Journal of Fashion Business
Vol. 16, No. 4, pp.152~165(2012)

성인 남성의 인구통계학적 특성에 따른 넥타이 디자인 선호도 연구+

- 스트라이프 패턴을 중심으로 -

박 영 희
경남대학교 패션의류학과 부교수

A study on the preference of necktie design according to the demographic characteristic of adult man

- Focused on stripe pattern -

Park Younghee
Associate professor, Dept. of Fashion & Clothing, Kyungnam University

Abstract

The purpose of this study was examining the preference difference of the necktie design for the stripe patterns according to the demographic characteristics. The study method was a research study through a survey. The study subject was the adult men in their from 20's to 50's. The study stimulative was the stripe patterns of man's necktie which were made by Adobe Photoshop 9 with using the color, the arrangement, the interval, and the width of necktie. The results of study are as follows. As the difference analysis result for the color preference for stripe pattern according to the demographic characteristic, men in their 20's preferred most gray series, men whose monthly income is less than two millions won and men of owner-operator preferred most red series, and all the rest of men preferred blue series. As the difference analysis result for the preference of arrangement type, men in their 20's preferred most the stripe pattern of width, students preferred most the stripe pattern of length, all the rest of men preferred most the stripe pattern of diagonal. As the difference analysis result for the preference of stripe interval for necktie, unmarried men, students, men in their 20's, and men engaging in sales/service and production

+ 본 연구는 2012학년도 경남대학교 학술진흥연구비 지원에 의하여 수행되었음

Corresponding author ; Park Younghee, Tel.+82-55-249-2219, Fax.+82-51-980-0025
E-mail : phykk@kyungnam.ac.kr

work preferred most the interval of 0.6cm, all the rest of men preferred most the interval of 1.2cm. As the difference analysis result for the preference of necktie width, unmarried men, men in their 20's, men engaging in sales/service and production work, and students preferred most the width of 7cm, all the rest of men preferred most the interval of 8cm.

Key Words : preference of necktie design(넥타이 디자인 선호도), stripe pattern(스트라이프 문양), demographic characteristic(인구통계학적 특성)

Ⅰ. 서 론

현대 남성들에게 있어 외모는 경쟁력을 높일 수 있는 수단이라는 인식이 증가하고 있으며[1], 성공적인 사회생활 또는 공적인 업무를 위해 의복은 중요한 요인으로 작용하고 있다. 남성들의 사회생활을 대표하는 신사복의 구성 아이템 중 특히 넥타이는 얼굴 바로 아래 브이존의 중심에 위치하고 있어 넥타이의 색이나 문양 등은 착용자의 이미지를 결정하는데 크게 영향을 미칠 수 있다. 또한 넥타이는 실용적인 측면에 있어 뚜렷한 기능을 가지지 않음에도 불구하고 오랜 세월 동안 남성들의 세계에서 남성 심벌의 표현이자 복잡 미묘한 의사소통의 수단일 뿐만 아니라 심미적인 가치를 내포하면서 남성들의 인상을 결정하는 중요한 의미를 가져왔다[2][3][4].

남성 넥타이는 기원전 50년경의 포칼(facale)에서 시작하여 패셔너블한 액세서리로 완성된 것은 17세기 중반 프랑스에서였다. 이때 소개된 크라바트가 효시로 작용하여 산업혁명을 거치면서 19세기에는 벨트 모양의 넥타이를 달거나 밴드형의 넥타이를 앞에서 한 번 묶는 등 남성복장의 작은 액세서리로 넥타이를 매는 수요자가 늘어나게 되었으며, 20세기에 들어오면서 현재 일반인들이 매고 있는 four-in-hand 형태로 변화되었다[5][6]. 20세기에 들어오면서 미국의 넥타이 제조업자 제시 랭스도프(Jesse Langsdorf)의 다양한 연구를 통해 넥타이는 혁신적인 발전을 보이게 되었다[7]. 1950년대에는 얇고 긴 타이, 1960년대에는 폭이 넓은 타이가, 1970년대에는 무늬 및 소재에 있어 다양한 변화가 시도되었으며, 1980년대에는 비즈니스를 위한 의복의 구성요소로 자리 잡게 되었다. 1990년대 이후부터는 화려한 색채와 패턴 등 표현의 제한이 없는 다양한 디자인이 지속적으로 등장하고 있다[8].

이와 같이 남성넥타이는 시대에 따라 폭이나 무늬 소재 등이 변화되고 있음에도 불구하고 소비자들의 변함없는 선택을 받고 있을 뿐 아니라, 넥타이 업체의 패턴 현황 조사 결과를 바탕으로 볼 때 다른 패턴에 비해 절대적인 우위를 차지하는 문양 중 대표적인 것으로 스트라이프를 꼽을 수 있다[9][10]. 스트라이프 문양은 넥타이 문양으로는 대중적이면서도 그 중요도에 있어서는 인지도가 높아 남성 넥타이 패턴으로 가장 많이 선호되고 있는 것으로도 알려져 있다[12].

넥타이와 관련한 선행연구를 살펴보면 사선 스트라이프의 배색과 면적비에 의한 컬러 코디네이션 기법이 넥타이 이미지에 미치는 영향[13], 스트라이프 문양의 3색 배색과 그 면적비 변화가 넥타이 이미지에 미치는 영향[14], 스트라이프의 방향과 면적비에 따른 소비자의 감성[15], 이중빔에 의한 부조적 직물을 중심으로 한 넥타이 스트라이프 직물 개발에 관한 연구[16], 한난색을 중심으로 셔츠와 넥타이의 톤온톤 배색에 대한 조화감[17], 넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향[18], 남성의 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 변화가 이미지 지각에 미치는 영향[19], 브랜드 넥타이에 대한 소비자 구매 경향[20], 그 외 전통문양이나 회화 등을 이용한 넥타이 문양 디자인과 관련한 연구[21][22] 등이 이루어져 있다.

