

국내노인의 실버용품 색채선호도에 관한 연구

A Study on the Domestic Older People's Color Preference for Silver Product

이미란^{a,*}, 이재환^b

^a 한양대학교 산업경영디자인 대학원 산업·환경디자인학과, ^b 한양대학교 산업디자인학과

ABSTRACT

본 연구에서는 고령화 시대에 발맞춰 실버산업의 한 분야인 실버용품 디자인 시 계획되어야 할 중요한 요소인 색채에 대해 다루었다. 현재 국내 노인 관련 색채 연구는 미흡한 실정이며 특히 실버용품을 위한 색채 연구는 매우 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 실버용품 사용주체인 국내 60세 이상의 노인을 대상으로 색채연구를 진행함으로써 향후 실버용품 색채 계획에 대한 기초자료로 활용하고자 한다. 본 연구에서는 실제 실버용품의 색상 및 색의 3속성(색상, 명도, 채도)에 대한 노인들의 심리적 선호도를 조사하였다. 본 연구를 통하여 얻은 결론은 남녀 모두 명도가 높은 밝은 색상을 선호하였고, 여성의 경우 무려 89%가 수수한 무채색 보다는 원색인 화려한 색상을 선호하였으며, 남자들 또한 52%가 화려한 색을 선호하였다. 이 결과는 현재 시중에 판매되고 있는 실버용품이 무채색인 흰색, 회색, 검정색이 대부분인 것을 감안하면 실버용품의 색채계획이 노인의 실제 선호색과는 다르다는 것을 보여준다. 본 연구를 통하여 조사된 색채선호도는 향후 실버용품 색채계획 시 주요한 고려사항으로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

Keyword: 실버용품, 노인, 색채, 제품디자인

1. 서론

현재 우리나라는 급속한 고령화의 길을 가고 있다. 통계청 자료[1]에 의하면 2008년(7월 1일 현재) 총인구 중 65세 이상 인구가 차지하는 비율이 10.3%며, 2018년에는 고령사회 기준점인 14%를 돌파하게 된다고 발표했다. 그리고 2026년이 되면 초고령사회(20%이상)에 도달할 것으로 전망했다. 이러한 현상들에 대해 관련분야 전

문가들은 노인부양 부담이 늘어나고, 생산인구가 줄어들어서 성장률이 둔화되어 국가경제가 우려된다는 전망을 내놓고 있다. 이를 바꿔 해석하면 소비주체가 노인으로 바뀌어 가고 있고, 실버산업의 활성화가 도래하고 있으며 그에대한 연구가 시급하다는 의미라고 볼수 있다. 본 연구는 현재 상황에 발맞춰 실버산업의 한 분야인 실버용품 디자인 시 계획되어야 할 색채에 대해 다루고자한다. 색채는 디자인의 핵심요소로서 소비자의 제품 선택

과 직결되어 소비자의 구매행동에 매우 중요한 요인으로 작용된다. 그러나 현재 국내 노인에게 관련된 색채 연구는 미흡한 실정이며 특히 실버용품에 대한 색채 연구는 매우 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 실버용품 디자인 시 그 용품을 사용하는 주체를 대상으로 연구를 진행함으로써 향후 노인을 위한 실버용품 색채 계획에 대한 기초자료로 적극 활용하여 노인 색채계획에 대한 개선점을 이끌어 내는 것을 그 목적으로 한다. 본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 색채가 제품의 선택에 미치는 영향을 간단히 고찰하였으며, 3장에서는 본 논문의 연구 과정 및 절차를 나타내었다. 4장에서는 연구결과를 정리하였으며 5장에 결론을 나타내었다.

2. 색채가 제품의 선택에 미치는 영향

제품디자인의 이미지 형성의 조건은 디자인, 색채, 품질, 보증, 서비스이다. 그리고 특징 있는 디자인은 경쟁 제품과의 차별화를 줄 수 있는 요소이며, 마케팅 측면에서도 가치가 높다. 색채는 디자인의 중요한 표현요소로서 심리학적, 사회학적으로 소비자의 구매행동에 중요한 요인으로 작용되며, 효과적인 색채의 활용은 판매의 증대뿐만 아니라 생산성 향상과 인간의 정서적 반응도 일으키는 것으로 알려져 있다[2].

3. 연구 과정 및 절차

3.1. 조사대상 및 자료수집 개요

본 연구의 조사대상은 경기도 부천시 지역 노인회관, 노인 바둑 동호회, 공원 등의 60세 이상의 노인이며, 조사자가 직접 면접하고 기록하는 형식을 통하여 설문을 완성하였다. 면접은 2009년 9월 18일 ~ 22까지 5일에 총 53명의 노인을 대상으로 진행되었으며, 응답자의

분포는 남자가 25명 여자가 28명으로 남자가 전체 응답자의 47%, 여자가 53%로 나타났다.







