

消費者 選好度 및 라이프스타일 分析에 基礎한 衣類商品企劃의 提案

- 男性 正裝類의 캐주얼화 트렌드를 中心으로 -

朴炤珉* · 李株炫

延世大學校 生活科學研究所*, 延世大學校 生活科學大學 衣類環境學科 副教授

A Suggestion of Fashion Planning based on the Male Consumers' Preference on the Recent Fashion Trend according to Their Lifestyle

Park, So-Min* and Lee, Joo-Hyeon

Human Ecology Research Institute, Yonsei Univ.*
Associate Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Yonsei Univ.

Abstract

The purpose of this study was 1) to analyze the consumers' preference on the recent trend in men's wear according to their lifestyle and 2) to suggest a suitable direction for men's wear planning based on the lifestyle analysis.

A survey was applied to obtain the data set responded from 310 male subjects who were aged between thirties and forties.

The main results of this study are summarized as follows: 1) Five types of recent fashion trends were identified through a qualitative analysis on the recent men's wear trend, which were 'Modern classic casual', 'Retro traditional casual', 'Authentic/Ethnic casual', 'Urban dandy street casual' and the 'Refined sportive casual'. 2) The three types of the respondents' lifestyle were identified in this research and named as 'pursuing sense', 'pursuing tradition' and 'conservative indifference'. Examining the preference on fashion trends according to subjects' lifestyle and etc., the preference level of the 'pursuing sense' group on trend was, in general, higher than that of the two other lifestyle groups. The most preferred trend style of 'pursuing sense' group was the 'Modern Classic'.

Finally, a suitable direction for men's wear planning was suggested on the result of analysis in this research.

Key words: fashion planning(상품기획), lifestyle(라이프스타일), men's suits(남성정장류), men's wear(남성복), preference on trend(트렌드 선호도)

I. 서론

최근 국내 패션시장은 세계적 경기불황에도 불구하고 점진적인 회복세가 기대되고 있으며, 편안함과 활동성을 중시하는 소비자 의식의 확산에 기인한 캐주얼

트렌드가 부상함에 따라 캐주얼 시장은 성장할 것으로 전망되고 있다. 이러한 패션 시장의 경향과 더불어, 남성정장은 구입율 증가보다는 제품 고급화 방향으로 시장이 지속되는 반면, 어덜트 캐주얼의 경우는 시장규모의 지속적 증가 및 캐주얼 시장에서의 점

유희이 상승할 전망이다. 패션시장에서 남성 소비자들이 도시적이고 세련된 것을 추구하며 남성들의 패션 감각이 상승함에 따라 가치 있는 의류제품을 구매하려는 의식이 확대되었으며, 그 결과 남성복시장은 남성소비자의 패션감도지향 혁명기를 맞이하였다. 즉, 소비자 가치의 변화에서 기인한, 라이프스타일 지향, 감성 및 가치 지향적 소비형태 변화에 따라 남성 소비자들의 패션태도와 트렌드 수용도는 달라지고 있다. 또한 남성들의 옷 차림은 주 5일 근무 실시 등에 따른 여가 시간 증가와 삶의 질을 중시하는 라이프스타일의 변화로 인해 근무 시와 근무 후에도 두루 입을 수 있는 자연스럽게 캐주얼화된 비즈니스 스타일이 선호되고 있다²⁾.

이러한 변화 속에서, 국내 남성복업계에서는 급변하는 소비자의 라이프스타일에 기반한 상품기획의 필요성이 중요해지고 있으나 실제로 체계적 소비자 라이프스타일 분석에 기초한 상품기획은 충분히 이뤄지지 않고 있는 실정이다. 그러므로 본 연구에서는 최근 부상하고 있는 남성 정장류의 캐주얼화 트렌드를 유형화하고 소비자 라이프스타일에 따른 트렌드의 선호도를 분석함으로써, 실질적 의류상품기획 컨셉을 모색하고 패션시장의 전략적 대응방안 수립에 기여하고자 한다. 본 연구는 국내 남성복 소비자 30~40대 직장 남성들을 대상으로 전개되었다.

II. 이론적 배경

본 연구에서는 연구수행을 위한 주요 이론적 배경으로서 남성복 시장의 캐주얼화 동향, 유행선도력, 라이프스타일에 대하여 다음과 같이 고찰하였다.

1. 남성복 시장의 캐주얼화 동향

1) '캐주얼화'의 의미

21세기는 지난 20세기의 물질문명 탐닉의 시대를 뒤로하고 보다 인간적인 인간 본위의 삶의 가치추구 시대라고 할 수 있다³⁾. 이러한 패러다임의 전환은 우

리 인간의 삶과 가치에 보다 큰 비중을 두게 하였고 과거의 형식적인 T.P.O.에 따른 착장 개념이 점차 사라져 자신의 자유로운 시간과 여가, 즐거움을 추구하려는 인간 본위적 내면의 가치추구성향이 패션전반에 거대한 흐름의 하나로 부상하면서, 캐주얼화라는 경향이 형성되고 있다. 본 연구에 사용될 "캐주얼화"는 광범위한 캐주얼웨어의 디자인 요소와 이미지를 미적으로 수용할 뿐만 아니라 경쾌하고 소탈한 느낌의 여유 있는 마음과 부드러운 이미지, 유희적인 마음 가득찬 즐거움이 넘쳐흐르는 무드, 밝고 개방적이며 현대적인 캐주얼웨어의 캐주얼 감각을 패션에 적극적으로 수용하고자 하는 경향을 포함한다.

2) 남성복 패션의 캐주얼화 동향

정장류 시장: 남성복에서도 스타일면에서 여성복만큼 두드러지진 않지만 경기변화에 따라 일정한 흐름이 나타나고 있는데, 경기 전망이 밝은 현재 검색과 회색 등 기본 스타일보다는 밝은 베이지와 브라운 등의 화려한 컬러가 인기를 끄는 경향을 나타내고 있다. 소비자들의 기호가 패턴에서도 민 무늬보다는 줄무늬가 강세를 보이고 고급스러운 소재를 선호하는 경향이 뚜렷해졌다. 또한 한동안 시들해 졌던 넥타이핀과 커프스링크의 인기가 남성 소비자들에서 다시 살아나고 있는 것으로 보아 경제적 여유만 뒷받침되면 남성들도 화려하게 치장하고 싶어하는 욕망이 있는 것으로 보인다고, 남성복 기호의 변화를 보고하고 있다⁴⁾.

캐주얼 남성복 시장: 다양한 캐주얼웨어 중 남성 어덜트 시장(30~40대 남성)에서의 중심 타겟이 되며 점유율이 높은 트레이디셔널/캐릭터/어덜트 캐주얼웨어의 현황에 한하여 고찰하였다.

