

Scarf designs reflecting the design preferences of new senior women

Eun Hye Kim and Young Suk Kwon^{*†}

Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University, Korea

Korean Traditional Costume Research Institute, Korea^{*}

뉴 시니어 여성의 디자인 선호도를 반영한 스카프 디자인

김은혜 · 권영숙^{*†}

부산대학교 의류학과, 한국전통복식연구소^{*}

Abstract

In this study, nine scarf designs expected to be effective for accent design for the fashion style of new senior women were suggested by reflecting purchase behavior and scarf preference after conducting surveys and an analysis by targeting 136 new senior women in order to propose scarf design-matching with the preferences of new seniors. As a result of the study on the scarf purchase features of new seniors, it was revealed that the purchase time for scarves was mainly autumn and winter, even though it is regardless of season, and in spring and summer, they seldom purchased scarves. The purchase frequency was four times a year, and what they first thought of at the time of purchase was represented in the order of color, design, and the material of the scarf. They most preferred department stores, mixed and achromatic colors, cotton and silk fabrics, natural and geometric patterns, and long scarves of a rectangular shape. In the case of the consumer attributes of scarves, it was revealed that 50th desired more individuality-oriented, unique scarf designs than 60th, and 60th desired scarf designs with convenient management considering others' attention compared with 50th. As concepts for scarf designs, the aspects of individuality, co-existence, and maturity were extracted by reflecting the features of new senior women, and a total of nine scarf designs were suggested by developing three sub-designs for each concept.

Keywords: new senior women(뉴 시니어 여성), scarf design(스카프 디자인), design preference(디자인 선호도), new senior fashion(뉴 시니어 패션)

I. Introduction

통계청 자료에 의하면 2014년 뉴 시니어와 시니어 인구 비율은 총 인구의 33.5%로 2024년에는 43.4%, 2034년에는 50.5%로 빠르게 증가하고 있다(Statistics

Korea, 2014). 이같이 급속하게 증가되는 시니어 인구 비율은 우리나라의 시니어 시장을 위한 제품개발과 산업 규모의 확대를 필요로 하고 있다. 이미 시니어 산업을 위한 새로운 시장 개척을 위해 국내 시니어산업은 요양, 주거, 용품, 금융, 교육, 여가, 문

Received 3 June 2015, revised 14 July 2015, accepted 27 July 2015.

본 논문은 석사학위청구 논문의 일부임.

본 논문은 교육부 및 한국연구재단 BK21 플러스 사업의 지원을 받아 수행된 연구임(관리번호 22B20130011027/부산대학교 의류학과 실버세대를 위한 건강의류디자인 사업팀).

[†] Corresponding author (kwonys@pusan.ac.kr)

화, 미용 등 다양한 분야에서 성장 발전하고 있다. 이러한 다양한 시니어 산업 분야 중에서 의류산업은 건강하고 활기찬 뉴 시니어들에게 있어 그들의 삶을 보다 긍정적으로 유지할 수 있는 직접적인 역할을 한다. 따라서 시니어를 위한 의류산업의 활성화에 따른 시장 규모의 확대는 타 연령층에 비해 상당히 유망하며, 의류산업의 발전에 기여할 것으로 예상된다(Ageing Society and Population Policy, 2006).

현재까지 시니어를 위한 의류산업 육성은 주로 요양복, 병원복 등 신체적 기능 저하로 인한 불편사항을 개선해주는 방향으로 진행되었다. 이는 시니어를 병약하고 사회적 돌봄이 필요한 집단으로 보고, 신체적 특징 중심의 제품 기획으로 나타났다. 그러나 이는 건강한 삶을 추구하는 뉴 시니어들의 욕구와는 상이하고, 변화된 라이프 스타일과 패션 욕구를 충족하고 있지 못한 실정이다. 본 연구는 이러한 점을 감안하여 악센트 아이템으로서 스카프를 선정하고, 뉴 시니어 여성의 디자인 선호도를 반영하여 디자인을 제안하고자 한다.

스카프는 의복에 비해 다양한 무늬와 색상으로 구성되고, 유행에 민감하지 않으며, 착용과 비용 면에서 활용도가 높은 아이템으로 여성용 패션 상품 중 대표적인 악센트 아이템이다. 또한 스카프는 장식적인 요소와 보온, 방한 등 신체 보호적 요소가 결합되어 있으며, 패션에 관심이 높은 뉴 시니어 여성의 미적 요구를 충족시키는 악센트 아이템으로써 그 중요성이 증가하고 있다.

스카프 디자인에 대한 선행연구는 스카프의 조형적 디자인 연구(Jung & Kim, 2002; Kim & Seo, 2012; Roh, 2013)와 디자인 개발 연구(Kim, 2002; Kim, 2009; Moon, 2010; Park & Kim, 2005)를 중심으로 연구되어 왔으며, 대개 일반인을 대상으로 한 연구가 주를 이룬다. 따라서 본 연구는 뉴 시니어 여성을 위한 스카프 디자인 연구에 초점을 맞추어 뉴 시니어 여성을 대상으로 스카프 디자인의 선호도, 구매행동, 요구속성을 분석하고, 이를 반영하여 스카프 디자인을 제안하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 뉴 시니어 여성의 스카프 디자인 선호도와 구매 행동을 알아본다.