이상과 같은 선행연구에서는 스프라이프 문양을 중심으로 넥타이 디자인 연구, 컬러 코디네이션 기법이나 배색에 따른 이미지 연구, 남성의 재킷, 셔츠, 넥타이의 색 변화에 따른 이미지 지각 그리고 전통문양이나 회화를 이용한 넥타이 문양 디자인 등에 대한 연구들이 이루어져 있다. 이 중 스트라이프

넥타이와 관련한 선행연구에서 다루어진 스트라이프는 주로 사선 방향의 스트라이프에 한정되어 있거나 또는 배색, 방향, 면적비 등이 지각자의 이미지에 미치는 영향에 대한 연구들로 남성 넥타이의 스트라이프 방향이나 색채, 간격 그리고 폭 등에 따른 착용자들의 선호도에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 실질적으로 넥타이를 착용하는 성인 남성을 대상으로 이들 인구통계학적 특성에 따른 스트라이프 넥타이의 색채, 방향, 간격 그리고 폭에 대한 선호도 차이를 살펴보고자 한다. 이러한 결과를 통해 남성 넥타이 디자인 기획 시 스트라이프 디자인에 대한 소비자들의 다양한 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 디자인개발 및 리뉴얼을 위한 기초 자료를 마련하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 섬유패션 제품의 스트라이프 문양의 동향

스트라이프 문양은 직물의 역사와 함께 시작하여 현재에 이르기까지 오랜 세월 광범하게 이용되고 있으며, 반복되는 선의 폭이나 색채의 조합에 따라 변화가 풍부하며[23] 배색이나 간격 등에 의해 다양한 시각적 이미지를 부여할 수 있다. 이러한 이유로 스트라이프는 순수 미술에서 부터 생활 속의 실질적인 목적을 위한 건축이나 복식 디자인에 이르기까지 활용범위가 광범하다[24]. 복식 분야에서는 한때 스트라이프 패턴 의복을 죄수복으로 인식했던 때도 있었으나 오늘날에는 젊음과 건강의 상징으로 현대 섬유패션에서 가장 많이 사용되고 있는 대표적인 기하학 패턴이다[25][26].

패션 및 섬유와 관련한 스트라이프 패턴 선행연구를 살펴보면, 김선영[27]은 현대패션에 나타난 스트라이프 패턴의 특성을 연구한 결과 스트라이프 패턴에 내제된 특성은 단순성, 율동성, 혼성성임을 밝혔다. 한정임[28]은 2000년대 이후 섬유디자인에 나타난 스트라이프 패턴의 경향에 대해 연구한 결과 강하면서도 현대적이고 모던한, 스포티한, 매니쉬한, 페미닌적 그리고 에스닉한 경향으로 5가지의 특징이 도출되었으며, 스트라이프 패턴은 이러한 다양한 특징과 효과를 가지고 있어 현대 섬유 디자인의 다양한 영역에서 응용되고 있음을 보고했다. 문주영[29]은 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이와 포지셔닝에 대해 연구한 결과 스트라이프 문양의 방향과 폭 그리고 배색에 따라 의복 이미지의 지각이 다르다는 것을 밝혔다. 김혜수[30]는 스트라이프에 내재된 리듬특성과 복식디자인을 위한 자원화 방법에 대해 연구한 결과 자연과 복식에 내재되어 있는 리듬의 특성을 시간과 공간으로 나누어 스트라이프 조형적 원리를 규명하고 민속복식의 스트라이프와 현대복식의 스트라이프의 차이와 특징을 도출하였다. 또한 구축된 스트라이프 리듬 특성을 자원화하기 위한 방법으로 디자인지원 도구를 개발하였다. 김주은[31]은 20세기 이후 현대 서양 여성 패션에 나타난 스트라이프 패턴의 시각적 효과와 이미지를 분석한 결과 스트라이프의 구성요소에 따라 착시현상이 나타날 수 있으며, 현대패션에 나타난 스트라이프 패턴 특징 4가지를 밝혔다. 성남숙과 최수경(2009)[32]은 1:2:3 면적비 변화에 따른 스트라이프 넥타이의 감성 이미와 상호작용효과를 살펴본 결과 스트라이프 넥타이의 감성이미지는 매력성, 젊음·활동성, 현시성, 능력성, 온유성 차원으로 나타났으며, 색조합과 색조는 감성이미지의 모든 요인에서 독립적인 영향을 나타낸다고 보고하였다. 이정희[33]는 이중빔에 의한 부조적 직물을 중심으로 넥타이 스트라이프 직물 개발에 관하여 연구한 결과 이중빔을 이용하여 독특한 조직감과 입체적인 공간감을 표현할 수 있었고 스트라이프의 넓이, 색상, 조직의 변형을 통해 새로운 느낌의 패턴개발의 가능성을 밝혔다.

이상의 선행연구를 통해 스트라이프 패턴이 섬유 및 패션과 관련하여 다양하게 활용되고 있음을 알 수 있다. 스트라이프 문양은 남성 넥타이 문양으로도 대중적이며, 인지도 또한 높아 남성 넥타이 패턴으로 가장 선호되고 있는 것으로 알려져 있다. 이에 스트라이프 문양과 관련한 남성 넥타이에 대한 연구는 가치가 있으리라 사료된다.

2. 넥타이 디자인 선호도

남성들의 사회생활에서 옷차림은 자신의 이미지를 긍정적으로 어필하는데 중요한 매개체이며, 남성 비

즈니스 수트에서 필수적인 요소이자 액센트 역할을 하는 것은 넥타이이다. 넥타이는 남성복의 장신구로 300년 이상 여러 가지 모양으로 변천해왔으나 19세기 말에 남성복의 복장이 수트로 보편화되고 셔츠도 오늘날과 같은 형태로 고정되면서부터 넥타이의 원형이 확립되기 시작하였고[34], 20세기 들어오면서 지금의 일반인이 매고 있는 four-in-hand 형으로 변화되었다[35].

이러한 넥타이는 남성 수트의 브이존을 구성하는 요소로 전체적으로 볼 때 상대적으로 작은 부분을 차지하지만 착용자의 인상이나 이미지를 결정하는데 큰 영향을 미치는 것으로 넥타이에 대한 연구는 다양하게 이루어져 왔다. 이러한 연구들 중 넥타이 디자인과 관련한 선행연구를 중심으로 살펴보면, 최수경[36]은 체크넥타이의 디자인 요소가 선호도에 미치는 영향을 살펴본 결과 폭과 색조 조합이 유의한 영향을 미치는 단서로 작용하였으며, 폭과 색조조합, 폭과 색상조합 간에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 특히 폭은 체크넥타이의 선호도에 지배적인 단서임을 밝혔다. 송하영 외[37]는 남성소비자들의 패션라이프스타일에 따른 넥타이 문양디자인 선호에 대해 연구한 결과 남성소비자들의 패션라이프스타일 유형에 따라 넥타이 문양 선호도와 구매의사에 차이가 있음을 밝혔으며, 여러 유형 중 보수 전통지향 및 과시적 브랜드 지향형이 줄무늬와 체크무늬에 대한 선호도가 높게 나타났다고 밝혔다. 엄지은[38]은 한국 전통문양을 응용한 넥타이디자인에 대한 연구를 통해 시판되고 있는 국내 브랜드 넥타이의 색상은 파랑계열, 노랑계열, 빨강계열, 보라계열이, 문양은 사선이 주를 이루고 있으며 다음으로 도트나 브랜드 고유의 마크를 이용한 문양들이 나타나고 있음을 밝혔다.

