한류 패션의 싱가포르 진출을 위한 시장 분석 및 소비자 조사

김지은¹⁾ · 김희수¹⁾ · 최혜선^{1)†} · 이경미²⁾

¹⁾이화여자대학교 의류학과

²⁾Apparel Design & Merchandising, Temasek Polytechnic

Fashion Market Analysis and Consumer Research for Expansion of Korean Wave Fashion into the Singapore Market

Ji Eun Kim¹⁾, Hee Soo Kim¹⁾, Hei Sun Choi^{1)†}, and Kyung Mi Lee²⁾

¹⁾Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University; Seoul, Korea

²⁾Dept. of Apparel Design & Merchandising, Temasek Polytechnic; Tampines, Singapore

Abstract : This study aims to provide basic information that would be useful to develop more specialized fashion design products for launching Korean Wave fashion, especially in Singapore market where Korean Wave culture has been expanding significantly. To identify recognition level of Korean Wave fashion, customer survey was conducted to females in their late 10s to early 20s. The analysis on the current fashion market also was made, which showed the result that the elegant style was dominant in the local fashion market. According to the customer survey result, K-pop was the most influential on Korean Wave. Amongst the female K-pop stars, 2NE1 was ranked the first who most of those surveyed wanted to copy her fashion style, and the ranking followed by Girl's Generation and BoA. With this result, it would be recommended to reflect K-pop star's style in designing fashion products as design and style turned out to be the most important factors that those surveyed considered upon clothing purchase. However, there should be various promotion activities in order to make Korea fashion brands known to the public because only 24.6% of those surveyed responded that they were aware of Korean fashion brands launched in Singapore market. Nevertheless, as those respondents were willing to buy Korean fashion brand products, there would be plenty of potential to succeed in Singapore market if there would be continuous efforts to raise Korean brand awareness.

Key words: Hallyu(한류), Korean wave(한류), Korean wave fashion(한류 패션), Singapore(싱가포르)

1. 서 론

최근 지속적으로 침체되어 있는 내수 시장을 극복하기 위한 하나의 방편으로 한류의 소비가 활발한 지금 시점에서 젊은 층을 대상으로 한 글로벌 패션시장의 진출은 한국 패션기업과 브랜드가 수행해야 할 필수과제가 되었다. 특히 동남아시아 지역은 장기화되고 있는 글로벌 경기침체에도 불구하고 비약적인 경제성장을 이룩함으로써 중국의 대체시장으로 세계의 이목이 집중되고 있을 뿐 아니라, 경기침체에 빠진 한국 내수시장을 극복하기에 충분한 신흥시장이 될 것으로 전망되고 있다(Choi, 2012).

여러 동남아시아 국가 중에서도 싱가포르는 식음료 업체를 비롯하여 유통 및 금융 등 다양한 분야에 한국 기업들이 앞다투어 진출하고 있는데 그 가장 큰 이유로는 싱가포르가 동남아시아의 허브 역할을 하고 있기 때문이다. 싱가포르는 중국계가 76.8%로 대다수를 차지하고 있으나 인근에 인도네시아, 말레이

시아, 베트남 그리고 인디아 등이 위치해 있어 동남아에 미치는 파급력 또한 크다는 분석이다. 싱가포르는 서울과 비슷한 685 km²의 면적에 인구가 484만 명이지만 2011년 1인당 국내총생산(GDP)은 4만5000달러의 구매능력을 지녔으며, 좁은 국토 때문에 쇼핑과 해외 수입공연 등을 통한 대중문화 소비가 여가 행위의 많은 부분을 차지한다(Kim, 2012). 따라서 한국 연예기획사들은 동남아 국가들 가운데 싱가포르에 대한 시장가치를 상대적으로 높이 평가하고 있으며, 적극적인 홍보와 콘서트를 빈번하게 개최하고 있고, 이는 빠른 시간 내에 싱가포르에서 K-pop의 인기를 확산시키는 데 기여했다(Kim, 2012).

한류 패션의 해외 진출에 대한 연구 또한 꾸준히 이루어지고 있으나 주로 중국을 대상으로 한 연구에 치중해 있어 한류가 확산되고 있는 한류 영향 지역, 싱가포르 지역을 중심으로 한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 패션에 관심이 많은 10~20대 여성 소비자의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 전문화된 디자인 기획과 패션제품을 개발이 필요한 시점이라고 사료된다.

이에 본 연구에서는 싱가포르 패션 시장의 현황 분석 및 한류와 패션에 많은 관심을 보이는 10대 후반에서 20대 초반에

†Corresponding author; Hei Sun Choi
Tel. +82-2-3277-3075, Fax. +82-2-3277-3079
E-mail: hschoi@ewha.ac.kr

이르는 여성 소비자들을 대상으로 한 설문조사를 실행하였다. 이에 얻어진 자료를 바탕으로 한류 패션의 싱가포르 시장으로의 진출 시 전문화된 디자인 기획과 패션제품 개발에 도움이 될 수 있는 정보를 제시하고 국내 패션 산업이 신흥 경제시장에서 경쟁력을 갖추기 위한 방안을 모색해보고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 싱가포르 패션 시장 분석

싱가포르 소비자들이 선호하는 패션 스타일을 도출하기 위해 현지실사를 통해 싱가포르의 패션 시장을 분석하였다. 싱가포르 패션 시장 조사를 위한 쇼핑센터 선정에는 싱가포르 패션 시장에 관한 각종 국내·외 신문자료와 YourSingapore(www.yoursingapore.com) 등의 포털사이트를 통한 인터넷자료 등을 활용하였으며, 그 결과 10~20대 여성 소비자를 주타겟으로 하는 아이온 오차드(Ion Orchard), 니안시티-다카시마야(Ngee Ann City-Takasimaya), 313 서머셋(313@Somerset), 파이스트 플라자(Far East Plaza), 그리고 만다린 갤러리(Mandarin Gallery) 쇼핑센터 등 다섯 곳을 선정하였다. 싱가포르 패션 시장 분석은 선정된 쇼핑센터를 중심으로 2013년 1월 28일부터 2월 2일까지 5박 6일 동안 2명의 의류학 전공자(박사과정 1명, 석사과정 1명)에 의해 이루어졌다. 사진촬영은 매장에 디스플레이된 마케팅과 제품사진을 주로 하였으며 대상연령층의 착장사진을 포함하여 219장의 사진 자료를 추출하였다. 추출된 사진 자료는 전문가 집단 5인에 의해 패션스타일에 따라 네 가지로 분류하였다.

