

캐주얼 웨어에서 선호하는 한국적 이미지에 관한 연구

황진숙⁺ · 김윤희^{*} · 이진^{**} · 권선진^{***}
건국대학교 디자인학부 의상디자인전공 부교수⁺
건국대학교 대학원 의류학과^{*,**,*}

Korean Image Preferences in Casual Wear

Jin-Sook Hwang⁺ · Yun-Hee Kim^{*} · Jin Lee^{**} · Sun-Jin Kwon^{***}
Associate Prof., Dept. of Apparel Design, Konkuk University⁺
Dept. of Clothing & Textiles, Konkuk University^{*,**,*}
(2008. 6. 30. 접수; 2008. 9. 10. 수정; 2008. 9. 12. 채택)

Abstract

This study investigated Korean image preferences in casual wear of women consumers and the effects of demographic characteristics on Korean image preferences in casual wear.

The subjects of the study were 653 women consumers who lived in Seoul. Data were collected during July, 2007. Statistical analyses used in the study were frequency, ANOVA and Duncan test.

The results showed that respondents preferred to express Korean image by color in their casual wear. When it comes to specific preferences for pattern, fabric, and color, circular shape was most preferred as pattern, cotton was most preferred as fabric, and white color was most preferred as color. In addition, there were demographic differences in regard to preferences for pattern, fabric, color, and types of casual wear.

The results showed that there were differences in age, occupation, income, and residence. For example, in regard to age, there were differences in the preferences for fabric, color, and types of casual wear. The older respondents preferred natural fabrics more while the younger respondents seemed to accept synthetic fabrics in their casual wear. Also, women aged over 40 preferred cotton pants for their casual wear.

This study showed that demographic characteristics are important variables in segmenting the preferences of Korean image for casual wear market.

Key Words: Casual Wear(캐주얼 웨어), Korean Image(한국적 이미지), Consumer Characteristics
(소비자 특성)

교신저자 : Jin-Sook Hwang

Tel. +82-2-450-3783, Fax. +82-2-444-1058

E-mail : jsh@konkuk.ac.kr

※ 본 연구는 서울시 산학연 협력사업(10956)에 의해 수행되었음.

I. 서론

1990년대에 들어 본격적인 국제화시대가 열림으로써 한국적인 미에 대한 관심이 고조되고 있다. 최근 한복의 소비성향은 에콜로지 현상과 맞물려 천연섬유와 천연염색, 고급화, 개성화 선호가 두드러지며 이는 개성과 정신적 가치를 중시하는 소비자 트렌드와 접목이 될 수 있다.

한국 의류시장 규모는 11조 2천 3백 4십 3억 여 원으로 전년 대비해 성장세를 보이고 있으며, 한국의 여성복 시장 중 어덜트 여성복과 마담/디자이너 시장은 전반적으로 약세를 보이는 가운데 캐주얼 웨어 시장이 수요를 끌고 있다. 캐주얼(casual)이란 ‘격식에 매이지 않은, 약식의, 평상시에 입는, 입어서 편한’ 이라는 뜻을 지닌 말로서 복식 대사전¹⁾의 정의에 따르면 캐주얼 룩(casual look)이란 ‘경쾌한 옷차림’, 캐주얼 웨어(casual wear)는 ‘경쾌하게 입을 수 있는 의복’을 의미한다. 캐주얼웨어는 평상복으로 입을 수 있는 간편한 옷차림을 의미하며, 평상복의 개념을 가장 잘 따르고 있는 복종으로 합리적인 가격대를 고수하는 특징이 있으며 스포츠 캐주얼 웨어, 이지 캐주얼 웨어, 진 캐주얼 웨어, 영 캐주얼 웨어, 트레이셔널 캐주얼 웨어, 타운 캐주얼 웨어 등으로 세분화된다²⁾. 여성 캐주얼 브랜드의 개수가 전체 복종 중 13.65%, 캐주얼 중 6.77%를 차지하고 있으며, 국내 유니섹스 캐주얼 시장의 규모는 5조 2천 1백억 원이고 그 중 영 캐주얼 시장은 7천억여 원을 차지하고 있다³⁾⁴⁾.

한국섬유산업협회의 연구에 의하면 2010년에는 의류 전체 소비가 1조 4천 7백 십억 달러에 이르고 캐주얼 시장은 2000년 이후로 급속히 성장하였으며 감성 캐주얼이 캐주얼 시장을 선도할 것으로 예측되고 있다. 이를 볼 때 여성복에 있어서 캐주얼의 중요성은 날로 대두되고 있으며 그 경쟁 또한 치열하여 여성 캐주얼에 대한 조사와 마케팅 전략, 그리고 시장차별화가 필요하다는 것을 알 수 있다.

