

## New-silver women's fiber and material property preferences

In-Ryu Choi<sup>†</sup>

Dept. of Clothing, Sungshin Women's University, Korea

### 뉴실버 여성의 선호 섬유와 재질감에 대한 연구

최인려<sup>†</sup>

성신여자대학교 의류학과

#### Abstract

The purpose of this study was to examine new-silver women's fiber and material property preferences and purchasing behaviors. The survey subjects were 115 new-silver women ranging in age from 50 to 60 years old. This study utilized a questionnaire as a measurement tool. The results of this study were as follows: First, the home ownership rate of the participants in this was 81.4%, and 54.9% of them had a bachelor's degree or higher. Therefore, they turned out to be a new silver generation with higher education and stable income and assets. Second, regarding their purchasing behaviors, it was shown that they purchased the largest amount of clothing for themselves and their spouses, children, and grandchildren at the change of seasons. Third, with regard to their average spending on clothing, when they purchased clothing for themselves, it was shown that they purchased clothing at the price of KRW 500,000 or above for themselves but not for their family members. Fourth, their favorite type of fiber was synthetic fiber, and their favorite material property was heaviness, followed by roughness, stiffness, bulkiness, and glossiness. Moreover, with regard to their favorite functional textile, it was shown that the highest percentage of them preferred vitamin textiles, followed by ocher and scented textiles.

*Keyword: new-silver(뉴실버), fiber-preference(섬유선호도), material property preferences(소재질감), purchasing behaviors(구매행동)*

#### I. Introduction

21세기 저출산과 고령화의 가속화로 인한 인구의 변화로 이에 따른 사회적, 경제적인 여러 가지 현상이 관심사가 되고 있다. 최근 우리 사회의 고령화는 기존의 실버세대로 지칭되는 시대에서 다른 변화를 보이고 있는데 이는 고학력, 경제적인 독립과 건강한 신체를 유지할 수 있는 뉴실버세대라는 새로운

노년층이 새롭게 대두되고 있는 것이다. 뉴실버세대란 프론티어 활동이나 스포츠, 여행 등 동적이고 사회적인 활동에 열중하는 고령자를 뜻하며("New silver", n.d.), Suh(2011)는 뉴실버세대를 기존 실버세대에 비해 높은 교육수준과 축척된 부를 가지고 건강하고 즐거운 생활을 추구하며 그에 투자가 가능한 경쟁력을 가진 새로운 시장기회의 세대로 이들의 트렌드를 반영한 상품 개발 또한 이루어져야 한다고 하

Received 15 February 2016, revised 25 February 2016, accepted 25 February 2016.

이 논문은 2014년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

<sup>†</sup> Corresponding author (ichoi@sungshin.ac.kr)

였다.

이러한 뉴실버세대를 주 고객으로 다양한 분야의 산업에서 브랜드 및 상품이 출시되고 있으며, 관련 산업도 높은 성장세를 나타낼 뿐 아니라 향후 더욱 높은 성장률이 전망되고 있으나, 최근 발표된 The Korea Chamber of Commerce and Industry(2015)의 실버산업에 대한 기업의 대응실태와 시사점 연구결과에 따르면 우리나라는 2060년의 65세 이상 고령 인구 비중이 37.1%로 전 세계 평균(18.1%)의 2배를 웃돌 것이며, 이러한 고령인구의 급증과 함께 고령층의 구매력도 강화될 것으로 전망하며 이러한 고령화가 세계적 추세로 베이비붐 세대 퇴직, 연기금 확대 등에 따라 고령층의 소비여력이 커질 것으로 예상되지만 국내기업은 실버산업을 성장기회로 활용하려는 준비가 부족한 실정이라고 지적하였다. 또한, 이러한 실버산업에 대한 준비가 부족한 원인은 노하우와 관련 정보가 부족하고 체계적 육성정책이 미비하기 때문이라고 발표하였다. 즉, 뉴실버세대는 단순한 하나의 새로운 인구계층이 아닌 새로운 소비계층으로 기대되고 있으며, 이에 대한 다양한 연구가 이루어 더욱 필요하다.

