

기능성 의류 설계를 위한 50~60대 여성의 캐주얼 재킷 선호도

백경자 · 이정란*[†]

부산대학교 노인생활환경연구소, *부산대학교 생활환경대학 의류학과

Casual Jacket Design Preference of Women Aged 50s-60s for Functional Clothing

Kyung Ja Paek · Jeong Ran Lee*[†]

Research Institute of Ecology for the Elderly, Pusan National University,

*Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University

접수일(2010년 8월 11일), 수정일(2010년 11월 29일), 게재확정일(2010년 12월 23일)

Abstract

This study investigated the casual jacket design preferences of women aged 50s and 60s and suggested a prototype design for functional clothing. All age groups liked the casual jacket with a length between the waist and hip, a convertible collar, and a single-breasted design. Those in their 50s preferred fitted or semi-fitted casual jackets while those in their 60s preferred semi-fitted casual jackets. Although, there were significant differences between the preferred jacket designs and ready-made brand jacket designs, most brand jacket designs were casual, semi-fitted, middle-hip length, single-breasted, and with stand-rolled or convertible collars. The analysis of the sleeve styles in brand jackets showed that consumers needed designs that are more decorative. Fashion designers for senior citizens need to design elderly clothing that is comfortable, fashionable, functional, and considers a universal design for ease of clothing function. It will also make the senior citizen fashion market more appealing to consumers. To provide jacket designs for senior citizens, we suggested casual jacket designs for embedding a functional device as well as a new jacket design library for women in their 50s and 60s.

Key words: Casual jacket design, Preference, Women aged 50s-60s, Silver fashion; 캐주얼 재킷 디자인, 선호도, 50~60대 여성, 실버패션

I. 서 론

베이비부머(baby boomer)의 등장은 선진국 실버산업의 급성장을 가지고 왔으며, 미국의 경우 2015년부터, 일본의 경우 2016년부터 베이비붐 세대를 겨냥한 실버산업이 더욱 크게 성장할 것으로 예상하고 있다. 우리나라도 베이비붐 세대가 70세에 접어드는 2025년

경이면 실버산업이 절정기를 맞게 되며(임춘식, 2010), 이에 따라 중년 이후의 여성들이 강력한 영향력을 지닌 구매 집단으로 부상하고 있다. 과거 베이비붐 세대인 현재의 중년층이 노인이 되는 시점, 즉 현재의 50대들이 실버세대에 진입하는 2020년경에는, 실제 연령보다 훨씬 적게 인지하려는 지각연령과 라이프스타일의 변화로 인한 소비지출의 증가, 경제력 향상 등으로 전통적 노인이미지와는 전혀 다른 실버세대의 문화가 형성될 것이다(김정실, 이선재, 2008b).

최근 조사결과(“영실버와 실버들의 의식주와 가치관”, 2007)에 따르면, 72%의 60세에서 64세 여성들이 다른 사람에게 자신을 보여주는 방법으로 패션을 중

[†]Corresponding author

E-mail: ljrij@pusan.ac.kr

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

요하게 여기며, 47%가 넘는 65세 이상의 실버들이 자신을 꾸미는데 쓰이는 돈을 아끼지 않는다고 응답하여 적극적인 실버들의 생각이 소비영역 중의 하나인 의생활에서 드러났다. 또한 54%의 55세에서 59세 영 실버들은 ‘자신의 패션 감각’에 높은 자신감을 보여 앞으로 실버시장은 더욱 성장할 것으로 전망된다. 따라서 현재 50세 이상 여성 소비자들은 안정된 경제력과 패션에 관한 높은 관심으로 향후 실버패션 시장을 이끌어 나갈(강은미, 박은주, 2009) 중요한 대상이 된다. 그러나 아직까지 젊은 연령층과 차별화되면서 뉴 실버들의 다양한 요구를 만족시켜 줄 수 있는 실버패션 마켓이 제대로 형성되지 않고, 관련된 연구도 초기 단계에 머무르고 있어 이에 대한 지속적인 관심과 노력이 필요하다.

국내의 경우, 의생활 실태에 관한 연구(조필교 외, 1993)를 시작으로 의복 디자인 선호도(서미아, 이선희, 1995), 기성복 재킷 디자인 선호도(백재은, 2005), 실내복 디자인 선호도(정삼호, 2009) 등 실버세대 여성을 위한 의복 디자인 연구가 이루어져 오고 있으며, 50대 이상의 여성을 노년층 연구대상에 포함시켜 실버세대 여성을 위한 의복 디자인 기초 자료로 제시되고 있다. 또, 노년을 대상으로 한 기능성 의복 연구(백경자, 수잔 애쉬다운, 2009; 임재린, 2005; 조하정, 2007)가 진행되면서 기능성 실버의류 개발의 필요성이 부각되고 있다. 즉, 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 필요한 실정이다.

이에 본 연구에서는 실버세대의 다양한 의복 요구를 파악하고 이를 바탕으로 기능성 의류의 설계를 탐색하고자 하였다. 이를 위해 50~60대 여성을 대상으로 그들의 개성과 기호에 부합하는 캐주얼 재킷 디자인 선호도를 알아보고 현재 실버세대를 대상으로 하는 브랜드의 시판 재킷 디자인 조사를 통하여 기능성 재킷의 프로토타입(Prototype)을 제시하고자 하였다. 즉 50~60대 여성에게 필요한 기능의 웨어러블 디바이스(Wearable device)를 통합하기 위한 재킷을 설계하되 그들의 감성에 적합한 캐주얼 재킷 디자인을 제시하는 것이 본 연구의 목적이며 더불어 다양한 재킷 디자인 라이브러리를 제시함으로써 실버의복 디자인 개발을 위한 기초 자료로 활용하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 뉴실버와 실버패션

노인세대를 지칭하는 ‘실버’라는 용어는 우리나라뿐만 아니라 전 세계적으로 고령화 사회에 접어들면서 ‘실버패션’, ‘실버마케팅’에서처럼 노년층이 중요한 소비집단으로 부각되면서 기존의 노년층과는 구별되는 사회, 문화적인 의미를 지닌다. 어느 연령대부터를 ‘실버’라고 지칭해야 하는가에 대해 뚜렷하게 정해진 기준은 없지만, 중년세대의 활동증가에 따른 시기 연장, 실제 나이보다 젊게 인지하고 강력한 구매력을 지니고 있는 지금의 ‘실버소비자’를 나이만으로 구분하는 것은 무의미하게 되었다(강은미, 박은주, 2009; 김수경, 2006; 김정실, 이선재, 2008a). 일반적으로 60세 혹은 65세를 기준으로 정의하던 노년기에 관련된 연구는 최근 50대를 노년전기, 60대를 노년기로 구분하거나(조필교 외, 1993), 소비자로서의 노년층을 60대 노년층과 50대 예비노년층으로 함께 포함시키고 있는 추세이다(백재은, 2005).