국제화 시대에 맞추어 한류의 중요성과 한국 브랜드의 중요성이 대두되고 있으나 실제로 이를 국내시장에 적용시킨 사례는 극히 드물다. 국내외적으로 한국적인 것에 대한 관심도가 높

아지고 있는 이 때 한국적 이미지를 이용한 상품 개발이 필요하며, 그 성장이 주목을 받는 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 적극적으로 활용하는 것이 필요하다고 본다. 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 활용한 사례로 일부 의류브랜드(폴햄, 잠뱅이)를 들 수 있으며 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 통해 브랜드 이미지를 차별화시키고 한국적 이미지를 고양시키고자 하는 노력을 알 수 있다. 현재 캐주얼 시장에서 주목받고 있는 브랜드인 아비스타의 ‘탱커스’와 에이션 패션의 ‘폴햄’은 이 중 발상의 전환을 통한 타 브랜드와의 컨셉 차별화를 지향하고 있다. 아비스타의 ‘탱커스’는 2004년 4월에 런칭한 감성 캐주얼 브랜드로서 연 매출은 200억 원 정도이다. 브랜드의 컨셉은 한국적인 미에 하드록적 요소를 접목시킨 것으로서 글로벌 에스닉을 추구하면서도 전통적인 한국 문화를 모티브로 한 오리엔탈 감성을 위주로 브랜드를 진행한다. 에이션 패션의 ‘폴햄’은 ‘탱커스’의 런칭 시기와 비슷한 시점인 2004년에 탄생했고, ‘탱커스’와 유사하게 ‘한국’이라는 정체성을 바탕으로 기업의 브랜드 아이덴티티를 이끌어가고 있다. 이들 두 브랜드는 신생 브랜드임에도 불구하고, 한국적 이미지를 근간으로 국내외적으로 큰 반향을 불러일으키고 있다. 폴햄은 2006년 상반기 캐주얼 시장을 주도했고, 브랜드 순위 조사에서 상반기 최고 브랜드로 선별되기도 하였다⁵⁾.

그러나 한국적 이미지에 대해 국내 소비자들은 어떻게 인식하고 있는지, 또한 한국적 이미지를 얼마나 선호하는지 이를 직접 조사한 연구는 극히 드물다. 따라서 국내 소비자를 대상으로 캐주얼에서 한국적 이미지에 대한 소비자의 인식과 선호를 알아봄으로써 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 활용과 상품기획에 도움을 줄 수 있으리라 본다.

따라서 본 연구는 여성 캐주얼 소비자를 대상으로 캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호를 알아보았으며, 소비자들의 인구통계적 특성에 따라 캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호가 어떻게 달라지는지를 알아보았다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호에 대해 살펴본다.

둘째, 인구통계적 특성에 따른 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호의 차이를 밝힌다.

II. 이론적 배경

1. 한국적 이미지의 조형적 특징

1) 색채

한국의 색채는 크게 백색지향사상과 유채색의 상징성을 들 수 있다.

우리 민족은 백의민족이라고 불릴 정도로 백색에 대한 강한 선호를 드러낸다. 한국인의 정신세계와 생활양식을 지배했던 유교적 사고방식은 인간적인 감정을 억제하고 인격과 형식, 규범 등을 중시하던 사상이어서 색이 있는 것은 곧 육신의 욕망이라 생각하여 천한 것으로 여겼다.

한국의 색채는 의미론적 상징색채로 그 출발은 도교의 태극도설과 음양오행설에서 출발한다. 또한 우리나라의 전통색채 개념은 화이적 세계관에서 출발하였으며, 풍토적 자연환경에 파생되어 온 하나의 거대한 체계, 즉 음양오행설에 근거를 두고 있다. 음양오행설에 따라 5가지 순수한 기본색인 청, 적, 황, 백, 흑색을 정색, 또는 오색, 오채, 오방정색이라 하였고, 정색과 정색의 혼합으로 생기는 색인 녹, 벽, 홍, 유, 자색을 오간색이라 하였다. 이 5가지 정색과 5가지 간색의 10가지가 음, 양의 기본색이 된다⁶⁾.

이러한 오방색을 사용한 것이 우리민족 전통의 색동으로, 색동은 액운을 피하고자 함과 동시에 음양오행에 관계된 색 배열을 원리로 한 것이다.

또한 한국적 색채관의 큰 특징으로 꼽을 수 있는 것이 색채관의 이중구조인데, 하나는 개방적 색채관으로 원색을 사용한 단정, 불화, 고분벽화 혹은 색동옷, 공예품에서 나타나는 화려한 색이 이 범주에 속하고, 다른 하나는 폐쇄적 색채관으로 접잡치 못한 원색을 피하고 무채색을 주로 사용하는 금목주의적 색채의식을 보여주고 있다.

2) 소재

한국적 소재에 표현된 미적 특성으로는 표백미, 푸새의 미, 다듬이의 미로 구분할 수 있다⁷⁾. 첫째, 표백미는 한국적 소재의 가장 특징적인 것으로 표백에 의한 태깅으로 흰 빛을 즐겨하였던 미적 취향을 말할 수 있다. 이는 탁하거나 어두운 것보다는 선명하고 밝은 빛깔의 고움을 즐긴 한국인의 미의식으로 나타나는 것이라 하겠다. 둘째, 푸새의 미는 직물에 풀을 먹여 울을 세우고 손질하는 푸새과정을 거쳐 반듯하고 정돈된 선의 미를 나타내고자 한 것을 말한다. 의복을 반듯하게 성형함으로써 한국인의 예절의식에 의한 태도와 조화되어 나타나는 아름다움이라 말할 수 있다. 셋째, 다듬이의 미는 소재의 결을 말하는 것으로 다듬이는 견직물, 마직물, 면직물 등에 모두 다 하지만, 그 중에서도 모시나 무명에 더욱 그 효과가 있다. 이러한 다듬이를 통한 미적 표현은 장식적인 기교를 부리지 않고 소재 자체의 질감을 살려서 표현하는 소박하고 자연스러운 심미 의식에 의한 것으로 이해된다⁸⁾.