이상에서 넥타이 디자인 선호도에 관한 연구는 체크 문양 넥타이와 한국 전통문양을 응용한 디자인 연구, 패션라이프스타일에 따른 넥타이 디자인 선호에 대한 연구들로 스트라이프 넥타이 문양 디자인 선호도에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 점차 남성 소비자들의 소비 빈도와 수준이 점차 높아지고 있는 추세를 고려할 때 이들의 인구통계학적 특성을 고려한 스트라이프 문양의 넥타이 디자인 선호도 연구는 보다 다차원적인 측면에서 지속적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

첫째, 성인 남성의 인구통계학적 특성에 따른 넥타이 스트라이프 색채 선호도를 분석한다.

둘째, 성인 남성의 인구통계학적 특성에 따른 넥타이 스트라이프 방향 선호도를 분석한다.

셋째, 성인 남성의 인구통계학적 특성에 따른 넥타이 스트라이프 간격 선호도를 분석한다.

넷째, 성인 남성의 인구통계학적 특성에 따른 스트라이프 넥타이의 폭 선호도를 분석한다.

2. 측정도구

넥타이 업체의 문양 경향을 살펴보면 스트라이프 문양의 비율이 가장 높게 나타나고 있으며[39], 보유한 넥타이의 문양에 대해 예비 조사를 실시한 결과 스트라이프 문양의 넥타이를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서는 스트라이프 패턴을 중심으로 색채, 방향, 간격 그리고 넥타이 대검의 폭에 변화를 주어 넥타이 자극물을 제작하였다.

본 연구에 사용된 넥타이 자극물은 스트라이프 문양의 넥타이로써, 색채 선정은 시장조사 및 예비조사 결과를 토대로 착용빈도가 높다고 응답한 빨강계열, 파랑계열, 보라계열, 회색계열로 2색 배색의 톤온 톤 배색으로 하였다. 구체적인 색채와 톤은 <표 1>과 같다. 스트라이프의 방향 유형은 가로, 세로 그리고 사선의 3가지 유형으로 제시하였으며, 사선의 경우에는 가장 보편적인 유형이며 지속적으로 등장하는 것으로 보편성을 고려하여 스트라이프의 각도는 45°를 유지하였다. 가로와 세로 스트라이프는 시장 조사 결과와 선행연구[40][41]를 기초로 제작하였다. 스트라이프 간격과 폭은 시장조사 및 인터넷 조사[42][43]와 예비설문조사를 바탕으로 0.6cm, 1.2cm, 2.4cm의 3종류의 간격을 선정하였으며, 넥타이 폭

<표 1> 자극물의 색채

Sample		먼셀기호
빨강	딥	5R 4/8
	라이트	5R 6/7
파랑	딥	5B 3/8
	라이트	5B 6/5
보라	딥	5P 2.5/7
	라이트	5P 6/6
회색	N4	
	N8	

은 넥타이 대검 폭을 기준으로 7cm, 8cm, 9cm, 10cm의 4종류를 선정하였다.

이와 같은 4종류의 색채와 3종류의 방향, 3종류의 간격, 3종류의 폭으로 변화를 주어 자극물을 제작하였다. 자극물은 아도브 포토샵9로 제작하였으며, 이와 함께 인구통계학적 특징과 넥타이 선호도에 대한 문항으로 구성된 설문지를 이용하여 설문 조사를 실시하였다. 설문 문항은 크게 인구통계학적 특성 관련 문항과 스트라이프 넥타이 디자인 선호도와 관련한 문항으로 이루어져 있다. 이 중 인구통계학적 특성 문항은 거주 지역, 결혼 유무, 연령, 월 소득, 직업, 최종 학력 등으로 구성되며 선다형으로 측정하였다. 넥타이 디자인 선호도 문항은 스트라이프의 색채, 스트라이프의 방향, 스트라이프의 간격 그리고 넥타이 폭의 선호도 문항으로 구성되며, 각 문항별로 자극물을 제시한 후 가장 선호하는 것을 선택하게 하는 선다형으로 측정하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 스트라이프 문양 넥타이 선호도에 대한 조사 연구이므로 넥타이를 실질적으로 가장 자주 착용하는 연령대인 20대에서 50대까지의 성인 남성을 대상으로 예비설문조사를 먼저 실시한 후 본 조사를 실시하였다. 자료 수집을 위한 조사는 경남, 부산, 울산 지역에서 이루어졌으며, 조사기간은 2012년 2월부터 3월까지 약 2개월에 걸쳐 실시되었다. 본 연구에 사용된 설문지는 총350부로 이 중 연구의 신뢰도에 문제를 가져 올 수 있는 28부를 제외한 322부가 이용되었다.

연구대상의 인구통계학적 특성은 <표 2>와 같으며, 자료 분석은 SPSS 14.0을 이용하여 빈도분석과 χ^2-test를 실시하였다.

III. 결과 및 논의

1. 성인 남성의 인구통계적 특성에 따른 넥타이 스트라이프의 색채 선호도

<표 2> 인구통계적 특성

(n=322)

인구통계적 특성		n	인구통계적 특성		n
결혼 유무	미혼	167	연령	20대	105
				30대	97
	기혼	155		40대	64
				50대	56
월 소득	200만원미만	31	직업	사무직	75
	200만원이상~300만원미만	76		전문직	42
	300만원이상~400만원미만	116		판매/서비스및생산직	49
	400만원이상~500만원미만	62		공무원/교육자	39
	500만원 이상	37		자영업	42
				대학생	75

성인 남성을 대상으로 스트라이프 패턴 넥타이에 대한 색채 선호도 차이를 살펴보기 위해 빨강계열, 파랑계열, 보라계열 그리고 회색계열의 톤온톤 배색을 중심으로 인구통계학적 특성에 따른 차이를 검증하였다. 그 결과 <표 3>에서 <표 6>과 같이 결혼유무, 연령, 월 소득 그리고 직업에 따라 유의한 차이를 보였다.

결혼 유무에 따른 남성 스트라이프 넥타이의 색채 선호도 차이 결과 전반적으로 가장 선호하는 색채는 파랑계열의 톤온톤으로 나타났다. 선호 비율을 중심으로 보면 미혼 남성보다 기혼남성들이 파랑계열의 넥타이를 더 많이 선호하는 것을 알 수 있다. 다음으로 미혼 남성은 회색계열을, 기혼 남성은 빨강계열의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 연령에 따른 선호도 차이를 살펴보면 20대는 회색계열을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 30대 이상은 모두 파랑계열을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 연령이 높아질수록 파랑계열에 대한 선호율이 높아졌으며, 특히 50대의 선호율은 53.6%로 모든 연령 중 가장 높은 비율을 보였다. 다음으로 20대는 파랑계열, 30대는 회색계열, 40대는 보라계열, 50대는 빨강계열의 순으로 선호하는 것으로 나타남으로써 연령별로 선호하는 색채가 다르다는 것을 알 수 있다. 월 소득에 따른 색채 선호도 차이 결과 월 소득 200만원 미만인 남성들은 빨강계열을 가장 선호한 반면, 월 소득 200만원 이상의 남성들은 파랑 계열을 가장 선호하였다. 다음으로 월 소득 200만원 미만 남성들은 파랑계열, 200백만원 이상 300만원 미만인 남성들은 빨강계열, 300만원 이상 500만원 미만의 남성들은 회색계열, 월 소득 500만원 이상의 남성들은 빨강계열의 순으로 나타났다. 직업에 따른 선호도 차이 결과 자영업 남성들은 빨강계열과 파랑계열을 같은 비율로 가장 선호하였으며, 그 외 모든 직업의 남성들은 파랑계열을 가장 선호하였다. 그 중 사무직이 파랑계열의 선호도가 56.0%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 사무직은 빨강계열과 회색계열을, 전문직, 자영업 그리고 대학생은 회색계열을, 판매/서비스 및 생산직과 공무원 및 교육자는 빨강계열의 순으로 선호하였다.

