

패션비즈니스 제28권 2호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 28,
No. 2:15-32, May. 2024
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2024.28.2.15](https://doi.org/10.12940/jfb.2024.28.2.15)

Corresponding author

Sujoung, Cha
Tel : +82-61-450-2532
Fax : +82-61-450-2539
E-mail : carollain@mnu.ac.kr

K 패션 착용경험에 관한 연구 -20~30대 네팔, 베트남, 몽골 외국인을 중심으로-

머허러전 시르저나*·차수정†

*국립목포대학교, 패션의류학과, 석사과정

†국립목포대학교, 패션의류학과, 부교수

A Study on Foreigners' Experience of Wearing K Fashion -Focusing on Nepalese, Vietnamese, and Mongolian Foreigners in 20s and 30s-

Shreejana Maharjan*·Sujoung Chat

*Master's Course, Dept. of Fashion & Clothing, Mokpo National University, Korea

†Associate Professor, Dept. of Fashion & Clothing, Mokpo National University,
Korea

Keywords

foreigner, K fashion,
preference, wearing
외국인, 한국 의류, 선호도,
착의

Abstract

This study aimed to investigate the perceptions and preferences of foreigners residing in Korea towards K-fashion. It sought to provide suggestions for the future development of K-fashion targeting this growing demographic. The results revealed that the longer foreigners had lived in Korea, the more positively they rated Korean fashion, shopping, and culture. The majority of foreigners purchased K-fashion items online, with popular choices including T-shirts, jackets, shirts, and jeans. Both men and women identified shoulders as a common problematic area when wearing clothing, with some issues also reported in the lumbar region. In terms of preferences, younger males (teens and twenties) were more inclined towards fads and celebrity wear compared to older males (thirties and forties). Similarly, younger females (teens and twenties) showed a higher preference for functionality and celebrity wear compared to older females (thirties and forties). These findings suggest that men tend to prioritize aesthetic factors when choosing K-fashion, while women prioritize practical considerations. To better cater to foreign consumers, suggestions for the development of K-fashion include promoting it through K-pop stars, considering dimensions related to foreigners' shoulders when designing top items, diversifying colors, sizes, and patterns, and providing English versions of online shopping platforms.

I. 서론

K 콘텐츠(contents)와 K 스타(star)가 세계적으로 인기를 끌면서 세계인의 한국에 대한 관심이 증가하고 있다. 이에 따라 한국을 방문하는 외국인의 수도 증가하고 있으며, 학업이나 결혼, 일 등으로 인해 한국에 거주하는 외국인인 수도 증가하고 있다. 법무부 체류 외국인 통계에 따르면, 2022년 말 기준으로 국내 장단기 체류 외국인인 224만 5,912명으로 코로나19 팬데믹(Corona19 pandemic)이 한창이던 2021년 대비 14.8%가 증가하였다. 전체 인구 대비 4.4%가 외국인으로 분석되었다. 체류 외국인을 국적별로 살펴보면 중국이 37.8%를 차지하고 있으며, 베트남이 10.5%, 태국이 9.0%, 미국이 7.0%, 우즈베키스탄이 3.5%의 순이었다. 유학생은 197,234명이고, 취업 자격 체류 외국인인 449,402명이었으며 결혼이민자는 169,633명이었었다(Immigration statistics, 2023). 한국관광공사의 한국관광통계에 따르면 한국을 방문한 외국인인 2023년 5월에만 86만 7,130명으로 전년 동월 17만 3,902명 대비 398.6%가 증가한 것으로 나타났다(Jang, 2023). 이처럼 방문 외국인인 수와 체류 외국인인 수가 증가하면서 한국 의류에 대한 수요도 증가하고 있다. 신세계백화점 센텀시티점의 경우 외국인 고객 매출은 전년 대비 477.0% 신장하였고 고객 수는 304.0% 증가하였다(Lee, 2024). 프리미엄아울렛을 찾는 외국인도 5배 이상 증가한 것으로 나타나 한국 의류에 대한 외국인 수요가 대폭 증가한 것을 알 수 있다.

한국을 찾는 방문 외국인이나 체류 외국인뿐만 아니라 K 패션의 인기로 인해 한국 의류의 수출도 증가하고 있다. 한국 패션 관련업체는 중국, 일본, 미국, 동남아 등으로의 진출이 증가하고 있다. 동남아와 대만 시장은 2019년 대비 10배 정도 주문량이 증가한 것으로 나타났다. 글로벌 시장조사기관 스타티스타(Statista)에 따르면 현지 소비자가 K 패션을 선호하는 이유는 다양한 상품군과 스타일, 합리적인 가격의 고품질 제품, 한류 스타들이 광고하는 상품 때문으로 분석되었다(Hwang, 2023). 일본 시장에서 K 패션이 인기를 끌고 있는 이유는 일본 젊은층이 K 콘텐츠에 대한 관심이 크고

체형이나 기후 등이 한국과 유사하여 국내 브랜드가 진출하기 유리하기 때문이다(Min, 2023). K 패션에 대해 긍정적으로 인식하는 부분도 있지만 반대로 부정적으로 인식되는 부분도 있다. 베트남 유학생은 K 패션의 디자인이 우수하고 착용감이나 활용도도 높지만, 반면에 색상이 단조롭고 가격이 너무 비싸다고 인식하고 있는 것으로 나타났다(Jung & Yun, 2023). K 패션이 지속적으로 성장하기 위해서는 외국인의 K 패션에 대한 인식을 분석하고 개선하려는 노력이 필요할 것으로 생각된다.

K 패션 관련 연구로는 유학생을 대상으로 한 K 패션 수용 행동에 관한 연구(Jung & Yun, 2023), K 패션 활성화를 위한 연구(Kim, 2017; Kim & Ahn, 2019), K 패션의 미디어 보도 경향 분석(Ahn & Kim, 2022), K-pop 스타의 패션에 대한 연구(Liankai, Kim, & Lee, 2021; Yang, Kim, & Lee, 2021; Yu & Chun, 2023) 등이 있다. 그러나 외국인의 K 패션 착용실태 및 구매실태, 선호도 등에 대한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구는 유학, 결혼, 취업 등의 목적으로 한국에 장기 거주하고 있는 외국인을 대상으로 하여 한국에 대한 이미지를 파악하고, 한국 의류업체에서 디자인되고 판매되는 K 패션의 구매실태, 착용실태, 선호도 등을 알아보려고 한다. 이를 통해 향후 필요성이 증가하는 외국인 대상 K 패션 개발에 필요한 시사점을 도출하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 유학, 결혼, 취업 등의 이유로 현재 한국에 거주하고 있는 외국인을 대상으로 하였다. 거주 외국인 중 한국 의류업체에서 디자인되고 판매되는 의류를 구매하고 착용해 본 경험이 있는 사람으로, 연령은 10대가 6명(5.2%), 20대가 69명(60.0%), 30대가 31명(27.0%), 40대가 9명(7.8%)으로 총 115명이다. 연구대상자의 연령별 분포는 Table 1과 같다.

Table 1. Age Distribution

	10s	20s	30s	40s	Total
N(%)	6 (5.2)	69 (60.0)	31 (27.0)	9 (7.8)	115 (100.0)

2. 연구방법

외국인의 K 패션에 대한 착용경험에 대한 조사는 설문지법으로 진행되었다. 설문지는 선행연구(Back & Jang, 2015; Lee, 2012)를 참고하여 작성하였으며, 설문지의 타당도를 검증하기 위해 2023년 4월 10일부터 4월 15일까지 무작위로 추출한 10명의 피험자를 대상으로 예비 설문조사를 진행하였다. 예비 설문조사 결과를 바탕으로 설문지를 수정·보완하여 최종 설문지를 완성한 후 본 조사를 실시하였다. 본 조사는 전라남도 지역의 종교 단체에 소속된 외국인과 국립목포대학교 학생을 대상으로 진행하였다. 설문지는 한국어와 영어 버전(version) 두 가지로 제작하여 조사를 진행하였다. 본 조사는 2023년 5월 1일부터 2023년 6월 6일까지 진행하였다. 조사는 피험자가 직접 기표하는 방식으로 진행되었으며, 구글 설문지와 종이 설문지를 병행하여 진행하였다.