3) 문양

문(紋)은 무늬 혹은 문채를 뜻하며 양(樣)은 본보기, 양식, 모양, 형상, 무늬, 문채 등을 뜻하며 문양은 생활에 대한 주관적 의식의 반영이며 삶을 통한 문화활동의 소산인 동시에 창조적 문명의 산물이다⁹⁾. 이러한 문양에 대한 미적 감정은 민족과 시대에 따라 다르다. 이는 정신적인 가치에 따라서 의미를 부여하는 미적 기준이나 선택의 여부가 다르기 때문인데, 이러한 감정은 생활 주변에 있는 것으로부터 익숙해진 것에 대한 미적 공감이나 더 나아가 향토성에도 관련된다¹⁰⁾. 그래서 문양의 소재는 가장 친근감을 느끼는 것에서 취하게 된다.

한국 문양의 소재는 자연을 대상으로 한 것이 가장 많으며 문자를 통하여 상징화하거나 추상적인 것이 있는데, 이 중에 모란은 부귀를, 석류는 다자(多子), 복숭아는 장수, 연화는 고결한 것을 의미하였다. 이러한 것들이 문양의 소재로 선택되었다는 것은 바로 한국인의 미적 심성을 드러내는 것으로 파악할 수 있다.

이와 같이 문양은 인간의 마음에 담겨있는 미적 심성이 하나의 형을 통하여 의지가 형상화한 장식적 특성을 지니고 있으며 시대성이나 사회성이 반영되어 있는 미의 표현물이다.

2. 복식에 나타난 한국적 이미지

이러한 한국적 이미지가 복식에서는 어떻게 나타났는지 살펴보면 다음과 같다. 복식에서 표현되는 이미지란 의복이 전달해주는 전반적인 느낌으로¹¹⁾, 한국적인 의복이미지는 의복에서 전달되는 한국적인 느낌이라 할 수 있다.

한국적 이미지를 구성요인이나 의미구조로 제시하였던 김희정, 이경희(1997)¹²⁾, 이경희(1997)¹³⁾, 장수경(1998)¹⁴⁾의 연구에서는 한국적 의복이미지 차원으로 우아성, 단순성, 단정성, 여성성, 여유성, 현시성, 매력성, 색시함, 활동성, 중량감, 고전성, 성숙성 등을 제시하였으며, 강희경(1998)은 한국적 의상디자인에 표현된 자연주의를 설명한 바 있다¹⁵⁾. 오현정, 오선희(2002)는 한국적 이미지로 새싹과 같이 보드랍고 포근한 느낌과 거칠지만 따스한 할머니의 손길과 같은 이중적 의미를 포함하여 설명한 바 있다¹⁶⁾.

또한 다른 연구들에서도 한국적인 디자인 특징을 분석한 바 있는데, 금기숙(1992)¹⁷⁾은 전통 복식에 자연문과 기하학문이 많이 사용되었으며, 특히 각 문양이 갖는 의미가 의복에 반영되었다고 하였다. 구체적으로 목단은 부귀를 상징하고 연화는 고결함을 상징하여 혼례복인 활옷에는 화려한 목단문양이 자주되어 있고, 여름철 규방용 병풍에는 연화문이 애용되었다. 또한 용문이나 봉황, 학이나 호랑이 문양은 당시대의 사회적인 신분을 상징했으므로 왕이나 왕비, 문관이나 무관의 대신 등 특정한 신분과 계급에만 한정되었다. 김찬주, 장인우(1999)¹⁸⁾는 현대 패션에서의 한국적 문양의 사용이 초기에는 기하학적 무늬가 주로 사용되다가 십장생, 수복, 길상문, 풍속화, 민화와 같은 한국 고유의 정서를 담은 민속적인 문양들이 의복에 표현되었다고 하였다.

금기숙(1992)¹⁹⁾, 김희정, 이경희(1997)²⁰⁾, 김인경(1998)²¹⁾은 한국적인 소재로 정교하고 섬세한 세모시나 명주와 거칠지만 소박하고 투박한 느

김의 삼베 등의 마직물을 제시하였다. 한국적 소재는 주로 견, 마, 면이 사용되었는데, 이 재료들은 우리나라에서만 생산되거나, 우리 의복에만 사용되는 것은 결코 아니다. 따라서 소재가 지니고 있는 미적 특성이라는 것은 그 자체의 조직적인 특징과 더불어 소재의 분위기가 의복 형태와 조화되어 나타나는 미적 특징을 생각할 수 있다. 또한 한국적인 색채는 미가공된 자연의 백색 혹은 소색이 주조색이며, 차분하고 담백한 덜톤(dull tone)의 중간색과 부분적으로 원색을 제시하였는데, 우리 조상들의 옷은 백색과 흑색으로 이어지는 무채색²²⁾으로 이것은 오늘날 검정, 회색 등 백색조의 무채색을 선호하는 한국인들의 기호반응과도 연관이 있다. 그러나 이러한 백의의 원칙을 깨뜨리고 유색 옷을 택하는 경우에는 왕이나 관료들이 색채로 계급을 표현하는 상징성, 혼례의상과 같이 잔치나 명절일 경우, 그리고 아이들의 색동을 들 수 있다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

문제 1. 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호에 대해 살펴본다.