먼저 트레이디셔널 캐주얼웨어의 시장현황을 살펴보면, 경제위기 후 가장 많은 신장세를 보인 복종으로 꼽히는⁵⁾ 트레이디셔널 캐주얼은 꾸준한 성장세를 계속 해왔고 현재 국내 트레이디셔널 캐주얼군은 시장 강세를 지속하고 있다⁶⁾. 한편, 캐릭터 캐주얼은 중고가의 캐릭터캐주얼이 시장을 주도할 것으로 보이며⁷⁾ 소비자들로부터 더욱 좋은 반응을 보이고 있다. 현재 20~30대 남성들의 패션에 대한 욕구가 이를 긍정적으로 수용하는 사회적 분위기와 맞물리면서, 과거 획

일적이고 딱딱한 포멀 슈트를 거부하고 미의식을 드러낼 수 있는 세련된 비즈니스 웨어 혹은 퇴근 후 직장 밖에서도 멋스럽게 입을 수 있는 옷을 선호하게 된 것이다⁹⁾.

한편 남성 어덜트 캐주얼웨어 시장 현황은 어덜트 시장의 타겟인 30세 이상 남성의 인구구성 비율이 증가함으로써 시장규모는 90년대 이래 지속적으로 성장해왔으며 이는 소비자의 패션감도 성장과 라이프스타일의 변화에서 오는 영향으로 분석된다.

앞서 언급한 남성복 정장류와 캐주얼웨어의 동향 및 현황을 고찰한 결과, 현재 남성복 패션시장의 소비자들은 패션감성 변혁기를 맞이하였으며, 패션 감각추구와 소프트 추구 및 편안함 추구, 합리성 추구현상을 나타내며, 이는 최근 라이프스타일의 변화와 패션환경에 영향을 미치는 사회·문화적 환경들에서 영향을 받은 것으로 보인다.

3) 남성복 정장류 컬렉션에 나타난 캐주얼화 경향

최근에는 캐주얼트렌드의 영향을 받아 남성 정장류에서도 기존의 포멀한 슈트 개념에서 벗어나 캐주얼하게 변화된 패션스타일이 등장하고있다.

2002년 S/S시즌 남성복 테일러링의 강세가 이어지고 있는 가운데 싱글 브래스티드 재킷을 중심으로 디자이너컬렉션에서 다수의 캐주얼/포멀이 혼합된 착장 경향이 제안되었으며, 스티치 디테일이 첨가된 라펠 블레이저, 기장이 비교적 짧은 박스형 실루엣, 컬러에

서도 브라이트 톤의 대담한 시도가 증가되는 등의 특징을 나타내었다.

앞서 언급하였던 것처럼 테일러링의 회귀와 함께 여전히 비즈니스 캐주얼의 현상이 공존하고 있는데 이를 해결하기위해 역시 많은 디자이너들은 캐주얼과 정장의 두 스타일의 특징을 혼합하는 것에서 그 해답을 찾고 있으며 이러한 방법은 하나의 남성복 착장 경향으로 부상하고 있는 실정이다(그림 1 참조). 실제로 최근의 남성슈트는 구조와 실루엣 면에서 캐주얼 요소를 대거 응용하여 셔츠와 타이를 대신해 폴로셔츠나 터틀 넥을 가미한 스타일 연출이 소개 되었으며 다시 말해, 스타일 경향은 노타이 스타일, 캐주얼 감성이 풍부한 정장과 캐주얼이 융합 된 편안함을 더해 주는 어깨 선과 여유 있는 실루엣, 재킷은 목 주위 폭이 약간 좁아진 젊고 모던한 분위기, 바지는 슬림한 스타일을 강조하고 있다⁹⁾.

2 유행선도력

유행선도력과 트렌드 선호도의 관련 선행연구에서, 신현숙(2001)은 1998년 이후 제시된 미니멀, 맥시멀 트렌드 스타일에 대한 선호도와 유행선도력의 관계를 분석한 결과, 맥시멀 트렌드 스타일을 선호하는 집단의 유행선도력이 미니멀 트렌드 선호집단에 비해 더 높게 나타났다고 보고하였다¹⁰⁾. 이지은(2002)은 20-30대 여성 골퍼의 유행선도력과 트렌드 선호도간의 관계를



<그림 1> 캐주얼 트렌드가 반영된 최근 남성패션스타일의 예

분석한 결과, 유행선도력이 높을수록 '레트로 슈크' 테마의 트렌드 스타일, '내추럴 어드벤처' 테마의 트렌드 스타일, '플레전트 데이즈' 테마 등의 최신 트렌드 스타일을 선호한다고 진술하였다¹¹⁾. 한편 김지영(2002)의 연구에서는 6개의 최신 트렌드 테마에 대한 선호와 유행선도력의 관련성을 분석하였는데, 유행선도력이 높은 집단이 선호한 트렌드 테마 중에는 총 다섯 개의 맥시멀리즘 경향의 테마가 포함되었다고 보고하였다¹²⁾. 이와 같은 김지영의 결과는 최신 트렌드의 큰 흐름인 맥시멀리즘적 테마에 대한 선호도가 높은 사람들 중에는 유행선도자가 많았다는 신현숙(2001)의 연구 결과와 일치하는 경향을 나타내었다.

3. 라이프스타일

이재진(2000)의 연구에서는 패션 트렌드란 사회, 정치, 경제, 문화 등의 환경적 요인과 개인의 상호작용에 따라 형성되는 전반적인 메가트렌드가 패션 현상으로 나타난 것¹³⁾이라고 하였으며(이재진, 2000), 김수명(1997)은 트렌드 예측에 있어 패션 환경에 대한 분석이 선행되어야 한다고 하였다¹⁴⁾.

한편, 김상범(1996)의 라이프스타일에 관한 선행연구에서 라이프스타일을 인간적, 문화적 환경요인과 자연적, 지리적 환경요인 및 사회적, 제도적 환경요인으로 나누고, 좀 더 세부적으로 성, 가족 구성, 경제적 계층, 사회적 지위, 준거집단, 직업 등에 영향을 받는다¹⁵⁾고 하였으며 노영아(1996)¹⁶⁾의 연구에서 또한 영향을 받는 요인이 공통적으로 나타나는 결과가 있었다.

최유돈(2002)은 상품기획을 위해서는 패션의류상품 기획 과정 시 소비자의 라이프스타일, 구매형태, 소비동향 등 소비자분석이 반드시 수반되어야 한다¹⁷⁾고 언급하면서 상품기획 과정 중의 시장정보 및 소비자정보 분석 등 정보기획시의 소비자 라이프스타일은 빠질 수 없는 중요한 요인으로 작용하고 있다고 진술하였다.