3. 설문지의 구성

본 연구를 위한 설문지는 한국의 이미지, 한국 의류의 구매실태, 한국 의류의 착용실태, 한국 의류에 대한 선호도, 인구통계학적 변인 등의 총 5개 영역으로 구성되었다. 먼저 한국의 이미지에 대한 문항은 한국의 이미지에 대한 18개의 서술문을 읽고, 5점 Likert 척도로 표시하도록 하였다. 한국 의류의 구매실태에 대한 문항은 9개로 구성되었다. 이 중 한국 의류 구매 이유와 한국 의류 구매 시 정보탐색 방법은 5점 Likert 척도로 진행되었고, 나머지 문항은 선택형 객관식으로 진행하였으며 기타 항목을 두어 필요한 경우 직접 기입할 수 있도록 하였다. 특히, 구매한 의복 아이템은 정확한 명칭을 모를 수 있어 그림과 함께 제시하여 선택할 수 있도록 하였다. 한국 의류의 착용실태는 11개의 문항으로

구성되었고, 동작 시 불편 부위와 의류에 대한 불만족 정도, 소재 만족도는 5점 Likert 척도로 이루어졌다. 한국 의류에 대한 선호도는 7문항으로 이루어졌으며, 한국 의류 선호 이유는 5점 Likert 척도로 진행되었다. 인구통계학적 변인은 성별, 나이, 직업, 국적 등 8개의 문항으로 구성되었다 (Table 2).

4. 자료의 분석

본 연구의 자료는 SPSS 26.0 프로그램으로 분석하였다. 연구대상 외국인의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도와 백분율, 평균, 표준편차 등 기술통계량을 산출하였다. 의류 구매실태, 성별에 따른 의류 구매실태, 의류 구매 이유, 정보탐색방법, 의류 착용실태, 동작 시 불편부위, 착용 시 문제 발생 부위 등을 알아보기 위해 빈도, 백분율 평균, 표준편차 등 기술통계량을 산출하였다. 성별, 거주기간에 따른 한국의 이미지, 한국 의류의 불만족 사항, 소재에 대한 만족도에 차이가 있는지를 살펴보기 위해 *t* 검정과 일원분산분석(one way ANOVA)을 실시하였다.

III. 연구결과

1. 조사 대상 외국인의 특성

조사 대상 외국인의 성별은 남성이 54명(47.0%), 여성이 61명(53.0%)으로 거의 비슷한 비율을 나타냈고, 키는 남성이 171.1±6.9cm, 여성은 158.5±4.5cm이고, 몸무게는 남성이 73.3±12.4kg, 여성은 58.4±9.5kg이었다. 국적은 네팔이 50명(43.5%)으로 가장 많았고, 다음으로 몽골이 26명(22.6%), 베트남이 17명(14.8%), 중국이 8명(7.0%)이었다. 이 외에

Table 2. Consist of Questionnaire

Division	Contents	Questions
Image of Korea	culture, shopping, service etc.	18
Korean apparel buying behavior	place, reason, item, price etc.	9
Actual wear of Korean clothing	size, style, item, trouble part etc.	11
Korean preferences for clothing	color, style, image, textile, silhouette etc.	7
Demographic variables	gender, age, job, height, weight etc.	8
Total		53

남아프리카, 영국, 캐나다, 인도, 필리핀 등이 있었다. 한국 거주기간으로는 5년 이상 10년 미만이 40명(34.8%)으로 가장 많았고, 다음으로 3년 이상 5년 미만이 35명(30.4%), 3년 미만이 32명(27.8%), 10년 이상이 8명(7.8%)의 순이었다.

학력은 대학생이 47명(40.9%)으로 가장 많았고, 다음으로 대학 졸업, 석사과정생이 각각 20명(17.4%), 대학원 졸업이 16명(13.9%), 고등학교 졸업이 9명(7.8%)의 순이었다. 직업은 학생이 69명(60.0%)으로 가장 많았고, 다음으로 자영업이 11명(9.6%), 사무직과 전문직이 각각 10명(8.7%), 주부가 7명(6.1%)의 순이었다. 결혼상태는 미혼이 67명(58.3%), 기혼이 48명(41.7%)이었다(Table 3).

2. 한국에 대한 이미지

외국인의 한국에 대한 이미지를 살펴본 결과, 외국인은 '한국은 패션이 발달되었다', '한국은 쇼핑이 발달되었다', '한국은 음식문화가 발달되었다', '한국은 문화가 발달되었다', '한국은 서비스가 좋다', '한국인은 노는 것을 좋아한다'고 생각하는 것으로 분석되었다(Table 4). 성별에 따른 한국에 대한 이미지의 차이를 살펴본 결과, '한국인은 예의가 바르다', '한국인은 신뢰할 수 있다', '한국인은 성실하다'는 이미지에서 차이를 나타냈다. 여성보다 남성이 한국인을 예의가 바르고 믿을 수 있으며, 성실하다는 항목의 점수가 높은 것으로

Table 3. General Characteristics

	Division	N	(%)
Gender	Male	54	47.0
	Female	61	53.0
Stature	Male	171.1cm(6.9cm)	
	Female	158.8cm(4.5cm)	
Weight	Male	73.3kg(12.4kg)	
	Female	58.4kg(9.5kg)	
Nationality	Nepal	50	43.5
	Vietnam	17	14.8
	Mongolia	26	22.6
	China	8	7.0
	South Africa	3	2.6
	England	2	1.7
	Canada	2	1.7
	Others(India, Phillipines)	7	6.1
	>3years	32	27.8
Period of residence in Korea	3years~<5years	35	30.4
	5years~<10years	40	34.8
	10years≤	8	7.0
Academic background	Under high school graduation	9	7.8
	University student	47	40.9
	Graduation from university	20	17.4
	Graduate student	20	17.4
	Graduation from graduate school	16	13.9
	Other	3	2.6
Occupation	Self-employment	11	9.6
	Office job	10	8.7
	Specialized job	10	8.7
	Student	69	60.0
	Housewife	7	6.1
	Other	8	7.0
Marital status	Yes	48	41.7
	No	67	58.3
Total		115	100.0

Table 4. *Image of Korea*

Division	M	SD
Koreans are passionate	3.47	.87
Koreans are polite	3.44	.82
Koreans are reliable	3.50	.86
Koreans are united	3.48	.92
Koreans are sincere	3.43	.75
Koreans are conscious of others	3.22	1.05
Koreans are narcissistic	3.36	1.17
Koreans love to play	3.70	.88
Korea has a lot of great people	3.44	.98
Korea has a developed food culture	3.79	.90
Korea is a civilized country	3.79	.89
Korea is a fashionable country	4.03	.87
South Korea is a shopping nation	3.83	.93
Korea has a developed culture	3.52	.97
South Korea has a low cost of living	2.44	1.13
Korea has good service	3.71	.97
Korean culture is dynamic	3.43	1.01
Korean culture is sophisticated	3.28	1.00