1-1. 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 표현방법 선호에 대해 살펴본다.

1-2. 캐주얼 웨어의 문양, 소재, 색상, 종류별 각각의 선호에 대해 알아본다.

문제 2. 인구통계적 특성에 따른 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호의 차이를 밝힌다.

2. 자료수집 및 절차

본 조사를 수행하기 위한 자료수집은 설문지 응답방식으로 이루어 졌으며 2007년 7월부터 9월까지 캐주얼 웨어를 구입해 본 경험이 있는 수도권 거주 여성 소비자를 대상으로 하였다. 총 설문지 700부를 배부하여 유효한 설문지 653부를 분석에 사용하였다.

표본에 대한 인구통계적 특성을 살펴보면 연령은 20대가 293명(44.9%)으로 가장 많았으며,

30대 187명(28.6%), 40대 100명(15.3%), 50대 이상 73명(11.2%) 순으로 나타났다. 학력은 대학교 졸업이 348명(53.3%)으로 가장 많았고, 대학교 재학 170명(26.0%), 고등학교 졸업 78명(11.9%), 대학원 졸업 36명(5.5%) 순으로 나타났으며 직업은 학생이 182명(27.9%)으로 가장 많았으며, 전문직 144명(22.1%), 전업주부 111명(17.0%), 판매/서비스직 105명(16.1%)순으로 나타났다.

총수입은 100만원 이상~200만원 미만 120명(19.4%)으로 가장 많았으며, 300만원 이상~400만원 미만 102명(16.5%), 200만원 이상~300만원 미만 88명(14.2%), 700만원 이상 87명(14.1%) 순으로 나타났다. 월평균 의복지출비는 5~10만원이 225명(34.7%)로 가장 많았으며, 10~20만원 184명(28.4%), 5만원 미만 89명(13.7%), 20~30만원 미만 78명(12.0%) 순으로 나타났다. 거주지는 수도권이 259명(39.7%)으로 가장 많았으며, 강북 224명(34.4%), 강남 127명(19.5%) 순으로 나타났다.

3. 측정도구

본 연구는 설문지를 배부하였으며, 사용된 설문지는 캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호와 인구통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되어 있다. 캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호는 ‘전혀 선호하지 않는다’에 1점, ‘매우 선호한다’에 5점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였으며, 인구통계적 특성 문항은 다지선다형으로 측정하였다.

1) 캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호

캐주얼 웨어에서의 한국적 이미지 선호에 대한 문항은 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 표현하는 방법에 대한 선호도를 묻는 5문항, 문수란의 연구²³⁾에서 추출한 한국적 이미지 문양에 대한 선호도를 묻는 9문항, 소재에 대한 선호도를 묻는 6문항, 색상에 대한 선호도를 묻는 9문항, 캐주얼 웨어 종류에 대한 선호도를 묻는 6문항 등으로 설정하였다.

한국적 이미지 문양 측정은 전통문양에 대해 연구한 문수란의 연구를 참고하였다. 문수란은 국립중앙박물관에서 출판한 전통문양자료집에

서 추출한 190개의 전통문양을 색상으로 인한 심미적 영향요소를 피하기 위해 흑백처리한 후, 형태가 비슷하다고 생각되는 문양들끼리 프리 그룹핑하는 방법으로 동질성 분석을 통해 대표 문양을 추출한바, 체계적으로 수많은 전통문양 중 대표문양을 추출하였다.

색상의 경우 가장 기본적으로 소비자들이 가장 많이 인지하고 있는 면셀의 기본색 10가지 중 빨간색, 주황색, 노란색, 초록색, 파란색, 남색, 보라색의 7가지 색상과 무채색인 흰색과 검정색을 포함하여 9가지 색상으로 선정하였다.

캐주얼 웨어 종류는 티셔츠, 자켓/가디건/점퍼, 블라우스/남방, 청바지, 스커트, 면바지로 분류하였는데, 바지의 경우 배혜진 외²⁴⁾와 같이 바지의 종류를 소재별, 디자인별로 나눔에 따라 캐주얼 웨어에서 소비자들이 일반적으로 입는 바지 종류인 청바지와 면바지로 분류하였고, 스커트의 경우 김선희, 도윤희²⁵⁾의 선행연구를 참고로 측정하였다.

2) 인구통계적 특성

인구통계적 특성 변인으로는 소비자의 연령, 학력, 직업, 소득, 월평균 의복지출비, 거주지를 측정하였다.

4. 분석방법

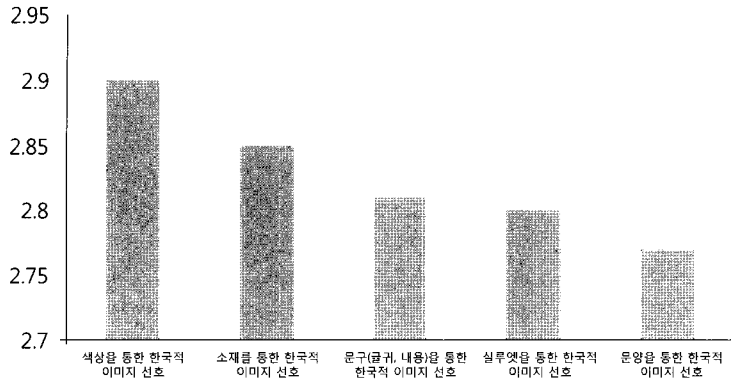
자료분석에는 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, t-test, ANOVA, Duncan test 등을 실시하여 결과를 도출하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호

1) 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 표현방법 선호

캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 표현하는 방법 중 어떤 것을 선호하는지 알아본 결과는 다음 <그림 1>과 같다.





