

침구류 디자인 선호도와 구매동기에 관한 연구

- 색과 무늬를 중심으로 -

성신여자대학교 조형대학원
권은순
성신여자대학교 의류학과
교수 이명희
성신여자대학교 박사과정
강승희

目 次

I. 서론	V. 결론
II. 선행연구 고찰	참고문헌
III. 연구방법	ABSTRACT
IV. 결과 및 논의	

I. 서론

최근 경제성장과 더불어 주택구조와 생활양식의 변화로 침구문화가 한식에서 양식으로 변화함에 따라 침대가 대중화되었다. 또한, 침구에 대한 구매는 '갓추기'에서 소비용품으로 수요패턴이 전환하고 있다. 이와 함께 토틀 코디네이션이 가능한 브랜드를 선호하는 추세로 발전하고 있는 것이 최근 침구류 시장의 상황이다.

침구류는 기존 다른 패션 상품군과 마찬가지로 제품의 사이클이 빨라져 가고 있어 각 업체에서는 신제품 개발에 주력하고 있으며, 라이선스 브랜드와 직수입 브랜드 도입을 추진하는 경향을 보이고 있다. 그러므로, 내수업체 부진 속에 브랜드 차별화로 자사의 이미지를 찾으려는 다각적인 노력이 요청되고 있다. 따라서 "무엇을 팔 것인가"하는 메이커 중심적 사고에서 탈피하여 "누구

를 만족 시킬 것인가"하는 소비자 중심의 마케팅 중심적 사고전환이 요구되고 있다.

한편 다양화, 개성화되어 가고 있는 소비자의 요구를 정확히 파악하고 이에 부응하는 제품과 소비자를 이끌어 가는 기획, 정확한 타겟 설정을 통해 유행을 주도해 나아가기 위해서는 침구류 구매태도에 관한 소비자 연구가 절실히 요청된다고 본다. 그러나 현재까지 이에 관련된 연구는 의류학의 다른 분야에 비하여 매우 미비한 실정이다. 또한 지금까지 이루어졌던 침구에 관한 대부분의 연구¹⁾²⁾³⁾도 침구재의 특성과 같은 실험 중심으로 이루어졌으며 현재 소비자들의 요구를 파악하는 자료가 되는 침구류의 선호도 및 사용 실태와 관련된 연구는 미약한 편이다.

따라서 본 연구에서는 수도권내에 거주하는 20~40대의 기혼여성을 대상으로 소비자의 개인적 특성에 따른 침구류 구매동기와 침구류 디자인

선호도를 조사하고자 한다. 이러한 연구결과는 기존 침구류 관련업계에 소비자에 대한 이해와 디자인 선호에 대한 경향을 제시하며, 침구류의 합리적인 사용에 대한 기초자료를 제공할 수 있을 것이다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

1. 여성들의 침구류 구매시 색, 무늬, 배색에 관련된 디자인 선호도를 조사한다.
2. 침구류 구매동기가 몇가지 요인으로 분류될 수 있는가를 파악한다.
3. 침구류 구매시 중요시되는 동기가 무엇인지 조사한다.
4. 인구통계적 변인(연령, 소득)에 따른 침구류 디자인 선호도와 구매동기의 차이를 알아본다.

II. 선행연구 고찰

1. 침구류 구매

일상생활에 있어서 주간의 활동시에 의복을 착용하는 것과 마찬가지로, 야간의 수면시에는 편안한 수면을 취하기 위해서 침구를 사용한다. 인간은 인생의 1/3 가량을 잠으로 보내는 만큼 침구와 인간과의 관계는 오래되고 깊다고 할 수 있다. 우리나라의 경우, 한국의 전통적인 침구로는 온돌방에서 발생된 이불이 있으며 해방 이후 경제성장과 더불어 서양풍의 주거와 함께 도입된 침대가 보급된 이후로는 다양한 침구류가 등장하게 되었다⁴⁾.

침구는 잠을 잘 때에 쓰는 물건으로 '침구' 라 하면 일반적으로 크게는 이불·요에서 작게는 쿠션에 이르기까지 그 범위는 무척 넓다. 적합한 침구의 요건이라고 하면 신체를 자연 그대로의 상태로 유지시켜야 하고, 몸을 따뜻하게 하여 정상적인 체온을 유지시켜야 하고, 자는 동안에 분비되는 수분을 흡수하여 불쾌감을 느끼지 않도록 해야하고, 무게가 너무 무거워 신체를 압박한

다든지 또는 안정감을 느낄 수 없을 정도로 가벼워서 안되므로 적당한 중량을 가지고 있어야 한다⁵⁾.

침장산업이 갑자기 각광을 받게 된 것은 우리나라의 경제성장과 함께 국민의 건강의식이 고조되면서 수면과 주생활에 대한 가치관이 바뀌어졌고 또 주택의 신축과 개축의 보수가 활황을 맞이함으로써 침장품 수요가 늘어났기 때문이다. 침장품 시장의 성장 요건은 혼수 등 특수시장이 주요인이며, 이외에도 국민소득의 증대와 쾌적한 안식처를 회구하는 소비자들의 욕구를 꼽을 수 있다. 그리고, 이러한 제반요소가 작용하여 1988년 서울 올림픽을 전후하여 한국의 침장업계는 사상 유례 없는 호황을 누렸다⁶⁾. 1996년 5월 기준 국내 침구류 시장의 규모는 1조 2천 5백억 시장으로 조사되었다. 이것은 지난 95년 1조 1천 2억원에 비해 11.6%가 증가한 것이다. 유통형태 별로는 재래시장이 7천 4백억원 규모로 59% 비중을, 대리점 전문점이 3천 1백억원 규모로 25% 비중을, 백화점 및 신업태가 2천억원 규모로 16% 비중을 차지하고 있으며, 재래시장의 시장 점유율이 점점 줄어들고 있다⁷⁾. 이러한 침장류의 업계의 마케팅 전략은 점차 차별화와 고급화에 좀더 주력하고 캐릭터성이 강한 브랜드 고안에 중점을 두고 있다.

