

# 소비자의 라이프스타일에 따른 견직물의 선호감성과 태평가

김춘정\*, 조길수\*, 나영주\*\*

\*연세대학교 의류환경학과, \*\*인하대학교 의류학과

Preference Sensibility and Hand of Silk Fabrics according to Lifestyle

Chunjeong Kim\*, Gilsoo Cho\*, Youngjoo Na\*\*

\*Dept. of Clothing and Textiles, Yonsei University, \*\*Dept. of Clothing and Textiles, Inha University

## Abstract

본 연구는 소비자의 라이프스타일에 따라 견직물에 대한 감각·감성의 차이가 있는지를 분석하고, 라이프스타일별 촉감선호도와 구매선호도 차이를 규명함으로써 견직물의 소재 디자인시 감성관련 정보를 제공하고자 한다. 라이프스타일에 따라 감각형용사는 '거칠다, 우글쭁글하다, 촘촘하다' 등에서 보수파가 캐주얼파보다 높은 평가하였으며, 감성형용사는 '개성적이다, 독특하다'등에서는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였으며 '클래식하다'는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였다. 또한, '캐주얼하다, 액티브하다, 신선하다'는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였다. 세 cluster별로 촉감선호도와 구매선호도를 분석한 결과 cluster 2를 가장 '촉감이 좋다, 구매시 선호한다'라고 하였다. 촉감선호도는 라이프스타일에 따라 유의한 차이가 없었으나 구매선호도에서는 라이프스타일에 따라 유의한 차이가 있었다.

Keywords: 라이프스타일, 견직물, 감각형용사, 감성형용사, 촉감선호도, 구매선호도

## 1. 서론

소비자의 특성이 개성화, 다양화됨에 따라 소비자의 감성에 호소할 수 있는 제품개발이 요구되고 있다. 그러므로 소비자의 라이프스타일을 파악한다면 더욱 정확한 소비자의 감성을 측정할 수 있을 것이다. 라이프스타일의 개념을 처음 도입한 Lazer는 라이프스타일을 생활의 특징적 양상이며, 문화, 가치관, 인가, 자산, 규제 의 소산이라고 정의<sup>1)</sup>하고 소비의 형태는 사회의 라이프스타일을 반영하기 때문에 소비자 행동을 이해하고 설명, 예측하는데 라이프스타일

이 중요하다고 설명하였다.

직물이 어떤 감성을 일으키는지에 대한 평가는 다양한 방법으로 시도되어 왔다. 특히, 부드러운 촉감, 우아한 광택, 우수한 탄력성, 드레이프성 등의 특성을 가진 고부가가치 제품인 견직물의 태에 관한 연구를 살펴보면 中田은 실크와 화학섬유와의 혼방직물의 태를 기본태, 종합태로 나누어 측정하였다.<sup>2)</sup> 선행연구<sup>3)4)</sup>에서는 견직물의 태와 감성형용사를 분류하고 견직물에 대한 이미지스케일을 제시하고 역학적 특성과의 관계를 고찰하였다.

그러나 라이프스타일이 소재선택에 있어서

영향을 주는지에 관한 연구는 미흡한 실정이다. 그러므로 본 연구의 목적은 첫째, 라이프스타일에 따라 감각 및 감성형용사의 평가에 차이가 있는지를 살펴보고, 둘째, 소비자의 라이프스타일별로 견직물의 선호도에 차이가 있는지를 살펴보는 것이다.

## 2. 연구방법

### 2.1. 시료

시료는 시각적 효과를 배제하기 위하여 검정색으로 제작된 다양한 조직의 견직물 16종을 대상으로 하였다. 이들 직물들은 일반속사로 제작된 것으로 강연사와의 교직물, 노일사와의 교직물, 노일사와의 교직물이 각각 1점씩, 그리고 견방사와의 교직물이 2점 포함되어 있다.

