

# 아파트 실내장식물 디자인 특성의 실태 및 선호에 관한 연구 I

—강동구 잠실지역 아파트를 중심으로—

Present and Preferred Design Characteristics of Major Interior  
Furnishings in the Gamsil Apartment Area of Gangdong-Ku  
—on the Focus of Sofa and Tea Table, Curtain, and Carpet—

연세대학교 가정대학 주생활학과  
조 교 수 이 연 숙  
연구조교 신 화 경

*Dept. of Housing and Interior Design, College of Home Economics,  
Yonsei University*

Assistant Prof.; **Yeun Sook Lee**  
Research Assistant; **Hwa Kyoung Shin**

<목 차>	
I. 서 론	III. 조사결과 및 논의
II. 연구방법	IV. 결 론

## <Abstract>

The purposes of this study were 1) to examine the present and the preferred design characteristics of major interior furnishings in the Gamsil apartment area of Gangdong-Ku and to investigate the relationship between those characteristics and residents' socioeconomic and their physical housing characteristics, 2) to determine the past and the future factor structures for attributes of the major furnishing, and 3) to examine the change between the degree of the past and the future consideration on each of the attributes.

The data for the study were collected using self-administered questionnaire. Households in Gamsil apartment area of Gangdong-Ku were the population. A proportional stratified systematic random sampling was employed. 480 questionnaires were distributed and 258 were collected. Among them, 231 were used for analysis. Data were coded and analyzed using computer with SAS (Statistical Analysis System) package. The statistics used were frequency, percentage,  $\chi^2$ -test, factor analysis, and paired t-test.

The most popular color, style, materials of furniture, curtain, and carpet for pre-

sent and future preference were identified. The relationship between the design characteristics and residents' socioeconomic and their physical housing characteristics were found.

The factor structures for attributes of furniture, curtain, and carpet which were and will be considered by consumers were identified respectively. The changes between the degree of the past and future consideration on each of the attributes were examined.

## I. 서 론

인간이 지상에 존재하기 위한 필수적인 공간인 주택은 농경생활에 의한 정착을 하면서부터 삶의 터전으로써 그 기능이 강화되어 인간정주문화의 기반이 되어왔다. 주생활공간인 주택은 거주인 개인의 프라이버시와 거주인 상호간의 사회화가 이루어지는 장소로서 생리적, 심리적 욕구가 성취될 수 있는 곳이 되어야 한다는 점에서 중요하게 인식되어 오고 있는 한편, 사회의 획일적인 면과 복잡함에서 탈피할 수 있는 유일한 안식처이자 창조적인 공간으로서의 역할이 점점 크게 부각되고 있다.

특히, 대량생산에서 오는 획일성은 점차 예민해져 가는 인간의 내면적 감정과 사회적 복잡함에 의해 새로운 질적 생활문제를 제기시키고 있다. 즉 산업사회의 발전이 초래한 도시로의 인구집중과 핵가족화 현상으로 인한 도시의 주택난 해결을 위해 1960년대부터 새로운 주택 양식인 아파트가 등장하여 최근 급격히 증가되고 있으며, 이런 아파트는 대량생산체제에서 불가피하게 수반되는 양산화와 규격화로 이루어지고 있어 공간의 개성을 점차 잃어가게 하고 있다는 것이다.

그러하여 획일적으로 계획·설계된 아파트에서 사는 거주인들은 균일하게 제공되어진 실내공간을 거주인 개성에 맞게 재창조하려고 노력하고 있으며 거주인 자신의 기호에 맞게 환경이 조정되길 바라고 있다<sup>1)</sup>. 또한 주택의 실내장식 역시 주택 그 자체와 마찬가지로 거주인의 면모를 상징해줌으로<sup>2)</sup> 거주인은 생활환경을 합리적이고 미적인 균형을 유지시킴으로써 즐거운 삶을 영위하기 위한 환경을 조성하기 위해 부단히 노력하게 된다. 따라서 인

간생활의 요구에 적합하고 완전한 주거공간으로 만들기 위해서는 물리적 구조체만으로서가 아닌 그 속의 인간생활의 쾌적성을 높이기 위해 건축공간과 연결해 주는 시설설비의 한 부분인 실내장식물을 필요로 하게 된다.

특히, 주생활공간 자체가 거주인이 많은 시간을 보내는 곳이기 때문에 그 공간을 위한 디자인과 실내장식물에 대한 관심이 증가하고 있다. 이와 더불어 실내장식물은 과거 어느 때보다 선택할 수 있는 시장의 폭이 넓어졌으며, 그 실내장식물의 디자인 요소 또한 다양해져 이에 대한 선택의 기회 증대는 소비자의 관심을 현실화시킬 수 있는 배경이 되고 있는 것이다. 또한 과거 시장성이 좁을 때는 소비자 특성과 실내장식물의 디자인 특성과의 연결성을 찾기 힘들었으나 시장성이 넓어졌다는 것은 실내장식물의 디자인 특성 선택이 소비자의 배경적 특성과 관련되어 일어날 수 있을 가능성을 제시해 주는 것이기도 하다.

아파트 실내장식물에 대한 기존의 연구를 살펴보면, 외국의 선행연구로는 가구유형에 대한 선호 연구<sup>3)</sup>와 거실을 장식하는 데 있어서의 색선호와 개인특성간의 상관관계를 규명하는 연구<sup>4)</sup>, 가구색채와 소비자의 기호에 대한 연구<sup>5)</sup> 및 가구에 사용되는 직물에 대한 선호와 개성간의 관련성을 규명하는 연구<sup>6)</sup> 등 소비자와 관련된 연구가 있었다. 국내의 연구로는 카페트 문양에 대한 연구<sup>7)</sup>와 한국 가정에서의 커튼 사용 실태 조사와 커튼의 차광, 차음, 단열에 대한 실험 연구<sup>8)</sup>, 커튼문양의 형태와 색 조사 연구<sup>9)</sup>, 커튼의 절연효과 및 커튼에 대한 소비자의 의식조사연구<sup>10)</sup> 및 가구선택에 영향을 미치는 가구 디자인의 조형적 요소에 대한 소비자 선호연구<sup>11)</sup> 등의 연구로 가구, 커튼, 카페

트 각각에 대한 사용실태 뿐 배경변인과의 관련성 규명을 포함한 아파트 실내장식 양상에 대한 포괄적인 연구가 거의 없는 상태이다.

따라서 본 연구는 아파트 거주자들이 획일화되어 가는 주거공간을 개성있게 재창조하려는 것과 더불어 실내장식물이 다양해져간다는 현시점에서 소비자, 즉 아파트 거주자의 관심이 증대되고 있는 실내장식 양상을 파악하여 한 시기 일정 지역의 실내장식 경향을 단편적으로 정의내림으로써 실내장식 부분에서 그 사회를 엿볼 수 있는 역사적인 실증자료로서 이용할 수 있고, 아울러 소비자의 배경변인과 관련하여 실내장식물의 디자인 특성과 선호를 파악함으로써 실내장식에 관련된 제품개발 및 생산을 위해 근거있게 이용할 수 있는 자료가 될 수 있다는데에 연구의 의의를 둔다.

## 1. 연구의 목적

본 연구의 목적은 아파트의 물리적인 구조체와 인간을 연결시켜주는 매개체 역할을 하는 실내장식물의 디자인 특성과 이들에 대한 선호를 파악하고 소비자 특성과의 관련성을 규명하는데 있다.

구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 현재 사용중인 실내장식물의 디자인 특성 실태와 이에 대한 선호를 파악하고 소비자 특성과의 관련성을 규명한다.
- 2) 실내장식물 선택시 과거와 미래의 구매요인이 되는 실내장식물의 속성들을 파악한다.
- 3) 실내장식물 선택시 고려할 수 있는 자 사항에 대한 과거와 미래의 고려정도 변화를 파악한다.

## 2. 용어정의

본 연구에서 사용되는 용어는 다음과 같이 정의한다.

### 1) 가구의 외관재

소파와 차탁자의 노출된 부분의 재료를 의미하며, 외관재 분류중 목재는 그 특성을 고려하여 일반 목재류와 등나무로 구분한다.

### 2) 유형

고전적 유형과 현대적 유형으로 분류하며, 가구는 그 형태 및 선의 특징을 그리고 커튼과 카펫

에서는 직물에 사용된 문양의 소재 및 선의 특징을 보았다. 고전적 유형이란 선과 장식의 특성이 근대 디자인 탄생 이전의 역사적 시대를 연상케하는 특성을 갖추고 있는 유형을 칭하며, 현대적 유형이란 20세기의 시대정신을 반영하는 깨끗하고 단순하며 추상성이 높은 디자인을 칭한다.