침구류 마련 동기에 대하여 소황옥²⁾은 청년기 대학생을 자녀로 둔 주부를 대상으로 연구한 결과 침구의 보완(48.9%), 자녀의 성장(26.1%), 미관상의 목적(17.4%)의 순으로 나타나 과거에는 '자녀의 성장에 따른 구매'와 '남고 떨어져서'가 구매동기였던 것에 비하여 경제적 성장과 물질적 풍요로 인하여 침구류 구매양식이 달라지고 있음을 보여준다. 또한 침구류 구입시 주안점을 조사한 결과에 따르면 색과 디자인, 직물의 종류, 내용물과 소재 등의 순서로, 이전의 연구에 비해 미적인 요소가 더 중요시되는 경향을 보였다. 가격은 그 중요성이 약간은 낮아져서 소득 수준의 향상에 따른 변화가 반영되었음을 시사하였다. 또

한 당시의 기분이나 애프터 서비스는 다소 영향력이 덜하며 그보다는 브랜드를 중요시한다고 보고되었다. 그리고 사용하고 있는 침구류의 교환동기로는 색이나 무늬가 변하는 경우, 직물이 손상되는 경우, 자녀의 성장, 분위기와 조화의 순으로 나타났다.

신상무·차옥선⁸⁾의 연구에서 한번 마련한 침구류를 다시 구입하게 되는 동기는 '자녀들이 성장함에 따라 크기가 적당하지 않아서'가 45.5%로 가장 많은 비율을 차지하였고, '낡고 떨어져서'가 25.9%이고 '계절이 바뀌에 따라'가 24.3%로 나타났다. 실용적인 측면에서 침구류를 재구입한다는 것을 알 수 있었다. 또한 '싫증이 나서'가 3.2%, '유행에 뒤져서'가 1.2%로 나타나 침구류는 기능성과 실용성이 장식성과 심미성보다 선행해서 나타나는 것으로 조사됨으로써 의류제품과는 달리 실용적인 비중이 높다는 결과를 보여주었다.

박우미·유명의⁹⁾의 침구류에 대한 소비자들의 의식실태조사 연구보고에 따르면 침구류 구입시 선택동기로 요와 이불의 경우는 물리화학적 요인이 가장 높고 다음으로 심리적요인, 생리위생적요인, 사이즈, 봉제 요인의 순으로 나타났다. 또한, 요나 이불을 구입할 때에 연령, 결혼기간, 교육수준, 주택형태에 따라 선택동기가 달라지며 침구류의 설계시 이러한 요인들에 대한 배려가 필요하다고 지적하였다.

한편, 일본의 여대생을 대상으로 한 침구 구매동기 조사에 따르면 이부자리류에서는 "사용하는 기본 제품의 악화"나 "겉감의 찢어짐 등의 파손"이 커버류에서는 "파손"에 이어 "외관의 악화"가 60~70%를 차지하고 있다. 반대로 "보다 좋은 상품이 나왔을 때"는 10%가 되지 않는 것으로 조사되었다¹⁰⁾.

이러한 연구결과를 살펴볼 때 아직도 침구류 구매동기는 실용적인 측면이 중요시되고 패션 상품으로 인식되지 못하고 있음을 알 수 있다.

2. 침구류 디자인 선호도

본 연구에서는 침구류 디자인 선호도로서 색과 무늬에 대한 내용을 조사하고자 한다.

색이 주는 전체적인 평가는 디자인의 어느 요소보다도 중요한 것으로 평가되어진다고 할 수 있으며, 마케팅에 있어서 중요한 속성이라 할 수 있다. 소비자는 상품가치보다는 상품 색채에 끌려 구매하는 비율이 높다. 즉, 현대 상품은 색채 상품이라고 말할 수 있을 정도로 색채는 구매동기를 만드는 판매촉진의 무기로 간주된다¹¹⁾.

오은경¹²⁾은 한국인의 색채 의미와 이미지에 관한 연구에서 주거공간의 전체적인 분위기에서 남자는 봄에는 녹색계통, 여름에는 청색계통, 가을에는 황색계통, 겨울에는 무채색계통이, 여자는 봄에는 황색계통, 여름에는 청색계통, 가을에는 주황색계통, 겨울에는 무채색계통이 가장 선호도가 높게 나타났음을 밝혔다.

침구류를 대상으로 한 디자인 선호의 선행연구 결과는 미미한 실정이나 몇가지의 조사연구 결과를 살펴보면 다음과 같다.

박숙희¹³⁾의 연구에서 침대커버의 색은 대비가 강한 색의 조화보다는 침실 전체의 안정된 분위기를 위한 커버가 대부분 선호되는 것으로 나타났다. 즉, 인근색을 사용한 제품이 37%로 가장 높은 비중을 차지하고 있었고, 보색대비는 4%로 가장 적게 나타났다. 또한 단색의 단조로움을 피하기 위해 2가지 색을 대비시켜 조화를 이루는 제품이 단색보다 높은 비중을 차지하고 있었다(31%). 5색 이상을 사용한 혼합색의 침대커버 선호도는 22%로 비중이 높으나, 전체적으로 채도를 낮추어 화려함과 안정감을 나타내고 있다.

일본 여대생을 대상으로 한 조사결과에 따르면, 이불커버의 색으로는 "핑크"라고 답한 사람이 39.6%, "백색"이 33.4%, "청색"이 15.4%, "황색"이 3.1%, "적색"이 1.6%, "흑색"이 0.8%순으로 조사되었다¹⁴⁾. 즉 전체적으로 무난하고 기본적인

며 편안한 느낌을 주는 색이 선호되고 있음을 알 수 있다.

