

중국 여성소비자의 연령에 따른 의복디자인 선호도에 관한 연구

A Study on the Design Preference of Clothing According to the Age of Chinese Women Consumers

건국대학교 디자인문화대학 의상학과
부 교수 김 효 숙
박사과정 이 소 영

Department of Clothing and Textiles, Konkuk University
Associate Professor : Hyo-Sook Kim
Doctoral student : So-Young Lee

● 목 차 ●

I. 서론	IV. 결과 및 고찰
II. 이론적 배경	V. 결론 및 제언
III. 연구방법	참고문헌

< Abstract >

The purpose of this study was to analysis of design preference according to age of consumers in order to obtain basic informations which are necessary for the development of designs that can satisfy the needs and desire of Chinese consumers. The style, color, fabric pattern, fabric, image, and shape of clothing were used for design preference variations. The study was implemented by surveying 280 females living in Beijing, China.

The results were as follows:

- 1) There were significant differences in the preference of style of outdoor clothes according to age. Chinese women in the age of twenties and fifties prefer to wear casual clothes. Preference ratio was more than 60%.
- 2) There were significant differences in the preference of color of spring and summer clothes, but there was no difference in the preference of color of autumn and winter clothes.
- 3) There was a difference in the preference of fabric pattern of outdoor clothes. Generally Chinese women showed 50% of preference for the no patterned outdoor clothes.
- 4) There were no differences in the preference of fabric materials. Preferred material for spring and summer was cotton fabrics, and that for autumn and winter was woolen fabrics.

- 5) In the research of the preferred image of outdoor clothes, generally Chinese women showed the most preference for elegance style. Chinese women who are in the age of thirties to forties preferred feminine style. However, Chinese women who are in the age of fifties like to choose simple style.
- 6) There was a significant difference in the preference of length of jacket and skirt, and generally Chinese women preferred to wear medium length of jacket and skirt. There was no difference in the preference of design of collar and shape of pants. However most Chinese women showed preference for tailored collar and straight shaped pants.

주제어(Key Words): 중국여성(chinese women), 여성소비자(women consumer), 의복디자인 선호도(the design preference of clothing)

I. 서론

중국은 미국, 일본과 함께 우리나라 3대 의류 수출시장중 하나로 중요한 위치를 차지하고 있다. 과거 중국의 소비자들은 일반적으로 착용감이 좋고 편안한 옷을 선호했으나 경제성장과 더불어 생활수준이 향상되면서, 점차 디자인 등에 대한 요구수준이 높아지고 있으며 브랜드 및 품질에 대한 욕구가 고급화되고 있는 것으로 알려졌다. 중국의 의류수입은 1998년 10억 3천만 달러를 기록했으나 1999년에는 2.6%증가한 10억5천만 달러에 달해 지속적인 증가를 보이고 있다(한국섬유신문 2000. 3. 23).

1992년 8월 한국과 중국의 수교가 이루어짐에 따라 중국에 대한 직접 투자 방안이나 수출에 관한 연구가 활발히 진행되게 되었다. 대중국 투자에 관한 연구(김철민, 1994; 석정수, 1994; 유경아, 1994; 윤정호, 1994; 이래섭, 1994; 김보영, 1996; 최수영, 1996; 김은주, 1997; 김창모, 1998; 김선진, 1999; 이정은, 1999; 조진호, 1999)나 중국시장 진출을 위한 전략(김춘석, 1994; 박충남, 1997; 황대일, 1998) 등의 연구가 나오게 되었으나, 이러한 연구들은 중국 지역의 경제적 현황이나 투자환경의 분석 및 대응방안에 관한 연구들이 대부분으로 중국인 소비자의 특성에 관한 연구의 필요성이 대두하게 되었다.

그동안 섬유업체들의 중국에 대한 투자 및 경제 교류는 주로 중국의 낮은 임금에 바탕을 두어 생산기지의 거점을 확보하거나, 섬유직물 등의 중간재를 수출하는 일에 한정되어 있었다. 그러나, 중국에서 소비재 수입이 가능하게 된 이후로 우리 의류기업

들은 중국의 소비시장에 진입하기 시작하였으나, 중국의 빠른 경제성장과 잠재력 그리고 우리나라 기업의 지리적·문화적 잇점에도 불구하고 아직 초기 단계에 머물고 있으며, 제한적인 성공을 거두고 있다.(유혜경, 1998) 이는 다양한 소비계층인 중국인 의류 소비자의 특성에 관한 자료의 부족과 그에 따른 마케팅 전략의 부족도 그중의 한 원인으로 지적될 수 있겠다.

이에 따라, 패션의류의 소비자 행동에 관한 한·중 비교연구(심종성 외, 1997), 중국 의류소비자 특성 고찰(유혜경, 1998), 중국인의 라이프 스타일의 유형과 특성에 관한 연구(김화, 1999) 등이 나타나게 되었으나, 구체적으로 중국인의 의복 선호 경향에 관한 실제적인 연구는 전무한 실정이다.

