 지역특산물과 관련된 공공데이터를 검토하고, 각 특산물에서 나타나는 시각적·문화적 특성을 바탕으로 지역특산물의 특성을 색채(color), 형태(form), 질감(texture), 패턴(pattern), 상징성(symbolism) 및 스토리텔링(storytelling)의 여섯 가지 항목으로 구분하여 도출하였다. 각 항목에서 도출된 특성은 컬러 팔레트, 실루엣, 디테일, 모티프, 소재 및 표면 표현, 텍스타일 패턴, 디자인 콘셉트와 콘텐츠 서사 등의 패션디자인 적용요소로 설정하였다(표 4).

여섯 가지 특성 도출항목은 공공데이터와 참조 이미지에서 관련 특성을 확인할 수 있는지와, 확인된 특성을 구체적인 패션디자인 표현으로 전환하고 생성형 AI의 프롬프트 입력정보로 구조화 가능성을 고려하여 도출하였다. 지역특산물의 외관과 표면에서 직접 확인할 수 있는 색채, 형태, 질감 및 패턴을 시각적 특성 도출항목으로 구성하고, 시각적 특성만으로 설명하기 어려운 지역정체성과 문화적 맥락을 반영하기 위하여 상징성과 스토리텔링을 문화적 특성 도출항목으로 구성하였다.

색채는 지역특산물의 대표 색상과 배색을 컬러 팔레트로 전환하기 위한 디자인 요소이며, 형태는 외형, 단면 및 구조를 실루엣과 모티프로 전환하기 위한 디자인 요소이다. 질감은 특산물의 표면과 재료적 특성을 패션소재와 텍스타일의 표면 표현으로 전환할 수 있으며, 패턴은 반복, 배열, 군집 및 방향성을 텍스타일과 그래픽 패턴으로 전환하기 위한 디자인 요소로 설정하였다.

[표 4] 지역특산물 특성 도출항목 및 패션디자인 적용요소

구분	특성 도출 내용	패션디자인 요소
색채(color)	대표 색상과 배색 이미지	컬러 팔레트와 배색
형태(form)	외형, 단면 및 구조적 특징	실루엣, 디테일 및 모티프
질감(texture)	표면과 재료적 특징	패션소재와 텍스타일 표면 표현
패턴(pattern)	반복, 배열, 군집 및 방향성	텍스타일 및 그래픽 패턴
상징성(symbolism)	지역 이미지와 문화적 의미	디자인 콘셉트와 브랜드 아이덴티티
스토리텔링(storytelling)	생산문화, 역사, 축제 및 관광자원	콘텐츠 주제와 이미지 서사

또한 상징성은 지역특산물이 형성한 지역 이미지와 문화적 의미를 디자인 콘셉트와 브랜드 아이덴티티로 구체화하는 디자인 요소로, 스토리텔링은 생산문화, 역사, 축제 및 관광자원의 관계를 콘텐츠의 주제와 이미지 서사로 전개하기 위한 디자인 요소로 설정하였다. 특히 상징성은 지역특산물이 지역을 대표하면서 형성한 압축된 의미와 이미지를 나타내고, 스토리텔링은 지역특산물과 생산지역의 역사, 문화 및 산업이 연결되는 서사적 맥락을 나타낸다는 점에서 구분하였다. 따라서 여섯 가지 특성 도출항목은 지역특산물의 물리적 외형뿐만 아니라 지역정체성과 문화적 배경까지 패션디자인 콘텐츠에 반영하기 위한 특성 도출항목으로 선정하였다.

[표 4]에서 설정한 여섯 가지 특성 도출항목을 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우에 적용하여 각 지역특산물의 시각적·문화적 특성을 살펴보았다. 색채, 형태, 질감 및 패턴은 지역특산물의 외형과 표면 및 구조를 중심으로 도출하였으며, 상징성과 스토리텔링은 공공데이터에서 확인한 지역의 자연환경, 생산문화, 지역 산업, 축제 및 관광자원을 중심으로 도출하였다(표 5).

제주 한라봉에서는 오렌지 계열의 색채, 둥근 외형과 방사형 단면구조, 돌기가 있는 과피의 질감이 도출되었으며, 청정 자연과 활력, 제주 자연환경과 한라봉 생산 문화가 주요 문화적 특성으로 나타났다. 보성 녹차에서는 녹색 계열의 색채, 찻잎의 곡선 형태와 잎맥의 반복 구조가 도출되었으며, 자연, 치유와 휴식, 보성 차밭과 전통적인 차 생산문화가 주요 특성으로 나타났다.