Table 5. *Image of Korea by Gender*

Division	Male (n=54)		Female (n=61)		t
	M	SD	M	SD	
Koreans are passionate	3.50	.88	3.44	.87	.35
Koreans are polite	3.61	.83	3.30	.78	2.10*
Koreans are reliable	3.69	.84	3.33	.85	2.26*
Koreans are united	3.54	.99	3.43	.87	.64
Koreans are sincere	3.63	.71	3.25	.75	2.82**
Koreans are conscious of others	3.22	1.13	3.21	.99	.05
Koreans are narcissistic	3.56	1.21	3.18	1.12	1.73
Koreans love to play	3.72	.96	3.69	.81	.20
Korea has a lot of great people	3.52	1.06	3.38	.90	.78
Korea has a developed food culture	3.80	.96	3.79	.86	.06
Korea is a civilized country	3.80	.94	3.79	.86	.06
Korea is a fashionable country	4.04	.91	4.03	.84	.03
South Korea is a shopping nation	3.85	.90	3.80	.96	.28
Korea has a developed culture	3.50	.99	3.54	.96	-.23
South Korea has a low cost of living	2.56	1.22	2.34	1.03	1.00
Korea has good service	3.65	1.03	3.77	.92	-.67
Korean culture is dynamic	3.44	1.13	3.43	.90	.10
Korean culture is sophisticated	3.26	1.08	3.30	.94	-.19

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

분석되었다(Table 5). 여성보다 남성이 한국과 한국인에 대해서 더 긍정적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있다. 거주기간에 따른 한국에 대한 이미지의 차이를 살펴본 결과, '한국은 패션이 발달되었다', '한국은 쇼핑이 발달되었다', '한국은 문화가 발달되었다'는 항목에서 거주기간에 따라 유의미한 차이를 나타냈다. 거주기간이 5년 이상일 때 거주기간이 5년 미만일 때보다 한국이 패션, 쇼핑, 문화가 발달되었다고 생각하는 것으로 분석되었다(Table 6).

국적에 따라서는 몽골인이 네팔인보다 한국 사람이 단결력이 있다고 생각하는 것으로 나타났고, 중국인이 네팔인보다 한국 사람이 남을 의식하고 자기애가 강하다고 인식하였다. 베트남인이 네팔인보다 한국인이 노는 것을 좋아한다고 생각하였고, 중국인은 다른 사람들과 비교하여 한국이 음식 문화가 발달되었다고 생각하지 않는 것으로 분석되었다. 몽골인이 네팔인보다 한국문화가 정교하다고 생각하는 것으로 나타났(Table 7).

3. 외국인의 의복 구매행동

한국 거주 외국인의 의복 구매행동에 대해서 살펴보면 Table 8과 같다. 외국인이 주로 K 패션을 구매하는 장소로는 온라인 쇼핑몰이 61명(53.0%)으로 가장 많았다. 다음으로는 백화점 24명(20.9%), 대형마트 14명(12.2%), 아울렛 8명(7.0%), 시장 6명(5.2%), 기타 2명(1.7%)의 순이었다. 조사대상 외국인의 대부분이 20대와 30대로 젊은 층이어서 온라인을 통해서 의복을 구매하고 있음을 알 수 있다.

외국인이 주로 구매하는 패션 아이템으로는 티셔츠가 30명(26.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 재킷 21명(18.3%), 셔츠와 블라우스 15명(13.0%), 청바지 14명(12.2%), 운동복 11명(9.6%)의 순이었다. 외국인이 K 패션을 주로 구매하는 가격대는 3만원 이상 5만원 미만이 48명(41.7%)으로 가장 많았고, 다음으로 3만원 미만과 5만원 이상 7만원 미만이 각각 20명(17.4%)으로 분석되었다. 3만원에서 5만원 사이의

Table 6. Image of Korea by Length of Residence

Division	Less than 3 years (n=32)		More than 3 years, less than 5 years (n=35)		More than 5 years (n=48)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
Koreans are passionate	3.34	1.00	3.37	.73	3.63	.87	1.33
Koreans are polite	3.41	.87	3.31	.83	3.56	.77	.98
Koreans are reliable	3.47	.80	3.29	.86	3.67	.88	2.03
Koreans are united	3.53	.84	3.29	.96	3.58	.94	1.13
Koreans are sincere	3.34	.65	3.34	.73	3.54	.82	.98
Koreans are conscious of others	3.09	1.03	3.06	1.00	3.42	1.09	1.51
Koreans are narcissistic	3.53	1.11	3.03	1.22	3.48	1.15	2.03
Koreans love to play	3.84	.88	3.43	.74	3.81	.94	2.56
Korea has a lot of great people	3.38	.87	3.34	.94	3.56	1.07	.62
Korea has a developed food culture	3.69	.93	3.74	.82	3.90	.95	.58
Korea is a civilized country	3.66	.97	3.66	.91	3.98	.81	1.85
Korea is a fashionable country	3.75 B	.98	3.86 B	.85	4.35 A	.70	6.23**
South Korea is a shopping nation	3.50 B	1.02	3.74 AB	.70	4.10 A	.95	4.52*
Korea has a developed culture	3.16 B	.85	3.43 AB	1.01	3.83 A	.93	5.31**
South Korea has a low cost of living	2.25	.98	2.46	1.07	2.56	1.25	.74
Korea has good service	3.59	1.13	3.54	1.09	3.92	.71	1.86
Korean culture is dynamic	3.25	1.02	3.40	1.03	3.58	.99	1.08
Korean culture is sophisticated	3.22	1.01	3.00	.91	3.52	1.03	2.89

* $\alpha < .05$. ** $\alpha < .01$

Table 7. Image of Korea by Nationality

Division	Nepal (n=50)		Vietnam (n=17)		Mongolia (n=26)		China (n=8)		Other (n=14)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
Koreans are passionate	3.28	.88	3.41	.87	3.69	.97	3.38	.52	3.86	.66	1.80
Koreans are polite	3.42	.76	3.59	1.00	3.38	.94	3.38	.74	3.50	.65	.20
Koreans are reliable	3.28	.93	3.53	.80	3.69	.74	3.63	.74	3.79	.89	1.60
Koreans are united	3.18 B	.98	3.65 AB	.79	3.88 A	.77	3.13 B	.35	3.79 AB	.97	3.73**
Koreans are sincere	3.42	.73	3.59	.87	3.42	.64	3.63	1.06	3.14	.66	.83
Koreans are conscious of others	2.88 B	1.00	3.47 AB	.80	3.27 B	1.08	4.13 A	.83	3.50 AB	1.16	3.61**
Koreans are narcissistic	2.92 C	1.07	3.76 B	.97	3.81 B	1.20	4.63 A	.74	2.86 C	.95	7.64***
Koreans love to play	3.30 C	.68	4.35 A	.79	4.08 AB	.80	3.63 BC	1.06	3.71 BC	.99	7.57***
Korea has a lot of great people	3.24	.94	3.53	.72	3.58	1.06	3.25	1.28	3.93	.92	1.68
Korea has a developed food culture	3.74 A	.83	3.71 A	.85	4.12 A	.91	2.88 B	.99	4.00 A	.88	3.43*
Korea is a civilized country	3.72	.86	3.71	.92	3.96	.92	3.50	1.07	4.00	.88	.75
Korea is a fashionable country	3.96	.86	4.00	.87	4.04	1.00	4.25	.71	4.21	.80	.36
South Korea is a shopping nation	3.64	.83	4.00	.94	4.08	.98	3.75	.89	3.86	1.17	1.15
Korea has a developed culture	3.42	1.03	3.59	.80	3.50	.99	3.25	.89	4.00	.88	1.18
South Korea has a low cost of living	2.34	1.06	2.29	.99	3.00	1.13	2.25	1.58	2.07	1.00	2.31
Korea has good service	3.72	.99	3.41	1.06	3.50	1.03	4.25	.46	4.14	.66	2.10
Korean culture is dynamic	3.26	1.03	3.29	.99	3.69	.93	3.63	.92	3.64	1.15	1.10
Korean culture is sophisticated	3.00 B	.99	3.24 AB	.83	3.77 A	.91	3.38 AB	1.19	3.36 AB	1.08	2.71*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan's multiple range test: A>B>C