## 3. 연구의 범위 및 한계점

본 연구의 목적을 위해 다음과 같이 연구 범위를 제한하며 그 한계를 밝힌다.

1) 조사대상은 아파트의 실내장식 양상을 파악하기 위한 그 첫단계로 아파트 밀집지역이며 1983년도 아파트 건설공급 1위인 강동구 잠실지역 아파트 단지\*를 선정하였으며, 평수를 주요변인으로 보아 중류층 이상\*\*이며 소득수준이 어느 정도 안정되고 주거공간에 관심이 있는 층으로 생각되는 전용면적 25명 이상의 아파트로 국한한다.

2) 주거공간내에서 가족공동의 장소인 거실은 행위적으로는 가족의 사회화를 촉진시킴으로써 주거생활의 중심이 되고 현대주택을 거실중심의 주택이라고 할만큼 그 가치성과 이용율이 점차 증가되고 있으며<sup>12)</sup>, 특히 아파트의 경우 단독주택에 비해 거실중심의 생활이 더 많이 이루어지므로<sup>13)</sup> 본 연구에서는 생활의 중심이 되는 거실공간에 국한하여 실내장식 양상을 파악한다.

3) 실내장식물은 실용품이면서도 실내의 미를 구성하는 장식적 효과가 우수한 가구, 커튼, 카펫으로 국한하며, 가구는 현재 아파트 거실에서의 가구소유율 80% 이상을 차지하는<sup>14)</sup> 소파와 차탁자만을 포함한다.

4) 디자인 특성은 실내장식물의 여러 디자인 특성중 유형(문양), 재료(종류, 질감 등), 색으로 국한한다.

5) 커튼과 카펫의 문양조사시 그 분류는 조사자들에게 고전적인 소재에 기인한 문양이면 고전적 유형으로 그리고 역사적인 근원을 찾을 수 없는 것은 현대적인 유형으로 분류하도록 훈련시켰

\* 1983년 주택건설실적현황, 서울시청 주택기획과 자료

\*\* 이인희, 송종석, "소득계층별 도시주택의 수납공간에 관한 연구." 『대한건축학회지』, 19권 66호에서 중산층의 아파트일 경우 규모가 71.5m<sup>2</sup>(21.5명)으로 봄.

으나 이 분류기준으로 명확한 모든 유형의 예를 들어 설명하지 않았기에 조사자의 분류 능력에 따라 그 한계점을 지닌다.

6) 색채에 대한 조사는 색채이론에 근거한 명확한 계통을 세운 것이 아니라 단순히 조사대상자들이 소유하고 있는 색 및 선호하는 색과 가장 가깝다고 생각되는 것에 응답하게 한 것이므로 색에 대한 대략적인 경향만을 파악한다는 한계점을 지닌다.

## II. 연구방법

### 1. 도구작성

본 연구의 도구로 사용된 설문지는 선행연구와 관계문헌을 기초로 하여 ① 조사대상가구의 일반적 특성을 파악하기 위한 사회인구학적 배경과 물리적 환경배경, 구매특성 등의 일반사항과 ② 사용중인 가구, 커튼, 카펫의 디자인 특성에 대한 실패와 선호에 대한 문항, ③ 외국제품 사용에 대한 문항, ④ 현재의 실내 색채에 대한 만족도와 계절인지도, 실내장식에 대한 관심도 및 ⑤ 5단계 리커트 척도로 된 가구, 커튼, 카펫 선택시 과거와 미래의 고려사항에 대한 문항 등 총 59문항으로 구성하였다.

본 설문지는 예비조사를 통해 리커트 척도로 된 문항에 관해 신뢰도를 측정하고( $r=.78$ )\* 교수 및 연구조교를 대상으로 내용타당성을 검토받아, 예비조사에 사용된 설문지를 수정, 보완하여 본조사에 사용하였다.

### 2. 본조사

본조사는 본 연구의 도구로 사용된 자가작성할 수 있는 설문지를 이용하여 설문지에 대한 내용과 배포 및 수집점토 요령 등에 대한 교육을 받은 조사자 8인이 1984년 10월 24일부터 10월 28일까지

조사하였다.

조사대상은 서울시 17개 구 중 아파트 밀집지역이며 1983년도 아파트 건설공급 1위인 강동구 중 잠실지역 아파트를 대상으로 하였으며, 아파트 평수를 주요 변인으로 보아 아파트 전용면적 25평이상인 가구를 5단계로 분류하여 그 5단계에 속하는 대상을 전체가구수에 비례하여 유층적 무선 표집(Proportional Stratified Systematic Random Sampling)하였다. 무선표집시 대상가구에 응답자가 없을 경우를 대비하여 조사대상을 700가구로 초과표집하여 480부를 설문배포하였다.

### 3. 자료처리

회수된 설문지 258부중 응답에 신빙성이 있다고 생각되는 231부를 정선하여 통계처리에 사용하였다.

통계처리에 사용된 자료는 SAS(Statistical Analysis System) package를 이용하여 빈도와 백분율, 평균,  $\chi^2$ -test, 요인분석(Factor Analysis), paired t-test로 통계분석하였다.

## III. 조사결과 및 논의

본 연구는 기본적으로 관련 변인을 찾는 탐구적 성격이 농후하다 하겠다. 그러므로 본 연구의 결과는 기존 연구와 달리 배경변인과의 관련성 규명에 중점을 두므로써 논의시 과거 결과와 비교하기 불가능한 것은 결과만을 서술하며 결과중 유의적인 관련성이 있는 변인만을 설명한다.

### 1. 조사대상의 일반적 특성

조사대상을 파악하기 위해 사회 인구학적 배경과 물리적 배경 및 소비자 특성을 조사한 결과는 다음과 같다.

#### 1) 사회인구학적 배경

조사대상의 사회인구학적 배경으로 가족수, 가정생활주기, 부부의 연령, 부부의 학력, 부부의 직업, 월평균 수입을 조사하였다.

조사대상의 가족수는 4명(45.0%)과 5명(37.6%)인 가정이 82.6%로 우리나라 평균 가족수 4.5명\*

\* 서울특별시 「서울통계연보」, 1983.

\* James L. Bruning, B.L. Kintz, *Computational Handbook of Statistics*, Scott, Foresman and Company, 1977, pp.171-174.

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

과 비슷한 가정이 많이 표집된 것으로 나타났다.

가정생활주기는 Gross의 2인이 만자녀나이를 기준으로 분류한 가정형성기, 학령전 아동기, 초등교육기, 중·고등 교육기, 대학 교육기, 자녀자립기 등 이상 6단계로 분류하여 조사한 결과, 각 단계별로 고른 분포를 보였으나, 초등 교육기(21.2%)와 중·고등 교육기(22.1%) 단계인 가정이 비교적 많이 표집되었다.

조사대상가구의 남편의 연령은 40세~49세가 37.7%로 가장 많았으며, 주부는 30세~39세가 39.7%로 많은 비율을 보였다. 부부의 학력은 대학교 이상의 학력을 지닌 남편이 91.8%, 주부가 68.7%로 조사대상자의 학력이 높은 것으로 나타났다. 부부의 직업은 남편의 경우, 중소기업주나 중급관리직, 전문기술자가 48.0%로 높게 나타났으며, 직업이 있는 주부는 12.1%로 나타났다.

조사대상가구의 월평균수입은 50만원~80만원미만인 가구가 38.7%, 80만원~110만원미만인 가구가 30.0% 표집되었다.

## 2) 물리적 배경

조사대상가구의 물리적 배경으로 주택평수(아파트의 전용면적)와 거실평수를 조사하였다.

주택평수는 25평~30평이하가 67.7%, 31평~35평이 8.2%, 36평~40평이 10.4%, 41평~45평이 10.4%, 46평~50평이 3.1%로 나타나 전용면적을 기준으로 계층화하여 무선표집한 비율(각각 69.1%, 8.0%, 8.6%, 11.4%, 3.0%)과 거의 근사한 것으로 나타났다. 거실의 평수는 6평이상 12평이하의 분포를 보였으며 7평인 경우가 47.6%로 가장 많았고 그 다음으로 8평이 31.2%로, 중류주택에서 바람직한 거실크기로 여기는 7~8평<sup>15)</sup>이 대부분인 것으로 나타났다.

## 3) 소비자 특성

소비자의 특성으로 개인적 특성인 계절인지도와 주부의 실내장식에 관한 관심도를, 구매특성인 가구, 커튼, 카페트 구입시 선택자와 구입처를 조사하였다.