[표 5] 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도, 황성 한우 특성

구분	제주 한라봉	보성 녹차	영동 포도	황성 한우
색채	오렌지, 옐로, 그린	그린, 옐로, 그린	퍼플, 와인, 그린	브라운, 베이지, 블랙
형태	둥근 외형, 상단 돌기, 방사형 단면	차잎의 곡선 형태, 잎맥 구조	원형 열매, 포도송이의 군집 형태	소의 실루엣, 유기적인 신체 곡선
질감	돌기가 있는 과피, 과육의 입자감	섬세한 잎맥과 부드러운 잎 표면	매끄럽고 광택이 있는 과피	털과 가죽에서 연상되는 표면 질감
패턴	원형과 방사형 단면의 반복	차잎과 잎맥의 반복 배열	원형 열매의 군집과 반복	유기적인 선과 불규칙한 표면무늬
상징성	청정 자연, 활력, 제주 이미지	자연, 치유, 휴식	풍요, 결실, 지역산업	생명력, 신뢰, 프리미엄
스토리텔링	제주 자연환경과 한라봉 생산문화	보성 차밭과 전통적인 차 생산문화	영동 포도 재배, 와인산업과 지역축제	황성의 축산문화와 지역브랜드 이미지

영동 포도에서는 보라색과 와인 계열의 색채, 원형 열매와 포도송이의 군집 및 반복구조, 매끄럽고 광택이 있는 과피의 질감이 도출되었으며, 풍요와 결실, 포도 재배와 와인산업 및 지역축제가 문화적 특성으로 나타났다. 황성 한우에서는 브라운과 베이지 계열의 색채, 소의 실루엣과 유기적인 신체 곡선, 털과 가죽에서 연상되는 표면 질감이 도출되었으며, 생명력, 신뢰와 프리미엄 이미지, 황성의 축산문화와 지역브랜드 이미지가 주요 특성으로 나타났다.

네 가지 지역특산물은 서로 다른 시각적·문화적 특성을 지니고 있었으며, 도출된 특성은 컬러 팔레트와 배색, 실루엣과 모티프, 소재와 표면 표현, 텍스타일 및 그래픽 패턴, 디자인 콘셉트와 콘텐츠 서사 등의 패션디자인 적용요소로 설정하였다. 설정한 패션디자인 적용요소는 생성형 AI 프롬프트의 입력정보로 반영하였다.

3-3. 생성형 AI 프롬프트 설계 및 패션디자인 개발 과정

제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우의 패션디자인 콘텐츠 개발을 위한 생성형 AI 프롬프트는 지역특산물의 특성을 바탕으로 패션디자인 요소로 설정한 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성, 스토리텔링을 반영하여 설계하였다. 이와 같이 설정한 여섯 가지 요소를 지역특산물별 프롬프트의 패션디자인 요소로 활용하고,

개발하고자 하는 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션 착장 일러스트레이션의 유형에 따라 의복의 종류, 실루엣, 소재, 디테일, 스타일 및 이미지 표현방식을 추가하였다. 패션디자인 콘텐츠 개발에는 생성형 AI인 GPT-5.6 Sol을 활용하였다. 각 지역특산물의 형태와 색채, 표면 질감 및 세부적인 구조를 생성 결과에 구체적으로 반영하기 위하여 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우의 참조 이미지를 프롬프트와 함께 첨부하였다. 참조 이미지는 해당 지역특산물의 실제 외형과 시각적 특성을 확인할 수 있는 자료를 활용하였으며, 지역특산물 이미지를 참조 이미지로 첨부하는 것과 함께 지역명, 특산물명 및 여섯 가지 패션디자인 요소를 텍스트 프롬프트로 입력하였다. 이를 통해 생성형 AI가 텍스트 정보만으로 특산물을 해석하는 과정에서 발생할 수 있는 형태와 색채의 왜곡을 줄이고, 각 특산물의 시각적 특성을 패션디자인 콘텐츠에 반영하고자 하였다. 프롬프트는 기본 정보, 패션디자인 요소 및 패션콘텐츠 구현 요소의 세 영역으로 구분하여 구성하였다. 기본정보에는 지역명과 특산물명을 포함하였으며, 패션디자인 요소에는 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링을 포함하였다. 패션콘텐츠 구현 요소는 패션디자인 적용과 이미지 표현으로 구분하였다. 패션디자인 적용에는 콘텐츠 유형, 의복 아이템, 실루엣, 소재, 디테일 및 스타일 콘셉트를 포함하였고, 이미지 표현에는 모델, 배경, 시점, 이미지 구성 및 표현방식을 포함하였다.

프롬프트는 지역특산물의 명칭과 참조 이미지를 포함하는 기본정보, 지역특산물의 시각적·문화적 특성을 반영한 패션디자인 요소, 개발하려는 패션 아이템과 이미지의 표현방식을 구체화하는 패션콘텐츠 구현 요소의 세 영역으로 구성하였다. 프롬프트의 기본정보는 [지역 및 특산물: 지역명, 특산물명], [참조 이미지: 지역특산물 이미지]로, 패션디자인 요소는 [색채: 특산물의 대표 색채], [형태: 외형 및 구조적 특성], [질감: 표면과 소재적 특성], [패턴: 반복 및 배열 특성], [상징성: 지역 이미지와 문화적 의미], [스토리텔링: 생산문화, 역사, 축제 및 관광자원]으로, 패션콘텐츠 구현 요소는 [패션디자인 적용: 콘텐츠 유형, 의복 아이템, 실루엣, 소재 및 디테일], [이미지 표현: 모델, 배경, 시점 및 표현 방식]으로 설계하였다(표 6).