가격대를 가장 선호하는 것을 알 수 있다. K 패션을 얼마나 자주 구매하는지를 살펴본 결과, 3개월에 한두 번 정도 구매하는 경우가 49명(42.6%)으로 가장 많았고, 다음으로 한 달에 한두 번 정도 구매하는 경우가 39명(33.9%), 6개월에 한두 번 정도 구매하는 경우가 18명(15.7%)의 순으로 분석되었다. K 패션의 구매동기에 대해서는 ‘계절이 바뀌어서’가 40명(34.8%)으로 가장 많았고, 다음으로 ‘필요해서’가 31명(27.0%), ‘할인해서’가 27명(23.5%)의 순으로 분석되었다. K 패션 구매 시 중요하게 고려하는 사항에 대해서는 품질이 45명(39.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 디자인이 28명(24.3%), 가격이 23명(20.0%)으로 나타났다. 이 외에도 색

상, 유행, 소재 등을 고려하여 구매하는 것으로 분석되었다. 외국인의 K 패션 구매 이유를 심미적 요인, 실용적 요인, 상징적 표현 요인으로 구분해서 살펴본 결과, 심미적인 요인에서는 유행성이 가장 중요하게 인식되었고 실용적 요인에서는 활동 편이성, 상징적 표현 요인에서는 개성과 분위기 표현이 가장 중요한 이유로 분석되었다(Table 9). 국적에 따른 K 패션 구매 이유를 살펴보면 몽골인이 중국인에 비해서 심미적인 요인 중 디자인과 소재가 좋아서 K 패션을 구매하는 것으로 분석되었다. 몽골인이 중국인과 네팔인에 비해서 실용적인 요인 중 가격이 좋아서 구매하는 것으로 나타났다(Table 10).

Table 8. Clothing Purchasing Behavior of Foreign Residents in Korea

	Division	N	%
Place of purchase	Online shopping mall	61	53.0
	Department store	24	20.9
	Outlet	8	7.0
	Mart	14	12.2
	Market	6	5.2
	Other	2	1.7
Mainly purchased fashion items	Jacket	21	18.3
	Denim pants	14	12.2
	T-shirts	30	26.1
	Shirts & Blouse	15	13.0
	Pants	8	7.0
	Skirt	6	5.2
	Home wear	6	5.2
	Sportswear	11	9.6
	Inner wear	1	.9
Others	3	2.6	
Price of purchase	Less than 30,000 won	20	17.4
	30,001 ~ 50,000 won	48	41.7
	50,001 ~ 70,000 won	12	10.4
	70,001 ~ 100,000 won	20	17.4
	More than 100,001 won	12	10.4
	Other	3	2.6
Number of purchase	1 to 2 times per month	39	33.9
	Once or twice every three months	49	42.6
	Once or twice every six months	18	15.7
	Once or twice a year	4	3.5
	Other	5	4.3
Motivation to buy	Because of changing season	40	34.8
	Because of sale	27	23.5
	Because of special events	12	10.4
	Because of extra money	2	1.7
	Because of necessity	31	27.0
	Other	3	2.6
Important purchase considerations	Price	23	20.0
	Quality	45	39.1
	Color	6	5.2
	Origins	3	2.6
	Material	4	3.5
	Trends	6	5.2
	Design	28	24.3
Total		115	100.0

K 패션 구매 시 정보를 탐색하는 방법에 대해서는 인터넷을 통해서 정보를 얻는 경우가 3.97로 가장 많은 것으로 분석되었다. 다음으로 친구를 통해서 정보를 얻는 경우가

3.32로 나타났다. 이 외에도 쇼윈도의 디스플레이를 통해서 정보를 얻거나 유명한 사람의 옷차림을 통해서 정보를 얻는 경우가 많은 것으로 분석되었다(Figure 1).

Table 9. Reasons to Buy K-fashion

Division		M	SD
Aesthetic factors	Design	3.47	.93
	Sophisticated style	3.28	.93
	Material	3.44	.92
	Color	3.34	.99
	Brand	3.47	1.00
	Fashionable	3.59	.94
	Coordination with other garments	3.28	.96
Practical factors	Activity comfort	3.60	.94
	Practicality	3.43	.97
	Price	3.11	1.15
	Ease of purchase	3.37	1.05
	Satisfaction with A/S	3.33	.96
Symbolic Expressive Factors	Express personality and mood	3.37	.95
	High reputation with purchases	3.23	1.07
	Diversity of product assortments	3.28	1.09
	Symbols of high status	3.10	1.04
	Modesty appropriateness	3.20	.97

Table 10. Reasons to Buy K-fashion by Nationality

Divison		Nepal (n=50)		Vietnam (n=17)		Mongolia (n=26)		China (n=8)		Other (n=14)		F
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
Aesthetic factors	Design	3.26 AB	.85	3.59 AB	.62	3.92 A	1.16	3.13 B	.83	3.43 AB	.85	2.68*
	Sophisticated style	3.00	.83	3.41	.80	3.58	1.24	3.63	.52	3.36	.74	2.27
	Material	3.30 AB	.81	3.59 AB	.87	3.92 A	1.02	3.00 B	.53	3.14 AB	1.03	3.26*
	Color	3.10	.97	3.47	.62	3.58	1.21	3.38	1.06	3.57	.85	1.39
	Brand	3.38	.95	3.59	.71	3.77	1.18	3.63	.74	3.00	1.18	1.59
	Fashionable	3.54	.81	3.76	.75	3.73	1.12	3.63	1.19	3.29	1.14	.68
	Coordination with other garments	3.22	.91	3.00	.71	3.62	1.10	3.38	.92	3.14	1.10	1.31
Practical factors	Activity comfort	3.46	.91	3.47	.80	3.96	1.00	3.75	1.04	3.50	1.02	1.42
	Practicality	3.24	.92	3.76	.66	3.42	1.17	3.88	.83	3.43	1.09	1.42
	Price	2.74 B	1.07	3.06 AB	.97	3.77 A	1.14	2.75 B	1.49	3.50 AB	.94	4.51**
	Ease of purchase	3.28	.97	3.35	.93	3.77	1.03	2.50	1.20	3.50	1.16	2.61
	Satisfaction with A/S	3.24	1.00	3.41	.71	3.65	.85	2.88	1.36	3.21	.97	1.39
Symbolic expressive factors	Express personality and mood	3.12	.92	3.65	.70	3.65	.98	3.13	.99	3.50	1.09	2.09
	High reputation with purchases	3.00	1.09	3.41	.87	3.50	1.03	3.75	.46	3.00	1.36	1.80
	Diversity of product assortments	3.18	1.02	3.59	.87	3.46	1.10	3.25	.89	2.93	1.54	.99
	Symbols of high status	2.94	1.10	3.47	.72	3.23	.99	3.63	.92	2.71	1.14	2.01
	Modesty appropriateness	3.02	.94	3.18	.53	3.46	1.21	3.75	.89	3.07	.92	1.66

*p<.05, **p<.01, Duncan's multiple range test: A>B>C

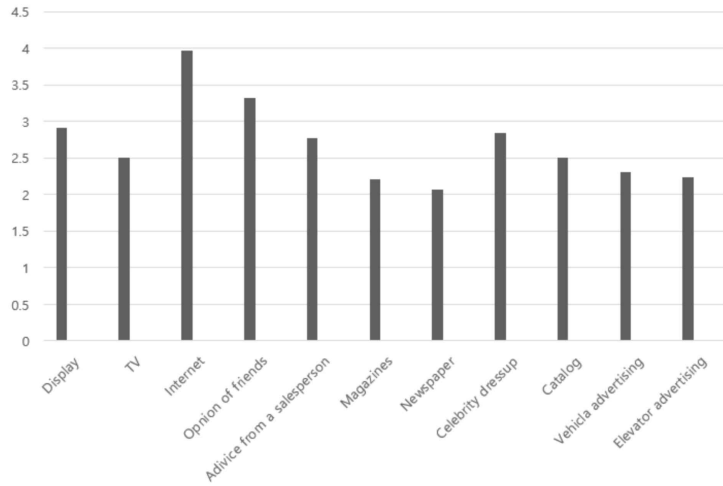


Figure 1. How to Search for Information When Purchasing Korean Clothing.