따라서, 본 연구에서는 구체적인 중국의 소비자 특성에 따른 의복디자인 선호도를 밝힘으로써 중국인 소비자의 특성을 파악하여 합리적인 상품기획을 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 중국에 관련된 연구

1992년 8월 한국과 중국의 수교가 이루어짐에 따라 중국에 대한 연구가 활발히 진행되게 되었다.

김철민(1994)은 현재 중국의 대외개방정책이 어떤 방향으로 진행되고 있으며, 이에 따라 우리나라

기업이 어떻게 대처해 나갈 것인가를 제시하였다. 그 결과 대중국 투자의 활성화를 위해서는 제조업 일변도에서 자원개발, 건설, 서비스, 노무협력 등으로 다양화 시켜나가야 하며, 협력주체를 중소기업 일변도에서 정보, 대기업 등으로 다양화, 대형화 해야 할 것이라 주장하였다. 또한 단독투자 진출보다는 공동진출 노력을 기울여야 할 것이라 하였다.

김보영(1996)은 중국 동북 3성지역의 경제적 현황과 투자환경 등을 분석하여, 우리기업의 투자에 따르는 현지의 문제점을 도출하여 대응방안을 모색하였다. 문제점으로는 중국의 법규체제의 복잡성, 사회간접자본의 낙후, 원자재 및 부품공급의 곤란, 인사관리와 비용산정의 애로 등이 지적되었으며 대응방안으로, 사전타당성 조사의 필요, 업종별 다양화 추구, 투자대상 지역의 다변화, 투자기업의 대형화와 효율적인 인사관리, 기업간 연합진출 모색, 마케팅 거점 및 자원체제 구축, 한중산업 협력에 따른 콘소시움 협력 사업 확대 등을 제시하였다.

또한 최수영(1996)은 중국직접 투자에 참여하고 있는 대중투자기업의 국내모기업을 대상으로 현지 투자 환경에 대한 여건을 실증적으로 분석제시하였다. 그 결과 한국기업의 대중투자의 특징으로, 노동 집약적인 중소제조기업에 의한 투자가 대중을 이루고 있으며 단독투자를 선호, 제3국 수출을 목표로 하는 투자가 대부분이라고 조사되었다. 국내에서 경쟁력을 점차 잃어가고 있는 기업들의 생산기지를 보다 적극적으로 중국으로 이전할것과 앞으로의 내수시장 추구형 대중투자를 보다 활성화 하여야 한다는 점을 기본 방향으로 제시하였다. 섬유 및 의류의 대중국 투자에 관한 연구로 김은주(1997)는 한국 피혁의류 기업의 대중국 직접투자 연구에서 중국에 직접 투자하고 있는 기업의 실제 사례를 분석하여 문제점을 파악하고 그에 따른 개선방안을 모색해 보았다. 문제점으로는 미발달된 경제, 급진적 개혁과 개방으로 인한 중국투자 환경의 불확실성 등을 지적하였으며 해결방안으로는 중국정부의 다양한 정보를 최대한 입수활용, 단계적인 진출, 명확한 목표, 거래비용 부분과 환율변동 요인으로 인해 발생하는 비용을 해결할수 있는 방안 모색 등을 들었다.

그러나 중소기업의 실무 담당자와의 인터뷰를 통한 연구 결과이므로 연구의 한계점이 있다고 하겠다.

또한 황대일(1998)은 대구 경북지역 섬유산업의 대중국 해외투자 전략에 관한 연구에서, 해외투자시의 애로사항으로 생산관리의 어려움, 근로자에 대한 노무관리, 원부자재 적기 확보 곤란, 제도에 대한 이해부족 등을 지적하였으며, 대응방안으로는 해외투자를 위한 상세한 정보의 제공, 지역적 편중 탈피 및 정책적 방안, 섬유류 무역활성화 방안의 강구, 정부의 국내산업 보호책, 인적자원의 관리, 자본재 수출 촉진을 위한 대책강구, 목적을 고려한 투자 및 현지시장 개척, 기업들의 현지화 추진, 전략적 해외투자를 위한 네트워크 형성등을 들었다.

이와 같은 연구 뿐만 아니라, 중국인 소비자의 특성에 관한 연구도 나타나게 되었는데, 심중섭(1997)은 한국과 중국의 20-30대 여성 소비자를 대상으로 패션의류의 라이프 스타일과 구매행동과정을 조사, 분석하였으며, 유혜경(1998)과 김화(1999)는 문헌을 통하여 각각 중국의류 소비자의 특성, 중국인의 라이프 스타일 등을 파악하였다.

그러나 이들 연구는 심중섭(1997)의 연구를 제외하고는 모두 문헌 연구에 그쳤으며, 구체적으로 중국인의 의복선호 경향에 관한 실제적 연구는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구는 중국인 소비자의 일반적 특성(연령, 직업, 학력) 중 연령에 따른 의복디자인 선호도를 밝힘으로써 중국에 대한 합리적인 상품기획의 기초자료로 삼고자 한다.

