

Y-O세대 여성의 바지 원형 개발을 위한 기초연구⁺

조윤주* · 나현신

서울여자대학교 의류학과 석사과정*
서울여자대학교 의류학과 조교수

A Basic Research for Developing Slacks Pattern of Women in Y-O Generation

Cho Yunjoo* · Na Hyunshin

Master Course, Dept. of Clothing Science, Seoul Women's University *
Assistant Professor, Dept. of Clothing Science, Seoul Women's University

Abstract

These days, the aging population is becoming a critical social issue; the activation of the silver industry for the Y-O generation, meaning the young-old group of aged 55-64, is accelerating now. Pants are very important item to this generation, since they pursue active life with an exercise and leisure activities.

Therefore, the physical, psychological, and social characters as well as the changed life style of women in the Y-O generation were reviewed, based on former studies and books. The consumer's patterns and actual wearing conditions about slacks were researched and analyzed through the survey toward 300 women aged 55-65 living in Seoul.

Based on this research, information was provided for the development of slacks pattern which is suitable to the deformed body and aesthetic consciousness of the Y-O generation.

Key Words : 고령화(aging population), Y-O세대(Y-O generation), 변형 체형(deformed body), 미의식(aesthetic consciousness)

⁺ 본 연구는 2010학년도 서울여자대학교 교내학술특별연구비 지원을 받았음

Corresponding author: Na Hyunshin, Tel. +82-2-970-5629, Fax. +82-2-970-5979
E-mail: hana@swu.ac.kr

I. 서론

의학 발달에 의한 생명 연장과 소득향상에 따른 의식주 생활의 개선은 현대인의 평균수명을 연장시켰으며, 저출생·저사망의 인구구조와 더불어 노인 인구의 급성장과 고령화를 초래하는 중요한 원인이 되었다. 이러한 인구의 고령화가 21세기의 중요한 사회문제로 대두되는 가운데, 고령 신인류¹⁾라 불리는 영-올드 세대(Young-Old Generation ; 이하 Y-O세대)에 대한 관심도 부각되고 있다.

은퇴라는 명목으로 생산 활동과 사회적 역할에서 밀려남으로써 피부양자로 전락할 수밖에 없었던 과거의 노년층과는 달리, '뉴 실버세대'라 불리는 Y-O세대는 고도의 경제성장에서 비롯된 탄탄한 경제력을 지녔으며, 교육수준의 향상으로 삶의 질에 대한 높은 관심을 가지고 있다. 또한 건강한 신체와 더불어 퇴직 후 사회경제적·여가 활동 등 왕성한 사회 활동에 지속적으로 참여하고 있다. 이처럼 건강을 위한 운동이나 여행, 레저 활동, 노인 학교 등의 활동에 적극적인 Y-O세대에게 있어, 바지는 중요한 아이템이다. 김상희의 연구²⁾에 따르면 노년여성이 6개월간 구입한 의복 아이템 가운데 바지의 수가 가장 많았으며, 이는 노년 여성들에 있어 바지의 착용 빈도가 높다는 사실을 뒷받침 한다.

바지는 어느 의복보다도 기능성이 중요시되며 허리, 복부, 엉덩이와 허벅지 등 복잡한 신체부위를 감싸는 형태의 의복으로, 특히 여성에게 있어 이러한 신체부위는 임신과 출산, 노화 등에 의한 체형 변화가 두드러지는 부위로, 의복의 맞춤새와 밀접한 연관이 있다. 이처럼 맞춤새의 문제점이 상반신보다 하반신에서 크게 발생할 수 있음에도 불구하고, 노인 체형에 대한 대부분의 연구가 전신 또는 상반신에 집중되어 있고³⁾ 노년기 여성의 바지원형에 대한 연구 또한 미비한 실정이다.

따라서 본 연구는 Y-O세대 여성의 신체적, 심리적, 사회적 특징과 변화된 라이프스타일 등을 고찰하고, 이들 세대 여성을 대상으로 바지에 대한 소비 패턴과 착용실태 및 바지 디자인에 대한 선호도 등을 조사·분석하며, 이를 바탕으로 노화에 의해 변화된 체형에 적합하면서 이들의 미의식에 부합하는 바

지 원형 개발을 위한 기초 자료를 제공하는 것을 목적으로 한다.

이를 위해 문헌과 선행연구를 통해 Y-O세대의 특징을 고찰하고, Y-O세대 여성을 대상으로 바지의 신체 적합성과 착용실태, 구매 및 만족도 등에 대한 설문조사를 실시하였다. 조사대상은 서울에 거주하며, Y-O세대에 해당하는 55세에서 65세의 연소노인 여성으로, 2009년 1월 11일부터 17일까지 30명을 대상으로 한 예비조사를 통해 설문지를 수정 보완하였으며, 2월부터 4월까지 300명을 대상으로 본 조사를 실시하였다. 조사대상자는 서울 강남과 강북지역으로 나누어 노인대학, 노래교실, 백화점에서 편의를 추출하였다.

조사내용은 응답자가 착용하는 바지의 신체 적합성과 착용실태, 구매 및 만족도⁴⁾와 노년여성들의 의복 구매행동에 관한 선행연구⁵⁾, 그리고 예비조사 결과를 수정·보완하여 작성하였으며, 바지의 구매 및 착용실태, 선호디자인, 수선실태, 일반적 사항 등으로 구성하였다. 설문지는 총 300부가 배포되었으며, 그 중 응답이 불충분한 22부를 제외한 최종 278부를 분석에 사용하였다. 분석에는 SAS 9.1 통계 프로그램을 이용한 빈도분석 및 백분율 등의 기술 통계치를 사용하였다.

II. 이론적 배경

1. 고령화와 실버패션마켓

세계보건기구(WHO)는 고령화를 '거의 눈에 띄지 않게 조용히 진행되지만 점차 속도가 붙어 향후 25년 후에는 그 윤곽이 분명해질 사회혁명'이라 정의했다.⁶⁾ 우리나라는 65세 이상의 노인인구가 7.2%로 증가된 2000년 고령화 사회⁷⁾로 진입하였으며, 오는 2018년에는 '고령사회', 2026년에는 초 고령사회'에 도달하게 될 전망이다.⁸⁾ 또한 고령화 사회에서 고령 사회로 진행되는 기간을 비교했을 때, 프랑스가 115년, 영국이 47년, 미국이 73년이었던 반면, 우리나라는 불과 19년으로 세계에서 유례없는 빠른 고령화 속도를 나타내고 있다.⁹⁾ 이러한 가운데 오늘날의 노

인은 노쇠하고 병약한 존재가 아닌 건강하고 부유한 세대로, 현대 사회에서 무시할 수 없는 하나의 커다란 사회계층으로 부각되어지고 있다.

