

패션비즈니스 제28권 4호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 28,
No. 4:93-112, Sept. 2024
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2024.28.4.93](https://doi.org/10.12940/jfb.2024.28.4.93)

Corresponding author

Chilsoon Kim
Tel : +82-31-201-2935
Fax : +82-31-201-2935
E-mail : cskim@khu.ac.kr

MZ 세대 부모를 겨냥한 S/S 유아동복 텍스타일 디자인 개발 -여아복을 중심으로-

김해밀* · 김철순†

*경희대학교, 텍스타일·패션디자인학과, 석사

†경희대학교, 텍스타일·패션디자인학과, 교수

Development of Textile Design for S/S Children's Clothing Targeting MZ Generation Parents -Focusing on Girlswear-

Haemil Kim* · Chilsoon Kim†

*Student, Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University, Korea,

†Professor, Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University, Korea

Keywords

children's clothing,
textile design, color, pattern,
MZ generation
아동복, 텍스타일 디자인, 색채,
패턴, MZ 세대

Abstract

Despite a continuous decline in birth rate, children's clothing market is growing, driven by consumption trends of MZ generation parents who are willing to invest generously in their only child. Therefore, this study aimed to: 1) analyze changes in children's clothing market; 2) ascertain preferences and consumption patterns of MZ generation parents towards children's textile designs through surveys; and 3) develop textile designs targeting MZ generation parents based on these research findings. This study involved processes of literature review, market research, and design development. Survey results indicated that 'patterns and prints' were the most critical factor when purchasing children's clothing. The design process reflected survey and literature review findings, starting from idea conception to motif setting, pattern development, colorway, and simulation checks for final application suitability. Designs were executed using CAD programs centered around the main theme 'Enchanted Tea Party' and five sub-themes. This research was significant as it conducted surveys known to be challenging for corporations, thereby capturing the essence of MZ generation parents' preferences through the design process. This will provide essential information for establishing children's clothing design and marketing strategies, contributing to sustained growth of the market and enhancing the competitiveness of children's clothing brands.

본 논문은 석사학위 논문의 일부임

I. 서론

한국의 출산율이 꾸준히 저하되고 있지만 저출산 문제와 반대로 아동복 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 현재 부모가 된 유아동복 시장의 주소비자층인 MZ 세대 부모들은 한 명의 아이에게 적극적으로 투자하는 소비 패턴을 보이고 있다. 2023년 기준 국내 출산율이 0.72명으로 최저치를 기록하였으며 2024년의 합계출산율은 0.68명으로 예측되었다(Lee, 2024). 이는 저출산의 심각한 실태를 보여준다.

출산율 저하로 인해 아동의 수가 감소함에 따라 한 명의 자녀를 위해 부모와 양가 조부모를 포함한 주변 친척들과 지인들이 모두 주머니에서 돈을 꺼내는 ‘넌 포켓’ 시대가 도래하였으며, 이들을 ‘Very Important Baby’를 의미하는 ‘VIB’로 부르기도 한다. 이러한 ‘골드키즈’ 트렌드는 당분간 지속될 것으로 보여지며, 유아동복 시장은 새로운 소비자층인 MZ 세대의 특징에 초점을 맞추어 경쟁력을 강화해야 한다. 기성세대와 달리 MZ 세대는 새로운 것을 추구하고 개성을 중시하며 트렌드에 예민하다는 특징을 갖고 있기 때문에 소비자의 선호도와 취향에 대한 정확한 이해를 바탕으로 상품을 개발하고 마케팅 전략을 수립하는 것이 매우 중요하다.

특히, 유아동복의 경우 성인복과 달리 의복의 기능성과 안정성이 매우 중요하며, 이를 위한 소재의 품질이 강조된다. 안전기준이 엄격하기 때문에 다양한 부자재의 활용 및 디자인에 있어 많은 제약이 존재하기 때문에 유아동복 디자인에 있어 원단 선택은 성인복에서 보다 더욱 치명적인 영향을 준다. 대부분의 국내 유아동복 브랜드는 안전 수칙을 준수하고 있으나, 소재 선정에 있어 각 브랜드의 텍스타일 패턴은 유사한 흐름을 보였다. 다수의 브랜드들은 독창성 있고 차별화되는 텍스타일 보다는 대중적이고 흔히 사용되는 패턴을 즐겨 사용하며, 타 브랜드뿐만 아니라 각 브랜드의 이전 컬렉션과 유사하거나 동일한 패턴을 사용하는 경우도 있다. 따라서, 유아동복 시장은 MZ 세대 부모에 대한 이해를 바탕으로 MZ 세대 소비자를 겨냥한 디자인적 변화와 새로운 시도가 필요한 시점으로 사료되었다.

아동복에 대한 선행연구를 살펴보면 색채에 대한 연구(Lee, 2004; Kim, 2011; Lee, 2018), 아동복 브랜드의 변화에 대한 연구(Kim & Chun, 2022), 유아동복 텍스타일 패턴에 대한 연구(Kong, 2012; Jang & Park, 2014; Ahn & Jang, 2016; Ahn & Yi, 2017; Jeon, 2017) 등이 이루어졌다. 그러나, 유아동복 텍스타일 패턴에 대한 연구는 오래전에 이루어졌기 때문에 현재 변화된 시장 상황에 유의미하게

적용되기 어려운 것으로 판단되었다. 따라서, 본 연구는 위와 같은 선행연구와 아동복 시장의 트렌드 변화를 바탕으로, MZ 세대 부모를 겨냥한 텍스타일 디자인 개발의 필요성과 아동복 시장의 성장 가능성을 확인할 수 있었다.

따라서, 본 연구는 가파르게 성장 중인 유아동복 시장의 흐름과 특징을 이해하고, MZ 세대 부모의 취향과 소비패턴을 분석하여 이들의 디자인 선호도와 디자인 트렌드를 반영한 유아동복 텍스타일을 개발하고자 하였다. 특히, 유아동복 시장의 주 소비이자 잠재적 소비자인 MZ 세대의 유아동복 디자인 선호도와 소비 행동을 분석함으로써 시장성 있고 소비자에 즉각적으로 반응하는 디자인을 제안하는 데에 연구의 목적을 두었다. 이를 통해, 본 연구는 MZ 세대 부모들의 유아동복 텍스타일에 대한 선호도를 깊게 이해하고 이에 부응하는 S/S 시즌 텍스타일 디자인을 제안하여, 국내 유아동복 브랜드들의 경쟁력 강화와 유아동복 시장의 성장을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 유아동복에 대한 고찰

1) 유아동복의 정의

유아동복은 ‘유아복’과 ‘아동복’을 통칭하는 개념이다. 사전적으로, 유아복은 생후 만 1년 정도에 해당하는 유아기에 착용하는 옷, 출산 전, 배내옷과 함께 준비되는 의복(Baby’s Clothing, n.d.), 아동복은 출생 이후 아동기에 걸쳐 착용하는 의복(Children’s Clothing-1, n.d.) 또는 6-12세 어린이들의 옷으로 정의된 바 있다(Children’s Clothing-2, n.d.).

Table 1은 유아동복 시장에서 유아동의 성장 시기에 따른 분류 기준을 정리한 것이다. 유아동복 시장은 아동의 성장 시기에 따라 0-24개월 유아동을 위한 ‘영아(infant)’, 만 2-4세를 위한 ‘유아(toddler)’, 만 4-6세를 위한 ‘프리스쿨러(preschooler)’, 만 6-12세를 위한 ‘학령기 아동(kids)’ 시장으로 구분된다. 본 연구에서는 ‘유아’와 ‘프리스쿨러’ 시기에 해당하는 유아동복의 경우 유사한 텍스타일 디자인이 적용된다는 점을 고려하여, 유아동(infant to preschooler)을 0-6세로 조작적 정의하여, 해당 연령대(0-6세)에 착용하는 유아동복(infant to preschooler)의 텍스타일 디자인을 진행하였다.