실내장식재를 선택할 때 주위 실내환경의 색과 분위기에 각별히 신경을 쓰는 주부가 조사대상자의 84.4%로 높은 비율을 보여 조사대상은 일반적으로 실내장식에 관한 관심도가 매우 높은 것으로 나

타났으며, 가구, 커튼, 카페트의 색이나 질감, 재료의 선택이 계절에 따라 기호가 달라지므로 달라져야한다고 생각하는 주부가 전체 조사대상자의 69.7%로 실내장식물 선택시 주부의 계절인지도가 높음을 보여주고 있다.

구입시 선택자는 가구의 경우, 주부가 가장 많았으며(67.5%), 커튼(85.6%)과 카페트(79.1%)의 경우도 주부가 선택하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 이는 일용품과 가재도구 등을 구입하는 소비자중 여성이 70~90%를 차지한다는 것<sup>16)</sup>과 구매결정 전 단계를 통해 가구류와 가정기기 구매시 부인의 역할참여가 더 많다는 조사결과<sup>17)</sup>와도 일치하는 것으로 나타났다.

구입처는 가구의 경우 대리점에서 구입하는 경우가 52.2%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 커튼은 가까운 점포(소매)에서 구입하는 경우가 36.5%, 대리점(총판)에서 구입하는 경우가 26.5%로 나타났다. 그리고 카페트의 경우는 대리점에서 구입하는 경우가 38.3%로 나타났다. 가구, 커튼, 카페트를 구매할 때 모두 대리점을 이용하는 비율이 높게 나타난 것은 상품에 대한 신뢰성 및 대리점이 물량을 충분히 확보할 뿐아니라 전시기능을 수행하므로 소비자가 선택하는 데 편리하기 때문인 것으로 해석된다.

## 2. 사용중인 실내장식물의 디자인 특성 실태 및 선호

### 1) 가구

#### (1) 유형

가구의 유형을 현대적인 유형과 고전적인 유형의 두 부류로 조사한 결과, 소파는 현재 현대적인 유형을 많이 사용하고 있었으며(84.7%), 미래에는 고전적인 유형을 응답자의 48.1%가, 현대적인 유형을 45.0%가 선호하는 것으로 나타났으며, 잘 모르겠다고 한 응답자가 5.2%나 되었다. 차탁자의 경우는 현재 사용중인 소파와 마찬가지로 현대적인 유형을 가장 많이 사용하고 있었으며(71.6%) 미래에는 고전적인 유형을 49.8%, 현대적인 유형을 42.0% 선호하는 것으로 나타났다. 또한 잘 모르겠다고 한 경우가 6.1%나 되었다. 이와같이 고전적인 유형의 가구에 대한 선호율이 현재 사용

월에 비해 증가되고 있음을 나타내고 있다.

거실 가구의 경우 현대적인 유형(44.7%)보다는 고전적인 유형(55.3%)을 더 선호하게 될 것이라는 오승혜<sup>18)</sup>의 연구 결과 및 격식적인 유형을 거실 가구로 사용하길 원한다는 Shultz<sup>19)</sup>의 연구 결과와 일치한다. 미래에 현대적인 유형보다 고전적인 유형이 더 선호된다는 것은 고전적인 유형의 가구가 권위를 나타내는 품목으로<sup>20)</sup> 종류층 이상에서 좋아할 것이라는 것과 조사대상자의 생활주기가 나아감에 따라 생활층면과 경제적 여건의 정착성에 의해 기인된 것이라고도 할 수 있으며, 복고적인 시대사조가 반영된 것이라고도 해석된다.

유형에 대한 실태 및 선호를 자세히 살펴보기 위해 배경변인과의 관련성을  $\chi^2$ -test 하고 유의적인 결과를 보인 것은 관찰빈도와 기대빈도를 비교하였다.

현재 사용하고 있는 소파의 유형은 거실 평수와 월평균 수입에 따라 각각 .01, .05 수준에서 유의적인 차이가 있었으나, 미래에 선호하는 유형은 배경변인에 따라 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다(표 1). 이를 자세히 보면, 거실 평수의 경우, 6명 이하와 8명 이상의 주택에서 고전적인 유형을

더 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 월평균 수입의 경우는, 80만원 이상인 가정이 80만원 이하인 가정보다 고전적인 유형을 더 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다.

차탁자의 유형은 실태나 선호 모두 배경변인에 따라 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

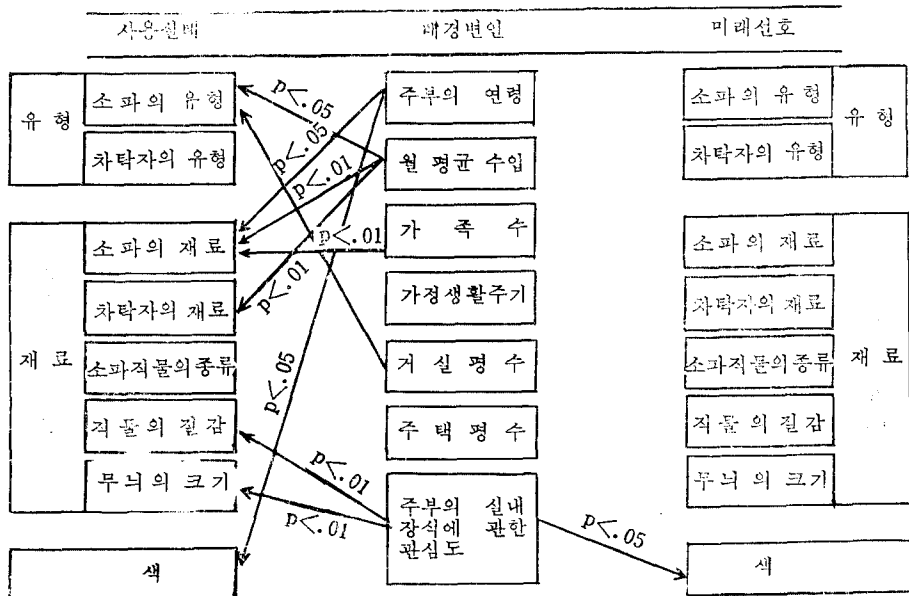
## (2) 재료

소파의 외관 재료는 현재 천과나무로 된 것(52.0%)을 많이 사용하는 것으로 나타났으며, 미래에는 등나무로 된 것(32.5%)이나, 천과 나무로 된 것(24.7%)를 선호하는 것으로 나타났다. 차탁자의 재료는 현재 나무로만 된 것을 조사대상가구의 50.0%가 사용하고 있었으며, 미래에는 등나무로 된 것(33.3%)과 나무로만 된 것(30.7%), 나무와 유리로 된 것(29.0%)를 선호하는 것으로 나타났다.

등나무가구에 대한 선호가 증가하는 것은 요즘 등나무 가구의 시기적 유행성이나 경제적인 면에 상관없이 유행하는 가구를 선호하는 경향이 있는 중산층<sup>21)</sup>의 유행에 대한 민감성을 나타내 주는 결과라고 해석할 수도 있다.

재료에 대한 사용 실태 및 미래 선호와 배경변인

〈표 1〉 배경변인에 따른 가구의 사용실태와 미래선호



의 관련성을 알아보기 위해  $\chi^2$ -test 한 결과, 현재 사용중인 소파의 재료는 주부의 연령과 월평균 수입, 가족수에 따라 각각 .05, .01, .01 수준에서 유의적인 차이가 있었으며, 현재 사용중인 차탁자의 재료는 월평균 수입에 따라 .01 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 미래 선호하는 소파나 차탁자의 재료는 배경변인에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다(표 1).

관찰빈도와 기대빈도를 비교해본 결과, 주부의 연령이 23세이상 36세 미만의 연령층에서는 천과 일반목재로 된 소파를, 36세 이상 46세 미만의 연령층에서는 등나무로 된 소파를 사용하는 빈도가 기대빈도보다 높은 것으로 나타났다.

월평균 수입과 소파재료와의 관련성의 경우, 월평균 수입이 80만원~140만원 미만인 가정에서는 천으로 된 소파를, 140만원 이상인 가정에서는 등나무로 된 것을 많이 사용하는 것으로 나타났다. 이는 주부의 연령이 36세~45세이고 경제수준이 어느 정도 안정된 단계에서는 등나무를 이용한 소파를 많이 사용하고 있는 것으로 해석된다.

현재 사용중인 소파의 재료와 가족수와의 관계에서 가족수가 5명이상인 가정이 4명 이하인 가정보다 천으로만 된 것과 등나무로 된 것을 사용하는 빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다.

사용중인 차탁자의 재료는 소파와 마찬가지로 월평균 수입이 140만원이상인 가정에서 등나무로 된 것을 많이 사용하고 있었다.