둘째, 뉴 시니어 여성의 스카프 요구속성을 알아

본다.

셋째, 뉴 시니어 여성의 요구에 적합한 스카프 디자인을 제안한다.

II. Background

1. Characteristics of new senior women's

뉴 시니어는 기존 시니어와는 구별되는 세대를 뜻하며, 시니어를 준비하는 중년층을 나타낸다. 이들은 기존 시니어와는 구분되며, 경제력을 갖추고, 다양한 활동을 하는 독립적이고 능동적인 세대를 말한다(Kim, 2005). 이에 반해 기존 시니어는 일반적으로 연령이 높고, 변화에 따른 대응 능력이 부족하고, 신체적 기능이 저하된 의존적 성향을 나타내는 세대이며(Seo, 1991), 경제적으로는 독립성이 낮아 소극적 소비성향을 보인다. 다시 말하면, 뉴 시니어는 외국문화가 유입되고, 한국영화와 음악의 전성기인 60~70년대에 유년기와 청년기를 보내고, 90년대 국내 경제 발전의 중심에 있었던 세대로서, 기존 시니어보다 높은 학력, 높은 경제력, 높은 자기 개발 욕구와 자신을 중요시하는 가치관을 가지고 있어(Kim, 2005), 젊고 활기찬 삶을 지향하는 50대, 60대의 신 노년층을 일컫는다.

뉴 시니어의 연령에 대한 선행연구에 따르면 Kim and Lee(2007)는 뉴 시니어의 기준 연령을 55세로 정의하였으며, Lee(2010)는 뉴 시니어의 기준 연령을 50대, 60대 계층으로 사용하였다. Lee and Park(2013)은 50세에서 64세의 중년층으로 정의하였다. 이에 본 연구에서는 50대, 60대를 뉴 시니어로 정의하였다.

뉴 시니어 여성은 기존 시니어 여성과 다른 특성을 보인다. 선행 연구와 문헌을 바탕으로 뉴 시니어 여성의 특성을 신체적, 심리적, 경제적 관점에서 분류하였다.

첫째, 뉴 시니어 여성의 신체적 특성은 신체변화의 시작기로 근력의 약화와 지방의 축적으로 인해 등근 어깨, 어깨의 앞 기울어짐, 아랫배 돌출, 허리둘레 증가, 엉덩이 처짐 등의 신체적 변화가 나타난다(Kweon, 2003). 이와 같이 나이의 증가로 인한 신체적 노화의 현상은 무시할 수 없는 요소이나, 뉴 시니어 여성은 의학의 발달과 안정적인 경제력을 바

탕으로 건강한 삶을 지속시키기 위해 많은 노력을 하고 있다. 젊은 생각과 운동, 식이요법 등을 통해 자신의 체형을 유지하고자 하며, 패션 연출을 통해 체형을 보완하는 등의 적극적인 태도를 보이고 있다.

둘째, 뉴 시니어 여성의 심리적 특성은 자신의 존재를 인정받고 싶어 하며, 자신을 중요시하는 가치관을 가진다는 것이다. 노화로 인한 신체적 변화, 사회적 역할의 상실, 가족 축소 및 배우자의 사망 등으로 인한 자아 존중감, 삶의 만족도를 저하시켜 심리적 위축감을 준다(Kim & Lee, 2007). 그러나 뉴 시니어 여성은 이를 극복하고자 다양한 사회적 활동을 통해 자신의 존재를 인정받고 싶어 하며, 이를 위한 패션, 뷰티, 미용 등 외적인 분야에 대한 관심도가 높다. 이를 통해 패션에 관심을 가지며 자아 존중감을 향상시킨다(Kim, 2008).

셋째, 뉴 시니어 여성의 경제적 특성은 기존 시니어보다 안정적인 경제력이다. 시니어 여성은 자녀 의존도가 높고, 소극적 소비성향을 보인다(Kim & Lee, 2007). 뉴 시니어 여성은 연금, 저축 등의 노후 대비를 통한 안정적인 경제력을 바탕으로 패션, 뷰티, 건강, 미용, 여행 등 다양한 분야에 관심을 두고 적극적인 소비 성향을 보인다. 특히, 시각적 영향력이 높은 패션에 대한 관심이 높으며, 패션제품의 구매를 통해 매력적인 모습으로 보이고자 노력한다(Matsumoto, 2007/2007).

2. Concept and classification of scarf

스카프의 사전적 정의는 장식적 또는 실용적인 액세서리의 하나로서, 신체보호와 장식의 목적을 위해 어깨나 목, 머리위에 착용하는 것을 말한다(Fashion Dictionary Compilation Committee, 1999). 스카프의 기원은 극동지방 민족이 방한용으로 사용한 데서부터 시작되었다고 한다. 스카프는 형태와 크기, 소재, 무늬, 색상 등에 따라 다양하며, 소재는 견, 모, 면, 마, 합성섬유 등 다양한 재질을 계절에 맞추어서 사용하고 있다. 스카프는 크기와 형태, 소재, 무늬, 색상에 따라 다양하게 나타나며, 견섬유, 모섬유, 면섬유, 합성섬유가 많이 사용된다. 스카프 선행연구와 문헌을 바탕으로 스카프를 형태, 착용 부위, 착용 용도에 따라 분류하였다.

