

한국 베이비붐 세대 여성의 체형 인지 및 관리와 디자인 선호도에 관한 연구

김 효 숙 · 최 창 숙⁺ · 이 소 영^{**}

건국대학교 의상디자인전공 교수 · 건국대학교 일반대학원 의류학과 박사과정⁺ · 건국대학교 의상디자인전공 강의교수^{**}

A Study on the Body-shape Perception, Management and Design Preference of Korean Baby-boom Generation Women

Hyo-Sook Kim · Chang-Sook Choi⁺ · So-Young Lee^{**}

Prof., Dept. of Apparel Design, Konkuk University

Doctoring course, Dept. of Clothing and Textile, Konkuk University⁺

Teaching Prof., Dept. of Apparel Design, Konkuk University^{**}

(2011. 1. 20. 접수; 2011. 3. 4. 수정; 2011. 3. 8. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to analyze the preference of design and body shape for Korean baby-boom generation women. For this study, in-depth interviews were carried out to 11 women who were born in 1955~1963. They are called Korean baby-boom generation.

The results were as follows;

1) Korean baby-boom generation women care to their body shape, and they make much of the balance of body, not just looking slim. 2) Korean baby-boom generation women become more interested in their clothing, and they want to look with casual image than elegant image before. But overweight women preferred elegant image. 3) Korean baby-boom generation women prefer mix-match style for everyday clothes, but they prefer suit-set for formal wear. 4) When Korean baby-boom generation women choose of jacket or coat color, they consider more of their body-shape than season color. 5) Korean baby-boom generation women prefer plain style and jacquard with metal yarn. 6) Korean baby-boom generation women prefer out-door cloth fabric, at special time, they choose pure wool and pure silk. At ordinary time, they like more comfortable fabric like cotton mixed spandex or wool mixed spandex blends.

Key Words: Korean baby-boom generation(한국 베이비붐 세대), Body-shape change(체형변화), Preference of design(디자인 선호도)

I. 서론

산업의 발달과 경제수준의 향상으로 평균수명이 점차 높아짐에 따라 의류마켓에서 실버층

의 시장규모가 지속적으로 확대되고 있으며 우리나라의 의류마켓에서는 베이비붐 세대들이 새로운 실버 층으로 진입하기 시작하였다. 베이비붐 세대란, 특정 기간에 출산이 급증해 태어

Corresponding author ; Chang-Sook Choi
Tel. +82-10-2704-3340, Fax. +82-2-444-1058
E-mail : ssook111@yahoo.co.kr

※ 본 연구는 2010학년도 건국대학교의 연구비교원 지원에 의하여 연구되었음.

난 세대를 말하며 대체로 전쟁 직후나 큰 호황기에 생긴다. 한국의 베이비붐 세대들은 전쟁 후 1955~1963년 사이에 태어난 세대로 전체 인구의 14.6%(약 712만명)를 차지(통계청, 2010)하고 있다. 이들은 소비성향이 강한 소비의 주체로서 사회 경제적인 면에서 중요한 부분을 차지하고 있어 금융사, 보험사, 여행사 등에서도 40~50대를 겨냥한 상품의 매출이 증가하고 있으며 패션, 뷰티 관련 사업에서도 성공적인 마케팅을 전개하고 있다. 이에 따라 의류학에서도 이들에 관한 다양한 연구가 진행되고 있으며, 이를 크게 분류하면 디자인 선호도나 구매행동, 체형이나 패턴개발 등으로 나눌 수 있다.

남궁민지(2008)는 신 노년층을 ‘시니어’로 분류하여 이들의 패션 디자인 선호도에 관한 연구를 하였다. 이 외에 노년여성의 수트나 재킷의 선호디자인에 관한 연구(백재은, 2005; 임재린, 2007)와 노년층 여성의 의복디자인 선호도(배현숙, 유태순, 2000; 장안화, 2006), 중년여성의 의복이미지 평가와 선호(심정희, 2006) 등의 연구가 있으며 의복의 구매행동에 관한 연구(김정실, 2006; 이보영, 2006) 등이 있다. 이러한 선행연구의 분석 결과, 베이비붐 세대에 해당되는 중·장년층은 기존 노년층과 구분되는 새로운 소비성향을 가지는 것으로 나타났다. 이전의 노년층들은 우아함과 고급스러움을 지향하는데 비해 베이비붐 세대는 자신의 외모가 젊고 캐주얼하게 비춰지는 것을 원하며 의복 선택에 있어 나이를 의식하지 않으려는 경향이 많은 것으로 나타났다. 현재 패션시장은 젊고 감각적이며 트렌디한 시장에 집중하고 있는 실정이지만, 베이비붐 세대가 막대한 구매력을 가진 강력한 소비자 그룹이라는 점에서 이들에 대한 실제적인 접근이 필요하다.

그 밖에 체형이나 패턴 개발 등에 관한 연구로는, 중년여성의 상반신 유형에 관한 연구(문명옥, 임희경, 2000), 중년여성의 체형 특징 및 신체만족도(김경희, 2008), 농촌지역 노년기 여성의 체형 분류(김희숙, 2002), 노년기 여성의 체형 분류 또는 유형화(이소영, 김효숙, 2004; 김인숙, 성화경, 2002) 등의 연구가 있으며, 노년기 여성의 체형별 재킷패턴 개발(안인숙, 2008) 등이 있다. 중·장년층 여성의 체형에 관한 선행연

구에서 심정희, 박수진(2007)은 중년여성들은 45세를 기점으로 하여 체형변화가 심하게 나타나 키를 비롯한 높이항목은 감소하는 반면 둘레항목은 증가하면서 허리부위가 비대해지고 복부 돌출 현상이 심해져 어깨에서 엉덩이에 이르는 옆선 실루엣은 굴곡이 밋밋한 H형으로 변한다고 하였다. 또한 중년여성은 허리와 엉덩이 치수의 차이, 배 둘레 치수와 앞 엉덩이둘레와 뒤 엉덩이 둘레의 치수치가 다른 치수에 비해 큰 차이를 나타내고 있으며 절대적인 신체치수 뿐 아니라 신체비례도 변화하여 길고 날씬해 보이던 체형은 작고 뚱뚱해 보이게 된다(위은하, 김옥진, 2001). 이와 같은 체형 변화로 인해, 베이비붐 세대 여성들이 기존 패션브랜드의 의복을 선택하는데 있어 맞춤새나 착용감이 좋은 디자인 선택에 어려움이 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 베이비붐 세대 여성의 체형과 그들의 디자인 선호도를 파악하여 패션 상품을 기획해야 할 것이다. 따라서 베이비붐 세대 여성을 편안함과 실용성만을 추구하는 집단으로 간주하여 그룹화 시키기 보다는 개성적이며 다양한 태도를 갖는 집단으로 인식하는 것이 필요하다.

향후 20년간 노년층 관련 산업을 주도할 주 소비층은 베이비붐 세대가 될 것이므로, 그들의 체형적인 특징을 파악한 사이즈개발 뿐 아니라 그들의 디자인 선호도를 파악한 새로운 패션 마켓에 대한 연구가 시급하다. 그러나 구체적으로 베이비붐 세대의 디자인선호도에 관한 연구는 미흡한 편이며, 중년이나 장년, 노년 등으로 구분하여 연구한 것이 대부분으로 그들의 구분도 명확치 않으므로 본 연구에서는 베이비붐 세대를 대상으로 그들의 디자인 선호도를 연구하였다.

연구의 목적은 첫째, 연구대상자인 베이비붐 세대 여성들이 자신의 체형을 인지하고 있는지와 체형 관리 여부를 파악하고, 둘째, 그들의 디자인 선호도를 파악하여 의복디자인 선택 시의 심리적, 감정적 특성을 알아보며, 셋째, 체형과 디자인선호도와와의 관계를 심층적으로 분석하는데 있다.