Chung and Hwang(2012)은 유아복의 구매 시 의복소평성향이 신세대 주부와 뉴실버세대 간에 제품선택기준과 점포선택, 광고전개 등의 의복소평성향의 차이가 있어 시장 세분화 및 세대간의 차이가 있다고 발표하였다. 이는 향후 구매력이 높은 뉴실버세대의 구매에 관한 특성을 파악함으로써 뉴실버세대가 손주의 의류제품을 구매유도를 높이도록 하기 위해서는 구매자인 뉴실버세대의 선호도와 성향을 중심으로 구매촉진활동 및 제품전개 등이 이루어져야 할 것임을 의미한다.

따라서 본 연구에서는 고령화 시대의 새로운 소비층인 뉴실버 여성을 대상으로 섬유선호도와 구매행동특성, 선호하는 소재의 재질감과 선호하는 기능에 대해 조사 연구하고자 한다.

## II. Background

### 1. New silver women

뉴실버세대 여성들은 일반적으로 기존의 실버세대와 달리 고등학교 이상의 학력을 가진 고학력자들

로, 보장된 연금과 주택을 소유한 충분한 자산을 가지고 있으며, 컴퓨터와 스마트 기기의 사용에 별다른 어려움을 느끼지 않는 특징을 가지고 있는 세대를 이야기하며, 본인의 실제 나이보다 젊게 느끼며, 딸과 같이 옷을 입는 패션감을 지니며, 연소화 욕구 충족을 위한 외모관리와 건강에 대한 관심이 높다.

Oh, Jung, and Lee(2012)는 실버소비자 연구동향 분석과 향후 연구 방향성의 제언에서 과거 실버소비자들이 식료품비, 의료비의 지출에서 2000년대로 넘어오면서 높은 경제력과 퇴직으로 하여금 시간적 여유로 여가나 스포츠 활동에 대한 관심증가로 여가활동에 대한 연구가 급증하였다고 하였다. 2000년을 기점으로 실버소비자에 대한 구매패턴과 행동의 변화, 그리고 실버소비자에 대한 접근방법이 달라지고 있으며, 또한 연구자마다 일치된 결론을 도출해 내지 못한 원인이 실버소비자를 정의하는 연령기준에 있으므로 이들을 단순히 연령별로 세분화할 것이 아니라 같은 세대라 하여도 성향이 다를 수 있으며, 소비패턴이나 욕구가 다를 수 있다는 점을 실버세대의 기준 정립 시 요구된다고 하였다. 즉, 실버세대는 단순한 나이에 의한 구분을 기준으로 하기보다는 그들의 특성에 따라 연구 대상의 기준을 설정하여야 한다.

Kim and Park(2012)은 뉴실버 여성을 위한 의복추구이미지에 관한 질적 연구에서 뉴실버 여성을 평균수명이 연장되고 신체적 건강도 강화되면서 소일거리로 여생을 보내지 않고 경제적인 여유와 함께 활발한 사회적·경제적 활동을 하며 실제 연령보다 훨씬 젊은 마인드를 가진 자아실현이 가능한 고령 여성으로 정의하였으며, 의복추구이미지에 대한 질적연구의 한계점으로 양적 연구를 통한 검증의 필요성을 시사하였다.

Yeo, Kim, Kim, and Kim(2011)은 실버세대와 뉴실버세대의 색채 선호이미지 비교분석을 위한 분석 기준을 설정하였다. 연구대상은 50세 이상이었으며, 이들을 군집분석한 결과 학력의 분포도는 실버세대는 초등학교 졸업자가 38.2%이며, 대학원 이상 졸업자는 없는 것에 비해, 뉴실버세대는 대학교 이상 졸업자가 64.5%였으며 무학자는 없는 것으로 나타났다.

또한, Suh(2011)는 뉴실버세대에 대해 자아를 다시 찾고, 자유로운 나를 찾아가고자 하는 시기로 자신에 대한 중요도가 높고 재산을 물려주기보다는 스스로 부양하며 남은 여생을 즐겁게 보낸다는 자립적이고 능동적인 가치관을 가진다고 하며, 뉴실버세대 여성들은 자신의 나이보다 젊어 보이기 위해 노력하는 특성이 있다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 뉴실버 여성을 단순히 나이가 아닌 그 특징인 고등학교 이상의 학력수준과 주거의 자가 소유 또는 소득수준이 높은 50, 60대 여성을 연구대상의 기준으로 설정하여 양적 연구를 실시하고자 한다. 또한, 이들의 특성 중 자식들보다는 나 자신을 중요시하는 정도에 대해 의복의 구매비용의 차이에 대해 비교 연구해 보고자 한다.