Table 11. How to Search for Information When Purchasing Korean Clothing by Nationality

Division	Nepal (n=50)		Vietnam (n=17)		Mongolia (n=26)		China (n=8)		Other (n=14)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
Display	2.92	1.07	3.18	.88	2.69	1.32	2.75	.71	3.14	1.41	.66
TV	2.50	1.05	2.65	.86	2.65	1.29	2.63	1.19	1.93	1.00	1.19
Internet	3.98	.89	3.76	.97	3.92	1.20	4.13	.83	4.14	1.17	.34
Opinion of friends	3.20	1.03	3.06	.90	3.85	1.08	3.25	1.16	3.14	1.46	2.00
Advice from a salesperson	2.58 AB	1.09	2.82 AB	.88	3.27 A	1.22	3.38 A	1.19	2.14 B	.95	3.56**
Magazines	2.44	1.23	2.41	1.28	2.04	1.15	2.13	.99	1.50	.85	2.06
Newspaper	2.26	1.21	2.35	1.11	1.73	1.15	2.25	1.39	1.57	1.16	1.75
Celebrity dressup	2.66 AB	1.24	3.29 A	1.16	3.35 A	1.41	2.63 AB	1.19	2.21 B	1.19	2.77*
Catalog	2.44	1.18	3.00	.79	2.54	1.42	2.63	1.30	2.07	1.44	1.17
Vehicle advertising	2.26	1.21	2.88	.93	2.46	1.33	2.00	1.20	1.71	.99	2.17
Elevator advertising	2.32 AB	1.19	2.88 A	.99	1.96 B	1.08	2.13 AB	1.13	1.79 B	.89	2.56*

* $p < .05$, ** $p < .01$, Duncan's multiple range test: A>B

국적별로 판매원의 조언에 따라서 구매하는 경우는 몽골인과 중국인이 다른 나라에 비해서 많은 것으로 나타났고, 연예인의 옷차림을 보고 구매하는 경우는 베트남인과 몽골인이 네팔이나 중국, 기타 나라 사람보다 많은 것으로 분석되었다. 엘리베이터의 광고를 보고 구매하는 경우는 베트남인이 몽골인이나 다른 나라 사람에 비해서 많은 것으로 나타났다(Table 11).

4. 외국인의 한국 의복 착용실태

한국 거주 외국인의 의복 착용실태를 살펴보면 외국인이 K패션을 착용했을 때 가장 불편한 부위는 어깨부위가 32명(27.8%)으로 가장 많았다. 다음으로 바지길이가 17명(14.8%), 허리와 엉덩이가 각각 14명(12.2%), 가슴부위가 12명(0.4%)의 순으로 분석되었다. 상의에서는 어깨부위, 하

Table 12. The Actual Wearing of K-fashion by Gender

Division	Male	Female	Total	
	n (%)	n (%)	n (%)	
Most uncomfortable part of Korean clothing	Shoulder	11 (20.4)	21 (34.4)	32 (27.8)
	Bust	6 (11.1)	6 (9.8)	12 (10.4)
	Bust	6 (11.1)	8 (13.1)	14 (12.2)
	Hip	7 (13.0)	7 (11.5)	14 (12.2)
	Leg width	6 (11.1)	0 (.0)	6 (5.2)
	Leg length	7 (13.0)	10 (16.4)	17 (14.8)
	Sleeve length	3 (5.6)	0 (.0)	3 (2.6)
	Front length	3 (5.6)	1 (1.6)	4 (3.5)
	Back length	1 (1.9)	1 (1.6)	2 (1.7)
	Other	4 (7.4)	7 (11.5)	11 (9.6)
	Items of Korean clothing that do not fit in size	Jacket	3 (5.6)	9 (14.8)
Denim pants		9 (16.7)	9 (14.8)	18 (15.7)
T-shirts		12 (22.2)	6 (9.8)	18 (15.7)
Shirts & Blouse		7 (13.0)	3 (4.9)	10 (8.7)
Pants		12 (22.2)	21 (34.4)	33 (28.7)
Skirt		0 (.0)	3 (4.9)	3 (2.6)
Home wear		2 (3.7)	0 (.0)	2 (1.7)
Sportswear		4 (7.4)	3 (4.9)	7 (6.1)
Inner wear		3 (5.6)	3 (4.9)	6 (5.2)
Others		2 (3.7)	4 (6.6)	6 (5.2)
Fit which I use regularly		Tight fit	9 (16.7)	13 (21.3)
	Loose fit	43 (79.6)	43 (70.5)	86 (74.8)
	Other	2 (3.7)	5 (8.2)	7 (6.1)
Style you usually wear	Casual style	35 (64.8)	43 (70.5)	78 (67.8)
	Formal style	4 (7.4)	13 (21.3)	17 (14.8)
	Sports style	10 (18.5)	2 (3.3)	12 (10.4)
	Other	5 (9.3)	3 (4.9)	8 (7.0)
Total	54 (100.0)	61 (100.0)	115 (100.0)	

의에서는 바지길이가 가장 불편한 부위로 나타났다. K 패션 중 가장 사이즈가 맞지 않는 패션 아이템으로는 바지가 33명(28.7%)으로 가장 많았다. 다음으로는 청바지와 티셔츠가 각각 18명(15.7%), 재킷이 12명(10.4%), 셔츠와 블라우스가 10명(8.7%)의 순이었다.

하의류에서는 바지와 청바지가 가장 문제가 많았고, 상의류에서는 티셔츠와 재킷이 가장 맞춤새에 문제가 발생하는 것으로 분석되었다. 평소 즐겨 입는 의복 맞춤새에 대해서는 루즈 핏을 선호하는 경우가 86명(74.8%)으로 가장 많았고, 타이트 핏을 선호하는 경우는 22명(19.1%)으로 분석되어 외국인은 루즈 핏을 많이 착용하는 것으로 분석되었다. 평소 즐겨입는 스타일로는 캐주얼한 스타일이 78명(67.8%)으로 가장 많았고, 다음으로 정장 스타일이 17명(14.8%), 스포티

스타일이 12명(10.4%)의 순이었다. 조사대상자 중 20대의 비중이 높아 캐주얼 스타일을 즐겨 착용하는 것을 알 수 있다.

성별에 따른 의복 착용 실태의 차이를 살펴보면, 먼저 K 패션 중 가장 불편한 부위에 있어 여성은 남성보다 어깨의 불편함을 호소하는 경우가 많았다. 또, K 패션 중 사이즈가 잘 맞지 않는 아이템으로 바지는 남성보다 여성이 잘 맞지 않는 경우가 많은 것으로 분석되었다. 반면 티셔츠는 여성보다 남성이 잘 맞지 않는 경우가 많은 것으로 나타나 차이를 보였다. 평소 즐겨 입는 스타일은 남녀 모두 루즈 핏이 많았고, 평소 즐겨 입는 스타일에서 정장 스타일은 남성보다 여성이 많이 착용하는 것으로 분석되었다(Table 12).