이처럼 인구 고령화의 가속화와 경제력을 갖춘 고령자 층의 증가는 이들 세대의 지위와 역할 변화를 가져왔으며, 이들을 대상으로 하는 실버산업은 노인용품에서부터 의류, 화장품, 식품 등을 비롯하여 의료 보건의료, 여가 및 주거환경, 금융 등에 이르기까지 확대되어 21세기의 중요한 전략적 시장으로 급부상하고 있다. 하지만 의류 업계에서 60대 이상을 대상으로 하는 실버시장은 아직까지 구체화되지 않은¹⁰⁾ 실정이다. 현재 국내의 실버 패션시장은 재래시장을 중심으로 여러 존(zone)으로 분산되어 있거나, 백화점 내 고가의 부티크 존에 일부 한정되어 있으며, ‘노인’ 또는 ‘실버’라는 단어 대신 ‘마담’이라는 명칭으로 40대의 중년 브랜드에서 60·70대 이상의 노년 여성까지를 커버하고 있는 실정이다.

의복에 관한 과거 노년층의 관심이 재정이나 건강상의 문제에 비해 상대적으로 낮았던 반면¹¹⁾, 타인에게 아름답게 보이고자 하는 명확한 패션 취향을 보유한 현대의 뉴 실버층은, 고급스러우면서도 기호와 개성을 표현할 수 있는 자신들만의 의복 스타일을 추구한다.

이에 실버패션 업체는 이러한 시장구도 변화를 적극 수용하고 타깃 연령층이 넓은 마담 브랜드와는 다른, 5060 전용 브랜드를 위한 발 빠른 움직임을 보이고 있다. 패션업계에서는 그동안 완전히 비어있는 시장이나 다름없었던 이들 세대를 위한 브랜드를 ‘시니어 브랜드’로 명명하며, 기존의 업체들이 전개하는 스타일을 벗어나 새로운 컨셉을 제안하는 고급 실버 브랜드를 전개해 나가고 있다.¹²⁾¹³⁾

따라서 고령노인의 체형과 사이즈, 디자인 선호도를 분석한 브랜드 개발뿐만 아니라 이제 갓 노인의 서열에 진입한 신 고령자층, 즉 Y-O세대에 대한 연구와 배려가 있다면 이들 세대를 위한 실버 패션마켓은 새로운 블루오션으로 부각될 전망이다.

2. Y-O세대의 일반적 고찰

Y-O세대란 심리학자 뉴가튼(Bernice L. Neugarten,

1974)의 분류기준¹⁴⁾에 있어서 55~64세의 연소노인(Young-Old) 그룹에 해당하는 세대로서, 각 단어의 알파벳 첫 글자에서 유래된 이름이다. ‘OPAL(Old People with Active Life)족’¹⁵⁾, 또는 ‘TONK(Two Only No Kids)족’¹⁶⁾, ‘2Y2R(Too Young to Retire)세대’¹⁷⁾라고도 불리는 이들은 과거 노년 세대와 다른 가치관이나 라이프스타일을 지닌 ‘고령 신인류’로서, 경제적·시간적 여유로 활동적인 삶을 즐기며, 은퇴 후 자신들만의 노후생활을 설계하는 세대이다.

노년기에 들어선 이들은 중년기와는 다른 신체적·심리적·사회적 변화를 겪게 된다. Y-O세대에 해당되는 연령대는 생물학적 노화 과정이 본격적으로 진행되는 시기로, 신체 구간의 형태 변화가 뚜렷해지며 개인의 편차 또한 현저하게 나타난다. 상반신에 있어서는 머리가 앞으로 숙여지고 등과 어깨는 두꺼워져 만곡현상이 나타난다. 또한 출산과 연령의 증가로 인해 허리둘레와 배 둘레의 현저한 증가, 비만해진 엉덩이의 처짐 등으로 상체에 비해 하체가 비대한 체형으로 변화한다. 전체적인 길이와 체중의 변화를 살펴보면, 척추의 형태가 변화되고 체중을 유지하는 연골 조직이 약화되며, 신진대사율의 감소와 함께 체내 수분과 단백질이 결핍되므로 신장과 체중이 감소한다.¹⁸⁾ 또한 사지부는 가늘고 짧아지며, 움직임이 둔화되고 손목과 무릎이 약간 굽어지는 현상이 발생한다.

종래의 고령자들에게 있어서는 낡고, 보수적이며, 새로운 것에 대한 시도를 꺼리는 부정적 관념이 지배적이었던 반면, 긍정적이고 성공적인 노화를 추구하는 오늘날의 Y-O세대는 세월의 흐름에 따라 늙고 약해지는 인간의 노화가 필연이 아닌 그들의 선택이라고 생각한다.¹⁹⁾ 이들에게 ‘은퇴’란 직업과 일상으로부터의 퇴출을 의미하는 하는 것이 아니라 젊은 시절 빼앗겼던 시간과 여유를 되찾는 것을 의미하며, 가족의 부양과 돈벌이 고민에서 해방되어 정말로 자신이 하고 싶었던 일을 하는 ‘삶의 르네상스’를 뜻하는 것이다.²⁰⁾ 또한 이들 세대는 1960년대 이후 경제 개발 성과의 혜택을 초기부터 경험하여 상당한 부를 축적해온 첫 번째 세대²¹⁾로 ‘스트롱 시니어(strong senior)’²²⁾, ‘뉴 리치(new rich)’²³⁾라고 불

린다. 경제력이 뒷받침되며 시간적으로도 여유로운 이들은 생활의 고급화를 지향하고 고품격의 여가 및 취미생활을 추구하며 제2의 인생을 향유한다.

Y-O세대의 사회적 특징 중 이전의 세대와 구별되는 특성은 구성원의 대다수가 전문지식을 갖춘 고학력자로, 비약적인 경제성장으로 국제화된 첫 세대라는 점이다. 이들은 은퇴 후에도 자기 개발을 위한 교육 활동, 사회 환원을 위한 봉사 활동 등을 활발히 하며, 사회 속에서의 당연한 일원으로 자리하고 있는 ‘액티브 시니어(active senior)’, ‘액티브 에이지드(active aged)’²⁴⁾이다. 종래의 노인이 사회적 역할상실에 따른 고독, 소외감 등의 문제를 가졌던 반면, 이들 세대는 다양한 사회활동을 통해 자신감과 충족감을 느끼며 삶의 보람을 찾고 있다. 따라서 이들은 자녀나 가족에게 자신의 노후를 의존하지 않고 자신들만의 독립된 삶을 추구한다. 자녀 세대로부터 재정적인 지원에 기대지 않을 뿐더러 그들만의 프라이버시를 유지하기를 원하며²⁵⁾ 인생의 ‘제 2 신혼기’를 즐기기 원한다.