3.2. 연구의 과정 및 평가항목 선정

3.2.1. 실버용품 대상 선정

설문을 위한 실버용품 선정은 우리나라 노인들이 친숙하고 보편적으로 많이 가지고 있는 안마기(의료용진동기)로 선정하였으며 현재 시중에 나와있는 실버용품 색상이 많지 않음을 감안하여 컴퓨터 그래픽으로 직접 제작한 후 실험 색상을 입혀 제시하는 방식으로 진행하였다.

3.2.2. 색상선호도 조사

색상선호도 조사를 위해 제시된 안마기 색상으로는 우리나라 노년층의 색채의식에 대한 연구가 거의 되지 않고 있는 점을 감안하여 한국 공업규격과 교육부에서 제정하고 있는 10 색채와 무채색 3 색채 총 13 색채에 대해 조사를 진행하였다. 설문조사에 제시된 색상 표본은 그림 1 과 같다.










			
빨강 [4.9R]	주황[5.1YR]	노랑[5.4Y]	연두[5.4GY]
			
초록[5.6G]	청록[3.7BG]	파랑[7.9B]	남색[6.1PB]
			
보라[4.7P]	자주[3.8FP]	하양[N9.5]	회색[N5.5]
			
검정[N2.5]			

[그림 1] 색상선호도 조사 설문 항목

3.2.3. 색의 심리적 효과에 따른 색채선호도 조사

노인들의 색의 심리적 효과에 따른 색채선호도 조사를 위해 사용된 평가항목은 3가지다. 첫번째 평가

항목으로는 색상의 심리적 효과의 조사방법으로 색의 한난감(따뜻한색, 차가운색)에 따른 선호도를 조사하였다. 설문조사에 제시된 색상 표본은 그림 2 와 같다.

따뜻한 색	차가운색	중성색
 빨강[4.9R]	 파랑[7.9B]	 연두[5.4GY]
 주황[5.1YR]	 청록[3.7BG]	 초록[5.6G]
 노랑[5.4Y]	 남색[6.1PB]	 보라[4.7P]

[그림 2] 색의 한난감 대비 설문 항목

두번째 평가 항목으로는 명도의 심리적 효과의 조사방법으로 색의 경중감(가벼운색, 무거운색)에 따른 선호도를 조사하였다. 설문조사에 제시된 색상 표본은 그림 3 과 같다.

가벼운색	무거운색
 하양 [N9/0]	 검정 [N1/0]
 밝은노랑 [10Y9/4]	 갈색 [5YR 2/4]
 밝은하늘 [10BG9/4]	 남색 [6.1PB1/10]

[그림 3] 색의 경중감 대비 설문 항목

세번째 평가 항목으로는 채도의 심리적 효과의 조사방법으로 색의 유목성(화려한 색, 수수한 색)에 따른 선호도를 조사하였다. 설문조사에 제시된 색상 표본은 그림 4 와 같다.

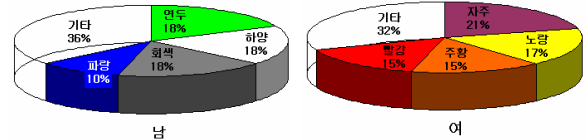
화려한색	수수한색
 빨강[4.9R]	 하양[N9.5]
 자주[3.8RP]	 회색[N5.5]
 연두[5.4GY]	 검정[N2.5]

[그림 4] 색의 유목성 대비 설문 항목

4. 연구 결과 및 분석

4.1. 색상선호도 조사 결과

60세 이상의 노인을 대상으로 13가지 색상의 제품을 제시하고 구입하고 싶은 색상을 선택하게 하는 색상선호도 조사 결과는 그림5와 같다.



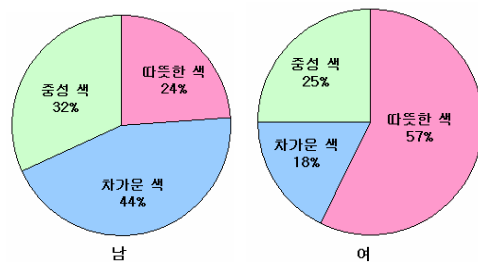
[그림 5] 남·녀 색상선호도 조사 결과

색상 선호 조사 결과 남자와 여자 선호 색상이 확연히 구분되었다. 남자의 경우 연두, 하양, 회색, 파랑색 계통을 선호하였으며, 여자의 경우 자주, 노랑, 주황, 빨강색 계통을 선호하였다. 이것은 실비용품 디자인의 색채 계획과정에서 남녀에 따라 차별화되어 진행될 필요가 있음을 뜻한다.