따라서 패션산업에서는 소비자의 동기를 이해하고 이에 따라 정확한 패션 트렌드를 예측하는 일이 매우 중요하며, 소비자의 가치관과 라이프스타일을 파악하는 일은 필요하다고 할 수 있다¹⁸⁾.

III. 연구방법 및 절차

1. 용어정의

1) 정장류의 캐주얼화 트렌드

정장류를 좀 더 캐주얼한 감각으로 표현한 스타일 및 이를 수용하는 소비자의 경향.

2) 트렌드 스타일

매 시즌별 패션 트렌드 테마에서 제안된 컬러, 이미지, 소재, 스타일을 가장 전형적으로 나타내는 패션스타일.

2. 측정도구

본 연구에서는 자극물과 설문지를 사용한 조사연구를 다음과 같이 수행하였다.

1) 설문지

선행연구를 참고로 예비조사 과정을 거쳐 수정 보완 후 본 연구의 목적에 맞게 패션리더쉽(유행 혁신성 측면의 5개 문항, 유행 의견선도력 측면의 7개 문항)/라이프스타일(의생활 측면의 11개 문항, 식생활 측면의 10개 문항, 주생활 측면의 8개 문항, 소비생활 측면의 6개 문항, 문화생활 측면의 15개 문항, 매체이용 측면의 6개 문항, 사회적 가치관 측면의 12개 문항)/트렌드반영 스타일 선호관련 측정(선호도 평가 1문항, 디자인요소별 선호도 평가 5문항, 선호이유 및 선택 배경 22문항)도구 등 총 96문항(모두 리커트형 5점 척도)과 인구통계학적 문항(9문항)으로 구성된 설문지를 개발하였다.

2) 최근 트렌드 조사

98/99~2002/03 남성복 추동(국내외 트렌드 정보지 각1개) 패션트렌드^{19~28)} 및 그 외 트렌드 관련 문헌자료^{29~34)}를 조사하였다. 조사 분석결과 최근 트렌드는 5개의 유형으로 요약되었으며 이는 'Modern Classic', 'Retro Traditional', 'Authentic/Ethnic', 'Urban street Dandy', 'Refined Sportive' 등 이었다.






3) 자극물

최근 남성복 정장류의 트렌드 조사결과를 토대로 하여, 5개 유형의 트렌드테마를 대표하는 스타일 10개 (5개 테마×2개 스타일)를 선정하였으며 그 선정과정은 다음과 같다.

먼저 기초자료 수집을 위해 조사결과 도출된 5가지 유형의 정장류 트렌드 특성분석을 토대로 패션잡지 및 해외 컬렉션 자료집과 해외 남성컬렉션 인터넷사이트 등에서 각각의 트렌드 스타일에 부합하는 25개

의 다양한 스타일들은 수집하였다. 둘째, 연구자와 전문가 1명이 각 스타일이 해당 트렌드 테마를 전형적으로 반영하는 정도와 의류상품으로서의 수용가능성을 고려하여 5개 트렌드 테마를 대표하는 전형적 스타일 11개를 1차 선정하였다. 다음 단계에서는, 1차 선정된 대표 스타일들의 타당도 검증을 위해 두 가지 기준을 통한 전문가 평가를 실시하였다. 여기에서는 수집된 대표스타일들을 전문가에게 차례로 제시한 후, 각 대표적 스타일들이 해당 트렌드 테마를 반영하는

〈표 1〉 자극물-트렌드 테마 5개 유형의 트렌드 스타일과 키워드

트렌드 테마*	트렌드 스타일 및 컨셉의 키워드		트렌드 테마*	트렌드 스타일 및 컨셉의 키워드	
모던 클래식 (Modern Classic, MC*)		럭셔리, 모던, 클래식, 세련된, 미니멀, 릴렉스드, 엘리건트, 편안한	어번 스트리트 댄디 (Urban street Dandy, UD*)		댄디한, 관능적인 (sensual), 개성적, 도발적인, 야한(flashy), 모던한, 여성적인 (feminine), 낡은듯한(vintage), 색다른(offbeat)
레트로 트래디셔널 (Retro Traditional, RT*)		modesty, 부드러운, noble, 레트로, 브리티쉬, 프레피 (preppie), 전통적인, contrasting harmony	리파인드 스포티브 (Refined Sportive, RS*)		스포티한, 기능적인, 편안한, 부드러운, 겹쳐입은(layered), 개성적, 경쾌한 (playful), 활동적인(active), 동적인(dynamic)
오센틱/에스닉 (Authentic/Ethnic, AE*)		소박한, 위엄있는, 자연스런, 검소한, 남성적인, 원시적인, 세련된, 엄격한, 러스틱한, 정통주의의, 에스닉풍의, 편안한			

(*트렌드 반영 대표스타일들의 명칭으로는 정장류의 캐주얼화 다섯 가지 유형의 이니셜 약자를 함께 제시하였다.)

정도(타당도)와 소비자들이 각 스타일을 상품으로서 수용할 가능성 정도 등을 평가하였다. 이 평가에는 현직 경력 3년 국내 남성복 남성 디자이너 1명, 경력 6년 국내 캐주얼브랜드 남성 디자이너 1명, 경력 3년의 수입브랜드 머천다이어지 1명, 연세대학교 의류환경학과 석사과정 9명, 박사과정 2명 등 총 14명이 참여하였으며, 트렌드 반영의 타당도를 평가하는 방법으로는 리커트형 7점 척도에 응답하는 방식과 주관적 평가 방식을 취하였다. 여기에서 주관적 평가란, 트렌드 테마의 특성을 기술하는 주요 형용사 35개를 전문가에게 제시한 후 각 스타일의 특성을 나타낸다고 생각되는 형용사들을 전문가로 하여금 주관적으로 선택하도록 하는 평가 방식이었다. 또한 트렌드 스타일의 소비자 수용가능성에 대해서는 리커트형 7점 척도의 평가방식을 사용하였다. 평가결과, '트렌드 반영 타당도'와 '소비자 선호도'의 각 평균점수가 5.00이상('선호하는 편' 이상)영역에 있으면서 주관적인 타당도 평가에서도 타당성이 검증된 스타일들을 각 트렌드 테마 별로 2개씩 선택하였다. 선택된 스타일들은 트렌드 테마당 2개씩 총 5개 유형의 트렌드 테마를 대표하는 트렌드 스타일의 자극물로 개발되었으며, 그 구체적 내용은 다음에 제시된 바와 같다(표 1 참조).

