

한국과 러시아 여성들의 모피의류 선호도 비교연구

— 서울-모스크바 여성들을 중심으로 —

李 周 垠

배화여자전문대학 의상과 전임강사

Comparative Study on Fur Clothing Preferences of Korean and Russian Women

— Focused on Seoul and Moscow Women —

Joo-Eun Lee

Full-time Instructor, Dept. of Clothing, Baewha Women's Junior College

目 次

Abstract

I. 서론

II. 이론적 고찰

1. 모피의 종류

2. 모피의류산업의 성격

3. 국내 모피업체의 수출현황

4. 러시아의 시장현황

III. 연구방법 및 절차

1. 연구대상 및 자료수집

2. 측정도구 및 측정방법

3. 분석방법

IV. 결과

V. 결론 및 제언

참고문헌

Abstract

The purpose of this study was to compare fur clothing preferences of Korean and Russian women, and then to provide a beneficial data to Korean fur manufacturers who is working in Korea and advancing into Russia.

346 subjects were gather in Seoul and Moscow through convenience sampling method, and frequency, percentage, mean, χ^2 -test, t-test were conducted for data analysis.

The results were as follows :

1. Korean and Russian women's fur clothing buying motives, information sources, important factors on purchasing, purchasing, influences were generally examined.
2. Russian women's fur clothing possession rate as well as fur clothing purchasing intention in the future were higher than Korean women's.
3. Fur clothing item, material, color, style, length which Korean and Russian women prefer were compared.
4. In case of shilhouette, Russian women showed high preference on swinger shilhouette, relatively Korean wemen preferred H-line.
5. In case of collar design, Russian women showed high preference on stand collar, relatively Korean wemen preferred notch collar or shawl collar.
6. In case of sleeve design, Russian women showed high preference on turn back cuffs sleeve, relatively Korean wemen preferred push-up sleeve.

I. 서 론

우리나라 모피산업의 역사는 1960년대 후반부터 시작되어 약 30여년의 역사를 가지고 있으며, 기후, 경제수준, 정부의 수출 주도형 경제정책 등 여러가지 요인들이 복합적으로 작용하여 국내의 내수시장이 형성되기에 앞서 수출산업으로 먼저 발전한 특이한 성장과정을 가지고 있다.¹⁾

특히 모피의류의 수출은 수출산업체에 대한 정부의 정책적 지원과 국내의 저렴하고 풍부한 노동력을 바탕으로 1970년대에는 연평균 40%이상의 신장율을 기록하면서 급속히 성장하였다. 그러나 1980년대 이후부터는 그 신장세가 크게 둔화되어 연평균 약 10% 수준에 그치면서 값싼 노동력을 위주로 하는 기업들의 기존 수출정책에 수정을 가하지 않으면 안되는 시점에 이르게 되었다.

모피산업은 원료구입의 특수성, 제조공정의 난이성, 섬세한 수작업이 많이 필요하다는 점 등 다른 섬유산업과는 구분되는 특성이 있다. 또한 1988년을 기점으로 세계적인 이상노동현상, 원피의 과잉생산에 따른 재고급증, 동물애호가들의 반모피 운동, 기존 모피 소비층의 포화상태, 후발국의 추격 등으로 인한 해외 시장환경의 변화요인과 임금상승, 노사분규 등의 국내적인 장애요인이 맞물려 이에 미처 대처하지 못한 수공형 국내 기업들이 큰 어려움을 겪고 있는 실정이다²⁾.

이러한 시점에서 국내 모피 생산업체들은 현 상황을 극복하기 위한 새로운 수출전략이 요구되며, 그동안 세계 주요 모피 수출국이면서 단일 기업으로는 세계 최대 규모의 모피 기업을 지닌 한국의 경험과 기술축적, 1988년 이후 4~5년의 시행착오에서 겪은 국내 기업들의

1) 주진섭, "한국모피산업의 국제화에 관한 연구", 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1990, p. 29.

2) 정성혜, "한국 모피 패션 산업 활성화에 관한 연구", 복식, 제22호, 1994, p. 45.

내수, 수출 시장의 경험을 바탕으로 국내 모피 시장의 활성화는 물론 새로운 해외시장개척이 절실히 요구되고 있다.

한편 모피 수출 대상국으로서 러시아는 무한한 잠재력을 가지고 있는 시장으로서 2억 8천이라는 엄청난 모피의류 소비인구를 가지고 있다. 국내에서 모피의류가 어느 정도 특수층에 한정된 소비패턴을 가지고 있는 반면 러시아에서는 일년의 반이 겨울이라는 기후적인 특수성 때문에 전국민이 모피의류를 애용한다. 또한 최근 개방과 함께 불어닥친 선진국 스타일의 소비심리와 새로운 소비계층의 등장으로 러시아의 시장 가능성은 매우 밝아지고 있으며, 모피 수출대상국으로서 연구해볼만한 가치가 있는 나라이다.

그러나 이제까지 모피와 관련된 연구들은 모피수출마케팅 구조분석³⁾, 모피산업 성장전략⁴⁾이나 국제화이론 제시⁵⁾를 위주로 하는 경영학 분야의 논문이거나, 복식사⁶⁾나 디자인 측면⁷⁾의 연구 등 몇 편에 그치고 있으며 소비자를 대상으로 한 구체적인 모피의류 선호도에 대한 실증 연구는 전무한 실정이다. 그러므로 국내 여성들의 모피의류 선호도와 앞으로의 수출시장 가능성이 높은 러시아 여성들의 모피의류 선호도를 비교, 분석하는 것은 매우 의미있는 일이라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 한국과 러시아 여성들의 모피의류 구매동기 및 구매실태를 비교하고, 두 나라 여성들이 선호하는 모피의류의 소재, 색상, 스타일, 길이, 실루엣, 칼라, 소매 등 구체적인 디자인 요소에 대한 선호도를 비교 분석함으로써, 내수 모피의류업체나 앞으로 러시아에 진출하고자 하는 모피생산업체에 보다 실제적인 자료를 제공하고자 하는데 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

1. 모피의 종류⁸⁾

모피는 뛰어난 보온성과 내구성이 있으며, 우아한 광택과 기품을 지닌 최상의 겨울철 의류 소재이다. 현재 의류소재로 많이 사용되어지는 모피는 20여종에 달하며 이 중 중요한 것만 살펴보면 다음과 같다.

1) 세이블(Sable)

모피 중 가장 고가로 감촉과 광택이 격조 높고 우아하다. 약 7종류가 있고 이중 러시아인 세이블이 가장 품질이 좋으며 색상은 옅은 담황색에서 짙은 흑갈색까지 검을수록 고급이다. 털의 길이는 4~5cm로 부드럽고 광택이 있으며, 실크와 같이 촉감이 좋고, 두껍고 내구성이 뛰어나다.

3) 황인업, "한국 모피의류산업의 특성과 수출산업으로의 육성방안", 외국어대학교 무역대학원 석사학위 논문, 1982.

4) 김영진, "한국 모피의류산업의 성장전략에 관한 연구", 연세대학교 경영대학원 석사학위논문, 1986.

5) 주진섭, "한국모피산업의 국제화에 관한 연구", 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1990.

6) 김문숙, "모피복식 패션방향에 관한 실증적 연구", 성신여자대학교 석사학위논문, 1987.

7) 김혜경, "모피의 패션화 연구", 이화여자대학교 장식미술학과 석사학위논문, 1986.

8) 진도모피자료, '모피동물' 참조.