2. 의상 선호에 관한 연구

의복은 하나의 상징적 언어로서 개인의 취향, 사상, 신분, 심리적·사회적 표현이라 할수 있으며 착용자의 전반적인 이미지를 결정한다.(백선영, 이선재, 2000)

현대 사회에서 의복에 대한 선호도는 개성에 따라 선택하는 경향이 있으며 아무리 유행하는 스타일의 옷이라도 자신에게 어울리지 않는다고 생각되면 거부하게 되는데 이것은 옷감, 색상, 디자인의 선택에서 나타난다.(M. Kefgen & P.Touchie-Specht,

1976)

Compton(1962)은 사회성이 강한 사람은 짙은색을 좋아하며 사회성이 약한 사람은 옅은색을 좋아한다고 하였으며, Louis Cheskin(1954)은 여성은 밝은색, 남성은 순색의 선호율이 높으며 남성에 비해 여성이 색채에 관한 감수성이 높다고 하였다. 김영인의 2인(2000)의 연구에서는 이미지 선호에 따른 선호정장의 색상을 조사한 결과 활동적 이미지 선호집단에서는 밝고 선명한 색채에 대한 선호가 높게 나타났으며, 색시한 이미지 선호집단에서는 어두운 색조를, 낭만적 이미지 선호집단에서는 밝은 색조를 선호하는 것으로 나타났다.

김효숙(1999)의 의복디자인 선호도에 관한 연구에서는, 전반적으로 모든 연령에서 무늬가 없는 디자인에 대한 선호도가 70%이상 나타났으며, 연령별로는 10대·20대 집단이 무늬가 없는 것에 대한 선호도가 상대적으로 매우 높았으며, 30대·40대 집단은 체크무늬, 50세 이상의 집단은 꽃무늬의 선호도가 다른 연령대보다 높게 나타났다.

이선재(1987)는 여대생과 성인여성의 의복선호형태와 선호소재를 조사한 결과, 여대생은 직선적이며 스포티한 스타일을, 성인여성은 곡선적이며 드레시한 스타일과 부드럽고 광택있는 소재를 선호하는 것으로 나타났다.

이명희(1993)는 한국과 미국의 남녀대학생 의복 이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구에서, 의복이미지를 화려한-소박한, 여성적-남성적, 캐주얼한-포멀한, 고전적-현대적 등의 4가지로 구분하였으며, 김영인 외 2인(2000)은 20대 후반의 여성 정장 이미지를 지적 이미지, 색시한 이미지, 발랄한 이미지, 낭만적 이미지 등으로 세분화 하였다.

박혜정(1990)의 예·체능계 대학생을 대상으로 한 연구에서는, 직선형의 실루엣에 대한 선호도가 가장 높게 나타났으며 바지의 선호도가 스커트에 대한 선호보다 높게 나타났다. 스커트와 바지의 형태로는 일자형의 바지와 타이트 스커트가 선호되는 것으로 나타났으며, 스커트의 길이는 무릎선 위 5cm 이상의 스커트가 70%이상의 높은 선호도를 보여주었다. 또한 선호하는 재킷의 칼라 형태로는 테일러드칼라,

스탠드칼라, 솔칼라 등의 순으로 나타났다.

이와 같은 선행 연구에서 살펴보았듯이 개인의 특성에 따라 의복의 선호경향에는 차이가 있으며, 사회 변화와 유행에 따라 선호하는 디자인은 계속적으로 변화되므로 이러한 변화에 신속히 대응할수 있도록 의복 디자인에 관한 연구는 지속적으로 이루어져야 한다고 본다. 따라서 본 연구에서는 소비자의 일반적 특성(연령, 직업, 학력 등)중 연령에 따른 의복 디자인 선호도(유형, 색상, 무늬, 소재, 이미지, 선호정장의 형태 등)를 조사하여 소비자의 필요와 욕구를 만족시킬수 있는 상품 생산에 기초자료를 제공하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구

측정도구로는 설문지가 사용되었으며, 설문내용은 외출복 디자인 선호와 응답자의 일반적 특성에 관한 문항으로 구성되어 있다. 외출복 디자인 선호에 관한 변인으로는 의복의 유형, 색상, 무늬, 소재, 이미지, 형태등을, 일반적 특성으로는 연령, 직업, 학력, 월평균 생활비, 1년간 의복 구매에 지출한 비용, 키, 몸무게, 의복치수등을 조사 내용으로 하였다.

설문문항은, 선행연구와 패션정보지를 참고하여 작성한 예비설문으로 30부를 행한 후, 그 결과를 수정 보완하여 본 연구자가 작성하였다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사는 1999년 7월부터 8월에 걸쳐서 실시하였으며, 중국 북경시에 거주하는 만 20세 이상 59세 이하의 여성을 대상으로 설문조사 하였으며, 20대, 30-40대, 50대로 연령을 분류하였다.