### 2.2. 연구대상 및 분석방법

남녀 대학생 95명을 대상으로 하였으며 시료를 만지거나 비벼보거나 쥐어보아 감각·감성형용사 및 촉감선호도와 구매선호도에 대하여 7점 단일척도로 평가하도록 하였다. 또한, 라이프스타일(캐주얼파, 모던파, 보수파, 퍼플러파)을 선택하도록 하였다. 태와 감성형용사는 선행연구에서 사용된 형용사로 구성하였다. 자료의 분석방법은 PC-SAS package를 사용하여 군집분석, 대응분석, 분산분석, LSD 검정 등을 행하였다.

## 3. 결과 및 분석

### 3.1. 라이프스타일별 감각형용사 평가

각 라이프스타일별 감각형용사에 대한 평가는 그림 1과 같다. '우글쭈글하다, 거칠다, 유연하다, 바삭거린다, 차갑다, 촘촘하다'(p<0.05), '뻣뻣하다'(p<0.01) 등의 감각형용사에서 라이프스타일별로 유의한 차이가 있었다.

라이프스타일별 감각형용사에 대한 LSD 검정( $\alpha=0.05$ ) 결과 '거칠다, 우글쭈글하다, 촘촘하다'등에서는 보수파가 캐주얼파보다 높은 평

가하였다. 이것은 보수파가 캐주얼파보다 표면 특성이 큰 직물에 더 민감하기 때문이라고 사료된다. '뻣뻣하다, 건조하다' 등에서는 보수파가 모던파보다 높은 평가를 하였으며, '유연하다'에서는 캐주얼파가 보수파보다 높은 평가를 하였다.

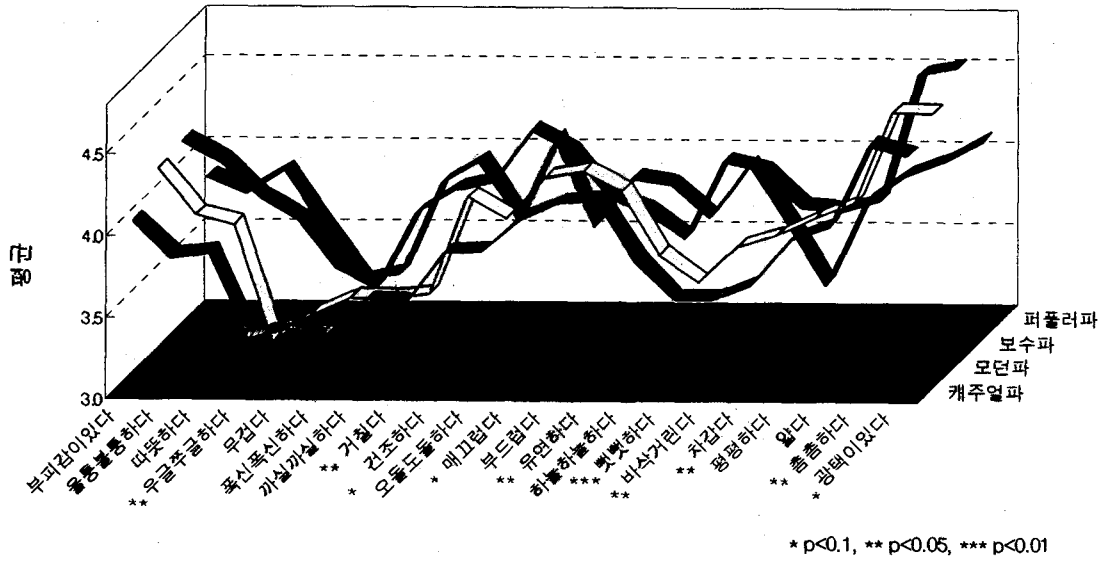
### 3.2. 라이프스타일별 감성형용사 평가

각 라이프스타일별 감성형용사에 대한 평가는 그림 2와 같다. '개성적이다, 신선하다, 로맨틱하다, 심플하다, 보수적이다'(p<0.05), '클래식하다, 상쾌하다'(p<0.01)등의 감성형용사에서 라이프스타일별로 유의한 차이가 있었다.