소파의 경우 직물 사용 비율이 높아(52.0%), 직물의 종류와 질감, 직물에 사용된 무늬의 종류 및 무늬크기를 조사하였다.

소파에 사용된 직물의 종류로는 현재 혼방이 가장 많이 사용되고 있으며(31.0%), 미래에는 혼방(22.6%)과 양모(19.6%)를 많이 선호하는 것으로 나타났다.

직물의 질감으로는 현재 매끄럽거나 부드러운 표면을 가진 것을 많이 사용하고 있으며(59.6%), 미래에도 매끄럽거나 부드러운 감을 78.4%가 선호하는 것으로 나타났다. 이는 오승혜<sup>22)</sup>의 연구에서 거실 가구인 소파의 외장직물로는 [매끄럽거나 부드러운 감을 선호한다는 결과와 일치하는 것으로

가족의 휴식장소로서의 거실의 기능수행을 위해 부드러운 것에 대한 선호도가 높은 것으로 해석된다

직물의 무늬로는 무늬가 없는 것을 현재 가장 많이 사용하고 있었으며(51.1%), 미래에도 가장 많이 선호되는 것으로 나타났다(54.6%). 무늬가 있는 경우, 무늬의 크기로는 현재 중간크기(무늬 지름 3~11 cm)의 무늬를 가장 많이 이용하고 있으며(28.2%), 미래에도 중간 크기의 무늬를 선호하는 것으로 나타났다(26.1%).

이들과 배경변인과의 관련성을 알아보기 위해  $\chi^2$ -test 한 결과, 현재 사용중인 직물의 질감과 무늬의 크기는 주부의 실내장식에 대한 관심도에 따라 각각 .001 수준에서 유의적인 차이가 있었으나 미래 선호하는 것은 배경변인에 따라 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

관찰빈도와 기대빈도를 비교해본 결과, 주부가 실내장식에 대한 관심이 적은 가정일수록 거칠거나 뻣뻣한 감을 사용하는 경우가 많았으며, 무늬 크기는 작은 무늬(무늬 지름 2 cm 이하)를 사용하는 경우가 많았고, 실내장식에 대한 관심이 많은 경우는 중간 크기의 무늬를 많이 사용하는 것으로 나타났다.

### (3) 색

소파 직물의 색을 14가지로 분류 조사한 결과, 현재는 갈색계통(24.8%)과 회색계통(20.4%)을 많이 사용하고 있었으며, 미래에는 갈색계통(23.8%), 베이지색계통(18.6%), 회색계통(12.6%)을 선호하는 것으로 나타났다.

갈색은 따뜻한 느낌을 주고 베이지색은 모든 색과 융화가 쉬우며 눈에 잘 띄지 않는 색이고 밝은 회색은 대중적이며 유쾌한 색이므로<sup>23)</sup> 가족전체의 취향을 살리면서 밝고 명랑한 분위기를 유지하기 위해 많이 사용되고 또 선호되는 것으로 해석된다

색 사용실태 및 선호와 배경변인과의 관련성을  $\chi^2$ -test로 알아본 결과, 사용중인 소파의 색은 주부의 연령에 따라 .05 수준에서, 그리고 선호하는 소파의 색은 주부의 실내장식에 대한 관심도에 따라 .05 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(표 1).

사용중인 소파 색의 경우, 주부의 연령이 36세

미만인 연령층에서는 난색계를, 36세~45세의 연령층에서는 무채색계를, 46세 이상의 연령층에서 한색계를 사용하는 빈도가 기대빈도보다 많은 것으로 나타났다. 선호하는 소파 색의 경우는 주부의 실내장식에 대한 관심이 적은 가정은 한색계를, 실내장식에 관심이 많은 가정에서는 무채색계를 선호하는 빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다.

2) 커튼

조사대상가구의 99.6%가 거실공간에 커튼을 사용하고 있는 것으로 나타났다.

(1) 유형

커튼의 문양으로 현재는 현대적인 문양을 많이 사용하고 있었으며(78.6%), 미래에도 현대적인 문양의 선호가 높은 것으로 나타났으나(60.2%) 고전적인 문양에 대한 선호도가 현재 사용하는 비율보다 약 14% 증가할 것으로 나타났다.

문양의 크기로 현재는 큰 문양(문양 지름 12cm 이상)(36.7%)이나 중간 문양(문양 지름 3~11cm)(37.8%)을 많이 사용하고 있으며, 미래에는 중간 크기의 문양(33.3%)를 많이 선호하는 것으로 나

타났다.

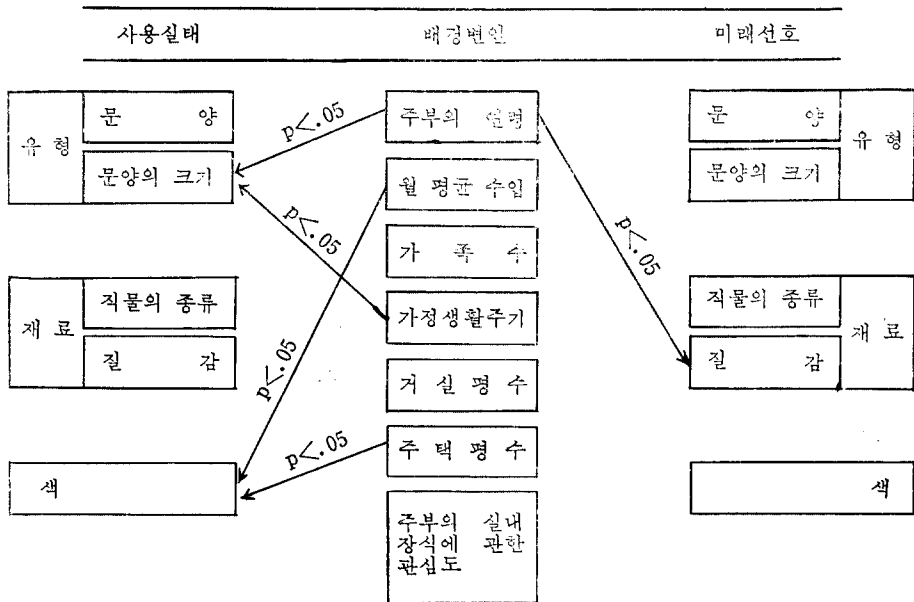
현재 사용중인 커튼 문양의 크기는 주부의 연령과 가정생활주기에 따라 각각 .05 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 커튼의 문양이나 문양 크기에 대한 미래 선호는 배경변인에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다(표 2).

특히 유의적인 차이가 있는 것은 관찰빈도와 기대빈도를 비교해본 결과, 주부의 연령이 36세 미만의 연령층에서는 큰 문양과 작은 문양을, 46세 이상의 연령층에서는 큰 문양을 사용하는 빈도가 기대빈도보다 높았다. 가정생활주기가 초등 교육기에 있는 가정은 중간 크기를, 중·고등 교육기의 가정에서는 큰 문양과 작은 문양을, 대학 교육기에서는 작은 문양을 많이 사용하는 것으로 나타났다.

(2) 재료

커튼의 직물은 현재 혼방(20.1%)을 많이 사용하고 있었으며, 미래에는 혼방(20.1%)과 견(18.3%)을 선호하는 것으로 나타났다. 견에 대한 선호 비율이 높게 나타난 것은 견이 가장 우익한 섬유

<표 2> 배경변인에 따른 커튼의 사용실태와 미래선호





로 직사일광에 대한 내구성은 낮지만 장식적인 효과가 크기 때문인 것으로 해석된다.

직물의 질감으로는 매끄럽거나 부드러운 감이 현재 많이 사용되고 있으며(58.2%), 미래에도 많이 선호될 것으로 나타났다(75.8%).

배경변인과의 관련성을  $\chi^2$ -test로 알아본 결과, 사용중인 커튼 직물의 종류와 질감은 배경변인에 따라 차이가 없었으나, 선호하는 커튼 직물의 질감은 주부의 연령에 따라 .05 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(표 2). 이를 자세히 살펴보면, 46세이상의 주부들이 거칠거나 뻣뻣한 감을 선호하는 빈도가 기대빈도보다 높은 것으로 나타났다.

### (3) 색

커튼에 사용된 색을 14가지로 분류하여 조사한 결과, 현재 베이지색 계통(23.0%)과 흰색계통(20.5%)을 많이 사용하고 있으며, 미래에도 베이지색계통(25.2%)과 흰색계통(18.7%)을 많이 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 이러한 색이 배경으로 무난한 색이기 때문에 실제로 많이 사용되고 또 이에 대한 선호도가 높은 것으로 해석된다.