외국인 남성의 상의 사이즈에 따른 동작 시 불편부위를

Table 13. Inconvenience in Operation due to Size of Men's Top

Division		Below No. 95 (n=10)		No. 100 (n=19)		Above No. 105 (n=24)		F
		M	SD	M	SD	M	SD	
When raising your arms	The armpit is pulled	2.80	1.23	3.32	.75	3.08	.93	1.02
	The back is pulled	3.20	1.23	3.21	.63	2.88	.90	.92
	The arm is pulled	3.00	1.15	3.32	.48	3.04	.81	.81
When bending your arm	The elbow is pulled	3.00	1.33	2.89	.88	2.71	1.20	.29
When bending your upper body forward	The armpit is pulled	3.10	1.29	2.95	.85	2.54	.88	1.59
	The shoulder area is pulled	3.10	1.10	2.95	.85	2.50	.88	2.05
	The back is pulled	3.50 A	1.27	3.37 A	.50	2.75 B	.99	3.56*
	The top rises to reveal the waist	3.60 A	1.26	3.37 AB	.60	2.71 B	1.08	3.95*
	The back waist of the pants is pulled down	2.90 A	1.20	3.42 A	.61	2.58 B	.97	4.51*

* $p < .05$

Table 14. Inconvenience in Operation due to Size of Women's Bottom

Division		Below 26inch (n=13)		28inch (n=18)		Above 30inch (n=21)		F
		M	SD	M	SD	M	SD	
When lifting the leg	The hips are pulled	2.46	.88	2.67	.84	3.00	.84	1.75
	Thighs are pulled	2.77	.60	2.56	.92	2.90	.89	.84
When squatting	The hips are pulled	2.46 B	.78	2.44 B	.78	3.14 A	.79	4.85*
	The crotch is pulled	2.69	.75	2.61	.85	2.95	.97	.79
	The knees are pulled	2.54	.97	2.61	.92	3.14	.85	2.44

* $p < .05$, Duncan's multiple range test: A>B>C

살펴보면, 상체를 앞으로 구부렸을 때 등이 당기는 경우, 상체를 앞으로 구부렸을 때 뒤희리부분이 당겨 올라가는 경우, 상체를 앞으로 구부렸을 때 바지 뒤희리가 당겨 내려가는 경우에 있어서 사이즈에 따라 유의미한 차이를 나타냈다. 사이즈가 작을 때 등이 당기는 경우, 뒤희리부분이 당겨 올라가거나 뒤희리가 당겨 내려가는 경우가 더 많은 것으로 분석되었다(Table 13).

외국인 여성의 하의 사이즈에 따른 동작 시 불편부위를 살펴보면, 쪼그려 앉을 때 엉덩이가 당기는 경우에서 하의 사이즈에 따라 유의미한 차이를 나타냈다. 쪼그려 앉을 때 엉덩이가 당기는 경우는 하의 사이즈가 클 때 많이 당기는 것으로 분석되었다(Table 14).

성별에 따른 의복 착용 시 문제 발생 부위를 살펴보면, 남성은 어깨가 25명(46.3%)으로 가장 많았고, 다음으로 목 부위가 6명(11.1%), 허리가 4명(7.4%)의 순이었다. 여성은 어깨가 24명(39.3%)으로 가장 많고, 다음으로 가슴부위가 7명(11.5%), 허리가 6명(9.8%)의 순으로 남성과 여성 모두 어깨가 가장 문제가 많이 발생하였고, 허리 부위에도 문제가 발생하였다. 어깨의 경우에는 어깨 폭보다는 어깨 경사가 맞지 않다고 답한 경우가 많았다(Figure 2).

외국인의 K 패션에 대한 불만족 사항을 성별에 따라 살펴보면 Table 15와 같다. 소재, 디자인, 기능, 활동성, 세탁 편의성, 흡수성, 통기성, A/S, 착용감, 봉제 등에서는 남성과 여성이 불만족하는 정도가 비슷한 것으로 분석되었다. 그러

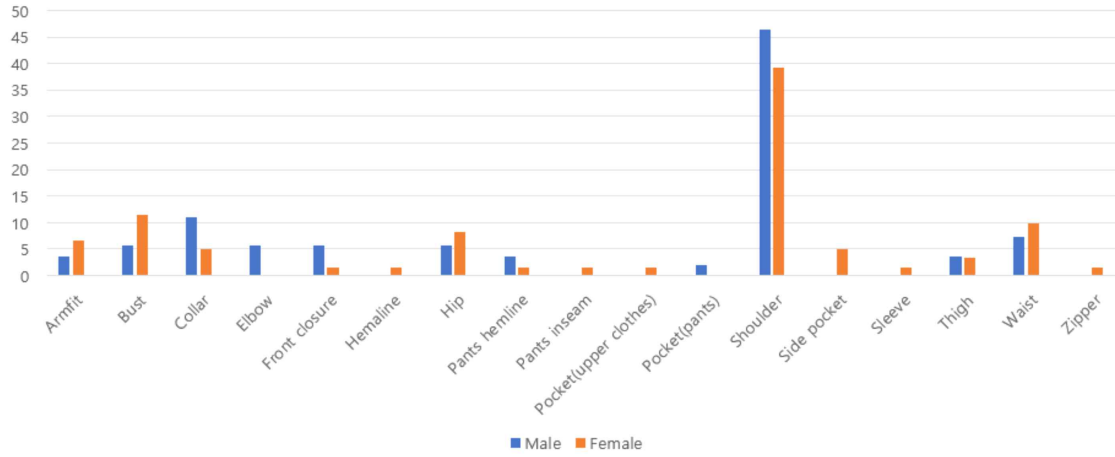


Figure 2. Problem Areas When Worn by Gender.

Table 15. Korean Clothing Complaints by Gender

Division	Male (n=54)		Female (n=61)		t
	M	SD	M	SD	
Material	2.83	1.09	2.85	1.05	-.10
Design	2.85	1.07	2.82	1.09	.16
Function	2.70	.94	2.69	1.06	.08
Activity	2.83	1.06	2.74	.95	.51
Laundry manageability	2.83	.97	2.90	1.04	-.36
Absorbability	3.00	1.12	2.85	.79	.82
Breathability	2.93	.93	2.84	.82	.55
A/S	2.94	1.05	2.77	.88	.96
Color	3.28	1.09	2.89	1.03	1.98*
Wearing sensation	3.07	1.08	2.84	.95	1.26
Sewing condition	3.09	1.20	2.97	.93	.63

*p<.05

나 색상은 여성보다 남성이 만족도가 높은 것으로 나타났다. 한국 의류의 색상에 대해 여성이 더 불만족하는 것을 알 수 있다.

5. 외국인의 한국 의류에 대한 선호도

외국인의 K 패션에 대한 선호도를 살펴보면, Table 16과 같

다. 선호하는 K 패션의 스타일은 캐주얼 스타일이 59명 (51.3%)으로 가장 많았고, 다음으로 모던 스타일이 26명 (22.6%), 스포티 스타일이 21명(18.3%)의 순이었다. 선호하는 색상은 무채색이 76명(66.1%)으로 가장 많은 것으로 분석되었다. 선호하는 의류의 이미지는 심플하고 편안한 이미지가 30명(26.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 페미닌 이미지가 20명(17.4%), 모던 이미지가 18명(15.7%), 활동적이고

Table 16. Preference of Korean Clothing

	Division	N	%
Preference of Korean clothing style	Casual style	59	51.3
	Modern style	26	22.6
	Sporty style	21	18.3
	Cuty style	4	3.5
	Other	5	4.3
Preference color	Achromatic (Black, White, Gray)	76	66.1
	Red	8	7.0
	Blue	16	13.9
	Green	7	6.1
	Yellow	2	1.7
Preference style	Other	6	5.2
	Feminine image	20	17.4
	Luxurious and conservative image	9	7.8
	Modern image	18	15.7
	Lively image	12	10.4
	Mannish image	9	7.8
	Active and cheerful image	15	13.0
Preference textile	Simple and comfortable image	30	26.1
	Elegant image	2	1.7
	Natural fiber	50	43.5
	Synthetic fiber	13	11.3
Preference fit	Mixed fiber	44	38.3
	Other	8	7.0
	Fitted fit	27	23.5
	A little relaxed fit	49	42.6
Preference item	Relaxed fit	32	27.8
	Other	7	6.1
	Jacket	27	23.5
	Denim pants	12	10.4
	T-shirts	23	20.0
	Shirts & Blouse	21	18.3
	Pants	5	4.3
	Skirt	7	6.1
	Home wear	2	1.7
	Sportswear	11	9.6
Inner wear	3	2.6	
Others	4	3.5	
Total		115	100.0

밝은 이미지가 15명(13.0%), 생기있는 이미지가 12명(10.4%)의 순이었다. 선호하는 의복의 소재는 천연소재가 50명(43.5%)으로 가장 많았고, 다음으로 혼방소재가 44명(38.3%), 합성소재가 13명(11.3%)의 순이었다. 선호하는 핏으로는 조금 여유로운 핏이 49명(42.6%)으로 가장 많았고, 다음으로 여유로운 핏이 32명(27.8%), 딱 맞는 핏이 27명

(23.5%)의 순이었다. 가장 선호하는 패션 아이템에 대한 조사에서는 재킷이 27명(23.5%)으로 가장 많았고, 다음으로 티셔츠가 23명(20.0%), 셔츠와 블라우스가 21명(18.3%), 청바지가 12명(10.4%)의 순이었다.