2) 친칠라(Chinchilla)

남미 안데스 산맥의 페루, 볼리비아가 원산지이나 현재는 아메리카나 유럽 등 각국에서 양식되고 있다. 모피 중 고급품에 속한다. 단모이며 비단같이 부드러운 털이 조밀하게 나 있으며, 등부분에는 검은 털이 나 있고, 양옆으로 퍼져가면서 회색빛을 띠면서 전체적으로 은회색이다. 등부분에 검은 털이 강한 Straight Blue가 최고품이며, 색상은 White, Silver, Beige, Blondy가 있다.

3) 밍크(Mink)

모피의 대명사인 밍크는 야생밍크(Wild mink)와 사육밍크(Ranch mink)로 나누어진다. 야생밍크는 알래스카, 캐나다 등 추운지방의 강, 호수, 해안에 사는 신장 50~70cm, 꼬리 15~20cm정도의 아주 작은 육식동물이다. 사육밍크는 1980~1990년 전부터 캐나다에서 양식이 시작되었으며, 1930년경 돌연변이로 Silver Blue Mink가 탄생하여 다양한 색상의 밍크가 생산되는 계기가 되어 Blue계에서는 Blue-Gray에서 White까지, Brown계에서는 연한 밤색에서 흑색에 가까운 밤색까지 20여종의 색이 분류되고 있다. 밍크는 풍부한 자연색의 변화와 아름답고 부드러운 털, 가볍고 내구성이 커 모피의류의 대명사가 되었고, Male mink는 Female mink보다 크기는 2배이나 가격이 같아 Female mink가 보다 고급이다. 현재 밍크는 미국, 러시아, 캐나다, 스칸디나비아에서 대량 사육되고 이 지역이 전 생산량 중 80%를 차지한다. 한국에 주로 수입되는 것은 고급품의 미국산 Black Glama와 덴마크, 핀란드산 SAGA mink가 있고 러시아산 밍크도 수입되고 있다.

4) 여우(Fox)

야생종으로는 북반구에서 서식하는 Red Fox, 북극지방의 Polar Fox, 중북부 아메리카의 Gray Fox의 세 종류가 있으며, 서식지역에 따라 털의 길이와 색이 다양하다. 사육여우의 대표적인 것에는 Silver Fox, Blue Fox, White Fox, Platina Fox, Cross Fox 등이 있다. 여우는 털이 길고 부드러우며 색상이 다양하고 화려해 패션성이 강하다.

5) 램(Lamb)

생후 6개월에서 1년 사이의 새끼양으로 단모이며 털은 대부분 염색하여 사용된다. 생산지는 호주, 중국, 구소련, 유럽, 미국 등지이며 생산지나 가공상태에 따라 크게 Karakul Group, Pprocess Group, Natural Group의 세 가지로 분류된다.

6) 토끼(Rabbit)

토끼는 고대 로마시대부터 사육되기 시작하여 현재 세계 각지에서 사육되고 있다. 토끼는 초식동물이기 때문에 털이 잘 부러지는 단점이 있다. 그러나 윗털을 뽑거나 털을 전체적으로 깎아서 의복을 만들면 내구성을 살릴 수 있고 다른 모피에 비하여 가격이 저렴하다는 것이 큰 장점이다.

7) 라쿤(Raccoon)

북아메리카에 서식하는 동물로 털은 너구리와 비슷하며 길고 부드럽고 하모가 풍부하고 내구성이 있다. 색상은 등쪽이 회흑색이며 약간의 담갈색과 적갈색이 섞여져 있다. 꼬리에는 회색바탕에 5~6개의 검은 고리모양이 있다.

8) 오파섬(Opossum)

남북아메리카, 호주가 산지이며 오파섬과에 속하는 동물이다. 털길이는 길고 상모⁹⁾는 회색, 흑색, 적갈색, 하모¹⁰⁾는 유백색이며 농색으로 염색하여 사용한다. 상모가 흑색인 것은 'Black Opossum'이라고 칭하고 자연색 그대로 사용한다.

9) 뉴트리아(Nutria)

남미가 원산지인 설치과에 속하는 수생동물로 상모는 길고 견고하며 방수성이 있고, 하모는 두껍고 밀도가 높으며 질이 좋다. 모피는 비버(Beaver)와 흡사하며 대부분은 갈색이지만 유백색과 베이지색 등 여러가지 색상이 사육되고 있다. 벨벳처럼 감촉이 좋으며 가벼운 것이 특징이다.

그 외에 어민(Ermine), 링스(Lynx), 비버(Beaver), 머스커랫(Muskkrat), 마모트(Marmot), 뱃저(Badger), 코요테(Coyote), 표범(Jackal) 등이 사용된다.

2. 모피의류 산업의 성격

모피의류 산업은 다른 의류산업과 달리 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

1) 모피 원자재의 공급이 제한되어 있다.

모피의 품질은 모피동물이 생육하는 지역의 자연환경과 기후조건에 따라 큰 차이가 있기 때문에 상품으로 거래될 수 있는 생모피의 산지는 대부분 북미주 및 북유럽의 일부 지역으로 한정되어 있으며, 공급의 시기 또한 제한되어 있어서 양질의 원자재 확보와 원자재를 일시에 확보하는데 따르는 자금부담이 큰 제약요인이 된다. 모피 원자재의 수급은 주로 옥션(auction)이라 불리는 모피경매에 의해 이루어지므로 이에 대한 지식, 경험, 자금력이 뒷받침되어야 한다. 대부분의 옥션은 12월에서 3월까지 이루어지는데, 세계 3대 옥션은 스칸디나비아 옥션, 뉴욕 옥션, 그리고 러시아의 상트 페테르부르크 옥션이다.

2) 기술과 노동력이 모두 요구되는 산업이다.

모피는 동물의 생체에서 얻어지므로 색상, 크기, 재질 등의 규격이 일정치 않고, 생모피의 가공에서부터 의류완제품까지의 공정이 복잡한 반면 기계화될 수 있는 공정이 거의 없기 때문에 기술이 발달했다고 하더라도 수작업에 의존하여야 한다. 따라서 모피의류산업은 선진국의 기술과 경험에 후발국들의 노동력이 복합적으로 요구되는 산업이다.

9) 上毛(Top-Hair): 몸 전체에 나 있는 긴 털로 刺毛라고도 부름. 표피의 마모를 보호해 주고, 특징적인 색상 패턴을 동물에 부여하는 기능을 가지고 있으며, 영어로는 Guard Hair라고도 한다.

10) 下毛(Under-Fur): 상모의 아래에 나 있는 짧은 털로 보온의 기능을 가지고 있으며, 綿毛라고도 한다.

3) 제품의 스타일과 가격이 다양하다.

모피의류는 천연상태의 외관을 그대로 유지하기 때문에 원자재의 종류에 따라 모양과 색상이 큰 차이가 있으며, 같은 소재를 사용한 것이라도 모피의 품질과 제조방법에 따라 가격이 크게 달라질 수 있다. 그러므로 모피의류가 폭넓게 패션상품화 되어가고 있는 추세에 맞추어 다양한 스타일을 개발해 나갈 수 있으며 아울러 채산성과 부가가치를 높일 수 있는 여지가 충분하다¹¹⁾.

4) 수요와 공급시장의 지역성이 강하다.

모피의류는 일차적으로 방한이 목적이기 때문에 소비시장은 자연히 기후가 한냉하고 겨울이 긴 러시아를 비롯한 CIS 공화국, 스칸디나비아 등 북유럽과 미국, 캐나다 등 북미지역, 그리고 아시아에서는 일본 등으로 수요가 한정되어 있다.