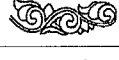
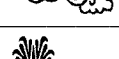

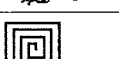



<그림 1> 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 표현방법 선호

분석결과 캐주얼 웨어 소비자들은 캐주얼 웨어의 실루엣, 문양, 소재, 색상, 문구(글귀, 내용) 중 색상을 통해 한국적 이미지를 나타내는 것을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 다음은 소재, 문구, 실루엣 순으로 나타났으며, 문양을 통해 한국적 이미지를 나타내는 것을 덜 선호하는 것으로 나타났다.

2) 문양 선호

문양 선호는 원의 형태, 연속무늬, 단순화된 식물무늬, 구름무늬, 사물의 단순화, 봉황/용무늬, 직선/기하학적 무늬, 식물무늬, 동물무늬 순으로 나타나 원의 형태 문양을 가장 선호하는 반면, 동물무늬는 선호하지 않는다는 것을 알 수 있다<표 1>.

<표 1> 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지 문양 선호

문양	평균	표준편차
 (원의 형태)	3.200	.932
 (연속무늬)	3.176	.872
 (단순화된 식물무늬)	3.157	1.039
 (구름무늬)	3.094	.978
 (사물의 단순화)	2.804	.922
 (봉황, 용무늬)	2.672	1.030
 (직선, 기하학적 무늬)	2.666	.878
 (식물무늬)	2.624	.895
 (동물무늬)	2.606	.908

본 연구 역시 문수란의 연구²⁶⁾에서 가장 한국적인 문양이라 밝힌 것과 동일한 ‘원의 형태’를 가장 선호하고 있었으며, 이는 이러한 전통적인 격자 형태의 문양을 우리 생활주변(한옥주택의 문, 기와문양 등)에서 익히 찾아볼 수 있기 때문에 응답자들이 친숙하게 느끼는 것으로 사료된다.

3) 소재 선호

소재에서는 면을 가장 선호한다는 것을 알 수 있었으며, 그 다음 마 소재, 실크, 혼방, 양모, 합성섬유 순으로 선호하는 것으로 나타났다<표 2>.

이러한 결과 역시 여러 선행연구들에서 제시된 투박하고 소박한 느낌의 소재 또는 섬세한 소재를 선호한다는 결과를 뒷받침한다고 할 수 있다.

4) 색상 선호

색상 중에서는 흰색을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 다음 검정색, 남색, 파란색, 빨간색, 초록색, 노란색, 보라색 순으로 선호한다는 것을 알 수 있었다. 반면 주황색은 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지를 나타낼 때 다른 색상에 비해 선호하지 않는다는 것을 알 수 있었다<표 3>.

선행연구 중 한국 성인 남녀의 의복 선호색을 연구하였던 김영인 외 2인의 결과를 살펴보면 의복 선호 색상은 검정색, 베이지, 흰색, 갈색, 감색의 순이었으며, 여성 소비자들은 캐주얼 의류에 대해 선호하는 색채가 다양한 것으로 나타나²⁷⁾ 본 연구결과와 어느 정도 일치함을 보여주고 있다. 그러나 선행연구에서는 캐주얼의 경우 무채색을 덜 선호한다고 하였지만, 본 연구에서는 흰색과 검정색의 선호도가 높게 나타났다. 이는 의복에 있어 ‘한국적 이미지’라는 단서 때문인 것으로 사료되며, 캐주얼웨어에 있어 흰색

<표 2> 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지 소재 선호

분항	평균	표준편차
면	3.814	.660
마	3.422	.908
실크	3.242	.955
양모	3.015	.817
혼방(천연섬유와 합성섬유의 혼방)	3.251	.829
합성섬유	2.747	.862

<표 3> 캐주얼 웨어에서 한국적 이미지 색상 선호

분항	평균	표준편차
흰색	4.193	.804
검정색	3.787	1.086
남색	3.689	.823
파란색	3.630	.827
빨간색	3.542	.841
초록색	3.364	.885
노란색	3.137	.859
보라색	3.113	.944
주황색	2.938	.826

<표 4> 한국적 이미지 캐주얼 웨어 종류 선호

내용	평균	표준편차
티셔츠	3.676	.881
자켓 / 가디건 / 점퍼	3.569	.893
블라우스 / 남방	3.529	.890
청바지	3.413	1.062
스커트	3.401	.958
면바지	3.009	.923

<표 5> 연령별 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호 차이

연령		20대 (n=293)	30대 (n=187)	40대 (n=99)	50대-60대 (n=72)	F
문양	원의 형태	3.245 A	3.278 A	3.100 AB	2.958 B	2.704*
소재	합성섬유	2.901 A	2.540 B	2.710 AB	2.712 AB	6.985***
색상	검정색	3.901 A	3.513 B	3.790 A	4.027 A	6.377***
캐주얼 웨어 종류	면바지	2.849 B	3.021 B	3.270 A	3.260 A	7.602***

*p<.05, ***p<.001

이 가장 기본적인 색이기 때문이라고도 할 수 있겠다. 또한 본 연구의 자료수집기간에 따른 계절적인 것도 영향을 미쳤으리라 사료된다.