총 300부를 배부하여 회수된 설문지는 287부였으며 불성실한 응답을 나타낸 설문지를 제외한 280부를 분석자료로 사용하였다.

조사 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 특성

변 수	집 단	N(%)
연 령	20대	127(47.7)
	30-40대	103(38.8)
	50대	36(13.5)
직업유무	가정주부	26(9.4)
	학 생	69(25.0)
	유 직	181(65.6)
학 력	고졸 이하	113(40.8)
	대 학 생	54(19.5)
	대졸 이상	110(39.7)
월평균 생활비	300위안 미만	28(10.0)
	300~500위안미만	99(35.4)
	500위안 이상	153(54.6)
연간 의복구입비	1000위안 미만	124(44.8)
	1000~3000위안미만	106(38.3)
	3000위안 이상	47(17.0)
계		280(100)

3. 자료분석 방법

본 연구의 자료분석은 SAS 통계 Package를 사용하여 통계처리 하였으며 빈도분석, 백분율, χ^2 검정 등을 실행하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 외출복 유형의 선호도

연령과 외출복 유형의 선호도는 〈표 2〉와 같이 유의한 관계가 있었다. 캐주얼 복장에 대한 선호가 전체의 52.14%로 가장 높게 나타나 전반적으로 캐주얼 복장의 선호도가 높은 것으로 나타났다. 캐주얼 복장의 경우, 50대 68.29%, 20대 59.56%, 30-40대 35.92% 등의 순으로 선호하는 것으로 나타나 20대와 50대 층에서 캐주얼 복장을 선호하는 것으로 나타났다.

바지정장의 선호도는 20대에서는 23.53%, 30-40대에서는 38.83%, 50대에서는 24.39%로 나타나 30-40대가 바지정장을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 연령에 따른 외출복 유형의 선호도 ()=row %

연령	연령에 따른 외출복 유형의 선호도			
	스커트정장	바지정장	캐주얼	전 체
20대	23 (16.91)	32 (23.53)	81 (59.56)	136 (100)
30-40대	26 (25.24)	40 (38.83)	37 (35.92)	103 (100)
50대	3 (7.32)	10 (24.39)	28 (68.29)	41 (100)
합	52 (18.57)	82 (29.29)	146 (52.14)	280 (100)
$\chi^2=19.994$ df=8 p<0.01				

또한 스커트 정장의 선호도의 경우에도 30-40대 층에서 가장 높게 나타나, 30-40대가 캐주얼복장에 비해 바지정장이나 스커트 정장을 선호하는 것으로 나타났다.

20대와 50대 연령층의 경우, 스커트 정장이나 바지정장의 선호에 비해 캐주얼 복장이 2배이상 선호되는 경향을 보이고 있으나, 30-40대 연령층에서는 스커트정장, 바지정장, 캐주얼 복장이 각각 25.24%, 38.83%, 35.92%로 비교적 고른 선호도를 보여주고 있다. 20대가 캐주얼 복장을 선호하는 이유는 활동량이 많은 관계로 선호하는 것으로 생각되며, 50대의 경우에는 스커트 정장을 7.32%로 가장 낮게 선호하며 캐주얼복장을 68.29%로 선호하는 것으로 보아 연령이 증가함에 따라 활동하기 조심스러운 스커트 정장보다는 활동이 간편한 바지정장이나 캐주얼복장을 선호하는 것으로 보여진다.

2. 색상의 선호도

연령에 따른 봄·여름 정장의 선호색상에서는 유의차가 나타났으나, 가을·겨울 정장의 선호색상에서는 유의차가 나타나지 않았다.

봄·여름 정장의 색상 선호도를 보면 흰색 또는 아이보리색 계열의 선호도가 모든 연령층에서 매우 높게 나타나고 있으며, 특히 20대에서 67.68%의 높은 선호도를 보여주고 있다. 또한 녹색계열의 의상은 20대 2.21%, 30-40대 1.94%, 50대 12.20%로 나타

〈표 3〉 연령에 따른 외출복의 선호색상의 차이

()=row %

연령	연령에 따른 봄·여름 정장 외출복의 선호색상							
	흰색 또는 아이보리색	노란색 계열	녹색 계열	남색 계열	자색 계열	붉은색 계열	회색 및 흑색 계열	전 체
20대	92 (67.65)	3 (2.21)	3 (2.21)	27 (19.85)	4 (2.94)	3 (2.21)	4 (2.94)	136 (100)
30-40대	66 (64.08)	6 (5.83)	2 (1.94)	14 (13.59)	9 (8.74)	0 (0)	6 (5.83)	103 (100)
50대	21 (51.22)	4 (9.76)	5 (12.20)	7 (17.07)	1 (2.44)	2 (4.88)	1 (2.44)	41 (100)
계	179 (63.93)	13 (4.64)	10 (3.57)	48 (17.14)	14 (5)	5 (1.79)	11 (3.93)	280 (100)
$\chi^2=29.02$ $df=14$ $p<0.01$								