무늬선호에 대하여 의복과 관계된 연구¹⁵⁾¹⁶⁾에서는 대부분 소비자는 무늬없는 옷감을 가장 좋아하였고 무늬의 종류 중에는 격자무늬나 줄무늬 등 기하학적인 무늬를 가장 선호하였으며, 꽃무늬, 동물무늬 등 자연무늬의 형태를 이용한 무늬의 선호율이 비교적 낮았다.

박숙희¹³⁾의 칩대커버 무늬선호도 조사에서는 자연적인 무늬인 식물문을 주제로 한 무늬가 71%로 단연 압도적이었으며, 자연무늬는 항상 선호되고 있는 무늬로 패션의 흐름과도 밀접한 관계가 있다고 하였다. 흑과 백의 기하학적 무늬와 추상무늬의 커버에 대한 선호도가 20%로 나타났지만 자연무늬보다 적은 양을 나타내고 있었다. 무늬의 문제점으로는, 대부분의 무늬가 외국의 것을 그대로 모방하기에 우리나라 고유의 무늬가 거의 없다고 하였다. 그러므로 우리나라의 무늬를 응용한 제품생산이 이루어져야 함을 지적하였다.

일본 여대생을 대상으로 한 조사결과에 따르면 현재 사용하고 있는 이불 커버에 관한 조사에서는 “꽃무늬”가 48.2%로서 절반에 가까운 선호를 보였으며, 이후로는 “단색”도 31.5%로서 3에 가깝게 이르고 있다. 그리고 “줄무늬”가 9.1%, “격자무늬”가 4.2%, “물방울무늬”가 2.2%로 나타났다.¹⁴⁾

이러한 연구결과를 살펴보면 무늬에 대한 선호는 그 대상의 나이와 성별, 그리고 개인적인 특성에 따라 다르게 나타나고 있음을 알 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 측정도구

본 연구의 조사방법은 질문지법을 사용하였으며, 측정도구로는 침구류 구매동기, 침구류 디자인 선호도, 인구통계적 변인(연령, 소득)에 관한

내용을 포함하였다.

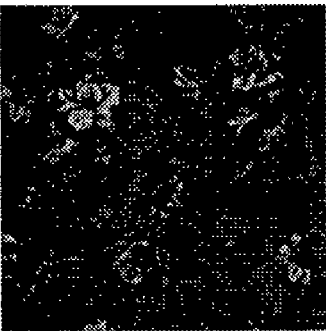
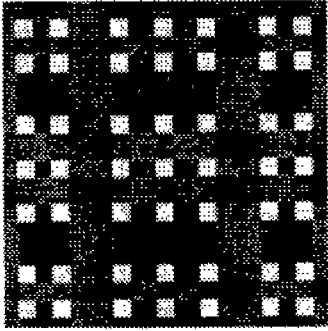
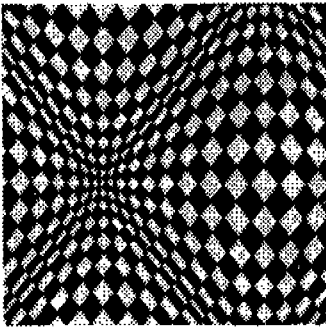
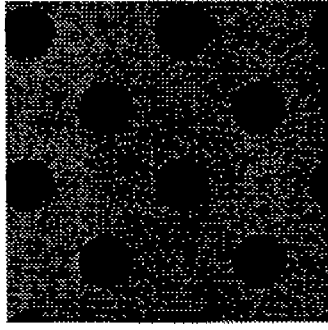


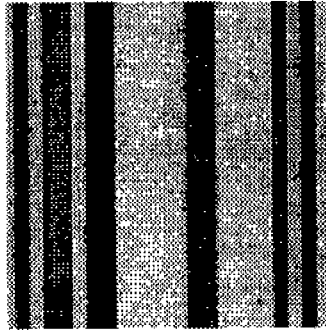
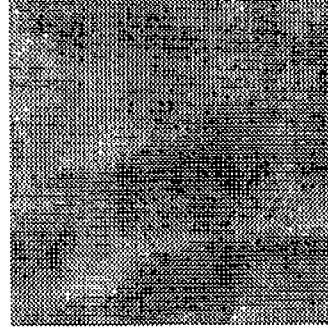
침구류 구매동기 문항은 기존 의복 구매동기와 관련된 최보화¹⁵⁾의 연구에서 7문항, 강승희¹⁶⁾의 연구에서 5문항, 엄경은¹⁷⁾의 연구에서 5문항을 택하여 수정하였으며 총 17문항이 사용되었다. 구매동기의 문항 내용에는 디자인 5문항, 브랜드 3문항, 제품고갈 2문항, 소재 2문항, 경제성 2문항을 포함하였다. 평가 방법은 침구류를 구매할 때 고려하는 동기를 5단계 평정의 Likert법으로 평가하도록 하였고 점수가 높을수록 그 분항에 해당되는 동기가 높은 것을 의미한다.

침구류 디자인 선호도는 크게 색과 무늬, 그리고 배색을 묻는 문항들로 구성되었다. 색은 연한 주황(베이지색)부터 어두운 남색에 이르는 유채색 10색과, 흰색과 밝은 회색의 무채색 2색이 포함된 총 12색을 선택하였다. 선정기준은 침구류에 비교적 많이 사용된다고 판단되는 색으로, Musell 색표집과 한국공업규격 KSG2510(색종이), 색차계(Color Difference Meter)의 HV/C에 의해 제작된 (주)종이나라의 77색지에서 추출하였다. 설문지에 사용된 색상지의 크기는 가로 3.5cm, 세로 1.5cm 였으며, 선정된 12색의 색명은 <표 1>과 같다.