5) 캐주얼 웨어 종류 선호

소비자들은 티셔츠로 한국적 이미지를 표현하는 것을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 자켓/가디건/점퍼, 블라우스/남방, 청바지, 스커트 순으로 나타났다<표 4>. 이는 상의 종류에서도 편하게 입을 수 있고 다른 의복과 매치하기 쉬운 티셔츠를 선호하는 것으로 사료된다.

2. 인구통계적 특성 집단간 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호 차이

인구통계적 특성 집단간 캐주얼 웨어의 한국

적 이미지 선호 차이를 살펴본 결과 연령, 직업, 소득, 거주지에서 유의한 차이가 나타났다.

1) 연령

연령별 차이를 보면 문양의 경우 20대와 30대 집단은 50대 이상 집단에 비해 원의 형태를 더 선호하고 있었다. 소재의 경우 20대 집단은 합성섬유를 더 선호하고 있었는데, 이는 관리의 용이성 등의 이유로 다른 천연섬유보다 합성섬유를 선호하는 것으로 사료된다. 색상의 경우 30대 집단은 40대 이상 집단에 비해 검정색을 덜 선호하는 것으로 나타났다. 캐주얼 웨어 종류에서 40대 이상 집단은 면바지를 더 선호한다는 것을 알 수 있었다<표 5>.

<표 6> 직업별 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호 차이

		전문직 (N=144)	판매/서비스/ 사무직 (N=182)	학생 (N=182)	주부 (N=111)	F
문양	원의 형태	3.333 A	3.357 A	3.104 B	3.045 B	4.380**
	봉황/용무늬	2.722 A	2.824 A	2.637 AB	2.468 B	2.931*
	사물의 단순화	2.583 B	2.791 A	2.972 A	2.955 A	5.824**
소재	실크	3.458 A	3.241 B	3.208 B	3.090 B	3.499*
	혼방	3.222 AB	3.131 B	3.395 A	3.261 AB	3.145*
	합성섬유	2.652 B	2.653 B	2.978 A	2.720 B	5.656**
캐주얼웨어 종류	자켓/가디건/점퍼	3.520 AB	3.456 B	3.692 A	3.684 A	2.851*
	면바지	3.062 A	3.033 A	2.785 B	3.216 A	5.665**

*p<.05, **p<.01

2) 직업

직업별 차이를 보면 문양의 경우 전문직과 판매/서비스/사무직 집단이 주부 집단에 비해 원의 형태와 봉황, 용무늬 등 전통문양을 더 선호하고 있었으며, 학생이나 주부 집단은 전문직 집단에 비해 사물이 단순화된 무늬를 더 선호하고 있는 것으로 나타났다<표 6>.

소재의 경우 전문직 집단은 실크소재를 통해 한국적 이미지를 나타내는 것을 더 선호하여, 고급 소재를 통한 한국적 이미지 소구가 가능함을 보여준다. 학생 집단은 혼방과 합성섬유 소재에 대한 선호가 타 집단보다 높아 이들 소재의 활용도 가능함을 시사한다. 캐주얼 웨어 종류별 차이에서 학생 집단은 다른 집단에 비해 한국적 이미지로 면바지를 선호하지 않는 것으로 나타났다

3) 소득

소득별 차이를 보면 문양의 경우 200만원 미

만 집단이 식물무늬와 봉황/용무늬를 더 선호하고 있었으며, 소득이 높은 집단들은 식물무늬의 선호도가 낮은 것으로 나타났다. 소재의 경우 600만원 이상 집단은 면소재를 덜 선호하는 반면 양모 소재를 더 선호하는 것으로 나타나 이 집단을 겨냥한 한국적 이미지의 캐주얼 웨어 제작시 소재 선택에 도움이 될 수 있을 것으로 사료된다. 색상상의 경우 400만원 미만 집단은 다른 집단에 비해 주황색을 선호하는 것으로 나타났다.

종류별 차이에서 600만원 이상 집단은 티셔츠보다는 블라우스나 남방 등을 선호하는 것으로 나타났으며, 자켓/가디건/점퍼 등 외의류에서 나타내는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 반면 200만원 미만 집단은 면바지와 티셔츠를 통해 한국적 이미지를 표현하는 것을 더 선호하는 것을 알 수 있었다. 이로써 소득집단별로도 선호하는 캐주얼 웨어 종류에 차이가 있음을 알 수 있었다<표 7>.

<표 7> 소득별 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호 차이

		200만원 미만 (N=168)	200-400만원 미만 (N=190)	400-600만원 미만 (N=136)	600만원 이상 (N=122)	F
문양	식물무늬	2.803 A	2.600 B	2.492 B	2.532 B	3.693*
	봉황/용무늬	2.857 A	2.610 AB	2.536 B	2.653 AB	2.785*
소재	면	3.881 A	3.852 A	3.867 A	3.637 B	4.038**
	양모	2.869 B	3.110 A	3.029 AB	3.121 A	3.245*
색상	주황색	2.976 A	3.063 A	2.772 B	2.879 AB	3.637*
	초록색	3.160 C	3.573 A	3.294 BC	3.387 AB	6.850***
캐주얼웨어 종류	티셔츠	3.750 A	3.815 A	3.720 A	3.395 B	6.333***
	자켓/가디건/점퍼	3.517 AB	3.710 A	3.625 A	3.411 A	3.232*
	블라우스/남방	3.375 B	3.515 AB	3.617 A	3.645 A	2.836*
	면바지	3.250 A	2.984 B	2.897 B	2.903 B	5.069**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4) 거주지

거주지별 차이에서 강남거주 집단은 수도권 거주 집단에 비해 원의 형태와 봉황/용무늬, 구름무늬를 더 선호하고 있는 것으로 나타났으며, 마소재를 통해 한국적 이미지를 표현하는 것을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 반면 수도권 거주 집단은 천연섬유보다 혼방과 합성섬유 소재로 한국적 이미지의 캐주얼 웨어를 타집단보다 더 선호하는 것으로 나타났다.