이상과 같이, Y-O세대는 상체 굴신형, 하체 비만형으로 변화되는 신체적 특징을 나타내며, 신장과 체중이 감소는 등, 중년까지의 체형 변화와는 다른 양상을 보인다. 또한 나이를 단지 숫자에 불과하다고 인식하는 긍정적인 마인드로 삶의 여유를 즐기며, 활동적인 노후를 설계하며 다양한 여가 및 취미 활동을 통해 영원한 젊음을 추구하고자 하는 심리적 특징을 갖는다. 마지막으로 이들은 은퇴 후에도 꾸준한 교육·봉사 활동 등에 참여하고 독립된 자신들만의 노후생활을 설계하는 사회적 특징을 나타낸다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 사항

본 연구의 조사대상자인 Y-O세대 여성의 일반적 사항은 <표 1>과 같다. 응답자의 연령분포는 55~57세가 41.7%로 가장 많았으며, 58~60세, 61~63세 순으로 나타났다.

또한 결혼여부에서는 기혼이 98.9%, 출산경험이 있는 경우가 97.5%로 대부분이었다. 직업이 있는

응답자가 절반 이상인 55.8%로, 이는 Y-O세대 여성의 상당수가 여전히 사회활동에 참여하고 있음을 나타낸다.

<표 1> 응답자의 일반적 사항 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
연령	55~57세	116	41.7
	58~60세	86	30.9
	61~63세	46	16.6
	64~65세	30	10.8
결혼여부	기혼	275	98.9
	미혼	3	1.1
출산경험	유	271	97.5
	무	7	2.5
직업유무	유	155	55.8
	무	123	44.2

2. 바지의 구매 실태

응답자가 주로 구입하는 바지의 호칭은 77, 66, 55 사이즈 순으로 분석되었고, 77 사이즈가 37%로 가장 많았으며, 66 사이즈의 응답도 36.3%의 높은 비율로 나타나 66, 77사이즈가 Y-O세대의 보편적 치수임이 나타났다.<표 2>

<표 2> 구입 호칭 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
바지 호칭	55	38	13.7
	66	102	36.7
	77	103	37
	88	31	11.2
	기타	4	1.4

연간 구입 벌수는 1~2벌이 52.5%로 가장 많았고, 그 다음으로 3~4벌, 5~6벌 순이었다.<표 3>

구입 장소의 분석 결과, 백화점이 전체의 44.6%를 차지하였으며, 다음으로 의류 도매시장, 할인마트 순으로 나타났다.<표 4> 이러한 결과는 노년여성들이 주로 이용하는 의복 구매처가 도매시장이라

<표 3> 연간 구입 벌수 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
연중 구입 횟수	1-2벌	146	52.5
	3-4벌	97	34.8
	5-6벌	19	6.8
	기타	16	5.9

는 박미애의 선행연구²⁶⁾와는 다소 상이한 결과이나, 신노년층 여성이 의복 구입시 주로 이용하는 점포 유형으로 백화점을 가장 많이 선호한다는 김수경의 연구²⁷⁾ 결과와는 일치하였다. 이는 한정된 경제력을 가진 과거의 노년층이 의복 구매시 가격을 고려하여 재래시장을 선호했던 반면, 오늘날의 신노년층은 기호에 따른 다양한 제품과 쇼핑하기 좋은 쾌적한 시설, 점포 분위기 등을 선호하기 때문인 것으로 사료된다. 즉, 이들에게 있어 백화점은 단지 쇼핑만을 위한 공간이 아니라 여가를 즐길 수 있는 복합문화 공간으로 자리하기 때문이다.

<표 4> 구입 장소 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
구입 장소	백화점	124	44.6
	할인마트	39	14.0
	대리점	31	11.2
	의류도매시장	63	22.6
	홈쇼핑	6	2.2
	기타	15	5.4

<표 5> 바지의 가격대 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
가격대	5만원 미만	71	25.7
	5-10만원	109	39.2
	10-15만원	50	17.9
	15-20만원	26	9.4
	20만원 이상	22	7.8

구입하는 바지의 가격대는 5-10만원 이 39.2%로 가장 많았으며, 5만원 미만, 10-15만원 순으로 나

타났다.<표 5>

바지 구매시에 고려하는 사항을 조사하기 위해 총 14문항을 리커르트 척도로 설문조사를 실시한 결과, 색상(88.5%), 맞춤새(84.2%), 디자인(83.1%), 가격대(82.3%), 여밈의 위치와 종류(82%)순의 고려정도를 보였다.<표 6>

이인수²⁸⁾의 연구에서는 의복 구매시 가장 고려하는 것이 맞춤새, 착탈의 용이성, 디자인, 가격대 순이었던 반면, 박은주²⁹⁾, 조필교, 추태귀, 구양숙³⁰⁾은 디자인이나 스타일을, 이민정³¹⁾ 또한 가격이나 편안함 보다는 색상이나 디자인 등의 미의식을 더 중요시 하는 것으로 나타났다. 본 연구 역시, Y-O세대 여성들이 노화에 의해 변화된 체형에 적합한 맞춤새 뿐만 아니라 색상과 디자인과 같은 심미적인 요인 또한 중요시하는 것으로 나타났으며, 그 차이가 근소하였으므로, 맞춤새와 미의식 모두를 충족할 수 있는 바지 개발이 요구된다고 할 수 있다.

바지 구매시 항목별 맞춤새에 대한 만족도에 관해 총 8문항을 5점 리커르트 척도로 설문조사한 결과, Y-O세대 여성들이 바지 구매시 가장 불만족스러운 맞춤새 항목으로는 바지 길이가 전체 69.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로 허리둘레, 엉덩이 둘레순의 불만족도를 보였다.<표 7> 중년 여성복 업체에서 패턴보정이 요구되는 부위에 대한 박유정³²⁾의 조사 결과, 바지 길이, 허리둘레, 엉덩이 둘레, 밑위길이 순으로 문제가 많이 발생하는 것으로 조사되었다. 이는 중년 이후의 체형변화가 노년기에 접어들어서 더욱 급격해짐에도 불구하고 이러한 불만족이 여전히 개선되고 있지 않음을 나타낸다.