1차 이미지 생성에서는 참조 이미지와 색채, 형태, 질감 및 패턴을 중심으로 지역특산물의 시각적 특성이 반영되도록 하였다. 생성 결과에서 특산물의 형태가 불분명하거나 색채와 표면 질감이 참조 이미지와 다르게 표현된 경우에는 해당 디자인 요소를 구체적으로 수정하여 다시 생성하였다. 이후 상징성과 스토리텔링을 프롬프트에

추가하여 지역의 자연환경, 생산문화, 관광자원 및 지역 이미지를 패션디자인의 콘셉트와 배경에 반영하였다.

[표 6] 생성형 AI 패션디자인 콘텐츠 개발을 위한 프롬프트 설계

프롬프트 영역	구성 항목	입력 내용
기본정보	지역명, 특산물명, 참조 이미지	지역명과 특산물명을 명시하고, 특산물의 외형과 표면 특성을 확인할 수 있는 이미지 첨부
패션디자인 요소	색채(color), 형태(form), 질감(texture), 패턴(pattern), 상징성(symbolism), 스토리텔링(storytelling)	지역특산물별 시각적·문화적 특성
패션콘텐츠 구현 요소	패션 스타일과 아이템, 실루엣, 소재, 디테일, 모델 및 표현 기법	개발하려는 콘텐츠의 유형과 디자인 방향에 따른 구체적인 표현 조건

생성형 AI의 결과는 동일한 프롬프트에서도 이미지의 형태, 소재 표현 및 세부적인 구성이 다르게 나타날 수 있으므로, 프롬프트 수정과 이미지 생성을 반복하는 방식으로 개발하였다. 생성 결과를 참조 이미지 및 지역 특산물별 특성을 반영한 패션디자인 요소와 비교, 검토하고, 지역특산물의 특성이 불분명하거나 패션디자인의 표현 의도와 일치하지 않는 경우에는 색채, 형태, 질감, 패턴, 의복 유형, 소재 및 이미지 구성에 관한 지시를 보완하여 다시 생성하였다. 이러한 반복적인 생성과 수정 과정을 통해 지역특산물의 시각적·문화적 특성과 패션 디자인의 표현 의도가 비교적 명확하게 나타난 결과를 최종 개발 결과 선정하였다. 생성형 AI 패션디자인 콘텐츠 개발을 위한 프롬프트 설계구조에 따라 네 가지 대표 지역특산물의 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링을 패션 스타일과 콘텐츠 콘셉트로 구체화하였다(표 7).

제주 한라봉은 리조트웨어 셔츠, 보성 녹차는 라이프 스타일웨어와 라운지웨어 파자마, 영동 포도는 유니섹스 캐주얼웨어 티셔츠, 황성 한우는 워크웨어 블루종 재킷을 중심으로 패션디자인 콘텐츠의 개발 방향을 계획하였다. 각 사례에서는 지역특산물의 참조 이미지를 GPT-5.6 Sol에 첨부하고, 여섯 가지 패션디자인 요소와 패션콘텐츠 구현 요소를 프롬프트에 적용하여 이미지를 생성하였다.

이상의 생성형 AI 기반 패션디자인 콘텐츠 개발 절차는 지역특산물 참조 이미지 및 공공데이터 입력, 지역특산물별 패션디자인 요소 적용, 생성형 AI 프롬프트

설계, 패션디자인 이미지 생성, 생성 결과 비교·검토, 프롬프트 수정 및 재생성, 최종 패션디자인 콘텐츠 선정의 순서로 진행하였다. 개발된 지역특산물별 패션 디자인 콘텐츠의 구체적인 결과는 제4장에서 제시하였다.

[표 7] 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도, 황성 한우의 생성형 AI 프롬프트 적용 방향

구분	색채 형태	질감·패턴	상징성·스토 리텔링	패션 스타일 아이템
제주 한라봉	Orange, Round	돌기 과피의 질감, 방사형 단면 패턴	청정 제주와 활력의 이미지, Jejulian Shirts	리조트웨어, 셔츠
보성 녹차	Green, Leaf	차잎의 질감, 잎맥 반복 패턴	자연·차유· 휴식과 차 생산문화, Boseong Green Rest	라이프스타 일웨어·라운 지웨어, 파자마
영동 포도	Purple, Cluster	매끄러운 과피, 포도송이의 군집·반복 패턴	풍요·결실과 영동 와인축제, Grape Pop Tee	유니섹스 캐주얼웨어, 티셔츠
황성 한우	Brown, Organic Form	털과 가죽에서 연상되는 질감, 유기적 표면 패턴	프리미엄 이미지와 황성 축산문화	워크웨어, 블루종, 재킷

4. 공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발

본 연구에서는 지역특산물의 외형적 특성과 지역의 문화적 맥락을 패션디자인 콘텐츠에 함께 반영하기 위한 패션디자인 요소로 특산물의 외관과 표면에서 확인되는 시각적 특성과 지역 관련 공공데이터에서 확인되는 문화적 맥락을 고려하여 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리텔링의 여섯 가지 항목으로 설정하였다. 이를 반영하여 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도, 황성 한우의 기본정보와 함께 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성, 스토리텔링의 패션디자인 요소와 패션 스타일과 아이템, 실루엣, 소재, 디테일, 모델 및 표현 기법을 포함하는 패션 착장 일러스트레이션의 제작에 필요한 패션콘텐츠

구현 요소를 설정하여 프롬프트를 설계하고 생성형 AI인 GPT-5.6 Sol을 활용하여 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠를 개발하였다.

