

고기능 실버의류설계를 위한 50~60대 여성의 인식조사

김구영 · 이정란*†

부산대학교 의류학과, *부산대학교 의류학과/부산대학교 노인생활환경연구소

Perception of Women aged 50's and 60's for High Functional Sliver Wear

Gu-Young Kim · Jeong-Ran Lee*†

Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University

*Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University/

Research Institute of Ecology for the Elderly, Pusan National University

접수일(2010년 7월 23일), 게재확정일(2010년 8월 10일)

Abstract

This research studied the development of high functional wear that reflects the various needs of an aged population. A survey of the life style, body functions and body changes, cognition, and preference of high functional wear with a subject group of 342 women aged 50's-60's was conducted. The results show that these women showed a high interest in clothing, challenged to new tasks, and enjoyed social meetings. Women aged 50's and 60's showed a relatively vibrant and active tendency, with no difference between them. They had the most interest in health and diet. The development of various clothing items and designs for women in their fifties and sixties are required because exercise was the most favored leisure activity. Meanwhile, they showed indisposition according to body type changes and the decrease in body functions. There was also some discomfort due to changes in visual power and trouble in controlling the body temperature. Therefore, the need to develop high quality smart wear that can help improve these problems was raised. Women aged 50's to 60's did not fully understand smart clothing; however, they showed some interest in high quality smart wear designed to improve health conditions after they heard detailed explanations about the clothing. They perceived the matter of laundry or managing the clothing more important than the price or rejection to mechanical device in regards to smart wear.

Key words: Silver wear, High functional, Women aged 50's-60's, Smart wear; 실버의류, 고기능, 50~60대 여성, 스마트 의류

I. 서 론

미래학자 Peter(2003)는 실버세대를 빠른 속도로 성장하여 영향력을 확대하는 새로운 인구집단으로 규정

하며 그 중요성을 지적하였고, 사회학자 Peter(1991)은 노년을 '정년 이후 자기가 원하던 것을 여유롭게 이룰 수 있는 성취의 시기'라고 정의하였다. 한국인의 평균수명은 2000년 75.9세에서 2005년 77.9세, 2030년 81.9세, 2050년 83.3세로 지속적으로 상승할 것으로 전망된다(통계청, 2006). 또한 최근 세계보건기구가 발표한 『세계보건통계 2010』에 따르면 한국인의 기대수명은 평균 80세로 2000년에 비해 4살 더 늘어났다("한국인 기대수명 80세", 2010). 한국 남자

†Corresponding author

E-mail: ljrj@pusan.ac.kr

본 논문은 2009년 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(KRF-2009-0073458).

의 평균기대수명이 76세인데 비해 여자는 83세로 여성이 더 높았는데 여성 노인비율이 증가하는 것은 우리나라의 고령화 추세에서 두드러진 인구학적 특성으로 이에 대응하여 여성 노인을 위한 미래 산업과 소비 시장, 생활환경 및 생활제품의 다양화가 요구된다.

여러 산업 분야에서 실버시장에 대한 관심이 고조되고 있는 것처럼 의복에 있어서도 실버패션에 대한 관심은 지속되고 있으나 아직까지 실버패션시장이 제대로 형성되지는 않고 있다. 이는 실버여성의 소비자층이 두텁지 않고 투자비용에 비해 큰 수익성을 기대하기 어려워 패션업체의 참여가 미비한데 기인하는 것으로 보이며(장안화, 2006) 앞으로 연금 등으로 노인들의 생활이 좀 더 안정된다면 실버패션도 활성화될 것으로 예상된다.

최근의 노인들은 과거에 비해 나이보다 젊어 보이고 활동적이며 활발한 사회활동에 참여하고 있다. 의복에 있어서는 나이가 들수록 옷차림에 신경을 쓰며 외출복과 평상복을 구분하여 착용하고 특히 외출할 때 옷차림에 신경을 쓰는 것으로 나타났다(이인수, 2004). 전채근(2003)은 실버세대의 학력이 높아지고, 소득과 소비수준이 상승하면서 자기실현 욕구의 표출 등 다변화와 개성화가 두드러질 것으로 전망하였고 이와 더불어 여가생활 및 사회적 활동 증가로 실버패션이 부각된다고 하였다. 이에 따라 노인들을 하나의 소비 대상으로 보고 그들의 요구에 맞는 상품을 기획, 생산하고 마케팅 전략을 개발하는 준비를 해야 하는데 지금까지 국내에서는 노인들의 라이프스타일 등 다양한 요인에 따른 의복행동에 대한 연구가 이루어졌다(김수경, 2006; 박은주, 강은미, 2006; 신혜봉 외, 2003). 또한 소비자가 원하는 의복디자인을 파악하여 그들의 의견을 실버패션에 반영하려는 노년기 여성의 의복디자인 선호에 관한 연구(백재은, 2005; 장안화, 2006)와 노년여성의 의복실태조사(여혜린, 권영숙, 2005; 정삼호, 김수아, 2006) 등이 이루어져 왔다.

노인들은 청장년층에 비해 신체감각능력, 근력, 유연성, 운동기능, 기억력 등이 현저히 저하되는 특성을 보인다. 또한 신체변화와 함께 생리 기능 및 저항력이 감소되어 심리적으로도 위축되는 시기이다. 이러한 변화에 대해 그동안 의복에서는 노인의 체형분석과 체형에 적합한 패턴에 대한 연구가 이루어져 왔는데 최근에는 의복에 있어 '유니버설 디자인' 개념이 대두되고 있다. 모두를 위한 디자인(Design for All)을 추구하는 유니버설 디자인은 장애인 및 노인을 위한

환경 및 제품 개발에 적용되며 발전되었다. 삶의 질을 보장하고 향상시키려는 이 개념은 노인이나 장애인 스스로 사회에 적극적으로 참여할 수 있도록 하는 것을 의미한다. 노인의복에 대한 수요 및 관심도가 증가하면서 노인의 신체결점과 제한을 보완하는 유니버설 패션제품 개발의 중요성이 차츰 부각되고 있으나(김연희, 2007) 그에 대한 연구는 미미하다. 또한 실버패션에 대한 연구는 일상복을 중심으로 한 경우가 대부분이었지만 앞으로는 노인여성들의 다양한 라이프스타일과 활발한 사회참여에 따라 이들의 요구를 반영하는 스마트 의류와 같은 고기능 의류에 대한 연구도 필요하다. 아직까지 고기능 의류 개발은 표준화된 치수 및 디자인의 부재, 신체적 특성을 고려한 상품 개발의 부족 등 여러 가지 문제점을 안고 있으나 노인여성들의 감성에 적합하면서 신체기능을 보완할 수 있는 고기능 실버패션의 발전 가능성은 매우 클 것으로 예상된다.