스카프의 유형은 일반적으로 스카프의 형태, 착

용 부위, 착용 용도에 따라 다음과 같이 분류된다. 우선 형태에 따른 스카프의 종류는 크게 정사각형, 직사각형, 삼각형으로 나뉘고, 그 외에 마름모형, 불규칙한 형태의 스카프도 있다. 정사각형 형태의 스카프에는 숄(shawl), 케이프 스톨(cape stole), 도파타(dopatta), 만틸라(mantilla), 맥시 스카프(maxi scarf), 행커치프(handker chief), 네커치프(neckerchief) 등이 있다. 그리고 직사각형 스카프는 레보소(rebozo), 머플러(muffler), 스톨(stole), 초커(choker) 등이 있으며 삼각형 스카프로는 세일러 스카프(sailor scarf), 힙 랩 스카프(hip wrap scarf), 스페니쉬 숄(Spanish shawl)이 있다.

다음으로 착용부위에 따른 스카프의 분류는 머리, 목, 어깨 등 두르는 부위에 따라 분류할 수 있는데, 머리에 두르는 양식은 두건(hood)형, 베일(veil)형, 터번(turban)형, 헤어밴드(hair-band)형이 있으며, 목에 두르는 양식은 타이(tie)형, 카우보이(cowboy)형, 드레이프(drape)형이 있다. 또 어깨에 두르는 양식은 숄더 랩(shoulder wrap)형, 케이프(cape)형이 있는데, 이외에도 허리에 둘러 벨트 대응으로 착용하거나, 상체에 둘러 상의 대응으로 착용하는 등 개인의 기호, 문화, 성별 등에 따라 다양한 형식으로 나타난다.

마지막으로 스카프는 착용용도에 따라 신체 보호용, 장식용, 종교용 스카프 등으로 분류할 수 있다. 대부분의 스카프들은 보온, 방한, 방진, 자외선 차단, 지혈 등의 신체 보호와 의복의 장식용으로 사용되고 있다. 장식용의 경우에는 의복 장식 외에 작은 스카프를 손목에 둘러 팔찌로 활용하거나, 모자에 리본처럼 두르거나, 핸드백 손잡이에 둘러서 악센트를 주는 등 개성적인 패션을 연출하는데 이용되기도 한다. 종교적 용도로는 성직자의 스톨(stole), 아랍 여성들이 착용하는 히잡(hijab), 미사시 여성의 머리에 두르는 미사보(veil) 등이 있다.

III. Methods

1. Questionnaire survey

본 연구는 뉴 시니어 여성의 스카프에 대한 선호도를 조사하기 위해 부산·울산 지역 50~69세 이하의 여성을 대상으로 2014년 9월 1일부터 9월 30일

까지 총 150부를 배부하여 불충분한 응답지를 제외하고, 136부를 조사대상으로 사용하였다.

설문지의 내용은 총 35문항으로 인구통계학적 특성 조사를 위한 조사대상의 연령, 거주지, 학력, 직업, 월 평균 가계소득을 묻는 5개 문항과 구매 행동 조사를 위한 5개 문항, 디자인 선호도 조사를 위한 색상, 소재, 무늬, 형태, 길이를 묻는 5개 문항, 스카프 요구속성 조사를 위한 20문항으로 구성되었다. 스카프 요구속성 조사를 위해 SD법에 의한 7점 리커트 척도(Likert scales)를 사용하였으며, Row(2006)의 문항을 바탕으로 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 사용하였다. 자료 분석에는 IBM SPSS Statistics21과 Excel 2010을 이용하였다. 인구통계학적 특성, 스카프 구매실태와 디자인 선호도의 일반적인 특성을 알아보기 위해 빈도 분석(Frequency Analysis)을 하였고, 스카프 요구속성 조사는 빈도분석과 요구속성의 신뢰성 및 타당성 검증을 위해 신뢰도분석(Reliability Analysis)을 하였다.

2. Scarf design

스카프 디자인은 뉴 시니어 여성의 특성과 설문 조사 내용을 바탕으로 디자인 이미지와 모티브를 선정하였다. 디자인 이미지는 뉴 시니어 여성의 특성을 반영하여 세 가지 이미지를 제시하였으며, 디자인 모티브는 설문조사 결과를 바탕으로 선정하였다. 각 이미지 유형별 3점의 스카프 디자인을 하여, 총 9점의 스카프 디자인을 제시하였다.

패턴 전개는 도식화 및 디자인 제시를 위해 Adobe

Illustrator CS 6와 Adobe Photo CS 6 프로그램을 사용하였으며, 모티브의 반복, 축소, 과장, 변형을 통해 디자인을 전개하였다.