불만족스러운 항목 가운데, 바지 길이에 대한 불만족은 체형의 둘레와 길이가 비례하여 증가하지 않으며, 이들 세대의 신체적 특징 또한 나이가 들어감에 따라 사지는 짧아지고 신장은 줄어드는 특징을 고려하지 않는 일률적인 그레이딩 방식으로 패턴을 제작하기 때문인 것으로 사료된다. 또한 허리둘레에 대한 불만족은 출산과 노화로 인한 복부비만이 주된 원인인 것으로 판단되므로, 노년기에 접어들면서 변화되는 신장의 감소, 허리둘레와 복부둘레 등의 증가에 따른 체형의 특징을 보완할 수 있는 사이즈체계의 개발이 요구됨을 알 수 있다.

<표 6> 바지 구매시 고려 사항 (n=278명)

항목	전혀 고려하지 않는다	고려하지 않는다	보통이다	고려한다	매우 고려한다
1 전체적인 맞춤새	0(0)	3(1.1)	41(14.7)	155(55.8)	79(28.4)
2 전체적인 디자인	1(0.4)	4(1.4)	42(15.1)	142(51.1)	89(32.0)
3 색상	1(0.4)	4(1.4)	27(9.7)	151(54.3)	95(34.2)
4 원단의 성분	2(0.7)	11(4.0)	70(25.1)	135(48.6)	60(21.6)
5 원단의 촉감	2(0.7)	5(1.8)	45(16.2)	135(48.7)	91(32.6)
6 스트레치 여부	0(0)	18(6.5)	69(24.8)	133(47.8)	58(20.9)
7 미어짐 여부	2(0.8)	8(2.9)	65(23.3)	132(47.5)	71(25.5)
8 원단의 원상복귀여부	1(0.4)	9(3.2)	75(27.0)	125(45.0)	68(24.4)
9 봉제 상태	1(0.4)	8(2.9)	49(17.6)	122(43.8)	98(35.3)
10 여밈의 위치와 종류	0(0)	3(1.1)	47(16.9)	159(57.2)	69(24.8)
11 세탁 및 관리의 용이성	0(0)	4(1.4)	52(18.6)	128(46.2)	94(33.8)
12 가격대	1(0.4)	9(3.2)	39(14.1)	135(48.7)	94(33.6)
13 유행정도	6(2.2)	52(18.7)	92(33.1)	90(32.3)	38(13.7)
14 브랜드 인지도	7(2.5)	40(14.4)	98(35.2)	95(34.2)	38(13.7)
계				278(100.0)	

<표 7> 바지 구매시 항목별 맞춤새에 대한 만족도 (n=278명)

항목	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
1 허리둘레	15(5.4)	111(39.9)	89(32.0)	45(16.2)	18(6.5)
2 엉덩이 둘레	23(8.3)	94(33.8)	119(42.8)	39(14)	3(1.1)
3 허벅지 둘레	20(7.2)	94(33.8)	122(43.9)	39(14)	3(1.1)
4 바지부리 둘레	3(1.1)	39(14.0)	119(42.8)	94(33.8)	23(8.3)
5 바지 길이	34(12.2)	160(57.5)	72(25.9)	11(4.0)	1(0.4)
6 밑위 길이	17(6.1)	79(28.4)	142(51.1)	36(12.9)	4(1.5)
7 허리 위치	16(5.8)	78(28.0)	152(54.7)	30(10.8)	2(0.7)
8 포켓 깊이	17(6.1)	73(26.3)	166(59.7)	20(7.2)	2(0.7)
계				278(100.0)	

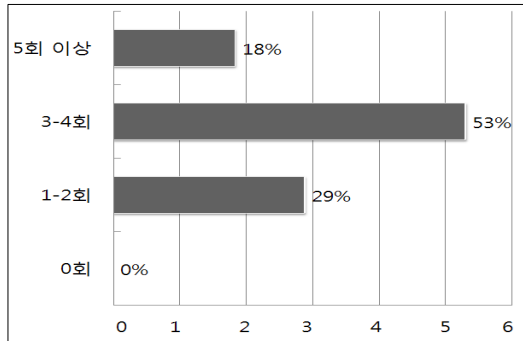
3. 바지의 착용실태

일주일동안 바지의 평균 착용횟수를 살펴본 결과, 3-4회인 경우가 51.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로 5회 이상, 1-2회 순으로 나타난 반면, '바지를 전혀 착용하지 않는다'의 응답은 한 명도 없었다.

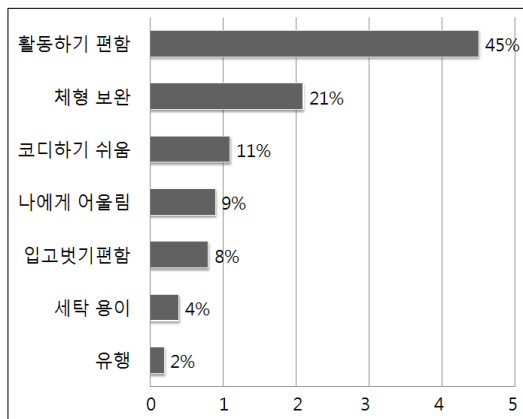
<표 8> 이는 바지가 Y-O세대 여성들이 착용하는 주요 아이템임을 보여주며, 김상희³³⁾의 연구결과와도 일치한다.

주로 바지를 착용하는 이유는 ‘활동하기 편함’이라는 응답이 46%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 체형보완, 코디하기 쉬움 순의 결과였다.<표 9>

<표 8> 일주일동안 바지 착용횟수 (n=278명)



<표 9> 바지착용 이유 (278명)



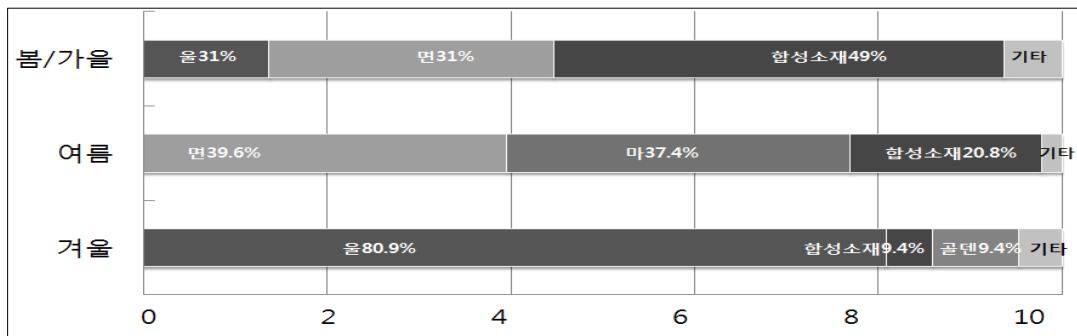
이는 변화된 라이프스타일로 인해 사회 활동뿐 아니라 여행과 스포츠, 레저 등의 여가 활동을 꾸준히 지속하는 이들 세대들이 신체적 제약을 주는 치마보다 활동성과 기능성이 우수한 바지의 착용을 선호하기 때문인 것으로 판단된다.