4.2. 색의 3 속성이 나타내는 심리적 선호 결과

4.2.1. 색상에 따른 심리적 선호 결과

색상의 심리적 효과 조사 방법으로 제시한 한난감에 따른 색채선호도 조사 결과는 그림 6 과 같다.

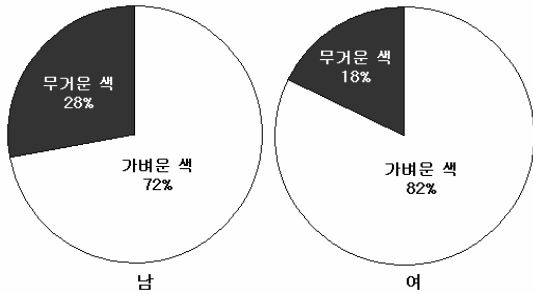


[그림 6] 색의 한난감 선호도 조사 결과

한난감에 따른 심리적 선호도 조사 결과 남자의 경우 차가운 한색 계열을 선호 하는 경향을 보였으며, 여성의 경우 따뜻한 난색 계열을 선호하는 경향을 보였다.

4.2.2. 명도에 따른 심리적 선호 결과

명도의 심리적 효과 조사 방법으로 제시한 경중감에 따른 조사 결과는 그림 7 과 같다.

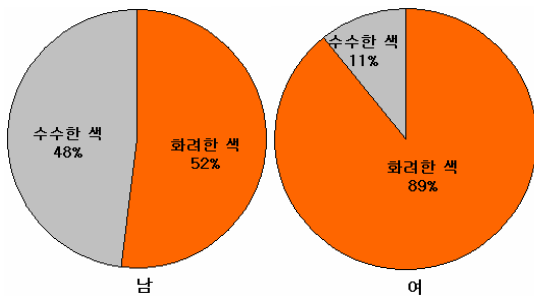


[그림 7] 색의 경중감 선호도 조사 결과

경중감에 따른 심리적 색상선호도 조사 결과 남녀 모두 명도가 높은 밝고 가벼운 색을 선호하는 것으로 조사되었다.

4.2.3. 채도의 심리적 효과

채도의 심리적 효과 조사 방법으로 제시한 유목성에 따른 조사 결과는 그림 8 과 같다.



[그림 8] 색의 유목성 선호도 조사 결과

유목성에 따른 심리적 색상선호도 조사 결과는 여자의 경우 89%가 채도가 높은 원색계통의 화려한 색을 선호하였으며, 남자의 경우도 예상과 달리 아주 근소한 차이로 무채색 보다는 화려한 색을 선호하는 것으로 조사되었다.

5. 결론

본 연구 결과에 따르면 노인 여성의 경우 무려 89%가 수수한 무채색 보다는 채도가 높은 원색인 화려한 색상을 선호하고 있으며, 노인 남성들 또한 52%가 수수한 무채색 보다는 원색인 화려한 색상을 선호하고 있음을 도출하였다. 이 결과는 현재 시중에 판매되고 있는 실버용품이 무채색인 흰색, 회색, 검정색이 대부분인 것을 감안하면 실버용품의 색채계획이 실제 사용 주체인 노인의 실제 선호색과는 다르다는 것을 보여준다. 특히, 여성 노인의 경우 모든 조사결과에서 밝고 화려하면서도 난색 계통의 색상을 일관되게 선택하였다. 이는 곧 제품의 실 구매자가 남성보다는 여성인 것을 감안할 때 실버용품 색채디자인에 미흡한 점이 있음을 알 수 있다.

본 연구를 통해 얻은 결론은 노인 남녀 모두 명도가 낮은 어두운 색 보다는 명도가 높은 밝은색 계통을 선호하고 있으며, 여성의 경우 난색을, 남성의 경우 한색을 선호하는 등 남성과 여성의 색상선호도가 다를 것을 발견하였다. 현재 실버용품의 경우 단일 색상으로만 제작되는 경우가 많은데 남녀 실버용품 디자인 차별화가 절실히 필요하며, 본 연구를 통하여 조사된 색채선호도는 향후 실버용품 색채 계획 시 주요한 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

[1] 통계청, (2008). <http://kostat.go.kr> 2008 고령자 통계.
 [2] 장남서, 김세범 (2006). 제품의 색채가 제품의 색채선호도, 이미지, 태도에 미치는 영향. 디자인학연구, 20(1), 한국디자인학회, 79-88.