IV. Result and Discussion

1. Questionnaire survey

1) Demographic characteristics

설문 대상자의 인구 통계학적 특성을 살펴보면 연령은 50대 72.7%, 60대 27.3%로 50대의 비율이 높게 나타났다. 거주 지역은 부산 60%, 울산 40%로 나타났다. 최종 학력은 대학교 졸업 이상 61.4%, 고등학교 졸업 이하 38.5%로 나타났다. 이는 초등학교 졸업자의 비율이 높은 시니어 여성과 차이를 보인다(Han, 2011). 직업은 전업주부 61.8%, 전문직 18.4%, 자영업 11%, 판매서비스직 4.4%, 기타 4.4%로 전업주부의 비율이 높게 나타났는데, 설문 대상자들의 비중에서 은퇴 연령이 많았기 때문인 것으로 사료된다. 월평균 가계소득은 300만 원 미만 10.3%, 300~400만 원 미만 19.9%, 400~500만 원 11%, 500~600만 원 미만 18.4%, 600만 원 이상이 40.4%로 고소득자의 비율이 높게 나타났다.

2) Purchasing characteristic of scarf

뉴 시니어 여성의 스카프 구매 행동 특성을 알아보기 위해 구매 시기, 구매 횟수, 구매 중요도, 착용 용도, 구매 장소를 중심으로 조사하였으며, 결과는

<Table 1> Purchasing characteristic of scarf (Brightness value)

Percent(%)

Time of purchase	Spring (0.0)		Summer (0.0)		Autumn (37.5)		Winter (19.9)		Irrelevant with season (42.6)	
Number of purchase	Do not purchase (0.7)		1 Time (16.2)		2 Times (27.2)		3 Times (22.8)		Above 4 times (33.1)	
Importance of purchase	Design (24.3)	Material (22.3)	Color (31.6)	Price (9.1)	Brand (0.5)	Maintenance (0.2)	Trend (5.1)	Function (6.9)	Other (0.0)	
Use of purchase	Suit (38.2)		Casual (24.3)		Daily wear (33.8)		Sportswear (0.7)		Other (2.9)	
Place of purchase	Department (94.1)		Shop (0.7)		Internet shop (0.7)		Conventional market (0.7)		Other (1.2)	

〈Table 1〉과 같다. 스카프 구매 시기는 계절과 무관 42.6%, 가을 37.5%, 겨울 19.9% 순으로 나타났다. 봄, 여름의 스카프 구입이 나타나지 않았는데, 이는 계절과 무관에 포함된다고 사료된다. 연간 스카프 구매 횟수는 4회 이상(33.1%) 구입한다는 응답이 가장 많았으며, 3회 22.8%, 2회 27.2% 순으로 나타났다. 뉴 시니어 여성의 스카프 구매도가 높은 것으로 나타났다. 스카프 구매 시 중요도는 3개의 복수 응답을 허용하였으며, 색상 31.6%, 디자인 24.3%, 소재 22.3% 순으로 나타났다. 뉴 시니어 여성은 스카프 구매시 색상을 가장 중요시 여기며, 유행, 브랜드, 관리의 중요도는 낮게 나타났다. 스카프 착용 용도는 정장용 38.2%, 일상용 33.8%, 캐주얼용 24.3%로 뉴 시니어 여성들이 스카프를 외출복과 일상 생활복에서 많이 착용하고 있음을 나타낸다. 스카프 구매 장소에 대한 빈도분석 결과, 백화점이 94.1%로 대부분의 응답자들이 선택하였다. 이는 백화점이 다른 형태의 상점보다 다양한 상품을 제공하며, 교통편의 등 여러 환경 조성이 그들의 욕구를 반영해 주어 쇼핑의 편리함을 제공하기 때문으로 사료된다(Park & Kang, 2006). 뉴 시니어 여성은 주로 백화점에서 스카프를 구매하는 것으로 나타났고, 인터넷 쇼핑몰에서의 구입도가 낮게 나왔는데, 이는 직접 착용 후 구매 하는 경향을 나타내는 것으로 사료된다.

3) Preference of scarf design

뉴 시니어 여성의 스카프 디자인 선호도를 알아보기 위해 선호하는 색상, 소재, 무늬, 형태, 길이를 중심으로 조사하였으며, 결과는 〈Table 2〉와 같다.

스카프 구입 시 색상은 가장 먼저 시각적으로 판단하는 영역으로 중요한 요소이다. 뉴 시니어 여성은 혼합 계열(44.9%)과 무채색 계열(44.1%)을 선호하는 것으로 나타났다. 스카프 소재 선호도는 모섬유(46.3%), 견섬유(20.6%), 기능성섬유(14.0%), 합성섬유(8.1%) 순으로 모섬유의 선호도가 높게 나타났다. 스카프 무늬 선호도는 자연 무늬(27.9%)의 선호도가 가장 많았으며, 기하학 무늬(27.2%), 민무늬(21.3%) 순으로 나타났다. 스카프 형태 선호도는 직사각형(93.4%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 스카프 길이 선호도는 긴 길이(59.6%), 중간 길이(37.5%) 순으로 나타났다.