2.2. 싱가포르 소비자 설문조사

2.2.1. 설문 조사목적 및 설문지 구성

10대 후반에서 20대 초반의 싱가포르 여성 소비자들을 대상으로 선호하는 한류 패션 스타일을 조사함으로써 싱가포르 시장으로의 한류패션산업 진출 시보다 전문화된 디자인 기획에 도움이 될 수 있는 기초자료를 제시하고자 한다. 설문지 내용은 싱가포르 소비자들의 한류에 대한 태도에 관한 13문항, 한국 TV프로그램/영화와 여성 한류스타 선호도 3문항, 의복 구입 시 고려사항 8문항, 한국브랜드에 대한인지도 10문항, 개인적 행동 특성 6문항 등으로 구성하였다.

2.2.2. 설문 조사대상 및 조사기간

본 설문조사는 2013년 1월 28일부터 2월 2일까지 싱가포르 탬파니스(Tampines)에 소재하고 있는 테마섹 폴리테크닉(Temasek Polytechnic) 교내와 싱가포르 패션의 중심지인 오차드로드에서 한류문화를 접하고 있는 16~24세 여성 소비자들을 대상으로 이루어졌다. 조사대상자의 연령 분포는 Table 1과 같다.

Table 1. General information of the subjects - Age

Item	Frequency	Min.	Max.	Mean	S.D
Age	268	16	24	18.90	1.52

2.2.3. 자료처리 및 분석방법

본 연구의 설문 자료는 통계 프로그램 SPSS for Window 20.0을 이용하여 분석을 실시하였다. 통계방법으로는 기술통계분석, 빈도분석, 다중응답분석, 요인분석, 신뢰도분석, 군집분석, 교차분석, t-test 등이 사용되었으며 회수된 280부 중 답변이 불완전한 12부를 제외한 268부가 연구 자료로 이용되었다.

3. 결과 및 논의

3.1. 싱가포르 패션 쇼핑센터 현황

싱가포르 쇼핑의 중심지인 오차드로드에는 약 1.5 km 구간에 걸쳐 메리어트(Marriott), 하얏트(Hyatt) 등의 특급호텔을 비롯하여 아이온 오차드, 갤러리아 듀티프리샵(DFS Galleria), 니안시티-다카시마야(Ngee Ann City-Takasimaya), 파라곤(Paragon), 위즈마 아트리아(Wisma Atria), 탕플라자(Tang Plaza), 313 서머셋(313@Somerset) 등의 대형 쇼핑몰들이 줄지어 위치해 있다(Fig. 1). 본 연구에서는 YourSingapore 웹사이트를 통한 사전 조사와 더불어 현지실사를 통해 여러 쇼핑센터를 방문한 결과를 통합해 10~20대 여성들이 자주 가는 쇼핑센터 다섯 곳을 선정하였다.

3.1.1. 아이온 오차드(Ion Orchard)

2009년 7월에 오픈한 아이온 오차드는 오차드로드의 중심에 위치하고 있다. 향신료 열매를 본떠 건축된 혁신적인 외관디자인에 걸맞게 예술적인 라이프 스타일을 표방한다. 아이온 몰에는 최고의 브랜드화 전략에 따라 해외 명품브랜드, 멀티숍, SPA(Specialty retailer of Private label Apparel; 제조·유통 일괄화 의류)브랜드 등 300개 이상의 매장이 입점하여 윈스톱 쇼핑을 추구한다. 주요입점 브랜드로는 Bottega Veneta, Burberry, Christian Dior, Dolce & Gabbana, Ermenegildo Zegna, Miu Miu, Prada, Salvatore Ferragamo 등이 있다.

3.1.2. 니안시티 다카시마야 (Ngee Ann City - Takasimaya)

1993년 오픈한 니안시티는 동서양의 조화가 돋보이는 복합 상업건물로 평범한 외관에 하이엔드 럭셔리 브랜드숍, 싱가포르

Fig. 1. Map of Orchard Road.
<http://maps.google.co.kr/>

르 최대 규모의 키노쿠니야 서점, 슈퍼마켓, 푸드코트 등이 입점해 있다. 주요입점 브랜드로는 A/X Armani Exchange, Chanel, Fendi, Celine, Louis Vuitton 등이 있다.

3.1.3. 313 서머셋 (313@Somerset)

서머셋역에 위치해 있으며 중가의 다양한 로컬브랜드와 질 좋은 Fast Fashion 매장이 모여 있다. 10대 후반에서 20대 중반 중심의 쇼핑몰이다. 주요입점 브랜드로는 Cotton On, Esprit, Forever 21, G2000, Lacoste, Levi's, Mango, ZARA 등이 있다.

3.1.4. 파이스트 플라자 (Far East Plaza)

패션과 미용관련 매장이 중심이며 캐주얼, 청바지 속옷전문점이 많다. 로컬디자이너브랜드가 많고 저렴한 가격 때문에 교복을 착용하고 있는 10대 여학생들이 눈에 띄게 많았다.