2) 유아동복의 디자인적 특징

Jang(2014)은 해외 시장으로 관심을 돌리는 아동복 소비자

Table 1. Classification of Children's Clothing by Growth Stage

Growth Stages	Children's Clothing Market
0-24 months	Infant
2-4 years old	Toddler
4-6 years old	Preschooler
6-12 years old	Kids

들의 욕구를 충족시키기 위해서는 유아동복 또한 성인복과 같이 멋스럽고 세련된 디자인을 제공해야 한다고 제안하였다. Kong(2012)에 의하면, 유아동복에서는 시즌과 무관하게 솔리드 원단보다 패턴(문양)이 들어간 소재가 약 2배 정도 더 많이 사용된 것으로 나타났다고 하였다. 또한, 유채색이 무채색보다 많이 사용되었으며, 패턴의 종류로는 꽃문양이 가장 높은 비율을 차지하였고, 이어서 체크와 스트라이프, 물방울, 추상적 패턴, 캐릭터 패턴 순으로 활용되었다고 한다. 유아동복 디자인 요소 중 색채에 대한 연구가 가장 활발하게 진행되어 왔다.

Lee(2004)는 아동의 경우, 의복의 색상이 환경적, 심리적, 신체적, 정서적 영향을 줄 수 있기 때문에 색상을 선정할 시 다양한 요소를 검토해야 한다고 하였다. Lee and Kim(2011)에 의하면 착용자가 어릴수록 선명한 원색 계통의 색상이 선호되는 것에 비해 연령이 증가함에 따라 무채색 및 짙고 어두운 색이 선호되었고, 파스텔색에 대한 선호도는 연령대와 무관하게 높은 평균 점수를 기록했다고 하였다. 유아복에서의 무채색 활용에 대한 연구 결과에서 Kim(2012)은 '회색'에 대한 선호도가 이전보다 높아지고 있으며, 브랜드 방향을 정하는 데 있어 유채색과 무채색의 사용 비중을 적절히 조절하는 것이 중요하다고 하였다. 이와 같은 문헌 조사를 바탕으로 색채에 대한 높은 관심도와 심미성을 중시하는 현대 소비자의 니즈를 파악할 수 있었다.

2. 유아동복 소비 주체인 MZ 세대 부모

1) MZ 세대 부모의 개념

MZ 세대는 '밀레니얼 세대'(M세대)와 'Z 세대'를 통칭하는 용어로 1981-1996년에 태어난 'M세대'와 1997-2012년에 태어난 'Z세대'를 가리킨다(Kim, 2024). 따라서, 본 연구에서 정의하는 MZ 부모는 1980년부터 2004년 사이에 태어나 한 명 이상의 자녀를 둔 부모를 의미하며, 본 연구의 설

문 대상은 그 중 특히 여아를 둔 부모로 한정하였다.

2) 유아동복 소비행동에서 MZ 세대 부모의 중요성
 유아동을 가진 부모가 소비의 주체이므로 MZ 부모의 소비 패턴을 이해하는 것은 유아동복 디자인뿐만 아니라 마케팅 차원에서 매우 중요하다. MZ 부모들은 '디지털 세대'로써 SNS를 비롯한 다양한 매체 사용에 능하고 이를 바탕으로 자유로운 사고를 지니고 있다는 점이다(Jeong, 2022). 또한 그들은 아이를 위해서는 무엇이든 최선을 제공해주고 싶다는 심리를 기반으로 아낌없는 투자를 하고 경향을 보인다 한다. 명품 브랜드를 비롯한 고가의 유아 프리미엄 브랜드들이 급성장하고 있는 것은 이런 부모들의 심리를 최대한 소비로 이끌려는 마케팅 전략의 차원이다(Choi, 2024).

2023년 진행된 한국섬유산업연합회의 설문조사 결과에 따르면, 아동복 구매자의 59.1%가 2030 세대로 나타났다고 한다. 이러한 현상을 고찰하여 볼 때 패션 트렌드에 민감한 MZ 세대의 자녀들을 위한 소비 심리 파악은 매우 중요한 것으로 보여지며, 그들의 소비 심리는 과시적인 인정욕구를 만족시키기 위한 것이 내포될 수 있다. Kim and Choi(2016)는 '과시적 키즈 패션'을 럭셔리 브랜드의 아동복을 통해 부모가 사회적 지위를 부각하고자 하는 욕구를 나타내는 용어라고 설명하였고, 이는 미디어 영향뿐만 아니라 저출산과 경제 성장에 따른 자녀 투자 비용 증가로 인한 현상이라고 하였다. 이와 같은 과시적인 부모들의 욕구 외에도 선행연구(Shin, Noh, Kim, & Koh, 2012)에 의하면 유아동복을 구매하는 데에 있어, 이들의 고급 소비 형태에는 실사용자인 자녀뿐만 아니라, 소비주체자인 부모 자신을 위한 요소도 상당 부분 내포되어 있음을 확인할 수 있었다고 한다. 따라서 본 연구에서는 이러한 소비의 주체인 부모들의 유아동복 구매에 관한 정보를 파악하여 그들이 만족할 만한 디자인을 창출하고자 한다.

3. S/S 유아복 브랜드의 텍스타일 패턴 트렌드 고찰

본 연구는 유아복 브랜드의 최근 3년 매출 순위를 참고하여 총 5개의 브랜드(밍크뮤, 블루독베이비, 에프와, 압소바, 타르티네쇼콜라)를 선정하였고, 그들이 사용하고 있는 텍스타일 패턴을 고찰하여 Table 2에 제시하였다(Jeong, 2024). 본 연구에서는 S/S 시즌을 겨냥한 유아동복 텍스타일 디자인 개발을 목적으로 하였기 때문에, 각 브랜드의 2024 S/S 시즌 컬렉션에서 사용된 패턴을 ‘스트라이프’, ‘체크’, ‘동물’, ‘과일’, ‘채소’, ‘플로럴’, ‘그래픽’, ‘인공물’로 분류하여 분석하였다.

위의 표에서 보여지는 바와 같이, 5개 브랜드 모두 밝은 컬러가 주를 이루었으며, 남아의 경우 블루, 그린의 색이 많이 사용되었고, 여아의 경우, 핑크, 레드, 옐로우 계열이 가장 높

은 비율로 나타났다. 남녀 공통으로 사용되는 색은 오렌지, 퍼플과 무채색 계열 등이 있었으나, 무채색 원단은 이너웨어, 홈웨어 등에 단순한 모티프 및 포인트 그래픽과 함께 주로 사용되었으며, 이 외에는 특별한 날을 위한 드레스 등에도 적용되었으나, 밝은 유채색에 비해서는 현저히 낮은 사용률을 보여주었다. 스트라이프, 동물, 인공물은 남아 의복에서 더 많이 찾아볼 수 있었고 이에 비해 플로럴과 과일 패턴은 여아복에서 더 많이 사용되었음을 알 수 있었다. 특히, 문양 표현기법의 경우, ‘프린트’ 기법이 가장 많이 활용되었다.

체크 패턴은 여아와 남아에 모두 활발하게 적용되었으며, 검정 체크와 마드라스 체크 패턴이 가장 많이 사용되는 것으로 관찰되었다. 체크 패턴의 경우, 나염과 선염이 고루 활용되었으며, 선염으로 짜여진 원단 위에 새로운 모티프를 프

Table 2. Textile Patterns Featured in 2024 S/S Children's Wear Brands

Brand	Textile Pattern
Bluedog	 <p>Figure 1. Bluedog Textile Pattern (https://looxloo.com)</p>
Ettoi	 <p>Figure 2. Ettoi 24 Textile Pattern (https://www.agabangmall.com)</p>
Minkmui	 <p>Figure 3. Minkmui Textile Pattern (https://looxloo.com)</p>
Absorba	 <p>Figure 4. Absorba Textile Pattern (https://m.happylandmall.com)</p>
Tartine et Chocolat	 <p>Figure 5. Tartine et Chocolat Textile Pattern (http://www.chocolatbaby.com/)</p>

린트하는 등 여러 기법이 함께 접목되어 활용되는 것을 확인할 수 있었다. 가장 반복적으로 등장한 과일은 체리, 레몬, 사과로 선명하고 화사한 컬러감과 더불어 귀엽고 둥근 모양으로 인해 선호되는 것으로 사료된다. 체리 꼭지를 리본으로 표현하거나, 사과를 캐리커화 시키거나, 체크, 스트라이프와 같은 패턴 혹은 다양한 색감의 과일을 함께 조합하여 사용하는 등의 다양한 시도를 볼 수 있었다. 또한 로고를 활용한 패턴과 십이지신 띠를 활용한 패턴도 다수 보여졌다. 2024년의 경우, 용의 해를 맞아 용을 모티프로 한 패턴이 주를 이루었다. 성인복과 비교하였을 때, 모티프뿐만 아니라 체크와 스트라이프 패턴도 섬세하고 작은 패턴으로 구성된 것을 확인할 수 있었다.