막 50대에 접어든 우리나라 베이비부머들은 인구의 약 38%를 차지하고 있으며 합리적, 미래지향적 성향이 강하고 남은 인생을 여유롭게 즐기고자 하는 욕구로 가득 차 있을 뿐만 아니라, 이를 실현할 재정능력까지 갖추고 있다(임춘식, 2010). 이들과 같이 높아진 생활수준 및 건강을 배경으로 새로운 소비계층으로 떠오른 실버 소비자들은 ‘뉴실버’라 불리며 독립적, 능동적인 역할을 하는 세대라고 정의하고 있다(김정실, 이선재, 2008b).

일본의 한 설문조사결과 ‘노티 나는 차림은 하기 싫다’라고 답한 사람이 전체 60세 이상 응답자 중 93%를 차지할 정도로 자신을 가꾸는 것에 관심이 많아지고 다채로운 색상과 젊은 디자인을 선호하는 것으로 나타났으며(일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회, 2010) 우리나라의 실버들도 남녀 할 것 없이 외모에 더욱 신경을 쓰는 것으로 나타났다. ‘다른 사람에게 자신을 보여주는 방법으로 패션이 중요하다’는 문항에서 55세에서 59세 여성 63%, 60세에서 64세 여성 72%가 동의율을 나타내었으며 ‘주위사람이 무슨 옷을 입었는지 눈여겨본다’는 문항에 55세에서 59세 여성 54%, 60세에서 64세 여성 47%가 긍정적으로 응답하여 자신을 끊임없이 다른 사람과 비교하고 외모를 가꾸고 싶어 하는 모습을 확인할 수 있었다(“영실버와 실버들의 의식주와 가치관”, 2007).

백재은(2005)은 예비노년층인 50대 여성이 패션에

대해 다양한 요인을 고려한 신중한 태도를 보이며 이에 색상, 소재, 디자인, 가격, 때와 장소에 맞는 의생활 태도를 고려해야 하며, 과시적 태도를 보이는 집단을 위해서는 스타일과 가격 차별화 등 다양한 실버 의류의 개발이 필요하다고 하였다. 이러한 실버 소비자들의 다양한 가치관과 함께 실질적인 실버패션 디자인을 도출하기 위해서 실버패션의 세분화가 전제되어야 한다는 필요성이 대두되고 있으나(남윤자, 유희숙, 1996; 장안화, 2005; 정삼호, 김수아, 2006), 아직까지 중년으로 분류된 50대가 아닌 예비노년층인 영실버로서의 50대와 실버 60대를 포함하는 실버패션 연구가 그 필요성에 비해 부족하며, 실버를 위한 전문 브랜드 및 전문 매장도 거의 없는 실정이다(정삼호, 2009).

이에 본 연구에서는 21세기를 맞아 과거와 다른 패션 감성을 가지고 영향력 있는 뉴실버층 소비자 집단으로 부상되고 있는 지금의 50대를 영실버, 60대를 실버로 명명하고 그들의 개성과 기호에 부합하는 디자인 선호도를 알아봄으로써 실버패션 시장 형성을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다. 더불어 실버패션에서 디자인뿐만 아니라 신체적 변화와 저하된 기능을 보완할 수 있는 기능성에 관련된 고려도 함께 이루어져야 할 것이다.

2. 의복 디자인 선호도

의복 디자인은 의복 구매에 있어서 가장 우선적으로 고려하는 요소 중 하나로 노년층 소비자도 예외는 아니다. 실제 연구결과에서 60세 이상 여성의 의복 구매에 있어서 디자인이 가장 우선시 되었으며(여혜린, 권영숙, 2005), 그 디자인 선택기준은 체형커버가 압도적으로 높았다(김유덕, 김미영, 2004; 여혜린, 권영숙, 2005; 장안화, 2005). 이는 노화에 따른 체형의 변화를 충분히 커버할 수 있도록 디자인적인 측면뿐 아니라 기능성 측면에서도 이들의 의복이 고려되어야 함을 의미한다. 스타일로는 재킷과 팬츠를 가장 즐겨 입으며(김유덕, 김미영, 2004; 여혜린, 권영숙, 2005; 장안화, 2005), 상의 실루엣은 세미피티드(장안화, 2005), 재킷의 경우는 프린세스 라인을 가장 선호하였고(김인화, 권수애, 2007) 외출 시 즐겨 입는 디자인은 테일러드 재킷(43.6%)의 비율이 높았다(임재린, 2007).

재킷은 노년층이 좋아하고 즐겨 입는 아이템 중의 하나로 전반적으로 검정과 회색의 재킷을 선호한다고 조사되었으나 계절에 따른 유의한 차이를 보였다(김

인화, 권수애, 2007). 선호색과 실제 구매 선택하는 색상에 있어서도 차이가 있어 봄에는 분홍색, 노랑색을 좋아하나 실제 착용 시에는 차분하고 어두운 계열 색상인 회색을 가장 많이 선택하는 것으로 나타났다. 가을에 즐겨 입는 슈트 색상과 구매 선택 색상은 일치하여 베이지 계열이나 밤색 계열의 색상, 회색을 가장 많이 선택하였다(임재린, 2007). 또 여름용은 흰색, 겨울용은 적색, 자색을 선호하였다(김유덕, 김미영, 2004; 여혜린, 권영숙, 2005). 소재의 경우 모호방 소재를 가장 높은 비율을 나타내었으나 계절에 따른 차이를 보였다(김인화, 권수애, 2007). 여름용 상의는 흡수성이 좋은 소재(김유덕, 김미영, 2004; 여혜린, 권영숙, 2005), 무늬는 무지, 물방울, 꽃무늬 순이고 세탁안정성과 다림질이 필요 없는 소재를 중요시했다(김유덕, 김미영, 2004). 겨울용 상의는 보온성이 좋은 소재, 무지를 가장 선호하였다(여혜린, 권영숙, 2005).