따라서 본 연구에서는 베이비붐세대가 노령화하면서 새로운 소비주역으로 등장하고 있는 사실에 주목하여 예비 노년 또는 영 실버라 불리는 50대 여성과 60대 실버여성을 연구대상으로 그들의 라이프스타일과 신체기능변화 및 의복에 대한 태도 등을 조사, 분석함으로써 실버를 위한 고기능 스마트 의류설계의 기초 자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 영 실버, 실버와 의복행동

우리나라는 60세 또는 65세 이상을 노인으로 구분하고 있으며 미국의 경우는 연령에 따라 50세부터 75세 이상의 집단을 2~4개의 집단으로 분류하여 세분화하고 있다(백재은, 2005). 의복연구에서 사용되고 있는 노인에 대한 명칭은 실버, 영 실버, 뉴실버, 시니어세대 등 다양한데 이는 연령대적 특성과 세대적 특성으로 인해 이전의 노인세대와는 다른 라이프스타일과 역할이 기대되기 때문이다. 그동안 노인 의복에 대한 국내 연구는 대부분 60세 이상을 연구대상으로 하였으나 최근 들어 60세 이상의 노년층뿐 아니라 50대의 예비 노년층까지로 연구대상을 확대하여 예비 노년층의 의복에 대한 태도 등을 밝히려는 연구가 이루어지고 있다. 이는 라이프스타일의 전환이 이루어지는 연령을 50세로 보고 기존의 연령구분에 대해 새로운

견해를 제시하는 학자들의 영향과 퇴직 연령이 빨라짐으로써 50세 이상을 잠재력 있는 실버마켓의 관심 대상으로 여겨 50+마케팅, 55+마케팅을 강조하고 있는 현실을 반영한 것이다(정삼호, 2009).

최현진, 이해선(2005)은 새로운 소비주역을 이끄는 인구구성비의 급격한 변화를 유발하는 주요 요인은 베이비붐세대(1946~1964년생)의 노령화로 50대가 주를 이루는 이 세대가 60대를 맞이하면서 새로운 소비층으로 대두되는 중요한 의미가 있다고 하였다. 50대는 중년기의 중간 영역으로 자녀양육에 대한 역할 감소와 교육 수준의 향상에 따른 자아실현 욕구가 증대되며 신체적, 심리적 변화를 경험하고 사회적 관계 및 생활 관심사가 변화하는 시기이다.

백재은(2005)은 50대 이상의 여성들을 대상으로 의복선호도를 살펴본 결과 노년층 여성을 편안함과 실용성만을 추구하는 집단으로 간주하기보다 패션에 관한 다양한 태도를 갖는 집단으로 인식하는 것이 필요하다고 하였다. 김정실(2009)은 뉴실버세대는 의복에 대한 관심이 높으며 젊고 활동적인 라이프스타일로 변화되어가고 있고 기성복 시장은 가족 의존형에서 자립형으로 변화될 것으로 전망하였다. 또한 실제 연령에 따라 의복행동을 분석한 결과 50대는 신중형의 소비자이고 의복선호색상에 있어서는 붉은색보다는 검정색을 선호하고 성취·도전지향 라이프스타일이 많았다.

이에 비해 60대 이상의 여성들에 대한 연구결과를 보면 이은실, 이명희(1995)는 라이프스타일이 외부 활동적이고 적극적인 생활형인 여성은 의복관심이 더 높다고 하였으며 김정실(2009)의 연구에서는 60대 여성은 외모관리지향 라이프스타일이 많고 기품있고 우아한 이미지, 색상은 검은색, 흰색을 선호한다고 하였다. 그러나 50대와 60대 모두 연령보다 5년 젊게 보이는 옷을 구매하고자 하며 자기만족을 위한 의복구입을 중시하고 디자인과 가격에 좀 더 관심을 가지는 점은 차이가 없었다.

2. 실버패션 개발 현황

현재 국내 기성복 브랜드에는 실버를 위한 전문 브랜드가 없고 이에 따라 가격, 치수, 트렌드 면에서 이들의 불만족 요소를 해결하기 어렵다. 대부분의 경우 중년여성을 타깃으로 한 기준 사이즈에서 빅 사이즈 등을 구비하여 실버까지 커버하고 있는 것으로 나타났다(정삼호, 2005). 다른 연구에서도 실버브랜드라

여겨지는 업체를 대상으로 조사한 결과 중년 이상의 여성 전체를 대상으로 하고 있으며 이에 따라 타깃 연령보다 실 구매 연령은 10~20세 상향분포하였다(정삼호, 김수아, 2006). 또한 우리나라 중·노년층 브랜드들은 이미지 추구 정도에 있어 모두 전형적인 고품격, 고급스러운 이미지, 엘레강스 이미지를 추구하여 다양성이 결여되었다. 따라서 중·노년층 남녀 모두 캐주얼 캐주얼, 스포츠 캐주얼 분야가 니치마켓(Niche market)으로 볼 수 있으며 젊음 지향적 사고의 증대와 라이프스타일의 변화에 따라 정장 중심 이외에 일상복으로서 캐주얼 브랜드의 출현이 요구된다(백재은, 2005).