3. 예비조사

2001년 5월 2일부터 5월 5일 까지 30~40대 남성을 31명 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 조사결과 라이프스타일 차원에서 편중된 경향을 보인 문항 1개와 트렌드 자극물 선호이유에 관한 문항 1개를 수정 보완하였다.

4. 자료수집과 분석

조사대상자는 국내 패션시장에서 남성복 정장류 소비시장이 가장 큰 남성복 소비자 연령 30~40대 직장 남성 310명이었으며, 이들은 직장을 고려하여 편의표집되었다. 조사대상 중에는 30대 초반이 약 50%로 가장 많았고, 30대 중반이 22.3%, 후반이 16.8%, 40대가

전체의 11.3%를 차지하였다. 전체 응답자 중 미혼이 기혼보다 많은 67.7%를 차지하였고, 학력은 대학교 졸업이 65.8%, 직업은 전문직이 전체 응답자의 반 이상으로 54.7%, 가계 월 수입 총액이 300만원 이상의 수준이 전체 응답자의 반 이상인 60%를 차지하였다. 월 평균 의복지출비는 10~25만원 미만 수준이 40.5%로 가장 많았다.

본 조사는 5월 7일부터 5월 30일까지 실시되었고, 수집된 총 343부의 자료 중 불성실한 응답 33부를 제외한 310부의 자료가 분석에 사용되었다. 라이프스타일을 유형화하기 위해 요인분석, 군집분석을 사용하였고, 각 변인들의 집단간 차이를 분석하기 위해서는 χ^2 검정, t-test와 일원분산분석 및 Duncan과 Dunnett3등의 사후검정을 실시하였고, 그 외 빈도분석, 백분율 산출 등이 자료분석에 사용되었다.

IV. 결과 및 논의

1. 라이프스타일 유형과 특성

1) 라이프스타일 유형 집단의 분석

군집분석과 요인분석을 통하여 응답자의 라이프스타일 유형을 분석한 결과, 본 연구의 응답자들은 '적극적 감각추구형', '보수적 전통지향형', '보수적 무관심형'의 3가지 라이프스타일유형 집단으로 구분되었으며 각 집단의 구체적 특징은 다음과 같다(표 2~3 참조).

적극적 감각추구형 집단은 감각적이면서 실용보수적 성향을 지닌 의생활을 하며, 식생활에서는 전반적으로 서구적 간편함과 건강고려를 하는데 긍정적이고, 풍성함을 추구하며 미각을 중시하였고, 실내장식 디자인과 색상을 중요시하는 미관에 관심이 많은 주생활을 가지고 있었다. 이들은 문화생활에 전반적으로 긍정적이며 예술적 감상을 하는 여가생활에 상당히 관심이 많고, 스포츠를 즐기며, 사교적이고 가족 중심적 성향과 함께 특히 브랜드를 중시하며 충동적성향과 계획적 소비성향을 동시에 가지고 있다. 또한 이들은

<표 2> 라이프스타일의 요인분석 결과

의생활 측면	식생활 측면	주생활 측면	
<p>감각추구성향(31.997%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 옷을 자주 바꿔 입음으로써 변화를 주려고 한다.(789). · 새로운 패션이나 유행을 빨리 받아들이는 편이다.(785). · 나는 옷의 색깔이나 디자인을 고르는 센스가 상당히 있는 편이다.(775) · 나는 양복과 넥타이, 양말 색상이 서로 어울리는지에 대해 신경을 많이 쓴다.(737). · 비싼 옷 한 벌이 여러 벌의 값싼 옷보다 좋다고 생각한다.(623). 	<p>서구적 간편성(17.391%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 점심으로 패스트푸드 등을 먹는 경우가 많다.(830). · 한식보다는 양식을 좋아하는 편이다.(700). · 아침으로 빵, 우유를 먹을 때가 많다.(669). <p>건강지향(16.755%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 건강식품, 자연식품, 무공해 식품을 많이 이용하는 편이다.(766). · 음식을 먹을 때는 영양가를 고려하는 편이다.(716). · 카페인이나 탄 음료(커피, 콜라, 박카스)는 가끔적 삼간다.(657). <p>풍성함 추구(14.547%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 영양가가 충분하더라도 반찬 가지수가 적은 것은 싫다.(853). · 식탁은 풍성해야 한다고 생각한다.(822). 	<p>쾌적환경 추구성향(32.815%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인구밀집도시나 여러 편의시설이 많은 아파트에 살고 싶다.(750). · 직장이 다소 멀더라도 공기 좋은 주택단지 같은 곳에 살고 싶다.(736). · 아파트보다 단독주택이 좋다.(693). · 주거환경이 좋은 곳보다 교통이 편리한 곳에 살고 싶다.(619). <p>미관추구(27.052%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 가구나 실내장식은 실용성보다 디자인이나 색상이 더 중요하다.(854). · 가구나 실내장식은 디자인과 색상이 가장 중요하다.(850). 	
<p>관리편이성향(18.337%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 손질하기 힘든 옷은 마음에 들어도 사지 않는다.(882). · 손질하기 힘든 옷은 입지 않는다.(869). <p>실용보수성향(15.562%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 입어서 편한 옷을 주로 입는다.(804). · 옷은 단정하게 입는 것이 좋다.(795). 	<p>미각추구성향(14.490%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 음식을 먹을 때는 맛을 가장 중요시 한다.(824). · 맛이 있다고 소문난 음식점을 찾아 다니는 편이다.(730). 		
소비생활 측면	문화생활 측면	매체이용 측면	사회적 가치관 측면
<p>브랜드추구성향(26.343%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 널리 알려진 브랜드 제품에 더 신뢰감이 간다.(851) · 비싸더라도 이왕이면 유명브랜드 제품을 산다.(761). <p>중동소비성향(24.049%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 갖고싶은 것은 당장 돈이 없더라도 구입하는 편이다.(919) · 예정에 없던 것이라도 마음에 드는 물건이 있으면 일단 구입한다.(689) <p>계획소비성향(23.812%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 물건을 구입할 때 계획을 세운 뒤 구입하는 편이다.(860) · 갖고 싶은 것을 살 때는 여러 가지 정보를 모아서 연구하는 편이다.(779) 	<p>여가추구 성향(19.385%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유명한 오페라 공연이나 오케스트라 콘서트는 종종 가는 편이다.(824) · 미술관이나 전람회에 자주 가는 편이다.(821) · 영화나 연극감상을 자주 가는 편이다.(685). · 나를 위한 여가활동에 투자를 많이 한다.(569). · 때로는 자유롭게 여행을 한다.(567). <p>스포츠활동 지향(16.652%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 평소 운동을 자주 한다.(835). · 좋아하는 취미활동을 충실히 하는 편이다.(746). · 스포츠는 구경하기보다는 직접하기를 좋아한다.(654). · 모험적인 스포츠가 좋다.(552). <p>사교추구성향(12.408%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 나는 혼자 있기보다는 여러 사람들과 어울리기를 좋아한다.(797). · 친구 또는 동창회 등의 모임이나 파티에는 가능한 빠지지 않고 참석하는 편이다.(617). · 주말이나 공휴일이면 집에서 휴식을 취하기보다는 밖으로 나가는 편이다.(606). <p>가족중심성향(10.992%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 휴가는 주로 가족과 함께 보낸다.(852). · 가족이 모여서 함께 놀러 가는 경우가 많다.(828). 	<p>잡지선호(27.439%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 어떤 잡지든 한 달에 1권 이상은 보는 편이다.(839). · 관심 있는 분야의 전문서적이거나 잡지를 자주 읽는 편이다.(798) <p>인터넷 선호(21.914%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 쇼핑을 종종 이용한다.(854). · 인터넷을 통해 정보를 수집하는 편이다.(722). <p>신문방송 선호(20.714%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 신문보다는 주로 유선방송(TV, 케이블채널)을 통해 정보를 얻는 편이다.(837). · 신문을 자주 읽는다.(700). 	<p>본질중시 성향(23.259%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인간다운 삶이 돈을 버는 것보다 중요하다.(781). · 돈, 권력, 명예보다는 나 자신의 확고한 가치관을 가지는 것이 더 중요하다.(724). · 돈보다는 적성을 고려해 직업을 선택해야 한다고 생각한다.(678). · 자녀들의 적성은 본인들에게 맡겨두는 것이 좋다고 생각한다.(592). <p>진취적 성향(19.500%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 나는 여러 방면에 걸쳐 능력이 있다고 믿는다.(858). · 나는 매사에 관심이 많으며 남보다 새로운 일을 시도해 보고자 한다.(830). <p>성취추구성향(16.544%)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 집안의 중요한 일은 가장이 결정해야 한다고 생각한다.(806). · 세상을 살아가는데 있어 사회적 지위를 얻는 것이 무엇보다 중요하다고 믿는다.(757). · 무슨 형태의 일이든 돈을 많이 벌어야 성공했다고 할 수 있다.(484).