3.1.5. 만다린 갤러리 (Mandarin Gallery)

현대적인 느낌의 차분한 분위기의 만다린 갤러리 쇼핑센터는 신진디자이너 브랜드와 갤러리의 조화를 이루고 있다. 주요입점 브랜드로는 Bread & Butter, Bell & Ross, Frank & Co., Boss Shop, 등이 있다.

3.2. 싱가포르에 기진출한 한국 패션 브랜드 현황

현재 싱가포르에 진출해 있는 한국 패션 브랜드로는 lapalette, O'2nd, SPICY COLOR, 등이 있는데 현지 방문을 통해 살펴본 결과는 다음과 같다.

아이언 오차드 지하 3층에 위치한 lapalette는 한국 매장의 디스플레이나 제품 구성은 거의 동일하였고 한국에서 판매되는 가격대와 유사한 수준이었으며 매장에 손님이 들어서면 한국어로 인사하는 모습이 인상적이었다. Fig. 2는 매장 전면의 모습이다.

O'2nd는 정식매장 대신 클럽 투웬티 원(CLUB 21)내에 위치한 편집숍에서 상품이 판매되고 있었다. 현지 조사 시 8벌만이 보유하고 있는 것으로 조사되었고 편집숍에서 다른 명품 브랜드와 함께 판매되고 있는 것으로 미루어 보아 한국에서 직진출한 것이 아니라 뉴욕컬렉션 등에서 사입된 것으로 사료된다.

Fig. 2. Lapalette in Ion Orchard.

Fig. 3. O'2nd in CLUB 21b.

Fig. 3은 O'2nd 제품 사진과 CLUB 21b 편집숍의 모습이다.

SPICY COLOR는 팝컬처(Pop-Culture)를 바탕으로 하는 토종 SPA브랜드로, 주룽포인트(Jurong Point) 쇼핑몰 1층에 입점되어 있는 것으로 사전조사 되었으나, 현지 방문 시 폐점한 것으로 나타났고 그 자리에 한국 화장품 매장이 새로 입점한 것으로 조사되었다.

3.3. 싱가포르에서 인기 있는 패션 브랜드 조사

테마섹 폴리테크닉에 재학중인 학생들에게 10~20대 여성 소비자들에게 인기 있는 디자이너 브랜드 및 SPA 브랜드를 조사한 결과, 최근 우리나라에서도 SPA 브랜드로 잘 알려져 있는 Zara, H&M, Forever 21, Forever New, Topshop 등으로 나타났으며, 그 밖에 우리에게 다소 생소한 브랜드인 Bershka, Reckless Ericka, Elohim by Sabrina Goh, Cotton On 등이 인기 있는 것으로 나타났다. 이들 브랜드의 이미지를 <Fig. 4, 5, 6, 7>에 사진으로 각각 제시하였다.

3.4. 싱가포르 패션 시장 분석

상기 선정된 다섯 곳의 쇼핑센터를 중심으로 10대 후반에서 20대 초반 여성 소비자를 대상으로 하는 패션 브랜드의 조사 및 분석을 실시하였다. 사진촬영은 매장에 디스플레이된 마네킨과 제품사진을 주로 하였으며 대상연령층의 착용사진을 포함하여 219장의 사진 자료를 추출하였다. 추출된 사진 자료는 전문가집단 5인에 의해 패션스타일에 따라 다시 네 가지로 분류하였으며 그 결과는 Table 2와 같다.

사진 자료 분석결과 엘레강스 스타일이 43.8%로 가장 큰 비

Fig. 4. Photos from Reckless Ericka's Autumn/Winter 2012 collection. <http://www.recklessericka.com/aw12/>

Fig. 5. Photos from Elohim by Sabrina Goh's Spring/Summer 2013 collection. <http://sabrinalgoh.com/>

Fig. 6. Photos from Cotton On. <http://shop.cottonon.com/shop/women/>

Fig. 7. Photos from Bershka. <http://www.bershka.com/webapp/wcs/stores/servlet/category/bershkasg/en/bershka/>

율을 차지하는 것으로 나타났으며, 로맨틱 스타일 20.5%, 클래식 스타일 18.7%, 캐주얼스타일 17.0% 순으로 분류되었다. 가장 높은 비중을 차지한 엘레강스 스타일을 제외한 나머지 로맨틱 스타일, 클래식 스타일, 캐주얼 스타일은 20%에 근접한 비슷한 비율임을 알 수 있다.

3.4.1. 엘레강스 스타일

싱가포르 패션 시장에서 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타난 엘레강스 스타일은 전반적으로 원피스 아이템에서 주류를 이루고 있으며, 어깨가 드러나거나 홀터넥 등의 피트된 실루엣으로 여성의 곡선 라인을 강조는 스타일이 많이 보여 졌다. 싱가포르에서 조사된 엘레강스 스타일의 제품 사진을 Fig. 8에 제

Table 2. Classification of Fashion styles on the Singapore fashion market

Style	Frequency	%
Elegant Style	96	43.8
Romantic Style	45	20.5
Classic Style	41	18.7
Casual Style	37	17.0
Total	219	100.0

Fig. 8. Fashion styles on the Singapore fashion market - Elegant style.

시하였다.

3.4.2. 로맨틱 스타일

로맨틱 스타일은 여성스럽고 소녀 분위기를 표현하는 것으로, 섬세하고 귀여운 이미지로, 밝고 리드미컬한 곡선을 프릴, 러플, 레이스, 플라운스 등의 장식적인 디테일로 강조한 스타일이다(Han, 2007). 싱가포르 패션시장에서의 로맨틱 스타일은 장식적인 디테일을 부각시키고 다양한 소재를 사용하고 있는 것으로 조사되었다. 싱가포르에서 조사된 로맨틱 스타일의 제품 사진은 Fig. 9와 같다.