실버브랜드는 판매와 밀접한 연관이 있는 치수체계나 원단을 타 브랜드와 차별화하는 것으로 나타났다(정삼호 외, 2004). 실버브랜드의 주 고객은 체형의 변화로 허리와 복부가 비대해지면서 엉덩이가 편평해지고 굴신현상이 생기므로 중년을 기준으로 한 치수 및 치수체계가 달라야하고 생리학적으로는 신진대사와 혈액순환이 저하되고 피부 지방층이 감소하며 노인 특유의 체취로 인해 보다 기능적이면서 위생적인 소재가 필요한 것이다. 이러한 측면에서 실버를 위한 의복은 외모가 젊어 보이게 하는 디자인도 중요하지만 변화된 체형에 적합하고 저하된 신체기능을 원활하게 하기 위한 의복의 기능이 충분히 고려되어야 한다. 노인의 신체기능 유지와 향상, 편익 증진, 안전도모를 위한 상품이나 서비스를 제공하여 노인들에게 많은 혜택을 제공하고자 하는 고령친화산업의 초점을 유니버설 디자인 원리에 맞추어 보면 의복의 여유량과 착탈을 고려한 '지원성', 필요한 소재를 적절히 활용하여 온도조절을 용이하게 하는 '융통성', 신체기능의 저하를 고려하여 안정감을 느끼도록 하는 '안전성', '심미성' 등의 원리가 패션에 적용될 수 있다(나현신, 2007). 유니버설 패션을 통하여 노인의 신체적인 결점과 제한을 보완하고 의생활에 편리함을 제공하고자 하는 것은 실버패션에서 주요하게 고려해야 할 측면이며 이를 바탕으로 노인들의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 기능성 의복에 대한 연구가 이루어져야 한다.

지금까지 중, 노년을 대상으로 한 고기능 의복연구는 극히 미미한데 임재린(2005)은 노인여성의 의복관여, 디자인 선호, 건강상태에 관한 실태조사를 바탕으로 기능성 가공 소재를 이용한 슈트를 개발하여 체온이 상승하고 혈류량이 증가하는지를 착의평가하였

다. 조하경(2007)은 노인여성의 헬스 케어를 위한 스마트 의류디자인을 위해 센서 및 내, 외피를 설계하였으며, 백경자, 수잔 애쉬다운(2009)은 미국 노인여성을 대상으로 발열기능이 있는 스마트 재킷을 설계하고 이에 대한 만족도를 평가하였다. 이러한 고기능 의류는 아직까지 대중에게 널리 알려지지 못하였을 뿐 아니라 업체에서 대량생산하기 쉽지 않은 상황이지만 지속적으로 증가하는 노인인구와 그들의 라이프스타일에 따른 다양한 요구, IT와 결합한 획기적인 기술 발달 현황 등을 비추어 볼 때 많은 연구가 필요한 분야이다.

III. 연구방법

본 연구의 대상자는 부산·경남에 거주하는 50~60대 여성 342명이며 이 중 50대가 179명, 60대가 163명이었다. 50~60대 여성을 대상으로 한 설문내용은 선행 연구(신혜봉 외, 2003; 최선윤, 이정란, 2006)에서 사용된 설문문항을 토대로 수정하여 사용하였으며 일반적인 사항에 관한 5문항, 라이프스타일에 관한 13문항,

신체기능변화에 관한 14문항, 고기능 의류의 인지도와 호감도에 관한 14문항 등 총 46문항으로 구성하였다. 조사는 2009년 7~8월에 실시하였으며 설문지는 총 400부를 배포하여 360부를 회수하였고 응답이 미흡한 18부를 제외한 342부를 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 14.0을 사용하여 문항별로 빈도분석, 교차분석, 일원분산분석, 평균차이 검증(t-test, Duncan test)을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 인구통계학적 특성과 의복관심도

본 연구대상 여성들의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

연령은 50대가 전체 조사대상의 52.3%이고, 60대가 47.7%였으며, 평균연령은 59.8세였다. 50대 전·후반, 60대 전·후반으로 나누어 보았을 때 비율은 23.1~27.7%로 각 집단이 비교적 골고루 분포하였다. 학력은 대학교 졸업자가 27.1%, 고등학교 졸업자가 44.7%로

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

(단위: 명(%))

구 분	항 목	인원수(명)	비율(%)	합 계
연 령	50~54세	84	24.6	342(100)
	55~59세	95	27.7	
	60~64세	79	23.1	
	65~69세	84	24.6	
소 득	200만원 이상	106	31.0	
	150만원 이상~200만원 미만	32	9.4	
	100만원 이상~150만원 미만	42	12.2	
	100만원 미만	162	47.4	
직 업	주 부	205	59.9	
	회사원	12	3.5	
	자영업	41	12.0	
	전문직 기 타	67 17	19.6 5.0	
학 령	대졸 이상	94	27.5	
	고 졸	154	45.0	
	중졸 이하	94	27.5	
일상의복관심도	매우 높다	45	13.2	
	높 다	156	45.6	
	보통이다	121	35.4	
	낮 다 매우 낮다	18 2	5.2 0.6	
의복비	15만원 이상	64	18.7	
	10만원 이상~15만원 미만	71	20.8	
	5만원 이상~10만원 미만	114	33.3	
	5만원 미만	93	27.2	

