

# 신세대의 감성적 라이프 스타일 및 트렌드에 관한 연구 II

<1825의 감성적 트렌드 조사>

A Study on Emotional Lifestyle of New Generations and Design Trend

민규홍, 정도성, 김철수

국민대학교 테크노디자인전문대학원

박종서

현대-기아자동차주식회사 디자인연구소

MIN Kyu-Hong, CHUNG Do-Sung, KIM Chul-Soo

Graduate School of Techno Design, Kook-Min Univ.

PARK Jong-Seo

Hyundai-Kia Motor Company Inc.

• Key words: Design Trend, Emotion, New Consumer Group

## 1. 연구배경 및 목적

본 연구는 근 미래(약 10년 후)의 소비문화의 주체가 될 연구대상(신세대:18세~25세) 그룹의 라이프 스타일 트렌드 조사, 조사 방법 프로세스 및 향후 트렌드 예측의 구조를 구축하는 목적으로 연구하였다.

연구 대상 연령층을 트렌드 조사의 특징적 축으로서 적용하기 위하여 기존의 분류 방법과는 달리 감성적 성향별로 세분화하여 각 그룹별 트렌드 성향을 추출하는데 있어서의 기준으로서 활용함을 목적으로 하였다.

신세대1825(18세~25세)의 각 그룹별 가치관, 라이프 스타일 트렌드, 감성 칼라 이미지 조사와 3040세대(30세~40세) 트렌드와의 상관관계 등을 통하여 현재 신세대 1825의 라이프 스타일 트렌드와 트렌드 성향의 구조 및 관계성을 비교 연구 함으로서 신세대의 트렌드 특성과 검증 등을 통한 향후 라이프 스타일 트렌드에 대한 예측 프로세스 구축을 그 목적으로 하였다.

## 2. 연구방법 및 범위

연구의 내용은 피험자 대상인 신세대(18세~25세)를 특성 파악 및 비교 평가하기 위해 5가지 타입의 그룹인 합리파(G1 type), 행동파(G2 type), 보수파(G3 type), 매니아(G4 type), 트렌드 리더(G5 type)로 G감성측정법<sup>1)</sup>을 통하여 분류하였다.

설문조사는 SD척도법 5단계를 적용하여 가치관 조사, 트렌드 조사 및 감성 칼라 이미지 조사의 데이터 수집에 이용 되었다. 신세대 각 타입별 가치관 조사, 트렌드 조사 및 3040세대의 가치관과 트렌드의 관계는 단순집계를 통하여 관계성을 파악하였다.

신세대 타입별 색상에 대한 감성적 이미지를 파악하기 위한 감성 칼라 이미지 분석에는 대상을 색상 이미지와 자동차 색상 이미지로 나누어 8개의 평가 이미지 형용사와

8가지 기본 색상(Red, Blue, Green, Yellow, Purple, White, Black, Silver)으로 대응분석(Correspondence Analysis), 을 통하여 색상과 이미지와의 상관관계를 분석하고 군집분석(Cluster Analysis) 을 통하여 그 유사성과 대응성을 파악하였다.

연구 결과를 기본으로 신세대 타입별 키워드와 상호 연관성을 고려하여 트렌드 예측 모델의 구조도를 종합적으로 해석하여 정리하였다

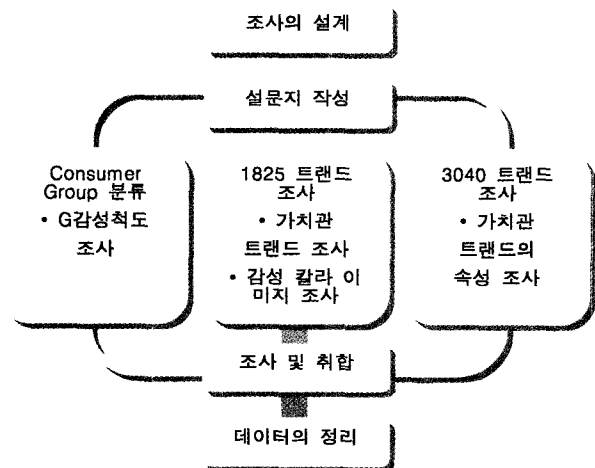


그림 1. 조사 연구의 구조도

## 3. 연구의 종합

신세대 타입별 가치관, 트렌드 및 색상의 이미지에 대한 유형별 특징을 살펴보면 다음과 같다.