라이프스타일별 감성형용사에 대한 LSD 검정( $\alpha=0.05$ ) 결과 '개성적이다, 독특하다'등에서는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였으며 '클래식하다'는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였다. '캐주얼하다, 액티브하다, 신선하다'는 보수파가 캐주얼파보다 높게 평가하였다. '고급스럽다'에서는 모던파, 퍼플러파, 캐주얼파, 보수파의 순이었다. '상쾌하다'는 캐주얼파가 보수파와 모던파보다 더 높게 평가하였다.

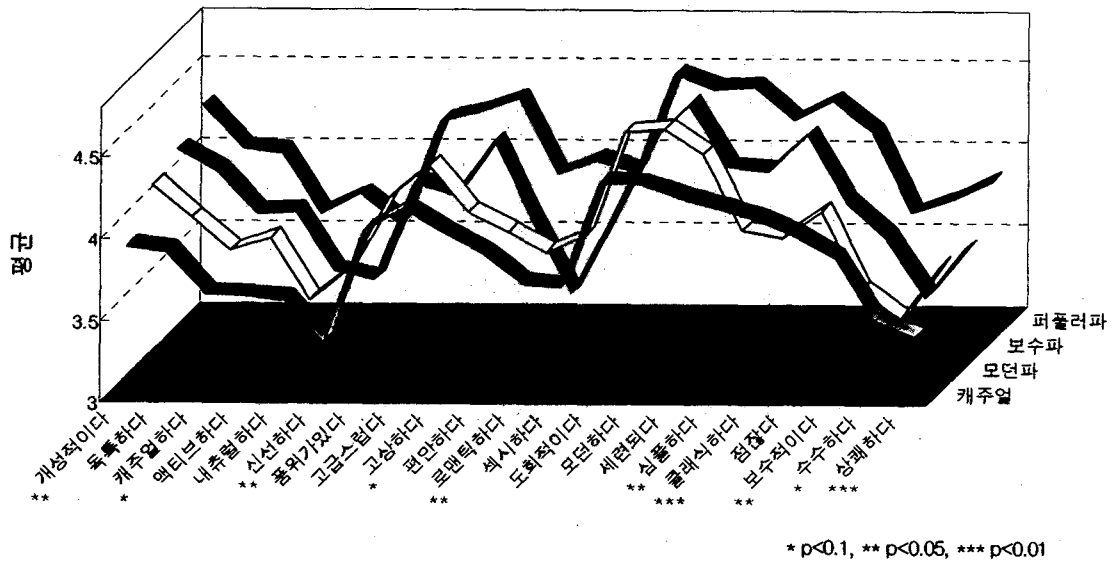
### 3.3. 형용사 특성별 직물분포

감각형용사와 감성형용사의 특성별 직물의 분포를 가시화하기 위해 대응분석을 한 결과는 그림 3과 같다. cluster 1은 '울퉁불퉁하다, 따뜻하다, 독특하다, 캐주얼하다'등의 형용사와 M, O, D등의 표면이 거친 노일사, 강연사등과의 교직물이 포함되었다. cluster 2는 '부드럽다, 유연하다, 고상하다, 고급스럽다, 촉감이 좋다, 구매시 선호한다'등의 형용사와 A, H, P, I등의 수자직물과 능직물이, cluster 3에는 '차갑다, 뻣뻣하다, 바삭거린다'등의 형용사와 B, J, L등의 평직물류가 포함되었다. 이 대응분석을 이용함으로써 감각·감성형용사들에 따라 직물이 어떻게 대응되는지를 2차원 평면상에 시각화시켜 줌으로써 각 직물에 대한 감성을 쉽게 파악할 수 있었다.