의복 선호도 외 그간 우리나라 의류학에 있어서 중, 노년층 연구는 체형변화와 이에 따른 의복 원형 연구(김경화, 최혜선, 1996; 문명옥, 임희경, 2000; 심정희, 함옥상, 2001; 정혜락, 함옥상, 2000), 의생활 실태(조필교 외, 1993), 의복 태도(심정희, 박수진, 2007), 신체만족도(박재경 외, 2002), 재킷 구입 실태 및 만족도(김인화, 권수애, 2007), 의복 추구이미지(김유덕, 김미영, 2004; 심정희, 연명흠, 2007) 등 다양한 측면에서의 연구가 이루어지고 있다.

그러나 대부분의 연구들이 35세에서 59세를 중년 여성의 범주로 하거나 60세 이상 노년을 연구대상으로 하여 뉴실버세대의 주류가 될 영실버 및 실버여성들에 대한 새로운 연구와 지속적인 관심이 필요한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 50~60대 여성을 대상으로 캐주얼 재킷 선호도를 조사하고 실제 시판되는 재킷과의 비교를 통하여 실제 그들의 감성에 부합하는 재킷 디자인을 도출하고자 하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 설문조사

2009년 7~8월 동안 부산, 경남에 거주하는 50대 여성 179명, 60대 여성 163명의 총 342명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문내용은 일반적 사항 5문항, 의생활에 관한 7문항, 의복 여밈 및 실버의복에 관련된 10문항, 재킷 선호도에 대한 6문항으로 구성하였다. 재

킷 선호도에 관련된 문항에 있어서는 재킷의 스타일, 실루엣, 길이, 칼라, 소매부리, 여밈의 형태를 그림으로 제시하였으며, 시력저하나 이해력의 도움이 필요한 조사대상자는 전문 조사원이 읽고 답하는 개별면접법으로 실시하였다.

2. 시판 재킷 스타일 조사

피험자들의 재킷 선호 디자인과 현재 시판되고 있는 재킷 디자인과의 비교를 위하여 50~60대 여성 소비자층을 포함하고 있는 마담브랜드 및 실버브랜드의 총 180개 재킷 스타일을 조사하였다. 이는 아직까지 세분화된 실버패션 전문 브랜드가 부족하고 실제로 대부분의 마담브랜드에서 중장년을 포함한 실버여성을 소비자로 포함하고 있는 실정(장안화, 2006)이기 때문이다. 조사방법은 롯데닷컴, 신세계몰, CJ오쇼핑, H몰, LG패션샵 등의 온라인 인터넷 사이트를 통하여 ‘실버패션’, ‘실버의류’, ‘50~60대 여성의류’로 사이트 내에 분류되어 있거나 검색어로 사용하여 해당되는 25개 브랜드의 재킷 제품을 조사하였다. 조사된 브랜드는 가피, 닥스, 데시데, 라젤로, 로잔, 리본, 마담4060, 맘기프트, 모드아이, 모라도, 몽스틸, 쉐르치, 아고라, 아즈망, 임아웃닷컴, 우바, 이현영패션, 에스솔레지아, 전상진, 조순희, 최복호, 캐리스노트, 타운젠트 레이디, 프리벨런스, 화이트호스(가나디순)이다. 분석에 사용된 재킷은 F/W 시즌 제품으로 클래식한 스타일의 포멀 재킷은 제외하였다. 각 재킷은 스타일, 실루엣, 길이, 칼라, 소매부리, 여밈의 6개 항목으로 구분하여 비교를 실시하였다.

3. 자료분석 및 재킷 디자인 도출

수집된 자료는 SPSS 14.0을 사용하여 각 문항에 대한 기술 통계치 및 빈도분석, 교차분석을 실시하였으며, 재킷 디자인 선호도 결과와 시판되고 있는 재킷 디자인 조사결과를 참고하여 50~60대 여성들을 위한 캐주얼 재킷 디자인을 도출하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 설문 조사대상자의 일반적인 사항

조사응답자의 평균연령은 영실버 55.2세, 실버 65.7세로 비교적 고른 분포를 보였다. 직업에 있어서는 전업주부(59.9%)가 가장 높은 비율을 나타내었으며, 그 외 전문직(19.6%), 자영업(12%), 기타(8.5%)로 직업의 유무에 따라 월수입의 차이가 나타났다. 학력수준은 고졸 45%, 중졸 이하 및 대졸 이상이 각각 27.5%로 전체 조사대상자의 72.5% 이상이 고등학교 이상의 교육수준이었다.

이들의 94%의 응답자가 일상생활 속에서 옷차림에 관심을 가지고 신경을 쓰는 편이라고 응답하여 높은 의복 관심도를 표현하였으며, 한 달 의복에 지출하는 비용은 5만 원 이상~10만 원 미만(33.3%), 5만 원 미만(27.2%), 10만 원 이상~15만 원 미만(20.8%)로 나타났다.

2. 영실버 및 실버의 의생활 태도

의복 구매 시 가장 중요하게 생각하는 요소로 50대는 디자인(49.2%), 기능성(26.3%), 가격(10.6%), 소재(10.0%)의 순으로, 60대는 기능성(42.9%), 디자인(27.0%), 소재(14.1%), 가격(11.7%)의 순으로 응답하였다. 이는 50대는 영실버로 자신이 좀 더 젊게 보이는 디자인에 높은 관심을 갖는 것으로 생각되며 60대는 보다 기능이 좋고 편리한 의복을 선호하는 것으로 여겨진다. 이처럼 우선순위에 있어서 연령 간 차이를 보이기는 하지만($p \leq .001$), 결과적으로 자신의 의모를 돋보이게 할 수 있는 디자인적인 요소와 노화로 인한 체형변화를 충분히 커버할 수 있는 기능성 있는 옷을 구매하려는 경향을 알 수 있었다(표 1).