개인의 신체는 부위 별 성장비율 및 변화율이 달라 연령층과 부위에 따라 특징적인 변화가 나타나며 중년 이후가 되면 피하지방분포가 부위

별로 달라 체형변화가 현저하고 다양하게 나타나며(피복인간공학 실험설계방법론, 2001) 중년 여성은 체형의 개인차가 상당히 크다(김경애, 2003). 또한 신체만족도는 성별, 연령별, 시대적, 문화적 요인에 의해 차이가 나타날 수 있으며 이에 따라 의복행동 및 태도가 달라질 수 있으므로 양적 연구보다 질적 연구가 적합(박중희, 2003)하다. 그러나 체형의 분석과 디자인 선호도에 관한 기존의 연구들은 대부분 설문조사를 통한 양적 분석 방법을 행하였으므로 다양한 심리적 측면이나 경험적 측면들을 분석하기에는 어려운 점이 많았다. 이에 따라 신호정(2002)은 20대 여성과 40대 이후의 여성들의 아름다운 외모에 관한 질적 연구를 하여 연령에 따른 아름다움의 차이점을 분석하였으며 이은주(2010)는 남성들의 패션제품 구매행동에 관하여 질적 연구를 하였다.

양적 연구방법은 인과관계의 규명에는 유용하지만 개인 내면의 심리적인 요인들을 명확하게 파악하지 못하는 한계점이 있으므로(이은주, 2010), 본 연구에서는 연구 대상자인 베이비붐 세대 여성들의 체형 변화와 디자인 선호도에 대한 다양한 심리적, 경험적 측면들을 분석하여 정량적 연구로는 파악하기 어려운 개인적, 감성적 측면, 개인 지각 등에 대한 자유로운 의견이 도출 될 수 있도록 질적 연구를 하였다. 이를 통해 베이비붐 세대의 라이프스타일과 의복 디자인 선호도에 관한 깊이 있는 정보를 제공함으로써 마케팅 측면에서 소비자를 이해하고 시장을 세분화 시키는 데 도움이 되고자 한다.

II. 연구방법

1. 질적 연구 방법의 선정

본 연구는 베이비붐(1955~1963년 출생) 세대의 여성 11명을 대상으로 하였다. 양적 연구는 피험자들이 건성으로 응답할 수 있는 경향이 있고 범주화되는 과정에서 상세한 내용들이 소실(신호정, 2002)될 수 있기 때문에, 기존의 정량적 연구로는 파악하기 어려운 개인적인 자유의사,

감성적 측면, 자기 기분이나 개인지각에 관련된 자기모습 등에 대하여 다양하고 책임감 있는 응답을 얻고자 질적 연구를 하였다. 베이비붐 세대가 인지하고 있는 다양한 정보를 얻기 위하여 다양한 직업, 나이, 체형의 응답자들을 대상으로 하였으며, 기간은 2010년 6월부터 2010년 9월까지로 하였다.

2. 연구문제

베이비붐 세대 여성들의 체형변화와 디자인 선호도에 대한 다양한 심리적, 경험적 측면들을 분석하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 선정하였다.

첫째, 자신의 체형을 스스로 파악하고 있는가?
둘째, 자신의 체형관리를 위한 노력을 하고 있는가?

셋째, 자신이 어떤 이미지로 비춰지기를 원하는가?

넷째, 의복 선택 시 선호아이템은 무엇인가?
다섯째, 의복에서 선호하는 색상, 문양, 소재, 재질감은 무엇인가?

3. 면접 방법

면접 장소는 편안한 분위기를 위해 응답자의 집이나 찻집 등으로 하였으며, 면접시간은 면접에 집중할 수 있는 시간인 1시간 이내(Seidman, 1998)의 40-50분으로 하였다. 면접은 자유로운 대화형식으로 진행 되었으며, 자료의 소실을 방지하고 타당도를 확보하기 위해 전체 대화 내용을 응답자의 동의하에 녹취와 촬영을 하였다. 그 외 응답이 불충분하거나 미처 조사되지 못한 내용은 전화로 보충질문 하였다. 또한 신뢰성 있는 자료 획득을 위하여 녹음된 내용을 면접한 당일 날 면접자의 표현방법을 그대로 필사하여 정리(Maxwell, 2004) 하였다.

면접 대상자의 일반적인 특성은 <표 1>과 같다. 면접문항은 총 8항목으로, 응답자의 체형인지 및 관리에 관한 질문 3항목과 디자인 선호도에 관한 질문 5항목으로 구성되어 있다. 질문 문항은 연구문제와 관련된 문항으로 선행연구(장안

<표 1> 면접대상의 일반적인 특성

구분	항목	개 인 특 성					신 체 특 성		
		나이	학력	직업	거주형태	자녀수	운동형태	신장	체중
a	48	고졸	찾집운영	아파트	아들1, 딸1	간혹운동	159	58	보통
b	53	중졸	농사	단독주택	아들1, 딸3	등산	166	74	숙인체형 표준이상의 체중
c	56	대졸	교장	아파트	아들2, 딸1	등산	155	54	어깨처짐 빈약한 체형
d	53	고졸	주부	단독주택	아들1, 딸2	안함	157	60	보통 표준이상의 체중
e	48	대졸	치과의사	병원건물	아들1, 딸2	안함	160	55	보통
f	53	대졸	유치원원감	아파트	아들2	걷기	159	54	보통
g	49	대학원졸	학원운영	빌라	딸2	에어로빅	162	60	약간반신
h	55	고졸	강사	단독주택	딸2	베드민턴	157	56	약간굴신
i	56	대졸	주부	아파트	아들2	자전거	165	57	보통
j	54	고졸	노래방운영	아파트	아들2	안함	158	51	약간굴신 빈약한 체형
k	52	고졸	주점운영	빌라	딸1	골프	163	50	약간굴신

화, 2006; 임재린, 2007; 남궁민지, 2008)를 토대로 본 연구자가 작성하였으며 이에 관한 세부적인 내용은 <표 2>와 같다.

4. 자료분석

자료분석은 Creswell의 나선형 자료 분석 모형을 사용하였다. 나선형 자료분석은 수집된 자료를 정리하고 조직화하고, 현장 기록 자료인 면접 녹음 내용을 듣고 필사한 문서를 읽은 후 범주화시켜 자료들을 재배열한 후, 관련 선행연

구 및 자료와 연구자가 취득한 자료를 비교 분석하여 해석하는 단계로 이루어진다(Creswell, 2005). 또한 면접자의 의도와 다르게 연구자가 진술내용을 왜곡하여 해석하게 되는 일을 방지하기 위해 의상학 전문가 2명에게 연구내용의 검토를 의뢰하여 타당성의 위험요소와 방법론의 문제점을 극복(이은주, 2010)하고자 하였다.

<표 2> 체형 및 디자인 선호도에 관한 면접 문항

자신의 체형에 대한 인지 및 관리	디자인 선호도
① 자신의 체형이 변화하였다고 생각하는가?	① 어떤 이미지로 비취지기를 원하는가?
② 자신의 체형을 스스로 파악하고 있는가?	② 외출복을 선택할 때 가장 선호하는 아이템은?
③ 자신의 체형 관리를 위한 노력을 하는가?	③ 선호하는 색상은 무엇인가?
	④ 선호하는 문양은 무엇인가?
	⑤ 선호소재와 재질감은 무엇인가?

III. 결과 및 고찰

1. 체형에 대한 인지정도와 관리형태

자신의 체형 인지에 관한 면접 결과 모든 응답자(11명)들이 자신의 체형을 인지하고 있었으며, 2명(응답자 d, j)을 제외한 모든 대상자들이 체형 관리를 하고 있었다. 대다수가 자신의 체형변화 및 체형의 장, 단점을 잘 파악하고 있는 것으로 나타났으며 의복구매의 중요한 기준은 의복이 본인의 체형을 잘 보완해 줄 수 있는지의 여부였다.