이상과 같은 결과를 통해 색에 대해 느끼는 의미는 개인의 성향이나 시대적 요인에 의해 변화하며, 색채선호의 변화요인에는 인구학적 측면, 심리학적 측면, 생활사적 측면 그리고 환경적 측면이 있는데[44], 본 연구 결과에서도 인구학적 측면 중 결혼 유무와 연령, 월 소득 그리고 직업이 색채 선호에 영향을 미치는 요인인 것으로 나타났다.

또한 스트라이프 넥타이의 선호 색채의 차이를 살펴본 결과 전반적으로 파랑계열의 톤온톤 스트라이프 넥타이에 대한 선호율이 높게 나타났으며 특히 연령대가 높아질수록 파랑에 대한 선호율 또한 더 높아지고 있는 것을 알 수 있었다. 반면 20대의 경우에는 회색계열을 가장 선호하였으며, 다음으로 파랑 계열로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구 류숙희, 김보연[45]의 성인 남성의 의복색채 선호에 대한 연구 결과 20대 남성이 가장 선호하는 색채는 무채색이었으며, 다음으로 선호하는 색채는 파랑으로 나타난 결과와 연구의 자극물은 다르지만 같은 패션 아이템이라는 부분에서는 일맥상통하는 결과라고 할 수 있겠다.

이상과 같은 넥타이 스트라이프 색채에 대한 선호도 차이분석 결과를 직장 남성의 라이프 스타일에 따른 선호색을 연구한 결과 전통 보수형이 파랑 계열을 가장 선호하는 것으로 보고한 이수정[46] 선행연구결과에 비춰 볼 때, 넥타이는 주로 남성 신사복이나 비즈니스 웨어와 같은 공적인 사회생활을 위한 복장에 활용되어져 왔다. 이러한 공적 업무와 연계되는 색으로써 대표적인 색이라 할 수 있는 한색의 파랑 계열은 변화보다는 전통적이고 보수적인 성향에 더 가까운 색채라고 할 수 있다. 따라서 본 연구 결과에서도 연령대가 높아질수록 파랑 계열에 대한 선호율이 높게 나타났는데 이는 이상과 같은 공적인 업무와 높은 연령대라는 요인이 조합된 남성 사회생활의 정서를 반영한 결과라고 사료된다. 색채는 디자인의 요소 중 가장 눈에 띄는 것일 뿐 아니라 소비자의 의복 선택 시 중요한 결정 요인으로 작용하는 것으로[47], 이러한 결과는 스트라이프 넥타이의 색채 기획 시 반영된다면 스트라이프 넥타이에 대한 소비자들의 내재된 욕구를 만족시키는 데 도움이 될 수 있을 것이다.

<표 3> 결혼 유무 및 연령에 따른 색채 선호 차이

n(%)

결혼 유무 / 색채	미혼	기혼	연령 / 색채	20대	30대	40대	50대
	167(100)	155(100)		105(100)	97(100)	64(100)	56(100)
빨강계열	34(20.4)	36(23.2)	빨강계열	23(21.9)	25(25.8)	8(12.5)	15(25.0)
파랑계열	57(35.5)	72(46.5)	파랑계열	30(28.6)	41(42.3)	28(43.8)	30(53.6)
보라계열	32(19.3)	25(16.1)	보라계열	21(20.0)	13(13.4)	18(28.1)	5(8.9)
회색계열	44(26.3)	22(14.2)	회색계열	31(29.5)	18(18.6)	10(15.6)	7(12.5)
χ^2-value	9.560* df=3		χ^2-value	24.391** df=9			

**p<.01 *p<.05

<표 4> 월 소득에 따른 스트라이프 색채 선호 차이

n(%)

월소득 / 색채	200만원미만	200만원이상 300만원미만	300만원이상 400만원미만	400만원이상 500만원미만	500만원 이상
	31(100)	76(100)	116(100)	62(100)	37(100)
빨강계열	10(32.3)	18(23.7)	15(12.9)	14(22.6)	13(35.1)
파랑계열	9(29.0)	32(42.1)	50(43.1)	23(37.1)	15(40.5)
보라계열	7(22.6)	17(22.4)	22(19.0)	10(16.1)	1(2.7)
회색계열	5(16.1)	9(11.8)	29(25.0)	15(24.2)	8(21.6)
x^2-value	21.246** df=12				

**p<.01

<표 5> 직업에 따른 스트라이프 색채 선호 차이

n(%)

직업 / 색채	사무직	전문직	판매/서비스 및 생산직	공무원 및 교육자	자영업	대학생
	75(100)	42(100)	49(100)	39(100)	42(100)	75(100)
빨강계열	12(16.0)	10(23.8)	13(26.5)	9(23.1)	12(28.6)	14(18.7)
파랑계열	42(56.0)	14(33.3)	17(34.7)	17(43.6)	12(28.6)	27(36.0)
보라계열	9(12.0)	12(28.6)	10(20.4)	7(17.9)	10(23.8)	9(12.0)
회색계열	12(16.0)	6(14.3)	9(18.4)	6(15.4)	8(19.0)	25(33.3)
χ^2-value	25.249* df=15					

*p<.05

2. 성인 남성의 인구통계적 특성에 따른 넥타이 스트라이프 방향의 선호도

성인 남성을 대상으로 넥타이의 스트라이프 방향 유형에 대한 선호도 차이를 살펴보기 위해 가로, 세로 그리고 사선을 중심으로 인구통계학적 특성에 따른 선호 차이를 검증한 결과 <표 6>에서 <표 8>과 같이 결혼유무, 연령, 월 소득, 직업에 따라 유의한 차이를 보였다.