나 50대에서 녹색계열의 선호도가 상대적으로 높았으며 붉은색과 회색 및 청색 계열의 선호도가 각각 1.79%, 3.93%로 가장 낮게 선호되었다. 이는 봄과 여름의 계절적인 특성으로 인해 더워보이는 붉은색과 회색 및 검정색 계열보다는 시원해 보이는 색상들이 선호되었으리라 생각된다. 가을·겨울 정장의 색상 선호도는 회색 및 흑색계열 선호도가 모든 연령층에서 매우 높아 전체의 59.29%를 차지하였으며, 20대의 61.76%, 30-40대의 55.34%, 50대의 60.98%가 선호하는 색상으로 나타났다. 그러나 가을·겨울의 연령에 따른 의복색상 선호에서는 유의차가 나타나지 않았다.

3. 무늬의 선호도

무늬의 선호도에서는 모든 연령대에서 가장 좋아하는 것이 무늬가 없는 외출복이었으며 다음이 추상적 무늬였으나, 30-40대의 연령에서만 예외적으로 추상적 무늬에 대한 선호도보다 꽃무늬에 대한 선호도가 더 높게 나타났다.

무늬가 없는 외출복은 20대 집단의 절반 이상이 선호하였는데, 20대(60.29%), 50대(41.46%), 30-40대(39.81%) 등의 순으로 선호되는 것으로 나타났다.

50대 연령에서는 무늬가 없는 외출복이 41.46%로 가장 높게 선호되었으며 추상적 무늬(19.51%), 줄무늬(19.51%), 꽃무늬(13.57%), 체크무늬(8.93%) 등의

〈표 4〉 연령에 따른 외출복 무늬의 선호

()=row %

연령	연령에 따른 외출복 무늬의 선호					
	무늬없는 것	꽃무늬	체크무늬	줄 무늬	추상적인 무늬	전 체
20대	82 (60.29)	12 (8.82)	9 (6.62)	13 (9.56)	20 (14.71)	136 (100)
30-40대	41 (39.81)	20 (19.42)	14 (13.59)	13 (12.62)	15 (14.56)	103 (100)
50대	17 (41.46)	6 (14.63)	2 (4.88)	8 (19.51)	8 (19.51)	41 (100)
합	140 (50)	38 (13.57)	25 (8.93)	34 (12.14)	43 (15.36)	280 (100)
$\chi^2=18.411$ $df=10$ $p<0.05$						

순으로 선호되었다.

연령에 따른 무늬의 선호도에서는 유의차가 나타났으며, 결과는 <표 4>와 같다.

4. 소재의 선호도

외출복 소재의 선호도는 봄·여름 선호소재와 가을·겨울의 선호소재의 경우 모두에서 유의차가 나타나지 않았다.

봄·여름의 선호직물에서 전체적으로 면직물에 대한 선호도가 64.64%로 가장 높았으며, 30-40대 71.84%, 20대 68.38%, 50대 53.66%의 순으로 나타났다.

가을·겨울의 선호직물에서 모직물의 선호도는 30-40대 69.90%, 20대 68.38%, 50대 64.41%의 순으로 나타났으며, 면직물에 있어서도 50대 19.51%, 20대 16.91%, 30-40대 13.59%로 선호하는 것으로 나타나 모직물과 마찬가지로 모든 연령층에서 고르게 선호되었다.

5. 이미지의 선호도

연령에 따른 외출복 이미지에서는 여성형, 활동형, 소박형, 화려한 형, 성숙형, 색시형, 편안한 형 등에서 유의차가 나타났으며, 남성형, 우아형 등에서는 유의차가 나타나지 않았다.

외출복 이미지의 선호도는 20대 여성은 우아한 이미지(19.5%)를 가장 선호하며, 다음으로는 활동형(16.7%), 여성형(15.1%), 편안한 형(14.0%) 순으로 선호도가 높게 나타났다. 30-40대 여성의 이미지 선호도는 여성형(20.7%)이 가장 높게 나타났으며, 다음은 우아형(19.0%), 성숙형(18.4%), 소박형(13.3%) 순으로 나타났다. 50대 여성의 이미지 선호도는 소박형(21.8%)이 가장 높게 나타났으며, 다음은 우아형(18.8%), 활동형(16.8%), 편안한형(15.8%) 순으로 높게 나타났다.

