

# 의류제품에 대한 소비자 평가에 관한 연구

—백화점의 여성복 P.B. 제품을 중심으로—

이승희\* · 임숙자

이화여자 대학교 의류직물학과

'90년대 들어 우리나라의 유통산업은 유통환경 요인의 변화에 의하여 급속도로 성장이 진전되고 있으며, 유통구조 또한 커다란 변혁을 맞이하고 있다. 특히 '96년 유통시장개방으로 국내 유통업체는 무한경쟁 시장구조에 직면하게 되었고 시장이 경쟁구조로 전환됨에 따라 유통노하우 없이는 경쟁력을 유지하기가 어렵게 되었다.

의류유통산업 역시 유통개방으로 인해 기존 유통업체나 기존 국내브랜드의 타격이 우려되고 라이센스 브랜드와 수입브랜드의 확산에 따른 해외브랜드 및 상품의 국내시장 잠식의 우려도 증대되고 있다

최근 국내 의류유통시장의 동향은 재래시장 유통비중이 줄어들고 백화점이나 전문점, 대리점 비중이 높아지고 있는 실정이며, 이중 유통업 성장의 주역으로서 우리나라 소매업에서 큰 비중을 차지하고 있는 백화점은 상품별 매출구성에서 의류가 총매출의 42.7%를 차지하고 있고 의류제품의 유통형태중 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

따라서 백화점은 국내 의류 유통시장의 중추적 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있고, 이러한 견지에서 볼 때 국내 의류 유통산업이 성장하기 위해서는 백화점이 성장하여야 하고 백화점이 유통시장 개방에 대응하고 지속적으로 성장하기 위해서는 제품개발에 대한 노하우가 필요하며, 백화점의 노하우 축적을 위해서는 백화점의 독자적인 제품, 즉 P.B. (Private Brand) 제품을 개발하여야 한다. P.B. 제품개발은 백화점이 직접 기획, 생산, 판매에 이르기까지 전 공정에 참여하므로 중간마진을 제거할수 있을 뿐 아니라, 판매정보를 직접 제품개발에 반영하여 소비자 욕구에 부응하는 제품을 개발할 수 있다. 따라서 P.B. 제품개발은 향후 성숙된 시장구조에서 백화점이 성숙, 발전할 수 있는 최대 관건이고, 그 중요성은 더욱 크다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 P.B. 별로 의류제품에 대한 소비자의 평가를 파악하고, P.B. 제품 구매집단의 P.B. 제품 평가를 분석하며, 백화점 P.B. 제품과 백화점내 해외브랜드 제품에 대한 소비자의 평가를 비교 분석하여 백화점의 P.B. 제품개발에 실질적인 자료를 제공하고자 하는데 목적이 있다.

본 연구는 설문지법을 사용하였고, 연구대상은 서울시내를 비롯한 경기지역에 거주하는 20세 이상의 여성으로서 백화점의 여성복 P.B. 제품을 구매하여 착용해 본 경험이 있는 여성과 백화점내 해외브랜드 제품을 구매하여 착용해 본 경험이 있는 여성을 대상으로 하였다.

백화점의 여성복 P.B. 제품을 구매하여 착용해 본 경험이 있는 여성을 대상으로 하는 조사

는 본 연구에서 선정한 백화점의 P.B. 매장에서 실시하였고, 백화점내 해외 브랜드 제품을 구매하여 착용해 본 경험이 있는 여성은 연령과 취업 여부를 고려하여 편의 추출하였다.

대상백화점 선정은 서울시내 백화점중 P.B. 여성의류를 보유하고 있는 2개 백화점을 선정하였고, 이중 매출액을 고려하여 4개 점, 신세계백화점 본점과 영등포점, 롯데백화점 본점과 잠실점을 최종 선정하였다.

조사대상 브랜드는 신세계 백화점의 트리나티, 피코크로알, 샤페이, 트리아나, 바니테일러, 아이비하우스, 롯데백화점의 위드윈, 벨로즈, 오프망 엘레강스, 오프망 레포르츠 등이다.

자료수집은 1997년 3월 17일부터 3월 31일 사이에 걸쳐 수집되었다. 총 700부의 설문지가 배부되었으며 회수되지 않은 것과 응답이 불성실한 것을 제외하고 612부가 분석자료로 사용되었다.

자료분석을 위하여 SAS 통계처리방법을 이용하였으며 빈도, 백분율, 평균, t-test를 실시하였다. 자료분석 결과는 다음과 같으며 특정 브랜드의 지칭을 지양하기 위하여 a브랜드, b브랜드, c브랜드로 기술하였다.