전체 조사대상자의 71.8% 이상이 고등학교 이상의 교육 수준이었다. 월평균 수입은 100만원 미만인 47.1%, 200만원 이상 31.2%이며 직업은 주부가 59.4%, 전문직이 19.7%, 자영업이 11.8%로 나타났다. 의복에 대한 관심도는 ‘매우 높다’가 13.2%, ‘높다’가 45.6%로, 50~60대 여성들 중 60%에 가까운 많은 사람들이 의복에 대해 관심이 높은 것으로 나타났다. 연령대별 의복유행에 대한 관심도를 조사한 선행연구(황영미, 이정란, 2006)에서는 관심이 ‘높다’ 또는 ‘매우 높다’로 응답한 20대가 55.9%, 30대 31.2%, 40대 32.1%였다. 본 연구의 설문에서는 유행에 초점을 두지는 않아 약간의 차이를 감안한다 하더라도 50~60대 여성들의 의복에 대한 높은 관심은 앞으로 실버패션시장이 활성화될 수 있는 밝은 전망을 보여주는 것으로, 중·노년층 여성들이 젊은 여성 못지않게 의복의 미적인 요소에 대하여 많은 관심과 요구가 있다는 이윤미, 박재옥(2010)의 연구와도 유사하였다. 의복비 지출은 ‘5만원 이상 10만원 미만’이 33.3%로 가장 많았고, 다음으로 ‘5만원 미만’이 27.2%로 응답하여 노인 여성 중 한 달에 10만원 미만의 의복비를 지출하는 비율이 60% 정도임을 알 수 있었다. 이는 50~60대 여성들이 의복에 대한 관심은 높으나 실제로 지출하는 의복비는 많지 않음을 보여주는 결과였다.

2. 라이프스타일과 관심 분야

1) 라이프스타일

50~60대 여성들의 라이프스타일 성향을 5점 평점 척도로 분석한 결과 ‘새로운 일에 도전하는 것을 즐긴다’는 전체 평균 3.51로 50대와 60대 사이에 차이가 없었고, ‘교우나 사교 모임이 많은 편이다’(3.45),

‘새로 유행하는 최근 스타일에 관심이 있다(3.44)’, ‘새로운 기능의 제품을 다른 사람들에게 알린다(3.36)’, ‘새로운 전자제품은 나에게 흥미를 준다(3.33)’ 등의 항목에서도 연령에 따른 차이 없이 보통 이상의 점수를 보여 50~60대 여성들이 비교적 활발하고 적극적인 성향을 갖고 있음을 알 수 있었다. ‘쇼핑을 할 때 미리 계획하고 하는 편이다’에서만 50대 여성들이 더 높은 점수를 보여 연령에 따른 차이가 있었으며 ‘항상 사용하는 기능만 사용하는 편이다’에서는 유의한 차이는 없었으나 60대 여성들이 좀 더 그런 것으로 나타났다(표 2).

분산분석 결과 라이프스타일의 성향은 학력에 따라서는 차이를 나타내었는데 <표 3>, ‘새로운 일에 도전하는 것을 즐기는 편이다’와 ‘새로운 기능의 제품을 다른 사람들에게 알린다’, ‘교우나 사교 모임이 많은 편이다’, ‘새로 유행하는 최근 스타일에 관심이 있다’는 고졸 과 대졸 이상이 동일한 집단으로 더 높은 점수를 보여 유의한 차이가 있었다. 이에 비해 ‘항상 사용하는 기능만 사용하는 편이다’는 중졸 이하에서 평균점수가 더 높았으며 ‘쇼핑을 할 때 미리 계획하고 하는 편이다’는 학력에 따른 유의차가 없었다. 과거에 비해 고학력 여성이 많아지면서 새로운 것을 즐기고 혁신적인 50~60대 여성이 늘어나 이들을 대상으로 한 새로운 상품이나 다양한 사회 참여의 기회를 제공하는 것이 필요함을 알 수 있다.

2) 관심 분야

50~60대 여성들은 건강과 다이어트(43.3%)에 가장 관심이 높았고, 다음이 친목, 사교(12.3%)였다. 여가 활동으로도 운동(36.3%)이 가장 많아 전반적으로 건강과 운동이 이들의 생활에 주요 관심 영역으로 분석

<표 2> 연령에 따른 라이프스타일

항 목	전 체		50대		t 값	60대	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차		평 균	표준편차
새로운 일에 도전하는 것을 즐기는 편이다	3.53	.911	3.51	.914	-.262	3.54	.911
새로운 전자제품은 나에게 흥미를 준다	3.33	.889	3.29	.908	-.806	3.37	.867
항상 사용하는 기능만 사용하는 편이다	3.48	.895	3.46	.913	-.279	3.49	.877
새로운 기능의 제품을 다른 사람들에게 알린다	3.36	.878	3.37	.853	.135	3.36	.907
교우나 사교 모임이 많은 편이다	3.45	.837	3.50	.803	1.019	3.40	.872
새로 유행하는 최근 스타일에 관심이 있다	3.44	.881	3.49	.908	1.038	3.39	.849
쇼핑을 할 때 미리 계획하고 하는 편이다	3.45	.894	3.56	.861	2.423*	3.33	.917

* $p \leq .05$

<표 3> 학력에 따른 라이프스타일

항 목	전 체	학 력 수 준			F 값
		중졸 이하	고 졸	대졸 이상	
새로운 일에 도전하는 것을 즐기는 편이다	3.53	3.23 b	3.6 a	3.69 a	7.19***
새로운 전자제품은 나에게 흥미를 준다	3.33	3.14 b	3.42 a	3.36 ab	3.11*
항상 사용하는 기능만 사용하는 편이다	3.48	3.68 a	3.30 b	3.56 a	6.11**
새로운 기능의 제품을 다른 사람들에게 알린다	3.36	3.10 b	3.45 a	3.48 a	6.19**
교우나 사교 모임이 많은 편이다	3.45	3.20 b	3.51 a	3.61 a	6.40**
새로 유행하는 최근 스타일에 관심이 있다	3.44	3.18 b	3.53 a	3.56 a	6.02**
쇼핑을 할 때 미리 계획하고 하는 편이다	3.45	3.31 b	3.47 ab	3.57 a	2.19

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$, a>b Duncan test 사후검증 결과

되었다. 그 외 여가활동으로는 독서, TV 시청(21.6%), 문화생활(13.7%)의 순으로 나타났는데 직업의 유무와 관계없이 운동을 즐기는 사람이 가장 많았다. 직업이 없는 여성들은 운동 다음으로 문화생활에 관심을 갖고 있지만 직업이 있는 여성들은 다른 분야에 비해 문화생활에 대한 관심이 낮은 것으로 나타났다. 여가

활동은 연령에 따른 차이가 없는 반면 연령에 따른 관심 분야는 50대와 60대에 차이를 보였는데 50대는 건강, 다이어트 외에 다른 분야에 골고루 관심을 갖는 반면 60대는 친목 모임을 중요시하나 재테크에 대한 관심은 높지 않았다(표 4).