5) 계절성이 매우 강하고 특히 겨울 날씨에 민감하다.

모피의류는 용도상 겨울의류에 속하기 때문에 9월말에서 3월까지가 성수기이고 나머지 6개월간은 비수기로 판매시기가 뚜렷이 양분되어 있다. 또한 당해 년도의 겨울 날씨에도 매우 민감하여 겨울 날씨가 다른 해에 비하여 더운가 혹은 추운가에 따라 시장의 규모에 영향을 미친다¹²⁾.

6) 소비자층이 넓어지고 있다.

고가인 관계로 과거에 모피의류의 소비자층은 대체로 고소득층이었으며, 모피의류가 나이든 여성의 점유물로 인식되는 경향으로 인해 젊은 층 여성들은 구매에 적극성을 보이지 않는 경향이 있었다. 그러나 최근에는 중저가 모피의류의 등장, 모피의 패션화 등으로 인해 모피의 소비자층이 꾸준히 증가하고 있는 추세다.

3. 국내 모피의류산업의 수출현황

한국 모피의류 산업의 역사는 1960년대 후반부터 시작되어 30여년의 역사를 가지고 있으며, 기후, 경제수준, 정부의 수출정책 등 여러가지 요소로 인해 1989년까지 수출산업으로 육성되어왔다. 외국의 경우 모피의류가 고가품이라는 특성으로 가내수공업 형태로 발전되었으나 국내의 경우는 우리나라 모피의류 수출의 50%이상을 점유하고 있는 진도모피가 모피의 전통적인 소규모 생산형태에서 탈피하여 중급품 위주의 대량생산으로 세계 최대의 단일 모피 제조업체로 부상한 것이 특이할 만하다.

1960년대 말부터 모피의류 수출이 시작된 이래 우리나라의 모피의류 수출은 정부의 수출업체에 대한 정책적 지원과 국내의 저렴하고 풍부한 노동력을 바탕으로 1970년대에는 연평균 40% 이상의 높은 성장률을 기록하였다¹³⁾. 그러나 1980년대부터 급격히 성장세가 둔화되어 1988년까지 10% 미만의 수출성장률을 유지하였으나, 1989년부터는 오히려 감소세를 보여

11) 김영진, 앞 글, p. 22.

12) 주진섭, 앞 글, p. 26.

13) 「피혁해설」, 1988. 10., p. 52.

1992년까지 연평균 30%이상의 감소율을 나타내었다¹⁴⁾. 이와 같이 수출신장세가 크게 둔화된 데에는 국내적으로 임금인상으로 인한 가격경쟁력 상실, 원화절상, 그리고 디자인, 기술개발, 시장개척에 대한 투자부족 등의 원인이 있으며, 국외적으로는 세계적인 이상난동현상, 자연 보호운동에 따른 반모피 캠페인 확대, 기존 소비층의 라이프스타일 변화에 따른 수요 감소, 신흥 개발 도상국들의 추격 등 시장환경 변화요인이 작용하였다. 이러한 모피수출 악화요인으로 인해 1989년 고급 모피 생산업체인 JC통상의 부도 이후 삼정통산, 대도상사, 한강물산, 우단모피 등 중견 모피의류 제조업체들이 잇달아 부도사태를 맞기도 했으며, 국내 모피 수출량의 60%, 세계 모피 거래량의 10%를 차지해 온 진도모피 역시 1990년 이후 매년 30~40% 정도의 감소율을 보이고 있다¹⁵⁾.

이러한 수출부진을 극복하기 위해 1989년 모피제품에 대한 국내판매가 허용되면서 국내 모피업체들은 내수시장에서 치열한 경쟁을 벌이기 시작하였으며, 1988년 이전까지의 중급품 위주의 OEM방식의 안이한 대량 생산식 수출에서 탈피하여 그동안의 경험과 축적된 기술을 바탕으로 고급품 시장으로의 전환, 고유브랜드 개발, 해외 모피 전문 유통회사, 직판매장 확대 등 선진 기업 형태로의 변신을 꾀하고 있다.

4. 러시아의 시장현황

러시아는 일년의 반이 겨울이라는 기후적인 특성때문에 길고 혹독한 추위를 이기기 위해 남녀노소를 불문하고 모피의류를 애용한다. 유럽 등 타지역에서는 동물보호운동 등으로 모피수출이 불리한 상황에 처한 반면 러시아는 모피의류가 사치품이 아닌 필수품의 개념이므로 거대한 잠재구매력을 가지고 있다. 특히 러시아공화국의 수도인 모스크바 지역은 경제개방과 함께 새로이 등장한 신흥 상류소비층과 기존 부유층이 집중적으로 거주하는 지역으로서 모피의류 시장으로서 가치가 매우 큰 지역이며, 관광객들의 모피구매도 많은 지역이다. 또한 모스크바의 일반 사무직 근로자들의 월평균 급여 수준이 최근 300불대로 진입하였고 매년 20% 이상 급격히 임금이 상승하고 있는 추세이며, 고소득 여성인구도 증가하고 있는 추세이어서 모피의류에 대한 구매력은 계속 증가할 것으로 보인다.

국내 기업으로는 진도모피가 1989년 최초의 한-러 합작회사인 JINDO-RUS라는 이름으로 러시아에 진출하여 세계 유수의 모피회사들과 겨루어 모피하면 '진도모피'를 떠올릴 만큼 괄목할만한 성공을 거두고 있다. 당시 진도모피가 러시아에 진출하게 된 동기는 먼저 원피공급의 이점 때문이었다. 러시아는 국제정세에 영향을 받지 않을 정도로 풍부한 물량과 양질의 원피를 보유하고 있으며, 상트 페테르부르크¹⁶⁾ 육선을 통해 세계적으로 우수한 품질의 밍크와 다양한 종류의 원피를 구할 수 있다는 잇점이 있었다. 두번째 동기는 세계에서 유일하게 남은 마지막 모피시장으로서의 가능성을 높이 보았기 때문이다. 즉 러시아는 2억 8천이라는 모피의류 소비인구를 가지고 있으며, 미국과 유럽 등 기존 시장이 이미 알려질대로 알려진 시장인데 반해 당장의 효과보다는 무한한 가능성이 열려있는 나라라는 점이다. 마지막으로 동구권 진출의 교두보로서의 의미도 크게 작용하였다¹⁷⁾.

14) 한국피혁제품수출조합 통계자료(1989~1992).

15) 진도모피통계자료(1990~1993).

16) 舊 레닌그라드.

17) 「섬유저널」, 「세계를 향한다 - 진도모피」, 1993. 4., pp. 210-211.