## 2. Preference of fiber and material texture

소재는 그 원료가 되는 섬유유 종류에 따라 그 선호도의 차이가 있으며 소재의 질감은 그 표면에 나타나는 특성으로 소재의 원사종류, 조직종류, 무게감, 두께감, 광택, 가공방법 등에 따라 시각적, 촉각적으로 느끼는 특징의 하나이다.

Seo and Koo(2014)는 실버세대의 심리적 안정감에 따른 건강 기능성 섬유 인지 및 선호에 관한 연구에서 노년층은 의복을 통해 심미적인 측면뿐만 아니라 심리적 안정감도 중요시하고 있기 때문에 소재의 기능적인 측면과 함께 심리적인 측면이 연관되어 개발되어야하며, 뉴 실버세대와 여성 노년층처럼 소재에서 심리적 안정감을 중요시하는 계층일수록 기능성 소재의 선호도에 비해 만족도가 낮게 나타나기 때문에 노년층을 세분화 시켜, 각 대상별로 신체적, 생리적, 심리적 특성에 부합하는 소재를 개발해야 한다고 하였다.

Chung(2002)은 대학생과 대학원생을 대상으로 의류제품 구매 시 소재의 영향과 소비자 소재 선호구조 분석연구에서 선호하는 섬유성분을 천연섬유, 화학섬유, 혼방섬유로 구분하였으며, 선호하는 재질감은 “가볍다, 광택이 있다, 신축성이 있다, 묵직하다, 뽀뽀하다, 따뜻하다, 보송보송하다, 부드럽다, 부피감이 있다, 까칠까칠하다, 유연하다, 튼튼하다, 촘촘하다, 폭신하다, 매끄럽다”로 선정하여 연구하였으며, 연구결과 의류제품 구매에 있어 소재의 중

류와 재질감의 관계에서 천연섬유와 부드러운 재질감을 선호하는 것으로 나타났다.

Kim and Park(2012)은 뉴실버 여성을 위한 의복 추구이미지에 관한 질적 연구에서 “폼위있는, 우아한, 고상한, 지적인, 귀티나는, 고급스러운, 젊잖은, 근엄한, 중후한, 경쾌한, 활기차보이는, 귀여운, 발랄한, 젊어보이는, 화사한, 활동적인, 편안한, 멋있는, 세련된, 유행하는, 섹시한, 화려한, 과감한, 돋보이는, 여성스러운, 아름다운, 날씬해보이는, 단정한, 깔끔한, 깨끗한, 심플한, 클래식한, 수수한, 무난한, 튀지않는, 평범한”의 36개의 이미지 어휘를 선정하여 연구하였으며 연구결과 뉴실버 여성은 젊고 활기차게 변화함에 따라 용도별 의복에 대한 인식과 선호가 변화함에 따라 포멀웨어(formal wear)보다 캐주얼웨어(casual wear)를 더 선호하는 것으로 나타났으며, 뉴실버 여성들의 의복추구이미지는 ‘폼위성’, ‘단정성’, ‘매력성’, ‘활동성’, ‘활력성’의 다섯 가지 요소로 분류하였다.

Na and Kim(2012)은 친환경 섬유유류 제품의 감성 선호도와 신뢰도 조사를 위해 소재의 감성을 “유행-뒤쳐진, 비싼-저렴한, 기능성-감성의, 지속-일시적, 새로운-흔한, 자연적인-인위적인, 특이한-평범한, 도시적인-전원적인, 부드러운-거친, 남성적인-여성적인, 따뜻한-차가운, 패셔너블한-빈티지스러운”의 기준으로 설정하여 연구하였다.