각 브랜드별 특징으로는 ‘블루독’의 경우, 브랜드의 시그니처 모티프인 강아지를 적극적으로 사용했으며, ‘포인핸드’와 같은 유기 동물 보호소와의 콜라보를 진행하기도 하였다. ‘에프와’는 은은한 컬러감과 시그니처 로고 ‘말’ 모티프가 주로 활용하였고, 용의 해를 맞아 MZ 세대 인기 캐릭터 ‘우주먼지’와 콜로보 제품을 출시하였다. ‘밍크뮤’는 파스텔 톤과 은은하게 톤다운 된 컬러가 특징적이었으며, ‘압소바’의 경우 다양한 동물과 이색적인 페이지리 패턴을 사용하기도 하였다. 마지막으로, ‘타티네쇼콜라’는 톤다운 된 컬러감과 더불어 다수의 무지 텍스타일, 그리고 섬세한 선의 활용이 특징으로 나타났다. 이와 같이 브랜드별 출시되고 있는 유아동복 텍스타일 패턴은 지오메트릭 패턴을 기본적으로 모두 사용하고 있었고 특별한 과일, 동물, 꽃, 식물 등으로 브랜드별 패턴의 차별화를 하고 있음을 알 수 있었다.

4. 유아동복 시장 동향

최근 유아동복 시장 동향을 살펴보면 2023년 키즈 매장 매출은 롯데백화점 기준, 약 10% 정도 성장하였다고 한다 (Park, 2024). 한국섬유산업연합회에 의하면, 2022년 기준, 동기간 내 7.5% 성장한 전체 패션 시장에 비해 국내 아동복 시장 규모는 전년 대비 16.8% 성장하며, 1조648억원을 달성하였다. 이는 가속화되는 저출산 현상과 대비되는 아동복 시장의 가파른 성장률을 뚜렷하게 보여준다. 특히, 선행 연구에 의하면 명품 아동복 매출 신장이 확인하였음을 알 수 있었다(Choi, 2022; Heo 2022). 이는 패션업계 소비 주축인 ‘MZ 세대’가 ‘부모’ 세대가 되면서 고가 아동복과 패밀리로에 대한 수요도 늘어나고 있음을 시사하며, 업계 동향에서도 많은 브랜드들이 패밀리룩을 출시하거나 명품 브랜드들이 키즈 라인을 확장하고 있음을 알 수 있었다.

III. 연구 방법

본 연구는 선행연구와 문헌조사, 마켓 리서치, 설문조사를 토대로 한 텍스타일 디자인 개발 작업 순으로 진행되었다. 문헌 조사를 통해 유아동복에 사용되는 모티프와 패턴의 디자인적 특징을 탐색하고, 각 디자인 요소의 중요성에 대해 알아보았다. 또한, 국내 주요 유아동복 브랜드의 텍스타일 디자인 트렌드와 최신 동향을 분석하여 마켓 리서치를 시행하였다. 본 연구를 위한 설문조사는 MZ 세대 부모 중 1981-2005년생 여성을 대상으로 진행되었다.

설문 문항은 응답자의 인구 통계학적 문항, 유아동복 구매행동 관련 문항, 유아동복 디자인 및 텍스타일 패턴 선호도에 대한 문항으로 구성되었다. 설문조사지 구성에 앞서 설문지법으로 파악하기 힘든 세부적인 사항에 대하여 더욱 구체적인 응답을 도출할 수 있도록, MZ세대 부모를 중심으로 간단한 심층 면접(in-depth interview)을 진행하였다. 이를 통해 이들이 선호하는 브랜드, 구매 패턴, 선호하는 텍스타일 디자인에 대해 알아보았고, 해당 결과는 설문지 구성 시 참고자료로 활용되었다.

설문조사는 2024년 5월 9일-2024년 5월 13일 기간동안 온라인 서베이(카카오톡, 네이버 카페, 당근 마켓, 인스타그램)를 통하여 진행되었다. 설문지의 양식은 구글 양식을 사용하였고, MZ 세대 부모인 20대-40대 여성을 대상으로 진행되었다. 총 응답자는 163명이었으나, 불성실한 응답을 제외한 162명의 데이터만을 사용하였다. 본 설문조사의 결과를 분석하기 위해 SPSS 28.0 프로그램을 활용하여 빈도분석과 기술통계를 시행하였다.

마켓 리서치 결과와 문헌 조사 내용을 바탕으로 MZ 세대 부모를 겨냥한 텍스타일 디자인을 개발하기 위한 아이디어를 도출하고, 주제를 선정 후 무드보드 및 이미지맵 구성하였다. 이를 토대로 모티프를 발굴하고 패턴을 전개한 후 엔드 유즈 맵핑을 통해 상품으로써의 적용 방안을 제시하여 여아를 타겟으로 한 유아동복 텍스타일 디자인을 총 5개의 콘셉트로 전개하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 마켓 리서치 결과 분석

1) 인구통계적 특성

본 연구에서는 설문조사 대상자 162명에 대한 인구통계적 정보를 Table 3에 제시하였다.

Table 3. Demographic Profiles (n = 162)

Variables	Classification	Frequency (n)	Percentage (%)
Marital Status	Single	0	0
	Married	162	100
Age	20-29	25	15.4
	30-39	93	57.4
	40-44	44	27.2
Residence	Seoul	70	43.2
	Gyeong-gi	86	53.1
	Not specified	6	3.7
Occupation	University and Graduate Students	1	0.6
	Self-employed	29	17.9
	Office Workers	42	25.9
	Professionals	11	6.8
	Homemaker	64	39.5
	Others	15	9.3
Total		162	100%

Table 4. Purchase Criteria When Purchasing Infants to Kids Wear

Criteria	Mean	S.D.
Pattern Type	3.59	0.078
Color	3.49	0.092
Design and Style	3.48	0.093
Size	3.23	0.113
Harmony as Matching Family Outfits	3.16	0.104
Price	3.15	0.115
Purchaser's Preference	3.14	0.114
Brand Awareness	3.02	0.107
Subsidiary Materials	3.02	0.108
Comfort	2.99	0.111
Material Quality	2.99	0.114
Sewing Quality	2.98	0.110

본 연구의 1차 데이터 수집에 참여한 연구 대상자는 총 162명으로 20-40대의 기혼 여성이었다. 연구 참여자의 연령대는 20-29세가 15.4%, 30-39세가 57.4%, 40-44세가 27.2%로 나타났으며, 거주지는 서울 70명(43.2%), 경기권 86명(53.1%), 기타 지역 6명(3.7%)로 나타났다. 직업은 전업주부가 64명(39.5%)으로 가장 많았으며, 직장인 42명

(25.9%), 자영업 29명(17.9%), 기타 15명(9.3%), 전문직 11명(6.8%), 대학생 1명(0.6%) 순으로 확인되었다.

2) 유아동복 구매기준

Table 4는 유아동복 구매기준에 관하여 응답자들에게 유아동복을 구매할 시 고려하는 요인별 중요도를 1-5점 리커트

척도로 측정된 결과를 분석하여 제시한 것이다. 총 10개의 항목 중에서 '문양 및 패턴'(평균 3.59)이 가장 중요시되는 것으로 나타났고 그다음으로 '색상'(3.49), '디자인과 스타일'(평균 3.48)이 뒤를 이었다. 즉 시각적인 요소에 소비자들이 매력을 느끼는 것으로 해석되며, 가격이나 브랜드 등의 중요도는 시각적 요소보다 낮게 응답 되었고, '착용감'(2.99), '소재의 품질'(2.99), '바느질 상태'(2.98) 등의 중요도는 매우 저조하게 평가되었다.