진도모피는 1989년 10월 모스크바 시내 중심가의 '인투어리스트호텔'에 제 1호 매장을 개장했으며, 1990년 9월 코스모스호텔에 제 2호 매장을, 1992년에는 크라스카(Kraska) 거리에, 1993년에는 러시아호텔에 매장을 개장했으며, 1994년에는 러시아호텔에 추가로 매장 하나를 더 개장하고, 러시아 최대의 엘레강스 백화점인 '빠사지(Passage)'에 매장을 개장했다. 코스모스호텔의 매장을 폐쇄하여 현재 모스크바 시내에 총 5개의 매장을 운영하고 있으며, 우크라이나공화국의 수도 키예프에도 1992년과 1994년에 두 개의 매장을 개설하여 성공적으로 운영하고 있다. 모스크바의 5개 매장에서 올린 진도모피의 총 매출액¹⁸⁾은 1989년 25만달러, 1990년 159만 달러, 1991년 199만 달러, 1992년 294만 달러, 1993년 400만 달러로 매년 급신장을 기록했으며, 1994년에는 400만 달러를 상회하는 안정적인 매출규모를 보였으며, 1995년에는 450만 달러를 목표로 하고 있다¹⁹⁾. 진도모피샵의 주요 고객은 중년층이 고객의 주류를 이루고 있는 우리나라와는 달리 20대 초반에서 30대 중반까지의 신소비계층이 주류를 이루고 있으며, 50대 이상의 고객은 소수에 불과하다. 주요 판매 아이템인 롱코트, 하프코트, 재킷의 판매비율은 70:20:10정도이며, 모피소품의 경우 모자는 러시아인들의 겨울철 필수품이기 때문에 꾸준한 판매를 보이고 있다. 가장 판매율이 좋은 아이템은 역시 롱코트이며 최근에는 젊은층을 중심으로 뉴스타일로서 스윙거스타일(swinger style)²⁰⁾의 하프코트가 좋은 반응을 얻고 있다²¹⁾.

이상과 같이 우리나라의 기업인 진도모피가 러시아 시장에 성공적인 진출을 한 것은 사실이지만 러시아 시장현황이 문제점이 없는 것은 아니다. 첫째로, 최근 체첸 등 자치공화국들의 분리독립 움직임과 내전으로 러시아의 대내외적인 상황이 악화되고 있다는 점이다. 이로 인해 정부재정이 압박을 받고 있으며, 전반적인 경기침체로 인해 구매동기가 일시적으로 저하되고 있다. 그러나 이러한 상황은 한시적인 것으로 받아들여지고 있으며 모스크바 지역은 러시아 내에서 가장 부유하고 소비성향이 강한 지역이므로 그다지 큰 타격은 입지 않을 것으로 보인다. 둘째로, 러시아 진출의 걸림돌이 되고 있는 것은 세법관계이다. 러시아의 세법은 규정은 정해져 있으나 자주 변하며 세관원 비리, 통관 부조리, 편법 운영 등으로 제대로 시행이 되지 않고 있다. 또한 관세가 너무 비싸서 통관상 어려움이 있고 판매가를 정하는 데에도 기준을 마련하기 어렵다는 문제점이 있다.

세번째, 은행관계도 어려움 중의 하나이다. 러시아의 은행은 국가통제하에 허가제로 운영되는데, 허가관계에 따른 부조리가 많아서 은행들이 난립하고 은행부도율이 30% 정도로 매우 높아서 은행을 통한 정상적인 상거래가 어려운 실정이다. 이러한 상황으로 인해 외국 은행들이 러시아 은행을 신용하지 않으므로 은행을 통한 L/C(신용장) 거래가 불가능하고 오로지 T/T(전신환)와 현금에 의한 거래만이 가능하므로 대량 거래를 할 때는 문제점이 발생할 수 있다.

네번째, 원피공급의 잇점이 사라지고 있다는 점이다. 1989년 진도모피가 러시아에 진출한 이후 2~3년 간은 원피공급의 잇점이 큰 장점으로 작용할 수 있었다. 그러나 현재는 러시아 원피시장이 완전 약화되어있는 상태이다. 이러한 현상이 발생하게된 원인은 러시아에서의 원피구매는 상트 페테르부르크 육선을 통해 이루어지는데 과거 사회주의체제하에서는 국영기

18) 하기 매출액은 소매관매수치이며, 도매판매를 포함할 경우 약 2배의 매출을 올린다.

19) JINDO-RUS 통계자료 참조.

20) 아래로 내려갈수록 무채꼴처럼 펼쳐진 플레이 실루엣.

21) JINDO-RUS 매니저 인터뷰 자료.

관인 소유즈 푸시니나(Souz Pushinina)의 통제하에 체계적인 원피공급이 이루어져 정상적인 육선이 열릴 수 있었는데, 자유경제체제하에서는 모피농장들이 소유즈 푸시니나를 통하지 않고 독자운영과 파행판매를 함에 따라 많은 모피농장들이 파산하는 결과를 초래하였다. 따라서 육선을 통한 정상적인 원피구매에 많은 어려움이 생기게 되었다.

이와 같이 러시아시장은 원피공급의 잇점이 없어졌고 앞서 언급한대로 사무직 근로자뿐 아니라 생산직 근로자들의 임금수준이 향상됨에 따라 인건비 부담이 커지고 있는 반면, 구매자의 소비성향은 강해지고 수입이 증가하므로 러시아 진출을 하고자 하는 모피업체의 경우 공장과 같은 제조업분야의 직접투자보다는 완제품 수출을 통한 도소매판매에는 보다 큰 가능성이 있다고 본다. 또한 러시아 시장에 진출하는 과정에서 발생할 수 있는 앞서 언급한 문제점들은 빠른 정보력, 우수한 현지 인력의 활용, 경험축적을 통한 인맥 형성, 그리고 선진 마케팅 기법의 도입 등으로 풀어나갈 수 있을 것이다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

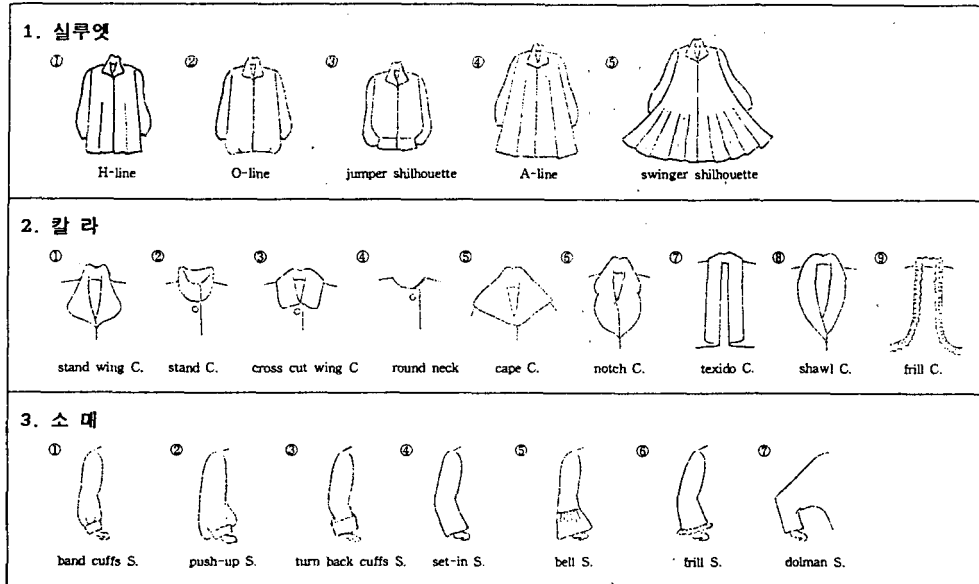
1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 서울과 모스크바에 거주하는 20~50대 여성들을 대상으로 현지에서 직접

<표 1> 연구대상자의 개인적 환경변인 분포

변인		집 단	러 시 아	한 국
			빈 도 (%)	빈 도 (%)
연 령	20 대		35 (25.0)	48 (24.1)
	30 대		48 (34.3)	47 (23.6)
	40 대		35 (25.0)	46 (23.1)
	50 대		22 (15.7)	58 (29.1)
학 력	고 졸 이 하		77 (53.8)	38 (19.2)
	초·전문대 졸		54 (37.8)	19 (9.6)
	대 졸 이 상		12 (8.3)	141 (71.2)
결 혼 유 무	기 혼		97 (66.0)	152 (76.4)
	미 혼		50 (34.0)	47 (23.6)
수 입	▶500달러 이하		41 (29.3)	42 (21.3)
	▷(100만원 이하)			
	▶501 ~ 1,500달러		64 (45.7)	92 (46.7)
	▷(101~300 만원)			
	▶1,501달러 이상		35 (25.0)	63 (32.0)
	▷(301만원 이하)			
계			26	199

주) ▶러시아 여성의 수입 ▷한국 여성의 수입



<그림 1> 실루엣, 칼라, 소매 도식화

설문 조사를 하였으며, 표본 추출은 연령을 고려하여 편의 추출하였다(표 1).