Chung(2001)은 여대생의 의복추구 이미지와 소재 선호에 대한 연구에서 선호 섬유의 종류를 천연섬유, 화학섬유, 천연섬유와 화학섬유의 혼방섬유의 세 가지로 제시하였으며, 선호하는 재질감은 “가볍다, 부드럽다, 보송보송하다, 튼튼하다, 촘촘하다, 따뜻하다, 유연하다, 매끄럽다, 폭신하다, 신축성이 있다, 광택이 있다, 부피감이 있다, 뽀뽀하다, 까칠까칠하다, 묵직하다”의 15개 용어를 선정하여 연구하였다.

이와 같은 선행연구로부터 선호하는 소재와 재질감, 기능성 소재가 관련성을 나타내고 있음을 확인할 수 있었다.

## III. Methods

본 연구는 뉴실버 여성을 대상으로 섬유선호도와

의류구매행동 특성, 선호하는 소재의 재질감과 선호하는 기능에 대해 조사하기 위한 측정도구로는 설문지가 사용하였다. 설문지의 구성은 다음과 같다.

의류구매와 관련한 문항은 본인과 배우자, 자녀와 손주들에 대한 의류구매 지출액에 관한 4문항과 의류구매 시점에 대한 4개 문항으로 이루어졌으며, 인구통계학적 특성에 대한 조사는 나이와 주거형태와 최종학력과 수입에 대한 4개 문항으로 이루어졌다.

섬유선호도 관련 3개 문항, 선호하는 소재의 재질감 관련 14문항, 의류 제품 구입 시 선호하는 기능성에 대한 11개 문항으로 이루어졌으며, 각 문항은 5점 척도를 사용하였다.

선호하는 섬유의 종류는 4가지로 선행연구를 참조하여 천연섬유, 합성섬유, 천연섬유와 합성섬유의 혼방섬유와 함께 최근의 기능성 소재 시장의 확대를 고려하여 기능성 섬유로 추가로 선정하였다. 선호하는 소재의 재질감은 “목직하다, 까칠까칠하다, 뻣뻣하다, 부피감이 있다, 광택이 있다, 촘촘하다, 폭신하다, 튼튼하다, 부드럽다, 보송보송하다, 유연하다, 따뜻하다, 가볍다”의 14개 용어로 선정하였으며, 선호하는 기능성에 항목은 “보온성, 흡수 속건, 투습 발수, 방향성(향기), 정전기방지, 신축성, 경량성, 자외선 차단, 항균 방취, 황토성분, 비타민성분”의 11개의 기능으로 선정하였다.

자료 수집은 2015년 9월 15일부터 10월 27일까지 서울, 경기, 인천 지역에 거주하는 뉴실버세대 여성들에게 200부를 배포하여 128부를 회수하였으며, 그 중 응답이 불충분한 설문지 13부를 제외한 115부가 최종 분석 자료로 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS 22.0을 이용하여 빈도분석과 평균 및 표준편차에 대한 기술통계 분석에 의해 분석되었다.

#### IV. Results and Discussion

##### 1. New silver women

본 연구 대상자들의 인구통계학적 조사의 결과는 <Table 1>과 같다. 설문지의 응답 대상자들의 주거형태를 살펴보면 주택의 자가 비율이 81.4%, 전세가 15%, 월세가 3.56%로 나타났다.

소득수준은 200~300만 원이 27.4%, 400~500만 원이 20.4%, 800~1,000만 원이 15.9%, 500~800만 원

<Table 1> The demographic characteristics of sample

	Item	n(%)
Age	50's(50-59)	60( 53.1)
	60's(60-69)	53( 46.9)
Academic background	High school graduates	51( 45.1)
	Bachelor's degree	44( 38.9)
	Postgraduate advanced degree	18( 15.9)
Dwelling type	Own	92( 81.4)
	Lease	17( 15.0)
	Monthly rent	4( 3.5)
Monthly income	1,000,000~2,000,000	12( 10.6)
	2,000,000~3,000,000	31( 27.4)
	3,000,000~4,000,000	14( 12.4)
	4,000,000~5,000,000	23( 20.4)
	5,000,000~8,000,000	15( 13.3)
	8,000,000~15,000,000	18( 15.9)
	Total	113(100.0)

이 13.3%, 300~400만 원이 12.4%, 100~200만 원이 10.6%의 순서로 나타났다. 최종학력은 고졸이 45.1%, 대학교 졸업이 38.9%, 대학원 졸업이 15.9%로 나타났다. 인구학적 특성에 대한 분석결과 연구대상자들은 소득과 자산이 안정적이며, 학력수준이 높은 뉴실버세대의 여성으로 나타났다.