결혼 유무에 따른 스트라이프 방향 유형의 선호 차이 결과 미혼과 기혼 남성 모두 사선 스트라이프를 가장 선호하였으며, 그 중 특히 기혼자가 59.4%로 더 높은 비율을 보였다. 다음으로 미혼 남성은 세로, 가로의 순이었으며, 기혼 남성은 가로, 세로의 순으로 나타났다. 연령에 따른 방향 유형의 차이를 살펴본 결과 20대는 가로 스트라이프를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 30대 이상의 남성들은 사선 스트라이프를 가장 선호하였는데, 연령이 높아질수록 사선에 대한 선호율은 높게 나타났다. 월 소득에 따른 스트라이프 방향 유형의 선호도 차이 결과 대학생을 제외한 모든 직업의 남성들은 사선 스트라이프를 가장 선호하였으며, 선호비율이 50% 이상으로 높은 선호율을 보였다. 반면 대학생은 세로 스트라이프를 가장 선호하였다. 다음으로 공무원 및 교육자를 제외한 모든 직업의 남성들은 가로, 세로의 순으로 선호한 반면 공무원 및 교육자 직업의 남성은 세로, 가로의 순으로 나타났다.

이상의 결과 전반적으로 스트라이프의 방향은 사선을 선호하였으나, 20대이거나 대학생인 경우에는 세로를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 외 연령이 높아질수록 사선에 대한 선호율은 높게 나타났다. 또한 월 소득이 200만원 미만인 남성들은 가로를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 일반적으로 넥타이의 스트라이프 문양은 사선이 보편적인 유형이

<표 6> 결혼 유무 및 연령에 따른 스트라이프 방향 선호 차이

n(%)

결혼 유무 / 방향	미혼	기혼	연령 / 방향	20대	30대	40대	50대
	167(100)	155(100)		105(100)	97(100)	64(100)	56(100)
가로	47(28.1)	34(21.9)	가로	30(28.6)	31(24.4)	12(18.8)	8(14.3)
세로	55(32.9)	29(18.7)	세로	46(43.8)	18(18.6)	12(18.8)	8(14.3)
사선	65(38.9)	92(59.4)	사선	29(27.6)	48(49.5)	40(62.5)	40(71.4)
χ^2-value	14.350** df=2		χ^2-value	43.022*** df=6			

**$p<.01$, ***$p<.001$

<표 7> 월 소득에 따른 스트라이프 방향의 선호 차이

n(%)

월소득 / 방향	200만원미만	200만원이상 300만원미만	300만원이상 400만원미만	400만원이상 500만원미만	500만원 이상
	31(100)	76(100)	116(100)	62(100)	37(100)
가로	15(48.4)	19(25.0)	35(30.2)	10(16.1)	2(5.4)
세로	6(19.4)	22(28.9)	33(28.4)	17(27.4)	6(16.2)
사선	10(32.3)	35(46.1)	48(41.4)	35(56.5)	29(74.8)
x^2-value	19.264** df=8				

**$p<.01$

었으나 최근 가로나 세로의 스트라이프가 트렌디한 상품으로 등장하면서 스타일이나 개성에 좀 더 민감한 젊은 남성들에게 적극 어필되고 있음을 알 수 있었다. 특히 가로 스트라이프의 경우에는 넥타이의 소재가 실크가 아닌 니트 조직의 양모인 경우가 많이 나타나고 있는 추세이다.

3. 성인 남성의 인구통계적 특성에 따른 넥타이 스트라이프의 간격 선호도

인구통계학적 특성에 따른 성인 남성의 넥타이 스트라이프 간격(0.6cm, 1.2cm, 2.4cm)에 대한 선호도 차이를 살펴 본 결과 <표 9>에서 <표 11>과 같이 결혼유무, 연령, 직업에 따라 유의한 차이를 보였다.

결혼 유무에 따른 차이 결과 미혼 남성은 0.6cm의 간격을 가장 선호하였으며, 다음으로 1.2cm 간격을 선호한 반면 기혼 남성은 1.2cm의 간격을 가장 선호하였으며, 다음으로 0.6cm 간격 순으로 선호하였다. 연령에 따라서는 20대는 0.6cm의 간격을 가장 선호하였으며, 다음으로 1.2cm의 순으로 나타난 반면 30대에서 50대까지의 남성은 1.2cm의 간격을 가장 선호하였으며, 다음으로 0.6cm의 간격을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 연령이 높아질수록 1.2cm 간격의 스트라이프에 대한 선호율이 높게 나타났다. 월 소득에 따른 스트라이프 간격 선호도에는 유의한 차이를 보이지 않았으나, 월 소득 200만원 미만을 제외한 모든 남성들은 1.2cm 간격을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 직업에 따른 차이 결과 사무직, 전문직, 공무원 및 교육자 그리고 자영업의 남성은 1.2cm 간격의 스트라이프를 가장 선호하였는데, 선호율이 60% 이상으로 나타났으며, 특히 자영업 남성은 71.4%의 높은 선호율을 보였다. 반면 판매/서비스 및 생산직과 대학생은 0.6cm 간격의 스트라이프를 가장 선호하였는데, 이 중 대학생은 70.7%의 높은 비율을 보였다.

<표 8> 직업에 따른 스트라이프 방향 선호 차이

n(%)

직업 / 방향	사무직	전문직	판매/서비스 및 생산직	공무원 및 교육자	자영업	대학생
	75(100)	42(100)	49(100)	39(100)	42(100)	75(100)
가로	14(18.7)	10(23.8)	13(26.5)	8(20.5)	11(26.2)	25(33.3)
세로	12(16.0)	9(21.4)	8(16.3)	10(25.6)	5(11.9)	40(53.3)
사선	49(65.3)	23(54.8)	28(57.1)	21(53.8)	26(61.9)	10(13.3)
χ^2-value	59.559*** df=10					

***p<.001

<표 9> 결혼 유무 및 연령에 따른 스트라이프 간격 선호 차이

n(%)

결혼 유무 / 간격	미혼	기혼	연령 / 간격	20대	30대	40대	50대
	167(100)	155(100)		105(100)	97(100)	64(100)	56(100)
0.6cm	95(56.9)	25(16.1)	0.6cm	71(67.6)	29(29.9)	13(20.3)	7(12.5)
1.2cm	54(32.3)	110(71.0)	1.2cm	22(21.0)	58(59.8)	41(64.1)	43(76.8)
2.4cm	18(10.8)	20(12.9)	2.4cm	12(11.4)	10(10.3)	10(15.6)	6(10.7)
χ^2-value	59.696*** df=2		χ^2-value	72.109*** df=6			

***p<.001

이상과 같이 미혼이거나 연령대가 낮은 20대 및 대학생 집단은 0.6cm의 좁은 간격의 스트라이프를 더 선호하였으며, 기혼자 이거나 연령대가 높아질수록 1.2cm 간격의 스트라이프를 더 선호하는 것으로 나타났다. 전반적으로 선호율이 가장 낮은 것은 2.4cm 간격의 스트라이프였다. 따라서 연령이나 직업 등에 따라 선호하는 스트라이프 간격이 다르다는 것을 확인할 수 있었으며, 스트라이프의 줄 간격에 따라 이미지는 크게 변화될 수 있다. 따라서 인구통계학적 변인에 따른 넥타이 줄무늬 선호간격의 차이에 영향을 미친 구체적인 요인 및 원인 분석이 후속 연구로 이루어진다면, 본 연구 결과는 소비자 지향의 줄무늬 넥타이 디자인 기획을 위한 자료로 가치가 있을 것으로 사료된다.