전경란, 이미숙(2008)의 연구결과에서 중년층이 가장 중요하게 고려하는 의복 선택 요인(5점 척도)은 사이즈(4.29), 실용성(4.12), 가격(4.08), 노년층은 사이즈(4.23)와 가격(4.05)으로 나타났으며 디자인에 있어서도 중년층 4.03, 노년층 3.93으로 높은 비중을 차지

<표 1> 의복 구매 시 우선순위

(단위: 명(%))

구분 \ 항목	디자인	소재	기능성	가격	기타	합계	χ^2
50대	88(49.2)	18(10.0)	47(26.3)	19(10.6)	7(3.9)	179(100)	
60대	44(27.0)	23(14.1)	70(42.9)	19(11.7)	7(4.3)	163(100)	
합계	132(38.6)	41(12.0)	117(34.2)	38(11.1)	14(4.1)	342(100)	22.33***

*** $p \leq .001$

하였다. 여혜린, 권영숙(2005)은 60세 이상 여성이 의복 구매에 있어서 디자인(47.5%)을 가장 우선적으로 고려하며 다음으로 사이즈, 착용감 및 맞음새, 가격의 순이라 하였다. 이러한 결과들의 사이즈나 착용감 요인도 기능적인 측면에서의 의복 구입 동기로 여겨지므로 의복 디자인뿐 만 아니라 체형변화에 대응하는 기능성이 지속적으로 요구되어짐을 알 수 있다.

외출 시 선호하는 스타일은 50대는 세미정장(38.0%)과 캐주얼(38.0%)이 같은 비율로 나타났고 60대는 캐주얼(52.1%)이 뚜렷이 높게 나타났다. 이는 연령대에 따라 일상생활에서 자주 입는 의복의 스타일에 차이가 있음을 뜻하며 특히 60대는 사회활동이 줄어들면서 외출 시 편안한 의복 스타일이 필요한 것으로 보인다(표 2). 선행연구(김유덕, 김미영, 2004; 여혜린, 권영숙, 2005; 장안화, 2005) 결과에서도 중, 노년기 여성들이 가장 선호하는 외출용 아이템은 재킷과 바지의 조합으로 어느 정도 품위를 유지하면서도 활동성과 편안함을 고려하려는 것으로 나타났다.

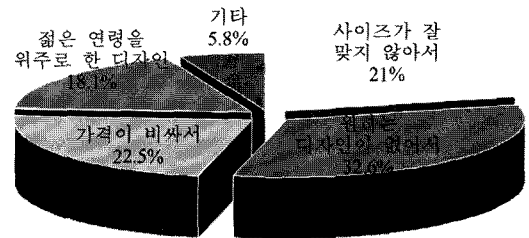
이러한 스타일의 선호 이유는 50대는 내 이미지와 맞아서(46.4%), 편해서(36.3%), 60대는 편해서(57.7%), 내 이미지와 맞아서(30.0%)로 밝혀져 노년 여성들이 의복을 자신들의 이미지를 나타내는 중요한 수단인 하나로 여기고 있는 것으로 나타났다(표 3).

반면, 50대와 60대 모두 <그림 1>에서와 같이 구입시 원하는 디자인이 없거나(32.6%), 가격(22.5%), 사이즈(21%)에서 만족스럽지 못하여 자신이 원하는 스타일의 의복을 쉽게 구입하지 못한다고 밝혀 실버세대들을 위한 감성적이며 다양한 가격대의 의복 디자

인 개발과 더불어 세분화된 전문 매장이 필요한 것으로 조사되었다.

심정희(2003)는 중년 여성들을 위한 시중 브랜드의 옷은 대체로 몸에 잘 맞지 않는 경향이 있는데, 그 이유로 중년 여성에 맞는 디자인을 찾기가 어렵고 특히 배 부위나 등, 어깨 등에 피하지방이 두꺼워져 다트의 위치, 허리둘레 등 신체의 변화에 따라 실루엣이 많이 달라지므로 의복 선택에 어려움이 있다고 하였다. 유경숙(2000)도 60세 이상 노년을 대상으로 의복 구매 시 불만스러운 점으로 '가격이 비싸다', '노인들이 입을 옷을 살만한 곳이 없다', '몸에 맞지 않는다' 등으로 특히 여자 노인들의 높은 불만과 옷에 대한 욕구가 강해 그들의 체형의 특성과 미적 감각을 고려한 전문 의상점의 필요성에 대해 강조하였다.

현재 주로 착용하는 상의의 여밈 방법은 단추 여밈(67.9%)과 지퍼 여밈(26.2%)으로 나타났는데, 50대에 비해 60대 실버여성들의 지퍼 여밈 비율이 높아지는 경향을 보였다. 또한 상의를 입고 벗을 때 지퍼 손잡이



<그림 1> 여성복 구매 시 어려움

<표 2> 외출 시 의복 스타일 선호도

(단위: 명(%))

구분 \ 항목	정장	세미정장	캐주얼	스포츠룩	기타	합계	χ^2
50대	28(15.6)	68(38.0)	68(38.0)	12(6.7)	3(1.7)	179(100)	
60대	25(15.3)	26(16.0)	85(52.1)	19(11.7)	8(4.9)	163(100)	
합계	53(15.5)	94(27.5)	153(44.7)	31(9.1)	11(3.2)	342(100)	

*** $p \leq .001$

<표 3> 외출 시 의복 스타일 선호 이유

(단위: 명(%))

구분 \ 항목	편해서	내 이미지와 맞아서	체형을 커버할 수 있어서	가격이 적당해서	기타	합계	χ^2
50대	65(36.3)	83(46.4)	24(13.4)	3(1.7)	4(2.2)	179(100)	
60대	94(57.7)	49(30.0)	13(8.0)	5(3.1)	2(1.2)	163(100)	
합계	159(46.5)	132(38.6)	37(10.8)	8(2.3)	6(1.8)	342(100)	

** $p \leq .01$

<표 4> 주로 입는 상의 여밈

(단위: 명(%))

구분	항목	단추	지퍼	기타	합계	χ^2
50대		136(76.0)	35(19.6)	8(4.4)	179(100)	12.99*
60대		95(59.0)	54(33.5)	14(7.5)	163(100)	
합계		231(67.9)	89(26.2)	22(5.9)	342(100)	

* $p \leq .05$

<표 5> 지퍼 여밈

(단위: 명(%))

구분	항목	지퍼 손잡이가 작거나 처음에 끼우기 힘들다		합계	χ^2
		예	아니오		
50대		49(27.4)	130(72.6)	179(100)	5.45*
60대		64(39.2)	99(60.7)	163(100)	
합계		113(33.0)	229(67.0)	342(100)	

* $p \leq .05$

<표 6> 실버용 의복 제작 시 고려되어야 할 점

(단위: 명(%))

구분	항목	젊어 보이는 디자인	편안하고 쾌적한 소재	활동하기 편한 여유량	적절한 가격대	입고 벗기 쉬운 옷	기타	합계	χ^2
50대		67(37.4)	76(42.5)	11(6.1)	14(7.8)	6(3.4)	5(2.8)	179(100)	18.60**
60대		40(24.5)	75(46.0)	27(16.6)	12(7.4)	9(5.5)	0(0.0)	163(100)	
합계		107(31.3)	151(44.2)	38(11.1)	26(7.6)	15(4.4)	5(1.4)	342(100)	

** $p \leq .01$

가 작거나 처음에 끼우기가 힘들다는 60대 실버여성들의 응답 비율이 높아져 60대 이후 여성들의 의복 설계 시 고려되어야 할 점으로 여겨졌다(표 4)-(표 5).