체형 관리를 위한 노력은 꾸준히 사회생활을 하는 여성들과 그렇지 않은 여성들 간에 차이가 있었다. 사회생활을 쉬지 않고 계속해 온 여성들(응답자 c, e, f)의 경우는 체형의 균형을 유지하려 꾸준히 노력하는 경우가 많았다. 그러나 전업주부이거나 쉬었다가 일을 다시 시작한 여성들(응답자 a, b, g, h, i, k)의 경우 아기출산 후의 육아 초기에는 의도적으로 관리를 못하였지만 자녀를 키운 현재는 자신의 체형에 관심을 가지고 관리를 하고 있음을 알 수 있었다. 그 외에 체형관리를 하지 않고 있는 응답자 d와 j는 각각 ‘관리를 거를 수 없어서’와 ‘체형 변화가 없는 편’이라는 이유로 관리를 하지 않고 있었으나 체형 관리의 필요성은 느끼고 있었다.

면접의 내용을 몇 가지 살펴보면 다음과 같다.

응답자 a.: 출산 전에는 55사이즈였는데 출산 후에는 66에서 하체부분만 더 살이 찌는 것을 어쩔 수가 없네요 출산하고도 계속 일을 해 와서 체형이 많이 변하지는 않았지만 서서히 사이즈가 변화되고 있어요 사이즈를 크게 입는 것은 괜찮지만 66사이즈를 입어도 하의가 편하지 않아 스트레스를 받고 있어요 일정 기준(60kg)을 정해놓고 몸무게가 넘어가면 에어로빅이나 요가 등을 시작해 그 이상은 체중이 늘지 않도록 신경 쓰고 있어요

응답자 b.: 결혼 전에도 날씬한 편은 아니었지만 아이를 연달아 계속 출산하다 보니 거의 20년간 몸매나 체형은 신경을 못 써왔어요 이제

는 날씬해 보인다는지 멋있어 보이는 것은 바라지도 않으며 건강이 우선이란 생각이 듭니다. 체형이 변해 가장 불편한 것은 제 몸에 맞는 기성복을 사 입지 못한다는 거예요 뒷발일이 많아 따로 운동은 안하지만 주 1회 등산을 하고 문화센터 등에서 스포츠 댄스와 노래교실 정도를 스트레스 해소용으로 즐기는 정도지요 더 이상 살찌지 않게 하고 척추가 굽지 않기 위한 운동을 합니다.

응답자 g.: 출산 후 체형이 변한 걸 느꼈지만 아이 키우는 동안은 운동을 하지 못했고 아이들 초등학교 졸업할 쯤부터 운동을 시작 했어요 에어로빅을 거의 10년 동안 해오고 있는데 날씬해지기 보다는 건강하고 균형 잡힌 몸이 되는 것 같아요 운동을 해도 배둘레와 팔뚝살은 여전히 두툼한 게 확실히 나이가 들어서 그런가보다 싶어요 사이즈가 변할까봐 신경을 쓰는 편이고 운동을 하면서 하루를 시작합니다.

응답자 k.: 결혼 전이나 지금 사이즈가 많이 달라지지는 않았지만 배둘레만 약간 살이 찌는 것 같아요 여전히 55사이즈를 입는 데, 자꾸 등이 굽어져서 기성복을 입으면 뒤가 들리고 엉덩이가 너무 꺼져 보여요 날씬해 보이기보다는 자세를 바르게 하기 위해 운동을 시작했고 운동한 지 5년 정도 되었는데 더 나빠지지는 않는 것 같아요

연구대상자들의 체형관리는 모두 날씬해지고자 하는 목적 보다는 균형이나 자세를 바로잡기 위한 것이었다. 연구대상자들은 대부분(응답자 a, b, f, g, i, j, k) 실제 계측을 하거나 전문적 도구를 활용하여 자신의 체형을 파악하기 어렵기 때문에, 기성복의류 착용 시의 불편한 신체 부분을 표준에서 벗어난 부분으로 인식하고 있었다. 따라서, 그들의 표준체형 판단 시의 기준은 기성복 사이즈의 맞춤새임을 알 수 있다. 특히, 응답자 f의 경우에는 기성복 브랜드를 입기 위해 체형관리를 하고 있었으며 응답자 i는 평소에 체형관리를 열심히 하지는 않으나 살이 찌서 옷이 몸에 안맞게 되는 경우에는 적극적으로 음

식조절과 운동을 병행하여 체형관리를 하고 있었다. 응답자 j의 경우에는 체형변화가 없는 편이라 체형관리를 하고 있지는 않았으나 체형변화로 인해 기성복을 입지 못하게 되는 일이 발생할 지도 모른다는 두려움을 가지고 있었다.

연구 결과, 20~30대에서는 자신의 신체에 대한 판단이 본인의 개인적 판단에 의해서가 아닌 주위사람들의 반응에 따라 달라지나(이수경, 고애란, 2006) 베이비붐 세대에서는 의복 착용시의 맞음새로 체형을 파악하게 됨을 알 수 있다.

응답자의 인터뷰 내용과 조사자의 측측을 비교해본 결과 베이비붐 세대 여성들은 자신의 체형변화를 비교적 정확하게 인지하고 있었다. 그들은 단순히 날씬해지기 위해서라기보다는 균형 잡힌 체형 유지를 위한 노력을 하고 있었으며, 허리, 배, 팔뚝 등 들레항목의 증가와 가슴과 엉덩이의 처짐과 같은 체형변화를 경험하고 있었다. 또한 운동이나 취미를 통해서 자신의 체형을 파악하고 꾸준히 관리하고 있음을 알 수 있었다.

2. 디자인 선호도

베이비붐 세대 여성들의 디자인 선호도는 다양하게 나타났으며, 각 항목별로 살펴보면 다음과 같다.

1) 이미지

베이비붐 세대는 패션에 대한 다양한 시각을 가지고 있으면서도 젊어 보이고 싶은 욕구가 강하였다. 선호하는 의복이미지에서는 ‘트렌디하고 젊어보이는 이미지’(응답자 a, e, g, j, k)와 ‘우아한 이미지’(응답자 b, d, h)가 대부분을 차지하였다. 그 외에 응답자 c는 단정하면서 젊잖아 보이는 스타일, 응답자 f는 세련되면서도 튀지 않는 이미지의 의복스타일을 선호하였으며, 응답자 i는 남들과 차별화되면서도 고급스런 이미지를 추구하였다. 이에 관한 면담 내용을 일부 살펴보면 다음과 같다.

응답자 c: 학교에서 근무하고 있어 젊잖아 보여야 하기 때문에 정장 스타일을 주로 입기는

하지만 고리타분해 보일까봐 색깔이라도 화려하게 입으려 합니다. 특이한 소재나 무늬, 악세사리로 포인트를 주고 있습니다.

응답자 e: 가끔 모임이나 학교를 방문하게 될 때 나이 들어 보일까봐 신경이 쓰여요 패션에 관심이 많아 잡지나 패션채널을 자주 보는 편이죠 트렌드를 놓치는 것은 나이가 든 증거인 것 같아서 요즘 유행이 된지 신경을 써서 쇼핑하려 합니다. 명품이나 중년 브랜드는 고급스러워 보이는 하지만 괜히 나이 들어 보이는 것 같아서 아직 미스브랜즈나 미스브랜즈에서 의복을 구입해요 스타일리쉬해 보이고 젊은 쉬크한 느낌으로 보여 지고 싶어요 세련되어 보이면서 골드미스같은 이미지를 원합니다. 다행히 브랜드의 사이즈가 맞아서 당분간은 미스브랜즈를 선택할 것 같아요.