### 3-1. 가치관 및 트렌드

가치관 및 트렌드에 있어서 합리파:G1 타입과 트렌드 리더:G5 타입간에 가장 큰 차이가 나타났으며, 상호 상반되는 반응을 보이는 것으로 나타났다.

### 3-2. 신세대 타입별 색상 이미지

신세대 감성 타입별 색상 선호도 및 색상 이미지에 대한 관계성의 특징으로는(표 1) 타입별 차이 없이 색상 선호도가

<sup>1)</sup> G감성 측정방법은 1988년에 일본의 후지종합연구소의 경영전략 연구부에서 경영정보건설기술의 증대를 목표로 개발한 소비자 분류 측정방법이다. 이 방법은 고도 소비사회에 있어서 일반 소비자의 다양한 욕구 및 감성도를 조사 분석하여 과학적으로 해석함으로써 소비자의 특성을 G1~G5의 5가지 유형으로 분류하여 정확하게 파악하기 위한 것이다.

	합리파 G1	행동파 G2	보수파 G3	메니아 G4	트렌드 리더 G5
선호도	중저(16위)	중고(4위)	중저(5위)	중(4위)	중고(4위)
칼라 이미지		캐주얼한 스포티한			강렬한
자동차 칼라 이미지	캐주얼한 스포티한		캐주얼한 스포티한		
선호도	고(2위)	고(2위)	고(2위)	고(2위)	고(2위)
칼라 이미지	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한 스포티한	캐주얼한 스포티한	캐주얼한 스포티한	캐주얼한	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한
자동차 칼라 이미지	캐주얼한 스포티한	캐주얼한 스포티한	캐주얼한 스포티한	신뜻한 캐주얼한 귀여운	캐주얼한 스포티한
선호도	중고(4위)	중저(8위)	중고(4위)	저(8위)	저(7위)
칼라 이미지	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한 스포티한	신뜻한 부드러운 내추럴한	캐주얼한 스포티한	신뜻한 내추럴한	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한
자동차 칼라 이미지	캐주얼한 스포티한	캐주얼한 스포티한	캐주얼한 스포티한	신뜻한 캐주얼한 귀여운	캐주얼한 스포티한
선호도	중저(5위)	중저(5위)	저(7위)	중저(5위)	중저(6위)
칼라 이미지	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 귀여운 내추럴한	부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한
자동차 칼라 이미지	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 귀여운 내추럴한	부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한
선호도	중저(5위)	중저(5위)	저(7위)	중저(5위)	중저(6위)
칼라 이미지	귀여운	귀여운	귀여운	귀여운	귀여운
자동차 칼라 이미지	귀여운	귀여운	신뜻한 귀여운 내추럴한	신뜻한 캐주얼한 귀여운	귀여운
선호도	최저(8위)	최저(8위)	최저(8위)	최저(7위)	최저(8위)
칼라 이미지		캐주얼한 스포티한	하이테크적	하이테크적	스포츠한
자동차 칼라 이미지	캐주얼한 스포티한		하이테크적	강렬한	
선호도	최고(1위)	최고(1위)	최고(1위)	최고(1위)	최고(1위)
칼라 이미지	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한 스포티한	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한	귀여운	신뜻한 캐주얼한 부드러운 내추럴한
자동차 칼라 이미지	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한	부드러운 내추럴한	신뜻한 부드러운 내추럴한
선호도	중고(3위)	중고(3위)	중고(3위)	중고(3위)	중고(3위)
칼라 이미지	강렬한	강렬한	하이테크적		
자동차 칼라 이미지	하이테크적		하이테크적	강렬한	
선호도	저(7위)	저(7위)	중저(6위)	최저(7위)	중저(5위)
칼라 이미지	하이테크적	하이테크적	하이테크적	하이테크적	하이테크적
자동차 칼라 이미지	하이테크적	하이테크적	하이테크적		하이테크적

표 1. 신세대 감성 타입별 이미지의 종합오류! 연결이 잘못 되었습니다.