전반적으로 우아한 이미지는 모든 연령에서 높은 선호도를 나타내고 있으며, 여성형은 30-40대에서 가장 선호하며, 20대에서도 높은 선호도를 나타내고 있다. 활동형과 편안한 형은 20대와 50대에서 높은

<표 5> 연령에 따른 외출복 이미지의 선호도

이미지	20대	30~40대	50대
	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
여성형	55(15.1)	61(20.7)	15(14.9)
남성형	13(3.6)	6(2.0)	1(1.0)
활동형	61(16.7)	32(10.9)	17(16.8)
우아형	71(19.5)	56(19.0)	19(18.8)
소박형	49(13.4)	39(13.3)	22(21.8)
화려한 형	8(2.2)	18(6.1)	1(1.0)
성숙형	42(11.5)	54(18.4)	8(7.9)
색시형	15(4.1)	2(0.7)	2(2.0)
편안한 형	51(14.0)	26(8.8)	16(15.8)
합	365(100)	294(100)	101(100)

선호도를 나타내고 있으며, 소박형은 특히 50대에서 가장 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 남성형, 화려한 형, 색시형의 선호도는 모든 연령대에서 전반적으로 낮게 나타났다.

외출복 이미지의 선호도는 <표 5>와 같다.

6. 정장의 형태 선호도

1) 재킷의 길이와 칼라모양

연령에 따른 재킷길이의 선호도에서는, $P<0.001$ 의 높은 유의차가 나타났다. 모든 연령대에서 가장 선호하는 재킷의 길이는 보통길이의 재킷이었으며, 30-40대 59.22%, 20대 49.26%, 50대 41.46%의 순으로 보통 길이의 재킷을 선호하는 것으로 나타났다. 20대의 경우, 짧은 재킷과 보통 길이의 재킷에 대한 선호가 각각 30.15%와 49.26%로 긴 길이의 재킷(20.59%)에 비해 높은 선호도를 보여주고 있으나, 30-40대와 50대 연령의 경우, 짧은 재킷에 대한 선호도가 각각 14.56%, 9.76%로 나타나, 연령이 증가함에 따라 긴 길이의 재킷을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 50대 연령의 경우에는 보통 길이의 재킷보다는 긴 길이의 재킷을 선호하는 것으로 나타나 연령이 증가할수록 체형이 드러나는 의복을 기피하는 것으로 생각된다.

연령에 따른 재킷길이의 선호도에 관한 내용은

〈표 6〉 연령에 따른 재킷 길이의 선호도

()=row %

연령	연령에 따른 재킷 길이의 선호도			
	짧은재킷	보통재킷	긴재킷	전체
20대	41 (30.15)	67 (49.26)	28 (20.59)	136 (100)
30-40대	15 (14.56)	61 (59.22)	27 (26.21)	103 (100)
50대	4 (9.76)	17 (41.46)	20 (48.78)	41 (100)
계	60 (21.43)	145 (51.79)	75 (26.79)	280 (100)

$\chi^2=25.545$ $df=6$ $P<0.001$

〈표 6〉과 같다.

재킷의 칼라 모양과 연령과의 관계에서는 유의차가 나타나지 않았으며, 모든연령대에서 솔칼라(30.00%)와 테일러드 칼라(30.71%)를 거의 비슷한 비율로 가장 선호하는 것으로 조사되었다.

2) 스커트의 길이

연령에 따른 스커트의 선호도는 〈표 7〉과 같다. 보통 길이의 스커트가 가장 많이 선호되어 50대 63.41%, 30-40대 57.28%, 20대 36.76% 순으로 나타났다. 또한, 20대에서는 보통길이의 스커트와 짧은 길이의 스커트가 각각 36.76%, 34.56%로 비슷하게 선호하는 것으로 조사되었다. 50대에서는 보통길이의

〈표 7〉 연령에 따른 스커트 길이의 선호도

()=row %

집 단	연령에 따른 스커트 길이의 선호도			
	짧은길이 N(%)	무릎길이 N(%)	긴길이 N(%)	전체 N(%)
20대	47 (34.56)	51 (37.5)	38 (27.94)	136 (100)
30-40대	15 (14.56)	59 (57.28)	29 (28.16)	103 (100)
50대	1 (2.44)	26 (63.41)	14 (34.15)	41 (100)
계	63 (22.50)	136 (48.57)	81 (28.93)	280 (100)

$\chi^2=27.937$ $df=6$ $P<0.001$

스커트가 63.41%, 긴길이의 스커트가 34.15%, 짧은 길이의 스커트가 2.44%로 선호되는 것으로 나타났다. 전반적으로 무릎길이의 스커트 길이를 가장 선호하지만, 짧은 길이의 스커트는 연령이 낮을수록, 긴 길이의 스커트는 연령이 높을수록 선호도가 높게 나타났다.