응답자 f: 주부처럼 보이는 의상은 싫고 세련되어 보이고 싶어요 너무 캐주얼한 차림은 격식이 없어 보여서 좋아하지 않아요 장식이 거의 없는 모던한 느낌의 간결하고 깔끔한 느낌의 좋아요 너무 트렌드를 쫓는 것은 좀 품위 없어 보이는 것 같아요 디자이너 브랜드의 의상을 입는 것이 트렌드를 너무 따르지도 또 처지지도 않는 것 같아서 제 취향에 맞아요 튀지는 않으면서 남들과 다른 스타일을 입고 싶어요.

응답자 i: 남들과 다른 특이한 디자인이나 소재의 의복을 입는 편이에요 세련되어 보이고 싶고 멋쟁이란 소리를 듣고 싶죠 남들보다 튀고 싶어요.

응답자 k: 우아하거나 젊잖게 보이기보다는 경쾌하고 젊은 이미지로 보이고 싶습니다.

대부분의 응답자들이 의복 선택에 있어 젊어 보이고 싶은 욕구를 가지고 있었으며 캐주얼하면서도 세련된 스타일의 의상을 선호하였다. 따라서 그들을 대상으로 하는 마담브랜드나 부띠끄 브랜드를 기피하고 그들보다 낮은 연령을 대상으로 하는 브랜드를 선호하고 있음을 알 수 있다. 이는 “브랜드에서 타깃으로 설정한 연령

과 실제 구매 연령 간에는 여전히 차이가 존재하고 있으며, 현재의 시니어 여성들(50세 이상)은 젊은 감각의 트렌드가 가미된 다양한 디자인과 색상을 선호한다”는 남궁민지(2008)의 연구 결과와도 일치하였다.

선호하는 이미지는 직업적 특성에 따라 다르게 나타났다. 예를 들어, ‘젊어보이고 트렌디한 이미지’를 원하는 응답자들(a, e, g, j, k)은 자영업(찻집, 노래방, 주점, 학원원장, 치과 의사) 종사자들이었으며 ‘단정하면서 젊잖아 보이는 이미지’를 원하는 응답자 c와 ‘세련되면서도 튀지 않는 이미지’를 추구하는 응답자 f의 경우 각각 교장과 유치원원감으로 재직하고 있었다. 그 외 주부 i는 튀는 스타일을 선호하여 자영업자와 주부의 경우에는 본인의 감정적 만족을 우선시하여 젊고 활동적인 이미지를 추구하는 것을 알 수 있으며, 교육자로서 사회적 지위가 있는 대상자들은 타인의 시선을 고려하여 그들의 지위나 품위를 드러내거나 유지시키는 이미지를 원하고 있음을 알 수 있다.

2) 선호 아이템

선호하는 아이템은 일상복과 행사용 외출복에서 각각 다르게 나타났다.

일상복에서는 단품을 선호하는 응답자들이 다수를 차지하여 단품 위주의 아이템을 믹스매치해서 입는 것을 선호하는 응답자들(a, b, d, e, f, g, i, k)이 정장세트의 수트를 선호하는 응답자(c, h, j)보다 많은 비율을 차지하였다. 반면 행사용 외출복에서는 수트정장을 선호하는 응답자들(b, c, d, h, i, j, k)이 단품을 선호하는 응답자들(a, e, f, g)보다 많이 나타나, 일상복에서는 단품위주로 착용하며 행사용 외출시에는 수트정장을 많이 착용하는 것을 알 수 있다.

그 밖에 일상복과 행사용 외출복에서 모두 단품을 선호한 응답자들(a, e, f, g)과 모두 수트정장을 선택한 응답자들(c, h, j)이 나타나 일상복과 행사용 외출복 간에 차이를 두지 않는 응답자들도 절반 이상의 비율을 보였다.

면접 내용을 몇 가지 살펴보면 다음과 같다.

응답자 a: 한 별로 갖춰 입으면 웬지 어색하고 나이 들어 보이는 느낌이 있어서 단품위주의

의상을 구입합니다. 재킷보다는 가디건이나 반코트에 스커트를 구입하는 편이고 이러 저러 매치하기에도 더 편한 것 같아요 고급스러워 보이는 것은 별로 신경 쓰지 않아요

응답자 b: 일상복으로는 편하게 니트를 입지만 체형 보완이 안 되어 만족스럽지는 않습니다. 행사용 외출복은 체형 상 기성복이 맞지 않아 주로 마담 브랜드에서 구입하지만 상의와 하의의 치수가 달라 불편합니다. 주로 맞춤 의상실에서 의복을 구매하는데 엉덩이와 배를 여유 있게 가리는 재킷이나 하프코트를 입는 편이고 정장 느낌의 수트를 구입합니다. 정장수트가 체형을 커버해주어서 캐주얼보다 날씬해 보이는 것 같아요 엘레강스하고 우아해 보이는 의복을 선택합니다.

응답자 d: 니트 가디건 세트에 스판 바지가 주 외출복이고 결혼식이나 행사에만 모직정장을 입어요 요즘은 등산복코너에서 나오는 티셔츠나 점퍼같은 기능성웨어를 입어요. 주로 등산복 코너나 골프웨어에서 일상복을 장만합니다. 예전과 다르게 기능성만 좋은 게 아니라 색상도 곱고 디자인도 예쁘고 무엇보다 편해서 좋아요.

응답자 f: 선호하는 아이템은 단품위주의 재킷과 슬랙스 스커트입니다. 수트라도 세트로 입지 않고 따로 입는 것이 더 세련되어 보이는 듯합니다. 장식이 적거나 소재가 고급스러워 보이는 단품 재킷을 좋아합니다. 특별히 선호하는 칼라는 없지만 매치해서 입기 편하도록 주로 모노톤을 구입합니다. 의복 구입 시, 고급소재인지와 너무 유행을 쫓지 않았는지를 고려하는 편입니다. 튀지 않으면서도 남들과는 다른 스타일을 입고 싶어요.

응답자 i: 일상복으로는 캐주얼하고 화려한 단품으로 미시분위기를 연출합니다. 행사용 외출복으로는 주로 정장 수트를 구입하는 편이지만 클래식하지 않고 특이한 디자인이나 소재를 찾아서 의복을 구매하는 편입니다. 특이하거나 눈에 띄는 스타일의 옷을 입으면 주목 받게 되

어 몸매에도 신경을 쓰게 됩니다. 세련되어 보이고 싶고 멋쟁이란 소리를 듣고 싶죠. 남들보다 튀고 싶습니다.

응답자 k: 운동(골프)를 시작하고서는 평상시에 주로 골프웨어를 입습니다. 편하기도 하고 젊어 보이기도 해서 캐주얼웨어나 점퍼재킷같이 단품위주의 스포츠 캐주얼을 주로 입게 되요. 정장 수트는 결혼식이나 격식 차려야 하는 때만 입게 되는데 미시브랜드에서 구입하기는 하지만 일 년에 거의 몇 번 안 입게 되더라고요.

특히 일상복에서 단품을 선호하는 응답자 d와 k의 경우 일상복으로 골프웨어나 캐주얼웨어를 착용하여 편안함을 추구하면서도 젊은 감각을 드러내고자 하였다. 일상복과 행사용 외출복 모두에서 단품을 선호하는 응답자 f와, 일상복에서만 단품을 선호하며 행사용 외출복으로는 수트 정장을 선호하는 응답자 i의 경우에는 서로 선호 아이템은 다르지만 모두 남들과 다른 자신만의 개성을 표현하려 하였다. 그러나 응답자 f는 유행을 쫓는 것을 품위 없는 일이라 생각하며 남들과 차별화 되는 의복을 선호하면서도 다른 사람의 시선을 끌지 않는 스타일을 추구하였으며, 응답자 i는 화려하고 대담한 옷으로 남들과 다른 개성을 표현하여 주목 받기를 원하였다. 비만으로 인해 정장수트를 선호하는 응답자 b의 경우 평소에는 편안함 때문에 니트를 착용하고 있으나 행사용 외출복으로는 체형을 보완하기 위해 수트정장을 선호하여 선호도와 실제 착용의복과는 차이가 있었다.