자료수집은 1994년 12월 10일부터 12월 30일 사이에 러시아 200부, 한국 250부 등 450부의 설문지가 배부되었으며 이 중 러시아에서 147부, 한국에서 199부가 회수되어 총 346부가 분석 자료로 사용되었다.

2. 측정도구 및 측정방법

측정도구로는 질문지법을 사용하였다. 질문지는 총 56문항으로 이루어져 있으며, 질문지의 구성은 다음과 같다.

첫째, 모피의류 구매동기, 정보원, 구매시 중요시하는 요인, 구매영향자, 소유실태, 구매계획 등을 알아보기 위한 문항.

둘째, 선호하는 모피소재, 색상, 스타일, 길이, 실루엣, 칼라디자인, 소매디자인 등 모피의류에 대한 구체적인 선호도를 알아보기 위한 문항. 이 문항들은 국내 모피 브랜드를 중심으로 현재 생산되고 있는 모피의류의 소재, 색상, 디자인 등을 조사하여 본 연구자가 작성한 문항과 도식화로 제작되었으며, 특히 모피의류 디자인을 가장 잘 나타내는 요소인 실루엣, 칼라, 소매의 경우 국내에서 생산되고 있는 대표적인 디자인을 선정 도식화로 제시하여 질문하였다(그림 1).

셋째, 연령, 학력, 결혼 유무, 소득 수준 등 응답자의 개인적 환경 변인에 관한 문항.

3. 분석방법

자료분석을 위하여 SAS통계 처리방법을 이용하였으며, 빈도, 백분율, 평균, χ^2 -test, t-test

를 실시하였다.

IV. 결 과

1. 모피의류 구매요인

1) 구매동기

모피의류 구매동기에 대해 5점 척도에 의한 평균값과 순위를 분석한 결과, 러시아 여성은 '화려한 색상과 질감이 마음에 들어서', '겨울철 외투로 이상적이므로'가 중요한 구매동기이

<표 2> 구매동기, 정보원, 구매중시요인

변인	집단	러시아			한 국			Total
		평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위	
구 매 동 기	속에 많은 옷을 입지 않아도 보온의 효과가 크므로 사회적 지위가 높아 보일 것 같아서	3.82	1.15	6	4.10	0.72	2	-2.56*
	모피 자체의 화려한 색상과 질감이 마음에 들어서 겨울철 외투로 이상적이므로 다른 사람들에게 부유함을 나타내기 위해서	4.53	0.62	1	3.43	0.96	5	12.66***
	요즈음 유행하는 스타일의 모피의류를 구입하기 위해서	4.41	0.94	2	3.95	0.77	3	4.82***
	다른 의류보다 착용감이 좋으므로	2.93	1.45	9	2.46	1.03	10	3.29***
	다른 의류보다 착용감이 좋으므로	3.99	1.21	5	3.36	0.81	6	5.40***
	나의 개성에 맞는 모피 의류를 구입하려고 한번 장만하면 오래 두고 입을 수 있기 때문에	4.22	1.01	3	3.61	0.89	4	5.79***
	나 자신의 품위를 나타내는 값비싼 옷이기 때문에	3.23	1.35	8	4.12	0.79	1	-7.09***
	나 자신의 품위를 나타내는 값비싼 옷이기 때문에	4.20	1.13	4	2.78	1.13	7	11.40***
	가족이나 친지	4.07	0.94	1	3.91	0.97	1	1.52
	친구나 동료	3.76	1.04	3	3.80	0.89	2	-0.39
정 보 원	TV	2.98	1.19	8	2.96	0.85	6	0.15
	라디오	2.49	1.08	11	2.24	0.88	11	2.25*
	신문	2.50	1.09	10	2.84	0.90	9	-3.07**
원	잡지	3.18	1.24	5	3.03	0.94	5	1.23

<표 2> 계속

변인	집단	러시아			한국			Total
		평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위	
정보원	팜플렛, 카탈로그	3.75	1.14	4	3.34	0.89	4	3.57***
	광고지(전단)	3.08	1.40	7	2.96	0.86	7	0.91
	Show window나 매장진열	3.88	1.43	2	3.78	0.83	3	0.74
	판매원	2.57	1.38	9	2.91	1.10	8	-2.48*
	유명인의 옷차림	3.12	1.41	6	2.63	0.91	10	3.64***
구매행위	디자인	4.56	0.62	5	4.71	0.56	1	-2.32*
	Color	4.58	0.56	4	4.52	0.71	3	0.84
	가격	4.71	0.49	2	4.43	0.69	7	4.24***
	모피 소재	4.60	0.64	3	4.50	0.67	4	1.44
	바느질(재단과 봉재)	4.75	0.45	1	4.49	0.70	6	4.13***
	신체의 편안함과 활동성	4.28	1.03	6	4.46	0.66	5	-1.78
	관리의 용이성	4.16	0.91	9	4.02	0.90	9	1.36
	유행	4.20	1.09	7	3.74	0.91	10	4.11***
	품위	3.40	1.51	13	4.15	0.80	8	-5.41***
	상표의 명성	3.60	1.43	11	3.53	0.91	11	0.52
	자신에게 어울림(개성표현)	4.09	1.21	10	4.54	0.74	2	-4.00***
	이성에게 호감	4.18	0.91	8	3.12	1.03	12	9.82***
	다른 사람의 승인	3.60	1.33	12	3.03	1.03	13	4.23***

* 평균값이 높을수록 성향이 강함.

점수가 높을수록 선호도가 강함.

며, 한국여성은 '한번 장만하면 오래 두고 입을 수 있기 때문에', '속에 많은 옷을 입지 않아도 보온의 효과가 크므로' 등이 중요 구매동기인 것으로 나타났다.

두 집단간의 구매동기에 대한 차이를 비교하기 위해서 t-test를 실시하였다. 그 결과 한국여성은 러시아여성에 비해 '속에 많은 옷을 입지 않아도 보온의 효과가 크므로', '한번 장만하면 오래 두고 입을 수 있기 때문에' 등의 구매동기가 강한 것으로 나타났으며, 그 외의 구매동기에 대해서는 러시아여성이 한국여성에 비해 대체적으로 높은 점수를 나타내어, 한국여성은 모피의류를 재산목록으로 생각하는 경향이 여전히 강한데 반해 러시아 여성은 모피의류를 자신의 부와 개성을 표현하는 패션필수품으로 인식하고 있는 것을 알 수 있다(표 2).

2) 정보원

모피의류 구매시 이용하는 정보원으로는 두 집단 모두 '가족이나 친지', '쇼윈도우나 매장진열', '친구나 동료' 등을 중요시하는 것으로 나타났다. 집단간의 차이를 비교해 본 결과 러시아 여성은 한국여성에 비해 '라디오', '팜플렛이나 카탈로그', '유명인의 옷차림'을 중요시했으며, 한국여성은 '신문'과 '판매원'을 중요한 정보원으로 생각하는 것으로 나타났다(표 2).