3.4.3. 클래식 스타일

클래식은 ‘고전적인, 싫증이 나지 않는’ 등의 뜻으로, 현대 패션에서는 유행을 따르지 않는 스타일을 말한다, 유행에 관계 없이 오랜 기간 동안 지속되는 전통적인 스타일로, 보수적이고 변화를 거부하는 중후한 스타일로 유행을 초월하는 보편성을 지닌다(Lee, 2008). 싱가포르 패션시장에서 조사된 클래식 스타일은 Fig. 10에서 볼 수 있듯이, 베이직 수트 디자인과 더불어

Fig. 9. Fashion styles on the Singapore fashion market - Romantic style.

Fig. 10. Fashion styles on the Singapore fashion market - Classic style.

Fig. 11. Fashion styles on the Singapore fashion market - Casual style.

클래식한 실루엣의 패턴과 디테일을 부분적으로 변형한 디자인을 동시에 볼 수 있었다.

3.4.4. 캐주얼 스타일

캐주얼 스타일은 현대를 사는 자유분방하고 활동적이며 구속을 싫어하는 젊은이들의 대표적인 복식스타일이며 실용성을 중시하고 일상생활에서 격식 없이 편히 입을 수 있는 티셔츠, 점퍼, 바지, 조끼, 진, 니트 등을 코디하여 입는 스타일이다 (Park, 2004). 싱가포르 패션시장에서 캐주얼 스타일은 여러 글로벌 SPA브랜드의 시장진출로 다양한 스타일을 선보이고 있었는데 그 중에서도 특히 여성스러운 실루엣과 부드러운 컬러의 티셔츠가 많은 것으로 조사되었다. 캐주얼 스타일의 제품 사진은 Fig. 11과 같다.

3.5. 싱가포르 소비자 설문조사

3.5.1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자의 연령은 16세부터 24세까지 분포하고 있었으며, 평균연령 18.9세이다(Table 1). 조사대상자의 국적 비율은 응답자 중 싱가포르국적 소지자가 90.2%로 대부분을 차지하고 있었다. 그 중에서는 중국계가 91.9%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 말레이계가 5.1%, 인디언계가 1.7%, 기타 1.3% 순이었으며, 미응답자는 12.3%이었다. 외국인의 경우, 전체의 9.8%이었으며, 그 중에 중국인 42.3%, 말레이시아인 19.2%, 인도네시아인 19.2%, 베트남인 3.9%, 기타 15.4% 순으로 나타났다. 조사대상자의 국적과 인종에 따른 비율은 Table 3에 제시하였다.

조사대상자의 한 달 의복 구입비는 S\$50 이상 S\$100 미만

Table 3. General demographic information of the subjects - Nationality and Race N=268

Nationality	Frequency	Percent	Valid Percent	Race	Frequency	Percent
Singaporean	239	89.2	90.2	Chinese	216	80.6
				Malays	12	4.5
				Indians	4	1.5
				Etc	3	1.1
				Missing	33	12.3
				Total	235	100.0
Foreigners	26	9.7	9.8	Chinese	11	42.3
				Malaysian	5	19.2
				Indonesian	5	19.2
				Vietnamese	1	3.9
				Etc	4	15.4
				Total	26	100.0
Total	265	98.9	100.0			
Missing	3	1.1				

Shading indicates the highest percentage

Table 4. Spend on purchasing clothing per a month N=268

Division of Variable	Frequency	Percent	Valid Percent
less than S\$50	62	23.1	23.3
S\$50 to less than S\$100	127	47.4	47.7
S\$100 to less than S\$200	60	22.4	22.6
S\$200 to less than S\$300	8	3.0	3.0
more than S\$300	9	3.4	3.4
Total	266	99.3	100.0
Missing	2	.7	

Shading indicates the highest percentage

(47.7%)이 가장 높았으며(Table 4), 한류에 가장 많은 영향을 끼치는 요인을 다중응답으로 조사한 결과, K-pop이 47.9%로 가장 높았고 한국드라마(28.7%), 한국패션(14.9%), 한국화장품(14.2%), 한류스타(12.3%), 기타(4.6%) 순으로 나타났다. 조사 결과는 Table 5에 제시하였다.

Table 5. Associate mostly with Korean Wave N=268

Item	Multiple Responses		
	Frequency	Percent	Case percent
K-pop	125	39.1	47.9
Drama	75	23.4	28.7
Fashion	39	12.2	14.9
Cosmetic	37	11.6	14.2
Korean wave star	32	10.0	12.3
etc.	12	3.8	4.6
Total	320	100.0	122.6