선호하는 아이템과 응답자의 연령과는 관계가 없었으며 이는 “39-49세 세대와 50세 이상 세대 사이의 소비자 가치관지향은 놀라울 정도로 일치하고 있으며 이는 사회의 모든 세대 사이의 가치관 차이가 줄어들고 있다는 것을 의미한다.”고 한 김정실(2006)의 연구결과와도 일치함을 알 수 있다.

선호하는 아이템으로 일상복과 행사용 외출복에서 모두 단품을 선호한 응답자들(a, e, f, g) 중 응답자 f를 제외하고는 모두 자영업자들이었으며 이는 직업적 특성을 어느정도 반영한 것으로 보인다.

3) 선호색상

면접 대상자들의 선호 색상은 계절, 체형, 의복의 아이템, 심리적 요인 등에 따라 차이가 나타났다.

계절별 선호색상은 대체적으로, 봄에는 핑크나 연보라, 연노랑이나 아이보리 등 파스텔 톤의 부드러운 색상을 선호하였고 여름에는 흰색, 감색, 파란색, 코발트색과 같이 시원한 느낌의 색상을, 가을에는 브라운, 카키, 베이지, 겨울에는 톤이 어두운 보라색, 짙은 초록색, 회색, 검정색 등을 선호하였다. 이들의 면접 내용은 다음과 같다.

응답자 c: 봄에는 파스텔톤의 분홍색이나 연두색, 보라색을 선호해요. 깔끔하게 보이고 싶을 때는 화이트와 블랙의 매치를 즐겨 입는 편이죠. 검정, 흰색은 계절에 관계없이 입을 수 있어요. 베이지나 회색은 너무 얼굴색이 나빠 보여서 입지 않는 편입니다. 여름에는 흰색이나 감청색, 가을 겨울에는 오히려 또렷한 색을 선호합니다. 와인색이나 짙은 초록 등 색상이 선명한 색이 오히려 얼굴색을 살려 주는 것 같아서 좋아요.

응답자 d: 봄에도 밝은색이 입고 싶긴 하지만 살이 찢기 때문에 뚱뚱해 보일까 봐 티셔츠나 이너웨어만 밝게 입는 편이죠. 겹옷이나 재킷은 감청색이나 검정색을 주로 입죠. 스카프만 체형 신경 안 쓰고 색상을 선택할 수 있는 것 같아요. 재킷이나 수트를 고를 때는 계절에 상관없이 어두운 칼라를 선택하게 되니 계절이 바뀌어도 옷장에 검정, 회색, 감색은 서너개 썩 있는 것 같아요. 하지만 골프웨어나 편하게 입는 외출복은 짙은 핑크나 파랑색 보라색등의 가디건 세트를 입어요. 가을엔 카키나 겨자색, 짙은 밤색 톤을 입고 겨울엔 어두운 보라나 어두운 초록색도 세련되어 보이면서도 뚱뚱해 보이지 않아서 좋아요.

응답자 h: 봄에는 연회색이나 연보라 정도의 부드러운면서도 고급스러워 보이는 색깔을 좋아하고 검정은 즐겨 입지 않아요. 검정색이라도

소재가 특이하거나 메탈사가 섞인 것, 약간의 광택이 있는 것은 괜찮아요 여름은 아무래도 흰색이나 감색, 코발트색같이 시원해 보이는 색이나 초록색을 즐겨 입어요 요즘은 천연염색을 즐겨 입는데 내가 직접 염색을 해서 더 의미 있고 건강에 좋을 것 같아서 즐겨 입어요 가을 겨울엔 아무래도 밤색이나 카키 베이지 색깔을 선호하는데 탁해 보이지 않을 수 있도록 메탈사가 있거나 터치감이 독특하거나 자연광택이 있는 등 너무 칙칙해 보이는 것은 피하는 편입니다.

응답자 j: 봄에는 핑크나 노랑 연두색도 즐겨 입고 아이보리색이나 크림색등 밝은 색을 입어요 봄 분위기를 살려주는 옷을 좋아해요 기분도 좋아 지는 것 같고요 여름엔 흰색이나 코발트블루, 진한 핑크 등의 과감한 색깔의 옷을 입는데 프린트가 크거나 색상이 화려한 소재를 입으면 작은 키와 체구가 좀 크게 보이는 것 같아요 남들한테 보여지기 보다는 내가 기분이 좋아지는 옷을 입는 편입니다. 가을에는 톤은 다 운되어도 색상은 좀 강하다 싶은 진한 오렌지색이나 카키색, 광택 있는 브라운색, 검정색 어두운 빨강이나 보라색같이 톤은 낮춰지고 색감은 또렷한 의상을 입는 편입니다. 옷을 입을 때 색깔의 선택이 매우 중요 하다고 생각해요 무엇보다 내 기분을 좌우한다고 할까.

그러나 계절과 관계없이 밝은색을 선호하는 응답자(i)도 있었으며, 정장류는 검정이나 회색, 흰색 등의 무채색을 선호하며 이너웨어나 일상복은 계절감을 살린 색상이나 밝은색을 선호하는 응답자들(a, d, f, g, k)이 45% 이상을 차지하여 아이템에 따른 선호색상의 차이를 나타냈다.

선호색상은 계절 뿐 아니라 체중이나 체형에 따라서도 차이가 있었다. 체중이 표준에 가까운 경우(응답자 a, e, f, g, h, i, k) 계절에 따른 다양한 색상의 의복을 즐겨 입었으나, 체중이 표준을 넘는 응답자들(b, d)은 무채색이나 어두운 톤을 계절과 상관없이 선택한다고 하였으며, 체형이 빈약하다고 생각하는 응답자들(c, j)은 체형이 커 보일 수 있는 과감한 무늬나 색상을 선호하였다. 응답자 f, h, i의 경우는 금사나 은사가 섞인 메탈소재가 혼용된 독특하고 럭셔리한 느

낌을 주는 칼라나 천연염료로 염색된 자연발색의 색상을 선호하였다. 베이비붐 여성의 특징인 삶의 질을 중요시 여기는 그들의 가치관을 보여 주듯 건강에 대한 관심이나 개성의 표현을 위해 천연염료로 직접 염색한 색상을 선호하는 것으로 보인다. 응답자 c, h, j는 자신의 선호색이 있어 무조건 유행색을 따르지 않아, “흰색에 가까운 핑크나 레드 등 실버여성들의 색상선택이 훨씬 대담해 지고 다양해 졌다”는 장안화(2006)의 연구결과나 남궁민지(2008)의 “우리나라 중, 상류층 이상의 시니어 여성은 무겁고 어두운 색상보다는 색 기미가 있는 중간 톤 혹은 밝은 톤의 다채로운 색감을 선호 하는 등 디자인과 색상면에서 현저한 변화를 보인다.”고 한 결과와 일치하였다. 색상의 선호는 단순히 의복선택과 체형 및 얼굴색과의 매치도 중요하지만 응답자 j가 ‘칼라의 선택이 자신의 기분을 좌우’ 한다는 답변을 한 것으로 보아 의복을 통한 자기만족까지 고려하고 있음을 알 수 있다.