##### 2. Purchasing behaviors

뉴실버세대 여성의 의류제품의 구매시점에 대한 분석 결과는 <Table 2>와 같다. 응답자 본인을 위한 의류 구매는 계절이 바뀔 때가 67.3%로 가장 많이 이루어졌으며, 그 다음으로 가족행사나 기분 전환을 위해서가 각각 10.6%, 기념일 6.2%, 휴가 3.5%, 기타(수시로, 세일 때)가 1.8%의 순서로 나타났다. 배우자를 위해서는 계절이 바뀔 때가 54.9%로 가장 많이 이루어졌으며, 그 다음으로 기념일 11.5%, 가족행사 10.6%, 기분 전환을 위해서 2.7%, 휴가 1.8%, 기타(수시로, 세일 때)가 0.9%의 순서로 나타났다. 또한, 배우자의 옷을 사지 않는 경우도 17.7%로 나타났다. 자녀를 위해서는 계절이 바뀔 때가 46.0%로 가장 많이 이루어졌으며, 그 다음으로 가족행사 12.4%, 기념일과 가족행사가 9.7%, 휴가 4.4%, 기타(수시로, 세일 때)가 1.8%의 순서로 나타났다. 또한,

〈Table 2〉 Purchasing time of apparel

n(%)

	Own	Partner	Children	Grandchildren
Not to do	0( .0)	20(17.7)	18(15.9)	43(38.1)
Anniversary	7( 6.2)	<b>13(11.5)</b>	<b>11( 9.7)</b>	<b>17(15.0)</b>
Vacation	4( 3.5)	2( 1.8)	5( 4.4)	2( 1.8)
Family affair	<b>12(10.6)</b>	<b>12(10.6)</b>	<b>14(12.4)</b>	<b>18(15.9)</b>
Change of seasons	<b>76(67.3)</b>	<b>62(54.9)</b>	<b>52(46.0)</b>	<b>27(23.9)</b>
Diversion	<b>12(10.6)</b>	3( 2.7)	<b>11( 9.7)</b>	6( 5.3)
Etc.	2( 1.8)	1( .9)	2( 1.8)	0( .0)
Total	113(100.0)			

자녀의 옷을 사지 않는 경우도 15.97%로 나타났다. 손주를 위해서는 계절이 바뀔 때가 23.9%로 가장 많이 이루어졌으며, 그 다음으로 기념일과 가족행사 15.0%, 기분 전환을 위해서 5.3%, 휴가 1.8%의 순서로 나타났다. 또한, 손주의 옷을 사지 않는 경우도 38.1%로 나타났다.

위의 결과를 통해 의류구매 시 뉴실버세대 여성은 본인과 배우자, 자녀와 손주를 위한 구매 시 계절이 바뀔 때 가장 많이 구매하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 본인을 위해서는 가족행사와 기분전환을 위한 구매를 주로 하고, 본인 이외의 가족들은 기념일의 선물이나 가족행사 시 주로 구매하는 것으로 나타났다.

뉴실버세대 여성의 의류구매 시 평균 구입비에 대한 분석 결과는 〈Table 3〉과 같다. 응답자는 본인을 위해서는 5만 원에서 10만 원 사이 36.3%, 10만 원에서 30만 원 사이 34.8%, 5만 원 이하가 23.9%, 50만 원 이상 8%, 30만 원에서 50만 원 5.3% 순서로 나타났다. 배우자를 위해서는 5만 원 이하와 5만

원에서 10만 원 사이가 24.8%, 10만 원에서 30만 원 사이 20.4%, 30만 원에서 50만 원 8.0%, 50만 원 이상 1.8%의 순서로 나타났다. 자녀를 위해서는 5만 원에서 10만 원 사이가 23.0%, 10만 원에서 30만 원 사이 22.1%, 5만 원 이하 21.2%, 30만 원에서 50만 원 4.4%, 50만 원 이상 4.4%의 순서로 나타났다. 손주를 위해서는 5만 원 이하 18.6%, 10만 원에서 30만 원 사이 16.8%, 5만 원에서 10만 원 사이가 13.3%, 30만 원에서 50만 원 2.7%, 50만 원 이상 0.9%의 순서로 나타났다. 특히, 50만 원 이상의 고가 구매는 가족보다는 본인 스스로를 위해 사용하는 것을 나타냈다.