· 문항내용 뒤 ()의 숫자는 요인 적재치. · 요인명 뒤 ()의 숫자는 그 요인의 총 변량에 대한 설명량.

<표 3> 라이프스타일 유형집단별 특성

n=310

라이프스타일 차원	각 차원별 요인	군집1 ^a (108명/34.8%)	군집2 ^b (96명/30.9%)	군집3 ^b (106명/34.2%)
의생활 측면	감각추구성향	.76 ^a	-.75	-.10
	관리편이성향	-.06	.05	.00
	실용보수성향	.27	.49	-.75
식생활 측면	서구적 간편성	.37	-.81	.35
	건강지향성	.42	-.29	-.17
	풍성함 추구	.25	-.11	-.12
	미각추구성향	.59	-.08	-.52
주생활 측면	쾌적환경 추구성향	-.17	.40	-.22
	미관추구	.53	-.50	-.07
문화생활 측면	여가추구성향	.66	-.60	-.11
	스포츠활동지향	.26	-.12	-.15
	사교추구성향	.30	.05	-.34
	가족중심성향	.29	.08	-.37
소비생활 측면	브랜드추구성향	.60	-.30	-.35
	충동소비성향	.48	-.70	.13
	계획소비성향	.39	-.11	-.26
매체이용 측면	잡지선호	.63	-.32	-.29
	인터넷선호	.36	-.18	-.22
	신문방송선호	.09	-.62	.49
사회적 가치관 측면	본질중시성향	.36	.31	-.66
	진취적성향	.53	-.36	-.20
	성취추구성향	.31	-.08	-.27
유형별 군집명		적극적 감각추구형	보수적 전통주의형	보수적 무관심형

^a 각 군집별 요인점수(factor score)의 산술평균임. 요인점수가 높을수록 해당요인에 대한 반응이 높다.

^b 괄호 안의 숫자는 전체에 대한 구성비와 구성비의 백분율

인터넷과 잡지 등 매체이용에 전반적으로 긍정적 성향을 보이며 진취적 성향이 강하고 다소 본질중시 및 성취성향의 사회적 가치관을 둔 긍정적 가치성향을 지니고 있는 특징이 있다.

한편, 보수적 전통지향형 집단은 보수적 성향의 의생활을 하며, 서구적 간편성에 상당히 부정적으로 보다 전통적인 식생활과 전원적인 주거환경을 지향하며, 가족 중심적이고 사교적 사회성에 긍정적이며 충동구매를 하지 않고 별다른 소비행태를 보이지 않는다. 유선방송 등에 부정적 성향으로 매체 이용에 무관심하며 본질 중시의 사회적 가치관을 지니고있다.

마지막으로 보수적 무관심형의 라이프스타일 집단은 일상생활에 비적극적 태도와 보수적이면서 전반적으로 무관심한 태도를 보이는 집단으로 의생활에 있어서 실용보수적 성향에 상당히 부정적이며 오직 간편한 식생활을 좋아한다. 또한 이 집단은 주생활과 문화생활에 무관심하고 다소 충동적 소비생활과 신문방송을 선호하며 본질 중시적 가치에 상당히 부정적 성향을 지니고 있는 특징이 있는 것으로 나타났다.

2) 라이프스타일 유형 집단별 인구통계적 특성

본 연구에서 분석된 3개 라이프스타일 유형 집단들

은 가정 내 월평균 총 소득, 응답자 월평균 소득, 월평균 의복지출비, 거주지 등에 따라 의미있는 집단간 차이를 나타내었으며, 이들의 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 거주형태에 따른 집단간 차이는 발견되지 않았다.

적극적 감각추구형 집단의 경우, 가계 월평균 총소득 등($\chi^2=25.367$, $p<.01$)이 400만원 이상(68.9%)인 사람이 다른 두 집단에 비하여 더 높은 비율을 차지하였다. 응답자 자신의 월평균 소득($\chi^2=15.640$, $p<.05$)에서는 300~500만원 미만(적극적 감각추구형 41.9%, 보수적 전통지향형 43.8%, 보수적 무관심형 40.2%)인 사람들이 가장 높은 비율을 차지하되, 모든 집단에서, 비슷한 비중을 나타내었고, 적극적 감각추구형 집단의 경우에는 응답자 월평균 소득이 500만원이상(26.7%)인 사람이 다른 두 집단에 비하여 더 높은 비율을 차지하였다. 보수적 전통지향형은 응답자 월평균 소득이 500만원이상(10.4%)인 사람이 다른 두 집단과 비교해 가장 낮은 비율을 차지하였으며, 보수적 무관심형 집단(16.7%)에서 다음 순으로 낮은 비율을 차지하였다. 그러므로 적극적 감각추구형 집단은 고소득자가 상대적으로 많은 집단임을 알 수 있었다.