4) 선호 문양

면담 결과, 응답자의 50% 이상이 ‘무늬가 없는 의복’을 선호(a, b, d, e, g, k)하였으며 ‘특이하거나 크고 화려한 무늬’를 선호하는 응답자들(c, i, j)도 있었다. 그 밖에 ‘이국적이거나 큰 무늬가 아닐 바에는 차라리 무늬 없는 것’을 선호(f)하거나 ‘작은무늬를 선호하면서도 화려한 그림이나 프린트처럼 작품스러운 문양’을 선호(h)하는 등의 극단적인 선호를 하는 응답자들도 있었다.

무늬 없는 의복을 선호하는 응답자들도 단품이나 일상복 선택 시에는 부분적으로 무늬 있는 의복을 선택하였으며 전체적인 프린트문양, 체크, 줄무늬와 같은 직선적 문양보다는 원단 자체에서 표현되는 자연스럽게 직조된 자카드 문양을 선호하는 응답자가 많았다. 무늬가 없는 의복을 선호하는 이유는 ‘유행을 타거나 쉽게 질릴까봐’, ‘세련되어 보이지 않아서’, ‘날씬해 보이고자’ 등으로 다양하게 나타났으나, 무늬 있는 의복을 선호하는 이유는 ‘남들과 다르게 보이고 싶어서’나 ‘주위 시선을 받고 싶어서’ 등의 남들과 차별화 되고 싶은 비슷한 이유였다.

메탈사의 자카드 소재도 선호도가 높게 나타나 소재의 고급스러움과 독특함이 베이비 붐 세대 여성의 선호도를 만족시키고 있음을 알 수 있으며, 응답 내용은 다음과 같다.

응답자 a: 무늬가 없는 걸 좋아하죠 가지고 있는 옷 중에 무늬가 있는 것은 니트 티셔츠 정도예요. 외출복이나 바깥에 걸치는 재킷이나 점퍼 같은 경우 무늬가 있으면 유행을 타거나 쉽게 질릴까봐 무늬 없는 무채색 검정색이나 검정색, 회색의 무지를 입습니다. 그 외에 가끔 티셔츠나 블라우스 같은 경우에 잔잔한 꽃무늬나 프린트, 체크무늬 같은걸 입기는 하지만 단품으로 스커트나 블라우스 정도죠 눈에 무늬가 확 드러나는 건 오래 입을 수 없어요.

응답자 e: 무늬가 있으면 일단 망설이게 됩니다. 전체적으로 프린트 되어있는 건 원피스나 티셔츠, 블라우스 정도인데 가지고 있는 옷을 봐도 무늬 있는 건 몇 개 안될 거 같네요. 근데 요즘 소재에 묻혀있는 무늬(자카드)나 자수같이 부분적으로 포인트로 표현되는 무늬는 크게 신경 쓰지 않고 입게 됩니다. 외출복에는 항상 무늬 없는 색상이나 디자인, 소재감을 특히 신경 써서 보죠.

응답자 f: 무늬가 아주 이국적이거나 크지 않으면 거의 무늬가 없는 옷을 선택 하는 것 같아요. 무늬가 있는 옷은 외출복보다는 편하게 입는 생활복으로 주로 입히던데요. 무늬가 있으면 세련되어 보이기가 힘들어요. 무늬 없는 옷이 더 낯선해 보이는 것 같고, 무늬 있는 옷들은 단품에 섞어 입으려고 하나씩 구매하는 스커트나 블라우스만 선택하죠. 페이지리나 체크무늬, 줄무늬는 무늬가 크지 않은 것으로 즐겨 입고 꽃무늬나 물방울무늬는 거의 입지 않아요.

응답자 h: 무늬가 너무 커서 눈에 확 드러나지만 않으면 무늬 있는 것에 신경 쓰지 않아요. 가지고 있는 옷들 대부분이 약간씩은 무늬가 있는데, 체크무늬나 꽃무늬, 자연무늬, 줄무늬 등이예요. 물방울무늬는 어색해서 피하는 편이고 화려한 프린트나 그림이 페인팅 되어 있는 작품 같은 옷을 좋아하죠. 다른 사람과 비슷하지 않

아서요. 무늬가 없는 게 낯선해 보이긴 하지만 너무 식상하고 남들과 비슷해 보여서 좋아하진 않았고요. 너무 화려하지 않은 은은한 자카드나 자수가 있는 소재를 주로 선택해서 입어요.

응답자 i: 무늬가 있든 없든 신경 쓰는 편이 아니예요. 뚱뚱하면 아무래도 무늬 없는 어두운 색을 입는 게 낯선해 보이던데 나는 주위시선을 받는 걸 좋아하니까 화려한 무늬도 즐겨 입어요. 원색적인 줄무늬나 화려한 꽃무늬 원피스를 안에 입고 외투는 단색을 입는 걸 좋아해요. 실내에서 벗으면 약간 반전을 느낀다고 할까요. 제가 여름에 색상이 선명한 물방울무늬나 꽃무늬를 입으면 시원해 보인다고들 해요. 오히려 잔잔한 꽃무늬는 촌스러워 보이던데요. 다른 사람 눈에 좀 튀게 입어줘야 멋쟁이 소리를 듣지요.

응답자들은 자수나 스팅글, 비즈 등으로 포인트 문양이 있는 의상을 선호하였으며 문양이 있는 의복으로는 이너웨어나 일상복 등을 들었는데, 이는 “티셔츠나 블라우스 등 실내복이나 이너웨어로 입혀지는 의복과 외출복 아우터로 입혀지는 재킷의 문양선호가 다르다”는 정삼호(2009)의 연구결과와도 일치하였다.

5) 선호소재 및 재질감

베이비붐 세대 여성들의 소재와 재질감의 선호는 계절이나 의복 아이템과 관계가 있었다. 계절에 따라 봄, 가을, 겨울에는 울이나 울 혼방을 선호(a, b, d, e)하였으며 일상복과 행사용 외출복 간의 선호소재가 다르게(d, k) 나타났다. 행사용 외출복이라 할 수 있는 수트정장의 경우 울 100%나 실크 100%, 또는 울 혼방소재를 선호하는데 반해 일상복의 경우는 면 스팅, 울 스팅과 같이 혼방된 소재나 신축성이 좋은 소재를, 등산복이나 골프웨어 등은 기능성 소재 의복을 선호하는 것으로 나타났다. 베이비붐 세대 여성들의 캐주얼 소재에 대한 선호가 증가하고 있음을 알 수 있었으며 특히 소재의 터치감이나 컬러감 등 감도를 높인 디자인을 선호하였다. 이들은 ‘고급소재’를 선호(c, f, h, j)하거나 실용소재(g), 특이소재(i)나 트렌드한 소재(d, e), 군살을 감추

기 위한 소재(b) 등을 선호하였으며 응답 내용을 살펴보면 다음과 같다.