외국인의 성별에 따른 연령대별 K 패션의 선호 이유를 살펴본 결과, 남성은 10대와 20대, 30대와 40대에서 소재,

Table 17. Reason of Men's Preference of Korean Clothing by Age Group

Division	10-20s (n=32)		30-40s (n=22)		t
	M	SD	M	SD	
Material	3.47	.88	3.59	.96	-.48
Design	3.63	.75	3.45	.96	.73
Functionality	3.22	1.04	3.18	.96	.13
Activity	3.41	.95	3.32	.99	.33
Laundry manageability	3.38	1.07	3.05	.95	1.16
Trends	3.69	1.00	3.14	.99	2.00*
Celebrity wear	3.50	1.02	2.64	1.09	2.98**
A/S	3.22	1.07	3.05	1.21	.55
Color	3.59	1.07	3.45	.96	.49
Wearing sensation	3.44	.98	3.18	1.05	.91
Sewing condition	3.56	1.01	3.23	1.02	1.19
Brand	3.47	1.05	3.27	1.03	.68

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

Table 18. Reason of Women's Preference of Korean Clothing by Age Group

Division	10-20s (n=43)		30-40s (n=18)		t
	M	SD	M	SD	
Material	3.21	.94	3.11	1.13	.35
Design	3.65	.87	3.17	1.04	1.87
Functionality	3.44	.80	2.89	.90	2.38*
Activity	3.49	.80	3.11	1.08	1.51
Laundry manageability	3.28	.83	2.89	.83	1.68
Trends	3.51	.94	3.17	1.15	1.23
Celebrity wear	3.21	.97	2.61	.85	2.28*
A/S	3.19	.88	3.06	.87	.53
Color	3.49	1.01	3.17	1.04	1.13
Wearing sensation	3.35	.87	3.11	.90	.96
Sewing condition	3.26	.88	3.06	.94	.80
Brand	3.21	.99	2.89	.96	1.16

* $p < .05$

디자인, 기능, 활동성, 세탁 편이성, A/S, 색상, 착용감, 브랜드, 봉제상태 등에서는 연령대에 따라 차이가 없었다. 그러나 유행성과 유명인의 착용 때문이라는 항목에서는 유의미한 차이를 나타냈다. 30대와 40대보다 10대와 20대는 유행성과 유명인이 착용해서 K 패션을 선호하는 이유가 높은 것으로 분석되었다. 여성은 10대와 20대, 30대와 40대에서 소재, 디자인, 활동성, 세탁 편이성, 유형, A/S, 색상, 착용감, 봉제상태, 브랜드 등은 연령대에 따라 차이가 없었다.

그러나 기능성과 유명인의 착용 항목에서는 연령대별로 유의미한 차이를 나타냈다. 10대와 20대가 30대와 40대보다 기능성과 유명인의 착용 이유로 K 패션을 선호하는 것으로 분석되었다. 남성은 유행, 여성은 기능성 때문에 K 패션을 선호하는 것으로 나타나 차이를 나타냈다. 남성은 심미적인 요인으로 인한 선호가 높고, 여성은 실용적인 요인으로 인한 선호가 높음을 알 수 있다(Table 17), (Table 18).

국적에 따른 K 패션 선호 이유는 몽골인은 중국과 다른

Table 19. Reason of Women's Preference of Korean Clothing by Nationality

Division	Nepal (n=50)		Vietnam (n=17)		Mongolia (n=26)		China (n=8)		Other (n=14)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
Material	3.22 AB	.74	3.53 AB	.72	3.77 A	.99	2.88 B	.83	3.00 B	1.57	2.70*
Design	3.40	.64	3.88	.49	3.58	1.10	3.88	.83	3.29	1.44	1.54
Functionality	3.28	.70	3.41	.87	3.19	.98	3.00	1.07	3.14	1.46	.35
Activity	3.32	.74	3.59	.94	3.38	.94	3.38	1.06	3.29	1.38	.30
Laundry manageability	3.16	.84	3.59	.87	3.19	.94	3.50	.93	2.71	1.14	2.00
Trends	3.42	.84	3.82	.95	3.50	.95	3.38	1.19	2.93	1.49	1.58
Celebrity wear	3.06 A	.91	3.53 A	.80	3.27 A	1.08	3.25 A	1.16	2.21 B	1.19	3.84**
A/S	3.08	.97	3.41	.94	3.31	.97	3.13	.64	2.79	1.31	.99
Color	3.22 B	.97	3.82 A	.81	4.04 A	.77	3.38 B	1.06	2.86 C	1.23	5.24**
Wearing sensation	3.26	.80	3.47	.94	3.54	.99	3.13	1.13	2.93	1.14	1.21
Sewing condition	3.24	.82	3.47	.80	3.58	1.14	3.38	.52	2.79	1.25	1.80
Brand	3.12	.94	3.71	1.05	3.38	1.02	3.13	.83	2.93	1.21	1.59

* $\rho < .001$, ** $\rho < .01$, Duncan's multiple range test: A>B

나라에 비해서 소재 때문에 K 패션을 선호하는 것으로 나타났다, 연예인의 옷차림 때문에 선호하는 경우는 베트남인, 네팔인, 몽골인, 중국인이 다른 나라에 비해서 많은 것으로 분석되었다. 색상 때문에 선호하는 경우는 베트남인과 몽골인이 네팔인이나 중국인, 다른 나라 사람에 비해서 많은 것으로 분석되었다(Table 19).

IV. 결론

본 연구는 유학, 결혼, 취업 등의 목적으로 한국에 장·단기로 거주하고 있는 외국인들을 대상으로 하여 한국에 대한 이미지를 파악하고, 한국 의류업체에서 디자인되고 판매되는 K 패션의 구매실태, 착용실태, 선호도 등을 알아보려고 하였다. 이를 통해 향후 필요성이 증가하는 외국인들을 대상으로 한 K 패션 개발에 필요한 시사점을 도출하고자 하였다.

한국 거주 외국인들은 한국이 패션, 쇼핑, 음식문화, 서비스, 문화 등이 발달되어 있다고 생각하며, 한국인은 노는 것을 좋아하고, 성실하며 신뢰할 수 있다고 인식하였다. 한국 거주기간이 길수록 한국의 패션, 쇼핑, 문화에 대해서 긍정적으로 평가하였다. 외국인들은 주로 온라인 쇼핑몰을 통해서 K 패션을 구매하였고, 주로 구매하는 아이템은 티셔츠, 재킷, 셔츠, 청바지 등이었으며 구매 가격대는 3만원 이상 5만원 미만이 가장 많았다. 구매 시에는 품질, 디자인, 가격을 가

장 많이 고려하였고, K 패션 구매 이유로 심미적인 요인은 유행성이 가장 중요하게 인식되었고, 실용적 요인은 활동 편이성, 상징적 표현 요인에서는 개성과 분위기 표현이 가장 중요한 이유로 분석되었다. 구매 정보는 인터넷을 통해서 주로 얻는 것으로 나타났다.