4) Requirement attribute of scarf

스카프 요구속성 분석 결과, 연령별 차이는 “착용 시 타인이 알아주는”, “자신의 개성을 잘 표현해 주는”, “마음에 드는 색상”, “새롭고 독특한 디자인”, “보관과 관리가 용이한”의 5개의 항목에서 유의한 차이가 나타났다. 항목별로 살펴보면, “착용 시 타인이 알아주는” 문항에서는 60대의 요구도가 높게 나타났으며, “자신의 개성을 잘 표현해 주는” 문항에서는 50대의 요구도가 높게 나타났다. 그리고 “마음에 드는 색상” 항목에서는 50대의 요구도가 높게 나타났으며, “새롭고 독특한 디자인” 항목에서도 50대의 요구도가 높게 나타났다. 그러나 “보관과 관리가 용이한” 항목에서는 60대의 요구도가 높게 나타났다(Table 3). 이처럼 스카프 구매 시 50대는 60대보다 개성, 색상, 독특한 디자인에 대한 요구도가 높고, 60대는 타인의 평가와 용이한 관리성에 대한 요

〈Table 2〉 Preference of scarf design (Brightness value)

Percent(%)

Color	Achromatic (44.1)	Pastel (5.9)	Intense (3.7)	Mixed (44.9)	Other (1.5)	
Fabric	Cotton (2.9)	Wool (46.3)	Silk (20.6)	Synthetic (8.1)	Functional (14.0)	Other (8.1)
Pattern	Plain (21.3)	Stripe (14.7)	Geometry (27.2)	Nature (27.9)	Check (4.4)	Other (4.4)
Shape	Square (5.9)	Rectangle (93.4)	Diamond (0.0)	Triangle (0.7)	Other (0.0)	
Length	Long (59.6)	Medium (37.5)	Short (0.7)	Other (2.2)		

<Table 3> Requirement attribute by age

Item	Total		Not at all(1) ← → Very much (7)			50s		60s		T-value
	\bar{x}	S.D	-1SD	\bar{x}	+1SD	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	
Age-appropriate	5.41	1.65				5.40	1.72	5.44	1.46	0.023
Look dignified	5.48	1.12				5.38	1.11	5.75	1.13	2.968
Famous brand	3.59	1.62				3.55	1.74	3.69	1.24	0.202
Valuation of others	3.06	1.78				2.79	1.79	3.78	1.57	8.485**
Expression of individuality	6.15	1.17				6.35	1.04	5.61	1.34	11.423**
Reflect trend	4.56	1.54				4.58	1.64	4.50	1.25	0.068
Likeable color	6.56	0.82				6.66	0.63	6.31	1.17	4.908*
Look young	4.99	1.29				5.13	1.13	4.64	1.62	3.779
New and unique design	5.57	1.34				5.72	1.30	5.17	1.38	4.542*
Look stylish	6.42	0.76				6.45	0.75	6.33	0.79	0.590
Reasonable price	4.61	1.58				4.60	1.63	4.61	1.46	0.001
Convenient for wearing	5.23	1.02				5.27	1.08	5.14	0.83	0.438
Multi-purpose	4.87	1.28				4.93	1.33	4.72	1.14	0.668
Easy styling	4.89	1.15				4.89	1.28	4.89	0.71	0.001
Timeless	4.01	1.72				4.07	1.81	3.83	1.44	0.507
Easy washing	4.82	1.58				4.83	1.70	4.80	1.21	0.011
lightweight material	5.91	1.21				6.00	1.14	5.67	1.37	1.990
Low transmutability	5.37	1.62				5.21	1.69	5.81	1.33	3.598
Easy storage management	5.31	1.57				5.13	1.73	5.78	0.93	4.600*
Soil proof	4.87	1.57				4.82	1.59	5.00	1.51	0.339

구도가 높게 나타났다. 전체 문항의 신뢰도는 0.815로 높게 나타났다.

2. Scarf design

1) Design concept

뉴 시니어 여성은 실제 연령과 인지연령이 큰 차이를 보이며 젊게 오래 살기를 원하는 시니어들이며, 건강한 삶을 위해 자신을 위해 많은 시간과 노력을 들이고 있다. 이들은 패션에 대한 관심이 높으며, 개성적 표현을 위한 악센트 아이템인 스카프의 착용으로 다양한 패션을 연출할 수 있다.

디자인 콘셉트는 이러한 뉴 시니어들의 특성을 반영한 이미지로써, 긍정적이고 적극적인 삶을 추구하는 개성미와 사회와 가족 간의 화합과 소통을 추구하는 공존미, 뉴 시어니들이 가지고 있는 내적 가치를 성숙미로 이미지를 추출하였다. 그리고 뉴 시니어 여성들의 자연무늬 모티브의 선호도를 반영하여 나무

를 주제로 나뭇잎과 꽃잎, 나뭇가지, 수피를 대상으로 모티브를 전개하여 디자인하였다. 나무는 죽음에서 끊임없이 재생하고, 영원히 회귀하는 우주의 시간을 상징한다. 이는 수명이 연장되고 100세를 바라보는 뉴 시니어 여성에게 인생의 끝이 아닌 새로운 시작의 의미로 삶의 활기를 줄 수 있는 스카프 디자인을 제안하였다. 개성미는 뉴 시니어 여성들의 감성적 어려움에서의 자유로움에 대한 소망을 나뭇잎과 꽃잎을 모티브로 시니어 여성의 개성적 아름다움을 디자인하였고, 공존미는 마른 나뭇가지를 모티브로 바삭 마른 나뭇가지처럼 고독감으로 어려움을 겪는 시니어 여성과 나뭇가지를 겹침으로 소통을 통해 고독감을 극복하는 시니어 여성의 공존의 아름다움을 디자인하였다. 성숙미는 나무의 수피를 모티브로 땅의 자양분이 되는 수피처럼 시간의 경과와 함께 연륜이 쌓이며, 사회의 자양분이 되는 뉴 시니어 여성의 성숙한 아름다움을 디자인하였다. 각 이미지 유형별로 각 3점씩 총 9점의 스카프를 디자인을 제시하였다.