4-1. 제주 한라봉 패션디자인 콘텐츠

제주 한라봉은 오렌지 계열의 색채와 원형의 형태, 한라봉 단면의 방사형 구조, 한라봉의 상징성과 청정 자연과 활력의 상징성을 디자인 요소로 활용하였다. 이를 바탕으로 리조트웨어(resort wear) 스타일을 적용하여 셔츠 중심의 상품 구성과 패션 일러스트레이션을 제안하였다. 형태에는 오버사이즈 핏(oversized fit)을 적용하여 편안하고 자연스러운 이미지를 표현하였으며, 색채는 한라봉의 오렌지색을 주조색으로 사용하고 소재는 면 소재로 기획하였다. 원단에는 한라봉을 주제로 개발한 그래픽 패턴을 프린트하여 제주 지역의 특색을 반영한 리조트웨어 셔츠를 개발하였다. 이를 하와이안 셔츠에서 착안한 'Jejulian Shirts'로 명명하였다. 제주의 청정 자연과 활력이라는 상징성은 여유로운 리조트웨어의 스타일과 밝은 색채로 표현하여 패션 아이템과 패션 착장 일러스트레이션을 구현하였다. 개발한 패션 아이템인 'Jejulian Shirts'를 남성 모델 두 명이 착용한 이미지를 디지털 일러스트레이션으로 구현하였다(표 8).

4-2. 보성 녹차 패션디자인 콘텐츠

보성 녹차는 녹색 계열의 색채와 잎맥 구조를 활용한 패턴, 녹차잎의 상징성과 자연, 치유, 휴식과 차 생산문화 화를 디자인 요소로 적용하여 친환경 이미지를 강조한 라이프스타일 패션(lifestyle fashion)으로 구현하였다. 라운지웨어(loungewear) 스타일을 적용하여 편안함을 주는 파자마 세트와 쿠션을 주요 상품으로 구성하였다. 형태는 루스핏(loose fit)의 셋업(set-up) 디자인으로 전개하였으며, 색채는 녹색을 주조색으로 설정하고 유기형 면 소재로 기획하였다. 또한 녹차잎의 반복적인 구조를 텍스타일 패턴으로 재해석하여 원단에 프린트하였다. 차잎의 곡선 형태와 잎맥 구조는 모티프의 크기와 배열을 변화시키는 방식으로 전개하였으며, 그린, 옐로 그린, 베이지 계열의 배색을 적용하여 보성 차밭의 자연 이미지를 표현하였다. 자연, 치유, 휴식의 상징성은 편안한 루스핏과 차분한 녹색 계열의 색채로 표현하였으며, 보성 차밭과 차 생산문화의 스토리텔링은 차잎 패턴과 휴식을 주제로 한 콘텐츠 콘셉트에 반영하였다.

[표 8] 제주 한라봉 패션디자인 콘텐츠

구분	제주 한라봉					
패션 디자인 요소	Color 	Form 	Texture 	Pattern 	Symbolism 	Story 한라봉 차배 문화, 청정 제주 자연
텍스타일 프린트와 패션 아이템						
패션 착장 일러스트 레이션						
프롬프트 요약	[지역 및 특산물: 제주 한라봉], [참조 이미지: 제주 한라봉 이미지], [색채: 오렌지, 옐로, 아이보리], [형태: 둥근 외형과 방사형 단면], [질감: 돌기 있는 과피와 과육의 입자감], [패턴: 원형과 단면의 반복 배열], [상징성: 청정 자연과 활력], [스토리텔링: 제주 자연환경과 한라봉 생산문화], [패션디자인 적용: 한라봉 패턴의 오버사이즈 리조트웨어 셔츠], [이미지 표현: 남성 모델, 전신 정면, 화이트 배경의 디지털 패션 일러스트레이션]					

자연 친화적인 텍스타일과 편안한 라운지웨어의 조합이 돋보이는 보성 녹차 패션디자인 콘텐츠를 'Boseong Green Rest'로 구현하였다. 개발한 파자마 세트와 패션 아이템을 남녀 모델에게 적용하고, 편안한 라이프스타일 이미지를 나타내는 디지털 패션 일러스트레이션으로 구현하였다(표 9).

4-3. 영동 포도 패션디자인 콘텐츠

영동 포도는 포도송이의 반복적인 형태와 보라색 계열의 색채, 포도 알갱이의 상징성, 풍요, 결실과 영동 와인 축제의 스토리텔링을 디자인 요소로 활용하고, 팝아트(pop art)의 경쾌한 감성을 더한 텍스타일 패턴을 개발하여 20대를 대상으로 한 유니섹스 캐주얼웨어(unisex casual wear)의 티셔츠(t-shirt) 디자인을 제시하였다. 이를 'Grape Pop Tee'로 명명하였다.