<표 1> 색명표

순번	민셀 색명	HV/C	KSG색명
21	흰색	N9	흰색
24	밝은 회색	N6.8	밝은 회색
32	질은 빨강	5R 4/12	빨강
42	연한 주황	5YR 8.5/2	아주 연한 주황
43	밝은 주황	5YR 8/7	연주황
47	밝은 노랑	5Y 9/7	연노랑
55	밝은 녹색	5G 7.5/6	연초록
57	어두운 녹색	5G 3/3	어두운 회초록
63	밝은 파랑	7B 7/7	연파랑
69	어두운 남색	9PB 2.5/5	어두운 남색
71	밝은 보라	6P 6/11	밝은 보라
74	밝은 자주	5RP 9/2	아주 연한 자주

((주) 나라 한국색채 77색명표)

	<p>꽃무늬</p>		<p>격자무늬</p>
	<p>기하학적 무늬</p>		<p>플방울 무늬</p>
	<p>추상무늬</p>		<p>페이즐리 무늬</p>
	<p>줄무늬</p>		<p>단색</p>

<그림 1> 침구류 무늬 ¹⁸⁾¹⁹⁾

무늬는 이연순¹⁸⁾, 이선화¹⁹⁾의 텍스타일 패턴 디자인의 분류 및 구성방법에 공통된 양식으로 등장한 꽃무늬, 기하학적 무늬, 추상무늬, 줄무늬, 격자무늬, 물방울무늬, 페이즐리무늬의 7개가 선택되었고 단색과 함께 선호도가 조사되었다. 각 무늬의 형태는 <그림 1>과 같다. 선호도는 각 색과 무늬에 대해 좋아하고 싫어하는 정도를 5단계 평정법으로 평가하였다.

배색은 5가지 배합으로서 동색 배색, 유채색의 유사색 배색, 유채색의 보색 배색, 유채색과 무채색 배색, 무늬있는 소재와 단색 배색이 조사되었다.

인구통계적 변인으로는 피험자의 연령과 소득을 조사하였고, 그 밖에 침대사용 여부를 알아보았다.

2. 연구대상, 자료수집 및 자료분석

연구의 대상은 서울과 서울 근교에 거주하는 기혼여성 217명을 대상으로 하였으며, 자료수집 기간은 3월 12일부터 4월 15일까지였다.

표본의 분포를 보면 연령은 20대가 21.7%(47명), 30대가 52.0%(113명), 40대가 26.3%(57명)로 분포되었다. 소득은 200만원 미만이 36.0%(78명), 200-350만원 미만이 39.6%(86명), 350만원 이상이 24.4%(53명)였다.

본 연구의 자료분석을 위하여 SPSS/PC+프로그램을 이용하여 전산처리하였다. 통계분석은 분포도, 평균, 표준편차를 산출하고, 요인분석, t-test, 일원변량분석과 Duncan의 다중범위 검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 침구류 디자인 선호도

1) 디자인 선호도의 분포

침구류 디자인 선호도의 평균과 순위를 조사한

결과는 <표 2>와 같다.

<표 2>에서 색의 평균과 순위를 조사한 결과 흰색을 가장 선호하였고, 그 다음으로 밝은 파랑, 밝은 녹색, 연한 주황색의 순이었으며 주로 밝은 고채도의 파스텔톤을 선호하는 것으로 나타났다. 이것은 우리나라의 20~40대 여성들이 침구류의 색으로는 밝고 연하며 차분한 색을 좋아한다는 것을 의미한다.

침구류 무늬 선호도의 평균과 순위를 조사한 결과 줄무늬와 격자무늬를 가장 선호하였다. 그 다음으로는 단색, 꽃, 물방울무늬 순으로 나타났다. 이것은 20~40대 여성이 단순하고 깔끔한 감각을

<표 2> 침구류 디자인 선호도 순위 (N=217)

구 분		평균	표준편차	순위
색	연한 주황	3.41	.90	4
	밝은 주황	3.21	.86	5
	밝은 노랑	3.15	.85	6
	밝은 녹색	3.43	.86	3
	밝은 파랑	3.50	.85	2
	밝은 보라	2.90	.89	8
	밝은 자주	3.06	.92	7
	짙은 빨강	2.38	1.03	12
	어두운 녹색	2.71	1.08	10
	어두운 남색	2.71	1.03	10
	흰색	3.57	.95	1
밝은 회색	2.87	.98	9	
무 늬	꽃무늬	3.44	.96	4
	기하학적 무늬	2.31	.80	8
	추상무늬	2.67	.89	7
	줄무늬	3.53	.83	1
	격자무늬	3.53	.87	1
	물방울 무늬	3.22	.84	5
	페이즐리 무늬	2.82	.98	6
단색	3.48	.93	3	
배 색	동색 배색	3.16	.73	3
	유채색의 유사색 배색	3.31	.66	2
	유채색의 보색 배색	2.84	.81	5
	유채색과 무채색 배색	3.12	.76	4
	무늬있는 소재와 단색 배색	3.73	.91	1

지난 무늬를 선호한다는 것을 의미한다.

침구류 배색 선호도로는 무늬있는 소재와 단색 배색이 가장 선호되었다. 그 다음으로는 유채색의 유사색 배색, 동색 배색의 순으로 선호되었고 유채색의 보색 배색은 가장 싫어하였다. 이것은 너무 화려하고 자극적인 보색 배색이나 단조로운 유사색 배색보다는 서로 보완적이고 부드러운 연출을 가능하게 하면서 동시에 개성적인 디자인의 배합을 선호하는 여성의 취향을 뜻한다. 이는 박숙희의 연구에서 침대커버의 색은 대비가 강한 색보다 인근색을 사용한 제품이 선호되고 보색대비가 큰 것이 가장 적게 선호된다는 결과를 지지한다.