Shading indicates the highest percentage

Table 6. Favorite Title of Korean TV Program/Movie

N=351, Multiple Response

Title of Korean TV Program/Movie	Frequency	Percent	Title of Korean TV Program/Movie	Frequency	Percent
Running Man[런닝맨]	36	10.26	School 2013[학교 2013]	2	0.57
Secret Garden[시크릿가든]	25	7.12	Hello Ghost[헬로우 고스트]	2	0.57
Boys Over Flowers[꽃보다 남자]	24	6.84	Ghost 2012[고스트 2012]	1	0.28
City Hunter[시티헌터]	20	5.70	The Host[괴물]	1	0.28
Rooftop Prince[옥탑방 왕세자]	20	5.70	Bad Guy[나쁜남자]	1	0.28
Gung[궁]	17	4.84	My Daughter The Flower[내 딸 꽃님이]	1	0.28
Dream High[드림하이]	12	3.42	A Moment To Remember[내 머리속의 지우개]	1	0.28
Miss You[보고싶다]	11	3.13	100 Days with Mr. Arrogant[내사랑 싸가지]	1	0.28
To the Beautiful You[아름다운 그대에게]	11	3.13	The King 2hearts[더킹투하트]	1	0.28
Full House[풀하우스]	9	2.56	Daisy[데이지]	1	0.28
A Gentleman's Dignity[신사의 품격]	8	2.28	My Girl[마이걸]	1	0.28
Stairway to Heaven[천국의 계단]	8	2.28	200 Pounds Beauty[미녀는 괴로워]	1	0.28
Reply 1997[응답하라 1997]	7	1.99	When Night Comes[밤이면 밤마다]	1	0.28
Coffee Prince[커피프린스]	7	1.99	Pink Lipstick[분홍립스틱]	1	0.28
My Girlfriend is a Gumiho[내 여자친구는 구미호]	6	1.71	Three Brothers[수상한 삼형제]	1	0.28
The Moon That Embraces the Sun[해를 품은 달]	6	1.71	Hello Schoolgirl[순정만화]	1	0.28
Personal Taste[개인의 취향]	5	1.42	Star King[스타킹]	1	0.28
Winter Sonata[겨울연가]	5	1.42	Myung Wol the Spy[스파이명월]	1	0.28
You've Fallen for Me[넌 내게 반했어]	5	1.42	City Hall[시티홀]	1	0.28
Love Rain[사랑비]	5	1.42	Faith[신의]	1	0.28
IRIS[아이리스]	5	1.42	God's Quiz[신의퀴즈]	1	0.28
49 Days[49일]	4	1.14	Baby and Me[아기와 나]	1	0.28
You're Beautiful[미남이시네요]	4	1.14	Beautiful Legacy[아름다운 유산]	1	0.28
Big[빅]	4	1.14	knocking on heaven's door [여친소]	1	0.28
Cinderella's Sister[신데렐라 언니]	4	1.14	Ice Flower[얼음꽃]	1	0.28
Flower Boy Next Door [이웃집꽃미남]	4	1.14	You Don't Know Women[여자를 몰라]	1	0.28
Yellow Boots[노란복수초]	3	0.85	Old Boy[올드보이]	1	0.28
A Werewolf Boy[늑대소년]	3	0.85	Maundy Thursday[우리들의 행복한 시간]	1	0.28
Dae Jang Geum[대장금]	3	0.85	Ghost[유령]	1	0.28
Witch Amusement[마녀유희]	3	0.85	She's On Duty[잠복근무]	1	0.28
Autumn Tale[가을동화]	2	0.57	Mischievous Kiss[장난스런 키스]	1	0.28
Flower Boy Ramyun Shop[꽃미남라면가게]	2	0.57	Jumong[주몽]	1	0.28
Lie to Me[내게 거짓말을 해봐]	2	0.57	Innocent Man[착한남자]	1	0.28
Dream High2[드림하이2]	2	0.57	Shining Inheritance[찬란한 유산]	1	0.28
My Princess[마이 프린세스]	2	0.57	Tree of Heaven[천국의 나무]	1	0.28
Mary Stayed Out All Night 메리는 외박중]	2	0.57	The Chaser[추적자]	1	0.28
Sungkyunkwan Scandal[성균관 스캔들]	2	0.57	The Classic[클래식]	1	0.28
Temptation of Wife[아내의 유혹]	2	0.57	The Tower[타워]	1	0.28
Queen Inhyun's Man[인현왕후의 남자]	2	0.57	Full House2[풀하우스2]	1	0.28
Baker King, Kim Tak Goo[제빵왕 김탁구]	2	0.57	The Descendants Of Hong Gil-Dong[홍길동의 후예]	1	0.28
Cheongdamdong Alice[청담동 앨리스]	2	0.57	ing[ing]	1	0.28
Fashion King[패션왕]	2	0.57	Total	351	100.00

Shading indicates a higher percentage

Table 7. Female movie star that you want to follow her fashion style

N=268, Multiple Response

Female movie star	Frequency	Percent	Female movie star	Frequency	Percent
Song Ji-hyo[송지효]	47	17.54	Hwang Jung-eum[황정음]	3	1.12
Park Sin-hye[박신혜]	35	13.06	Kang Sora[강소라]	2	0.75
Yoon Eun-hye[윤은혜]	30	11.19	Gong Hyo-jin[공효진]	2	0.75
Kim Tae-hee[김태희]	17	6.34	Kim Min-hee[김민희]	2	0.75
Moon Geun-young[문근영]	17	6.34	Kim Hee-sun[김희선]	2	0.75
Ha Ji-won[하지원]	17	6.34	Suzy[수지]	2	0.75
Han Ji-min[한지민]	17	6.34	Eu-gene[유진]	2	0.75
Han Ga-in[한가인]	12	4.48	Lee Min-jung[이민정]	2	0.75
Goo Hye-sun[구혜선]	10	3.73	Kim A-jung[김아중]	1	0.37
Song Hye-kyo[송혜교]	10	3.73	Kim Ha-neul[김하늘]	1	0.37
Park Min-young[박민영]	9	3.36	Soo Ae[수애]	1	0.37
Son Ye-jin[손예진]	6	2.24	Lee Na-young[이나영]	1	0.37
Shin Se-gyeong[신세경]	4	1.49	Lee Da-hae[이다해]	1	0.37
Sung Yu-ri[성유리]	3	1.12	Lim Soo-jung[임수정]	1	0.37
Lee Young-ae[이영애]	3	1.12	Han Ye-seul[한예슬]	1	0.37
Jeon Ji-hyun[전지현]	3	1.12	Han Hyo-ju[한효주]	1	0.37
Jeong Eun-ji[정은지]	3	1.12	Total	268	100.00

Shading indicates a higher percentage

가장 선호하는 한국 TV프로그램/영화를 다중응답으로 선택하게 한 결과 ‘런닝맨(10.26%)’ ‘시크릿가든(7.12%)’, ‘꽃보다 남자(6.84%)’ 순으로 인기가 있는 것으로 나타나, ‘대장금’을 제외하고는 최신 TV프로그램/영화로 장르에 편중없이 광범위하게 퍼져있음을 알 수 있었다. 패션스타일을 따라하고 싶은 한국 여배우와 여자 K-pop 스타를 역시 다중응답으로 선택하게 한 문항에서는 여배우 중에서는 송지효(17.54%), 박신혜(13.06%), 윤은혜(11.19%) 순으로, K-pop 스타 중에서는 2NE1(23.11%), 소녀시대(Girl's Generation; 15.15%), 보아(BoA; 13.6%) 순으로

나타났으며, 이는 한국 TV프로그램에 영향을 받은 것으로 사료된다. 조사 결과는 Table 6, 7, 8에 각각 제시하였다.