최근 전 연령대에 걸쳐 IT 기기 사용이 일반화되면

<표 4> 연령에 따른 관심 분야

(단위: 명(%))

항 목	전 체	연 령 구 분		χ^2	
		50대	60대		
관심 분야	건강, 다이어트	148(43.3)	78(22.8)	70(20.5)	16.20**
	문화, 영화, 방송연예	28(8.2)	16(4.7)	12(3.5)	
	재테크, 펀드, 보험	20(5.8)	15(4.4)	5(1.5)	
	친목, 사교 모임	42(12.3)	14(4.1)	28(8.2)	
	레저, 스포츠	29(8.5)	18(5.3)	11(3.2)	
	패션, 미용, 쇼핑	25(7.3)	17(5.0)	8(2.3)	
	가정, 살림	34(9.9)	14(4.1)	20(5.8)	
기 타	16(4.7)	7(2.0)	9(2.6)	6.99	
여가활동	운 동	124(36.3)	63(18.4)		61(17.8)
	문화생활	47(13.7)	22(6.4)		25(7.3)
	수 면	33(9.6)	18(5.3)		15(4.4)
	사교 친목 모임	38(11.1)	17(5.0)		21(6.1)
	독서, TV 시청	74(21.6)	47(13.7)		27(7.9)
	쇼 핑	10(2.9)	6(1.8)		4(1.2)
기 타	16(4.7)	6(1.8)	10(2.9)		

** $p \leq .01$

<표 5> 연령, 학력, 직업유무에 따른 휴대폰 사용

(단위: 명(%))

항 목	휴대폰의 전화통화 외에 사용하는 기능		χ^2	
	있 다	없 다		
연령구분	50대	173(50.6)	6(1.7)	52.29***
	60대	109(31.9)	54(15.8)	
	전 체	282(82.5)	60(17.5)	
학력수준	중졸 이하	49(14.4)	45(13.1)	86.25***
	고 졸	139(40.6)	15(4.4)	
	대졸 이상	94(27.5)	0(0.0)	
	전 체	282(82.5)	60(17.5)	
직업유무	있 다	150(43.9)	55(16.1)	30.50***
	없 다	132(38.6)	5(1.4)	
	전 체	282(82.5)	60(17.5)	

*** $p \leq .001$

서 50~60대 여성들의 생활패턴도 이에 영향을 받을 것으로 생각되어 휴대폰의 활용도를 통해 디지털 문화에 친숙한 정도를 조사한 결과 전체 조사대상자의 82.5% 이상이 휴대폰을 통화 이외의 용도로 기능을 원활히 사용하는 것으로 나타났다. 특히 문자메시지(26.7%), 카메라(20.6%), 모닝콜·알람(18.1%) 등의 기능을 원활히 사용하였는데, 선행연구(박민희 외, 2007)에 의하면 50대는 모닝콜·알람, 문자메시지, 전화번호검색, 벨소리 설정 등의 기능을 많이 사용한다고 하여 본 연구결과와 일치하였고 본 연구에서는 카메라의 사용도 많은 것으로 나타났다. 휴대폰 통화 이외의 기능을 원활히 사용하는 비율은 연령, 학력 및 직업유무에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(표 5). 50대 여성들은 96.6%, 60대 여성들은 66.8%가, 대졸 이상의 여성들은 100%, 고졸 이상 90.3%, 중졸 이하에서는 52.1%에서 휴대폰의 다양한 기능을 활용하고 있었으며 직업이 있는 여성들은 96.4%, 직업이 없는 경우에는 73.2%에서 휴대폰을 다양하게 활용하고 있었다.

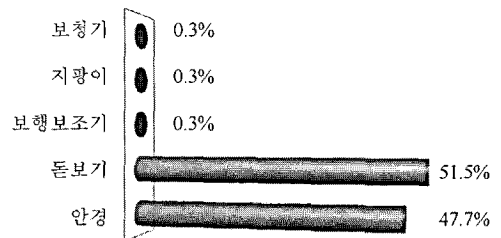
3) 50~60대 여성의 신체기능 및 체형변화

연령에 따른 신체기능의 변화를 조사한 결과 예전보다 어두운 곳에서 시력의 불편함을 느끼는 사람은 전체 응답자 중 70.5%였으며 책이나 신문 등을 볼 때 70.2%가 노안으로 불편하다고 하였다. 이에 따라 일상생활에서 안경(47.7%)과 돋보기(51.5%)를 주로 사용하는 것으로 나타났다(그림 1). 노안으로 인한 불편함은 연령이 증가함에 따라 시각의 정확도가 감소하여 20대에 비해 3배의 빛을 필요로 하며 어두움에 적

용하는 압조음 시간이 증가하고 가까운 물체에 초점을 맞추는 능력을 상실하기 때문으로(정광태 외, 2004), <표 6>에 의하면 50대와 60대 연령에 따른 시력 불편함의 유의차는 없었다.

응답자의 36.5%가 체온은 조절이 잘되지 않는다고 하였으며 특히 손, 발, 배 등이 차갑다고 하였다(22%). 체온조절 방법으로는 족욕이나 목욕(40.1%)을 주로 하며 내의(22.2%)를 입고 온열의료기(12.6%)나 쥘팩(9.9%)을 사용하는 것으로 나타났다. <표 7>에 따르면 연령에 따라 체온조절 방법이 유의하게 달랐는데 50대 여성들은 족욕이나 목욕이 가장 많았으며 60대 여성들은 내의를 입는다고 하였다.