2) 인구통계적 변인에 따른 디자인 선호도

연령에 따른 침구류 색 선호도의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다. 그 결과 어두운 남색은 $p < .01$ 수준에서, 짙은 빨강은 $p < .05$ 수준에서 유의적인 차이가 있어 20대가 30, 40대보다 어두운 남색과 짙은 빨강을 선호하는 것으로 나타났다(어두운 남색 평균치: 20대 = 3.09a, 30대 = 2.68b, 40대 = 2.44b, $F = 5.39$, $p = .005$ /짙은 빨강 평균치: 20대 = 2.66a, 30대 = 2.38ab, 40대 = 2.16b, $F = 3.12$, $p = .046$).

연령에 따른 침구류 무늬 선호도의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3>을 살펴볼 때 추상무늬, 줄무늬, 격자무늬의 선호도는 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이가 나타났다. 추상무늬는 40대가 가장 선호하는 것으로 나타났고 줄무늬와 격자무늬는 20대가 가장 선호하는 것으로 나타났다. 페이즐리무늬는 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이를 보였으며, 특히 40대가 선호하였다. 단색은 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였고 20대가 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 볼 때 각각의 연령대에서 선호하는 무늬에는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 특히 젊은 감각의 신세대에게는 단색과 세련된 감각의 줄무늬와 격자무늬가 선호되고, 좀 더 나이가 들고 원숙한 주부들에게는 고전적이고 전통적인 느낌을 줄 수 있는 페이즐리무늬가 더 호감을 주는 것을 알 수 있다.

연령에 따른 침구류 배색 선호도의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다. 그 결과 무늬있는 소재와 단색 배색의 경우만이 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며 특별히 20대가 30, 40대에 비해 무늬있는 소재와 단색 배색을 선호하는 것으로 나타났다(평균치: 20대 = 3.98^a, 30대 = 3.73^{ab}, 40

<표 3> 연령에 따른 침구류 무늬 선호도의 차이

무늬	연령	20대 (N=47)		30대 (N=113)		40대 (N=57)		F
		M	SD	M	SD	M	SD	
꽃무늬		3.62	.82	3.32	1.06	3.52	.84	1.82
기하학적무늬		2.40	.64	2.20	.85	2.46	.78	2.33
추상무늬		2.53 ^b	.75	2.61 ^b	.93	2.91 ^a	.89	2.97 *
줄무늬		3.79 ^a	.78	3.42 ^b	.84	3.56 ^{ab}	.80	3.46 *
격자무늬		3.79 ^a	.69	3.42 ^b	.93	3.51 ^{ab}	.84	2.94
물방울무늬		3.13	.85	3.21	.85	3.32	.83	.65 *
페이즐리무늬		2.85 ^{ab}	.96	2.65 ^b	.97	3.12 ^a	.95	4.70 *
단색		3.98 ^a	.82	3.40 ^b	.94	3.22 ^b	.85	10.10 ***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, 문자 a,b는 Duncan의 범위($p < .05$)

〈표 4〉 소득에 따른 침구류 무늬 선호도의 차이

무늬 \ 연령	200만원 미만 (N=78)		200~350만원 미만 (N=863)		350만원 이상 (N=53)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
꽃무늬	3.32	.93	3.50	.97	3.53	.99	.99
기하학적무늬	2.29	.72	2.31	.84	2.34	.83	.05
추상무늬	2.46 ^b	.80	2.84 ^a	.93	2.72 ^{ab}	.91	3.81 *
줄무늬	3.53	.77	3.52	.90	3.57	.80	.05
격자무늬	3.59	.73	3.59	.93	3.32	.96	1.95
물방울무늬	3.21	.80	3.28	.92	3.15	.79	.40
페이즐리무늬	2.78	.82	2.86	1.03	2.79	1.12	.15
단색	3.63 ^a	1.01	3.29 ^b	.81	3.57 ^{ab}	.95	3.07 *

*p<.05, 문자 a,b는 Duncan의범위(p<.05)

대=3.53^b, F=3.29, p=.039). 이것은 20대가 30, 40대에 비해 좀 더 변화있고 개성적인 디자인을 선호함을 뜻한다.

소득에 따른 침구류 색, 무늬, 배색 선호도 각각의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다. 소득에 따른 침구류 색 선호도의 차이는 어두운 남색에서만 유의적인 차이가 나타났다(평균치: 소득_下 = 2.96a, 中 = 2.57b, 上 = 2.55b, F = 3.92, p = .021). 어두운 남색은 소득이 낮은 집단이 더 선호하는 편이었다.

소득에 따른 침구류 무늬 선호도의 차이는 〈표 4〉와 같다.

〈표 4〉에서 볼 때 소득에 따른 무늬 선호도는 추상무늬와 단색에서 유의적인 차이가 나타났다. 소득이 낮은 집단은 중상류층에 비해 추상무늬를 싫어하였고 단색을 선호하였다.

소득에 따른 배색 선호도는 유의한 차이가 없었다. 이것은 침구류의 배색 선호도는 소득에 영향받지 않으며, 소득보다는 개성적인 특성에 영향받기 때문이라고 본다.

2. 침구류 구매동기의 요인분석

침구류 구매동기 17문항에 대하여 요인분석을

실시하였다. 이때 최소 고유치 1을 기준으로 고려하면서 처음에 설정한 내용에 따라 5개의 요인을 선택하였다. 문항의 내용을 검토한 후 처음에 설정된 요인과 부합되지 않는 문항 3개를 제외한 14개 문항에 대해 주성성분분석과 Varimax 회전법에 의하여 재 요인분석을 실시하였다. 제외된 문항은 ‘변색될 것 같은 것은 사지 않는다’, ‘침구류를 살 때 가격에는 신경쓰지 않는다’, ‘집안 분위기에 알맞은 디자인은 구입한다.’이다. 각 요인별로 결정된 문항내용 및 요인부하량은 〈표 5〉와 같다.