3) 유아동복 선호 이미지와 디자인 선호도 분석

(1) 유아동복 선호 이미지

유아동복 디자인에 대한 다양한 요소를 선다형 문항, 5점리커트 척도 문항, 선택 기술형 문항을 사용하여 측정하였다. 유아동복 이미지를 총 6개의 항목(귀여운/발랄한, 화려한, 클래식한, 단정한, 독특한/개성 있는, 트렌디한)으로 분류하였고 이를 5점 리커트 척도로 측정된 평균값을 Figure

6의 감성축에 표시하였다. '트렌디한', '개성 있는', '귀여운'에 대한 선호도가 각각 3.75, 3.7, 3.57로 가장 높은 수치로 집계되었다. 이에 비해 '화려한' 이미지에 대한 선호도가 2.48로 가장 낮은 것으로 나타났다. 이를 통해 아이답게 귀엽고 발랄한 이미지와 더불어 개성을 잘 표현할 수 있는 유니크한 디자인에 대한 선호도가 높음을 확인할 수 있었다. 특히, 유행에 민감한 MZ 세대 부모답게 트렌디하고 개성 있는 유아동복 디자인을 선호한다는 것이 주목할 만한 특징으로 판단되었다.

(2) 유아동복 구매 시 고려하는 디자인 요소

디자인 요소를 디테일, 색상, 소재, 패턴(문양) 등으로 분류하여 소비자가 가장 중요시하는 요소가 무엇인지 알아본 결과는 Table 5와 같다.

패턴(문양)에 대한 선호도가 61명(37.7%)으로 가장 높게 집계되었으며, 색상이 48명(29.6%), 소재가 33명(20.4%), 디테일이 16명(9.9%), 기타 그 외 요소가 4명(2.5%) 순으로

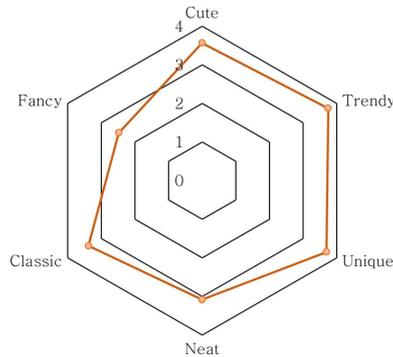


Figure 6. Preferred Images in Children's Clothing (drawn by author)

Table 5. Most Considered Design Elements When Purchasing Infants to Kids Wear (n = 162)

Factors	Frequency	Percentage (%)
Pattern	61	37.7
Color	48	29.6
Material	33	20.4
Details	16	9.9
Others	4	2.5
Total	162	100%

나타났다. 이는 소비자가 유아동복 디자인을 판단하는 데에 있어 패턴과 색상이 굉장히 중요한 요소로 작용함을 제안한다. 즉, 본 연구는 MZ 세대 부모를 겨냥한 텍스타일 디자인 개발의 필요성을 재확인할 수 있었을 뿐만 아니라, 이를 진행하는 과정에 있어 색상과 소재가 중요한 요인임을 알 수 있었다.

(3) 유아동복 텍스타일 패턴 선호도

Table 6은 텍스타일 패턴 유형을 ‘무지/단색’, ‘로고를 활용한 패턴’, ‘기하학(물방울, 스트라이프, 체크)’, ‘꽃(플로럴)’, ‘동물’, ‘과일’, ‘레터링’, ‘만화 캐릭터’ 등으로 세부적으로 제시하여 MZ 세대 부모가 가장 선호하는 모티프를 조사한 결과이다.

가장 높은 선호도를 보인 패턴은 물방울, 스트라이프, 체크 패턴(문양) 등을 포함한 ‘기하학’ 패턴(문양)으로 21.6%의 응답자가 선택하였다. 이를 통해 단순하면서도 율동감이 있고 코디하기 쉬운 패턴(문양)을 선호한다는 점을 유추할

수 있었다. 이어서, ‘무지/단색’이 30명(18.5%)으로 높은 선호도를 보였다. 단, 해당 결과는 ‘무지/단색’에 대한 총합 빈도를 나타내는 수치로 다른 패턴 항목들에 대한 수치를 모두 합산하였을 시, 패턴(문양)이 있는 유아동복 텍스타일에 대한 선호도가 압도적으로 높다는 것을 알 수 있다. 이어서, 자연적 요소를 활용한 패턴(문양)인 과일(21명, 13.0%), 꽃(17명, 10.5%), 동물(19명, 11.7%) 등이 높은 선호도를 나타냈다. 이와 같은 자연적 요소들은 귀여운 이미지를 강조할 뿐만 아니라, 다양한 스토리텔링이 가능하고 주위에서 쉽게 찾아볼 수 있는 요소들로 아이들의 호기심과 흥미를 자극한다는 장점이 있는 것으로 파악된다. 레터링을 활용한 패턴(문양) 역시 17명(10.5%)으로 준수한 선호도를 기록했다. 이에 비해 만화 캐릭터(13명, 8.0%)와 로고를 활용한 패턴(10명, 6.2%)은 비교적 낮은 수치를 보였다.

(4) 유아동복 문양 표현기법 선호도

Table 7은 가장 선호하는 유아동복 문양 표현기법을 정리한

Table 6. Preferred Textile Pattern Types in Infants to Kids Wear (n = 162)

Patterns	Frequency	Percentage (%)
Geometric (polka dots, stripes, checks)	35	21.6
Plain / Solid Colors	30	18.5
Fruits	21	13.0
Animals	19	11.7
Lettering	17	10.5
Floral	17	10.5
Cartoon Characters	13	8.0
Logo Patterns	10	6.2
Total	162	100%

Table 7. Pattern Expression Technique Preferences of Infants to Kids Wear (n = 162)

Techniques	Frequency	Percentage (%)
Printing	115	71
Craft-like Embroidery, Applique, etc.	42	25.9
Beads Embellishments	4	2.5
Doll Embellishments	1	0.6
Others	0	0
Total	162	100%

것으로, 과반수 이상의 응답자가 프린트(115명, 71%) 방법을 선택하였다. 이어서, 공예적인 자수, 어플리케(42명, 25.9%), 비즈 장식(4명, 2.5%), 인형 장식(1명, 0.6%) 순으로 나타났다.

특히, ‘프린트’는 가장 일반적이고 다양한 디자인 표현이 가능하다는 것이 그 장점이다. ‘공예적인 자수, 어플리케’를 활용한 기법은 고급스러운 분위기와 세밀한 디테일 표현에 적합하기 때문에 럭셔리 유아동복 시장을 겨냥한 프리미엄 라인이나 특별한 날을 위한 스페셜한 스타일에 활용될 시 좋은 효과를 보일 것으로 사료된다. 이에 비해 ‘인형 장식’과 ‘비즈 장식’은 대중적인 선호도가 낮을 뿐만 아니라, 활용성이 떨어지는 편인 기법으로 명확한 타겟 시장 혹은 스페셜 콜렉션, 시즌 제품 등에 사용하기 적합한 기법으로 판단된다. 따라서, 이와 같은 조사 결과를 참고하여, 본 연구는 ‘프린트’에 적합한 텍스타일 디자인을 개발하고자 하였다.

(5) 선호하는 유아동복 컬러톤과 배색

Table 8은 MZ 세대 부모가 선호하는 유아동복 컬러톤에

대한 선호도 조사 결과를 정리한 것이다. 50%의 응답자가 선택한 연한 파스텔 컬러가 가장 선호하는 컬러톤으로 나타났다. 이어서 무채색(16.7%), 선명한 원색(15.4%), 툰다운된 컬러(15.4%), 짙고 어두운 색(2.5%) 순으로 집계되었다. 파스텔 컬러가 가장 선호되는 현상은 부드럽고 따뜻한 이미지를 선호하는 소비자의 취향을 반영하는 것으로 보여진다. 연한 파스텔 컬러에 대한 선호도가 압도적인 비율을 차지하였고, 가장 낮은 선호도를 보인 컬러톤은 ‘짙고 어두운 색’이다. 이는 밝은 분위기가 선호되는 유아동복 시장의 특성을 반영한 것으로 예측된다.