3) 바지의 형태

바지의 형태와 연령과의 관계에서는 유의차가 나타나지 않았다. 모든 연령대에서 일자형의 바지를 가장 많이 선호하였으며, 몸에 붙는 형의 바지에 대한 선호도가 20대 20.59%, 30-40대 10.68%, 50-60대 7.32%로 나타나, 연령이 증가함에 따라 몸에 붙는형의 바지보다는 넓은형의 바지를 선호하는 경향을 나타냈다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 다양한 소비계층인 중국인 의류소비자의 의복디자인 선호도를 밝힘으로써 합리적인 상품 기획을 위한 기초자료로 제공하고자 시도되었다. 디자인 선호변인으로는 유형, 색상, 문양, 재질, 이미지, 형태 등을 사용하였으며, 연구 대상은 중국 북경시에 거주하는 만 20세 이상의 여성을 대상으로 설문 조사하였으며 1999년 7월부터 8월에 걸쳐서 실시하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

1) 외출복 스타일의 선호도 조사에서는, 외출복의 유형을 스커트, 바지, 캐주얼 복장으로 나누어 조사하였으며, 전 연령대에서 캐주얼 복장을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

전체의 약 51.8%가 캐주얼 복장을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 특히 20대와 50대의 경우 약 60%이상의 비율로 캐주얼 복장을 선호하는 것으로 나타나 스커트 정장이나 바지정장에 비해 2배 이상의 높은 선호도를 보여주고 있다. 그러나 이와는 대조적으로 30-40대 집단에서는 스커트 정장, 바지정장, 캐주얼 복장에 대한 선호도가 비교적 고르게 나타났다. 20대는 특히 활동량이 많은 연령대이므로

활동이 편리한 캐주얼을 가장 선호하는 것으로 생각되며, 50대의 경우에는 스커트 정장에 대한 선호가 약 7%로 가장 낮게 나타난 것으로 보아 격식을 차려입어야 하는 스커트 정장보다는 활동이 간편한 바지정장이나 캐주얼 복장을 선호하는 것으로 보여진다.

2) 외출복 색상의 선호도 조사에서는 봄·여름 정장의 선호색상과 가을·겨울의 선호색상을 나누어 조사하였다. 봄·여름 정장의 선호색상에서는 유의차가 나타났으나, 가을·겨울 정장의 선호색상에서는 유의차가 나타나지 않았다.

봄·여름 정장의 선호색상으로는 흰색 또는 아이보리색 계열의 선호가 63.57%로 가장 높게 나타났고 붉은색과 회색 및 검정색 계열의 색상이 가장 낮게 선호되었다. 이는 봄과 여름의 계절적인 특성으로 인해 더워보이는 붉은색과 회색 및 검정색 계열보다는 시원해 보이는 흰색 또는 아이보리색이 선호되었으리라 생각된다.

3) 외출복 무늬의 선호도 조사에서는 유의차가 나타났다. 전반적으로 무늬가 없는 외출복에 대한 선호가 48.21%로 가장 높게 나타났으며 특히 20대의 경우 무늬가 없는 외출복을 60% 이상이 선호하는 것으로 나타나 한국 여성의 연구(김효숙, 1999) 결과와 유사함을 보였다. 특히 체크무늬의 경우에는 20대와 50대 계층에서 6%이하의 낮은 선호도를 보여주었으나 30-40대 계층에서는 타 연령대에 비해 2배 이상의 선호도를 나타냈다.

4) 외출복 소재의 선호도 조사에서는 봄·여름의 선호소재와 가을·겨울의 선호소재로 나누어 조사하였으며, 봄·여름의 선호소재와 가을·겨울의 선호소재 모두에서 유의차가 나타나지 않았다. 전체적으로 봄·여름의 선호소재로는 면직물을, 가을·겨울의 선호소재로는 모직물을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

5) 외출복 이미지 선호도 조사에서는 전체적으로 우아함에 대한 선호도가 56.4%로 가장 높았으며, 유의차는 여성형, 활동형, 소박형, 화려형, 성숙형, 섹시형, 편안한형 등에서 나타났다. 30-40대 층에서 여성형 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타났으며,

20대 층에서는 활동형 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 또한 50대에서는 소박형 이미지를 가장 많이 선호하는 것으로 조사되어, 연령이 증가함에 따라 20대에서는 활동형을 선호하며, 30-40대에서는 여성적이며 우아한 형을 선호하며, 50대에서는 소박한 이미지를 추구하는 것으로 생각된다.

6) 정장의 형태의 선호도에서는 재킷길이와 칼라 모양, 스커트의 길이, 바지의 형태 등으로 분류하여 조사하였다. 재킷 길이에 있어서는 보통 길이의 재킷에 대한 선호가 51.79%로 가장 높게 나타났으며 연령별 선호도의 유의차가 나타났다. 20대의 경우에는 짧은 재킷과 보통길이의 재킷에 대한 선호도가 긴 길이의 재킷에 비해 높게 나타났으나 30-40대와 50대의 연령에서는 짧은 재킷에 대한 선호가 가장 낮게 나타났다. 특히, 50대 연령의 경우에는 보통길이의 재킷보다는 긴 길이의 재킷을 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 연령이 증가함에 따라 체형이 변화되므로 체형이 드러나는 의복을 기피하는 것으로 생각된다. 칼라의 형태에 있어서 테일러드 칼라에 대한 선호가 30.71%로 가장 높게 나타났으며, 연령별 유의차는 나타나지 않았다.