### 3. Preference of fiber and material texture

섬유의 종류에 따른 뉴실버세대 여성이 선호하는 정도를 5점 척도에 의해 측정하였으며, 그 결과는 〈Table 4〉와 같다. 측정결과 합성섬유는 3.2, 천연섬유와 합성섬유의 혼방섬유는 2.61, 천연섬유는 2.3으로 나타났다.

〈Table 3〉 Purchasing price of apparel

n(%)

	Own	Partner	Children	Grandchildren
Not to do	2( 1.8)	23(20.4)	28(24.8)	54(47.8)
~50,000	27(23.9)	<b>28(24.8)</b>	24(21.2)	<b>21(18.6)</b>
50,000~100,000	<b>41(36.3)</b>	<b>28(24.8)</b>	<b>26(23.0)</b>	15(13.3)
100,000~300,000	<b>28(24.8)</b>	23(20.4)	<b>25(22.1)</b>	<b>19(16.8)</b>
300,000~500,000	6( 5.3)	9( 8.0)	5( 4.4)	3( 2.7)
500,000~	<b>9( 8.0)</b>	2( 1.8)	5( 4.4)	1( .9)
Total	113(100.0)			

〈Table 4〉 Preference of fiber

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Synthetic fiber	3.20	.80
Blend fiber	2.61	.87
Natural fiber	2.30	1.00

〈Table 5〉는 선호하는 소재의 재질감에 대한 어휘 16개에 대해 각각의 선호도를 측정할 결과이다. 선호도가 높은 재질감은 목직하다 3.84, 까슬까슬하다 3.82, 뽀뽀하다 3.75, 부피감이 있다 3.45, 광택이 있다 3.24로 나타났으며, 그 다음으로 촉촉하다 2.66, 폭신하다 2.63, 튼튼하다 2.58, 매끄럽다 2.53, 보송보송하다 2.42, 유연하다 2.39, 따뜻하다 2.35, 부드럽다 2.24, 가볍다 2.15 순서로 나타났다.

섬유의 기능에 대한 뉴실버세대 여성의 선호도 측정 결과는 〈Table 6〉과 같다. 선호도가 높게 나타난 기능은 비타민 3.33, 황토 3.25, 향기 3.11의 순서로 높게 나타났으며, 그 다음으로 항균방취 2.91, UV 차단 2.77, 투습발수 2.61, 정전기 2.53, 흡수속건 2.5, 신축성 2.33, 경량성 2.18, 보온성 2.17의 순서로 나타났다.

## V. Conclusion

〈Table 5〉 Preference of material-texture

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Heavy	3.84	1.21
Rough	3.82	1.17
Stiff	3.75	1.06
Bulk	3.45	.93
Lustrous	3.24	.93
Fineness	2.66	1.03
Fleecy	2.63	.97
Hard	2.58	1.13
Smooth	2.53	.97
Crispy	2.42	1.01
Flexible	2.39	.98
Warm	2.35	1.10
Soft	2.24	1.08
Light	2.15	1.06

〈Table 6〉 Preference of function

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Vitamin	3.33	1.10
Red clay	3.25	1.10
Aromaticity	3.11	.99
Antibacterial, deodorant	2.91	1.06
UV cut	2.77	.99
Water repellent and vapor	2.61	.89
Antistatic	2.53	.98
Absorption and quick dry	2.50	.97
Stretch	2.33	1.16
Lightness	2.18	1.16
Heating	2.17	1.10

본 연구의 목적은 뉴실버 여성 115명을 대상으로 섬유선호도와 선호 이미지, 선호하는 소재의 재질감과 선호하는 기능에 대해 조사하였으며, 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상자들은 주택의 자가 비율이 81.4%, 소득수준 500만 원 이상이 29.2%로 나타났으며, 학력은 대학교 졸업 이상이 54.9%로 나타나 소득과 자산이 안정적인 고학력자의 뉴실버세대로 나타났다.