사용중인 커튼의 색은 월평균 수입과 주택평수에 따라 각각 .05 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(표 2).

이를 관찰빈도와 기대빈도를 비교해본 결과, 월평균 수입이 50만원 미만인 가정은 한색계통, 50만원~80만원 미만인 가정은 무채색계통, 140만원 이상인 가정은 난색계통을 현재 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이는 사회계층이 높은 집단이 차가운 색보다는 따뜻한 색을 더 좋아한다는 Shipman<sup>24)</sup>의 연구결과와 일치하며, 색 선호 이론중 하나인 소득계층에 따라 색 선호에 차이가 있다는 소득설<sup>25)</sup>을 뒷받침한다.

주택평수가 40평미만인 가정에서는 무채색계통, 50평 이상인 가정에서는 난색계통을 사용하는 빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다. 이는 주택평수가 클수록 난색계통을 이용하여 넓은 공간을 아늑하게 꾸미려고 하거나 난색계통을 사용해도 충분한 공간감을 느낄 수 있기 때문이라고 해석할 수 있다.

그러나 색 선호는 배경변인에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.

### 3) 카페트

거실공간에 카페트를 사용하는 가구가 조사대상 가구의 87.0%로 그 사용율이 높은 것으로 나타났다.

#### (1) 유형

카페트의 문양은 커튼과 같이 현재 현대적인 문양을 많이 사용하고 있었으며(67.1%), 미래에도 현대적인 문양을 많이 선호할 것으로 나타났으나(52.8%) 고전적인 문양에 대한 선호율이 약 16%나 증가됨을 보인다.

문양 크기로는 현재 큰 문양이 많이 사용되고 있었으며(36.7%) 중간 크기(26.5%)와 기타(문양없는 것 포함, 26.5%)도 많이 사용되었다. 미래에는 큰 문양(22.7%), 중간 문양(25.3%), 기타(34.7%) 문양을 선호할 것으로 나타났다.

사용중인 문양은 배경변인에 따라 차이가 없었으나 미래에 선호하는 문양은 주부의 연령에 따라 .05 수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(표 3). 특히 주부의 연령이 36세~45세인 연령층에서 고전적인 문양을 선호하는 빈도가 기대빈도보다 많은 것으로 나타났다.

#### (2) 재료

카페트 직물의 종류로 현재는 양모(23.4%)와 혼방(23.4%)을 많이 사용하고 있으며 미래에는 양모(43.7%)의 선호율이 가장 높게 나타났는데, 이는 천연섬유에 대한 선호 증가를 나타내는 것으로 해석할 수 있다.

카페트의 질감으로는 현재(49.3%)와 미래(65.4%) 모두 매끄럽거나 부드러운감을 많이 사용하거나 선호하는 것으로 나타났다.

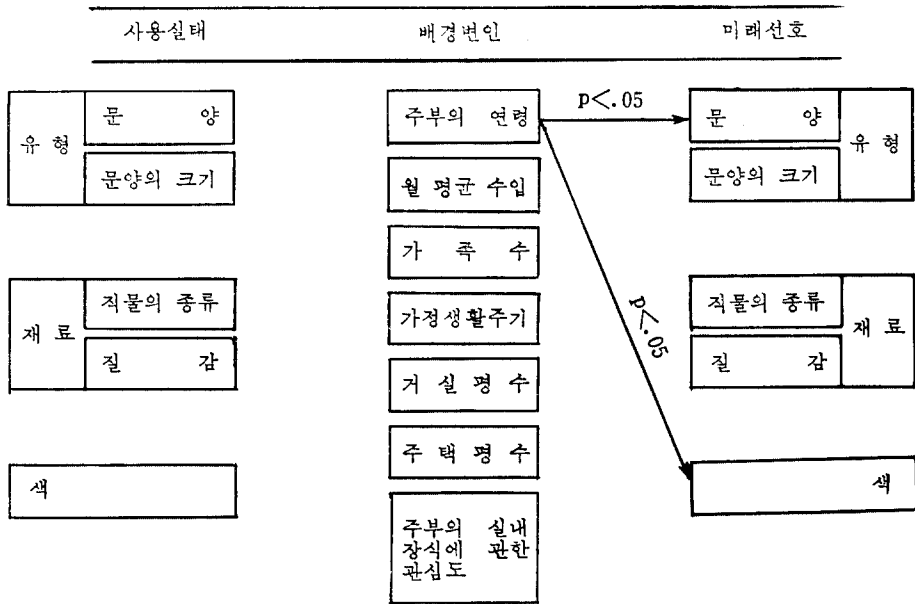
직물의 종류와 질감에 대한 실태 및 선호는 배경변인에 따라 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다(표 3).

#### (3) 색

카페트의 색을 14가지로 분류하여 조사한 결과, 갈색 계통(20.9%)과 베이지색계통(16.4%)을 사용하고 있었으며, 미래에는 베이지색계통(20.4%)과 갈색계통(13.0%)의 선호율이 높게 나타났다.

현재 사용중인 카페트의 색은 배경변인에 따라 유의적인 차이가 없었으나, 미래 선호하는 카페트의 색은 주부의 연령에 따라 .05 수준에서 유의

〈표 3〉 배경변인에 따른 카페트의 사용실태와 미래선호



적인 차이가 있었으며, 특히 36세 미만의 연령층은 무채색계열, 36세~45세의 연령층은 난색계열, 46세 이상의 연령층은 한색계열 선호하는 빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다<표 3>.

4) 외국제품

조사대상가구중 외제 소파를 사용하는 가정이 9.1%, 외제 커튼을 쓰는 가정이 2.2%, 외제 카페트를 사용하는 가정이 24.8%로 외제 카페트 사용율이 소파나 커튼에 비해 높게 나타났다. 그리고 외제에 대한 선호도 소파가 6.5%, 커튼이 1.3%, 카페트가 13.9%로 나타나 사용실태와 마찬가지로 카페트에 대한 선호가 높게 나타났다.

외제품을 선호하는 이유로는 소파의 경우 “품질이 좋다”라는 이유가 가장 많았으며 (47.1%), 커튼의 경우는 “품질이 좋다”(26.3%), “흔하지 않은 형태와 문양 등 독창성이 있다”(23.7%), “색상이 풍부하다”(22.3%) 순으로 선호이유가 나타났다. 외제 카페트에 대한 선호이유로는 역시 “품질이 좋다”가 48.9%로 높은 비율을 나타내고 있으며, “흔하지 않은 형태와 문양 등 독창성이 있다”가 34.4%의 비율을 보인다. 특히 카페트의 경우 “외제니까 무조건 좋다”라는 선호이유도 상당

히 높은 것으로 나타났다(34.4%).

이는 관련업체에서 색상 및 디자인 개발에 전력해야할 필요성을 시사해주는 동시에 “외제니까 무조건 좋다”라는 식의 의식을 가진 소비자 계층의 필요성 및 중요성을 제시한다.

3. 소비자가 요구하는 실내장식물의 속성들에 대한 요인구조

소비자가 요구하는 실내장식물의 속성들에 대한 요인구조를 알아보기 위해, 가구, 커튼 및 카페트 구입시 고려할 사항이라고 생각되는 5단계 리커트 척도로 된 문항을 principal Method와 Varimax 방법으로 회전(rotate)시켜 인자부하치(factor loadings)를 검토하는 요인분석(Factor Analysis)

1) 가구

가구 선택시 소비자가 요구하는 가구의 속성들은 어떤 요인들로 이루어져 있나를 알아보기 위해 소비자들이 고려할 사항이라고 생각되는 11문항을 요인분석(factor analysis)한 결과, 과거 구매했을 때와 미래 구매할 경우 모두 3가지 요인으로 구분되어 나타났다<표 4>.