[표 9] 보성 녹차 패션디자인 콘텐츠

구분	보성 녹차					
패션 디자인 요소	Color	Form	Texture	Pattern	Symbolism	Story
						차 문화, 전통, 친환경 가치
텍스타일 프린트와 패션 아이템						
패션 착장 일러스트 레이션						
프롬프트 요약	[지역 및 특산물: 보성 녹차], [참조 이미지: 보성 녹차 이미지], [색채: 그린, 옐로 그린, 아이보리], [형태: 찻잎의 곡선과 잎맥 구조], [질감: 부드러운 잎 표면과 섬세한 잎맥], [패턴: 찻잎과 잎맥의 반복 배열], [상징성: 자연, 차유와 휴식], [스토리텔링: 보성 차밭과 차 생산문화], [패션디자인 적용: 찻잎 패턴의 라이프 스타일웨어와 쿠션], [이미지 표현: 남녀 모델 전신 정면, 화이트 배경의 디지털 패션 일러스트레이션]					

형태는 성별과 관계없이 착용할 수 있는 오버사이즈 드 핏으로 구성하였으며, 색채는 보라색을 주조색으로 사용하였다. 포도알의 원형 형태와 포도송이의 군집구조는 모티프의 크기, 방향 및 배열을 변화시키는 방식으로 텍스타일 프린트에 적용하였다. 또한 포도 형태를 팝아트적인 패턴으로 재해석하여 저지 면(jersey cotton) 소재에 프린트하는 방식으로 티셔츠 아이템을 기획하였다. ‘Grape Pop Tee와 함께하는 와인 축제와 같이 지역의 포도 및 와인산업과 연계한 브랜드 스토리로 활용할 수 있으며, 상품 이미지와 패션 착장 일러스트레이션을 구현함으로써 영동 포도를 활용한 패션디자인 콘텐츠를 제시하였다. 개발한 유니섹스 티셔츠를 남녀 모델에게 적용하여 전신 정면의 디지털 패션 일러스트레이션으로 구현하였다(표 10).

[표 10] 영동 포도 패션디자인 콘텐츠

구분	영동 포도					
패션 디자인 요소	Color	Form	Texture	Pattern	Symbolism	Story
						포도 재배와 와인, 지역 축제 문화
텍스타일 프린트와 패션 아이템						
패션 착장 일러스트 레이션						
프롬프트 요약	[지역 및 특산물: 영동 포도], [참조 이미지: 영동 포도 이미지], [색채: 퍼플, 와인, 아이보리], [형태: 원형 열매와 포도송이], [질감: 매끄럽고 광택 있는 과일], [패턴: 원형 열매의 군집과 반복], [상징성: 풍요와 결실], [스토리텔링: 영동 포도 재배와 와인축제], [패션디자인 적용: 포도 패턴의 오버사이즈드 유니섹스 티셔츠], [이미지 표현: 남녀 모델 전신 정면, 화이트 배경의 디지털 패션 일러스트레이션]					

4-4. 황성 한우 패션디자인 콘텐츠

황성 한우는 갈색 계열의 색채와 가죽 소재의 질감, 1등급 한우의 상징성에서 오는 프리미엄 이미지와 황성 축산문화를 디자인 요소로 활용하여 프리미엄 레더 컬렉션(premium leather collection)으로 제안하였다. 프리미엄 레더에 워크웨어(workwear) 스타일을 적용하여 포켓 스티치 디테일(pocket stitch detail)이 독특한 가죽 재킷을 중심으로 디자인 상품을 개발하였다. 이를 1등급 한우가 연상되는 ‘1st Leather Workwear Jacket’으로 명명하였다. 형태는 점퍼형의 가죽 재킷으로, 색채는 블랙과 브라운을 메인 컬러로 사용하였으며, 디테일은 가죽 원단의 포켓 위에 적용되는 스티치 라인의 개발을 중점으로 제시하였다. 생생한 시를 활용하여 주요 디자인 상품으로 한우 질감의 가죽과 고급 워크웨어 이미지, 포켓 디테일의 스티치를 반영한 현대적인 워크웨어 레더 컬렉션을 제작하였으며, 패션 상품과 패션 착장 일러스트레이션으로 패션콘텐츠를 제안하여 황성의 로컬 프리미엄 브랜드 콘셉트를 구현하였다.