선호하는 바지소재와 색상을 계절별로 나누어 중요도 순으로 분석한 결과, 봄/가을의 선호소재로는 합성소재가 49%로 가장 많았고, 그 다음으로는 면, 울 등의 순으로 응답하였으며, 선호색상은 곤색(25.9%), 베이지(24%), 검정(21.9%) 순으로 비슷한 선호도를 나타냈다. 여름에는 면이 39.6%로 가장 높은 소재 선호도를 보였고, 그 다음으로는 마, 합성섬유 순이었다. 또한 선호 색상은 흰색이 49.6%로 가장 높았으며, 베이지, 검정 순의 선호도를 보였다. 겨울에 주로 착용하는 소재로는 울이 80.9%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 코듀로이, 합성섬유 순으로 분석되었고, 선호색상은 검정이 64.9%로 가장 높았으며, 다음으로 곤색, 회색 순의 선호도를 보였다.<표 10><표 11>

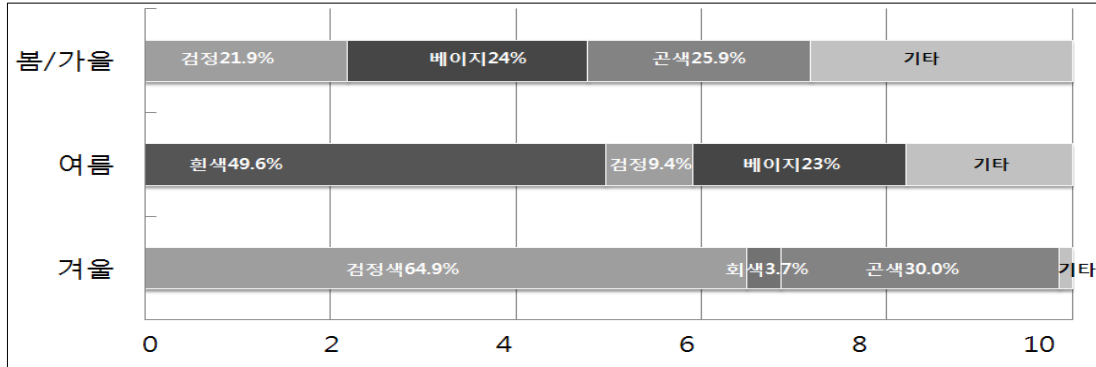
바지의 소재로서 선호하는 문양은 무지가 62.5%로 가장 많았으며, 체크, 스트라이프 순으로 나타났다.<표 12>

바지 착용시 선호하는 맞음새의 결과이다. 응답자 중 ‘보통으로 입는다’가 62%로 가장 많았고, 그 다음으로는 ‘넉넉하게 입는다’, ‘몸에 꼭 맞게 입는다’의 순으로 나타났다.<표 13> 이는 김상희³⁴⁾의 연구 결과에서 ‘조금 여유 있는 것이 좋다’, ‘몸에 꼭 맞는 것이 좋다’, ‘넉넉한 것이 좋다’ 순으로 나타난 맞음새 선호 결과와도 유사하다.

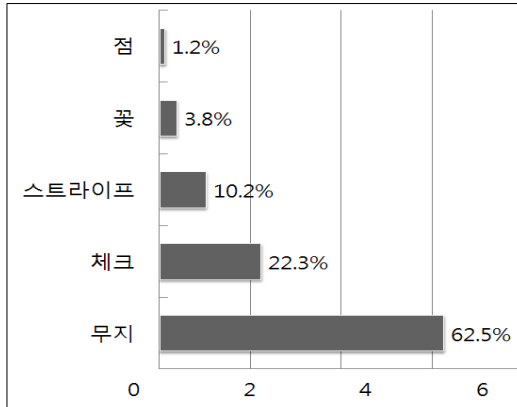
<표 10> 바지 소재의 계절별 선호도 (n=278명)



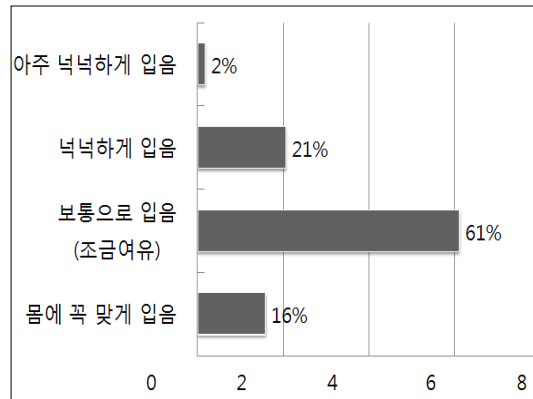
<표 11> 계절별 바지색상의 선호도 (n=278명)



<표 12> 바지 소재의 선호 문양 (n=278명)



<표 13> 바지착용시 선호 맞음새 (n=278명)



4. 선호하는 바지 디자인

Y-O세대가 선호하는 바지 디자인을 조사하기 위해 실루엣, 허리밴드 형태, 허리여밈의 방법, 포켓, 밑단의 형태 및 바지의 길이 등을 분석하였다.

응답자가 선호하는 바지의 실루엣은 일자형(58.9%)이 가장 많았으며, 그 다음으로는 반나팔형, 타이트형 순으로 나타났다.<표 14>

바지의 허리밴드 형태는 기본허리가 68.7%로 가장 많이 선호되었으며, 다음으로는 낸단 허리, 허리 옆 고무밴드 순의 선호도를 보였다.<표 15>




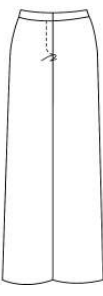

바지의 여밈 방법으로는 여밈이 편리한 후크(62.6%)를 가장 선호하였으며, 그 다음으로는 단추, 스냅 순으로 나타났다.<표 16>

응답자가 선호하는 바지의 앞판 허리형태는 <표




17>과 같이 주름이나 다트가 없는 형태(52.5%)를 가장 선호하였으며, 그 다음으로는 주름 1개, 다트 순을 선호하였다. 이는 주름이나 다트 없는 허리가 다른 허리 형태보다 배가 덜 나와 보여 상대적으로 날씬해 보이며, 단정한 느낌이 들기 때문에 선호되는 것으로 사료된다.