색상의 경우 강북거주 집단은 파란색과 남색 등의 푸른색 계열 색상을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 강남거주 집단은 노란색에 대한 선호도가 높은 반면 검정색을 덜 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 강북거주 집단과 수도권거주

집단은 강남거주 집단에 비해 보라색과 검정색의 한국적 이미지 캐주얼 웨어를 더 선호하는 것으로 나타났다.

캐주얼 웨어 종류의 경우 강남과 수도권거주 집단은 블라우스/남방을 통해 한국적 이미지를 표현하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 수도권거주 집단은 청바지를 선호하는 반면 강북거주 집단은 면바지를 선호하여 거주 집단간에 선호하는 복종에도 차이를 나타냈다<표 8>.

이러한 결과로 미루어 보건대, 거주지역별로도 한국적 이미지의 소구 형태에 차이가 있으므로 상품기획시 이를 적절하게 반영하는 것이 필요하리라 본다.

<표 8> 거주지별 캐주얼 웨어의 한국적 이미지 선호 차이

		강북 (N=224)	강남 (N=127)	수도권 (N=301)	F
문양	원의 형태	3.299 AB	3.409 A	3.039 B	9.119***
	봉황/용무늬	2.767 AB	2.826 A	2.534 B	5.127**
	연속무늬	3.245 AB	3.393 A	3.033 B	8.885***
	구름무늬	3.133 AB	3.322 A	2.970 B	6.160**
소재	마	3.482 AB	3.590 A	3.325 B	4.397*
	혼방	3.120 B	3.228 AB	3.362 A	5.604**
	합성섬유	2.642 B	2.732 AB	2.833 A	3.196*
색상	노란색	3.026 B	3.267 A	3.169 AB	3.554*
	파란색	3.767 A	3.669 AB	3.511 B	6.435**
	남색	3.843 A	3.692 AB	3.571 B	7.152**
	보라색	3.218 A	2.866 B	3.142 A	5.985**
	검정색	3.790 A	3.551 B	3.883 A	4.222*
캐주얼웨어 종류	블라우스/남방	3.410 B	3.614 A	3.584 A	3.165*
	청바지	3.357 AB	3.259 B	3.521 A	3.217*
	면바지	3.120 A	2.874 B	2.983 AB	3.122*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

V. 마케팅 시사점 및 전략

본 조사를 통한 한국적 이미지의 캐주얼 웨어 제품 개발을 위한 마케팅 시사점 및 전략은 다음과 같다.

첫째, 국내 캐주얼 웨어 소비자들은 다양한 한국적 이미지 표현방법 중 ‘색상’을 통해 표현

하는 것을 가장 선호하였다. 이를 볼 때 한국적 이미지의 캐주얼 웨어 상품 개발시 색상을 통해 한국적 이미지를 표현하는 것이 효과적이라고 할 수 있다. 그 다음으로 소비자들은 소재를 통해 한국적 이미지를 표현하는 것을 선호하므로 한국적 이미지를 풍기는 소재의 개발도 중요하다고 할 수 있다. 색상이나 소재에 비해 문양,

문구 등으로 한국적이미지를 표현하는 것을 덜 선호하므로 문양이나 문구 등의 국소적인 디테일을 통한 디자인은 주효하지 않으리라 보인다.

둘째, 색상, 소재, 문양, 복종 각각에서 소비자는 어떠한 것을 선호하는지 그 순위를 알아본 결과, 색상의 경우 흰색을 가장 선호하고 그 다음으로 검정색을 선호하는 것으로 나타났다. 이는 캐주얼웨어에서 흰색을 통하여 백의민족의 순수성을 느끼고자 하는 소비자 선호를 알 수 있어 캐주얼웨어의 색상 선택시 이를 고려해야 한다고 본다. 소재에서는 면을 가장 선호하였고 그 다음 마 소재를 선호하는 것으로 나타나 면 소재 등 천연소재로 자연의 느낌을 주는 것이 필요함을 알 수 있다. 문양은 원의 형태를 가장 선호하였으며, 캐주얼 웨어 종류로 티셔츠를 가장 선호하여 한국적 이미지의 제품 개발시 이를 근거로 한 상품개발이 필요하다.