월평균 의복지출비($\chi^2=59.371$, $p<.001$)에서는, 적극적 감각추구형 집단에서는 월평균 의복지출비 40만원이상(22.5%)되는 사람이 다른 두 집단(보수적 전통주의형 2.1%, 보수적 무관심형 11.7%)과 비교하여 더 높은 비율을 차지하였다. 보수적 전통지향형 집단의 경우 다른 두 집단에 비해 월평균 의복지출비가 25만원미만(91.7%)인 사람들이 더 높은 비율을 차지하였다.

3) 라이프스타일 유형별 유행선도력 비교

본 연구의 응답자는 유행선도력 점수(1~5점 범위)의 산술 평균에 따라 '유행선도력 이 낮은(1점 이상~3점 미만)/보통(3점 이상~4점 미만)/높은(4점 이상) 집단'의 세 집단으로 다시 구분되었다. 전체 응답자의 유행선도력 산술평균값은 2.79로 나타나, 전반적으로 보통이하의 유행선도력 수준을 나타내었으며, 이 중 유행선도력이 낮은 집단은 전체응답자의 55.8%를 차지하였고, 보통 집단은 40.7%, 높은 집단은 3.5%를 차지하였다.

다음으로는 라이프스타일 유형 집단별로 유행선도력

의 차이를 분석하였다. χ^2 검증을 실시한 결과, 적극적 감각추구형 집단 중에는 유행선도력이 보통 이상(산술 평균 3.00이상)인 사람이 71%를 차지하여, 이 집단은 다른 두 라이프스타일 집단에 비해 높은 유행선도력을 나타내었다. 보수적 전통지향형 집단의 경우에는 유행선도력이 낮은 사람이 대부분(92.7%)을 차지하였으며, 보수적 무관심형 집단에서는 유행선도력이 보통인 사람은 49.1%, 낮은 사람은 50.0%를 차지하였다. 한편, 다음으로는 라이프스타일 유형 집단에 따른 유행선도력(원 점수)의 차이를 일원분산분석을 분석하였는데, 그 결과 3개 집단 간에는 의미있는 차이($F=87.189$, $p<.001$)가 발견되었으며, 적극적 감각추구형(산술평균 3.27), 보수적 무관심형(2.86), 보수적 전통지향형(2.18)의 순으로 나타났는데, 이는 앞서 서술한 χ^2 검증 결과와 맥락을 같이하는 결과였다. 이러한 분석 결과를 종합할 때, 응답자의 유행선도력 수준은 전반적으로 낮으나, 3개의 라이프스타일 유형집단 중에서는 감각추구형 집단의 유행선도력이 가장 높다는 것을 알 수 있었다.

2 소비자의 캐주얼화 정장류 트렌드에 대한 선호경향

1) 전체 응답자의 선호경향

캐주얼화 정장류의 트렌드 스타일에 대한 선호도를 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과(표 4 참조), 전체 응답자들의 트렌드 스타일들에 대한 선호는 40미만으로 나타나 전반적으로 높지 않은 선호 수준을 나타내었다. 또한 전체 응답자들은 본 연구의 트렌드 스타일 중에서 모던 클래식(Modern Classic, 이하 MC로 약칭함) 스타일을 가장 선호하는 것(3.39)으로 나타났다. 전체 응답자들이 두 번째로 선호한 스타일은 오센틱/에스닉(Authentic/Ethnic, 이하 AE로 약칭함) 스타일, 다음 순으로는 레트로 트레이디셔널(Retro Traditional, 이하 RT로 약칭) 스타일, 리파인드 스포티브(Refined Sportive, 이하 RS로 약칭) 스타일, 어번 스트리트 댄디(Urban street Dandy, 이하 UD로 약칭) 스타일로 나타나 최신 트렌드 중 UD 스타일을 가장 선호하지 않는 경향을 나타내었다.

2) 라이프스타일 유형 집단별 트렌드 스타일 선호 경향

다음으로는 3개 라이프스타일 유형 집단에 따른 트렌드 스타일 선호도의 차이를 알아보기 위해 일원분산분석을 실시하였다(표 4 참조). 그 결과, 트렌드 스타일 선호도에 있어 3개 라이프스타일 유형 집단 간에 의미있는 차이가 발견된 스타일은 MC, UD 스타일이었으며, 사후검정 결과 적극적 감각추구형 집단이 다른 라이프스타일 집단보다 MC 스타일을 더 선호하는 경향(산술평균 3.37-보통이상 선호경향)을 나타내었다. 또한 AE 스타일(산술평균 3.07)과 RT(산술평균 3.05) 스타일에 대한 선호에서는 라이프스타일 유형 집단간의 의미있는 차이는 나타나지 않았지만 산술평균을 기준으로 볼 때 적극적 감각추구형 집단은 AE와 RT 스타일을 보통이상으로 선호하였다. 한편, 보수적 무관심형 집단도 AE 스타일을 보통이상으로 선호(산술평균 3.11)하였다.

3) 인구 통계학적 특성에 따른 트렌드 스타일 선호 경향

인구통계학적 특성에 따른 트렌드 스타일의 선호 경향을 분석하기 위해 일원분산분석을 실시하였다(표 4 참조).

월평균 가내 총소득: 월평균 가내 총소득에 따른 트렌드 스타일의 선호도를 분석한 결과, 의미있는 차이가 나타난 스타일은 MC, UD 스타일이었다. 좀 더 구체적으로 가내 총소득 집단간의 차이를 알아보기 위

해 사후검정을 실시하였으며, 그 결과 전체 응답자들 중에서 월평균 가내 총소득 700만원 이상의 고소득을 갖는 가계 집단은 모두 MC, AE, RS 스타일을 보통 이상으로 선호하였고, 특히 MC 스타일의 경우 특히, 1500만원이상의 월평균 가내 총소득 집단이 이 스타일에 대해 산술평균값 4.0의 '비교적 선호' 하는 경향을 나타내었다. 이러한 결과는 30~40대의 고소득층 직장 남성들을 표적 시장으로 한 의류상품기획시 중요하게 고려되어야 할 것이라고 사료되었다.