50~60대 여성의 체형변화에 대한 인식을 조사한 결과는 <표 8>과 같다. 1점에 가까울수록 '변화가 없다', 5점에 가까울수록 '매우 변화하였다'를 의미하는데 연령 증가에 따라 배둘레 증가가 가장 뚜렷하였고 다음으로 몸무게 변화, 유방의 처짐, 엉덩이 처짐이 나타났다. 배둘레는 50대가 더 변화한 것으로 인지하였고 등의 굽음과 키의 항목에서는 60대가 더 많은



<그림 1> 사용하고 있는 보조도구

<표 6> 연령에 따른 노안 불편 현황

(단위: 명(%))

항 목	연령구분		전 체	χ^2	
	50대	60대			
노안으로 일상생활이 불편할 때	책, 신문을 볼 때	133(38.9)	107(31.3)	240(70.2)	7.357
	TV를 볼 때	6(1.8)	4(1.2)	10(2.9)	
	운전이나 차를 탈 때	8(2.3)	6(1.8)	14(4.1)	
	두 가지 이상	10(2.9)	22(6.4)	32(9.4)	
	기 타	22(6.4)	24(7.0)	46(13.5)	
어두운 곳에서 시력의 불편함	있 다	125(36.5)	116(33.9)	241(70.5)	0.073
	없 다	54(15.8)	47(13.7)	101(29.5)	

<표 7> 연령에 따른 체온조절 방법

(단위: 명(%))

항 목	연령구분	체온조절의 방법으로 주로 사용하는 것					χ^2
		내 의	점질팩	온열의료기	족욕, 목욕	기 타	
	50대	28(8.2)	14(4.1)	19(5.6)	96(28.1)	22(6.4)	29.53***
	60대	48(14.0)	20(5.8)	24(7.0)	41(12.0)	30(8.8)	
	전 체	76(22.2)	34(9.9)	43(12.6)	137(40.1)	52(15.2)	

*** $p \leq .001$

<표 8> 연령에 따른 체형변화

항 목	전 체		50대		t 값	60대	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차		평 균	표준편차
목의 굵기	2.75	.978	2.66	.931	-1.835	2.85	1.020
유방의 처짐	3.24	1.025	3.17	.980	-1.366	3.32	1.070
등의 굽음	2.61	.940	2.50	.926	-2.246*	2.73	.943
배둘레	3.71	1.070	3.73	1.079	.438	3.68	1.064
엉덩이의 처짐	3.14	1.007	3.08	.959	-1.140	3.21	1.057
키	2.84	.860	2.63	.779	-4.976***	3.07	.886
몸무게	3.35	1.058	3.31	1.076	-.745	3.39	1.039
자 세	2.92	.944	2.86	.982	-1.308	2.99	.899

* $p \leq .05$, *** $p \leq .001$

변화를 느꼈는데 특히 키에 있어서는 연령에 따른 변화를 가장 뚜렷이 인지하여 유의차가 컸다. 이러한 체형변화와 신체기능의 변화는 유니버설 디자인 측면에서 등의 굽음을 보완하며 입고 벗기 쉬운 의복형태 및 어두운 곳에서 작동 가능한 의복에 통합된 조명 장치 등을 고려하여 의복 설계 할 수 있을 것이다.

3. 고기능 의류의 인지도와 호감도

고기능 스마트 의류에 대한 50-60대 노년층의 인지도와 호감도를 조사한 결과, '스마트 의류'라는 용어

에 대하여 '전혀 들어본 적이 없다' 57.3%, '몇 번 들어본 적이 있다' 32.7%, '자주 들어보았다' 9.9%의 빈도로 나타났다. 연령에 따라 인지도에 차이는 없었으며 이는 최선윤, 이정란(2006)의 스마트 의류에 대한 20대 인지도와 비슷하여 아직까지 스마트 의류의 인지도가 모든 연령대에서 낮음을 알 수 있었다. 스마트 의류의 개념을 설명한 후 다양한 스마트 의류제품의 호감도를 알아보기 위해 현재 까지 국내의에서 개발된 여러 가지 의류제품 사진과 기능을 제시한 결과 건강정보베스트에 대한 호감이 가장 컸으며 다음으로 위치추적점퍼, 발열점퍼의 순이었다. 또한 기존에 개

발된 스마트 의류제품 이외에 개발되어진다면 유용하게 사용될 의류제품을 제시한 결과 열조절 의류, 안마장치 의류가 높이 평가되었다(표 9). 이는 50~60대 여성의 관심 분야가 건강에 집중된 것과 유사한 결과로 체온조절 등 건강증진을 위한 고기능 의의 개발의 필요성을 보여준 결과라 할 수 있다. 모든 항목에서 50대 여성의 스마트 의류에 대한 호감도가 다소 높았으며 특히 위치추적점퍼, 방노알람 속옷에 대해서 60대보다 유의하게 높은 호감을 나타내었다. 이처럼 50대가 스마트 의류에 대해 더 많은 관심을 가짐으로써 추후 노인을 위한 스마트 의류시장이 확장될 수 있는 가능성을

을 볼 수 있었다.

고기능 스마트 의류의 구입가격에 대해서는 20만원 미만이 55.6%로 가장 많았으며, 20~30만원 미만이 31%였다. 연령, 소득 및 직업유무에 따라서 희망하는 스마트 의류구입가격은 차이가 있었는데<표 10>, 소득이 200만원 이상인 경우와 직업이 있는 경우에 30만원 미만의 응답이 가장 많았다. 직업이 없는 경우에는 40.6%가 20만원의 가격을 선호하였다. 스마트 의류구매 시 문제점으로는 세탁의 불편함이 40.4%, 고가의 가격 28.4%, 기기의 열이나 무게감이 14.3% 순으로 나타나 가격이나 기계적 장치에 대한 거부감보다