Table 9는 MZ 세대 부모가 선호하는 배색을 표로 나타낸 것으로, ‘컬러 톤의 조합(Tone-on Tone)’이 가장 선호되는 배색으로 집계되었다. 유아동복 컬러 배색에 대한 선호도는 ‘컬러 톤의 조합’(43.8%)이 가장 높았고 이어서, ‘단색’(29.0%), ‘유사한 색상의 조합’(21.6%), ‘반대되는 보색 조합’(9%) 순으로 나타났다. ‘컬러 톤의 조합’은 톤온톤 배색으로 조화롭고 통일감 있는 이미지를 제공하기 때문에 ‘연한 파스텔 컬러’의 색감에 대한 선호도가 가장 높게 집계

Table 8. Color Tone Preferences of Infants to Kids Wear (n = 162)

Description	Frequency	Percentage (%)
Bright/Primary Colors	25	15.4
Soft Pastel Colors	81	50.0
Toned-down Colors	25	15.4
Dark and Deep Colors	4	2.5
Achromatic Colors	27	16.7
Total	162	100%

Table 9. Color Harmony Preferences of Infants to Kids Wear (n = 162)

Description	Frequency	Percentage (%)
Analogous	35	21.6
Complementary	9	5.6
Tone-on Tone	71	43.8
Solid Color	47	29.0
Others	0	0
Total	162	100%

Table 10. Pattern Density Preferences of Infants to Kids Wear (n = 162)

Description	Frequency	Percentage (%)
High density with closely spaced patterns	46	28.4
Moderately spaced distribution	58	35.8
Widely spaced distribution with much visible background	56	34.6
Others	2	1.2
Total	162	100%

된 응답자들의 취향과 유사한 경향성을 보인다. ‘보색’은 응답자들이 가장 선호하지 않는 배색으로 독특하고 개성있는 감성을 전달할 수 있지만, 강렬하고 대조적인 특성으로 인해 눈에 띄는 효과를 주기 때문에 과하고 부담스럽게 느껴질 수 있다는 한계점이 있으리라 예상된다.

(6) 유아동복 텍스타일 패턴 밀도 선호도

유아동복 패턴 밀도(density)에 대한 선호도 조사 결과를 Table 10과 같이 정리하였고, 패턴 밀도에 대한 선호도는 골고루 분포된 편인 것으로 집계되었다.

분석 결과, ‘서로 조금 떨어져 드문드문 분포된 배치’(58명, 35.8%)에 대한 선호도가 가장 높았으나, 이는 ‘소재가 바닥이 많이 보일 정도로 간격이 넓게 분포된 배치’(56명, 34.6%), ‘자잘하고 밀도가 높아 간격이 좁은 배치’(46명, 28.4%) 등과 유의미한 수치 차이를 보이지 않았다. 이를 통해 패턴 밀도에 대한 선호도는 패턴의 종류와 같은 다른 요소들에 영향을 받을 것임을 예상할 수 있었고, 유아동복 디자인 평가에 있어 중대한 요인으로 작용하지 않음을 알 수 있었다. 특히, ‘서로 조금 떨어져 드문드문 분포된 배치’와 같은 ‘중간’ 정도의 밀도를 나타내는 항목에 대한 선호도가 가장 높은 비율로 집계된 것으로 보아 깔끔하고 조화롭게 보이도록 적당한 공간이 확보된 패턴 배치가 가장 이상적으로 보임을 확인할 수 있었다. 즉, 시각적인 균형을 유지하는 것이 패턴 밀도를 결정하는 데에 있어 중요한 요인으로 작용하는 것으로 판단되었다.

2. 텍스타일 디자인 작품 개발 과정 및 결과물

1) 텍스타일 디자인 의도 및 제작과정

설문조사를 통한 마켓 리서치 결과에 따르면 디자인 요소의 선호도에 있어 ‘패턴(문양)’이 가장 중요한 것으로 나타났으며 텍스타일 문양 표현 기법 중에서는 프린트에 대한 선호

도가 71%로 가장 높았다. 또한, 연한 파스텔 컬러가 가장 선호되는 것으로 집계되었다. 이를 바탕으로 ‘프린트’ 기법에 적절한 S/S 시즌 여아용 텍스타일 디자인 작품을 제작하기 위해 디자인 트렌드와 MZ 세대의 취향에 대한 문헌조사를 진행하였다. FirstView의 트렌드 리포트에 의하면 주목할 만한 패션 및 스타일 키워드로는 ‘Over Bowed’, ‘Crochet Essential’, ‘Dot Print’, ‘Old check’, ‘Truly Lovely’ 등이 있었다. ‘코케트 코어(Coquette-Core)’는 ‘Y2K’ 스타일과 ‘발레코어(Ballet-Core)’ 이후 떠오르는 스타일로 리본, 레이스, 하늘하늘한 소재를 활용해 표현한 여성스러운 스타일이 그 특징이다. ‘코케트 코어’는 현재 MZ 세대들에게 주목받고 있는 요소들을 다방면으로 내포하고 있는 스타일로 보여질 뿐만 아니라, 소녀스러운 분위기가 강조되는 스타일이기 때문에 여아복에 적합한 스타일임과 동시에 가장 선호하는 유아동복 이미지에 대한 설문 결과에서 가장 높은 응답률을 기록한 ‘트렌디한’, ‘독특한/개성 있는’, ‘귀여운/발랄한’에 수요를 가장 적절하게 반영할 수 있는 스타일로 판단되었기에, 이를 바탕으로 ‘Enchanted Tea Party’라는 메인테마를 추출하였다.

‘Enchanted Tea Party’는 클래식하고 소녀적인 요소들을 현대적인 감각으로 귀엽게 재해석한 콘셉트이다. 티파티(tea party)의 우아함과 로맨틱함을 강조함과 동시에 여아복에 적합한 사랑스럽고 귀여운 분위기를 가미한 디자인을 전개하고자 하였다. Figure 7은 해당 콘셉트에 대한 무드보드로 아름다운 정원에서 펼쳐지는 티파티를 리본, 케이크, 피크닉 바구니, 사탕, 디저트, 꽃과 함께 배치하여 나타낸 것이다. 신비로운 분위기를 연출하기 위하여 화사한 꽃과 우아한 파스텔 톤이 조화롭게 어우러지도록 하였고, 전체적으로 따뜻하고 포근한 색감이 특징적이다. 특히, 소프트한 파스텔 톤과 리본 등을 활용하여 마치 동화 속의 티파티처럼 사랑스럽고 소녀스러운 무드를 강조하고자 하였다. 이를 바탕으로



Figure 7. Main Theme Mood Board
(drawn by author)

추출된 총 5개의 콘셉트는 ‘Heartfelt Stitches’, ‘Mystic Bloom’, ‘Cherry Delight’, ‘Purrfect Ribbons’, ‘Candy Polka Dreams’이다. 본 연구는 텍스타일 디자인 개발을 위해 Procreate 프로그램과 Adobe Illustrator를 사용했으며, TexPro와 Adobe Photoshop 프로그램을 활용하여 스케치 및 맵핑 작업을 병행하였다.

2) 작품 및 해설

(1) 텍스타일 디자인 작품 1

텍스타일 디자인 1은 ‘Heartfelt Stitches’라는 주제를 중심으로 Table 12와 같이 진행되었다. ‘Heartfelt Stitches’는 공예 활동이 주목받고 있는 트렌드로부터 착안한 콘셉트로 공예적인 느낌을 강조하고, 니트의 따뜻한 감성을 담아내고자 톤온톤 조합의 컬러로 이루어진 텍스타일 디자인이다. ‘하트’ 형태의 스티치로 이루어진 패턴을 사용하여 니트 텍스처를 표현한 것이 작품 1의 특징이다. 이를 통해 아이들의 순수하고 사랑스러운 감정을 표현하고자 하였다. 특히, 반복적인 하트 패턴은 코켓코어에 어울리는 러블리한 분위기를 조성해준다. 텍스타일 디자인 1에는 핑크 계열의 컬러가 메인 컬러로 사용되었고 화이트 컬러를 포인트 컬러로 함께 활용하였다. 이와 같이 밝은 톤의 색상을 활용하여 아이들의 활기찬 분위기를 표현하였고, 컬러웨이 구성은 핑크, 옐로우, 퍼플, 블루 계열의 색상으로 전개되었다. 컬러웨이는 여아복에 가장 많이 사용되는 핑크, 옐로우, 퍼플 뿐만 아니라 블루를 포함함으로써 전통적 여아복이 아닌 중성적인 이미지를 선호하는 소비자의 니즈를 고려하였다.