K 패션 착용 시 불편한 부위로는 어깨가 가장 많고, 바지 길이, 허리와 엉덩이, 가슴부위의 순으로 나타났다. 사이즈가 잘 안 맞는 아이템은 바지, 청바지이고, 상의류는 재킷과 티셔츠가 문제가 있었다. 남성은 여성보다 어깨가 불편한 경우가 많고 여성은 바지가 맞지 않는 경우가 남성보다 많았다. 남성은 마른 사람이 쪼그려 앉거나 상체를 앞으로 구부렸을 때 불편한 경우가 많았고, 여성은 뚱뚱한 사람이 쪼그려 앉을 때 엉덩이가 당기는 경우가 많은 것으로 분석되었다. 의복 착용 시 문제가 발생하는 부위는 남성과 여성 모두 어깨가 가장 많았고, 허리 부위에도 문제가 발생하였다. K 패션에서 불만족하는 사항으로는 여성이 색상에 대해서 불만족하는 경우가 더 많은 것으로 분석되었다.

K 패션에 대한 선호도는 캐주얼 스타일에 대한 선호도가 높고, 심플하고 편안한 이미지를 선호하였다. 소재에 대해서는 천연소재에 대한 선호가 높았고, 핏은 조금 여유가 있는 핏을 선호하였다. 패션 아이템으로는 재킷을 가장 선호하였고, 다음으로 티셔츠, 셔츠, 청바지의 순이었다. K 패션을 선호하는 이유로 남성은 유행성과 유명인의 착용으로 선호

하는 이유가 30대와 40대보다 10대와 20대에서 높게 나타났다. 여성은 기능성과 유명인의 착용으로 선호하는 이유가 30대와 40대보다 10대와 20대에서 높게 나타나 남성은 심미적인 요인, 여성은 실용적인 요인으로 K 패션을 선호하는 것을 알 수 있다.

외국인의 K 패션에 대한 구매실태, 착용실태, 선호도에 대한 조사 결과를 바탕으로 한 외국인인을 위한 K 패션 개발을 위한 시사점은 다음과 같다. 첫째, K 팝스타를 통한 K 패션 홍보의 필요성이 대두된다. 외국인의 K 패션 선호 이유 중 남녀에 공통된 내용이 유명인의 착용이므로, K 팝스타들에게 착용시켜 홍보함으로써 브랜드나 제품에 대해서 알릴 필요가 있을 것으로 생각된다. 둘째, 상의 아이템 개발 시 외국인의 어깨 관련 치수 적용이 필요하다. K 패션 착용 시 어깨 불편을 호소하는 경우가 가장 많아 우리나라 사람과 외국인의 어깨 관련 부위 치수 및 체형 비교를 통해 그 차이를 분석한 후, K 패션 상의 아이템 개발 시 어깨 관련 치수를 반영할 필요가 있을 것으로 생각된다. 셋째, K 패션 색상 다양화가 요구된다. 외국인 여성의 경우 K 패션의 색상에 대한 불만족이 높아 국적에 따른 선호 색상 분석을 통해 수출용과 거주 외국인인을 위한 K 패션의 색상을 다양하게 개발할 필요가 요구된다. 넷째, 하의류 사이즈의 다양화 및 패턴 개발이 요구된다. 외국인인은 K 패션의 바지에 대한 불만족을 호소하는 경우가 많아 바지 패턴 개발 시 사이즈의 다양화 및 체형을 반영한 패턴 개발이 필요하다. 다섯째, 온라인 쇼핑몰의 영어 버전 추가가 요구된다. 한국 체류 외국인의 대다수가 온라인 쇼핑을 통해서 K 패션을 구매하는 것으로 분석되었으므로 외국인의 K 패션 구매가 용이하도록 영어로 전환이 가능한 쇼핑몰 구성이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구는 네팔, 몽골, 베트남 국적의 외국인인을 중심으로 연구가 이루어져 미국이나 유럽, 일본 등의 외국인이 K 패션에 대한 구매실태, 착용실태, 선호도는 알아보지 못하였다는 점에서 그 한계가 있으며, 연구결과를 일반화시키는 데 주의를 기울여야 한다. 또, 향후 연구에서는 미국, 일본, 유럽 등 국적에 따라 구매실태, 착용실태, 선호도 등에 차이가 있는지를 알아볼 필요가 있을 것으로 생각된다.

References

- Ah, H. S., & Kim, J. Y. (2022). Analysis of global media reporting trends for K-fashion-applying dynamic topic modeling. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 46(6), 1004-1022. doi: 10.5850/JKSCT.2022.46.6.1004
- Back, S. Y., & Jang, J. A. (2015). A wearing condition & preference survey on casual jacket of active senior male. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(1), 253-265.
- Hwang, S. S. (2023, June 22). 동남아·대만에서 K패션 열풍...한국 셀러들 주문량 10배 증가[K-fashion craze in southeast Asia and Taiwan...Korean sellers increase orders by 10X]. *Social Economy News*. Retrieved February 23, 2024 from <http://www.senews.kr/10869>
- Immigration statistics (2023). Resident foreigner. *Ministry of Justice*. Retrieved February 20, 2024 from <https://www.moj.go.kr/moj/2412/subview.do>
- Jang, M. S. (2023, July 14). 면세업계, K패션·K뷰티 유치 '활발'[Duty free industry 'active' in attracting K-fashion and K-beauty]. *Bridge Economics*. Retrieved February 23, 2024 from <https://www.viva100.com/main/view.php?key=20230712010003635>
- Jung, M. K., & Yun, S. J. (2023). An exploratory study on K-fashion acceptance behavior among vietnamese international students in Korea. *Korean Fashion & Textile Research Journal*, 25(2), 175-184. doi: 10.5805/SFTI.2023.25.2.175
- Kim, H. S. (2017). An analysis of a strategy for the activation of Korean wave K-fashion. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 19(3), 175-192.
- Kim, H. S., & Ahn, Y. S. (2019). A study on the development method of the domestic sewing industry for the re-vitalization of K-fashion. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 21(4), 181-194. doi: 10.30751/kfcd.2019.21.4.181
- Lee, Y. J. (2012). A survey analysis on clothing behavior of elementary children from multicultural families. *Journal of Korean Practical Art Education*, 25(2), 213-238.
- Lee, Y. J. (2024, February 21). 세계탁구대회 찾은 외국인들, K-패션·푸드에 흠뻑[Foreigners visiting the world table tennis tournament are fascinated by K-fashion and food]. *Kookje news*. Retrieved February 23, 2024

- from <https://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0200&key=20240222.22008006059>
- Liankai, W., Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2021). A study on the fashion design and style of K-pop boy groups: Focusing on the music programs and Youtube videos of BTS and Seventeen. *Fashion and Textile Research Journal*, 23(6), 726-743. doi: 10.5805/SFTI.2021.23.6.726
- Min, K. S. (2023 May 9). 日시장 주목하는 K-패션, 이유는[K-fashion in the Japanese market, why?]. *Maeil Ilbo*. Retrieved February 23, 2024 from <https://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=1011677>
- Yang, M., Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2021). A study on the fashion style of K-pop girl group on music broadcasting: Focusing on BLACKPINK, TWICE, Red Velvet. *Journal of Fashion Business*, 23(5), 1-24. doi: 10.12940/jfb.2021.25.5.1
- Yu, H., & Chun, J. (2023). Cultural appropriation in K-pop artist' fashion. *Journal of Fashion Design*, 23(4), 1-21. doi: 10.18652/2023.23.4.1
-
- Received (March 1, 2024)
Revised (April 17, 2024)
Accepted (April 25, 2024)

저자 차수정은 현 편집위원으로 재임 중이나 이 논문의 게재를 결정하는 데 어떠한 역할도 하지 않았으며 관련된 잠재적인 이해상충도 보고되지 않았음