앞·뒤판 포켓 형태는 <표 18, 19>와 같이 앞판은 곡선모양의 포켓을, 뒤판은 입술포켓을 선호하였다. 앞판의 경우 포켓이 없는 스타일이 가장 낮은 선호도를 보인 것으로 보아, 이들 세대에 있어 앞판 포켓은 장식보다는 수납공간의 역할로서 필수적인 것임을 알 수 있다. 뒤판 포켓의 경우 입술포켓, 포켓이 없는 스타일순의 선호도를 나타낸 것으로 보아, 앞판에 비해 깔끔한 스타일을 선호하는 것으로 판단된다.

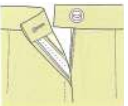
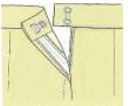

<표 14> 선호하는 바지 스타일 (n=278명)

문항	일자형	반나팔형	완전나팔형	통바지형	타이트형
도식화					
빈도	164	54	4	12	44
%	58.9	19.4	1.4	4.3	16

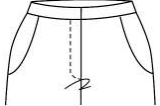
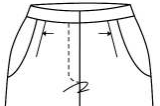
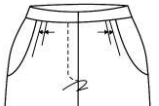

<표 15> 바지의 허리밴드 형태 (n=278명)

문항	기본허리	넌단허리	허리전체 고무밴드	허리옆 고무밴드	밴드없음
도식화					
빈도	191	54	7	23	3
%	68.7	19.4	2.5	8.3	1.1

<표 16> 허리밴드의 여밈 방법 (n=278명)

문항	단추	후크	스냅
도식화			
빈도	101	174	3
%	36.3	62.6	1.1


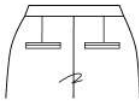
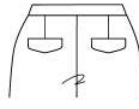
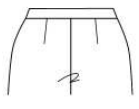
<표 17> 바지의 앞판 형태 (n=278명)

문항	주름, 다트없음	주름1개	주름2개	다트
도식화				
빈도	146	76	27	29
%	52.5	27.3	9.7	10.5

<표 18> 바지의 앞판 포켓 형태 (n=278명)

문항	곡선포켓	사선포켓	평행포켓	숨은포켓	포켓없음
도식화					
빈도	69	46	88	57	18
%	24.8	16.5	31.7	20.5	6.5


<표 19> 바지의 뒤판 포켓 형태 (n=278명)

문항	패치포켓	입술포켓	플랩포켓	포켓없음
도식화				
빈도	33	125	38	82
%	11.9	44.9	13.7	29.5

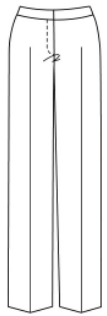

주로 착용하는 바지의 허리위치는 <표 20>과 같이 제 허리선이 53.6%로 가장 높았으며, 다음으로 배꼽선, 반골반 순으로 나타났다. 이들 세대는 출산과 노화로 인해 비대해진 복부 부위를 넉넉히 감싸는 밑위 길이가 긴 바지에 익숙해 있으므로, 앉았을 때나 몸을 앞으로 숙였을 때 뒤 허리선이 내려가는 불편함이 야기되는 골반 허리선보다는 제 허리선 위치를 선호하는 것으로 사료된다.

Y-O세대가 선호하는 바지의 주름 여부에서는 주름선이 있는 것을 선호하는 응답자가 50.4%, 주름선이 없는 것을 선호하는 응답자가 49.6%로 거의 비슷한 비율을 나타냈다.<표 21>

<표 20> 바지의 허리위치 (n=278명)

문항	제 허리선	배꼽선	반골반
도식화			
빈도	149	113	16
%	53.6	40.7	5.7

<표 21> 바지의 주름 여부 (n=278명)

문항	주름선 있음	주름선 없음
도식화		
빈도	140	138
%	50.4	49.6

Y-O세대가 계절별로 선호하는 바지의 길이에 있어서, 봄/가을에는 발등까지 오는 10부 길이(51.4%)를 가장 선호하였고, 그 다음으로는 복숭아 뼈까지 오는 9부 길이, 복숭아뼈 윗길이인 8부 길이 순으로 분석되었다. 여름에는 9부 길이(27.7%)를 가장 많이 선호하였고, 그 다음으로는 7부길이, 10부 길이 순이었다. 겨울에는 10부 길이가 87.4%로 가장 많았

<표 22> 선호하는 바지의 길이 (n=278명)

도식화	길이 구분	봄/가을		여름		겨울	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%
	무릎	3	1.1	17	6.1	4	1.4
	7부	8	2.9	75	26.9	1	0.4
	8부	17	6.1	41	14.8	2	0.7
	9부	107	38.5	77	27.7	28	10.1
	10부	143	51.4	68	24.5	243	87.4

<표 23> 선호하는 바지의 안감길이 (n=278명)

도식화	길이 구분	봄/가을		여름		겨울	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%
	안감 없음	52	18.7	83	29.9	30	10.8
	반바지	39	14.0	84	30.2	17	6.1
	무릎 위	93	33.5	74	26.6	56	20.2
	종아리	58	20.9	17	6.1	71	25.5
	전체안감	36	12.9	20	7.2	104	37.4

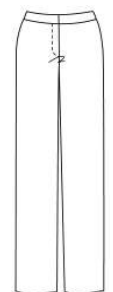
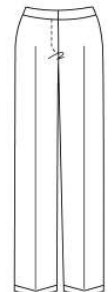

고, 그 다음으로는 9부, 무릎길이 순으로 나타났다.<표 22>

Y-O세대의 계절별 안감 길이에 대한 선호도에 있어서, 봄/가을에는 무릎 위 길이(37.5%)를 선호하는 응답자가 가장 많았고, 그 다음은 종아리 길이, 안감 없음의 순의 선호도를 보였다. 여름에는 반바지 길이가 30.2%, 안감 없음이 29.9%로 거의 같은 비율로 선호되었고, 그 다음으로 무릎 위 길이 순으로 응답하였다. 또한 겨울에는 전체길이의 안감이 37.4%로 가장 많이 선호되었고, 그 다음으로는 종아리길이, 무릎 위 길이 등이었다.<표 23>