#### 1. P.B. 별 의류제품에 대한 소비자의 평가는 다음과 같다.

소재의 경우, i브랜드, a브랜드, j브랜드의 순으로 평가가 높게 나타났고, 바느질은 a브랜드, i브랜드, b브랜드의 순으로 평가가 높게 나타났으며, 어울림에 대한 평가는 e브랜드에 대한 평가가 가장 높게 나타나 e브랜드 제품이 상대적으로 외모나 체형과 잘 어울린다고 평가되고 있는 것을 알 수 있다. 또한 착용용도의 다양성은 a브랜드, e브랜드, b브랜드의 순으로, 다른 옷과 조화 가능성은 f브랜드, b브랜드, i브랜드의 순으로 평가가 높게 나타나, a브랜드 제품이 상대적으로 가장 다양하게 입을 수 있는 옷으로 평가되고 있고 f브랜드 제품이 상대적으로 다른 옷과 조화시켜 입기가 가장 쉬운 옷으로 평가되고 있음을 알 수 있다. 세탁 용이성에 대한 평가는 f브랜드 제품이 세탁이 용이하게 평가된 반면, e브랜드 제품이 상대적으로 세탁이 용이하지 않은 것으로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 활동성에 대한 평가는 i브랜드, c브랜드의 순으로 활동적인 옷으로 평가되었고 f브랜드 제품이 상대적으로 활동적이지 못한 옷으로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 유행성에 대한 평가는 i브랜드 제품이 상대적으로 유행을 앞서가는 옷으로 평가된 반면, g브랜드 제품이 유행을 타지 않는 옷으로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 가격은 a브랜드 제품이 상대적으로 가장 비싸다고 평가되었고, c브랜드 제품이 상대적으로 저렴한 가격으로 평가되고 있는 것으로 나타났다.

2. P.B. 제품 구매집단의 P.B. 제품에 대한 평가를 정장과 비정장으로 구분하여 살펴본 결과, 소재, 스타일, 어울림, 착용 용도의 다양성, 가격에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 소재의 경우 '새로운 옷감(신소재)이다'에서 정장이 상대적으로 높게 평가되어 정장 소재가 비정장 소재에 비해 신소재로 평가되고 있는 것을 알 수 있다.

스타일은 '압전한 스타일', '현대감각이 있는 고상한 스타일', '체형의 단점을 보완하는 스타일', '정장 스타일', '무난하고 평범한 스타일'에서 유의한 차이가 나타났는데, 다섯 변수 모두 정장이 높게 평가되어 정장이 비정장보다 압전하고 현대감각이 있는 고상한 스타일이며, 체형의 단점을 보완해 주는, 무난하고 평범한 스타일로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 또한

정장이 비정장보다 외모나 체형과 잘 어울리며 점잖은 자리에 적합한 옷으로 평가되었고, 가격은 정장이 비정장에 비해 비싸다고 평가되고 있는 것으로 나타났다.

3. P.B. 제품과 해외브랜드 제품에 대한 소비자의 평가를 비교한 결과 구매집단간 소재, 스타일, 바느질, 착용 용도의 다양성, 색상에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

소재평가의 경우 '옷감이 부드럽고 가볍다', '옷감이 고급스럽다', '보프라기가 생긴다', '옷감이 독특하다', '울이 된다', '질감이 좋다', '구김치리나 세탁이 용이한 옷감이다'에서 유의한 차이가 나타났는데 '구김치리나 세탁이 용이한 옷감이다'를 제외한 6개 변수 모두 해외브랜드 제품이 P.B. 제품보다 상대적으로 높게 평가되고 있는 것으로 나타났다. 스타일 평가는 P.B. 제품의 경우 '암전한 스타일'이라는 평가가 가장 높게 나타났고 해외브랜드 제품은 '편안한 스타일'이라는 평가가 가장 높게 나타났다.

P.B. 제품 구매집단과 해외브랜드 제품구매집단간에는 7개 변수에서 유의한 차이가 나타났는데, P.B. 제품은 상대적으로 '암전한 스타일', '정장스타일', '노숙한 스타일', '여성스럽고 드레시한 스타일'로 평가되고 있는 것으로 나타났고, 해외브랜드 제품은 상대적으로 '편안하고 심플하며 세련된 스타일'로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 바느질평가는 해외브랜드 제품이 P.B. 제품보다 바느질이 튼튼하고 깔끔하게 잘 되어 있는 것으로 평가되었고, 착용용도의 다양성은 P.B. 제품이 상대적으로 점잖은 자리에 적합한 옷으로 평가되고 있는 것으로 나타났다. 또한 색상평가에서는 P.B. 제품이 상대적으로 어둡고 탁한 색상으로 평가되었고, 해외브랜드 제품이 P.B. 제품보다 흔하지 않은 색상으로 평가되고 있는 것으로 나타났다.