디자인 1은 블록 리피트(block repeat)를 활용하여 스티치와 문양이 돋보일 수 있는 깔끔한 구조로 구성되었다. 자잘

한 하트 형태의 스티치로 이루어진 디테일이 풍부한 디자인이지만, 톤온톤 조합의 색상을 적용하여 과하지 않고 조화로운 분위기를 자아내었다. 맵핑 작업을 통해 디자인 1을 아동복과 유아용품에 적용하여 귀엽고 발랄한 분위기를 연출하였다. 특히, 텍스처가 있는 유아용 담요에 디자인 1을 맵핑함으로써 니트의 질감을 강조하였다.

(2) 텍스타일 디자인 작품 2

‘Cherry Delight’라는 콘셉트의 텍스타일 디자인 2는 Table 12에 정리된 것과 같이 전개되었다. 레트로 체크 트렌드와 ‘귀여운’ 이미지 및 과일 패턴에 대한 높은 수요를 확인할 수 있었던 마켓 리서치 결과를 반영하여 고전적인 레트로 스타일을 현대적인 감성과 결합한 콘셉트를 제안하였다. 시장조사를 통해 체리, 딸기와 같은 패턴이 유아동복의 과일 텍스타일 모티프로 가장 많이 활용되는 것을 확인할 수 있었다. 하지만, 독특하고 개성 있는 디자인을 추구하는 MZ 세대 부모의 취향을 반영하여 이를 일반적인 ‘체리’의 형태가 아닌 체리 꼭지가 리본으로 표현된 디자인을 제안하였다. 이를 통해 코켓코어의 무드를 조성하고, 스케치한 느낌에 대한 선호도를 참고하여 러프한 스케치 느낌을 표현하였다. 텍스타일 디자인 작품 2에는 화이트, 블루와 핑크 계열의 색상이 조화롭게 사용되었다. 피크닉 매트에서 착안된 블록 리피트 형태의 레트로 체크 패턴은 위와 같은 파스텔 컬러 베이스와 포인트 컬러로 구성되어 경쾌한 무드를 전달하며, 체리 모티프와 리본 디테일은 러블리한 느낌과 더불어 작품에 생기를 불어넣어 준다. 특히, 스케치 스타일의 체리 모티프는 유니크한 매력을 강조하고 부드러운 파스텔 톤의 체크 패턴은 따뜻한 봄날의 피크닉을 연상시킨다.

완성된 디자인을 활용하여 총 3개의 컬러웨이를 제작하였

Table 11. Textile Design 1

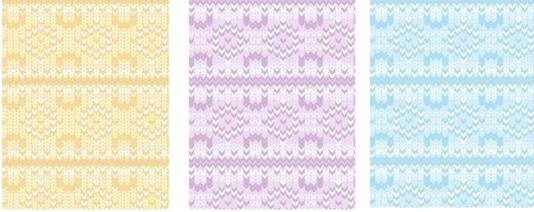
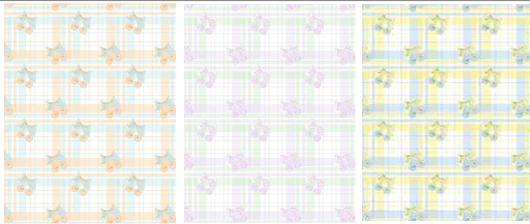
Concept 1: Heartfelt Stitches		
Main Design		
		
(drawn by author)		
Color Chips		
		
(drawn by author)		
Motif		
		
(drawn by author)		
Colorway		
		
(drawn by author)		
Mapping		
		
(drawn by author)		

Table 12. *Textile Design 2*

Concept 2: Heartfelt Stitches	
Main Design	
	
(drawn by author)	
Color Chips	
	
(drawn by author)	
Motif	
	
(drawn by author)	
Colorway	
	
(drawn by author)	
Mapping	
	
(drawn by author)	

고, 사랑스럽고 포근한 파스텔 컬러를 사용하여 귀엽고 발랄한 분위기를 강조하였다. 3D 맵핑을 통해 텍스타일 디자인 2에 대한 애플리케이션을 위와 같이 제안하였다. 이를 통해 해당 디자인이 유아동복 의류 뿐만 아니라 슬리핑백과 같은 육아용품에 다양하게 적용될 수 있는 방안을 제시하였다.

(3) 텍스타일 디자인 작품 3

텍스타일 디자인 3은 Table 13에 보여지듯 'Mystic Bloom'이라는 콘셉트를 바탕으로 기획되었다. 'Mystic Bloom'은 수선화 꽃을 모티프로 사용하여 수선화와 리본을 조화롭게 배열하여 전개된 디자인이다. '수선화'는 '자기 사랑'과 '신비'라는 꽃말은 지닌 꽃으로 신비한 매력을 가진 꽃과 우아한 리본을 조합하여 마법 같은 아이들의 상상력을 자극하고 자존감에 대한 메시지를 전달하고자 하였다.

텍스타일 디자인 작품 3은 깔끔한 아우트라인으로 이루어진 부드러운 파스텔 톤의 꽃과 리본으로 구성되었으며, 심플하고 선명한 모티프의 조화를 통해 세련된 분위기를 자아낸다. '성별 차이가 분명한' 디자인에 대한 응답은 긍정적이었으나, 심층 면접을 통해 과한 공주풍의 옷을 선호하지 않는다, 중성적인 이미지를 선호한다는 의견을 확인할 수도 있었다. 또한, 설문 결과 역시 '성별 차이가 분명하지 않은' 중성적인 이미지를 선호하는 소비자층도 있음을 제안하였다. 이러한 조사 결과와 '독특하고 개성 있는 디자인'을 추구하는 MZ 세대 부모의 취향을 참고하여 기존의 여아복의 플로럴 패턴에서 가장 많이 사용되는 레드, 핑크, 퍼플, 옐로우가 아닌 '그린'을 메인컬러로 사용하였다. 이를 통해 나르시스꽃의 신비한 매력을 더욱 강조하였고 클래식한 무드의 자연 친화적이고 싱그러운 패턴을 개발하였다.

해당 작품은 은은한 컬러감이 특징이며, 원단 낭비를 최소화하기 위해 올오버(all over) 형태의 패턴으로 전개하였다. 더욱 다양한 소비자의 취향을 겨냥할 수 있도록 텍스타일 디자인 3을 활용하여 퍼플, 코랄, 블루 계통의 컬러웨이를 제안하였다. 패밀리룩이 성장하고 있는 트렌드를 고려하여 해당 디자인이 여아복 뿐만 아니라 여성복에도 적합하다는 점을 보여주기 위해 이에 대한 맵핑 결과물을 함께 같이 제시하였다.

(4) 텍스타일 디자인 작품 4

Table 14는 텍스타일 디자인 4의 콘셉트 'Purrfect Ribbons'를 중심으로 개발된 텍스타일 디자인 결과물과 컬러칩, 컬러웨이, 맵핑 이미지를 정리한 것이다. 작품 4는 고양이와 리본을 메인 모티프로 설정하여 전개되었다.

'Purrfect'는 '완벽한'을 의미하는 'perfect'와 고양이의 울음소리를 나타내는 'purr'의 합성어로 고양이의 매력적이고

사랑스러운 특징을 강조하는 표현이다. 'Purrfect Ribbons'는 MZ 세대의 반려동물에 대한 사랑과 동물과의 교감에 대한 관심도 증가를 배경으로 고안된 콘셉트로 스케치한 느낌의 러프한 스트라이프 패턴에 리본을 접목시키고 고양이로 포인트를 준 디자인이 특징이다. 화이트 컬러와 핑크를 조화롭게 사용하여 사랑스러운 분위기를 연출하였다.