〈표 4〉 가구의 속성에 대한 소비자 요구의 요인구조

가구의 속성에 대한 문항	과 거				미 래			
	요인 1 인자부 하 치	요인 2 인자부 하 치	요인 3 인자부 하 치	comm- unity	요인 1 인자부 하 치	요인 2 인자부 하 치	요인 3 인자부 하 치	comm- unity
가격이 적당해야 한다			.87	.77	.57			.57
방의 분위기를 고려해야 한다			.56	.53		.74		.57
우리 가족이 집에서 행동하는 것 과 공간에 맞게 잘 배치될 수 있어야 한다.		.69		.52		.75		.61
재배치가 편리하도록 가구가 하나 하나 분리되어야 한다	.48			.43	.64			.47
앉으면 편리해야 한다		.80		.65		.78		.63
보기에 아름다워야 한다		.66		.52		.67		.56
필요할 때 다른 용도로 사용할 수 있어야 한다	.70			.55	.74			.61
가볍고 견고하거나 바퀴가 달려있 어 이동하기 쉬워야 한다	.76			.62	.79			.64
형태, 색, 재료, 마감처리법 등이 유행하는 스타일이어야 한다	.61			.37			.67	.60
세탁 및 관리가 편해야 한다			.52	.48	.56			.40
남이 가지지 않는 독창성이 있어 야 한다	.66			.44			.63	.52

\* eigen values 전 체 : 5.91(100.00%)      전 체 : 6.20(100.00%)  
 요인 1 : 2.42( 40.95%)      요인 1 : 2.44( 39.36%)  
 요인 2 : 2.05( 34.69%)      요인 2 : 2.44( 39.36%)  
 요인 3 : 1.44( 24.36%)      요인 3 : 1.32( 21.29%)

11개 사항중 과거의 경우, 요인 1에는 가구의 재배치용이성, 필요시 다용도성, 운반용이성, 유행성, 독창성이 속하며, 요인 2에는 가구배치의 편리성, 안락성, 심미성 등이 속하였고, 요인 3에는 가격과 방분위기와 조화성, 관리의 편리성이 속하였다.

일반적으로 언급되는 가구의 속성에는 4종류를 들 수 있다. 즉, 특정 기능을 수행할 수 있는 기능적인 면과 가격과 유지관리에 드는 시간, 노력, 돈 등의 경제적인 면, 시각적이고 촉각적인 측면의 심미적인 면, 그리고 가구가 놓여지는 주택과 소유자의 개성을 반영하는 주위환경과의 조화적인 측면이 있다.

요인 1에 속한 사항들 즉, 재배치용이성, 필요시 다용도성, 운반 용이성 등은 위에 언급한 보편적인 속성에 속하지 않는 것으로써 시대적 특성 요인으로 볼 수 있다. 즉, 현대사회는 이동성이 삶

의 실태라 할만큼 인간생활의 움직임이 커졌고 이러한 현대사회의 특성은 가구의 새로운 측면을 개념화시켜 사회의 이동성을 반영하는 가구를 발전 혹은 강화시켜 왔다. 이런 가구의 예로는 모듈라 가구, 조립식 가구 등이 있다<sup>20)</sup>. 나머지 사항 즉, 유행성과 독창성은 개인이 그가 속한 사회나 사회적 질에 개인의 가치를 일치하려고 하느냐 그렇지 않느냐에 관한 개인적 성향을 나타내주는 척도로 볼 수 있다. 그러므로 요인 1은 시대적 특성 및 개인적 성향에 관한 요인으로 명명할 수 있겠다. 그리고 요인 2는 기능성 및 심미성, 요인 3은 경제성 및 환경과의 조화성으로 각각 명명할 수 있겠다.

요인 1은 과거 가구를 구매할 때 고려하였던 모든 사항의 총 점수 즉, 가구의 속성에 대한 소비자 요구 수준의 점수중 41.0%를 설명할 수 있으며, 요인 2는 34.7%, 요인 3은 24.3%를 설명할 수

있다.

미래의 경우, 요인 1에 가격, 가구의 재배치 용이성, 필요시 다용도성, 운반용이성, 관리의 편리성 등이 속하며, 요인 2에는 환경과의 조화성, 배치의 편리성, 안락성, 심미성등이, 요인 3에는 유행성과 독창성이 속하였다. 따라서 요인 1은 시대적 특성 및 경제성, 요인 2는 심미성 및 기능성, 요인 3은 개인적 성향으로 명명할 수 있다.

미래의 가구 선택시 고려사항의 총점수 중 요인 1에 속한 것으로 전체를 39.4%, 요인 2는 39.4%, 요인 3은 21.3% 설명할 수 있다.

과거와 미래의 요인구조를 비교해보면, 과거에는 요인 3에 속하던 가격과 관리의 편리성이 미래에는 요인 1에 속해 미래 소비자 요구 수준을 평가하는 척도로서 크게 작용하는 반면, 과거에 요인 1에 속하던 유행성과 독창성은 미래에는 요인 3에 속해 소비자 요구 수준을 평가하는 척도로서의 중대성이 감소될 것임을 나타낸다. 특히 관심있게 보아야 할 현상은 과거와 미래 모두 요인 1에 시대적 특성이 나타난 것이다. 이는 현대사회가 내포하고 있는 이동사회의 속성을 반영하는 결과로서, 공간의 융통성과 가변성이 중요시되는 현대의 경향이라고 해석할 수 있다.

주부의 실내장식에 대한 관심이 많고 적음에 따라 미래의 가구 선택시 요구하는 속성들의 요인 구조에 차이가 있는지를 알아본 결과, 실내장식에 관심이 많은 주부의 경우는 앞에서 논의되었던 미래의 요인구조와 꼭 같이 나타났다. 한편 실내장식에 관심이 적은 주부의 경우는 환경과의 조화성, 재배치 용이성, 안락성, 심미성 등의 측면이 요인 1로 나타나 시대적인 경향을 보여주는 특성이 많이 반영되기 보다는 일반적으로 요구되는 가구의 심미성과 기능성 측면을 중요하게 생각하는 것을 알 수 있다.

## 2) 커튼

커튼 선택시 소비자가 요구하는 커튼의 속성들의 요인구조를 알아보기 위해 커튼을 선택할 때 소비자들이 고려할 사항이라고 생각되는 14문항을 요인분석한 결과, 과거에는 4요인으로, 미래에는 3요인으로 구분되어 나타났다(표 5).

14개 고려사항중 과거의 경우, 요인 1에는 시선

차단, 구조체를 가려주는 기능, 빛조절, 보온효과, 소음차단등 커튼의 일반적인 기능에 관한 사항들이, 요인 2에는 방오성과 방염성, 유지관리의 용이성, 주름의 용이성 등 직물의 특성 및 처리에 관한 내용들이, 요인 3에는 질과 촉감의 우수성, 장식성, 퇴색방지 등 미적인 측면이, 요인 4에는 가격과 실내색채와의 조화성이 포함되었다. 따라서 요인 1은 커튼의 일반적인 기능성으로, 요인 2는 직물특성 및 처리로, 요인 3은 심미성으로, 요인 4는 경제성 및 조화성으로 명명할 수 있다.

요인 1은 과거의 커튼 선택시 고려했던 사항 전체를 34.4% 설명할 수 있으며, 요인 2는 27.5%, 요인 3은 22.8%, 요인 4는 15.4%를 설명할 수 있다.

미래의 경우, 요인 1에는 시선차단, 구조체를 가려주는 기능, 빛조절, 보온효과, 소음차단, 방오성, 방염성 등 일반적 기능과 직물 처리등이 속하며, 요인 2에는 가격, 장식성, 유지관리의 용이성 퇴색방지, 주름의 용이성 등 주로 경제성, 관리성 및 심미성이, 요인 3에는 실내색채와의 조화, 질과 촉감의 우수성등 심미성이 속하였다. 그러므로 요인 1은 일반적 기능성 및 직물처리, 요인 2는 경제성 및 심미성으로, 요인 3은 조화성 및 심미성으로 명명할 수 있다.

미래 커튼 선택시 소비자 요구 수준을 요인 1은 45.6%, 요인 2는 30.2%, 요인 3은 24.2%를 설명할 수 있다.

커튼 선택시 고려하게되는 사항에 대한 과거와 미래의 요인구조를 비교해 보면, 방오성과 방염성이 미래에는 요인 1에 속해 과거보다는 미래에 커튼이 지니는 일반 기능뿐 아니라 유지관리측면을 보완하는 직물의 특성 및 처리가 중요하게 작용하리라는 것을 알 수 있다. 또한 가격의 적당성이 과거에는 요인 4에, 미래에는 요인 2에 포함되어 나타나 경제적 측면도 미래에는 중요해지리라는 것을 나타내 준다.