<표 3> 모피의류 구매 영향자

변인 \ 집단	러시아	한국	Row total	χ^2
빈도 Row Pct Column Pct				
친구나 동료	8 13.6 5.4	51 86.4 26.0	59 17.2	79.99***
배우자	23 35.4 15.7	42 64.6 21.4	65 19.0	
애인 또는 이성친구	8 72.7 5.4	3 27.3 1.5	11 9.2	
부모 또는 시부모	5 12.8 3.4	34 87.2 17.4	39 11.4	
형제, 자매	4 23.5 2.7	13 76.5 6.6	17 5.0	
자녀	10 45.5 6.8	12 54.5 6.1	22 6.4	
이웃	1 33.3 0.7	2 66.7 1.0	3 0.9	
판매원	4 57.1 2.7	3 42.9 1.5	7 2.0	
혼자 결정	84 70.0 57.1	36 30.0 18.4	120 35.0	
Column total	147(42.9)	196(57.1)	343(100.0)	

3) 구매시 중요시 하는 요인

모피가 고가의 의류인 관계로 모피의류 구매시 러시아여성과 한국여성은 모두 제시된 요인들을 대체적으로 중요시하는 것으로 나타났다. 집단별로는 러시아여성의 경우 한국여성에 비해 '가격', '바느질', '유행', '이성에게 호감', '타인의 승인'을 중요시하며, 한국여성은 '디자인', '품위', '자신에게 어울림'을 중요시하는 것으로 나타났다(표 2).

4) 구매 영향자

러시아여성은 모피의류를 구입할 때 '혼자 결정'하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났으며, 한국여성은 러시아여성에 비해 '가족이나 친지', '친구나 동료'가 모피의류 구매시 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다(표 3).

<표 4> 모피의류 소유실태

변인	집단		러시아	한국	Row Total	χ^2
	빈도	Row Pct				
	Column Pct					
소유 유무	유		138	142	280	44.2***
			49.3	50.7	83.1	
	부		1	56	57	
			1.8	98.3	16.9	
			0.7	28.3		
	Column Total		139(41.3)	198(58.8)	337(100.0)	
구매시기	6개월 이내		33	13	46	22.1***
			71.7	28.3	16.0	
	6개월 ~ 1년전		34	20	54	
			63.0	37.0	18.8	
	1 ~ 2년전		23	43	66	
			34.9	65.2	22.9	
2 ~ 3년전		27	30	57		
		47.4	52.6	19.8		
			18.9	20.7		
			26	39	65	

<표 4> 계속

변인	빈도 Row Pct Column Pct	집 단		Row total	χ^2
		러 시 아	한 국		
	3년전 이상	40.0 18.2	60.0 26.9	22.5	183.4***
	Column total	143(49.7)	145(50.4)	288(100.0)	
착용횟수	10회 이하	4 4.8 2.8	79 95.2 57.3	83 29.6	
	11 ~ 30회	13 24.5 9.2	40 75.5 29.0	53 18.9	
	1 ~ 3개월	45 75.0 31.7	15 25.0 10.9	60 21.4	
	3개월 이상	80 95.2 56.3	4 4.8 2.9	84 30.0	
	Column total	142(50.7)	138(49.3)	280(100.0)	

2. 모피의류 소유상태와 구매계획

1) 소유상태 (소유 유무, 구매시기, 착용횟수)

모피의류 소유 유무의 경우, 러시아여성이 한국여성에 비해 높은 소유빈도를 나타내어 모피의류를 필수 의류품목으로 생각하고 있는 것으로 나타났다.

소유하고 있는 모피의류의 구매시기는 러시아 여성의 경우 1년전 이내가 가장 많았고, 한국 여성은 1~3년전 이상이 많아 러시아 여성의 모피의류 구매빈도가 더 높은 것으로 나타났다.

한겨울 동안의 모피의류 착용횟수는 두 집단간에 뚜렷한 차이를 보여 러시아 여성의 경우 '3개월 이상' 착용하는 경우가 가장 많아 거의 매일 모피의류를 일상복과 같이 착용하는 반면, 한국여성의 경우는 '10회 이하'가 가장 많아 특수목적 의복의 개념이 강한 것으로 나타났다 (표 4).

2) 구매계획 (계획유무, 계획시기)

앞으로의 모피의류 구매 계획 유무에 대하여 한국여성에 비해 러시아 여성의 구매의사가 훨씬 강한 것으로 나타났다.

<표 5> 모피의류 구매계획

변인	빈도	집 단		Row total	χ^2
	Row Pct	러 시 아	한 국		
	Column Pct				
구매계획	예	127	121	248	27.7***
		51.2	48.8	74.3	
	88.8	63.4			
	16	70	86		
아니오	18.6	81.4	25.8		
	11.2	36.7			
Column total	143(42.8)	191(57.2)	334(100.0)		
계획시기	6개월 이내	6	13	19	
		31.6	68.4	7.4	
	4.7	10.2			
	6개월 ~ 1년 사이	26	21	47	
		55.3	44.7	18.4	
	20.3	16.5			
	1 ~ 2년 사이	46	31	77	
59.8		40.3	30.1		
35.9	24.2				
2 ~ 3년 사이	36	23	59		
	61.0	39.0	23.0		
28.1	18.0				
3년 이후	14	40	54		
	25.9	74.1	21.1		
10.9	31.3				
Column total	128(50.0)	128(50.0)	256(100.0)		

모피의류 구매계획 시기의 경우도 집단간의 유의한 관계를 나타내어, 러시아 여성의 경우 '1~2년 사이'가 가장 많았고, 한국여성은 3년 이후가 가장 많은 것으로 나타났다(표 5). 이와 같은 결과를 앞서 논의한 소유 모피의류의 구매시기(표 4)와 비교해 보면, 러시아 여성의 경우 하나의 모피의류를 구입한 이후 다음 모피의류를 구입하기까지의 기간이 약 2년인데 비해 한국여성은 5년 이상인 것으로 파악되어, 러시아 여성들의 구매빈도가 한국여성에 비해 2배 이상 높은 것을 알 수 있다.