2) Design development

디자인의 전개는 설문조사를 통해 도출된 뉴 시니어 여성의 디자인 선호도와 요구 속성을 반영하여 각 이미지별로 적합한 디자인 콘셉트로 디자인을 구성하였다. 색상은 선호도가 높게 나온 혼합 계열과 무채색 계열을 사용하였으며, 소재는 모 섬유와 견섬유를 사용하였다. 그리고 조사결과 도출된 자연 무늬와 기하학 무늬를 중심으로 디자인을 전개하였다. 형태는 일반적으로 많이 사용되고, 선호도가 높게 나타난 있는 직사각형과 사각형으로 디자인하였으며, <Table 4>는 각 디자인 콘셉트에 따른 이미지 유형별 모티브를 디자인이다.

(1) Design I

디자인 I은 나뭇잎과 꽃잎을 모티브로 뉴 시니어 여성의 개성미를 형상화하였으며, 스카프 색상은 선호도가 높게 나타난 혼합 계열로 채도가 높지만 명도가 중에서 중하인 동적이고 화려하고 액티브한 색상을 사용하였다. 패턴은 나뭇잎과 꽃잎을 단순화하여 자연무늬로 대칭·반복 배열을 통하여 전개하였으며, 소재는 선호도가 두 번째 높게 나타난 견섬유를 제안하였다. 스카프의 크기는 가로 90cm×세로 90cm의 정사각 형태로 디자인하였다.

<Table 5>는 뉴 시니어 여성들의 특성에서 도출된 개성미를 반영한 각 디자인별 전개도 및 조형요소들을 나타낸 표이다. 디자인 I-1은 나뭇잎의 형태를

변형하여 뉴 시니어 여성의 개성을 표현하였으며, 패턴은 대칭 배열하였고, 색상은 검정색의 바탕에 원색을 사용하였다. 디자인 I-2는 흠날리며 떨어지는 꽃잎을 단순화하여 뉴 시니어 여성의 개성을 표현하였으며, 패턴은 반복 대칭 배열하였고, 색상은 검정색 바탕에 붉은색을 사용하였다. 디자인 I-3은 꽃잎을 단순화하여 컬러 바リエ이션을 통해 뉴 시니어 여성의 개성을 표현하였으며, 패턴은 반복, 울동, 겹침 배열하였고, 색상은 붉은색을 사용하였다.

(2) Design II

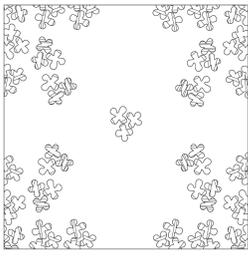
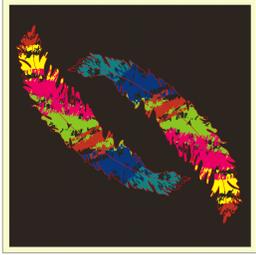
디자인 II는 나뭇가지를 모티브로 뉴 시니어 여성의 공존미를 형상화한 디자인으로 스카프 색상은 선호도가 높게 나타난 무채색 계열을 사용하여 고상하고 우아하며 점잖은 느낌의 색상을 사용하였다. 패턴은 나뭇가지를 단순화하여 기하학 무늬로 대칭·반복·겹침 배열을 통하여 전개하였으며, 소재는 선호도가 높게 나타난 모 섬유와 견 섬유를 제안하였다. 스카프의 크기는 가로 90cm, 세로90cm의 정사각 형태와 가로 180cm, 세로 70cm의 직사각 형태로 나누어 디자인하였다.

<Table 6>은 뉴 시니어 여성들의 특성에서 도출된 공존미를 반영한 각 디자인별 전개도 및 조형요소들을 나타낸 표이다. 디자인 II-1은 마른 나뭇가지를 선으로 단순화하여 뉴 시니어 여성의 고독감을 표현하였으며, 패턴은 모티브를 반복·겹침 배열하

<Table 4> Motif of design

Design I		Design II		Design III	
Beauty of individuality		Beauty of co-existence		Beauty of maturity	
Basic motive	Motive application	Basic motive	Motive application	Basic motive	Motive application
 	Design I - 1 		Design II - 1 		Design III - 1 
	Design I - 2 		Design II - 2 		Design III - 2 
	Design I - 3 		Design II - 3 		Design III - 3 

<Table 5> Scarf design I

	Design I - 1	Design I - 2	Design I - 3
Diagraming			
Design			
Color	 C67%+M65%+Y67%+K70% C100%+M90%+Y26% C84%+M39%+Y51% C53%+M1%+Y100% C22%+M97%+Y100%+K15% M100%+Y32%	 C67%+M65%+Y67%+K70% C22%+M97%+Y100%+K15% C18%+67%+M100%+Y5% C7%+M71%+Y14%	 C22%+M97%+Y100%+K15% M86%+Y83% M68%+Y85% M16%+Y69% M7%+Y50%
Material	Silk 100%	Silk 100%	Silk 100%
Pattern	Repetition Symmetry	Repetition Symmetry	Repetition Rhythm
Size	90cm×90cm	90cm×90cm	90cm×90cm