요인 1은 모두 5개 문항으로 그 내용은 ‘디자인’에 관련되고 요인 부하량은 .48 이상이다. 이 요인은 색이나 무늬, 전체적인 디자인을 가장 우선하여 침구류를 구매하는 동기를 포함한다. 요인 2는 모두 3개 문항으로 그 내용은 ‘브랜드’에 관련되고 문항의 요인 부하량은 .70 이상이다. 이 요인은 유명브랜드 제품에 대한 구입을 중요시하는 경우를 포함한다. 요인 3은 모두 2개 문항으로 그 내용은 ‘제품고갈’에 관련되고 요인의 부하량은 .68 이상이다. 이 요인은 제품이 낡고 대체제품이 없는 경우의 구매동기를 포함한다. 요인 4는 모두 2개 문항으로 그 내용은 ‘소재’에 관련되고 요인의 부하량은 .75 이상이다. 이 요인은 옷감의 재료에 대해 관심을 지니고 침구류를 구매하는 동기를 포함한다. 요인 5는 모두 2개 문항으로 그

내용은 '경제성'에 관련되고 요인의 부하량은 .66 이상이다. 이 요인은 가격이 싸고 저렴한 것을 중요시하며 가격 우선의 구매동기를 포함한다.

요인별 고유치를 요인 1에서부터 요인 5까지의 순서대로 보면 2.88, 1.58, 1.46, 1.19, 1.15였고, 5개 요인의 누적 변량은 59.1%였다.

여성들이 침구류를 구매하게 되는 동기를 파악하기 위하여 침구류 구매동기의 개별적인 문항에서 평균과 표준편차를 조사한 결과 문항 평균의 범위는 2.24~4.18이었고, 표준편차의 범위는 .71~1.00이었다. 가장 높은 동기는 '변색될 것 같은 것은 사지 않는다.' (M=4.18, SD=.88)였고, 두

번째는 '집안 분위기에 알맞는 디자인을 구입한다.' (M=4.06, SD=.71)였다. 그 다음으로는 '옷감 재료가 무엇인지 확인한 후 산다.' (M=3.94, SD=.80) '좋은 소재의 제품을 우선적으로 택한다.' (M=3.81, SD=.81)의 순이었으며, 낮은 동기로 나타난 것은 '침구류를 살 때 가격에는 신경쓰지 않는다.' (M=2.24, SD=.78), '할인 판매가 될 때 가격이 싸면 당장 필요치 않아도 사둔다.' (M=2.49, SD=.99) '카다로그나 잡지를 보고 그 브랜드의 제품을 산다.' (M=2.62, SD=.92)의 순이었다.

즉, 여성들이 침구류를 구매하게 되는 주된 이

<표 5> 침구류 구매동기의 요인분석

(N=217)

요 인	요인부하량
요인1 <디자인>	
마음에 드는 제품이면 가격이 비싸도 그것을 산다.	.71
가격보다는 디자인을 우선적으로 택한다.	.67
침구류를 구입할 때 색이나 문양이 마음에 들면 산다.	.65
매장에 진열된 상품의 디자인이 좋으면 그것을 산다.	.64
카다로그나 잡지를 보고 그 브랜드의 제품을 산다.	.48
변량(% of variance explained)=20.6	고유치(eigenvalue)=2.88
요인2 <브랜드>	
가능하면 유명 브랜드의 제품을 산다.	.76
유명 브랜드의 제품을 믿을 수 있으므로 산다.	.70
품질이 좋아 보이면 상표에 상관치 않고 산다.(R)	-.70
변량(% of variance explained)=11.3	고유치(eigenvalue)=1.58
요인3 <제품고갈>	
소유하고 있던 침구류가 낡았을 때 산다.	.77
변갈아 바뀐 사용할 침구류가 부족할 때 산다.	.68
변량(% of variance explained)=10.5	고유치(eigenvalue)=1.46
요인4 <소재>	
옷감 재료가 무엇인지 확인한 후 산다.	.80
좋은 소재의 제품을 우선적으로 택한다.	.75
변량(% of variance explained)=8.5	고유치(eigenvalue)=1.19
요인5 <경제성>	
할인판매가 될 때 가격이 싸면 당장 필요치 않아도 사둔다.	.69
하기 전에 미리 여러 상점을 둘러보고 가격이 저렴한 것을 산다.	.66
변량(% of variance explained)=8.2	고유치(eigenvalue)=1.15

(R): 거꾸로 채점될 문항

유는 실용적인 측면과 외관 측면을 모두 고려함을 알 수 있다. 실용적인 측면으로 변색이나 소재의 선택에서 큰 비중을 두는데 이는 침구류가 매일 사용되는 품목이며 몸에 직접 접촉하기 때문으로 해석된다. 외관 측면에서 집안분위기에 알맞은 디자인을 구매하는 것으로 보아 의복에서와 같이 침구류에서도 디자인이 중요한 구매동기가 됨을 알 수 있다. 이는 소황옥의 연구에서 침구류 구입시 색과 디자인, 그리고 직물의 종류와 소재 등이 중요시 되었다는 연구결과를 지지한다.