실내장식에 대한 주부의 관심이 많고 적음에 따라 미래 커튼 선택시 소비자 요구의 요인구조에 차이가 있는지를 알아본 결과, 실내장식에 관심 많은 주부의 경우는 앞에서 논의한 미래의 요인구조와 거의 비슷하게 나타났으나 관심이 적은 주부의

〈표 5〉 커텐의 속성에 대한 소비자 요구의 요인구조

커텐의 속성에 대한 문항	과 거				comm- unity	미 래			
	요인 1 인자부 하치	요인 2 인자부 하치	요인 3 인자부 하치	요인 4 인자부 하치		요인 1 인자부 하치	요인 2 인자부 하치	요인 3 인자부 하치	comm- unity
가격이 적당해야 한다				.89	.83		.60		.36
거실 가구와 카페트의 색과 어울 려야 한다			.55*	.58	.70			.80	.67
섬유의 질이나 촉감이 좋아야 한다			.49		.37			.58	.57
외부의 시선차단 효과가 좋아야 한다	.68				.59	.67			.56
구조상 걸모양이 좋지 않은 벽이 나 창을 가려주는 효과가 있어야 한다	.69				.51	.63			.41
빛의 차단 또는 조절효과가 좋아 야 한다	.74				.65	.76			.65
보온효과가 있어야 한다	.65				.52	.75			.62
소음을 차단하는 효과가 있어야 한다	.71				.59	.78			.63
장식효과가 커야 한다			.75		.62			.61	.53
정전기 방지 처리가 되어야 한다	.67				.61	.54			.54
불에 잘 타지 않는 재료가이어야 한다	.74				.72	.67			.56
세탁 및 관리가 쉬워야 한다	.66				.58		.61		.51
쉽게 변색되지 않는 것이어야 한다			.63		.70		.62		.63
커텐 주름이 잘 잡히는 것이어야 한다	.67				.51		.72		.55

\* 두요인에 속하면서 인자부하치가 낮은 것임.

\*\* eigen values    전    체 : 8.52(100.00%)                    전    체 : 7.81(100.00%)  
                           요인 1 : 2.93( 34.39%)                    요인 1 : 3.56( 45.58%)  
                           요인 2 : 2.34( 27.46%)                    요인 2 : 2.36( 30.23%)  
                           요인 3 : 1.94( 22.77%)                    요인 3 : 1.89( 24.20%)

경우에는 가격의 적당성, 유지관리의 용이성, 색의 불변성에 대한 부정적 부하치를 가진 사항과 질과 촉감의 우수성, 시선차단 등에 관한 사항들이 요인 1로 나타나 커텐속성에 대한 소비자 요구의 양상이 다음을 보여주고 있다.

### 3) 카페트

과거와 미래의 카페트 선택시 고려할 수 있는 속성들에 대한 소비자 요구의 요인구조를 알아보기 위해, 카페트를 구입할 때 고려할 사항이라고 생각되는 12문항을 요인분석한 결과, 과거와 미래 각각 3요인으로 구분되어 나타났다(표 6).

12개의 사항중 과거의 경우, 요인 1에는 방충성 방오성, 방염성, 보온효과, 방음/흡음효과, 유지관리하기 쉬운 색 등이 포함되었으며, 요인 2에는

발더딤의 우수성, 방분위기와와의 조화, 내구성, 거실 크기와 어울리는 색이, 요인 3에는 가격과 유지관리측면이 포함되었다. 따라서 요인 1을 일반적인 기능 및 유지관리에 필요한 가공성으로, 요인 2를 심미성 및 환경과의 조화성, 요인 3을 경제성으로 명명할 수 있다.

요인 1은 카페트의 과거 구매시 고려사항 전체를 41.5%, 요인 2는 35.5%, 요인 3은 23.0%를 설명할 수 있다.

미래의 경우, 요인 1에 방충성, 방오성, 방염성 보온효과, 방음/흡음효과가 포함되며, 요인 2에는 발더딤의 우수성, 방분위기와와의 조화, 내구성, 유지관리측면, 거실크기와 어울리는 색이, 요인 3에는 가격과 유지관리하기 쉬운 색이 포함되었다.

〈표 6〉 카페트의 속성에 대한 소비자 요구의 요인구조

카페트의 속성에 대한 문항	과 거				미 래			
	요인 1 인자부 하치	요인 2 인자부 하치	요인 3 인자부 하치	comm- unality	요인 1 인자부 하치	요인 2 인자부 하치	요인 3 인자부 하치	comm- unality
가격이 적당해야 한다			.87	.76			.80	.65
발디딜이 좋아야 한다		.57	.53*	.62		.69		.61
소파, 커튼 및 방의 분위기를 어 울려야 한다.		.87		.81		.77		.61
쉽게 변형되지 않아야 한다		.72		.66		.64		.66
벌레나 곰팡이 방지처리가 되어야 한다	.71			.70	.75			.65
정전기 방지처리가 되어야 한다	.67			.58	.73			.62
불에 잘 타지 않아야 한다	.72			.62	.79			.64
바닥에서 올라오는 찬기를 막아주 는 효과가 커야 한다	.71			.51	.59			.52
유지관리가 쉬워야 한다			.59	.55		.56		.55
거실 크기에 어울리는 색이어야 한다		.72		.64		.75		.60
흡음 및 방음효과가 좋아야 한다	.64			.51	.54			.42
관리하기 쉬운 색이어야 한다	.53			.48			.62	.53

\* 두요인에 속하면서 인자부하치가 낮은 것임

\*\* eigen values    전 체 : 7.43(100.00%)    전 체 : 7.06(100.00%)  
 요인 1 : 3.08( 41.45%)    요인 1 : 2.86( 40.51%)  
 요인 2 : 2.64( 35.53%)    요인 2 : 2.64( 37.39%)  
 요인 3 : 1.71( 23.01%)    요인 3 : 1.56( 22.10%)

따라서 요인 1은 일반적 기능성 및 가공성, 요인 2는 심미성 및 환경과의 조화, 관리성, 요인 3은 경제성으로 명명할 수 있다.

미래 카페트 선택시 고려할 수 있는 속성들에 대한 소비자 요구정도를 요인 1은 40.5%, 요인 2는 37.4%, 요인 3은 22.1%를 설명할 수 있다.

과거와 미래의 요인구조를 비교해 보면, 과거와 미래의 요인구조가 거의 일치하는 것으로 나타났으며, 방충성, 방오성, 방염성, 보온효과, 방음/흡음효과 등 카페트가 지니고 있는 일반적인 기능을 잘 수행할 수 있으며 카페트 유지관리에 필요한 가공이 되어 있는가 하는 것이 카페트에 대한 소비자 요구 정도를 가늠하는 대표적 사항들이었다.

유지관리의 용이성이 과거에는 요인 3에, 미래에는 요인 2에 속하며, 관리하기 쉬운 색은 과거 요인 1에서, 미래에는 요인 3에 속하는 변화를 보

였는데, 이는 과거에 카페트를 구입할 때는 유지관리 측면이 가장 대표적인 속성이 되지 못하고 대신 관리하기 쉬운 색이라는 측면이 소비자 요구정도를 가늠하는 중요한 사항이 되었었으나, 미래에는 관리하기 쉬운 색이라는 측면보다는 실제 유지관리적 측면이 중요한 기준이 될 것이라는 것을 나타내 주는 결과라 하겠다.

실내장식에 대한 주부의 관심이 많고 적음에 따른 미래의 요인구조는 과거에는 3요인으로, 미래에는 1요인으로 나타났다.

실내장식에 관심이 많은 주부의 경우는 앞에서 논의되었던 미래의 요인구조와 동일하게 나타났으나, 관심이 적은 주부의 경우는 환경과의 조화성, 보온효과, 방음/흡음효과, 방충성, 방오성, 방염성, 관리하기 쉬운 색 등이 모두 한 요인으로 나타나 동시에 고려하는 것으로 나타났다. 그외의 카페트 속성들은 관심이 적은 소비자들의 요구정도

를 설명해 주지 못하고 있다.

현재 카페트의 사용유무에 따라 미래의 카페트 선택시 카페트 속성에 대한 소비자 요구의 요인구조 차이를 알아본 결과, 각각 3요인으로 나타났다. 즉, 현재 카페트를 사용하고 있는 주부의 경우는 앞에서 논의한 미래요인구조와 동일하게 나타났으나 현재 카페트를 사용하지 않는 주부의 경우, 요인 1에는 가격과 방분위기와와의 조화, 보온효과, 거실크기에 어울리는 색, 방음/흡음효과 등이, 요인 2에는 발디딤의 우수성, 내구성, 유지관리, 관리하기 쉬운 색 등이, 요인 3에는 방충성, 방오성 방염성 등 직물처리와 관련한 사항들이 포함되었다.

현재 사용하지 않고 있는 경우, 가격과 방분위기와와의 조화, 유지관리편을 크게 고려한 반면 방충성, 방오성, 방염성 등 유지관리를 하는데 도움이 되는 가공성을 별로 중요하게 여기지 않는 것으로 나타났는데, 이는 카페트가 일반적으로 다른 마감재에 비해 가격이 비싸며 유지관리가 힘들 것이라는 고정관념이 내포되어 나타난 결과로 해석되며 유지관리를 쉽게 하기 위해서는 방충성과 방오성 및 방염성 등의 가공이 필요하다는 것을 실제 사용해본 경험이 없기 때문에 중요하게 생각하지 못하는 것으로 해석된다.