설문조사 결과, 일직선 형태의 스트라이프 패턴이 가장 많이 사용되었으나, 본 연구자는 러프한 핸드 스케치의 특징을 살려 더욱 자연스럽고 독특한 스트라이프 패턴으로 리본을 표현하였다. 친근한 반려동물인 고양이 모티프를 활용해서 마치 동화 속 한 장면처럼 편안하고 따뜻한 분위기와 더불어 고양이가 주는 심리적 안정감과 편안함을 전달하고자 하였다. 스케치한 느낌의 리본 형태의 스트라이프 패턴은 자칫 딱딱해 보일 수 있는 스트라이프 패턴을 간결하고 깔끔하되 전체적으로 조화롭게 다른 요소들과 어우러질 수 있도록 해주었다. 특히 귀여운 고양이 모티프는 장난스럽고 발랄한 이미지를 연출해주며, 리본 모티프는 코믹 코어의 감성을 살려 러블리한 분위기를 더해준다.

마켓 리서치에 의하면, 무채색에 대한 선호도가 무채색보다 높게 집계되었으나 심층 면접과 설문 결과를 통해 무채색에 대한 수요도 확인할 수 있었다. 따라서, 작품 4의 컬러웨이로 톤다운 된 무채색 계통의 디자인을 그린과 옐로우 컬러웨이와 함께 제시하였다. 이는 더욱 폭넓은 소비자 니즈를 반영하기 위한 것으로 더 많은 MZ 세대 부모의 시선을 사로잡을 수 있을 것으로 사료된다. 텍스타일 디자인 4를 여아동복과 더불어 핸드폰 케이스와 같은 테크 제품에 적용하여 해당 디자인이 MZ 세대 부모가 자녀와 매칭룩을 연출하는 데에 적합한지 판단할 수 있도록 하였다.

(5) 텍스타일 디자인 작품 5

Table 15는 텍스타일 디자인 5의 콘셉트 'Candy Polka Dreams'에 대한 텍스타일 디자인 결과물과 컬러칩, 컬러웨이, 맵핑 이미지를 표로 나타낸 것이다. 텍스타일 디자인 작품 5는 파스텔 톤을 중심으로 티파티의 달콤한 캔디를 형상화한 유니크한 감성의 폴카도트 변형 패턴이다. 러프한 질감과 소프트한 색감의 조화를 통해 사랑 특유의 독특하고 고유한 텍스처를 표현하였다. 'Candy Polka Dreams'를 통해 동화 속 티파티에서의 꿈 같은 달콤한 경험을 전달하고자 하였다.

'물방울, 스트라이프, 체크' 패턴은 높은 선호도를 보인 텍스타일 문양 중 하나로 이를 새롭게 재해석하여 달달한 디저트의 색감을 응용한 폴카도트 패턴을 제안하였다. 이는 독특하고 개성있는 디자인을 추구하는 MZ 세대 부모의 수요

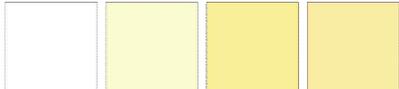
Table 13. Textile Design 3

Concept 3: Mystic Bloom	
Main Design	
	
(drawn by author)	
Color Chips	
	
(drawn by author)	
Motif	
	
(drawn by author)	
Colorway	
	
(drawn by author)	
Mapping	
	
(drawn by author)	

Table 14. Textile Design 4

Concept 4: Purrfect Ribbons	
Main Design	
	
(drawn by author)	
Color Chips	
	
(drawn by author)	
Motif	
	
(drawn by author)	
Colorway	
	
(drawn by author)	
Mapping	
	
(drawn by author)	

Table 15. Textile Design 5

Concept 5: Candy Polka Dreams	
Main Design	
	
(drawn by author)	
Color Chips	
	
(drawn by author)	
Motif	
	
(drawn by author)	
Colorway	
	
(drawn by author)	
Mapping	
	
(drawn by author)	

를 반영한 것이다. 작품 5는 톤온톤 배색으로 전개된 것이며, 옐로우 계통의 컬러에 포인트가 되는 화이트 컬러를 사용하여 모티프에 입체감과 생기를 더해주었다. 또한, 은은한 색감의 배경과 비교적 채도가 높은 바다 컬러를 고루 활용하여, 총 3개의 컬러웨이를 제안하였다. 이를 통해 더욱 다양한 소비자 취향을 반영할 수 있도록 하였다.

또한, 디자인 5는 기본적인 형태의 심플한 디자인으로 다양한 제품군에 적용될 수 있다는 것이 장점이다. 맵핑 프로세스를 통해 디자인 5를 유아동복과 더불어 집구류와 같은 다양한 패브릭 제품에 활용하여 인테리어 소품으로 사용될 수 있는 방안을 함께 제안하였다.

V. 결론

본 연구는 저출산 현상에도 불구하고 MZ 세대 부모의 자녀에 대한 높은 관심과 투자로 인해 지속적으로 성장하고 있는 아동복 시장을 타깃으로 하여, 특히 여아를 중심으로 한 텍스타일 디자인을 진행하였다. 아동복 시장이 성장하고 있는 것에 비해 MZ 세대 부모의 취향을 반영한 최근 연구는 미미하였다. 따라서, MZ 세대 부모를 겨냥한 유아동복 텍스타일 디자인 개발이 필요하다고 판단되었다. 본 연구는 MZ 세대를 부모를 대상으로 마켓 리서치와 문헌 조사를 진행한 후, 'Enchanted Tea Party'라는 메인 테마를 추출하여 이들의 취향을 고려한 여아용 텍스타일 디자인을 개발하였다. 해당 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 마켓 리서치 결과에 의하면 MZ 세대 부모는 유아동복 구매 시, 문양 및 패턴, 색상과 같은 디자인 요소를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이들이 시각적 요소를 중요시한다는 점에서, 유아동복 브랜드는 디자인의 독창성을 강화하고 트렌드를 따라가는 디자인을 제공해야 한다. 이를 통해 소비자의 시각적 취향을 만족시키고 차별화된 디자인을 제공함으로써 시장에서의 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 선호하는 유아동복 패턴(문양)은 '기하학', '무지', '과일', '동물', '체크', '플로럴', '레터링', '기하학', '만화 캐릭터', '로고 활용 패턴' 순으로 나타났으며 가장 선호하는 색채 요소는 '톤온톤 조합' 배색과 '연한 파스텔 컬러'의 컬러톤인 것으로 확인되었다. 이에 비해 짙고 어두운색의 컬러톤과 보색 조합의 배색에 대한 선호도는 매우 낮았다. 특히, 문양 표현기법의 경우 프린트 기법에 대한 선호도가 70% 이상으로 압도적으로 높은 수치를 기록하였다. 이는 유아동복 시장에서 자연적이고 소프트한 이미지가 선호되는 경향

을 보여주며, 밝고 부드러운 색상을 중심으로 디자인을 전개한다면 소비자의 취향을 더욱 적절히 반영할 수 있을 것임을 나타낸다.

셋째, 마켓 리서치와 문헌 조사 결과를 반영하여 'Enchanted Tea Party'라는 메인테마를 추출하여 귀엽고 사랑스러운 무드의 유아동복 텍스타일 디자인을 개발하였다. 디자인 결과물은 총 5개의 서브 테마인 'Heartfelt Stitches', 'Cherry Delight', 'Mystic Bloom', 'Purrfect Ribbons', 'Candy Polka Dreams'로 구성되었으며, 각 작품에 대해 3개의 컬러웨이와 맵핑 결과물을 함께 제시하였다. 이를 통해 아이들의 상상력과 감성을 자극하는 독창적이고 개성 있는 디자인을 제공하고자 하였으며, 심미적 즐거움을 제공함으로써 제품을 차별화하고 디자인적 재미를 선사하고자 하였다.