스커트 길이에 대한 선호도에서는 연령별 유의차가 나타났으며, 보통길이의 스커트가 48.21%로 가장 선호되었다. 20대에서는 보통길이의 스커트와 짧은 길이의 스커트가 비슷한 비율로 선호되었으나, 50대에서는 짧은 길이의 스커트에 대한 선호도가 2% 내외로 가장 낮게 선호되었다. 이는 재킷 길이의 선호도 조사에서와 같은 결과로 편안함과 짐작음을 추구하려는 연령대의 정서에 잘 부합되고 있음을 알 수 있다. 바지의 형태에 있어서는 유의차가 나타나지 않았으며 모든 연령대에서 일자형의 바지를 가장 많이 선호하였다. 또한 연령이 증가함에 따라 몸에 붙는 형의 바지에 대한 선호도가 급격히 줄어들어, 재킷의 길이나 스커트 길이의 선호도 결과와 같이 연령이 높아짐에 따라 체형이 드러나는 의복을 꺼리는 것으로 생각된다.

본 연구는 북경시에 거주하는 20세 이상 59세 이하의 여성을 대상으로 조사하였으며, 조사대상이 북경시에 거주하는 여성으로 한정되어 있어 중국 여

성 전체의 의복 디자인 선호도 확대 해석하는 데에는 신중을 기해야 할 것이며 좀더 많은 지역을 대상으로 정기적인 연구가 이루어져야 하겠다. 또한 연령에 따른 의복 디자인 선호도 뿐만 아니라, 직업, 학력, 수입 등의 사회·경제적인 수준을 보다 구체적으로 세분화시킨 소비자 마켓별 표본조사를 통하여 좀더 다양한 의복 디자인 선호도에 관한 조사가 이루어져야 하겠다.

■ 참고문헌

- 김보영(1996). 한국기업의 중국 동북3성 지역에 대한 직접투자 방안에 관한 연구. 인천대학교 석사학위논문.
- 김선진(1999). 우리나라의 대중국 수출증대방안. 경희대학교 석사학위논문.
- 김영인 외 2인(2000). 의복이미지 선호에 따른 20대 여성정장시장 세분화 및 색채선호도. 한국의류학회지, 24(1), 1-14.
- 김은주(1997). 한국 피혁의류 기업의 대중국 직접투자 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 김창모(1998). 한국기업의 대중국 직접투자 전략에 관한 연구. 명지대학교 석사학위논문.
- 김철민(1994). 중국의 대외개방정책에 따른 한국 기업의 직접투자 활성화 방안. 단국대학교 석사학위논문.
- 김춘석(1994). 한국기업의 중국투자 전략에 관한 연구. 경원대학교 석사학위논문.
- 김 화(1999). 중국인의 라이프스타일의 유형과 특성에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 박충남(1997). 한국 중소기업의 중국시장 진출을 위한 마케팅 전략. 강원대학교 석사학위논문.
- 박혜정(1990). 여대생의 의복선호도에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 백선영, 이선재(2000). 고교생의 성역할 정체감과 의복관여 및 의복만족에 관한 연구. 한국의류학회지, 24(1), 3-14.
- 석정수(1994). 우리나라 기업의 대중국 직접투자 증진 방안에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 심종성 외(1997). 패션의류와 소비자 행동에 관한 한·중 비교연구. 강원대 경영과학 연구, 21, 1-20.
- 유경아(1994). 중국의 투자환경과 한국의 대중국 직접투자에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 유혜경(1998). 중국 의류소비자 특성고찰. 한국의류학회지, 22(2), 233-240.
- 윤정호(1994). 한국기업의 대중국 직접투자 활성화 방안에 관한 연구. 영남대학교 석사학위논문.
- 이래섭(1994). 우리나라 기업의 대중국 직접투자 증대 방안에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 이명희(1993). 한국과 미국 남녀 대학생의 의복 이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. 한국의류학회지, 17(3), 367-379.
- 이선재(1987). 한국여성의 가치관과 의복디자인 선호도와와의 상관성 연구. 한국의류학회지, 11(1), 29-42.
- 이정은(1999). 대중국 직접투자에 관한 연구. 전북대학교 석사학위논문.
- 조진호(1999). 대중국 해외직접투자 성공 전략에 관한 연구. 서강대학교 석사학위논문.
- 최수영(1996). 한국기업의 대중국 직접투자에 관한 실증연구. 경원대학교 박사학위논문.
- 황대일(1998). 대구 경북지역 섬유산업의 대중국 해외투자전략에 관한 연구. 영남대학교 석사학위논문.
- 한국섬유신문. 2000년 3월 23일자.
- Cheskin, L. (1954). *How to color turn your home*. New York: The Macmillan Publishing co.
- Compton, N. H. (1962). Personal attributes of color and design preferences in clothing fabric. *Journal of Psychology*, 54(1), 191-195.
- Kefgen, M., & Touchie-Specht P. (1976). *Individuality in clothing selection and personal appearance*, 2nd ed. New York: The Macmillan Publishing co.