감각형용사

그림 1. 라이프스타일에 따른 감각형용사 평가



감성형용사

그림 2. 라이프스타일에 따른 감성형용사 평가

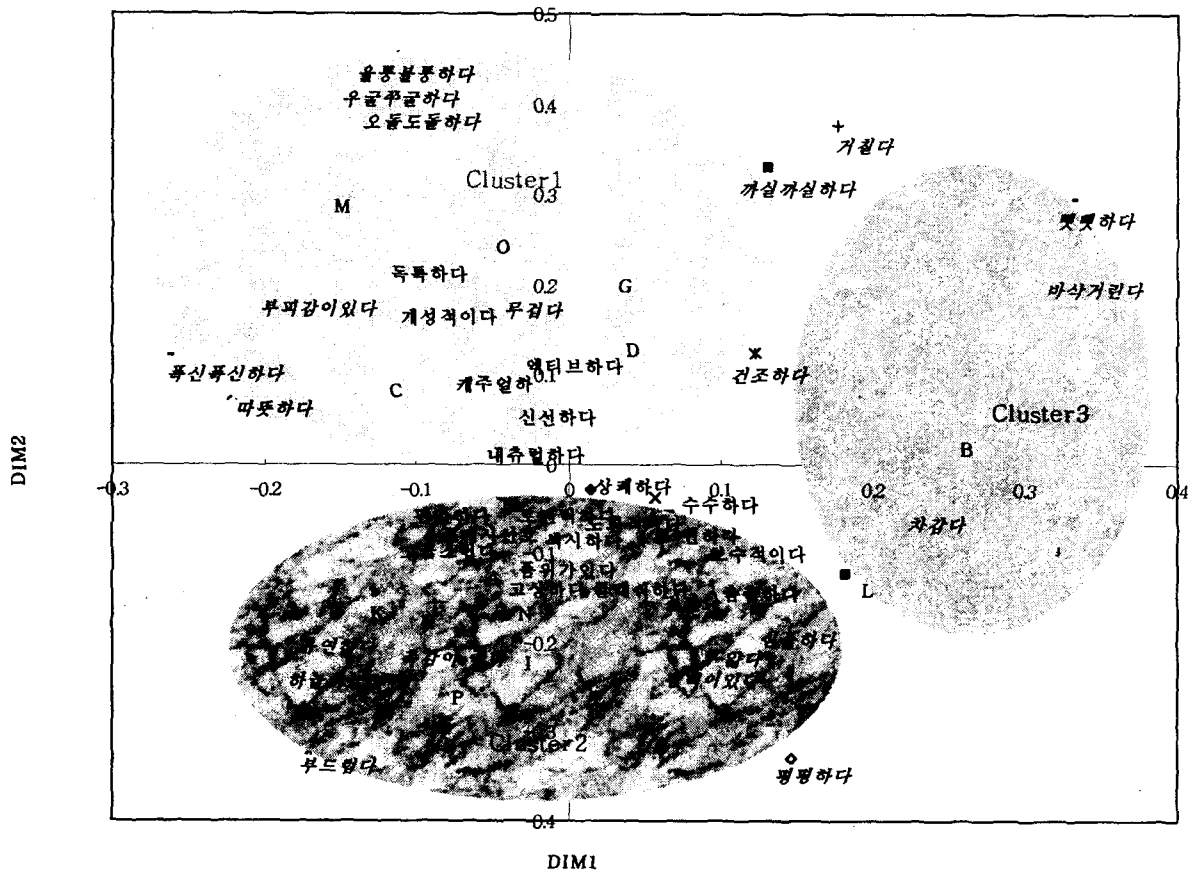


그림 3. 대응분석 결과

3.4. 직물군별 라이프스타일에 따른 촉감선호도 평가

직물군, 즉 cluster별로 라이프스타일에 따른 촉감선호도 평가를 분석한 결과는 그림 4와 같다. 라이프스타일별 유의한 차이가 있는지 알아보기 위하여 LSD 검정을  $\alpha=0.5$  수준에서 시행하였다. cluster 2는 <모던파><보수파·캐주얼파><퍼플러파>의 순으로, cluster 3은 <퍼플러파><모던파·캐주얼파><보수파>의 순으로, cluster 1은 <퍼플러파><보수파·모던파><캐주얼파>의 순으로 유

의적인 차이가 있었다. 모든 라이프스타일에서 cluster 2를 가장 선호하였으며 그 다음으로 cluster 3, cluster 1 순으로 선호하였다. 이는 견직물에 대한 촉감 선호도는 라이프스타일에 상관없이 부드럽고 유연한 전통적인 실크의 감촉을 선호함을 보여준다.