<표 9> 50-60대 여성의 스마트 의류제품의 호감도

항 목	전 체		50대		t 값	60대		
	평 균	표준편차	평 균	표준편차		평 균	표준편차	
1	레인코트	3.80	0.934	3.86	0.904	1.350	3.72	0.964
	위치추적점퍼	4.09	0.820	4.21	0.732	2.841**	3.96	0.891
	발열점퍼	4.07	0.845	4.17	0.858	2.316	3.96	0.819
	구급용 재킷	3.96	0.826	3.97	0.827	.105	3.96	0.827
	건강정보베스트	4.18	0.836	4.20	0.824	.527	4.15	0.850
2	호신용 의류	3.99	0.787	4.03	0.807	1.042	3.94	0.764
	자동조명 의류	3.88	0.827	3.94	0.849	1.302	3.82	0.801
	안마장치 의류	4.12	0.846	4.15	0.888	.583	4.09	0.800
	열조절 의류	4.24	0.788	4.30	0.784	1.459	4.17	0.790
	방노알람 속옷	4.06	0.858	4.16	0.829	2.355*	3.94	0.877

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

1. 현재 개발된 스마트 의류, 2. 개발 가능한 스마트 의류

<표 10> 연령, 소득, 직업유무에 따른 스마트 의류구입 희망가격

(단위: 명(%))

항 목		스마트 의류제품가격					χ ²
		20만원 미만	30만원 미만	50만원 미만	50만원 이상	기 타	
연 령	50대	83(24.3)	68(19.9)	16(4.7)	5(1.5)	7(2.0)	13.02*
	60대	107(31.3)	38(11.1)	10(2.9)	3(0.9)	5(1.5)	
	전 체	190(55.6)	106(31.0)	26(7.6)	8(2.3)	12(3.5)	
소 득	100만원 미만	115(33.6)	32(9.4)	8(2.3)	1(0.3)	6(1.8)	50.27***
	150만원 미만	25(7.3)	12(3.5)	1(0.3)	2(0.6)	2(0.6)	
	200만원 미만	16(4.7)	14(4.1)	1(0.3)	1(0.3)	0(0.0)	
	200만원 이상	34(9.9)	48(14.0)	16(4.7)	4(1.2)	4(1.2)	
	전 체	190(55.6)	106(31.0)	26(7.6)	8(2.3)	12(3.5)	
직업유무	있 다	51(14.9)	60(17.5)	15(4.4)	4(1.2)	7(2.0)	31.27***
	없 다	139(40.6)	46(13.5)	11(3.2)	4(1.2)	5(1.5)	
	전 체	190(55.6)	106(31.0)	26(7.6)	8(2.3)	12(3.5)	

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

<표 11> 연령별 스마트 의류사용에 대한 문제점

(단위: 명(%))

항 목	전 체	연 령 구 분		χ^2
		50대	60대	
세탁의 불편함	138(40.4)	74(21.6)	64(18.7)	9.918
고가의 가격	97(28.4)	51(14.9)	46(13.5)	
기기의 열이나 무게감	49(14.3)	27(7.9)	22(6.4)	
활동의 불편함	31(9.1)	18(5.3)	13(3.8)	
사용하기 어려움	22(6.4)	5(1.5)	17(5.0)	
기 타	5(1.5)	4(1.2)	1(0.3)	

관리의 문제를 더 중요하게 인식하였다. 연령에 따른 유의차는 없었으며<표 11>, 60대는 50대에 비해 조작하거나 사용하기 어려울 것이라는 염려가 좀 더 높게 나타났다. 따라서 50~60대 여성들이 과거에 비해 기기를 다루는 일에 좀 더 익숙해져 있다 하더라도 고기능 스마트 의류의 기능을 단순화하고 의복 속으로 통합되어야 하는 디바이스의 작동이 용이하도록 설계하는 것이 필요하다.

V. 결 론

노인인구의 평균수명 및 기대수명이 길어지면서 노인을 대상으로 한 실버산업의 비중이 커질 것으로 기대되는 가운데 패션소비시장도 지금보다 활성화되리라 예상된다. 이에 본 연구에서는 노년층의 다양한 욕구를 반영한 고기능 스마트 의류 개발 연구를 위해 50~60대 여성 342명을 대상으로 그들의 라이프스타일, 신체기능과 체형변화, 고기능 의류에 대한 인지도 및 호감도를 조사하였다. 조사대상자는 50대가 179명으로 전체조사대상의 약 52%, 60대가 163명으로 약 48%였으며, 평균연령은 59.8세였다.

연구결과 조사대상자의 약 60%에 해당하는 여성들이 의복에 대한 관심이 높거나 매우 높았는데 이는 다른 연령대와 비교 시에도 높은 편으로 앞으로 실버패션시장 형성이 지금보다 활발하게 이루어질 것으로 기대된다. 라이프스타일 성향을 나타내는 여러 문항을 통해서는 50~60대 여성들이 새로운 일에 도전하고 사교 모임을 즐기며 새로운 유행 스타일에 관심을 갖는 경향으로 나타났다. 50대와 60대 연령에 따른 차이는 없었으며 대체로 활발하고 적극적인 성향임을 알 수 있었다. 이는 과거에 비해 고학력 여성이 많아지면서 새로운 것을 즐기고 혁신성을 갖는 여성들이 늘어난 것을 반영하는 것으로 이들을 대상으로 한 새로운 상

품이나 다양한 사회참여의 기회를 제공하는 것이 필요하다.

50~60대 여성들의 관심 분야를 살펴본 결과 건강과 다이어트에 가장 관심이 높았고, 여가 활동도 운동이 가장 많아 전반적으로 건강과 운동이 이들의 생활에 주요 관심사였다. 웰빙을 추구하는 사회적 배경과 함께 건강과 관련한 생활용품들이 많이 출시되고 있으나 의복에 있어서는 주로 소재 개발에 치우쳐 있어 캐주얼 웨어나 기능성 의복을 중심으로 한 다양한 아이템과 디자인 개발에 대한 관심이 요구된다. 한편 이 연령대의 여성들은 체형의 변화뿐 아니라 신체기능 저하에 따른 불편함을 나타내었는데 시력의 변화에 따른 불편함 많았고, 체온조절이 잘 되지 않는 등의 문제가 있어 이러한 점들을 개선하는데 도움을 줄 수 있는 고기능 스마트 의류의 개발의 필요성이 제기되었다.