<표 6>은 향후 50-60대를 위한 의복 제작 시 가장 고려되어야 할 사항으로 50대 여성들은 편안하고 쾌적한 소재(42.5%), 젊어 보이는 디자인(37.4%)을, 60대는 편안하고 쾌적한 소재(46.0%), 젊어 보이는 디자인(24.5%), 활동하기 편한 넉넉한 여유량(16.6%)으로 밝혀 좋은 소재를 바탕으로 50대들은 더욱 젊어 보이는 디자인에 중점을 두고, 60대는 젊어 보이는 디자인과 더불어 활동하기 편한 충분한 여유량(16.6%), 기능성에 보다 초점이 맞추어져 의복이 개발되어진다면 다른 세대와는 차별된 실버패션 마켓 형성에 도움이 되어 질 것으로 사료된다.

3. 재킷 선호도

선호하는 재킷 스타일은 50대의 경우 정장 재킷(50.8%), 60대는 캐주얼 재킷(57.1%)으로 나타났다(표 7). 이는 본 연구의 대상자 중 50대에 직장 여성들의 비율이 다소 높았던 것에 기인한 것으로 생각된다. 재

킷 실루엣은 세미피티드가 가장 높은 선호도를 보여 실버여성들도 어느 정도 바디라인을 나타낼 수 있는 재킷을 원하며, 50대는 요즘 유행 트렌드인 피티드한 실루엣의 선호 비율도 높아서 60대보다 유행에 더 민감한 경향임을 알 수 있었다(표 8).

재킷 길이와 칼라, 소매부리, 여밈 형태에 있어서의 선호도 결과에서는 연령 간 통계적인 유의차 없이 유사하게 나타났다.

<표 9>는 50-60대 여성들을 위한 외출용 캐주얼 재킷 디자인을 위해 디테일 선호도 조사결과 및 현재 시판되고 있는 재킷 디자인의 디테일과 비교한 결과이다.

먼저, 선호하는 재킷의 디자인 조사결과를 살펴보면 <표 7>-<표 8>에서 그룹 간 재킷의 스타일과 실루엣에서 선호하는 분포도의 차이는 있었으나, 전반적으로 캐주얼 스타일의 세미피티드 실루엣을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 재킷 길이, 칼라, 여밈에 있어서는 연령 간 유의차 없이 허리에서 엉덩이 사이 길이(60.2%), 컨버터블 칼라(41.2%), 싱글 단추 여밈(66.8%)의 디자인을 가장 선호하였다. 백재은(2005)은 50대 이상 노년 여성들이 허리 길이의 재킷보다는 허리와 복부의 체형커버를 위한 엉덩이 길이의 재킷을 선호한다고 하였

<표 7> 선호 재킷 스타일

(단위: 명(%))

구 분	항 목	정장 재킷	캐주얼 재킷	캐릭터 재킷	기 타	합 계	χ^2
50대		91(50.8)	53(29.6)	34(19.0)	1(0.6)	179(100)	24.97***
60대		52(31.9)	93(57.1)	18(11.0)	0(0.0)	163(100)	
합 계		143(41.8)	146(42.7)	52(15.2)	1(0.3)	342(100)	

*** $p \leq .001$

<표 8> 선호 재킷 실루엣

(단위: 명(%))

구 분	항 목	피티드	세미피티드	루 즈	무응답	합 계	χ^2
50대		80(44.7)	87(48.6)	11(6.1)	1(0.6)	179(100)	16.74***
60대		42(25.8)	94(57.7)	25(15.3)	2(1.2)	163(100)	
합 계		122(35.7)	181(52.9)	36(10.5)	3(0.9)	342(100)	

*** $p \leq .001$

<표 9> 재킷 선호 디자인 및 판매 디자인과의 비교

(단위: N(%))

항 목	구 분	선호하는 재킷의 디자인 (N=342명)		시판되는 재킷의 디자인 (N=180개)		χ^2
		정 장	캐주얼	캐릭터	피티드	
스타일	정 장	143 (41.8)	62 (34.4)			2.92
	캐주얼	146 (42.7)	90 (50.0)			
	캐릭터	52 (15.2)	28 (15.6)			
실루엣	피티드	122 (35.7)	27 (15.0)			41.34***
	세미피티드	181 (52.9)	101 (56.1)			
	루 즈	36 (10.5)	52 (28.9)			
길 이	허 리	92 (26.9)	26 (14.4)			26.07***
	허리~엉덩이	206 (60.2)	103 (57.2)			
	엉덩이 아래	41 (12.0)	51 (28.3)			
칼 라	스탠드롤	62 (18.1)	69 (38.3)			51.99***
	컨버터블	141 (41.2)	58 (32.2)			
	만다린	47 (13.7)	45 (25.0)			
	라운드네크라인	89 (26.1)	8 (4.4)			
소 매 부 리	일 반	67 (19.6)	101 (56.1)			75.29***
	덧 단	101 (29.5)	40 (22.2)			
	턴 업	91 (26.6)	23 (12.8)			
	비조 장식	81 (23.7)	16 (8.9)			
여 름	싱글 단추	227 (66.3)	83 (46.1)			47.19***
	더블 단추	16 (4.7)	7 (3.9)			
	지 퍼	80 (23.4)	45 (25.0)			
	덧단 장식	17 (5.0)	45 (25.0)			

*** $p \leq .001$

으나, 김점해, 이영주(2010)는 엉덩이까지 길이(43.6%), 엉덩이를 덮는 길이(28.7%), 허리 길이(21.8%), 본 연구에서는 허리에서 엉덩이 사이 길이(60.2%), 허리 길이(26.9%), 엉덩이 아래 길이(12.0%)로 차이를 보여, 실버