였고, 색상은 흰색 바탕에 검은색을 사용하였다. 디자인 II-2는 마른 나뭇가지를 직선으로 촘촘히 배치하여 뉴 시니어 여성의 소통을 표현하였으며, 패턴은 반복 배열하였고, 색상은 검은색 바탕에 흰색을 사용하였다. 디자인 II-3은 마른 나뭇가지가 겹쳐짐으로 고풍감을 벗어나고, 공존하는 뉴 시니어 여성을 표현하였으며, 패턴은 반복 배열하였고, 색상은 검은색 바탕에 흰색을 사용하였다.

(3) Design III

디자인 III은 나무 수피를 모티브로 뉴 시니어 여성

의 성숙미를 형상화하였으며, 스카프의 색상은 혼합 계열과 무채색 계열을 중심으로 중정도의 명도와 채도를 부여함으로써 우아하고 성숙한 느낌을 주고자 하였다. 패턴은 수피를 단순화하여 기하학 무늬를 사용하여 반복·비례·율동·대칭 배열을 통하여 전개하였다. 소재는 선호도가 높게 나타난 모 섬유를 제안하였다. 스카프의 형태는 선호도가 높게 나온 정사각형과 직사각형으로 디자인하였으며, 스카프의 크기는 가로 90cm, 세로 90cm의 정사각 형태와 가로 180cm 세로 70cm의 직사각 형태로 나누어 디자인하였다.

<Table 7>은 뉴 시니어 여성들의 특성에서 도출된 성숙미를 반영한 각 디자인별 전개도 및 조형요

<Table 6> Scarf design II

	Design II - 1	Design II - 2	Design II - 3
Diagraming			
Design			
Color	 C67%+M65%+Y67%+K70% C18%+M12%+Y25%	 C67%+M65%+Y67%+K70% C18%+M12%+Y25%	 C67%+M65%+Y67%+K70% C18%+M12%+Y25%
Material	Wool 100%	Wool 100%	Silk 100%
Pattern	Repetition Overlap	Repetition	Repetition
Size	70cm×180cm	70cm×180cm	90cm×90cm

소들을 나타난 표이다. 디자인Ⅲ-1은 수피를 단순화하여 반복 배열함으로 뉴 시니어 여성의 경력을 표현하였으며, 패턴은 모티브를 반복·비례·움동 배열하였고, 색상은 안정감을 주는 갈색과 성숙함을 나타내는 붉은색을 사용하였다. 디자인Ⅲ-2는 수피의 탈각의 반복됨을 뉴 시니어 여성의 연륜으로 표현하였으며, 패턴은 모티브를 변화·대칭 배열하였고, 색상은 편안함을 주는 녹색과 안정감을 주는 갈색을 사용하였다. 디자인Ⅲ-3은 땅의 양분이 되는 수피와 같이 사회의 자양분으로서의 성숙한 뉴 시니어 여성을 표현하였으며, 패턴은 반복 배열하였고, 색상은 검은색 바탕에 회색을 사용하였다.

V. Conclusion and Suggestion

본 연구는 뉴 시니어들의 기호에 맞는 스카프디자인을 제안하기 위하여 뉴 시니어 여성 136명을 대상으로 스카프의 구매행동과 선호도를 조사, 분석하고, 그 결과를 반영하여 뉴 시니어여성의 패션 연출에 악센트 디자인으로 효과적인 것으로 예상되는 9점의 스카프 디자인을 제시하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뉴 시니어 여성의 스카프 구매 특성을 분석한 결과, 스카프의 구매 시기는 계절과 무관하거나, 주로 가을과 겨울에 구매하는 경향으로 나타났으며, 봄, 여름에는 거의 구입을 하지 않은 것으로 나타났다. 구매 횟수는 연 4회 정도이며, 구매 시에 우선으로 생각하는 것은 스카프의 색상과 디자인, 소재 순으로 나타났다. 구매 장소는 백화점을 가장 선호하였으며, 색상은 혼합 계열과 무채색 계열을 선호하

<Table 7> Scarf design III

	Design III- 1	Design III- 2	Design III- 3
Diagraming			
Design			
Color	 C67%+M65%+Y67%+K70% C51%+M51%+Y91%+K33% C15%+M87%+Y84%+K4% C65%+M9%+Y23%	 C32%+M58%+Y65%+K13% C65%+M11%+Y80% C41%+Y22%	 C67%+M65%+Y67%+K70% C18%+M12%+Y25%
Material	Wool 100%	Wool 100%	Wool 100%
Pattern	Repetition Proportion Rhythm	Repetition Symmetry	Repetition
Size	70cm×180cm	90cm×90cm	70cm×180cm

였고, 소재는 모섬유와 견섬유를 선호하였다. 무늬는 자연무늬와 기하학 무늬를 선호하였으며, 형태는 직사각 형태의 길이가 긴 스카프를 선호하는 것으로 나타났다.