50~60대 여성들은 다른 연령대와 마찬가지로 아직까지 스마트 의류에 대해 잘 알지 못하였지만 이에 대한 설명 후 다양한 스마트 의류에 대한 호감도를 평가한 결과 체온조절 등 건강 증진을 위한 고기능 의류에 대해 높은 호감을 나타내었다. 50대 여성의 스마트 의류에 대한 호감도가 60대보다 다소 높은 것으로 나타나 가까운 미래에는 현재보다 노인을 위한 스마트 의류시장이 확장될 것으로 생각된다. 50~60대 여성들의 생활 속에서 이미 IT 기기가 친근하게 사용되고 있는 현실도 스마트 의류에 대한 거부감을 많이 감소시킬 것이다. 실제로 50~60대 여성들은 스마트 의류에 대한 문제점으로 가격이나 기계적 장치에 대한 거부감보다 세탁 등 관리의 문제를 더 중요하게 인식하였다. 이러한 결과는 50~60대 여성들을 위해 건강을 보조할 수 있고 관리가 용이한 고감성, 고기능 실버의류 개발을 필요성을 나타내는 것으로 후속연구에서는 50~60대 여성들이 선호하는 의복아이템과 디자인을 조사하고

고기능 스마트 의류를 설계하고자 한다.

참고문헌

- 김수경. (2006). *신 노년층 여성의 자아지각과 여가행동에 따른 의복구매행동연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김정실. (2009). 뉴실버여성 소비자의 실제연령과 라이프스타일유형에 따른 의복행동연구. *한국디자인포럼*, 22, 321-334.
- 김연희. (2007). 고객과 함께 만드는 유니버설 패션. *한국의류산업학회지*, 9(1), 1-5.
- 나현신. (2007). 유니버설 패션디자인 연구. *복식*, 57(9), 124-135.
- 박민희, 김윤정, 이성태, 최민영. (2007). 휴대폰의 연령별 사용자 요구에 관한 연구(20대와 50대 사용자의 휴대폰 기능별 사용빈도와 필요성 인식의 차이점을 중심으로). *디지털디자인학연구*, 7(4), 269-276.
- 박은주, 강은미. (2006). 노년기 여성들의 의복구매동기에 따른 의복구매행동. *대한가정학회지*, 44(2), 61-69.
- 백경자. 수잔 애쉬다운. (2009). 노년층을 위한 스마트 재킷의 개발 및 평가-미국 여성을 대상으로-. *한국의류산업학회지*, 11(2), 315-325.
- 백재은. (2005). 노년여성의 패션에 관한 태도와 기성복 재킷의 선호디자인에 관한 연구. *복식문화연구*, 13(6), 990-998.
- 신혜봉, 이금룡, 임숙자. (2003). 중상층 노년여성 소비자의 라이프스타일 특성과 의복구매행동에 관한 연구. *한국노년학회지*, 23(4), 1-16.
- 여혜린, 권영숙. (2005). 노년기 의생활 실태조사. *한국의류학회지*, 29(1), 177-188.
- 이윤미, 박재욱. (2010). 고객요구숙성을 반영한 중·노년층 니트정장 품질특성. *한국의류학회지*, 34(5), 844-855.
- 이은실, 이명희. (1995). 노년기 여성의 라이프스타일과 의복관여에 관한 연구. *복식*, 25(2), 233-247.
- 이인수. (2004). *21세기 국내의 노인복지와 실버산업*. 서울: 대왕사.
- 임재린. (2005). *노년여성을 위한 기능성 의복디자인 개발에 관한 연구*. 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 장안화. (2006). 실버세대 여성의 의복디자인 선호도-60대 이상을 중심으로-. *한국의류산업학회지*, 8(5), 496-504.
- 전재근. (2003). 우리나라 실버산업의 활성화 방안. *노인복지연구*, 27, 157-178.
- 정광태, 송복희, 신현봉, 윤한경. (2004). 유니버설 디자인을 위한 청년층과 노인층의 깊이인식에 대한 비교연구. *대한인간공학학회지*, 23(2), 111-119.
- 정삼호. (2005). 국내·외 실버브랜드에서의 패션트렌드 반영에 관한 연구. *복식*, 55(2), 1-17.
- 정삼호. (2009). 시니어세대의 연령에 따른 실내복 디자인 선호도 및 구매행동 연구. *복식*, 59(4), 143-154.
- 정삼호, 김수아. (2006). 실버의류 기성복 업체의 실태조사 연구. *복식*, 56(4), 15-32.
- 정삼호, 홍병숙, 문선정. (2004). 국내 마담 실버브랜드의 사이즈 체계조사. *생활과학연구*, 20, 195-206.
- 조하경. (2007). *실버세대를 위한 센서 기반 웰스케어 스마트 의류의 디자인 모형*. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최선윤, 이정란. (2006). 스마트 의류 개발과 활용을 위한 소비자 인식조사. *한국의류산업학회지*, 8(4), 420-426.
- 최현진, 이혜선. (2005). 실버디자인을 위한 50대의 가치관과 라이프스타일. *디자인여성학연구*, 1(1), 50-64.
- 통계청. (2006). 장래인구추계. *KOSIS 국가통계포털*. 자료검색일 2010, 6. 4, 자료출처 <http://kosis.kr>
- 한국인 기대수명 80세...세계 17위. (2010, 5. 11). *부산일보*. 자료검색일 2010, 6. 4, 자료출처 <http://news20.busan.com>
- 황영미, 이정란. (2006). 스마트 의류 개발을 위한 소비자 선호도 조사. *패션비즈니스*, 10(4), 130-139.
- Peter, F. D. (2003). *Managing in the next society*. New York: St.Martin's Press.
- Peter, L. (1991). *A fresh map of life: The emergence of the third age*. Cambridge: Harvard University Press.