3. 인구통계적 변인에 따른 구매동기 요인의 차이

연령에 따른 침구류 구매동기 요인의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6>을 볼 때 디자인과 브랜드만이 $p < .05$ 수

<표 6> 연령에 따른 침구류 구매동기 요인의 차이

요 인	연 령		20대 (N=47)		30대 (N=113)		40대 (N=57)		F
	M	SD	M	SD	M	SD			
디자인	16.21 ^a	3.27	15.27 ^{ab}	3.02	14.51 ^b	3.08		3.91*	
브랜드	8.04 ^b	1.19	8.91 ^a	2.17	8.37 ^b	1.91		3.34*	
제품고갈	6.43	1.74	6.94	1.53	7.02	1.29		2.38	
소재	7.72	1.53	7.71	1.19	7.82	1.28		.16	
경제성	6.04	1.52	6.29	1.27	6.28	1.35		.61	

* $p < .05$, 문자 a,b는 Duncan의범위($p < .05$)

<표 7> 소득에 따른 침구류 구매동기 요인의 차이

요 인	연 령		200만원미만 (N=78)		200~350만원 미만 (N=86)		350만원 이상 (N=53)		F
	M	SD	M	SD	M	SD			
디자인	15.22 ^{ab}	3.23	14.80 ^b	2.91	16.13 ^a	3.21		3.03*	
브랜드	8.09 ^b	1.93	8.87 ^a	2.09	8.83 ^a	2.22		3.44*	
제품고갈	6.79	1.52	7.01	1.51	6.66	1.56		0.94	
소재	7.33 ^b	1.16	8.12 ^a	1.19	7.74 ^{ab}	1.46		8.02***	
경제성	6.22	1.12	6.43	1.39	5.94	1.54		2.18	

* $p < .05$, *** $p < .001$, 문자 a,b는 Duncan의범위($p < .05$)

준에서 유의한 차이를 보였다. 20대가 30,40대보다 디자인에는 더 관심을 보여 신세대 주부의 취향을 나타냈다. 30대는 20대와 40대보다 브랜드를 중요시 하였다.

소득에 따른 침구류 구매동기 요인의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7>을 볼 때, 디자인과 브랜드는 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 디자인은 소득이 높은 집단에서 가장 높은 구매동기가 되어 상류층은 침구류 구매시 디자인을 중요시함을 알 수 있다. 브랜드는 소득이 낮은 집단이 중요시하지 않았다. 소재는 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였는데 소득이 낮은 집단이 다른 집단에 비해 소재면을 중요시하지 않았다.

참고로 침대 사용 여부에 따른 구매동기 요인의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시하였으며 그 결과는 <표 8>과 같다.

〈표 8〉 침대 사용 여부에 따른 침구류 구매동기 요인의 차이

요 인	연 령	사용함 (N=157)		사용하지 않음 (N=60)		T
		M	SD	M	SD	
디자인		15.55	3.06	14.55	3.22	2.08 *
브랜드		8.76	2.16	8.10	1.82	2.28 *
제품고갈		6.74	1.52	7.13	1.54	-1.70
소재		7.78	1.26	7.63	1.37	.74
경제성		6.22	1.33	6.27	1.39	-.21

* $p < .05$,

〈표 8〉을 살펴 볼 때, 디자인과 브랜드는 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 침대를 사용하는 여성들이 사용하지 않는 경우보다 디자인과 브랜드를 중요시하였다. 이것은 침대를 사용하는 여성들이 비교적 젊은층이며 고소득층에 속하는 것으로 여겨지므로 〈표 6〉과 〈표 7〉에서 20대 여성과 상류층이 디자인을 중요시 하였고 중류층 이상이 하류층에 비해 브랜드를 중요시하였다는 것과 유사한 맥락으로 해석된다.

V. 결 론

본 연구에서는 서울 및 서울근교에 거주하는 기혼여성을 대상으로 침구류 디자인 선호도와 구매동기를 조사하고 인구통계적 변인에 따른 침구류 디자인 선호도 및 구매동기의 차이를 조사하고자 하였다.

본 연구에서 밝혀진 결과에 의해 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다

1. 성인여성은 침구류의 색으로서 흰색을 가장 선호하였다. 그 다음으로 밝은 파랑, 밝은 녹색, 연한 주황(베이지색) 계열로 주로 밝은 고채도의 파스텔톤을 선호하였다. 무늬는 줄무늬와 격자무늬를 가장 선호하였고, 그 다음으로는 단색, 꽃, 물방울무늬를 선호하였다. 배색 선호도는 무늬있는 소재와 단색의 배색을 가장 선호하였다. 그 다음으로는 유채색의 유사색 배색, 동색 배색의 순으로 선호하였다.

2. 연령에 따른 색 선호도의 차이에 있어서는 20대가 30, 40대보다 어두운 남색과 짙은 빨강색을 선호하는 것으로 나타났다. 침구류 무늬의 선호도는 줄무늬와 격자무늬는 20대가, 페이즐리무늬는 40대가 더 선호하는 것으로 나타났다.

3. 소득에 따른 색 선호도의 차이는 어두운 남색만이 유의적인 차이가 나타나, 소득이 낮은 집단이 중류 및 상류층보다 어두운 남색을 선호하였다. 무늬 선호도에서는 추상 무늬, 단색에서 유의적인 차이가 나타나 소득이 낮은 집단은 중류와 상류층에 비해 추상 무늬를 싫어하였고, 단색을 선호하였다.

4. 여성들의 침구류 구매동기 요인은 5가지로 분류되었다. 요인 1은 디자인, 요인 2는 브랜드, 요인 3은 제품고갈, 요인 4는 소재, 요인 5는 경제성을 중요시하는 동기였다.

5. 침구류 구매동기는 '변색될 것 같은 것은 사지 않는다', '집안 분위기에 알맞는 디자인을 구입한다', '옷감재료가 무엇지 확인한 후 산다', '좋은 소재의 제품을 우선적으로 산다', '침구류를 구입할 때 색이나 무늬가 마음에 들면 산다'의 순이었다. 따라서 여성의 침구류 구매동기는 디자인과 실용적인 면을 동시에 중요시하였다.

6. 연령에 따른 침구류 구매동기의 차이는 디자인과 브랜드에서 유의한 차이를 보였다. 20대 여성은 30, 40대보다 디자인이 중요한 구매동기였고 30대는 20대와 40대 보다 브랜드가 중요한 구입동기로 작용하였다.