4. 성인 남성의 인구통계적 특성에 따른 넥타이의 폭 선호도

인구통계학적 특성에 따른 성인 남성들의 넥타이 폭(7cm, 8cm, 9cm, 10cm)에 대한 선호도 차이를 살펴 본 결과 <표 12>에서 <표 14>와 같이 결혼유무, 연령, 직업에 따라 유의한 차이를 보였다.

결혼유무에 따른 넥타이 폭에 대한 선호도차이 검증 결과 미혼 남성은 7cm 폭을 가장 선호하였으며, 다음으로 8cm 폭의 순으로 선호하였다. 반면 기혼 남성은 8cm 폭을 가장 선호하였으며, 다음으로 9cm 폭의 순으로 선호하였다. 특히 미혼남성의 경우에는 넥타이의 폭이 넓어질수록 선호율은 낮게 나타났다. 연령에 따른 넥타이 폭 선호도 차이 결과 20대는 7cm 폭을 가장 선호하였으며 다음으로 8cm 폭의 순으로 선호하였다. 30대에서 50대는 8cm 폭을 가장 선호하였으며, 다음으로 30대는 7cm, 40대와 50대는 9cm의 순으로 선호하였다. 직업에 따라서는 사무직, 전문직, 공무원 및 교육자 그리고 자영업 남성은 8cm 폭을 가장 선호하였으며, 다음으로 사무직과 전문직은 7cm 폭, 공무원 및 자영업 남성은 9cm 폭의 순으로 선호하였다. 반면 판매/서비스 및 생산직과 대학생은 7cm 폭을 가

<표 10> 월 소득에 따른 스트라이프 간격 선호 차이

n(%)

월소득 / 간격	200만원미만	200만원이상 300만원미만	300만원이상 400만원미만	400만원이상 500만원미만	500만원 이상
	31(100)	76(100)	116(100)	62(100)	37(100)
0.6cm	15(48.4)	25(32.9)	43(37.1)	21(33.9)	16(43.2)
1.2cm	14(45.2)	39(51.3)	58(50.0)	34(54.8)	19(51.4)
2.4cm	2(6.5)	12(15.8)	15(12.9)	7(11.3)	2(5.4)
χ^2-value	5.576 df=8				

<표 11> 직업에 따른 스트라이프 간격 선호 차이

n(%)

직업 / 간격	사무직	전문직	판매/서비스 및 생산직	공무원 및 교육자	자영업	대학생
	75(100)	42(100)	49(100)	39(100)	42(100)	75(100)
0.6cm	22(29.3)	10(23.8)	21(42.9)	8(20.5)	6(14.3)	53(70.7)
1.2cm	50(66.7)	27(64.3)	20(40.8)	24(61.5)	30(71.4)	13(17.3)
2.4cm	3(4.0)	5(11.9)	8(16.3)	7(17.9)	6(14.3)	9(12.0)
χ^2-value	68.298*** df=10					

***p<.001

<표 12> 결혼 유무 및 연령에 따른 넥타이 폭 선호 차이

n(%)

결혼 유무 / 폭	미혼	기혼	연령 / 폭	20대	30대	40대	50대
	167(100)	155(100)		105(100)	97(100)	64(100)	56(100)
7cm	99(59.3)	28(18.1)	7cm	69(65.7)	39(40.2)	13((20.3)	6(10.7)
8cm	42(25.1)	76(49.0)	8cm	22(21.0)	41(43.3)	28(43.8)	27(48.2)
9cm	20(12.0)	46(29.7)	9cm	11(10.5)	13(13.4)	21(32.8)	21(37.5)
10cm	6(3.6)	5(3.2)	10cm	3(2.9)	4(4.1)	2(3.1)	2(3.6)
χ^2-value	59.458*** df=3		χ^2-value	67.284*** df=9			

***p<.001

<표 13> 월 소득에 따른 넥타이 폭 선호 차이

n(%)

월소득 / 폭	200만원미만	200만원이상 300만원미만	300만원이상 400만원미만	400만원이상 500만원미만	500만원 이상
	31(100)	76(100)	116(100)	62(100)	37(100)
7cm	19(61.3)	24(31.6)	44(37.9)	23(37.1)	17(45.9)
8cm	9(29.0)	35(46.1)	37(31.9)	26(41.9)	11(29.7)
9cm	2(6.5)	15(19.7)	30(25.9)	10(16.1)	9(24.3)
10cm	1(3.2)	2(2.6)	5(4.3)	3(4.8)	0(0.0)
x^2-value	17.008 df=12				

<표 14> 직업에 따른 넥타이 폭 선호 차이 n(%)

직업 / 폭	사무직	전문직	판매/서비스 및 생산직	공무원/ 교육자	자영업	대학생
	75(100)	42(100)	49(100)	39(100)	42(100)	75(100)
7cm	25(33.3)	13(31.0)	21(42.9)	6(15.4)	10(23.8)	52(69.3)
8cm	33(44.0)	19(45.2)	18(36.7)	19(48.7)	16(38.1)	13(17.3)
9cm	16(21.3)	8(19.0)	8(16.3)	12(30.8)	15(35.7)	7(9.3)
10cm	1(1.3)	2(4.8)	2(4.1)	2(5.10	1(2.4)	3(4.0)
χ^2-value	51.676*** df=15					

***p<.001

장 선호하였으며, 다음으로 8cm 폭 순으로 선호하였다. 이 중 대학생은 7cm 폭에 대해 69.3%로 높은 선호율을 보임으로써 대학생이거나 20대의 젊은 연령층은 폭이 좁은 슬림한 넥타이를 선호하는 것을 알 수 있었다. 최근 들어 넥타이의 폭 또한 대체로 6.5cm내지 7cm 또는 그 이하의 좁은 폭의 넥타이가 시중에 많이 등장하고 있으며, 이러한 넥타이는 공적인 업무나 전통적 또는 보수적인 이미지의 옷차림 보다는 세미 캐주얼이나 캐주얼한 옷차림에 주로 매치되고 있는 것을 볼 수 있다.