[표 11] 황성 한우 패션디자인 콘텐츠

구분	황성 한우
패션 디자인 요소	Color  Form  Texture  Pattern  Symbolism  Story 한우 사육 문화, 지역의 신뢰와 품질
가죽 소재 및 디테일과 패션 아이템	
패션 착장 일러스트레이션	
프롬프트 요약	[지역 및 특산물: 황성 한우], [참조 이미지: 황성 한우 이미지], [색채: 브라운, 베이지, 블랙], [형태: 한우 실루엣과 유기적 곡선], [질감: 털과 가죽의 표면 질감], [패턴: 유기적 선과 불규칙한 표면무늬], [상징성: 신뢰와 프리미엄], [스토리텔링: 황성 축산 문화와 한우 브랜드], [패션디자인 적용: 레더 질감의 워크웨어 재킷], [이미지 표현: 남성 모델, 전신 정면, 화이트 배경의 디지털 패션 일러스트레이션]

신뢰와 프리미엄의 상징성은 블랙과 브라운 계열의 색채 및 레더 질감으로 표현하였으며, 황성의 축산문화와 지역브랜드 이미지는 ‘1st Leather Workwear Jacket’이라는 상품명과 콘텐츠 콘셉트에 반영하였다. 개발한 워크웨어 재킷을 남성 모델 두 명에게 적용하여 전신 정면의 디지털 패션 일러스트레이션으로 구현하였다(표 11).

5. 결론

본 연구는 공공데이터를 활용하여 지역특산물의 특성을 도출하고 이를 패션디자인 요소로 반영하여, 생성형 AI를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠를

개발하였다. 지리적표시 등록 여부, 지역적 대표성, 시각적 특성, 문화적 상징성과 스토리텔링 및 패션디자인 콘텐츠로의 전개 적합성을 기준으로 선정한 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우를 본 연구를 위한 대표 지역특산물로 선정하여 패션콘텐츠 개발 과정을 전개하였다.

패션디자인 콘텐츠 개발 과정에서 지역특산물의 시각적, 문화적 의미에 나타나는 특성을 바탕으로 지역특산물의 특성을 도출하여 이를 패션디자인 요소로 생성형 AI 패션콘텐츠 개발 프롬프트를 설계하였다. 패션디자인 콘텐츠 개발에는 생성형 AI인 GPT-5.6 Sol을 활용하였으며, 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 황성 한우의 참조 이미지를 프롬프트와 함께 첨부하여 텍스타일 프린트와 패션 아이템, 패션 착장 일러스트레이션의 패션콘텐츠를 개발하였다. 생성한 이미지는 수차례의 수정과 검토를 거쳐 연구자의 의도에 부합하는 최종 이미지를 선별하였으며, 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도는 각각 4종의 텍스타일 프린트와 패션 아이템을, 황성 한우는 4종의 소재, 디테일 이미지와 패션 아이템을 개발하였으며, 각 지역특산물에 대해 2착장의 패션 착장 일러스트레이션을 제시하였다.

공공데이터를 활용한 지역특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 개발 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 국립농산물품질관리원의 지리적표시 등록정보는 지역특산물의 등록명칭, 품목, 생산지역, 등록번호 및 등록연도 등을 확인할 수 있는 공공데이터로서 대표 지역특산물의 후보군을 설정하는 기초자료로 활용할 수 있었다. 지리적표시 등록품목은 해당 품목의 품질과 명성이 특정 지역의 자연환경, 생산기술 및 역사성과 연계되어 있음을 국가가 공식적으로 인정한 지역특산물이라는 점에서 지역과 품목 간의 연관성을 확인하는 근거가 되었다. 또한 공공데이터포털, 국가통계포털, 한국관광공사 및 국가유산청의 자료를 함께 검토하여 지리적표시 등록정보만으로는 확인하기 어려운 지역특산물의 생산 기반, 문화적 배경, 지역 상징성 및 스토리텔링 관련 정보를 보완하였다.

둘째, 지역특산물은 단순한 농축산물이나 지역 생산품을 넘어 패션디자인 콘텐츠 개발에 활용할 수 있는 시각적, 문화적 특성을 포함하는 디자인 원천자료로 활용할 수 있었다. 본 연구에서는 공공데이터와 참조 이미지에서 관련 특성을 확인할 수 있는지, 확인된 특성을 구체적인 패션디자인 표현으로 전환할 수 있는지, 생성형 AI의 프롬프트 입력정보로 구조화할 수 있는지를 고려하여 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성 및 스토리

텔링의 여섯 가지 특성 도출항목을 설정하였다.

색채, 형태, 질감 및 패턴은 지역특산물의 외관, 표면 및 구조에서 확인되는 시각적 특성을 컬러 팔레트, 실루엣, 모티프, 소재, 표면 표현 및 텍스타일 패턴으로 전환하기 위한 항목으로 활용하였다. 상징성과 스토리텔링은 지역특산물과 관련된 자연환경, 생산문화, 역사, 지역산업, 축제 및 관광자원을 패션디자인의 콘셉트, 브랜드 아이덴티티 및 콘텐츠 서사로 전개하기 위한 항목으로 활용하였다. 특히 상징성은 지역특산물이 형성한 압축된 지역 이미지와 문화적 의미를 나타내고, 스토리텔링은 특산물과 생산지역의 역사문화산업이 연결되는 서사적 맥락을 나타내는 것으로 구분하였다. 이를 통해 지역특산물의 외형적 특징뿐 아니라 지역정체성과 문화적 배경을 패션디자인 콘텐츠에 함께 반영할 수 있었다.