둘째, 뉴실버세대 여성의 의류구매행동 패턴을 살펴보면, 본인과 배우자, 자녀와 손주를 위한 의류구매는 계절이 바뀔 때 가장 많이 구매하는 것으로 나타났다. 그 다음으로, 본인을 위해서는 가족행사나 기분 전환을 위해 의류를 구매하며, 가족들을 위해서는 기념일 선물용이나 가족행사시에 주로 구매하는 것으로 나타났다.

셋째, 뉴실버세대 여성의 의류구매 시 평균 구입비는 본인을 위해서는 5만 원에서 10만 원 사이와 10만 원에서 30만 원 사이에서 구매가 많은 것으로 나타났다. 가족을 위해서는 주로 5~10만 원, 10~30만 원 사이에서 주로 많이 구매하였다. 50만 원 이상의 고가의 구매는 가족보다는 본인 스스로를 위해 사용하는 것을 나타냈다.

넷째, 뉴실버세대 여성이 가장 선호하는 섬유의 종류는 합성섬유였으며, 선호하는 소재의 재질감은 목직하다, 까슬까슬하다, 뽀뽀하다, 부피감이 있다,

광택이 있다는 순서로 나타났으며, 가장 선호하는 기능성 섬유는 비타민, 황토, 방향성의 순서로 많이 나타났다.

이상의 연구 결과로부터 뉴실버세대 여성은 건강에 도움을 주는 다양한 기능을 가지는 합성섬유를 선호하며, 무게와 부피감이 있는 재질감의 소재를 선호하고, 계절이 변할 때 의류의 구매하며 자신을 위해 가장 고액을 소비하는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 그 대상이 한정적이었기에 그 결과가 제한적이다. 따라서 향후 뉴실버 여성의 다양한 의생활에 대한 조건하에 후속연구가 이루어져야 할 것이다. 본 연구 결과로 뉴실버세대 여성의 의류생산과 시장 마케팅에 많은 도움이 될 것으로 기대한다.

## References

- Chung, I. H. (2001). The study on desired image and fabric preference of woman college student for apparel. *The Research Journal of the Costume Culture*, 9(4), 629-638.
- Chung, I. H. (2002). The analysis of fabric impact and consumer's preference for fabric on clothing purchase. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(1), 83-94.
- Chung, Y. J., & Hwang, C. S. (2012). Children's wear purchasing behavior by retired women and the missy group with a view to their shopping orientation. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(1), 84-98. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.1.84
- Kim, C. H., & Park, J. O. (2012). A qualitative study on the pursued-image of clothes for new elderly women. *Journal of Digital Design*, 12(4), 329-341.
- Na, Y. J., & Kim, H. W. (2012). Sensibility preference of eco-friendly fabric products and trust reliability. *Fashion & Textile Research Journal*, 14(3), 430-437. doi:10.5805/KSCI.2012.14.3.430
- New silver. (n.d.). In *Maeil economy terminology dictionary*. Retrieved January, 7, 2016, from [http://dic.mk.co.kr/menuNew2006/desc.php?dic\\_key=3460](http://dic.mk.co.kr/menuNew2006/desc.php?dic_key=3460)
- Oh, M. J., Jung, J. C., & Lee, M. H. (2012). Review of the research trend analysis on the silver consumer and further research direction suggestions. *Korean Business Review*, 5(3), 103-119.
- Seo, M. N., & Koo, Y. S. (2014). A study on recognition and preference of healthy and functional textile according to psychological comfort of the silver generation. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(5), 811-821. doi:10.5805/SFTI.2014.16.5.811
- Suh, J. H. (2011). Characteristic of new silver generation's color preference. *Journal of Korea Design Forum*, 31, 97-106.
- The Korea Chamber of Commerce and Industry. (2015, September 23). 실버산업에 대한 기업의 대응실태와 시사점 연구 [Study on the environmental strategies and implication of the silver industry]. Retrieved January, 7, 2016, from [http://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ\\_NO\\_C010=20120930050&CHAM\\_CD=B001](http://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120930050&CHAM_CD=B001)
- Yeo, H. S., Kim, U. C., Kim, H. Y., & Kim, H. K. (2011). Comparison and analysis of silver generation and new silver generation's color image preference: Focusing on package design, color image. *Journal of Digital Design*, 11(2), 191-200.