넥타이 폭은 예전에 비해 좁아지고 있는 추세이며 과거에는 10cm 폭이 일반적이었던 경우도 있었으나 2000년대로 들어오면서 넥타이 폭이 7cm 이하의 좁은 폭이 트렌드 상품으로 등장하고 있다. 이는 남성 비즈니스웨어가 전체적으로 슬림한 형태로 바뀜으로써 이에 대한 영향을 받은 것으로 사료되며[48], 이러한 트렌드가 20대와 같은 젊은 남성 소비자들에게 좀 더 빠르게 반영되고 있는 것으로 여겨진다. 반면 10cm 폭의 넥타이에 대한 선호율이 전반적으로 5% 미만으로 아주 낮게 나타났는데 이 또한 최근 넥타이 폭이 좁은 것이 유행일 뿐 아니라 넥타이의 폭은 남성 수트 재킷의 라펠 폭과 관계가 깊으며[49], 최근 남성복 비즈니스 재킷의 라펠이 일반적으로 7cm에서 8.5cm의 폭이 많이 등장하면서 넥타이의 폭 또한 라펠에 비례하여 과거보다는 좁은 폭이 출시되고 있다. 이러한 남성복 수트 실루엣의 영향으로 10cm 폭의 넥타이가 익숙하지 않을 수 있으며, 유행에 뒤떨어져 보일 수도 있기 때문에 10cm 폭의 넥타이에 대한 선호율이 낮게 나타난 것으로 사료된다. 넥타이의 폭은 매력이나 품위 또는 경박함과 같은 소비자들의 감성에 영향을 미치는 요인[50]으로 넥타이 디자인을 기획할 때 이러한 결과를 반영한다면 소비자들의 다양한 감성을 충족시키는데 도움이 되리라 여겨진다.

Ⅳ. 결론 및 제언

20대에서 50대의 성인 남성을 대상으로 스트라이프 패턴 넥타이에 대한 색채, 방향, 간격, 그리고 넥타이 폭의 선호도 차이를 살펴본 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

인구통계학적 특성에 따른 스트라이프 패턴 넥타이 디자인 선호도 차이 결과 결혼 유무에 따라서 스트라이프의 간격과 넥타이 폭에서 차이를 보였다. 즉 미혼남성의 경우 간격은 0.6cm, 폭은 7cm를 가장 선호한 반면 기혼 남성의 경우 스트라이프 간격은 1.2cm, 폭은 8cm를 가장 선호하였다. 연령에 따라서는 20대의 경우 색채는 회색계열, 방향은 가로, 간격은 0.6cm 그리고 폭은 7cm를 가장 선호하였다. 반면, 30대에서 50대의 경우 색채는 파랑 계열, 방향은 사선, 간격은 1.2cm 그리고 폭은 8cm를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 월 소득에 따라서는 월 소득 200만원 미만인 남성의 경우 색채는 빨강계열, 방향은 가로를 가장 선호한 반면 월 소득 200만원 이상인 남성의 경우 색채는 파랑 계열, 방향은 사선을 가장 선호하였다. 직업에 따라서는 사무직, 전문직 공무원 및 교육자의 경우 색채는 파랑 계열을, 방향은 사선, 간격은 1.2cm 그리고 폭은 8cm 폭을 가장 선호하였다. 판매/서비스 및 생산직의 경우 색채는 파랑계열, 방향은 사선, 간격은 0.6cm 그리고 폭은 7cm를 가장 선호하였다. 자영업의 경우 색채는 빨강과 파랑 계열, 방향은 사선, 간격은 1.2cm 그리고 폭은 8cm를 가장 선호하였으며, 대학생의 경우 색채는 파랑계열, 방향은 세로, 간격은 0.6cm 그리고 폭은 7cm를 가장 선호하였다.

이상과 같이 인구통계학적 특성에 따라 스트라이프 넥타이의 색채, 방향, 간격 그리고 넥타이 폭 선호에 대한 차이를 보임으로써 인구통계학적 특성은 남성 스트라 이프 넥타이의 디자인 선호에 영향을 미치는 요인으로 작용하는 변수임을 알 수 있었다. 따라서 넥타이 디자인을 기획할 때 이러한 인구통계적 특징을 고려한다면 차별화된 넥타이 디자인 전략 방안을 도출하는데 도움이 될 수 있을 것이다. 즉 소비자의 연령을 기준으로 시장을 세분화할 때 20대 남성이 타겟일 때는 스트라이프 색채는 회색계열의 무채색으로 절제하고, 간격은 0.6cm로 좁게 처리하며, 스트라이프 방향은 가로로 그리고 넥타이에 폭은 7cm로 디자인하는 것이 효과적일 것이며, 30대 이상의 남성이 타겟일 때는 색채는 파랑 계열로, 간

격은 1.2cm의 보통 간격으로, 방향은 사선으로 그리고 넥타이의 폭은 8cm 폭으로 디자인하는 것이 효과적일 것으로 사료된다. 월 소득을 기준으로 세분화 할 때는 색채와 스트라이프의 방향에 차이를 두어 월 소득이 200만원 미만의 낮은 집단이 타겟일 때는 스트라이프 색채는 빨강 계열로 그리고 방향은 가로로 디자인 하는 것이 효과적일 것이다. 월 소득이 200만원 이상의 집단이 타겟일 경우는 연령이 30대 이상의 남성 소비자들과 같은 맥락으로 디자인하는 것이 효과적일 것이다. 직업에 따라서는 판매/서비스 및 생산직의 경우에는 스트라이프 간격과 넥타이의 폭에, 그리고 대학생의 경우에는 방향, 간격 그리고 폭에 차별을 두는 것이 효과적일 것으로 사료된다.

이러한 결과는 남성 넥타이 마케팅 기획 시 남성들이 선호하는 스트라이프 넥타이 디자인을 세부적으로 예측하고 상품화하는데 가치 있는 자료로 활용할 수 있을 것이라 사료된다.

본 연구의 표집은 부산, 울산, 경남 지역에 거주하는 20대에서 50대의 남성으로 한정하였기 때문에 연구의 결과를 확대 해석하는 데는 제한점이 있음을 밝힌다. 넥타이는 국가를 초월하여 장식이 절제되는 남성 비즈니스 수트에서는 중요한 액세서리이자 비즈니스맨의 상징이 되고 있는 만큼 후속연구에서는 국내 뿐 아니라 우리나라와 교류가 활발한 주변 국가와의 넥타이 디자인 선호도 차이나 구매요인 등에 대한 비교연구를 진행하고자 하며 이러한 연구 결과들이 축적되면 각 국가별 소비자의 선호도를 고려한 디자인 개발 및 마케팅 차별화 전략 수립을 위한 자료로써의 가치를 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