셋째, 선정한 네 가지 지역특산물에 여섯 가지 특성 도출항목을 적용하여 각 사례의 패션디자인 요소를 설정하였다. 제주 한라봉에서는 오렌지 계열의 색채, 둥근 외형과 방사형 단면, 돌기가 있는 과피의 질감, 청정 자연과 활력 및 제주 자연환경과 한라봉 생산문화가 주요 특성으로 도출되었다. 이를 원형과 방사형 단면이 반복되는 텍스타일 패턴과 오버사이즈드 리소트웨어 셔츠에 적용하여 ‘Jejulian Shirts’ 패션디자인 콘텐츠로 개발하였다.

보성 녹차에서는 녹색 계열의 색채, 찻잎의 곡선 형태와 잎맥 구조, 부드러운 잎 표면, 자연, 치유, 휴식 및 보성 차밭과 차 생산문화가 주요 특성으로 도출되었다. 이를 찻잎과 잎맥의 반복 패턴, 라이프스타일을 반영한 라운지웨어 파자마 및 쿠션에 적용하여 ‘Boseong Green Rest’ 패션디자인 콘텐츠로 개발하였다.

영동 포도에서는 보라색과 와인 계열의 색채, 원형 열매와 포도송이의 군집 형태, 매끄럽고 광택이 있는 과피, 풍요와 결실 및 영동 포도 재배와 와인산업과 지역축제가 주요 특성으로 도출되었다. 이를 포도송이의 군집과 반복구조를 활용한 텍스타일 패턴과 오버사이즈드 유니섹스 티셔츠에 적용하여 ‘Grape Pop Tee’ 패션디자인 콘텐츠로 개발하였다.

횡성 한우에서는 브라운, 베이지 및 블랙 계열의 색채, 한우의 실루엣과 유기적인 신체 곡선, 털과 가죽에서 연상되는 표면 질감, 신뢰와 프리미엄 및 횡성의 축산문화와 지역브랜드 이미지가 주요 특성으로 도출되었다. 이를 유기적인 선과 불규칙한 표면무늬, 가죽 질감

및 포켓 스티치 디테일을 적용한 워크웨어 재킷에 반영하여 ‘1st Leather Workwear Jacket’ 패션디자인 콘텐츠로 개발하였다.

넷째, 선정 지역특산물에서 도출한 특성을 생성형 AI 프롬프트의 입력정보로 설계하여 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션 착장 일러스트레이션을 개발하는 과정에서 생성형 AI 프롬프트는 지역 및 특산물명과 참조 이미지로 구성된 기본정보, 색채, 형태, 질감, 패턴, 상징성, 스토리텔링으로 구성된 패션디자인 요소, 패션 스타일, 아이템, 실루엣, 소재, 디테일과 모델 및 표현방식으로 구성된 패션콘텐츠 구현 요소를 포함하도록 설계하였다.

패션디자인 콘텐츠 개발에는 생성형 AI인 GPT-5.6 Sol을 활용하였으며, 각 지역특산물의 실제 외형과 색채 및 표면 특성을 확인할 수 있는 참조 이미지를 프롬프트와 함께 적용하였다. 1차 이미지 생성에서는 색채, 형태, 질감 및 패턴을 중심으로 지역특산물의 시각적 특성을 반영하고, 이후 상징성과 스토리텔링을 추가하여 지역의 자연환경, 생산문화 및 지역 이미지를 패션디자인의 콘셉트와 서사에 반영하였다. 생성 결과에서 특산물의 형태와 표면 특성이 불분명하거나 패션디자인의 표현 의도와 일치하지 않는 경우 관련 프롬프트를 보완하여 이미지를 다시 생성하였다. 이와 같은 반복적인 비교, 검토와 프롬프트 수정을 통해 각 지역특산물의 시각적, 문화적 특성과 패션디자인의 표현 의도가 비교적 명확하게 나타난 이미지를 선정하여 최종 패션디자인 콘텐츠를 개발하였다.

이상의 결과를 통해 공공데이터 수집, 지리적표시 등록품목 검토, 보조 공공데이터 검토, 대표 지역특산물 선정, 지역특산물의 특성 도출, 패션디자인 요소 설정, 생성형 AI 프롬프트 설계, 이미지 생성과 수정 및 최종 패션디자인 콘텐츠 개발로 이어지는 패션디자인 콘텐츠의 전개 과정을 구체적으로 제시하였다. 이는 생성형 AI가 단순한 이미지 생성도구에 머무르지 않고, 공공데이터에서 확인한 지역특산물의 정보와 특성을 패션디자인 콘텐츠로 전환하는 개발도구로 활용될 수 있음을 보여준다. 본 연구는 공공데이터 활용 연구의 범위를 행정, 정책, 관광 및 산업정보 중심에서 패션디자인과 문화콘텐츠 분야로 확장하였다는 데 의의가 있다. 특히 지리적표시 등록정보를 지역특산물의 지역성과 품목 특성을 확인하기 위한 자료이자 패션디자인 콘텐츠 개발을 위한 원천자료로 활용함으로써 공공데이터의 새로운 활용 방향을 제시하였다. 또한 지역특산물을 단순

한 지역 생산품이 아니라 지역의 자연환경, 생산문화, 역사 및 지역 이미지를 포함하는 문화디자인 자원으로 해석하고, 이를 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션 착장 일러스트레이션으로 개발하여 제시하였다.