한국 및 한류에 대한 태도를 묻는 설문응답 결과는 Table 9와 같다. ‘한국에 방문해보고 싶다’(4.02)는 의견이 가장 높았으며, ‘대중문화에 관심이 많다’(3.58), ‘한국에 대해 호의적인 이미지를 가지고 있다’(3.54), ‘한국 브랜드 상품은 믿을 수 있다’(3.52) ‘한국 TV드라마와 영화를 즐겨 본다’(3.51) 순으로 나타나 한류에 대한 반응은 전반적으로 긍정적임을 알 수 있다. 반면, ‘최근 K-pop 순위차트를 알고 있다(2.08)’, ‘싱가포르에서

Table 8. Female K-pop star that you want to follow her fashion style

N=264, Multiple Response

Female K-pop star	Frequency	Percent	Female K-pop star	Frequency	Percent
2NE1	61	23.11	Sistar	6	2.27
Girl's Generation	40	15.15	A-pink	3	1.14
BoA	30	11.36	Baek Ji-young	3	1.14
F(x)	24	9.09	GNA	3	1.14
IU	13	4.92	Secret	3	1.14
Miss A	11	4.17	Son Dam-bi	3	1.14
4minute	8	3.03	After school	2	0.76
Ailee	8	3.03	Davichi	2	0.76
Brown Eyes Girls	8	3.03	Hyeon-ah	2	0.76
T-ara	8	3.03	Uhm Jung-hwa	2	0.76
Wonder girls	8	3.03	Dal ★ shabet	1	0.38
KARA	7	2.65	Yoon Mi Rae	1	0.38
Lee Hyo-ri	7	2.65	Total	264	100.00

Shading indicates a higher percentage

Table 9. Attitude toward Korea and the Korean Wave

N=268

Measurement item	Mean	S.D
I want to visit Korea.	4.02	1.08
I am much interested in public media and entertainment.	3.58	1.0
I have favorable Fig.s of Korea.	3.54	1.10
Korean brand products are reliable.	3.52	.93
I enjoy watching Korean TV dramas and/or movies frequently.	3.51	1.35
I have a favorable attitude about fashion styles of Korean Wave stars.	3.15	1.12
I watch Korean TV dramas and/or movies and search for Korean brand products.	3.13	1.27
I have done Internet shopping for Korean brand products.	2.71	1.43
I know much about latest Korean Wave stars.	2.61	1.22
I frequently copy fashion styles of Korean Wave stars.	2.48	1.07
I know the recent ranking of the K-pop chart.	2.08	1.21
I have been in Korean Wave concert(s) held in Singapore.	1.99	1.43
I am a member of a fan club for a Korean Wave star.	1.83	1.21

■ Shading indicates a higher percentage

Table 10. The result of factor analysis for value

N=268

Factor	Measurement item	Factor 1	Factor 2	Communalities	Reliability
Favorable	I have favorable Fig.s of Korea.	.80	.16	.67	0.89
	I enjoy watching Korean TV dramas and/or movies frequently.	.78	.29	.69	
	I have a favorable attitude about fashion styles of Korean Wave stars.	.77	.32	.70	
	I want to visit Korea.	.76	-.01	.58	
	I watch Korean TV dramas and/or movies and search for Korean brand products.	.75	.37	.70	
	I frequently copy fashion styles of Korean Wave stars.	.68	.39	.62	
	I have done Internet shopping for Korean brand products.	.58	.36	.46	
Maniac	I have been in Korean Wave concert(s) held in Singapore.	.09	.84	.72	0.85
	I am a member of a fan club for a Korean Wave star.	.19	.84	.74	
	I know the recent ranking of the K-pop chart.	.42	.72	.69	
	I know much about latest Korean Wave stars.	.62	.64	.79	
Eigen value		4.40	2.95		
Variance Percent		39.98	26.86		
Cumulative Percent		39.98	66.84		

개최된 한류스타의 콘서트를 가 본적이 있다(1.99)' '한류스타 팬클럽에 가입되어 있다(1.83)' 등의 문항의 점수가 낮은 것으로 보아, 한류에 대한 호의적인 이미지는 있으나 구체적인 행동으로 실행하는 것은 떨어지는 것으로 보인다.

한류에 대한 태도를 묻는 13문항 중 0.4이하의 공통성 추출값은 다중공선성이 별로 없다고 판단할 수 있기 때문에 '대중문화에 관심이 많다(0.34)', '한국 브랜드 상품은 믿을 수 있다(0.38)' 2문항을 제외하였다. 나머지 11개의 문항을 주성분분석과 Varimax 직교회전을 이용하여 요인분석한 결과, 2개의 요인이 추출되었다(Table 10). 도출된 하위차원의 설명력은 66.84%로 나타났다. 2개의 요인의 신뢰도 검증을 위해 크론바흐 알파계수(Cronbach's alpha; α)를 측정한 결과, 모든 요인에서 알파계수(α)가 0.6이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준으로 사료된다.