소비자들의 기호가 변화되고 있음을 알 수 있었다. 더블 단추 여밈보다 싱글 단추 여밈을 더 선호하는 유경숙(2000)의 연구는 본 조사결과를 지지한다. 소매부리 형태에 있어서는 단순한 형태(19.5%)보다 장식성이 가

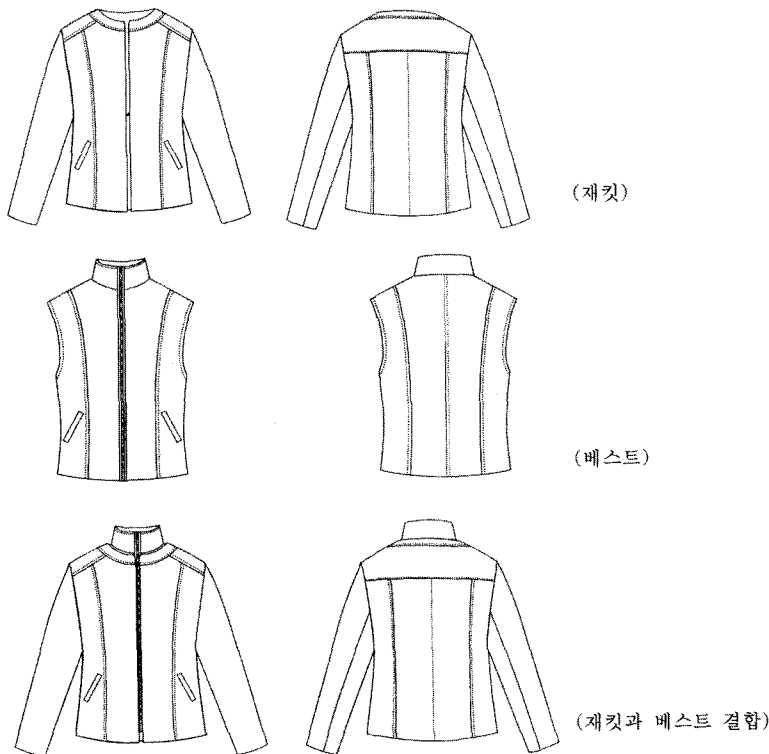
미된 덧단 형태(29.4%), 턱업 형태(26.5%), 비조 장식(23.6%)이 달린 다양한 형태의 소매부리 디자인을 선호하였다.

현재 50~60대 여성 소비자층을 포함하는 마담브랜 드 및 실버브랜드의 시판 재킷 디자인 디테일 조사결과와 비교해 보면, 판매되고 있는 디자인 역시 캐주얼 스타일(50.0%)이 가장 많았고 정장 스타일(34.4%)의 순으로 나타났다. 실루엣에 있어서는 세미피티드 실루엣(56.1%) 다음으로 루즈 실루엣(28.9%)의 재킷이 높은 비율로 시판되고 있어 본 조사결과와 차이를 보였다. 재킷 길이는 허리에서 엉덩이 사이 길이(57.2%)가 가장 많이 시판되고 있었으며, 허리까지 길이(14.4%)보다 엉덩이 아래 길이(28.3%) 재킷이 더 많이 조사되었다. 칼라 형태 선호도에 있어서는 컨버터블 칼라(41.2%), 라운드네크라인 형태(26.1%), 스탠드 롤 칼라(18.1%), 만다린 칼라(13.7%)의 순으로 나타났으나 시판되는 재킷의 칼라 형태에 있어서는 스탠드 롤 칼라(38.3%)와 컨버터블 칼라(32.2%)의 형태가 가장 많았다. 재킷의 여밈 형태는 싱글 단추 여밈(46.1%) 외에 지퍼 형태

(25.0%)와 덧단 형태(25.0%)가 많이 시판되고 있었으나 선호도 조사결과에서는 싱글 단추 여밈(66.3%)과 지퍼(23.4%) 여밈을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 소매부리의 경우 일반적인 형태의 제품 비율이 높는데 반해 소비자들은 장식성이 가미된 디자인을 요구함을 알 수 있었다. 이상 50~60대 여성들이 선호하는 캐주얼 재킷 디자인과 시중에 판매되는 재킷 디자인의 디테일을 통계적으로 비교한 결과 스타일을 제외한 모든 항목에서 디테일별로 각 항목별 비율에서 유의한 차이를 보였지만($p < .001$), 디테일별 가장 높은 비율을 나타낸 항목은 유사하게 나타나 싱글 단추 여밈, 허리에서 엉덩이 사이의 길이, 세미피티드 실루엣의 캐주얼 재킷을 가장 선호하고 또 많이 판매되고 있음을 알 수 있었다.

