

# 한국과 러시아 여성들의 모피의류 구매행동에 관한 비교연구

- 서울-모스크바 여성들을 중심으로 -

이 주 은

(배화여자전문대학 의상과)

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

본 연구는 서울과 모스크바에 거주하는 20~50대 여성들을 대상으로 현지에서 직접 설문 조사를 하였으며, 표본 추출은 연령을 고려하여 편의 추출하였다.

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

측정도구로는 질문지법을 사용하였다. 질문지는 총 56문항으로 이루어져 있으며, 질문지의 구성은 다음과 같다. 자료분석을 위하여 SAS통계 처리방법을 이용하였으며, 빈도, 백분율, 평균,  $\chi^2$ -test, t-test를 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 모피의류 구매동기에 대해 두 집단간의 차이를 비교한 결과 한국여성은 러시아 여성에 비해 '속이 많은 옷을 입지 않아도 보온의 효과가 크므로', '한번 장만하면 오래 두고 입을 수 있기 때문에' 등의 구매동기가 강한 것으로 나타났으며, 그 외의 구매동기에 대해서는 러시아여성이 한국여성에 비해 대체적으로 높은 점수를 나타내었다.
2. 모피의류 구매시 이용하는 정보원으로 러시아여성은 한국여성에 비해 '라디오', '팜플렛이나 카탈로그', '유명인의 옷차림'을 중요시했으며, 한국여성은 '신문'과 '판매원'을 중요한 정보원으로 생각하는 것으로 나타났다.
3. 러시아여성은 한국여성에 비해 높은 모피의류 소유빈도를 나타냈다. 소유하고 있는 모피의류의 구매시기의 경우 러시아 여성은 '1년전 이내', 한국여성은 '1년~3년전 이상'이 많았다. 한겨울 동안의 모피의류 착용횟수의 경우 러시아 여성은 '3개월 이상', 한국여성은 '10회 이하'가 가장 많았다.
4. 모피의류 구매의사는 한국여성에 비해 러시아 여성이 훨씬 강한 것으로 나타났다. 모피

- 의류 구매계획 시기의 경우 러시아 여성은 '1년~2년 사이'가 가장 많았고, 한국여성은 3년 이후가 가장 많은 것으로 나타났다
5. 모피의류 아이템의 경우, 러시아 여성은 롱코트, 한국 여성은 하프코트와 재킷에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.
  6. 모피소재의 경우, 한국 여성은 밍크에 선호도가 집중되어 있는 반면 러시아 여성들은 밍크 외에도 양, 토끼, 뉴트리아 등 비교적 실용적이고 값싼 소재에 대한 선호도도 있는 것으로 나타났다.
  7. 색상의 경우, 러시아 여성들은 진한 밤색, 한국 여성들은 검은색을 가장 선호하는 것으로 나타났다.
  8. 스타일의 경우, 러시아 여성은 '폼위있고 중후한 스타일', '활동적이고 캐주얼한 스타일'을, 한국 여성은 '입기에 부담이 없고 무난한 스타일', '폼위있고 중후한 스타일'을 선호하는 것으로 나타났다.
  9. 길이의 경우, 러시아 여성은 종아리 길이(125cm)를, 한국 여성은 다양한 길이의 모피의류를 선호하는 것으로 나타났다.
  10. 실루엣의 경우, 러시아 여성과 한국 여성은 모두 A-라인을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 집단별로 러시아 여성은 스윙저 실루엣, 한국 여성은 H-라인에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다.
  11. 칼라 디자인의 경우, 두 집단 모두 stand-wing collar를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 집단별로 러시아 여성은 stand collar에 대한 선호도가 높게 나타난 반면, 한국 여성은 notch collar나 shawl collar에 대한 선호도가 상대적으로 높게 나타났다.
  12. 소매 디자인의 경우, 러시아 여성은 turn back cuffs sleeve를, 한국 여성은 push-up sleeve를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과로부터 모피의류 마케팅 전략을 제시하면 다음과 같다.

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

한국 여성은 모피의류를 특수층에 한정된 사치품으로 생각하는 경향이 여전히 남아있어서, 오래 입을 수 있는 품위있고 무난한 스타일을 선호하며 한 겨울동안 단 몇회만 착용하는 사람이 대다수이다. 그러나 최근 들어 구매력의 상승과 함께 모피의류에 대한 수요가 급증하고 있는 추세여서 국내 모피의류 시장 전망은 밝다고 할 수 있다. 또한 모피의류 착용동기가 반드

시 보온의 목적만이 아니기 때문에 롱코트 뿐 아니라 하프코트, 재킷, 숄 등 여러 아이템에 대한 수요가 있으며, 모피의류 구매 연령층도 넓어지고 있는 추세여서 다양한 연령과 아이템에 따른 디자인 개발이 시급하다고 할 수 있다. 내수용 모피의류 디자인의 경우 A-라인이나 H-라인을 중심으로 디자인을 개발하는 것이 바람직하며, 칼라나 소매 디자인의 경우 보온성에 그다지 구애를 받지 않는 다양한 디테일의 변화를 시도해 보는 것도 바람직하다.