응답자 b: 봄이나 가을용 소재로는 울, 신축성 소재를 혼방한 울 등을 선호합니다. 실크는 주로 블라우스로 입는 편이고요 니트를 입으면 편하긴 한데 군살이 다 드러나는 것 같아서 외출 시에는 울 소재 외투를 입어요 울 소재 외투는 군살이 안 드러나서 입고 나면 마음이 편해요 겨울에도 너무 두꺼운 소재는 피하고 부드럽고 얇은 모직을 선호합니다. 너무 하늘거리거나 얇은 건 군살이 드러나 보여서 싫어요 적당하게 부드러운 소재를 좋아하죠 요즘은 광택소재도 많던데 이것도 살짝 보일까봐 싫어요

응답자 d: 봄이나 가을용 소재는 모직이나 니트를 선호해요 캐주얼한 게 좋아서 하의는 주로 울이나 면 스판 소재를 선택하죠 상의는 드라이클리닝 해도 괜찮은데 하의는 물세탁 할 수 있는 소재가 좋아요

응답자 g: 모직물은 불편해요 데님에 스판이 혼방되거나 면에 스판이 혼방된 소재같이 구김도 없고 편하고 신축성이 뛰어난 소재를 좋아해요 상의는 광택 있는 스판 소재나 메탈사가 섞여있는 소재를 좋아해요 모 100%나 실크 100%는 고급스러워 보이기는 하지만 나이 들어 보이는 것 같아서 아직까지는 입고 싶지 않아요 트렌디한 원단, 광택 스판, 프라다원단 같은 캐주얼한 소재들을 좋아해요 면 스판에 캐주얼한 프린트나 비즈장식이 있는 것이 캐주얼해 보이고 10살은 젊어 보이는 거 같아요

응답자 j: 소재선택에 제일 신경을 쓰는 편이에요 무엇보다 소재가 고급스러워야 럭셔리한 이미지를 주잖아요 울, 실크 100%나 메탈사 섞여있는 소재를 선호하는 편이에요 니트도 울이 굵지 않고 일반원단처럼 보이는 것 뿐 아니라 장식이나 자수가 있는 것도 좋아합니다. 하나를 입더라도 소재가 좋은걸 사면 후회가 없는데 스판이나 폴리에스테르 데님 같은걸 사면 한번 입고 나서 다음해에 꺼내 입지 않아서 오히려 낭비라는 생각이 들어요

응답자 k: 간단한 외출이나 평상복을 입을 때는 신축성이 좋은 폴리에스테르 스판이나 면 스판을 즐겨 입어요 골프웨어를 평상시 외출복으로 입는 편이에요 원단에 이것저것 장식이 박히거나 자수가 있는 건 싫어요 깔끔해 보이지도 않고 유행탈 것 같기도 하고요 세탁할 때 편리한 것 때문은 아니에요 티셔츠도 모두 드라이클리닝을 맡기니까 의복관리비가 꽤 많이 드는 편이죠 행사용 외출복은 표면이 매끄럽고 광택이 좋은 울 소재를 주로 입어요

자카드 소재나 메탈 혼방사의 경우는 선호 소재나 문양 모두에 해당되고 있어 현재 트렌드가 반영된 자카드나 메탈 혼방소재에 대한 선호가 많음을 알 수 있다. 이는 “우리나라는 메탈릭사, 세인트사를 조화시키거나 구리사가 많이 들어간 광택재의 소재 등 화려하면서도 엘레강스한 느낌을 강조한 소재가 많이 사용 된다”고 한 남궁민지(2008)의 연구결과와도 일치하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 디자인 선호도 간에도 서로 관련성이 나타나 의복의아이템 선정시 선호 이미지, 색상, 문양, 소재 및 재질감 등이 반영되는 것으로 나타났다.

선호 이미지와 의복 아이템 선정에 있어서 ‘트렌디하고 젊어보이는 이미지’를 추구하는 사람들(응답자 a, e, h, k, g) 중 응답자 j와 k를 제외한 a, e, g는 평상시나 행사용 외출 시 모두 단품을 선호하였으며 j는 일상복과 행사용 외출복 모두 수트정장을, k는 일상복은 단품위주로 행사용 외출복은 수트정장을 선호하였다. 따라서 ‘젊고 트렌디한 이미지’를 추구하는 사람들은 주로 단품을 선호하는 것을 알 수 있었다. ‘우아함’을 추구하는 b, d, h 중 h만 언제나 수트를 선호하였고, b와 d는 평상시에는 단품위주로 행사용 외출시에는 정장수트를 선호한 것으로 보아 추구하는 이미지는 다르지만 연구대상자들이 전반적으로 젊어보이면서 편안한 단품을 더 선호하는 것으로 나타났다.

선호 색상, 선호문양도 의복 아이템과 매우 밀접한 관련이 나타나 수트정장은 무채색 계열, 무늬 없는 단색이 선호되었으며 이너웨어나 단품 류는 계절감을 살린 색상이나 밝은색, 잔잔한 무늬나 프린트 등이 선호되었다.

선호 소재 및 재질과 의복 아이템과도 밀접한 관련이 나타나 수트정장은 울이나 울 혼방을, 단품류는 신축성 소재나 기능성 소재 등을 선호하였다.

3. 체형과 디자인 선호도와의 관계

베이비붐 세대 연구대상자의 의복 선호를 분석한 결과 체형은 선호 이미지, 의복 아이템, 색상, 문양, 소재 및 재질 등과 모두 관련이 있었다.

대부분의 연구대상자들이 선호하는 이미지는 '트렌디하고 젊어보이는 이미지'였으나 체중이 표준 이상인 응답자들(b, d)이 '우아한 이미지'를 선호하여 체중이 나가는 응답자들은 젊고 트렌디해 보이는 것 보다는 자신의 체형에 맞는 우아함을 강조하고자 하는 것을 알 수 있다. 그러나 보통체형과 빈약한 체형의 응답자들에게서는 체형과 선호 이미지와의 큰 관련성은 찾아볼 수 없었다.

체형과 선호 아이템과는 밀접한 관련이 있었다. 일상복과 행사용 외출복 모두 수트정장을 선호하는 응답자(c, h, j)의 경우 어깨처짐(c) 약간굴신(h, i)의 체형으로 체형 보완을 위해 수트정장을 선호하였다. 그 외에 표준을 넘는 체중으로 숙인체형을 가진 응답자 b의 경우에도 체형의 보완을 위해 수트정장을 선호하였으나 편안함을 위해 일상복으로는 편한 단품류나 니트 소재를 착용하여 선호도와 실제 착용의복과는 차이가 있음을 알 수 있다.

체형과 선호 색상과의 관계에서 체중이 표준을 넘는 응답자들(b, d)은 무채색이나 어두운 색을 선호하였으며 체형이 빈약하다고 생각하는 응답자들(c, j)은 과감한 색상을 선호하였다. '똥똥해 보일까봐' 외투는 짙은 색을 선호하였으나 이너웨어의 색상선호는 응답자 모두 체형과는 관계가 없었다.

체형은 문양 선호도와도 관련이 있어 대부분 '날씬해 보이는' 무늬 없는 의복을 선호하였다. 그러나 '무늬 없는 것이 날씬해 보인다'고 생각(f, h, i)하고는 있으나 무늬 있는 의복을 착용(h, i) 하는 것으로 보아 의복 선택 시 체형을 어느 정도 고려하기는 하나 자신의 선호도도 반영하는 것으로 보인다.

체형은 의복의 소재 및 재질 선택과도 관련이 있어 '하늘거리거나 얇은 원단은 군살이 드러나 보여' 소재 선택 시 고려하는 것으로 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 베이비붐 세대 여성의 체형과 의복 디자인 선호도에 관한 깊이 있는 정보를 제공함으로써 마케팅 측면에서 소비자를 이해하고 시장을 세분화 시키는 데 도움이 되고자 시도되었다. 다양한 직업과 나이의 베이비붐 세대(1955~1963년 출생) 여성 11명을 연구 대상으로 하여 심층 면접에 의한 질적 연구를 하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 베이비붐 세대의 연구대상자들은 자신의 체형변화를 비교적 정확하게 인지하고 있었다. 특히 직장생활과 적극적인 사회생활을 하는 여성이 체형에 대한 관심도가 높았으며 체형 변화도 적었다. 이들의 체형 관리 목적은 균형 잡힌 체형과 건강 유지였으며, 기성복 사이즈에 불만을 갖고 있었다. 기성복 사이즈가 맞지 않을 경우에는 본인의 신체 만족도가 낮았다.