<표 6> 구매선호 모피의 아이템, 소재, 색상

아이템	러시아	한국	R.T.	소재	러시아	한국	R.T.	색상	러시아	한국	R.T.
롱코트	91 58.3 63.2	65 41.7 35.5	156 47.7	세이블	9 50.0 6.2	9 50.0 5.2	18 5.7	검은색	43 40.2 29.9	64 59.8 35.0	107 32.7
하프코트	24 29.6 16.7	57 70.4 31.2	81 24.8	진칠라	2 16.7 1.4	10 83.3 5.8	12 3.8	진한밤색	62 60.8 43.1	40 39.2 21.9	102 31.2
재킷	5 16.1 3.5	26 83.9 14.2	31 9.5	밍크	74 38.7 51.0	117 61.3 68.0	191 60.3	연한밤색	5 33.3 3.5	10 66.7 5.5	15 4.6
술	2 18.2 1.4	9 81.8 4.9	3.4	여우	11 36.7 7.6	19 63.3 11.1	30 9.5	진한회색	5 20.0 3.5	20 80.0 10.9	25 7.7
목도리류	0 0.0 0.0	3 100.0 1.6	3 0.9	양	21 61.8 14.5	13 38.2 7.5	34 10.7	연한회색	9 32.1 6.3	19 67.9 10.4	28 8.6
망토	0 0.0 0.0	5 100.0 2.7	5 1.5	늑대	6 85.7 4.1	1 14.3 0.6	7 2.2	흰색	2 16.7 1.4	10 83.3 5.5	12 3.7
조끼	0 0.0 0.0	8 100.0 4.4	8 2.5	머스캐트	2 100.0 1.4	0 0.0 0.0	2 0.6	자색계통	2 28.6 1.4	5 71.4 2.7	7 2.1
모자	13 81.2 9.0	3 18.8 1.6	16 4.9	토끼	9 100.0 6.2	0 0.0 0.0	9 2.8	녹색계통	5 83.3 3.5	1 16.7 0.6	6 1.8
라이닝 ²²⁾	5 54.5 4	1 45.5 2.7	11 3.4	라쿤	2 66.7 1.4	1 33.3 0.6	3 1.0	적색계통	1 14.3 0.7	6 85.7 3.3	7 2.1
부분모피 ²³⁾	3 60.0 1.5	2 40.0 1.1	5 1.5	오퍼섬	1 50.0 0.7	1 50.0 0.6	2 0.6	청색계통	3 37.5 2.1	5 62.5 2.7	8 2.5
Column total	144 44.0	183 56.0	327 100.0	뉴트리아	8 88.9 5.5	1 11.1 0.6	9 2.8	황색계통	5 83.3 3.5	1 16.7 0.6	6 1.8
				Column total	145 45.7	172 54.3	317 100.0	혼합무늬	2 50.0 1.4	2 50.0 1.1	4 1.2
				Column total				Column total	144 44.0	183 56.0	327 100.0
					$\chi^2 = 55.9^{***}$				$\chi^2 = 36.33^{***}$		
					$\chi^2 = 37.35^{***}$				$\chi^2 = 36.33^{***}$		

22) 길감은 작물이나 가죽으로 하고, 안감을 모피로 맨 코트

23) 코트의 칼라, 소매끝, 단 등이 부분적으로 모피로 장식된 모피의류

3. 모피의류에 대한 선호도

1) 아이템

러시아 여성들이 앞으로 구매하기를 원하는 모피의류 아이템은 단연 롱코트인 것으로 나타났으며, 이에 비해 한국여성은 하프코트와 재킷에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 또한 러시아 여성의 경우 모자에 대한 선호도가 높게 나타났는데, 이는 러시아의 추운 날씨 관계로 모피모자가 겨울철 필수품이기 때문인 것으로 생각된다(표 6).

2) 모피소재

선호하는 모피소재의 경우 한국여성은 밍크에 선호도가 집중되어 있는 반면 러시아 여성들은 밍크외에도 양, 토끼, 뉴트리아 등 비교적 실용적이고 값싼 소재에 대한 선호도도 있는 것으로 나타났다(표 6).

3) 색상

색상의 경우 러시아 여성들은 진한 밤색, 한국 여성들은 검은색을 가장 선호하는 것으로 나

<표 7> 구매선호 모피의 디자인

변인	집 단		러 시 아	한 국	Row total	χ^2
	빈도 Row Pct	Column Pct				
품위있고 중후한 디자인	68 51.5 47.9		64 48.5 33.5	132 39.6		16.37**
타인과 구별되는 화려한 디자인	10 50.0 7.0		10 50.0 5.2	20 6.0		
활동적이고 캐주얼한 디자인	36 47.4 25.4		40 52.6 20.9	76 22.8		
입기에 부담이 없고 무난한 디자인	24 27.0 16.9		65 73.0 34.0	89 26.7		
귀엽고 애뒤어 보이는 디자인	4 25.0 2.8		12 75.0 6.3	16 4.8		
Column total			142(42.6)	191(57.4)	333(100.0)	

타났으며, 회색계열에 대한 선호도는 한국 여성에게서 높게 나타났다(표 6).

4) 디자인

러시아 여성들이 가장 선호하는 모피의류의 디자인은 '폼위있고 중후한 디자인'이며, '활동적이고 캐주얼한 디자인'에 대한 선호도도 높은 것으로 나타났다. 한편 한국 여성은 '입기에 부담이 없고 무난한 디자인', '폼위있고 중후한 디자인'을 선호하는 것으로 나타났다(표 7).

5) 길이

선호하는 모피의류의 길이는 러시아 여성의 경우, 추운 날씨에 맞는 종아리 길이(125cm) 정도의 길이가 긴 모피 스타일을 압도적으로 선호하는 것으로 나타난 반면, 한국 여성들의 경우는 러시아 여성에 비해 다양한 길이의 모피를 선호하는 것으로 나타났다(표 8).

6) 실루엣

<표 8> 구매선호 모피의 길이

변인	빈도		러시아	한국	Row total	χ^2
	Row Pct	Column Pct				
55cm (허리길이)	0	0.0	0.0	20	100.0	79.8***
		0.0	10.3	5.9		
70cm (엉덩이 중간길이)	1	5.0	0.7	19	95.0	
		0.7	9.7	5.9		
85cm (엉덩이 아래길이)	5	13.2	3.4	33	86.8	
		3.4	16.9	11.1		
95cm (허벅지 중간길이)	14	31.8	9.5	30	68.2	
		9.5	15.4	12.9		
105cm (무릎길이)	21	35.0	14.3	39	65.0	
		14.3	20.0	17.5		
125cm (종아리 길이)	106	66.3	72.1	54	33.8	
		72.1	27.7	46.8		
Column total		147(43.0)		195(57.0)	342(100.0)	

<표 9> 구매선호 모피의 실루엣

변인	집 단		러 시 아	한 국	Row total	χ^2
	빈도 Row Pct	Column Pct				
H - line	20 33.9 13.6		39 66.1 19.8	59 17.2	25.4***	
O - line	3 15.0 2.0		17 85.0 8.6	20 5.8		
Jumper shilhouette	0 0.0 0.0		15 100.0 7.6	15 4.4		
A - line	97 51.6 66.0		91 48.4 46.2	188 54.7		
Swinger shilhouette	27 43.6 18.4		35 56.5 17.8	62 18.0		
Column total			147(42.7)	197(57.3)		344(100.0)

<표 10> 구매선호 모피의 칼라

변인	집 단		러 시 아	한 국	Row total	χ^2
	빈도 Row Pct	Column Pct				
Stand-wing collar	42 46.2 28.6		49 53.9 25.0	91 26.5		
Stand collar	40 62.5 27.2		24 37.5 12.2	64 18.7		
Cross-cut wing collar	24 53.3 16.3		21 46.7 10.7	45 13.1		
Round neck	0 0.0 0.0		4 100.0 2.0	4 1.2		

<표 10> 계속

변인	빈도		러시아	한국	Row total	χ^2
	Row Pct	Column Pct				
Cape collar	14		14	15	29	73.3***
	48.3		48.3	51.7	8.5	
	9.5		9.5	7.7		
Notch collar	2		2	34	36	
	5.6		5.6	94.4	10.5	
	1.4		1.4	17.4		
Texido collar	22		22	7	29	
	75.9		75.9	24.1	8.5	
	15.0		15.0	3.6		
Shawl collar	3		3	39	42	
	7.1		7.1	92.9	12.2	
	2.0		2.0	19.9		
Frill collar	0		0	3	3	
	0.0		0.0	100.0	0.9	
	0.0		0.0	1.5		
Column Total			147(42.9)	196(57.1)	343(100.0)	

러시아 여성과 한국 여성은 모두 A-라인을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 집단별로 러시아 여성은 스윙저 실루엣, 한국 여성은 H-라인에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다(표 9).