셋째, 인구통계적 특성에 따라서도 각 집단별로 한국적이미지 선호에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 각 인구통계적 특성에 따른 선호차이는 시장 세분화와 한국적 이미지의 상품 개발에 필요한 정보를 제공해 줄 수 있다. 예로 연령별 차이를 보면 먼저 소재에서 20대 집단은 합성섬유를 더 선호하여 타 연령대에 비해 합성 섬유도 가능할 수 있다는 것을 시사한다. 색상의 경우 30대 집단은 타 연령에 비해 한국적 이미지로 검정색을 다른 집단에 비해 덜 선호하는 것으로 나타나 검정색의 소구가 적합하지 않은 것을 알 수 있다. 캐주얼 웨어 종류별 선호에서 40대 이상 집단은 타 집단에 비해 면바지를 더 선호하여 면바지로 한국적 이미지를 소구할 가능성이 있음을 알려 준다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 소비자의 인구통계학적 특성에 따라 한국적 이미지의 캐주얼 시장은 세분화 될 수 있다는 것을 알 수 있다. 한국적 이미지에 대한 구체적인 소비자 조사나 마케팅 전략이 없었음을 감안할 때 위의 조사 결과는 한국적 이미지의 캐주얼웨어를 개발하려는 의류업체에게 제품개발과 마케팅 전략에 기초적인 자료를 제공해 줄 수 있다고 하겠다. 본 조사의 한계점은 수도권 지역의 소비자들만을 대상으로 하여 보다 다양한 소비자층을 포함하지 못한 점과 한국적 이미지의 선행연구가 부족

하여 한국적이미지에 대한 다양한 척도가 부족함을 들 수 있다. 특히 민감한 색상문항의 선택 기준에 있어 색상은 명도, 채도 등의 변수가 관여하기 때문에 본 연구에서는 만셀의 기본색으로만 진행을 하였으나 기본색으로만 한 것에는 한계가 있어서 차후 연구에서는 다양한 색상에 대한 검토가 필요하리라 본다. 또한 계절적 영향에 따라 색채 선호도도 달라질 수 있기 때문에 계절별 색상 선호도를 알아보는 것도 필요하리라 사료된다. 따라서 차후 심층면접이나 사례 연구를 통해 보다 풍부하고 다양한 한국적 이미지 척도를 개발하고 한국적 이미지 선호 문항을 개발하는 것이 필요하리라 본다.

참 고 문 헌

- 1) 복식대사전 (1995). 서울: 라사라.
- 2) 패션채널. (2006. 8). pp.63-71.
- 3) 한국패션브랜드연감 (2006). 어패럴뉴스사.
- 4) F/W 캐주얼 영 트레이디셔널 집결 (2006. 7. 18). 패션비즈 자료검색일. 2006. 7. 29. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 5) 캐주얼 '가치 업그레이드'에 총력 (2006. 12. 11). 패션인사이트. 자료검색일. 2006. 12. 28. 자료출처 <http://www.fi.co.kr>
- 6) 문은배 (2002). *색채의 이해*. 서울: 국제, pp.263-264.
- 7) 김영자 (1992). *한국의 복식미*. 서울: 민음사, p.54.
- 8) Ibid., pp.54-60.
- 9) 김연미 (2001). 전통문양을 이용한 문화상품 개발에 관한 연구-와당 문양을 중심으로. 성균관대학교 산업디자인학과 석사학위 논문.
- 10) 김영자 (1992). Op. cit., p.135.
- 11) Kaiser, S. B. (1985). *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*. New York: Fairchild Publications.
- 12) 김희정, 이경희 (1997). 한국적 의복이미지의 구성요인과 디자인 특성. *한국의류학회지* 21(3), pp.589-599.
- 13) 이경희 (1997). 한국적 의복이미지와 디자인

- 과의 관계-한국과 미국의 비교. *한국의류학회지* 21(2), pp.302-313.
- 14) 정수경 (1998). 한국 전통문양의 이미지 형상화 소고. *한국의류학회지* 22(8), pp.1001-1010.
 - 15) 강희경 (1998). 한국적 의상디자인에 표현된 자연주의에 관한 연구. *복식* 38, pp.213-231.
 - 16) 오현정, 오선희 (2002). 브레인스토밍 기법에 의한 한국적 의복이미지 유형. *복식* 52(6), pp.41-50.
 - 17) 금기숙 (1992). 한국 전통 복식미의 현대적 활용. *복식* 19, pp.29-40.
 - 18) 김찬주, 장인우 (1999). 한국현대 패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. *복식* 48, pp.5-24.
 - 19) 금기숙 (1992). Op. cit., pp.29-40.
 - 20) 김희정, 이경희 (1997). Op. cit., pp.589-599.
 - 21) 김인경 (1998). 파리컬렉션에 나타난 한국적 패션디자인의 특성에 관한 연구. *복식* 38, pp.233-244.
 - 22) 하용득 (1989). *한국의 전통색과 색채심리*. 서울: 명지출판사, p.14.
 - 23) 문수란 (2006). 한국적 이미지의 심미성 요소에 관한 연구-전통문양을 대상으로. 전북대학교 대학원 산업디자인학과 석사학위논문.
 - 24) 배혜진, 강윤정, 김대옥, 정인희 (2005). 남자대학생의 라이프스타일에 따른 캐주얼 스타일 선호. *복식* 55(1), pp.86-100.
 - 25) 김선희, 도월희 (2002). 국내 스포츠 캐주얼 웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구-전국의 만 19-39세 성인 남녀를 대상으로-. *한국의류학회지* 26(8), pp.1286-1297.
 - 26) 문수란 (2006). Op. cit., pp.78-80.
 - 27) 김영인, 문영애, 한소원 (2000). 한국 성인 남녀의 의복 선호색. *한국의류학회지* 24(7), pp.964-975.