선호하는 바지단 형태는 커프스나 옆트임이 없는 기본 형태(62.9%)를 선호한다는 응답자가 가장 많았고, 그 다음으로는 옆트임이 있는 형태, 커프스가 있는 형태 순의 선호도를 보였다.<표 24>

바지 착용시 선호하는 신발의 높이는 5cm굽 (49.6%)을 가장 선호하였고, 그 다음으로는 3cm, 플랫(굽 없음) 순이었다.<표 25>

<표 24> 바지단 형태 (n=278명)

문항	기본	커프스	옆트임
도식 %			
	빈도	175	42
%	62.9	15.3	21.8

5. 수선실태

바지의 수선 실태를 분석 결과, 응답자의 62.7%

가 길이에 대해 수선을 가장 많이 한 것으로 나타났고, 그 다음으로는 허리둘레(79%), 엉덩이 둘레(64%) 순으로 나타났다.<표 26>

<표 25> 선호하는 신발 높이 (n=278명)

문항	구분	빈도	%
신발 높이	플랫(굽 없음)	18	6.5
	3cm	103	37.1
	5cm	138	49.6
	8cm	18	6.5
	10cm	1	0.3

수선시 사이즈를 늘리는 항목은 허리둘레, 엉덩이 둘레 순이었고, 줄이는 항목은 바지길이, 허리둘레 순으로 나타났다. 이와 같이 허리둘레는 줄이거나 늘리는 항목 모두가 높은 빈도 측에 속하여 수선 빈도가 잦은 부위임을 알 수 있으며, 바지 길이는 다른 부위보다 수선의 빈도가 월등히 높고, 수선의 내용 또한 줄이는 사례가 대부분을 차지하였다. 따라서, 앞서 언급된 바와 같이 노년 여성의 신체적 특징을 감안한 바지 길이의 사이즈 보완이 시급함을 알 수 있다.

IV. 결론

최근 인구의 고령화 현상이 두드러지면서 노년세대의 지위와 역할이 변화 되었고, 경제적으로 안정

된 뉴 실버층이 새로운 소비의 주체자로 대두되면서 이들 세대를 대상으로 하는 실버산업의 활성화도 가속화 되고 있다. 새로운 가치관과 라이프스타일을 가진 이들 Y-O세대는 더 이상 노쇠하고 병약한 과거 노인의 개념이 아닌, 건강하고 부유한 뉴 실버세대로서, 현대 사회에서 무시할 수 없는 하나의 중요한 사회계층으로 부각되고 있다.

따라서 본 연구는 고령 신인류라 불리는 Y-O세대 여성의 변화된 체형에 적합하면서 이들 세대의 기호와 미의식이 가미된 바지원형 개발을 위한 기초자료를 제공하고자, Y-O세대 여성의 일반적 특징 및 변화된 라이프스타일 등을 고찰하였고, 이들 여성을 대상으로 한 설문조사를 통해 Y-O세대 여성의 바지에 대한 소비패턴과 착용실태 등을 조사·분석하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 소비자의 일반적 사항에 있어서 응답자의 절반 이상이 직업을 가지고 있었고 98.9%가 기혼이었으며, 출산경험이 있는 경우가 대부분이었다.

둘째, 구매 실태에 있어서 주로 구입하는 바지의 호칭은 66, 77 사이즈가 지배적이었고, 연중 구매하는 바지벌수는 1-2벌이, 또한 구입하는 바지의 가격대는 5-10만원이 가장 많았으며, 구입 장소로는 주로 백화점을 이용하는 것으로 나타났다. 바지 구매시 고려사항으로는 색상, 맞춤새, 디자인, 가격대, 여밈의 위치와 종류순의 고려정도를 보였으며, 구매시 불만족스러운 항목으로는 바지길이, 허리둘레, 엉덩이 둘레순의 불만족도를 보였다.

셋째, 바지의 착용실태에 있어서, 일주일동안의 평균 착용빈도는 3-4회가 가장 많았으며, 착용 이유

<표 26> 바지의 수선실태 (n=278명)

문항	구분	수선경험				수선내용			
		유		무		늘림		줄임	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
수선실태	허리둘레	79	28.3	199	71.7	42	15.5	37	13.3
	엉덩이둘레	64	23.0	214	77.0	40	14.3	24	8.7
	허벅지둘레	37	13.3	241	86.9	17	6.1	20	7.2
	바지부리둘레	24	8.6	254	91.4	3	1.0	21	7.5
	바지길이	174	63.0	104	37.3	5	1.8	171	61.2
	밑위길이	9	3.2	269	96.6	8	2.9	1	0.3

로는 '활동하기 편함', '체형보완', '코디하기 쉬움'의 순으로 나타났다. 선호하는 바지 소재를 분석한 결과, 봄/가을에는 주로 합성소재를, 여름에는 면 소재를, 그리고 겨울에는 울 소재를 선호하는 것으로 나타났고, 소재의 선호색상은 봄/가을에는 곤색을, 여름에는 흰색을, 그리고 겨울에는 검정색의 선호도를 보였다. 바지소재의 선호 문양으로는 무지가 가장 많았으며, 바지 착용시 선호하는 맞춤새는 '보통'으로 '조금 여유있게 입는다'는 응답이 가장 많이 분석되었다.

넷째, 선호하는 바지 디자인을 조사한 결과 선호하는 실루엣은 일자형으로, 기본 허리밴드의 형태를 선호하였다. 허리밴드의 여밈 방법은 착탈이 용이한 후크를 선호한다는 응답이 가장 많았으며, 앞·뒤판 포켓형태 중 앞판은 평행포켓을, 뒤판은 입술포켓을 가장 선호하였다. 착용하는 바지의 허리 위치는 제 허리선을 가장 선호하였고, 바지의 밑단모양은 접은 단이나 트임이 없는 기본 스타일을 선호하는 응답자가 가장 많은 것으로 나타났으며, 바지 착용시 가장 선호하는 신발의 높이는 5cm 굽인 것으로 분석되었다. 마지막으로 바지의 수선실태에서 수선을 가장 많이 하는 부위는 바지길이, 허리둘레, 엉덩이 둘레 순이었으며, 허리둘레, 엉덩이 둘레 등은 줄이는 경우 보다 늘리는 경우가 더 많았고, 바지길이, 부리둘레 등은 늘리는 경우보다 줄이는 경우가 더 많았다.