7. 소득에 따른 침구류 구매동기의 차이는 디자인, 브랜드, 경제성에서 유의한 차이를 보였다. 소득이 높은 집단은 종류 및 하류층보다 침구류 구매시 디자인이 주요한 동기였으며, 저소득층은 다른 집단보다 브랜드와 옷감을 중요시하지 않았다.

이상의 연구결과에서 볼 때 침구류 구매동기에 있어서 두드러진 특징은 선행연구의 결과에서 실용성을 중요시 여기는 것과는 달리 '디자인' 항목이 중요시되는 경향이 높아진 것을 알 수 있었다. 또한 침구류 디자인으로는 흰색과 무늬 없는 단색을 가장 선호하였지만, 배색에서는 무늬있는 소재와 단색의 배색을 선호하였다. 이러한 결과는 깨끗하고 청결한 이미지를 선호하면서도, 변화있고 개성적인 것을 선호하는 취향을 반영한 것이라 생각된다.

앞으로의 연구에서는 좀 더 폭 넓은 소득 집단을 대상으로 침구류 디자인 선호도와 구매동기를 연구하며, 또한 지역별 비교와 다양한 디자인을 포함한 포괄적인 연구를 실시하여 다른 심리적 변인 및 상황변인과의 관계를 조사하는 것이 필요시된다.

참 고 문 헌

- 1) 나영주. "수면환경의 제반요인 분석." 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1990.
- 2) 소황옥. "침구류 사용실태에 관한 연구(Ⅱ)." 중앙대학교 가정문화연구소 「가정문화논집」, 7, 1993, pp.33-58.
- 3) 신상무. "침구류 사용실태에 관한 연구: 서울 지역을 중심으로." 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1983.
- 4) 「세계백과대도전」. 서울: 비전코리아, 1985, p.1570
- 5) 장화자. "침구재의 적성에 관한 연구 (제1보): 압축탄성에 관하여." 「대한가정학회지」, 8, 1970, p.7.
- 6) 이경영. "개략적 국내 침장품시장 규모 판단." 「寢裝」, 1996, 가을, 36, pp.58-73.
- 7) "96 어패럴 시장을 분석한다: 홈패션부분." 「섬유저널」 5, 1996, p.130.
- 8) 신상무, 차옥선. "침구류 사용실태에 관한 연구: 서울지역을 중심으로." 한양대학교 생활과학연구소, 「한국생활과학연구」, 3(3), 1985, pp.181-203.
- 9) 박우미, 유명한. "침구류에 대한 소비자들의 인식실태조사." 「대한가정학회지」, 30(1), 1992, pp.25-33.
- 10) "수면과 침구사용실태조사." 「寢裝」, 31, 1995, 여름, pp.60-65.
- 11) 김용훈 편. 「Merchandising을 위한 색채 상품 개발론」. 서울: 청우, 1987, p.166.
- 12) 오은경. "한국인의 색채의미와 이미지에 관한 연구." 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1989.
- 13) 박숙희. "침대 Cover Design에 관한 연구." 석사학위논문, 숙명여자대학교 산업대학원, 1988.
- 14) "수면과 침구사용실태조사." 「寢裝」, 32, 1995, 가을, pp.93-94.
- 15) 최보화. "구매자의 연령 및 수입정도에 따른 의의와 내의의 선택: 구매기준 비교." 석사학위논문, 효성여자대학교 대학원, 1990.
- 16) 강승희. "의복구매동기 및 의복구매태도와 자아개념과의 관계: 성인 남자를 중심으로." 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원, 1992.
- 17) 엄경은. "의복구매동기와 구매후 불만족에 관한 연구." 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원, 1993.
- 18) 이연순. 「직물 디자인」. 서울: 형설출판사, 1996, p.147-160.
- 19) 이선희. 「텍스타일 디자인」. 서울: 미진사, 1991, pp.17-35.

ABSTRACT

A Study on Bedclothes Design Preferences and Purchase Motives

The objectives of this study were to classify bedclothes purchase motives and to examine how bedclothes purchase motives and design preferences vary according to age and income.

Samples were 217 housewives residing in metropolitan area. Questionnaire included 17 Likert type items of bedclothes purchase motive measure, 12 items of color preference, 7 items of pattern (floral, geometric, abstract, stripe, plaid, polka dot, and paisley pattern).

The results of the study were as follows.

1. 5 factors of bedclothes purchase motives were derived by factor analysis: F.1 'design'; F.2 'brand'; F.3 'deficiency'; F.4 'fabric', F.5 'economical reason'.

2. Subjects perceived design and utility area to be important motives for bedclothes purchase.

3. Color preference of bedclothes was in the order of white, pale blue, pale green, and pale orange. Pattern preference was in the order of stripe, plaid, solid color, floral, and polka dot pattern. The combination of patterned fabric and solid color

fabric was liked better than the combination of analogic color and the combination of contrasting color.

4. The women in their 20's liked navy blue, red, stripe, plaid pattern and solid color better than 30's and 40's. 40's liked abstract and paisley pattern better than 20's and 30's.

5. Low income group liked navy blue and solid color fabric more than the middle and high income group, and liked abstract pattern less than the middle and high income group.

6. Women in their 20's perceived design to be important motive more than 30's and 40's. 30's perceived brand to be important motive than 20's and 40's.

7. High income group perceived design to be important motive more than the middle and low income group. Low income group perceived brand and fabric to be less important motives than the middle and high income group.

The present findings provide that age and income had a significant effect on bedclothes purchase motives and design preferences of housewives. The results that white color and the combination of patterned fabric and solid color fabric were liked best indicated that women preferred clean image and characteristic design of bedclothes.