

백화점 잡화매장 디자인을 위한 20대 여성의 라이프스타일과 디자인 선호성향 분석

An Analysis of Preference and Life Style of the 20's Women for Designing the Shops of the Department Store

강승림

상명대학교 예술·디자인대학원 실내디자인 전공

천진희

상명대학교 예술·디자인대학원 교수

• Key words: Preference, Life Style, 20's Women, Shops.

Kang, Saung-Rim

Graduate School of Art & Design, SMU

Chun, Jin-Hee

Prof. Graduate School of Art & Design, SMU

1. 서 론

1.1. 연구 배경 및 목적

1.1.1 연구 배경

세계화 국제화 시대를 맞이하여 국력은 경쟁력으로 대표되며, 경쟁력은 곧 기업의 경쟁력이라 할 수 있다. 그런데 기업의 성공과 실패는 대부분 소비자들에 의해 좌우되는 경향이 많다. 소비자들이 전문 샵에서 특정 상품을 구매하는 이유는 그러한 제품이 자신의 가치와 관련된 목적들을 달성하도록 도움을 준다고 믿기 때문이다. 또한 과거에 비해 악세사리에서 구두에 이르기까지 각종 잡화로 전체적인 멋을 추구하는 것이 현 20대의 경향이다. 이에 백화점이 주 쇼핑 공간이며 패션이나 유행에 많은 관심을 가지고 있고 새로운 것에 욕구가 강한 20대 여성들 대상으로 소비행태 변화에 맞는 백화점 잡화매장 디자인을 위한 라이프스타일 분석과 디자인 선호성향 파악이 이루어져야 하겠다.

1.1.2 연구 목적

본 연구는 20대 여성의 주 고객인 백화점 잡화매장 디자인을 위한 기초연구로서 20대 여성의 라이프스타일과 디자인 선호 성향을 분석하는데 연구의 목적이 있다. 최근 20대 여성의 소비행태는 백화점의 이용 빈도가 높은 것으로 나타났으며 그에 맞는 20대 여성들을 위한 매장 점유율도 높아지고 있는 실정이다. 이에 20대 여성의 라이프스타일을 파악하고 그들이 추구하고자 하는 디자인 성향 분석을 통해 20대 여성들을 위한 매장 디자인에 기초 자료를 제공하는데 긍극적인 목적이 있다.

1.2. 연구 범위 및 방법

1.2.1 연구 범위

- 1) 연구 대상자 : 소비 성향이 강하고, 신감각적이고 창조적인 사고를 지닌 20대 여성 패션 리더들.
- 2) 연구 대상 공간 : 20대 여성의 패션을 주도하는 강남 압구정 지역, 대학가가 군집되어 있는 신촌 지역, 문화의 거리로 유명한 대학로 지역 일대 및 기타 지역에 위치한 백화점 잡화매장.
- 3) 연구 대상 세부 영역 : 매장 전체 이미지 파악을 위한 벽·바닥·천장·조명·재료·색채 등의 실내공간구성요소.

1.2.2 연구 내용 및 방법

1) 선행 연구자들의 이론과 문헌조사를 통한 라이프스타일과 디자인성향에 대한 유형고찰.

2) 20대 여성 120명을 대상으로 소비행태파악 : 2002년 6월 : 구입 장소, 구입 종류, 구입 동기, 선호브랜드 등에 대한 기초설문조사 실시.

3) 실내디자인 전문인을 대상으로 기초 설문 도구 작성 : 이론적 고찰을 토대로 대표유형을 추출하여 본 조사 도구 마련을 위한 타당성 검증 실시.

4) 20대 여성 150 명을 대상으로 본 조사 실시 : 2002년 9월 백화점 잡화매장 디자인을 위한 20대 여성의 라이프스타일과 디자인 선호성향 분석

2. 조사 결과 및 분석

2.1 기초조사(기초 소비성향 파악) 결과

신촌, 대학로, 압구정에서 20대 여성 120명에게 설문조사를 실시한 결과, 1위 쇼핑대상지는 백화점으로 조사되었으며 구입종류는 과거에 비하여 잡화가 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

2.2 기초설문도구 및 타당성검증

라이프스타일이란 사람들이 삶을 살아가는 방식, 또는 활동, 의견이 포함되는 개념이다. 선행연구자들은 라이프스타일을 유행추구 집단, 가정지향성 집단, 외부지향성 집단, 보수알뜰 집단, 소극침체형 집단으로 나누거나 패션 개성 중시형, 유명브랜드 고가선호형, 유행선도형, 실용추구형으로 분류하였다. 또 다른 연구자는 적극신중형, 유행추구 자기파시형, 현실 적응형, 성실 보수 전통형, 친목사교형, 감성형, 사회참여형, 개인중심형, 생활 과민형, 세심배려형으로 나누기도 하였다.