추출된 2개의 요인은 한류에 대한 태도에 따른 소비자 집단을 유형화하기 위한 군집분석에 이용되었으며, 군집분석 결과 2개의 집단이 적합한 것으로 판단되었다. 집단1은 Favorable group이라고 명명하고 집단2는 집단1에 비해 매니아 성향을 보이고 있으므로 Maniac group이라고 명명하였다.

설문대상자들은 의복구입 시 디자인과 스타일(4.50)을 가장 중요시 여기며, 색상(4.23), 가격(4.16), 소재(4.04), 사이즈(3.97), 트렌드(3.44), 브랜드가치(3.29), 세탁관리(3.02) 등을 고려하는 것으로 조사되었다. Favorable group과 Maniac group 간의 집단 간 의복구입 시 고려사항의 차이점을 살펴 본 결과, 트렌드와 세탁관리 항목에서 유의한 차이를 나타내고 있었다. 집단 간 의복구입 시 고려사항의 차이를 Table 11에 제시하였다.

싱가포르 내 진출해 있는 한국 패션 브랜드, SPICY COLOR,

Table 11. Consideration in buying clothes N=268

		Classification			t-value
		Total	Favorable group (n=116)	Maniac group (n=137)	
Design & Style	Mean	4.50	4.47	4.50	-0.39
	S.D	.69	.76	.63	
Color	Mean	4.23	4.20	4.27	-0.80
	S.D	.73	.78	.67	
Fabric	Mean	4.04	3.94	4.12	-1.71
	S.D	.83	.83	.83	
Price	Mean	4.16	4.21	4.11	0.86
	S.D	.85	.94	.79	
Trend	Mean	3.44	3.09	3.72	-4.90***
	S.D	1.05	1.02	.97	
Care (washing)	Mean	3.02	2.73	3.25	-3.85***
	S.D	1.11	1.09	1.04	
Size	Mean	3.97	3.93	3.99	-0.46
	S.D	.96	1.07	.89	
Value of Brand	Mean	3.29	3.19	3.44	-1.78
	S.D	1.09	1.14	1.02	

■ Shading indicates a higher percentage, *** $p < .001$

lapalette, O'2nd에 대한 인지도를 묻는 문항에서는 집단 간 유의한 차이는 없는 것으로 나타났고 전체 설문응답자 중 24.6%만

이 알고 있다고 응답해 한국 패션 브랜드의 홍보가 시급한 것으로 판단된다.

한국 패션 브랜드를 알고 있다고 답한 응답자들에게 한국 패션 상품에 대한 의견을 추가로 질문한 결과, 한국 패션 브랜드 상품을 구매할 의사가 있다(3.56)는 응답이 가장 높게 나왔으며 한국 제품은 디자인과 스타일이 좋고(3.40) 제품 품질이 믿을만하다고 생각(3.38)하는 것으로 조사되어 싱가포르 진출 성공 가능성은 긍정적인 것으로 판단할 수 있었다. 집단별로는 전체적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, Maniac group은 Favorable group보다 한국 패션브랜드 상품이 한류를 잘 반영하고 있다고 생각하며, 한국 패션브랜드 상품에 호감이 있는 것으로 나타났다. 조사 결과는 Table 12에 제시하였다.

4. 결 론

본 연구에서는 한류가 큰 인기를 끌고 있는 국가 중에서도 국내 패션 산업의 유망 소비시장으로 주목받고 있는 싱가포르 지역의 한류 현황과 패션시장의 특성을 조사하고, 한류가 싱가포르 패션 시장에 얼마만큼의 영향을 미치고 있는지 또한 분석하였다. 패션 시장 조사는 현지 실사를 통하여 현황을 파악하였으며 한류와 패션에 많은 관심을 보이는 10대 후반에서 20대 초반 여성 소비자들을 대상으로 설문조사를 실행하여 한류 패션에 대한 인식을 알아보았다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 패션의 중심지인 오차드로드에서 촬영한 219장의 사진

Table 12. Opinions about the products of Korean fashion brands by the respondents who are aware of Korean fashion brands N=66

		Classification			t-value
		Total	Favorable group (n=25)	Maniac group (n=41)	
I think that the design and style are good.	Mean	3.40	3.05	3.60	-2.05*
	S.D	.99	1.07	.91	
I think the materials(fabric/trimming) are good.	Mean	3.36	2.91	3.60	-3.05**
	S.D	.91	.92	.77	
I think the overall product quality is reliable.	Mean	3.38	3.00	3.65	-2.57*
	S.D	.95	1.02	.85	
I think the product reflects Korean Wave very well.	Mean	3.29	2.59	3.79	-5.05***
	S.D	1.04	.80	.91	
I know the brand but I didn't know it was a Korean brand.	Mean	2.93	2.45	3.24	-2.55*
	S.D	1.15	1.14	1.10	
I am willing to buy a Korean fashion brand product.	Mean	3.56	3.04	3.93	-3.42**
	S.D	.98	1.16	.66	
I am fond of Korean fashion brand products.	Mean	3.29	2.75	3.65	-3.98***
	S.D	.97	.94	.83	
I got to know this brand because of Korean Wave stars.	Mean	2.73	2.21	3.08	-2.84**
	S.D	1.25	1.02	1.27	
I got to know this brand because of the marketing promotion of the brand.	Mean	2.85	2.25	3.23	-3.52**
	S.D	1.15	1.07	1.07	

■ Shading indicates a higher percentage, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

자료를 패션스타일에 따라 네 가지로 분류하였다. 엘레강스 스타일이 43.8%로 가장 큰 비율로 나타났으며, 로맨틱 스타일 20.5%, 클래식 스타일 18.7%, 캐주얼스타일 17.0%의 순으로 골고루 분포하고 있는 것으로 파악되었다. 가장 높은 비중을 차지하는 엘레강스 스타일은 전반적으로 원피스 아이템의 대부분을 차지하고 있으며, 어깨가 드러나거나 홀터넥 등 피트된 실루엣으로 여성의 곡선 라인을 강조는 스타일이 많이 보여 졌다. 따라서 향후 제품기획 시 여성스럽고 우아한 스타일의 원피스의 비중을 높이는 것을 고려해 볼 만하다고 하겠다.