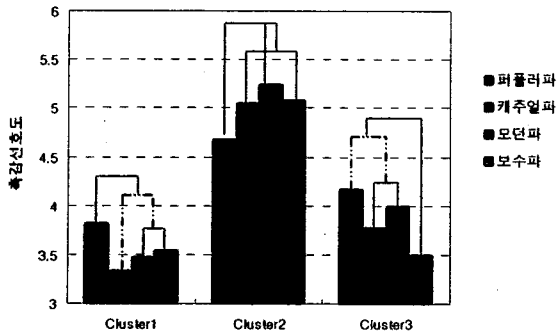


그림 4. cluster별 라이프스타일에 따른  
촉감선호도

### 3.5. 직물군별 라이프스타일에 따른 구매선호도 평가

cluster별 라이프스타일에 따른 구매선호도 평가 결과는 그림 5와 같다.

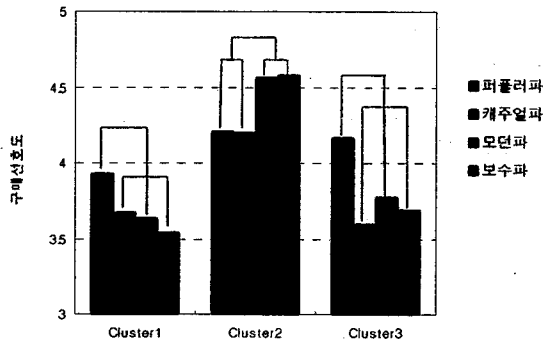


그림 5. cluster별 라이프스타일에 따른  
구매선호도

라이프스타일별 차이가 있는지 알아보기 위하여 LSD 검정을  $\alpha=0.5$  수준에서 시행하였다. cluster 2는 보수파·모던파>퍼플러파·캐주얼파의 순으로 cluster 3는 퍼플러파>모던파·보수파·캐주얼파의 순으로, cluster 1은 퍼플러파>캐주얼파·모던파·보수파의 순으로 유의적인 차이가 있었다. 모든 라이프스타일에서 cluster 2를 가장 선호하였다. 이것은 구매시에도 촉감이 좋은 견직물을 구매시에도 가장 선호함을 보여주고 있다. 그러나, 캐주얼파가 다른 라이프스타일과 다르게 2번째로 선호하는 직물이 cluster 1인 것은 그 라이프스타일 특성 상 캐주얼하고 자유스러운 소재를 선호하기 때문으

로 사료된다. 퍼플러파는 cluster별로 비교적 높은 구매선호도를 보여주고 있다.

## 4. 결론 및 제언

본 연구에서는 견직물을 중심으로 소비자의 라이프스타일을 캐주얼파, 모던파, 보수파, 퍼플러파로 분류하고 그에 따른 견직물의 선호감과 감성을 분석하였다. 견직물은 군집분석결과 세 개의 cluster로 분류되었으며, 각각 'rough', 'smooth', 'stiff'한 특징이 있었다. 촉감선호도와 구매선호도 분석에서는 라이프스타일에 관계없이 cluster 2를 가장 '촉감이 좋다, 선호한다'라고 평가하였다. cluster 2의 감각은 '부드럽다, 얇다, 유연하다' 등의 느낌을 나타내며 감성은 '고상하다, 도회적이다, 세련되다, 고급스럽다, 품위가 있다, 모던하다' 등의 이미지를 나타냈다. 캐주얼파는 cluster 1을 선호하는 경향이 있었고, 모던파, 보수파, 퍼플러파는 cluster 3을 선호하는 경향을 보였다. 이처럼 라이프스타일에 따라 선호하는 소재의 경향이 다른 것을 확인할 수 있었다.

## 참고문헌

- 1) Lazer, W.(1971), Marketing Management: A System Perspective, New York: John Wiley & sons, Inc., 483.
- 2) 中田英敏(1989), 絹·化學纖維の複合素材製品の開発, 織機誌, 42(4), P173~P184
- 3) 김춘정, 나영주(1999), 견직물의 태와 감성차원의 이미지스케일에 관한 연구, 한국의류학회지, 23(6), 898-907
- 4) 김춘정, 나영주(2000), 견직물의 물리적 자극에 따른 태와 역학적 특성, 한국의류학회지, 24(3), 429-439