본 연구의 결과는 지역특산물을 활용한 패션디자인과 로컬콘텐츠 기획을 위한 기초자료로 활용될 수 있다. 지역특산물의 색채, 형태, 질감 및 패턴은 컬러 팔레트, 실루엣, 모티프, 소재, 디테일 및 텍스타일 패턴 개발에 적용할 수 있으며, 상징성과 스토리텔링은 지역 특산물 기반 패션디자인의 콘셉트, 브랜드 아이덴티티 및 콘텐츠 서사를 구성하는 데 활용할 수 있다. 본 연구에서 개발한 패션디자인 콘텐츠는 향후 실제 텍스타일, 의류 및 패션상품 개발을 위한 디자인 시안으로 활용할 수 있으며, 후속 개발과 검증을 거쳐 관광기념품, 문화상품, 지역브랜드 콘텐츠 및 디지털 홍보 콘텐츠 등으로 확장할 수 있을 것이다. 다만 본 연구는 지리적 표시 등록품목 가운데 제주 한라봉, 보성 녹차, 영동 포도 및 횡성 한우의 네 가지 사례를 대상으로 하였으므로, 연구결과를 전체 지역특산물에 일반화하는 데에는 한계가 있다. 또한 생성형 AI를 활용한 텍스타일 프린트, 패션 아이템 및 패션 착장 일러스트레이션의 이미지 개발 단계까지 수행하여 실제 원단과 의류 및 패션상품의 제작과 생산 가능성은 검토하지 못하였다. 향후 연구에서는 지역축제, 문화유산, 전통공예, 관광자원 및 생활문화 등 다양한 공공데이터를 연계하고 연구대상과 지역특산물의 범위를 확대할 필요가 있다. 나아가 개발된 콘텐츠를 실제 텍스타일, 의류 및 패션상품으로 제작하고 전문가 평가와 소비자 조사를 실시하여 디자인 적합성, 지역경제성 인식, 선호도, 구매의도 및 시장성을 실증적으로 검증한다면 공공데이터를 활용한 지역 특산물 기반 패션디자인 콘텐츠 연구의 활용 범위를 더욱 확대할 수 있을 것이다. 향후 본 연구가 지역특산물의 활용 범위를 패션산업으로 확장하고, 지역브랜드 가치 제고와 지역산업 활성화에 기여하기 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

참고문헌

1. 김영수, 정의홍, 김우현, 이성일. (2018). 『지역을 살리는 로컬 브랜딩』. 클라우드나인.
2. 김권호, 김종하, Choi, Ryan Jongwoo. 생성형 AI 도구와 디자이너의 협업 프로세스 개발: 이미지를 통한 아이디어 확산에서 고해상도 렌더링까지. 『예술·디자인연구』, 2024
3. 김선영. 패션문화상품 관련 국내 학술 연구 동향. 『한국디자인포럼』, 2018
4. 김현호. 장소판촉수단으로서 지역브랜드 마케팅의 특성과 과제. 『지방행정』, 2006
5. 박현주. 지역 관광 활성화를 위한 로컬 브랜드 아이덴티티 LBI 시스템 개발: 로컬 관광 브랜드 개발 중심으로. 『한국공간디자인학회 논문집』, 2022
6. 배윤지. 패션 디자인과 생성형 AI: 창작물의 범주와 윤리적 과제. 『한국의류산업학회지』, 2024
7. 신정아. 로컬콘텐츠 기획 및 제작 방안 연구: 이문동 문화지도 사례를 중심으로. 『글로벌문화콘텐츠』, 2018
8. Anantrasirichai, N., & Bull, D. R. Artificial intelligence in the creative industries: A review. Artificial Intelligence Review, 2022
9. Anholt, S. Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. Palgrave Macmillan. 2007
10. Bommasani, R., Hudson, D. A., Adeli, E., Altman, R., Arora, S., von Arx, S., et al. On the opportunities and risks of foundation models. Stanford Center for Research on Foundation Models. 2021
11. Bowen, S. Embedding local places in global spaces: Geographical indications as a territorial development strategy. Rural Sociology, 2010
12. Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., et al. "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. International Journal of Information Management, 71, 102642.

2023

13. Kavaratzis, M. From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 2004
14. Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 2013
15. Kawamura, Y. *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. Berg. 2005
16. Lundblad, L., & Davies, I. A. The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 2016
17. Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press. 1999
18. Porter, M. E. *The competitive advantage of nations* (Updated ed.). Free Press. 1998
19. Relph, E. *Place and placelessness*. Pion. 1976
20. Tuan, Y.-F. *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press. 1977
21. Regulation (EU) 2024/1143 of the European Parliament and of the Council, European Parliament and Council of the European Union, 2024
22. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, World Trade Organization, 1994
23. www.data.go.kr
24. www.maff.go.jp
25. www.mckisney.com
26. www.naqs.go.kr
27. www.maff.go.jp