7) 칼라

선호하는 칼라 디자인에 있어서 두 집단이 모두 stand-wing collar를 가장 선호하는 것으로 나타났으나, 집단별로는 러시아 여성은 보온성이 강한 stand collar에 대한 선호도가 높게 나타난 반면, 한국 여성은 notch collar나 shawl collar에 대한 선호도가 상대적으로 높게 나타났다(표 10)

8) 소매

소매 디자인의 경우 러시아 여성은 turn back cuffs sleeve를 가장 선호하며, 한국 여성에 비해 band cuffs sleeve와 set-in sleeve에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 한편 한국 여성은 push-up sleeve를 가장 선호하며, 러시아 여성에 비해 bell sleeve에 대한 선호도가 높게 나타났다(표 11).

<표 11> 구매선호 모피의 소매

변인	집 단		러 시 아	한 국	Row total	χ^2
	빈도 Row Pct	Column Pct				
Band cuffs sleeve	27		31		58	20.3***
	46.6		53.4		16.9	
	18.4		15.8			
Push-up sleeve	35		53		88	
	39.8		60.2		25.7	
	23.8		27.0			
Turn back cuffs sleeve	47		50		97	
	48.5		51.6		28.3	
	32.0		25.5			
Set-in sleeve	28		24		52	
	53.9		46.2		15.2	
	19.1		12.2			
Bell sleeve	8		21		29	
	27.6		72.4		18.5	
	5.4		10.7			
Frill sleeve	0		2		2	
	0.0		100.0		0.6	
	0.0		1.0			
Dolman sleeve	2		15		17	
	11.8		88.2		5.0	
	1.4		7.7			
Column total		147(42.9)	196(57.1)	343(100.0)		

V. 결론 및 제언

본 연구는 한국 여성과 러시아 여성의 모피의류 선호도를 비교 연구하고자 하였으며, 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 모피의류 구매동기는 러시아 여성의 경우 '모피 자체의 화려한 색상과 질감이 마음에 들어서', 한국 여성은 '한번 장만하면 오래 입을 수 있기 때문에'가 가장 중요한 구매동기인 것으로 나타났다.
2. 모피의류 구입시 이용하는 정보원으로는 러시아 여성은 한국 여성에 비해 라디오, 팜플렛이나 카탈로그를, 한국 여성은 신문과 판매원을 중요시 하는 것으로 나타났다.

3. 러시아 여성은 한국 여성에 비해 높은 모피의류 소유빈도를 나타내었으며, 겨울철에 거의 매일 모피의류를 착용하는 반면, 한국 여성은 한 겨울에 10회 이하만 착용하는 경우가 가장 많았다.
4. 앞으로의 모피의류 구매계획 의사는 러시아 여성이 한국 여성에 비해 강하였으며, 구매빈도 역시 러시아 여성이 한국 여성에 비해 2배 이상 높은 것으로 나타났다.
5. 러시아 여성은 모피의류 아이템 중 롱코트를 가장 선호하며 모자에 대한 선호도도 높게 나타난 반면, 한국 여성은 하프코트와 재킷에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.
6. 모피 소재의 경우 한국 여성은 밍크를, 러시아 여성은 양, 토끼, 뉴트리아 등 비교적 값싼 소재에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 색상의 경우 러시아 여성은 진한 밤색, 한국 여성은 검은색을 가장 선호하는 것으로 나타났다.
7. 모피의류 스타일의 경우 러시아 여성은 '활동적이고 캐주얼한 스타일', 한국 여성은 '입기에 부담없고 무난한 스타일'의 모피의류를 선호하였다.
8. 실루엣, 칼라, 소매 디자인에 있어서 러시아 여성은 스윙거 실루엣, stand collar, turn back cuffs sleeve를 선호하며, 한국 여성은 H-line, notch collar, push-up sleeve에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.

이상의 연구결과로부터 모피의류 마케팅 전략을 제시하면 다음과 같다.

러시아 여성들은 기후적, 문화적 특수성 때문에 모피의류를 겨울철 외투로 거의 매일 착용한다. 따라서 실용적인 개념이 강한 만큼 러시아 여성을 대상으로 하는 모피수출 업체는 모피 자체의 품위를 나타내면서도 활동성이 강한 스타일의 모피의류를 생산해야 할 것이다. 아이템의 경우 롱코트 위주로 하되, 모피를 라이닝으로 맨 증가의 롱코트도 전망이 있을 것으로 생각되며, 모피 소품의 경우 겨울철 필수품으로서 모피모자에 대한 구매빈도가 높으므로 모자 디자인 개발에도 관심을 기울여야 할 것이다. 또한 고소득층을 겨냥하여 밍크 등의 값비싼 소재를 위주로 한 패션성이 강한 고가품의 개발과 더불어, 저렴한 모피소재를 사용한 저소득층을 위한 모피제품의 개발에도 힘쓰는 2원적인 마케팅 전략이 요구된다. 디자인의 경우 러시아 여성은 신장이 크기 때문에 스윙거 스타일 등 보다 폭이 넓은 실루엣을 위주로 해야 하며, 칼라나 소매 디자인의 경우는 패션성과 보온성을 모두 만족시킬 수 있는 디자인이 요구된다.

한국 여성은 모피의류를 특수층에 한정된 사치품으로 생각하는 경향이 여전히 남아있어서, 오래 입을 수 있는 품위 있고 무난한 스타일을 선호하며 한 겨울동안 단 몇회만 착용하는 사람이 대다수이다. 그러나 최근들어 구매력의 상승과 함께 모피의류에 대한 수요가 급증하고 있는 추세여서 국내 모피의류 시장 전망은 밝다고 할 수 있다. 또한 모피의류 착용동기가 반드시 보온의 목적만이 아니기 때문에 롱코트 뿐 아니라 하프코트, 재킷, 숄 등 여러 아이템에 대한 수요가 있으며, 모피의류 구매 연령층도 넓어지고 있는 추세여서 다양한 연령과 아이템에 따른 디자인 개발이 시급하다고 할 수 있다. 내수용 모피의류 디자인의 경우 A-라인이나 H-라인을 중심으로 디자인을 개발하는 것이 바람직하며, 칼라나 소매 디자인의 경우 보온성에 그다지 구애를 받지 않는 다양한 디테일의 변화를 시도해 보는 것도 바람직하다.

참고문헌

1. 김문숙, “모피 복식 패션 방향에 관한 실증적 연구”, 성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 1987.
2. 김영진, “한국 모피 의류 산업의 성장 전략에 관한 연구”, 연세대학교 경영대학원, 1986.
3. 김혜경, “모피의 패션화 연구”, 이화여자대학교 대학원, 1986.
4. 섬유저널, “세계를 향한다 - 진도모피”, 1994. 4.
5. 정선훈, “한국 모피 패션 산업 활성화에 관한 연구”, 복식, 제22호, 1994.
6. 주진섭, “한국 모피산업의 국제화에 관한 연구”, 고려대학교 경영대학원, 1990.
7. 진도모피자료, “모피동물”.
8. 진도모피통계자료('90~'92).
9. 피혁패션, 1988. 10.
10. 한국피혁제품통계자료('89~'92).
11. JINDO-RUS 통계자료('89~'94).
12. 황인엽, “한국모피의류 산업의 특성과 수출산업으로서의 육성방안”, 외국어 대학교 무역대학원, 석사학위 논문, 1982.