4. 50~60대 여성을 위한 캐주얼 재킷 디자인

이상 본 연구의 캐주얼 재킷 디자인 선호도 분석결과 및 현재 시판되고 있는 디자인을 참고로 하여 50~60대

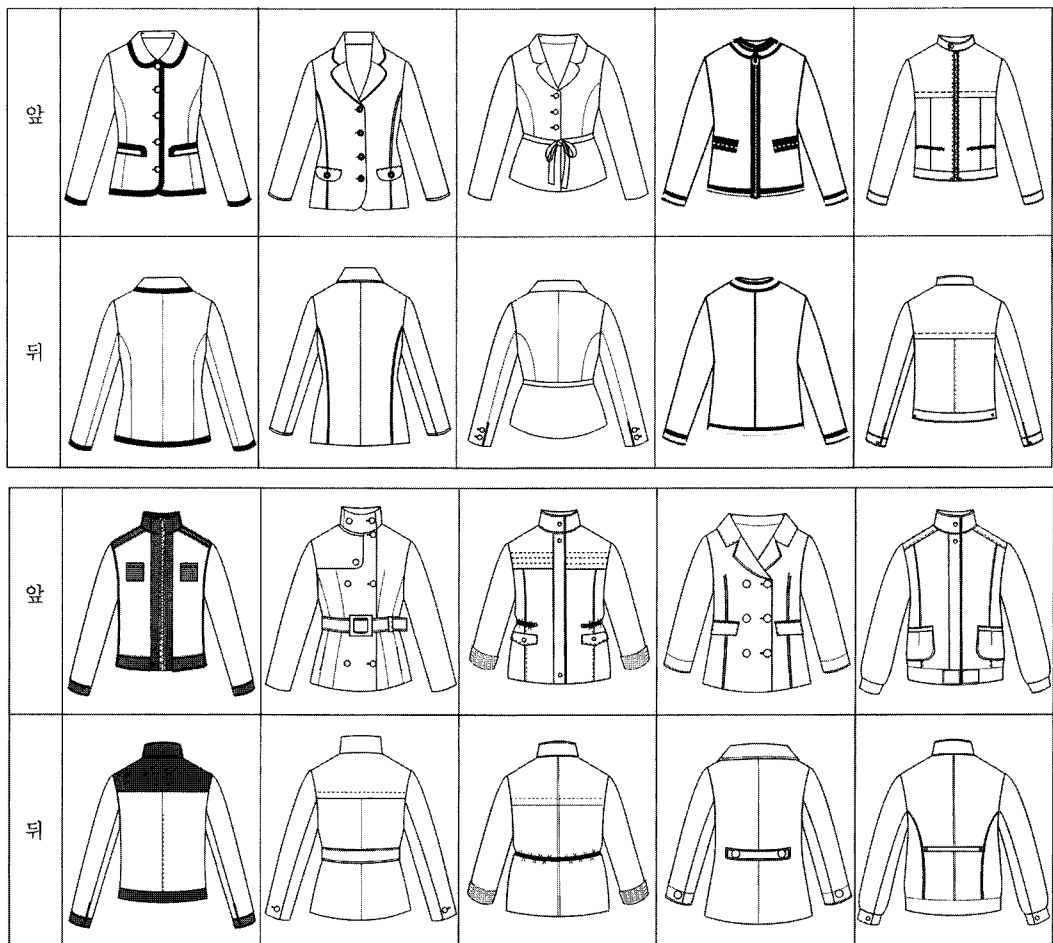


<그림 2> 캐주얼 재킷의 디자인 도식화

여성을 위한 캐주얼 재킷의 디자인을 제시하였다. 각 제품의 스타일, 실루엣, 길이, 칼라, 소매부리, 여밈의 6개 항목으로 비교하여 보았을 때 세미피티드 실루엣에, 옷길이는 허리에서 엉덩이 사이 길이, 컨버터블 칼라, 싱글 단추 여밈의 디자인을 가장 선호하였으므로 이를 바탕으로 재킷 디자인을 제시하였다(그림 2). 제시된 디자인은 기능성 재킷 설계를 위한 프로토타입으로 활용될 수 있도록 디바이스의 통합이 수월하게 이루어지는데 중점을 두었다. 추동용 재킷으로 베스트와 결합된 형태이며 간절기에는 베스트 또는 아웃 재킷만을 입을 수 있도록 하여 재킷의 활용도를 높였다. 또 베스트의 지퍼를 내리면 컨버터블 칼라의 효과를 낼 수 있다.

또한 재킷 선호도 조사결과 및 시판 재킷 디자인 분

석결과를 바탕으로 50~60대 여성을 위한 추동용 10개의 재킷 디자인 라이브러리를 제시하였다(그림 3). 전체적으로 짧아 보이고 유행에 맞는 디자인과 체형커버가 되는 세미피티드 실루엣에 초점을 맞추었다. 지퍼나 단추를 열면 편리한 컨버터블 칼라의 형태이거나 스텐드롤 칼라, 만다린 칼라로 이 디자인은 일반 재킷으로 뿐 아니라 앞에서 제시한 기능성 재킷 프로토타입 이외에 디바이스를 통합하여 개인의 선호에 따라 기능성 재킷으로 활용될 수 있다. 의복 생산방식이 다품종 소량생산을 추구하고 있으므로 소비자의 기호에 따라 다양한 디자인 선택을 가능하게 하기 위해서는 실버패션에 있어서도 뉴실버의 감성을 반영한 디자인 개발 노력이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.



<그림 3> 50~60대 여성을 위한 재킷의 디자인 라이브러리

V. 결 론

본 연구에서는 실버세대의 다양한 의복 요구를 파악하고 이를 바탕으로 기능성 의류의 설계를 탐색하고자 하였으며 이를 위해 50~60대 여성 342명을 대상으로 그들의 감성에 부합하는 캐주얼 재킷 디자인 선호도와 실버를 소비자층으로 포함하고 있는 브랜드의 시판 재킷 디자인을 조사하였다. 이를 통해 50~60대 여성에게 필요한 기능의 웨어러블 디바이스를 통합할 수 있는 기능성 재킷의 실험복 프로토타입뿐 아니라 그들의 감성에 적합한 다양한 재킷 디자인을 제시함으로써 실버패션 디자인 개발을 위한 기초 자료로 활용하고자 하였다.

연구결과, 의복 구매 시 50대는 디자인을, 60대는 기능성을 가장 중요시하였으며 50대는 피티드 혹은 세미피티드 실루엣의 세미정장 재킷, 60대는 세미피티드 실루엣의 캐주얼 재킷을 보다 선호하는 것으로 나타나 연령 간 차이를 보였다. 재킷 디자인에 있어서는 50~60대 모두 허리에서 엉덩이 사이 길이, 컨버터블 칼라, 싱글 단추 여밈의 재킷 디자인 선호는 동일하게 나타났다. 현재 시판되고 있는 재킷 디자인 디테일 조사결과에서도 캐주얼 디자인, 세미피티드 실루엣, 허리에서 엉덩이 사이 길이, 싱글 단추 여밈이 많았으며, 칼라에 있어서는 스탠드 롤 칼라와 컨버터블 칼라가 비슷한 비율로 나타나 선호 디자인과 차이를 보였다. 소매 부리의 형태에서도 단순한 제품 비율이 높는데 반해 소비자들은 덧단이나 턱업 커프스, 비조 장식 등이 가미된 디자인을 요구하고 있음을 알 수 있었다. 50~60대 여성들이 선호하는 디자인과 시중에 판매되는 디자인의 디테일을 통계적으로 비교한 결과, 스타일을 제외한 모든 항목에서 디테일별 유의한 차이를 나타내었지만 가장 높은 분포율을 차지하는 항목은 유사하였다.