2) 대부분의 연구대상자들이 의복 선택에 있어 '트렌디하고 젊어보이는 이미지'를 추구하였으며 캐주얼 하면서도 세련된 의복을 선호하였다. 따라서 그들을 대상으로 하는 마담브랜드나 부띠끄 브랜드를 기피하고 그들보다 낮은 연령을 대상으로 하는 브랜드를 선호하고 있음을 알 수 있다. 그 외에 체중이 표준 이상인 응답자들은 트렌디하고 젊어 보이기 보다는 자신의 체형 특성을 살린 '우아한 이미지'를 선호함을 알 수 있었다.

3) 베이비붐 세대의 연구대상자들이 선호하는 아이템은 일상복과 행사용 외출복간에 다르게 나타났다. 일상복으로는 단품류를 선호하였으며, 행사용 외출복으로는 수트정장을 선호하였으나 어깨처짐이나 굴신체형 연구대상자들의 경우에는 일상복과 행사용 외출복 모두 수트정장을 선호하여 체형을 보완함을 알 수 있다.

4) 연구대상자들은 수트정장의 경우 계절에 따른 색상보다는 본인 체형의 단점을 보완해 주는 색상을 선호하였으나 단품이나 일상복의 경

우에는 체형과 관계없이 계절색이나 밝은색을 선호하였다. 또한 메탈소재가 혼합된 독특하고 럭셔리한 느낌의 소재를 선호하였으며 건강에 도움을 주는 천연염료로 염색된 자연 색상을 선호하였다.

5) 베이비붐 세대 여성들은 대부분의 경우 무늬가 없는 의복을 선호하였으며 단품이나 일상복 선택 시 부분적으로 무늬있는 의복을 선택하였다. 무늬가 있더라도 잔잔한 느낌의 작은 무늬나 선명하지 않은 체크나 줄무늬를 선호하였으며 원단에 직조된 은은한 자카드 문양을 선호하였다. 특히 행사용 외출복의 경우 체형 보완에 용이한 무늬없는 단색의 짙은 색상을 선호하였다.

6) 선호소재와 재질은 행사용 외출복과 일상복 간에 차이가 있었다. 행사용 외출복의 경우 울, 실크, 울 혼방소재를 선호하였고, 일상복의 경우에는 면 스판, 울 스판과 같이 관리와 세탁이 용이한 소재나 스트레치 혼방 소재를 선호하는 것으로 나타났다. 의복의 소재 및 재질 선택 시 군살이 드러나지 않는 재질의 소재를 선택하였으며 활동적인 캐주얼 착장 스타일을 선호하였다.

이들은 의복 선택 시 고급스러운 느낌을 주면서도 트렌디하며 젊어보이고자 하였으며 또한 실용성도 추구하였다. 젊은 세대의 소비성향으로 인식되었던 자기중심적이고 감각 지향적인 소비패턴은 베이비붐 세대들에게도 적용되고 있음을 알 수 있다. 베이비붐 세대 여성들은 합리적이고 미래 지향적인 인생관을 가지며 나이와 젊음을 별개로 생각하는 경우가 많았으며, 삶에 있어서도 여유로움, 즐거움, 건강, 취미생활 등을 추구 하였다. 현재 베이비 붐 세대의 여성들은 여성복 시장 내에서 커리어 캐주얼, 디자이너 부티끄의 메인고객에 속하지만 이들의 심리적인 나이는 실제 보다 젊게 나타나고 있다. 따라서 이 세대 여성들에 주력하여 이들의 개성과 의복만족을 충족시킬 수 있는 편집샵, 브랜드멀티샵 등의 쇼핑환경이 필요하다. 또한, 40대 이상의 인터넷 사용율이 증가하고 있는 현재, 특히 베이비붐 세대의 은퇴가 본격화 되면서 앞으로 경제적, 시간적 여유가 생긴 이들이 온라인 시장에서 새로운 소비계층으로 떠오를 것으로 예상되므로 이들을 위한 의류 패션시장이 개발되어야 할 필요성이 있다고 생각된다.

본 연구는 질적 연구로 연구대상자가 제한되었으며 조사지역이 경남의 중소도시인 진주, 창원, 사천시에 한정되었으므로 전체 베이비붐 세대 여성의 특성으로 확대 해석하여 일반화시키기에는 무리가 있다. 후속 연구로 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 달리한 연구가 계속되어야겠으며 질적 연구와 함께 양적 연구를 병행하여 분석한다면 좀 더 좋은 연구가 될 것이라 생각된다.

참 고 문 헌

- 김경애. (2003). *중년여성의 하반신 체형특성에 따른 슬랙스 원형 개발에 관한 연구*. 성균관대학교 생활과학대학원 석사학위논문.
- 김경희. (2008). 의복설계를 위한 중년여성의 특징 및 신체만족도. *한국의상디자인학회지*, 10(2), 57-68.
- 김정실. (2006). *뉴 실버 여성소비자의 지각연령에 따른 의복구매행동 연구*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김혜경, 권숙희, 김순자, 박은주, 서추연, 이숙녀, 전은경, 조정미. (2001). *피복인간공학 실험설계 방법론*. 서울: 교문사.
- 김희숙. (2002). 의복원형 설계를 위한 농촌지역 노년기 여성의 체형분류. *한국의류산업학회지*, 4(5), 480-486.
- 김인숙, 성화경. (2002). 노년기 여성의 체형유형화에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(1), 27-38.
- 남궁민지. (2008). *시니어 패션 디자인 분석 및 선호도*. 서울여자대학교 대학원박사학위논문.
- 문명옥, 임희경. (2000). 중년여성 상반신의 유형분석. *한국의류학회지*, 24(3), 301-312.
- 박중희. (2003). *체형과 신체만족도에 따른 테일러드재킷의 이미지평가 및 선호도*. 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 백재은. (2005). 노년여성의 패션에 대한 태도와 기성복 재킷의 선호디자인에 관한 연구. *복식문화연구*, 13(6), 990-998.
- 배현숙, 유태순. (2000). 노년층 여성의 의복자아 이미지와 선호 디자인과의 관계. *복식*, 50(2),

151-165.

- 신효정. (2002). *현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 심정희. (2006). 중년여성의 자기 이미지 유형화에 따른 의복 이미지 평가와 선호. *한국의류학회지*, 30(11), 1608-1617.
- 심정희, 박수진. (2007). 중년 여성의 체형에 따른 의복태도. *한국의류학회지*, 31(1), 33-43.
- 안인숙. (2008). *노년기 여성을 위한 마담 브랜드의 기성복 스타일 분석과 체형별 재킷패턴 개발*. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 이보영. (2006). *중장년과 노인의 스포츠 라이프 스타일에 따른 소비성향과의 관계*. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 이소영, 김효숙. (2004). 60대 노년여성의 체간부 체형분류. *한국의류학회지*, 28(11), 1426-1437.
- 이수경, 고애란. (2006). 외모향상 추구행동에 관한 질적연구. *한국의류학회지*, 30(1), 59-70.
- 이은주. (2010). *여성적 외모관리 행동을 하는 남성들의 패션제품 구매행동에 관한 질적연구*. 성균관대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 임재린. (2007). 노년기 여성의 Suit design 선호도에 관한 연구. *한국생활과학학회지*, 16(4), 813-824.
- 위은하, 김옥진. (2001). 중년여성의 체형에 적합한 수트의 형태구성요인의 조합에 따른 시각효과. *한국의류학회지*, 25(3), 525-536.
- 장안화. (2006). 실버세대 여성의 의복디자인 선호도. *한국의류산업학회지*, 8(5), 496-504.
- 정삼호. (2009). 친환경 소재를 이용한 시니어 제품 개발 연구. *섬유기술과 산업*, 13(2), 127-131.
- Creswell, John W. (2007). *Qualitative inquiry & research design*. CA: Sage.
- Maxwell, Joseph A. (2004). *Qualitative research design*. CA: Sage.
- Seidman, I. (1998). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and social sciences*. New York: Teachers College Press.