둘째, 스카프의 요구속성에 대한 고찰 결과, 총 20개의 문항 가운데 5개의 문항에서 50대와 60대간의 차이가 나타났다. 60대는 “착용 시 타인이 알아주는”, “보관과 관리가 용이한” 문항에서 50대에 비해 요구속성이 높은 반면, 50대의 경우는 “자신의 개성을 잘 표현해 주는”, “마음에 드는 색상”, “새롭고 독특한 디자인” 항목에서 요구도가 높은 것으로 나타나, 50대는 60대보다 개성적이고 독특한 스카프

를, 60대는 50대보다 타인의 시선을 고려한 디자인과 관리가 용이한 스카프 디자인을 원하는 것으로 나타났다.

셋째, 스카프 디자인을 위한 콘셉트는 뉴 시니어의 특성을 반영한 개성미와 공존미 그리고 성숙미를 추출하였으며, 각 콘셉트별 3점씩의 하위 디자인을 전개하여 총 9점의 스카프 디자인을 제시하였다. 그리고 디자인 모티브는 자연무늬를 선호하는 뉴 시니어 여성의 선호도를 반영하여 나무를 주제로 하였으며, 개성 미는 나뭇잎과 꽃잎으로, 공존미는 나뭇가지로, 성숙미는 수피를 이용하여 각 모티브 디자인을 단순화시키거나 기하학적으로 배열과 반

복을 통하여 디자인을 전개하였다.

본 연구를 통하여 뉴 시니어 스카프 시장의 가치를 인식하고 다양화되지 못한 국내 스카프 시장의 변화와 성장에 도움이 되고자 한다. 연구의 제한점으로는 부산, 울산 지역을 중심으로 한 시니어들의 스카프 디자인의 선호도 및 요구속성을 추출하였으므로 확대 해석에는 무리가 있을 수 있다.

References

- Ageing Society and Population Policy. (2006). *고령친화산업활성화 전략II* [A Study on Analyzing Industries for the Elderly and Developing their Cultivation Plans II]. Retrieved October 10, 2013, from http://www.mw.go.kr/front_new/policy/policy_bd_vw.jsp?PAR_MENU_ID=06&MENU_ID=063805&CONT_SEQ=306656&page=1
- Fashion Dictionary Compilation Committee. (1999). *Fashion dictionary*. Seoul: Kyomunsa.
- Han, N. K. (2011). *An empirical study on development of adaptive clothing designs for elderly women: Focused on natural dyed fabrics*. Unpublished doctoral dissertation, Chungang University, Seoul, Korea.
- Jung, H. K., & Kim, J. H. (2002). A study on apparel designs using formative aesthetics of scarf. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(5), 47-60.
- Kim, H. J. (2009). A study on scarf design utilizing nuno felt technique. *The Journal of the Korea Society of Craft*, 12(2), 1-19.
- Kim, H. Y., & Seo, Y. J. (2012). Comparative study on the formative elements in the brand scarf design. *The Journal of the Korea Society of Craft*, 15(4), 102-120.
- Kim, J. S. (2008). A study on the marketing strategy related to the new elderly generation in the aging society. *Journal of Korea Design Forum*, 18, 273-288.
- Kim, K. J. (2002). *Study of scarf based on flower patterns*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, S. E., & Lee, E. H. (2007). *실버산업의 이해* [Silver industry]. Seoul: Hyungseul Publishing.
- Kim, S. K. (2005). *신노년층 여성의 자아지각과 여가활동에 따른 의복구매행동 연구* [New senior women's self-concept and buying behavior according to their lifestyles]. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kweon, S. A. (2003). *의복과 인체의 환경적응* [Clothing and human adaptation]. Seoul: Kyohak.
- Lee, J. S. (2010). *A study on customers' purchasing behavior of the health care textile design products: Focusing on new silver generation*. Unpublished doctoral dissertation, Hanyang University, Seoul, Korea.
- Lee, Y. J., & Park, M. J. (2013). The middle-aged consumer's using active wear as casual wear based on the clothing benefits. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(5), 765-779. doi:10.7741/rjcc.2013.21.5.765
- Matsumoto, S. (2007). *Success strategies for senior business* (Xaimedia, Trans.). Seoul: Hainaim. (Original work published 2007)
- Moon, K. H. (2010). A study on the scarf design development applying the tiger pattern in Korea folk painting. *Journal of Korean Traditional Costume*, 13(1), 91-101.
- Park, E. J., & Kang, E. M. (2006). Clothing purchase behavior of the elderly by clothing buying motive. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 44(2), 61-69.
- Park, S. C., & Kim, E. S. (2005). A study on scarf expression ways and trend in modern fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 13(4), 622-631.
- Roh, Y. S. (2013). Scarf design development applying geometric shapes. *Journal of Korean Society of Design Science*, 26(3), 43-57.
- Row, Y. (2006). *A study on apparel product design elements applied to quality function deployment: Focused on middle-aged and aged women's formal wear*. Unpublished doctoral dissertation, Hanyang

- University, Seoul, Korea.
- Seo, B. S. (1991). *노인연구* [A study on the elderly]. Seoul: Kyomunsa.
- Statistics Korea. (2014). *고령자 통계* [Elderly statistics], Retrieved April 20, 2015, from <http://kosis.kr>