이상의 재킷 선호 디자인 분석결과 및 현재 시판되고 있는 재킷 디자인을 참고로 하여 50~60대 여성의 기능성 의류 설계를 위한 캐주얼 재킷 프로토타입을 제시하였다. 이는 디바이스의 통합이 수월하게 이루어지는데 중점을 두어 베스트와 결합된 형태이며 간절기에는 베스트 또는 아웃 재킷만을 입을 수 있도록 하여 활용도를 높였다. 또한 50~60대 여성의 다양한 감성에 따라 디자인 선택이 가능하도록 캐주얼 재킷 디자인을 도출하고 10개의 재킷 디자인 라이브러리를 제시하였다.

후속연구에서는 본 결과에서 제시된 캐주얼 재킷 프로토타입을 이용하여 50~60대 여성의 감성에 부합하면서 건강을 보조할 수 있고 관리가 용이한 기능성 재

킷을 설계하고자 한다.

참고문헌

- 강은미, 박은주. (2009). 주관적 연령이 의류 점포의 서비스 품질 지각, 만족 및 재구매의도에 미치는 영향-실버소비자들의 라이프스타일 유형을 중심으로-. *한국의류학회지*, 33(3), 355-365.
- 김경화, 최혜선. (1996). 노년기 여성 체형의 자세 및 실루엣. *대한가정학회지*, 34(2), 183-199.
- 김수경. (2006). 신노년층 여성의 자아지각과 여가행동에 따른 의복 구매행동 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김유덕, 김미영. (2004). 중, 노년층 여성의 의복 추구이미지 연구. *한국의류학회지*, 28(6), 746-757.
- 김인화, 권수에. (2007). 중년 여성의 기성복 재킷 구입 실태 및 만족도. *한국의류학회지*, 31(3), 398-409.
- 김점해, 이영주. (2010). 노인 여성의 패션 아이템별 구매 실태 및 선호이미지에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 12(3), 279-290.
- 김정실, 이선재. (2008a). 뉴실버 여성 소비자의 지각연령과 라이프스타일에 따른 의복 구매 행동 연구 (제1보). *한국의류학회지*, 32(10), 1535-1547.
- 김정실, 이선재. (2008b). 뉴실버 여성 소비자의 지각연령과 라이프스타일에 따른 의복 쇼핑성향 연구 (제2보). *한국의류학회지*, 32(11), 1726-1738.
- 남윤자, 유희숙. (1996). 노인계층의 의생활 실태에 관한 연구(1)-노년 여성의 연령 및 체형별 신체만족도와 기성복 사이즈만족도-. *한국의류학회지*, 20(6), 962-974.
- 문명옥, 임희경. (2000). 중년 여성 상반신의 유형분석. *한국의류학회지*, 24(3), 301-312.
- 박재경, 이정임, 남윤자, 주소영. (2002). 노년 여성의 신체만족도에 관한 연구-연령 및 비만도에 따른 신체만족도를 중심으로-. *한국의류학회지*, 26(8), 1186-1195.
- 백경자, 수잔 애쉬다운. (2009). 노년층을 위한 스마트 재킷의 개발 및 평가-미국 여성을 대상으로-. *한국의류산업학회*, 11(2), 315-3258.
- 백재은. (2005). 노년 여성의 패션에 관한 태도와 기성복 재킷의 선호 디자인에 관한 연구. *복식문화연구*, 13(6), 990-998.
- 서미아, 이선희. (1995). 노년기 여성의 의복 디자인 선호도 및 의복 만족도에 대한 연구. *복식문화연구*, 3(1), 41-64.
- 심정희, 박수진. (2007). 중년 여성의 체형에 따른 의복 태도. *한국의류학회지*, 31(1), 33-43.
- 심정희, 연명흠. (2007). 라이프스타일 유형에 따른 패션 제품의 이미지 선호도 (제1보). *디자인학연구*, 20(1), 143-154.
- 심정희, 함옥상. (2001). 중년 여성의 체형분류 및 연령별 특

- 정 연구. *한국의류학회지*, 25(4), 795-806.
- 심정희. (2003). 중년 여성의 체형에 대한 자기평가. *한국의류학회지*, 27(1), 18-28.
- 여혜린, 권영숙. (2005). 노년기 의생활 실태조사. *한국의류학회지*, 29(1), 177-188.
- 영실버와 실버들의 의식주와 가치관. (2007, 8). *광고정보*, pp. 76-79.
- 유경숙. (2000). 노인의 성에 따른 의복 디자인 선호도 및 구매에 관한 연구. *복식*, 50(7), 155-163.
- 일본 실버산업 현황과 비즈니스 기회. (2010). *KOTRA*. 자료 검색일 2010, 6. 30, 자료출처 <http://www.kotra.or.kr>
- 임재린. (2005). 노년 여성을 위한 기능성 의복 디자인 개발에 관한 연구. 성균관대학교 박사학위 논문.
- 임재린. (2007). 노년기 여성의 Suit Design 선호도에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 16(4), 813-824.
- 임춘식. (2010, 3). 실버산업의 유형과 장기적 전망. *서울경제*, pp. 37-47.
- 장안화. (2005). 실버패션 디자인 연구-노년 여성의 의복 디자인 선호도를 중심으로: 텔파이법의 적용-. *한국의류산업학회지*, 7(6), 577-584.
- 장안화. (2006). 실버세대 여성의 의복 디자인 선호도-60대 이상을 중심으로-. *한국의류산업학회지*, 8(5), 496-504.
- 전경란, 이미숙. (2008). 여성 소비자의 라이프스타일과 의복 구매 행동에 관한 연구-청년층, 중년층, 노년층을 대상으로-. *복식문화연구*, 16(3), 444-460.
- 정삼호. (2009). 시니어세대의 연령에 따른 실내복 디자인 선호도 및 구매 행동 연구-50대 이상 중·노년 여성을 중심으로-. *복식*, 59(4), 143-154.
- 정삼호, 김수아. (2006). 실버의류 기성복 업체의 실태조사 연구. *복식*, 56(4), 15-32.
- 정혜락, 함옥상. (2000). 중년 여성을 위한 기본 원형 설계. *한국의류학회지*, 24(1), 105-115.
- 조필교, 추태귀, 구양숙. (1993). 노년층 여성들의 의생활 실태에 관한 연구. *한국노년학*, 13(2), 135-147.
- 조하정. (2007). 실버세대를 위한 센서 기반 헬스케어 스마트 의류의 디자인 모형. 연세대학교 석사학위 논문.