또한 월평균 가내 총소득에 대한 분석결과를 좀더 세분화하여, 라이프스타일 유형 집단별 월평균 가내 총소득에 따른 트렌드 스타일 선호도를 일원분산분석 및 사후 검정하였으며, 그 결과 적극적 감각추구형과 보수적 무관심형 집단 내에서 월평균 가내 총소득 그룹 간에 의미있는 차이가 발견되었다. MC 스타일의 경우, 적극적 감각추구형 집단 중 가내 월평균 총소득에 따른 모든 세부 그룹들이 보통 이상으로 선호하는 경향을 나타내었고, 특히 그 중 1500만원 이상의 소득자 그룹은 다른 모든 집단에 비해 의미있게 높은 선호(산술평균 4.07)를 보여, 이 집단은 MC 스타일을 가장 선호하는 경향을 지닌 세분화 집단으로 나타났다. 한편, 보수적 무관심형 집단 내의 월평균가내 총소득이 700만원 이상인 모든 소득 그룹들이 AE, RS 트렌드 스타일을 보통 이상으로 선호하였다. 그러므로 MC, RT, UD 스타일에 비해 AE, RS 트렌드 스타일은 보수적 무관심형 집단 내 고소득 응답자의 수용가능성이 비교적 높은 편이라 볼 수 있었다. 이러한 결과는 각

<표 4> 트렌드 스타일 선호도에 대한 빈도분석 및 일원분산분석 결과

선호스타일		MC	RT	AE	UD	RS		
빈도분석	전체응답자의 선호도 산술평균	3.39	3.06	3.19	2.81	3.04		
일원분산 분석	라이프스타일유형별 F값		7.534**	2.291	1.099	12.028***	2.868	
	인구 통계적 특성별 F값	월평균	전체	5.925***	.629	1.291	3.093*	1.902
		가내 총소득		적극적감각추구	3.222*	.629	.278	.343
			보수적무관심	2.971*	1.898	2.186	2.351*	2.581*
		월평균	전체	5.335***	1.469	1.916	2.192	1.443
	응답자 소득	보수적무관심		3.480*	.182	2.060	3.075*	2.315

* p<.05, **p<.01, ***p<.001

라이프스타일 유형 집단의 고소득자 그룹을 겨냥하는 상품기획시 고려해야 할 점으로 사료되었다.

응답자의 월평균 소득: 인구통계적 특성 중 응답자 자신의 월평균 소득에 따른 캐주얼화 정장류의 트렌드 스타일에 대한 선호도를 분석한 결과, MC 스타일의 경우에서만 의미있는 집단 간의 차이가 발견되었다. 이에 대한 사후검정결과, 150만원 미만의 소득 그룹과 300-500만원 미만의 소득 그룹을 제외한 모든 집단에서 MC 스타일에 대한 선호는 보통 이상으로 나타났으며, 특히 월평균 소득 700만원 이상인 세분 집단은 다른 집단에 비해 이 스타일을 더욱 선호(산술평균 3.82)하였다.

좀 더 세분화한 분석으로서, 라이프스타일 유형별 응답자 자신의 월평균 소득에 따른 트렌드 스타일의 선호도를 분석한 결과, 보수적 무관심형 집단의 경우에서만 의미있는 차이가 나타났다. 여기에서 의미있는 차이가 나타난 트렌드 스타일은 MC와 UD 스타일이었는데, 보수적 무관심형 집단 내의 500-700만원 미만, 700만원 이상의 월 평균소득 집단은 다른 세분 집단들 보다 MC 스타일을 더욱 선호하는 경향을 나타내었으며, 특히 이 중 700만원이상의 월평균소득 그룹은 더욱 높은 선호경향을 나타내었다. 한편, UD 스타일은 보수적 무관심형 집단 내에서 가장 낮은 월평균 소득을 보이는 150만원 미만 소득 그룹과 상대적 고소득 그룹인 500-700만원의 소득 집단에서 모두 보통 이상으로 선호되는 결과를 나타내었다. 특히, 보수적 무관심형 집단 내의 월평균 소득 150만원 미만인 저소득 그룹이 UD 스타일을 비교적 선호(산술평균 4.00)하는 경향을 나타냈다.

V. 결론

본 연구는 국내 남성복 소비자 30~40대 직장 남성들을 대상으로 전개되었으며, 남성복의 최근 캐주얼화 정장류의 트렌드를 유형화하고, 소비자 라이프스타일 유형 및 유행선도력 수준과 인구통계학적 특성에 따른 트렌드 스타일의 선호경향을 고찰하고, 각 트렌드 스타일에 대한 선호에 디자인 요소가 미치는 영향을

분석하였다. 남성복의 최근 캐주얼화 정장류 트렌드의 유형을 분석한 결과, 트렌드 스타일은 MC스타일, RT 스타일, AE스타일, UD스타일, RS스타일의 5가지로 분류되었다.

30~40대 직장남성 소비자의 라이프스타일을 분석한 결과, '적극적 감각추구형', '보수적 전통주의형', '보수적 무관심형'의 3가지 유형으로 분류되었다. 적극적 감각추구형 집단은 다른 두 집단에 비해 더 높은 유행선도력을 지니고 있으며(보통 이상), 전반적으로 의식주생활에 적극적이며 감각을 추구하며 긍정적, 진취적 사회적 가치관을 지니고 있다. 또한 소득수준이 비교적 높은 사람이 세 집단 중 가장 많이 포함되어 있었으며 의복지출비가 높은 사람이 다른 두 집단에 비해 더 많았다. 적극적 감각추구형의 직장남성 소비자들은 MC, RT, AE 스타일에 대해 선호하는 것으로 나타났다. 적극적 감각추구형 집단 중 가내 월평균 총 소득에 따른 모든 세부 그룹들이 MC스타일을 보통 이상으로 선호하였고, 특히 월평균 1500만원 이상의 고소득자 그룹은 다른 모든 집단에 비해 MC스타일을 더 선호하는 경향을 보였으며, 이러한 결과를 통해 볼 때 이 집단은 비교적 동질적인 트렌드 선호를 나타내는 라이프스타일 집단임을 알 수 있었다.

보수적 전통지향형 집단은 보수적 성향의 의생활을 하며, 서구적 간편성에 상당히 부정적으로 보다 전통적인 식생활과 전원적인 주거환경을 지향하며, 가족 중심적이고 사교적 사회성에 긍정적이며 충동구매를 하지 않고 별다른 소비행태를 보이지 않는다. 유선방송 등에 부정적성향으로 매체이용에 무관심하며 본질 중시의 사회적 가치관을 지니고 있으며, 본 연구에서 제시한 어떤 트렌드 스타일도 선호하지 않았다.