1) "남성 뉴버전, 크로스섹슈얼온다", (2006. 2), *Trend*, 자료검색일 2012. 7. 15, 자료출처 http://blog.naver.com/mjisdg?빨강irect=Log&logNo=90002126234
2) 김선영(2007), "현대패션에 표현된 넥타이의 미적 가치", *대한가정학회지*, *45(5)*, pp.15-23.
3) 강경자, 임지영(1996), “넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향”, *한국의류학회지, 20(5)*, pp. 753-768.
4) “넥타이", (2012. 7. 4), *클래식,* 자료검색일 2012. 7. 10, 자료출처 http://blog.naver.com/phantom357?빨강irect=LoglogNo=110141999128
5) 신양희(2001), “브랜드 넥타이에 대한 소비자 구매 경향에 관한 연구-백화점을 중심으로-", 건국대학교 석사학위논문. pp.3-9.
6) “넥타이의 기원” (2011. 6. 14), *네오바트* 자료검색일 2012. 7. 10, 자료출처 http://blog.naver. com/jirehgift/11011066075
7) 김선영(2007), op.cit., pp.15-23.
8) “[넥타이 역사] 넥타이의 기원은” (2011. 12. 26), *루체티* 자료검색일 2012. 7. 10, 자료출처 http://www.lucetie.com/2
9) 이정희(2005), “ 넥타이 스트라이프 직물 개발에 관한 연구-이중빔에 의한 부 조적 직물을 중심으로-”, 홍익대학 석사학위논문. pp.1-14.
10) 최수경(2012), “넥타이 폭, 스트라이프의 배열과 면적비에 따른 소비자 감성 평가”, *감성과학회지, 15(2)*, pp.193-200.
11) 김혜수(2003), “스트라이프에 내재된 리듬특성과 복식디자인을 위한 자원화 방 법 연구”, 연세대학교 박사학위논문. p.33.
12) 선향란(1993), “넥타이에 사용된 직물에 관한 연구-92년도 시판을 중심으로 -”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.35-38.
13) 성남숙, 최수경(2008), “스트라이프 문양의 컬러 코디네이션이 넥타이 이미지 에 미치는 영향-톤인톤 배색과 1:3:6 면적비를 중심으로-”, *한국디자인 문화 학회지*, *14(2)*, pp.238-248.
14) 성남숙(2008), “스트라이프 문양의 3색 배색과 그 면적비 변화가 넥타이 이미 지에 미치는 영향”, 경상대학교 박사학위논문. pp.1-176.
15) 최수경(2012), “넥타이 폭, 스트라이프의 배열과 면적비에 따른 소비자 감성 평가”, *감성과학회지, 15(2)*, pp.193-200.
16) 이정희(2005), op.cit., pp.1-48.
17) 임지영, 강경자(2005), "셔츠와 넥타이의 톤온톤 배색에 대한 조화감연구-한난 색을 중심으로-", *복식문화연구*, *13(4)*, pp.632-645.
18) 강경자, 임지영(1996), op.cit., pp.753-768.

19) 최유진(2003), "남성의 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 변화가 이미지 지각에 미치는 영향", 성신여자대학교 석사학위논문, pp.1-79.
20) 신양희(2001), op.cit., pp.1-70.
21) 엄지은(2007), "한국 전통문양을 응용한 넥타이 디자인에 관한 연구", 영남대학교 석사학위논문, pp.1-99.
22) 유윤실(2006), "란시스 피카비아의 회화를 응용한 넥타이 디자인", 이화여자대학교 석사학위논문, pp.1-79.
23) 김혜수(2003), op.cit., p.28-35
24) Ibid., pp.2-15.
25) 한정임(2011), "200년대 이후 섬유디자인에 나타난 스트라이프 패턴 연구", *패션비즈니스, 15(2),* pp.160-173.
26) 김혜수(2003), op.cit., pp.37-38.
27) 김선영(2010), "현대패션에 나타난 스트라이프 패턴의 특성에 관한 연구", *복식문화연구, 18(3)*, pp.397-407.
28) 한정임(2011), op.cit., pp.160-173.
29) 문주영(2010), "스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이와 포지셔닝 연구", *한국의류산업학회지, 12(1),* pp.1-9.
30) 김혜수(2003), op.cit., pp.1-127.
31) 김주은(2001), "의상디자인의 줄무늬(stripe pattern) 연구-20세기 이후 서양 여성패션을 중심으로-", 이화여자대학교 석사학위논문, pp.1-144.
32) 성남숙, 최수경(2009), "동일색조 코디네이션에 따른 넥타이의 감성이미지와 상호작용효과-스트라이프 패턴의 1:2:3 면적비 변화를 중심으로-", *감성과학 회지, 12(1)*, pp.65-76.
33) 이정희(2005), op.cit., pp.1-48.
34) 신상옥(1981), *서양복식사*, 서울: 수학사, p. 183.
35) 신양희(2001), op.cit., pp.8-9.
36) 최수경(2009), "체크넥타이의 디자인요소가 선호도와 구매도에 미치는 영향", *한국디자인문화학회지, 15(4)*, pp.567-575.
37) 송하영, 고영림, 이주현(2008), "남성소비자들의 패션라이프스타일에 따른 넥타 이 문양 디자인 선호", *감성과학, 11(4),* pp.489-500.
38) 엄지은(2007), op.cit., pp.1-99.
39) 이정희(2005), op.cit., pp.27-28.
40) 성남숙(2008), op.cit., pp.1-176.
41) 문주영(2010), "채도 콘트라스트 배색과 스트라이프 무늬 변화에 따른 의복착 용자의 이미지 연구", *복식, 60(1)*, pp.28-42.
42) "남자의 액세서리 ④ 수트의 완성, 넥타이" (2012. 01. 10), *중앙일*보, 자료검 색일 2012. 1. 12, 자료출처 http://article.joinmsn.com.news/article.asp?total_id7099274&cloc=olinklarticleldefault
43) "남성넥타이 폭 점점 좁아지다" (2007. 10. 1), *연합뉴스*, 자료검색일 2012. 1. 5, 자료출처 http://app.yonhapnews.co.kr/
44) 이수정(2010), "직장 남성의 성격유형과 라이프스타일에 따른 색채선호 연구", 홍익대학교 석사학위논문, pp.1-53.
45) 류숙희, 김보연(2001), "성인남성의 의복색채선호와 색채관심에 관한 연구-연 령, 성격, 피부색을 중심으로-", *복식문화연구, 9(2)*, pp.308-318.
46) 이수정(2010), op.cit., pp.1-53.
47) 이명희, 최유진(2007), "셔츠와 넥타이의 배색에 대한 시각적 평가 연구", *복식 문화연구, 15(6)*, pp.982-995.
48) "남자의 액세서리 ④ 수트의 완성, 넥타이" (2012. 01. 10), *중앙일*보, 자료검 색일 2012. 1. 12, 자료출처 http://article.joinmsn.com.news/article.asp?total_id7099274&cloc=olinklarticleldefault
49) "넥타이의 폭은 관록의 8.5CM", (2012. 3. 28), *recipeman 패션뷰티,* 자료검 색일 2012. 7. 10, 자료출처 http://blog.naver.com/PostList.nhn?blogId=reci -pemn
50) 최수경(2012), op.cit., pp.193-200.

접수일(2012년 7월 25일),
수정일(1차 : 2012년 8월 10일, 2차 : 8월 24일),
게재확정일(2012년 9월 7일)