이상에서 살펴본 바와 같이 Y-O세대 여성의 바지에 대한 소비패턴, 착용실태, 바지 디자인에 대한 선호도를 기초로 하여 후속 연구로는 이들의 체형에 적합하면서 미의식에 부합하는 바지 원형 개발을 제안한다. 특히 산업체 패턴기술을 활용한 바지원형 연구가 아직 초기단계에 불과하며, 그 연구대상도 20-30대에 국한되어 있기 때문에, 산업체 패턴을 응용한 Y-O세대 여성의 바지원형 개발을 제안하는 바이다.

참고문헌

- 1) 장년층 못지않은 건강과 적극적인 심리적 태도를 가진 고령자 계층을 일컫는 것으로, 분교 여자 대학의 오가와 교수가 연구에서 처음으로 등장하였으며 고령 신감각 생활자, 액티브 시니어라고 불린다. “신사업기회 스트롱 시니어를 잡아라.”, (2006.10.1), *LG경제연구원*, 자료검색일 2010.3.1, 자료출처 <http://www.lgeri.com>
- 2) 김상희(2006), “지역과 소득에 따른 노년 여성의 의복구매행동 및 맞춤새 선호 경향”, 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.35.
- 3) 박선미(2009), “의류 산업을 위한 노인 여성 하반신의 파라메트릭 가상바디 생성 연구”, 서울대학교 대학원 박사학위논문. p.3.
- 4) 최 진(2008), “3차원 형상데이터에 의한 성인여성의 하반신 체형분석 및 부츠 컷 청바지 패턴 설계”, 전남대학교 대학원 석사학위논문.
 강원연(2005), “여성용 슬렉스 패턴설계를 위한 연구-로 웨이스트 슬렉스 패턴을 중심으로”, 울산대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 김수경(2006), “신노년층 여성의 자아지각과 여가행동에 따른 의복구매행동 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 채진미(1997), “50-60대 노년층 여성들의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동”, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
 김상희(2006), op. cit.
- 6) 박동석, 김대환, 이연선(2003), *고령화 쇼크*, 굿인포메이션, p.18.
- 7) UN의 연령구조에 따른 사회분류에 의하면, 65세 이상의 고령자 비율이 전체 인구의 7% 이상인 사회는 고령화 사회(Aging Society), 14% 이상은 고령 사회(Aged Society), 20% 이상은 초고령 사회(Super-Aged Society)로 정의하고 있다.
- 8) “장래인구추계”(2005), *통계청* 자료검색일 2009. 10. 21, 자료출처 <http://www.nso.go.kr>

- 9) UN, (the 1998 Revision), *The Sex and Aged Distribution of World Population., Volume II.*
- 10) 정상호, 홍병숙, 문선정 (2004), “국내 마담실버 브랜드의 사이즈 체계 조사”, *중앙대학교 생활과학논집. vol.20*, pp.195~206.
- 11) 김금화(1999), “노년 여성의 하반신 체형 특성과 스커트 착의 적합성에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문. p.1.
- 12) “新 소비군단 ‘시니어’가 뜬다”, (2008, 9, 22), *어패럴 뉴스*, 30면 01번째 기사. 자료검색일 2009. 12. 3, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>
- 13) “복종별 니치 마켓 집중 분석-여성정장”, (2000. 9. 25), *어패럴 뉴스*, 15면 01번째 기사. 자료검색일 2009. 12. 10, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>
- 14) 노인집단은 55~64세 사이의 연소노인(Young-Old), 65~74세에 해당되는 중고령 노인(Middle-Old), 75 세 이상의 고령노인(old-old)으로 분류된다. 서상철(2004), *노인복지론*, 홍익사, p.18.
- 15) 활동적인 삶을 살고 있는 노인들이란 의미로, 일본 경제 캐스터 니시무라 아키라(西村昇)와 하타 마이 코(友田麻美子)가 펴낸 [여자의 지갑을 열게 하라]에 처음 등장한 용어이다. 박동석, 김대환, 이연선, op. cit., p.268.
- 16) 자녀에게 부양받기를 거부하고 부부끼리 독립적으로 생활하며 자신들만의 오붓한 삶을 즐기려는 노인 세 대를 일컫는다. “가족의 재구성-위성가족이 낳은 신조어들”, (2009. 7. 31), *조선일보*, 사회A 10면기사
- 17) ‘은퇴하기는 너무 젊다’는 의미로, 정년과 무관하게 스스로 은퇴시기를 결정하고 은퇴 후의 삶을 재창조 하는 미국의 '신(新)노인'들을 의미한다. “은퇴모르는 뉴실버”, (2001. 9. 4), *조선일보*, 종합 p.3.
- 18) 차지영(2007), “실버세대의 신체적 특성을 고려한 언데웨어 디자인방안에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위논문. p.22.
- 19) 이시형(2007), *에이징 파워*, 리더스북, p.107.
- 20) *조선일보*, (2001. 9. 4), op. cit., 종합 3면 기사.
- 21) 이의훈, 김숙응(2008), *실버마케팅*, 형설출판사, p. 26.
- 22) 이시형, op. cit., p.26.
- 23) 박동석, 김대환, 이연선, op. cit. pp.267-268.
- 24) 박동석(2003), op. cit., p.268.
- 25) Kim, I. K.(1999), “Population Aging in Korea” *Journal of Sociology & Social Welfare*, 26(1), pp.107~23.
- 26) 박미애(1987), “노년여성의 신체적 자아 및 생활만 족도와 의복태도와의 관계”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.23.
- 27) 김수경(2006), “신노년층 여성의 자아지각과 여가행 동에 따른 의복구매행동 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.65-66.
- 28) 이인수(2004), *미래의 실버산업과 노후생활*, 도서출판 21세기사, p.59
- 29) 박은주(1991), “의복구매 상황과 의복평가 기준과의 관계연구”, *Journal of the Korea Society of Clothing and Textiles*, 15(2), p.163-171.
- 30) 조필교, 추태귀, 구양숙(1995), “노년층 여성들의 의 생활실태에 관한 연구”, *Journal of the Korea Gerontological Society*, Vol.13, no.2, pp.135-147.
- 31) 이민정(1996), “노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 의복구매행동”. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 32) 박유정(2001), “중년 여성복 업체의 맞춤형 생산실태연구”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문. p.49.
- 33) Ibid., pp.46-48.
- 34) Ibid., p.59.

접수일(2010년 1월 5일)

수정일(1차 : 2010년 3월 10일)

게재확정일(2010년 3월 15일)