둘째, 한류문화에 접하고 있는 10대 후반에서 20대 초반에 걸친 여성 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연령분포대는 16세에서 24세에 걸쳐 있었으며 평균연령은 18.9세인 것으로 분석되었다. 설문응답자들의 국적은 싱가포르가 90.2%로 가장 높게 나타났고 그 중에서도 중국계가 91.9%로 대부분을 차지하고 있었다. 한류에 가장 많은 영향을 끼치는 요인을 다중응답으로 조사한 결과, K-pop이 47.9%로 가장 높았다. 한국 TV 프로그램/영화 중에서는 '런닝맨', '시크릿가든', '꽃보다 남자' 순으로 인기가 있는 것으로 나타났고, 패션스타일을 따라하고 싶은 한국 여배우로는 송지효, 박신혜, 윤은혜 순으로 조사되어 한국 TV프로그램에 영향을 받은 것으로 사료된다. 패션스타일을 따라하고 싶은 여자 K-pop 스타는 2NE1, 소녀시대, 보아 순으로 나타났다. 이와 같은 결과로 볼 때 패션 제품의 디자인 기획 시 대상 소비자들에게 인기 있는 한류스타의 착장스타일을 반영하는 것이 도움이 될 것으로 사료되는 바이다.

한국과 한류에 대한 태도를 묻는 설문응답 결과, 설문대상자들은 한류에 대해 전반적으로 긍정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 한류현상에 대한 태도에 따라 소비자를 집단별로 구분해 보았는데 Favorable group과 Maniac group의 두 집단으로 분류할 수 있었다. 의복구입 시 고려하는 사항으로는 디자인과 스타일을 가장 중요시 여기고 있었으며, 싱가포르 내 진출한 한국 패션 브랜드 인지도를 조사한 결과 전체 24.6%만이 알고 있다고 응답해 한국 패션 브랜드의 홍보가 시급한 것으로 판단된다. 한국 패션 브랜드를 알고 있는 응답자들은 한국 패션 브랜드 상품을 구매할 의사가 있는 것으로 조사되어 싱가포르 진출 성공 가능성을 긍정적으로 파악할 수 있었다.

본 연구는 싱가포르 패션 시장에 나타난 패션 제품 스타일을 분석하는 과정에서 오차드로드의 특정 지역에 한정시켰다는 점과 더불어 소비자 설문조사 또한 테마섹 폴리테크닉 교내와 싱가포르 패션의 중심지인 오차드로드에서 한정 실시하였으므로 그 결과를 전체 싱가포르 패션 시장에 적용하는 데 한계가 있다고 하겠다. 시각 자료에 대한 의존도가 높았다는 점 또한 연구결과를 확대 해석하는데 주의를 기울여야 할 점이다.

본 연구결과를 토대로 한 향후 연구에서는 한류 패션의 싱

가포르 진출 시 한류의 추후 확산 단계와 정도를 반영하여야 할 것이며 그와 동시에 해당 싱가포르 소비자 라이프스타일 변화에 따른 니즈(needs)를 접목시킨 한국 패션 브랜드 제품 디자인 개발에 대한 연구 또한 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

감사의 글

이 연구는 2012년도 이화여자대학교 Ewha Global Top 5 Project 연구비 지원에 의한 연구임.

This research project was done in collaboration with The BeyonDesign Centre, Temasek Design School, Temasek Polytechnic, Singapore and Human Ecology & Research Institute, Ewha Womans University, Korea.

References

- 'Bershka'. (n.d.). *Bershka*. Retrieved February 26, 2013, from <http://www.berhka.com/webapp/wcs/stores/servlet/category/berhkasg/en/berhka/>
- Choi, H. R. (2012). *Fashion market analysis and design development for expansion to Southeast Asian market of Korean wave fashion -Focused on Vietnam, Ho Chi Minh City-*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- 'Cotton on!'. (n.d.). *Cotton on*. Retrieved February 26, 2013, from <http://shop.cottonon.com/shop/women/>
- 'Elohim by Sabrina Goh's Spring/Summer 2013 collection'. (n.d.). *Elohim by Sabrina Goh's Spring/Summer 2013 collection*. Retrieved February 26, 2013, from <http://sabinagoh.com/>
- Han, S. J., & Kim, Y. Y. (2007). *Fashion design*. Seoul: Kyohakyongusa, pp 222.
- Kim, J. (2012, May 20). *ChosunBiz*. Retrieved March 14, 2013, from http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2012/11/05/2012110502580.html
- Kim, S. J. (2012). The Characteristics of the Korean wave in Southeast Asia and the transnational flow of cultural taste. *Journal of Broadcasting & Communication*, 13(1), 1-53.
- Lee, J. J., & You, H. S. (2008). *Fashion design*. Seoul: Sinkwangsa, p. 170.
- Orchard Road. (n.d.). *Map of Orchard Road*. Retrieved April 1, 2013, from <http://maps.google.co.kr/>
- Park, S. H. (2004). *Theory of fashion design*. Seoul: Yehaksa, p. 183. Retrieved March 14, 2012, from <http://www.yoursingapore.com/>
- Reckless Ericka's Autumn/Winter 2012 collection. (n.d.). *Reckless Ericka's Autumn/Winter 2012 collection*. Retrieved February 26, 2013, from <http://www.recklessericka.com/aw12/>

(Received 18 April 2013; 1st Revised 6 May 2013;
2nd Revised 20 July 2013; Accepted 1 September 2013)

Copyright © The Society of Fashion and Textile Industry. 2013. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Non-Commercial license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.