보수적 무관심형의 라이프스타일 집단은 일상생활에 비적극적 태도와 보수적이면서 전반적으로 무관심한 태도를 보이는 집단으로 의식주생활 전반에 걸쳐 비적극적이고 무관심하며 식생활에서만 간편성을 중시하며 약간의 충동적 소비성향을 나타내었다. 이 집단은 보수적 전통지향형 집단보다는 유행선도력이 높았으나, 유행선도력의 절대적 수준은 보통보다 낮았으며, 소득과 의복지출비 수준에서는 적극적 감각추구형 집단과 보수적 전통지향형 집단의 중간 정도를 나타

〈표 5〉 연구결과에 기초한 남성정장류 상품 기획 방향의 제시

Concept와 Key word	반영 트렌드	타겟집단의 라이프스타일 및 기타 특성	상품기획 방향 제시
"Active pre-ta couture" key word: 모던, 레트로, 개성적, 경쾌한 클래 식과 엘레강스 이미 지, 럭셔리	Modern Classic	· 단정함과 편안함을 동시에 추구하는 감각적 추구성향, 풍성함과 건강을 중시하는 미식가적 기질, 실내 장식 적 미관추구, 다양한 문화생활을 하 며 전반적으로 긍정적인 진취적 사고 를 지닌 생활방식. · 유행 선도력은 중-중상 수준 다양한 소득수준, 월평균 의복지출비 는 비교적 높은 30~40대 직장남성.	① 단정하면서도 편안한 감각적 스타일 을 코디네이트형 단품 그룹과 세퍼 레이트형 단품 그룹으로 제시할 필 요가 있음. ② 다양한 소득수준에 따른 다양한 가 격대가 필요함.
"Off stage" key word: 소박함, 편안함, 모던함 속의 세련된 오센틱/에스닉 이미지	Authentic /Ethnic		

내었다. 트렌드 스타일에 관한 선호도를 분석한 결과, 보수적 무관심형 집단은 이 집단 안에서 소득 수준에 따라 다시 세분화된 소득 그룹별로 다양한 스타일을 선호하는 경향을 나타내었으므로, 라이프스타일보다는 소득 수준별로 더욱 동질적인 트렌드 선호 경향을 보이는 집단임을 추측할 수 있었다.

이상의 고찰 결과를 토대로 하여, 본 연구에서는 30~40대 직장남성 소비자의 라이프스타일과 기타 정보분석을 기반으로 한 남성복 트렌드의 상품기획 반영 방향을 제시하였다. 이는 본 연구의 3개 라이프스타일 유형 집단 중 라이프 스타일에 따른 두드러진 트렌드 선호경향을 나타낸 적극적 감각추구형의 라이프스타일 집단만을 기준으로 방향을 제시한 것이며, 그 내용은 〈표 5〉에 제시된 바와 같다.

참고문헌

- 1) <http://www.samsungdesign.net> 〈삼성패션연구소 2002, "2002년 복종별 시장전망 및 대응전략" 1월 9일.〉
- 2) 매일경제, 2001년 2월 22일.
- 3) 김인선, 스포츠 캐주얼 바람은 멈추지 않는다, 텍스헤럴드, 2001.
- 4) 일간스포츠, 2002, 5. 6.

- 5) 오현지, 트레이디셔널 캐주얼 웨어의 색채계획을 위한 색채특성분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
- 6) 한국섬유신문, 2002, 2. 22.
- 7) 어패럴뉴스 '인터넷기사' 2002, 6. 3.
- 8) 유통저널, 2001, 1. 1.
- 9) 삼성패션연구소, 2002, 1. 18.
- 10) 신현숙, 패션트렌드에 대한 국내여성 소비자의 수용 현황과 수요 분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2001.
- 11) 이지은, 스포츠골프웨어 트렌드의 분석과 소비자 수용을 기반으로 한 골프웨어 디자인 연구-국내 20~30대 여성 골퍼를 대상으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
- 12) 김지영, 국내 여성복 소비자의 최근 패션트렌드 수용과 배경분석: 20대 여성 및 SS 시즌 트렌드를 중심으로, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 2002.
- 13) 이재진, 패션트렌드 정보가 여성복 디자인 기획에 미치는 영향, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2000.
- 14) 김수명, 패션정보 활용을 위한 패션환경분석에 관한 연구, 국민대학교 대학원 석사학위논문,

- 1997.
- 15) 김상범, 소매점 형태에 따른 고객의 태도와 라이프스타일에 관한 연구-커피점을 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1996.
 - 16) 노영아, 라이프스타일 유형별 생활패기물 처분 행동 연구, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문, 1996.
 - 17) 최유돈, 국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프스타일과 최신 패션트렌드 선호도에 따른 패션상품기획의 모색-브랜드 T. M.을 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
 - 18) 이순모, 소비자의 패션라이프스타일과 관련된 캐주얼 구두시장세분화에 관한 연구, 연세대학교 경영대학원 석사학위논문, 1997: 재인용: 최유돈, 국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프스타일과 최신 패션트렌드 선호도에 따른 패션상품기획의 모색-T.M.을 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
 - 19) 인터패션플래닝, 인터패션플래닝 98/99 FW General Trend. 서울: 인터패션플래닝, 1998.
 - 20) 인터패션플래닝, 인터패션플래닝 99/00 FW General Trend. 서울: 인터패션플래닝, 1999.
 - 21) 인터패션플래닝, 인터패션플래닝 00/01 FW General Trend. 서울: 인터패션플래닝, 2000.
 - 22) 인터패션플래닝, 인터패션플래닝 01/02 FW General Trend. 서울: 인터패션플래닝, 2001.
 - 23) 인터패션플래닝, 인터패션플래닝 02/03 FW General Trend. 서울: 인터패션플래닝, 2002.
 - 24) Promostyl, Promostyl 98/99 Winter Men's Trend. Paris:Promostyl, 1998.
 - 25) Promostyl, Promostyl 99/00 Winter Men's Trend. Paris:Promostyl, 1999.
 - 26) Promostyl, Promostyl 00/01 Winter Men's Trend. Paris:Promostyl, 2000.
 - 27) Promostyl, Promostyl 01/02 Winter Men's Trend. Paris:Promostyl, 2001.
 - 28) Promostyl, Promostyl 02/03 Winter Men's Trend. Paris:Promostyl, 2002.
 - 29) 패션비즈, 2000, 10.~2002, 3.
 - 30) 섬유저널 1999-2001.
 - 31) 잡지(GQ, Vogue)
 - 32) <http://www.samsundesign.net>, <http://www.mk.co.kr>, <http://www.apparelnews.co.kr>
 - 33) <http://www.문화일보>, <http://www.동아일보>, <http://www.firstviewkorea.com>
 - 34) <http://www.HanKyung.com>
-
- (2002년 11월 1일 접수, 2002년 11월 22일 채택)