White(1위) - Blue(2위) - Black(3위) 순위로 나타났으며, 색상 Silver에 대한 선호도가 트렌드 리더:G5 타입에서 상대적으로 높게 나타났으며, 색상별 이미지는 다음과 같다.

- White : 색상 이미지-신뜻한, 부드러운, 내추럴한, 캐주얼한...  
자동차 색상- 신뜻한, 부드러운, 내추럴한
- Blue : 색상 이미지-신뜻한, 캐주얼한, 내추럴한, 스포티한...  
자동차 색상- 캐주얼한, 스포티한
- Black : 색상 이미지-강렬한  
자동차 색상- 하이테크적인
- Silver : 색상 이미지-하이테크적인  
자동차 색상- 하이테크적인

#### 4. 종합적 해석 및 트렌드의 방향

신세대의 1825그룹과 30~40대와의 관계에서 트렌드의 구조를 정리하면 다음과 같다.

기준축을 절대적 트렌드와 가변적 트렌드로 또다른 축은 환경적 요소와 개인적 요소로 나누어 관계성의 요소를 매핑하면 크게 4가지로 A는 절대변수, B는 환경변수, C는 유동적 변수, D는 시간의 변수의 특징적 영역과 관계성을 찾을 수 있었다.

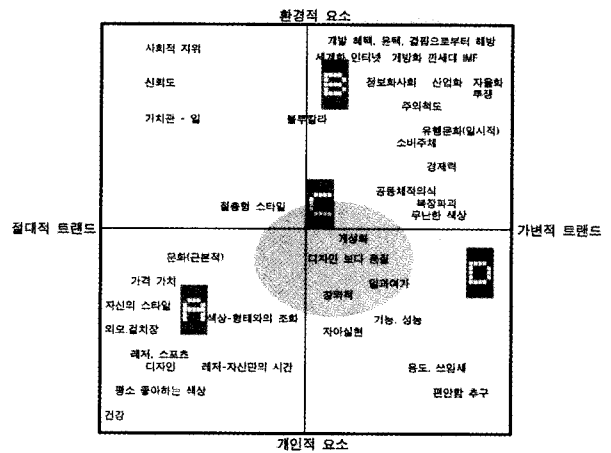


그림 2. 트렌드의 예측 구조

각 트렌드의 특징적 영역과 관계성을 살펴보면, A의 절대변수는 표준 트렌드에 적용되며 트렌드 데이터 축정이 용이하며 B의 환경변수는 사회적 접근과 거시적 관찰이 필요하여 B의 환경변수는 A의 절대변수에 영향을 미친다. C는 유동적변수로 절대변수와 환경변수에 영향을 받아 유동적변수에 대한 트렌드의 방향예측이 가능하다. D는 시간의 변수로 환경변수와 유동적변수의 영향을 받아 시간적변수에 대한 트렌드의 방향예측이 가능하다.

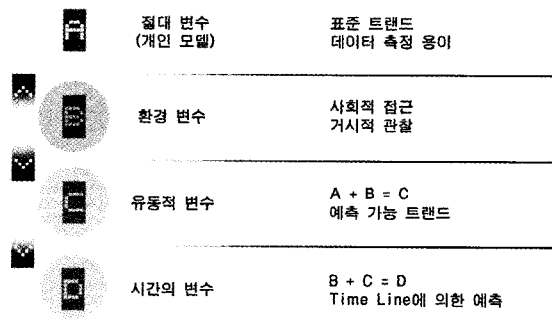


그림 3. 트렌드의 상관관계

#### 5. 맺음말

세대별 트렌드의 변화 구조에 대한 조사와 지속적으로 신세대 그룹의 트렌드 스타일을 관찰하여 DB화 할 수 있는 사이버 트렌드 조사 툴을 개발 하였다.

※본 연구는 현대자동차와의 산학협동과제 연구 중 일부임.