이를 종합 정리하여 본 연구자는 진보적패션추구형, 합리적 생활추구형, 전통적 보수추구형, 남녀 평등 추구형, 과시 사치형, 자율의지 및 광고선호형, 사회통념 탈피형, 여가활동형, 감각주의형으로 1차 분류하였다. 그러나 일부유형은 중복적인 의미를 담고 있거나 라이프스타일로 보기에는 추상적이거나 애매모호한 의미를 지니고 있어 이를 유형을 제외한 진보적 패션추구형, 합리적 생활추구형, 전통적 보수추구형, 감각주의형 등의 4유형으로 분류하여 기초도구를 작성한 후 실내디자인 전문인을 대상으로 타당성 검증을 실시하였다.

실내디자인을 전공한 20인을 대상으로 조사도구에 대한

타당성 검증 결과, 이미지와 라이프스타일이 적절치 않은 자료는 수정하여 <표 2>와 같이 최종 조사도구를 마련하였다.

표 1 라이프스타일과 디자인성향 조사도구

라이프 스타일 디자인 이미지	진보적인	합리적인	전통적인	감각적인
전체적인 이미지				
재료이미지				
색채이미지				
조명이미지				
가구집기 이미지				

2.3 본조사 결과

본 조사에서는 20대 여성 150 명을 대상으로 라이프스타일 분류에 따른 선호 이미지 조사, 상품 구매요인 우선순위, 구매결정시 디스플레이의 중요도 등이 조사되었다. 20대 여성의 라이프 스타일 유형 분류 결과 <그림 1>과 같이 합리적인 생활추구형(112/150명)이 가장 많았고, 그 다음으로 감각주의형(23/150명), 진보적 패션추구형(9/150명), 전통적 보수추구형(6/150명)의 라이프 스타일을 갖는 것으로 집계 되었다.

잡화매장의 디자인 선호성향 조사 결과, 매장의 전체적인 이미지는 합리적인(89/150명), 색채와 조명에서도 합리적인(60/150명) (65/150명), 재료에서는 전통적인(76/150명), 가구집기에서는 감각적인(71/150명) 이미지를 각각 선호하는 것으로 나타났다. 아울러 상품 구매요인 분석결과, 디스플레이가 상품 구매에 중요한 요인으로 작용됨과 동시에 상품의 부가가치를 높이는 것으로 나타났다. 잡화 디스플레이를 위한 요소들 중 중요하다고 생각하는 순위를 알아본 결과, <그림 4>와 같이 쇼윈도 디스플레이가 1위 그 다음으로는 색채, 조명, 스탠드 디스플레이, 쇼케이스 디스플레이, 재료 등이 전체이미지에 영향을 많이 미치는 것으로 나타났다.

그림1 20대 여성 라이프스타일 유형

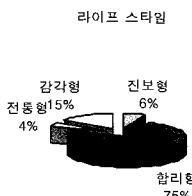
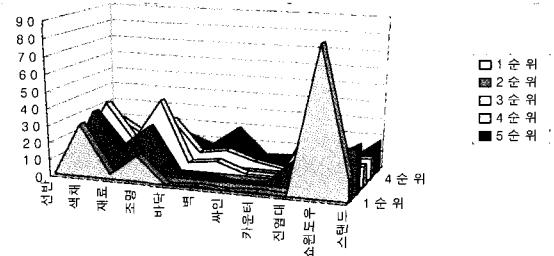


그림2 디스플레이 요소별 중요순위



3. 요약 및 제언

20대 여성의 라이프스타일과 디자인의 선호성향을 분석한 결과, 20대 여성은 합리적인 생활추구형의 라이프스타일을 가장 많이 가지고 있었으며 백화점 잡화매장 디자인 선호성향을 조사한 결과, 매장의 전체적인 이미지는 합리적인, 색채와 조명에서도 합리적인, 재료에서는 전통적인, 가구집기에서는 감각적인 이미지를 각각 선호하는 것으로 나타났다. 또한 잡화매장 디자인을 위해서는 디스플레이가 매우 중요하며, 특히 쇼윈도 디스플레이, 색채, 조명 등에 비중을 높여 디자인 되어야 함이 드러났다. 따라서 이러한 연구결과에 기초하여 실제 디자인이 이루어질 때 고객이 추구하는 실내공간으로 인해 기업의 최대 목적인 이윤 추구와 환경개선을 할 수 있으므로 이에 대한 연구가 실내디자인 작업에 접목되어야 할 것이다.

참고문헌

- www.orcom.co.kr/business/marketing 2029세 대를 읽자
- 라이프스타일 유형에 따른 구매의사 결정에 관한 연구, 강원대 석사논문, 2001
- 라이프 스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구, 이대 석사논문, 1991
- 백화점 공간 디자인과 소비자 라이프 스타일의 연계성 연구, 서울산업대학교 석사논문, 2000
- 라이프 스타일과 의류구매행동 분석에 관한 실증적 연구, 고대 석사논문, 1996
- 디자인 경영, 안그라픽스, 정경원지음 1999
- 쇼핑가치와 윈도우 디스플레이 유형에 따른 소비자 태도, 상명대 석사논문, 2002