본 연구는 MZ 세대 여성만을 설문 대상으로 마켓 리서치를 진행한 것으로, 남성 소비자의 경우 다른 선호도를 보일 수 있다는 점에서 모든 MZ 세대 부모에게 일반화하여 적용하기에는 한계가 있다. 특히, 유아동복 구매 시 의사결정을 하는 주체가 누구인지에 대한 소비자 심리 분석과 경향성이 심층적으로 파악된다면 더욱 체계적인 연구가 가능할 것으로 판단된다. 따라서, 설문 대상자를 더욱 세분화한 기초 조사를 바탕으로 MZ 세대 부모들의 유아동복 텍스타일 디자인에 대한 선호도와 유아동복 소비 행동에 대해 분석할 수 있는 후속 연구의 필요성이 제기된다.

또한, 본 연구의 텍스타일 디자인 개발은 여아를 중심으로 진행되었기에 MZ 세대 부모의 취향을 반영한 남아용 텍스타일 디자인 개발에 대한 후속 연구는 MZ 세대 부모를 겨냥한 유아동복 텍스타일 디자인 개발에 있어 더욱 풍부한 학술적 가치와 산업적 의미를 가진 자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다. 본 연구가 MZ 세대 부모의 유아동복 패턴(문양) 선호도와 이들을 겨냥한 텍스타일 디자인 개발을 위한 자료로 사용될 수 있기를 기대한다.

References

- Absorba Textile Patterns. (n.d.). [Photograph]. *Absorba*. Retrieved May 24, 2024, from <https://m.happylandmall.com/category/absorba/50/>
- Ahn, M., & Jang, A. (2016). Development of children's wear and textile pattern design using Jeju-Hyojaemunjado: Focused on <Chi>characters. *Journal of Korea Design Forum*, (53), 127-142. doi:10.21326/ksdt.2016..53.011

- Ahn, S., & Yi, E. (2017). A study on textile design for infant and children's clothes with the motive of Jeju natural resource persimmon. *Journal of the Costume Culture Association*, 25(6), 741-756.
- Baby's Clothing. (n.d.). *Doopedia*. Retrieved March 17, 2024, from <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1132594&cid=40942&categoryId=32084>
- BlueDog Textile Patterns. (n.d.). [Photograph]. *BlueDog*. Retrieved May 24, 2024, from https://looxloo.com/brand/main.html?brand_name_en=BLUEDOG
- Children's Clothing-1. (n.d.). *Encykorea*. Retrieved March 17, 2024, from <https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0079833>
- Children's Clothing-2. (n.d.) *Doopedia*. Retrieved March 17, 2024, from https://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000754593
- Choi, A. (2022, November 6). 아동복 100만원 시대... '명품 패밀리룩' 즐기는 MZ부모 [Children's Clothing at 1 Million Won... 'Luxury Family Look' Enjoyed by MZ Parents]. *MK*. Retrieved April 5, 2024, from <https://www.mk.co.kr/news/business/10517552>
- Choi, G. (2024, February 13). 저출산에도 '명품 유아용품' 고성장...MZ부모 "우리 아이 몽클레어, 펜디 키즈, 베이비 디올쯤은 입혀야" [Despite Low Birth Rates, 'Luxury Baby Products' Grow Rapidly... MZ Parents Say "Our Child Should Wear Moncler, Fendi Kids, Baby Dior"]. *Sports Seoul*. Retrieved March 29, 2024, from <https://www.sportsseoul.com/news/read/1398571?ref=naver>
- Ettoi Textile Patterns. (n.d.). [Photograph]. *Ettoi*. Retrieved May 24, 2024, from <https://www.agabangmall.com/main>
- Heo, M. (2022, September 2). '큰손' MZ세대 부모에...출산율 최저에도 아동복 시장은 쑥쑥 [Despite Lowest Birth Rate, Children's Clothing Market Continues to Grow Thanks to 'Big Spenders' MZ Generation Parents]. *Asiae*. Retrieved April 17, 2024, from <https://www.asiae.co.kr/article/2022090114245070455>
- Jang, K., & Park, E. (2014). Textile design for children applying Korean prehistoric petroglyphs: Focused on figures and faces. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(2), 135-149. doi:10.7233/jksc.2014.64.2.135
- Jang, Y. (2014). *A study on the children's clothing using aesthetic characteristics of Baroque Era: Focusing on the Toddler from 3 to 5 years* (Unpublished master's thesis). Kookmin University, Seoul, Korea.
- Jeon, H. (2017). A study on design development in children underwear applying textile pattern. *Journal of the Korean Society of Knit Design*, 15(3), 85-94.
- Jeong, M. (2024, March 13). 백화점 유아복, 점포별 매출 격차 심화 [Department Store Children's Clothing, Sales Gap Widens by Store]. *APN*. Retrieved May 3, 2024, from https://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=210252
- Jeong, Y. (2022, September 21). "20살 이상 차이난데 우리가 같은 세대라고?" M과 Z 구분법 [There's More Than a 20-Year Age Gap, but Are We in the Same Generation?] How to Distinguish Between M and Z]. *Kyunghyang*. Retrieved May 5, 2024, from <https://www.khan.co.kr/economy/economy-general/article/202209211133001>
- Kim, H. (2012). *A study on the practical use of achromatic colors for toddler's wear* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Seoul, Korea.
- Kim, H., & Choi, H. (2016). A study on characteristics and intrinsic meaning of conspicuous kids fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(7), 1-16. doi:10.7233/jksc.2016.66.7.001
- Kim, K., & Chun, J. (2022). The changes in Korean children's clothing brands: From 1990 to 2019. *The Korean Fashion and Textile Research Journal*, 24(1), 108-116. doi:10.5805/SFTI.2022.24.1.108
- Kim, S. (2024, April 17). "인류 역사상 가장 부유한 Z세대, 오래 못 간다?" ["Will the Wealthiest Generation Z in Human History Not Last Long?"]. *MK*. Retrieved September 12, 2024, from <https://www.mk.co.kr/news/world/10993275>
- Kong, M. (2012). The design characteristics of modern children's clothes: Focus on children's clothes for girls from the 2006S/S-2010S/S collections. *Fashion & Textile Research Journal*, 14(3), 347-362. doi:10.5805/KSCI.2012.14.3.347

- Lee, H. (2018). The colors and color arrangements of traditional children's costumes after later Joseon dynasty. *Journal of Asian Ethno-Forms*, 19, 31-52.
- Lee, H. (2024, March 30). 합계출산율 1.2명 이탈리아 인구 위기... 한국은 0.72명 [Total Fertility Rate of 1.2 in Italy Causes Population Crisis... Korea's is 0.72]. *Joongang*. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.joongang.co.kr/article/25239039>
- Lee, J. (2004). The study of the psychological influence of colors on children: Focusing on the color for children's clothes. *2004 Multi Therapy Conference* (pp. 37-47). Seoul: Multi Therapy Society
- Lee, J., & Kim, M. (2011). Evaluation criteria and image-tone preference of infant and children's wear according to buyer's value. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(9), 1060-1068. doi:10.5850/JKSCT.2011.35.9.1060
- Minkmui Textile Patterns. (n.d.). [Photograph]. *Minkmui*. Retrieved May 24, 2024, from https://m.looxloo.com/brand/main.html?brand_name_en=minkmui
- Park, H. (2024, March 26). 저출생에도 '골드키즈' 잘 나가네...프리미엄 아동복 시장 '쑥' [Despite Low Birth Rates, 'Gold Kid' are Booming... Premium Children's Clothing Market Thrives]. *MK*. Retrieved April 5, 2024, from <https://www.mk.co.kr/news/business/10974612>
- Shin, Y., Noh, J., Kim, J., & Koh, A. (2012). A qualitative study on infant clothing consumption of gold-mom. *Journal of Consumer Studies*, 23(2), 23-44.
- Tartine et Chocolat Textile Patterns. (n.d.). [Photograph]. *Tartine et Chocolat*. Retrieved May 24, 2024, from <https://smartstore.naver.com/tartineetchocolat/category/7ac7db78d09943e4a4302bf0dec45230?cp=1>

Received (August 12, 2024)

Revised (September 09, 2024)

Accepted (September 20, 2024)