#### 4. 실내장식물 선택시 고려사항에 대한 과거와 미래의 고려정도의 변화

가구, 커튼, 카페트 선택시 고려사항중에서 과거와 미래간에 어떤 사항에 대한 고려정도가 어떠한 양상으로 변화 하는가를 알아보기 위해, 과거의 구매시 고려정도에서 미래 선택시 고려정도의 차이를 구해 paired t-test 하고 각 사항에 대한 과거와 미래의 고려정도의 분포를 살펴보았다.

##### 1) 가구

가구 선택시 고려사항 11개 항목중 “가격이 적당해야 한다”라는 항목을 제외한 10개의 항목들이 모두 .001 수준에서 과거와 미래에 있어 그 항목을 고려하는 정도의 차이가 있었으며, 과거보다는 미래의 고려정도가 크게 나타났다. 즉 가격이라는 고려사항은 과거나 미래에 선택시 고려정도의 차이가 없으나 나머지 10개의 항목에 대해서는 과거보다 미래에 가구 선택시 고려정도가 높게 나타났

다. 가격의 경우는 과거나 미래에 고려정도가 모두 높았기 때문에 차이가 없는 것으로 나타났다.

이것은 생산자가 소비자의 의식이 높아짐을 감안하여 더욱 더 생산 개발 및 품질보완에 힘써야 할 것임을 암시해 주는 것이다.

고려한경우(매우 고려하였다, 고려하였다)와 고려하지 않은 경우(그저 그렇다, 고려하지 않았다, 전혀 고려하지 않았다)의 변화비율을 살펴보면, 과거에 고려한 경우와 미래 고려한 경우의 빈도차가 20%를 넘는 것은 가구의 재배치 용이성, 심미성, 운반용이성, 독창성 등이었으며, 특히 평균을 비교해볼 때, 필요시 다용도성과 운반용이성에 대한 미래의 고려도는 과거에 비해 매우 높은 것으로 나타났다. 이는 소비자들의 현주거생활의 이동성을 단적으로 표현하는 것으로 이동시 편리성과 필요에 따라 여러 용도로 이용할 수 있는 것을 중요시하기 때문인 것으로 해석된다.

##### 2) 커튼

커튼 선택시 고려할 수 있는 14개 항목 모두 .001 수준에서 과거와 미래에 있어 그 항목을 고려하는 정도에 유의적인 차이가 있으며, 과거보다는 미래의 고려정도가 더 큰 것으로 나타났다. 이로써 미래의 소비자들이 커튼의 제반 속성에 대해 신중하고 관심있게 살펴 선택하려는 태도를 예측할 수 있다.

고려한 경우와 고려하지 않은 경우의 변화된 비율을 살펴보면, 과거 고려한 경우와 미래 고려한 경우의 빈도 차가 20%를 넘는 것은 방 분위기와와의 조화, 퇴색방지, 질과 촉감의 우수성, 시선차단, 구조체를 가려주는 기능, 빛조절, 보온효과, 소음차단, 장식성, 방오성, 방염성 등이었으며, 특히 방오성과 방염성에 대한 미래의 고려정도가 과거에 비해 매우 높은 것으로 나타났다.

##### 3) 카페트

카페트 구입시 고려사항 12개 항목중 “가격이 적당해야 한다”는 항목은 .05수준에서, 그밖의 항목은 .001수준에서 과거와 미래에 있어 그 항목을 고려하는 정도에 유의적인 차이가 있으며 과거보다는 미래의 고려정도가 높은 것으로 나타났다.

고려한 경우와 고려하지 않은 경우의 변화된 분포를 살펴보면, 과거 고려한 경우와 미래 고려할

경우의 빈도 차가 20%를 넘는 것은 방 분위기와 의 조화, 내구성, 방충성, 방오성, 방염성, 유지 관리의 편리성, 거실 크기에 어울리는 색, 방음성 등이 있으며, 특히, 방충성과 방오성, 방염성에 대한 미래의 고려정도가 과거의 고려정도에 비해 매우 높은 것으로 나타났다.

#### IV. 결 론

장식, 즉 미를 다루는 학문적 분야에서는 미란 단지 주관적 가치 및 기호에 좌우된다고 생각함으로써 어떤 체계적 현상을 부인하는 학자들도 있다 그러나 대개 그러한 주관적 기호속에서도 미적 대상물의 특성과 보는 사람들의 특성에 따라 공통적 가치를 찾을 수 있다고 보는 의견을 가진 학자도 다수이다. 미적 대상, 즉 실내장식물이 하나의 생산품으로서 그것을 보고 사용하는 사람들, 곧 소비자에게 어떠한 반응을 받고 있는지를 검토하고자 하는 시도는 과거와 같이 생산품의 시장성이 약하고 이에 대한 소비자들의 관심이 크지 못할 때에는 무의미하고 불가능한 것이다.

그러나 오늘날 생산품이 다양하게 개발되어 시장이 확대되고 소비자가 그 생산품에 관심을 가질 때에는 그 제품이 갖는 디자인 특성, 특히 장식물의 경우 디자인 특성과 관련된 제반현상은 그 범위가 커져 공통점과 특이점들이 엇갈려 파악하기가 더욱 어려워지고 있으며, 이에 따라 디자인 현상을 직시해야하는 생산업체에 어려움을 주고 있는 것이다.

그러므로 이러한 시점에서 본 연구의 대상지를 성장이 빠른 한 대규모 아파트 지역으로 하여 실내장식물의 디자인 특성에 대한 실태와 선호를 파악하고자 하였다.

연구의 결과에 따른 결론을 내어보면 다음과 같다.

가구, 커튼, 카페트의 유형의 경우, 가구에 있어서 현재는 현대적 유형의 사용이 압도적이었으나, 앞으로는 고전적 유형이 현대적 유형 못지않게 크게 증가하여 선호될 것으로 나타났다. 서양의 고전가구는 주로 작 시대별 지배계층이 그 시대의 문화를 주도하면서 사용하고 남겨오던 것들로 대부

분 귀족성을 나타내준다. 이러한 고전가구는 대량 생산되는 현대가구보다 정교함을 요구하므로 가격 면에서 비교적 비싸다. 이런 이유로 경제권이 안정되면 인간문화의 옛것에 대한 향수로서, 또는 그것이 풍기는 귀족적 분위기를 통해 자신의 표현욕구를 성취시키고 싶어하며, 그외에 경제성의 허용 내지 부의 과시로서 이러한 고전가구 유형을 바라게 될 수도 있는 것이다. 이것으로 미루어 본 연구의 결과를 강동구 잠실지역 아파트 주민들의 안정된 혹은 앞으로의 발전하는 생활상태에 따르는 기호의 변화로 해석해볼 수 있겠다. 커튼과 카페트의 문양 유형을 보면, 사용중인 것과 선호되는 것 모두 현대적인 문양이 압도적으로 많으며 고전적 문양의 선호가 증가하기는 하였으나, 가구의 유형처럼 크게 증가하지는 않았다. 이것으로 미루어 고전적인 것에 대한 선호는 커튼, 카페트의 문양 유형에서보다 가구의 유형에서 더욱 강하고 빠르게 나타나지 않는가 추측할 수 있겠다.

가구, 커튼, 카페트의 재료면에서 보면, 소파의 경우, 천과 나무로 된 것을, 차탁자의 경우 나무로만 된 것을 사용하는 가정이 많았으나, 앞으로는 모두 등나무로 된 것을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다. 등나무로 된 가구는 비교적 일반 가구보다 그 재료 및 형태, 감각면에서 개방적인 구조를 보여 공간을 더욱 넓고 시원하게 보이도록 해 줄 수 있다는 장점이 있다. 특히 본 연구의 조사시기가 겨울이었음에도 불구하고 이에 대한 선호가 높게 나타난 것은 이 지역 아파트의 실내공간이 그곳에 놓여지는 가구의 디자인 특성에 의해 심리적 온도감이 영향을 받지 않을 만큼 난방에 문제가 없다고 할 수 있거나 또는 아직은 디자인 특성과 심리적 온도감과의 관련성이 전혀 느껴지지 않는 단계일수도 있기 때문이라고도 볼 수 있겠다. 커튼재료의 경우, 앞으로 견에 대한 선호가 비교적 증가되어 나타났는데, 이는 견이 커튼으로서의 기능적 가치보다는 장식적 가치가 높다는 점으로 미루어 볼 때, 커튼의 경우에는 장식적 가치가 비교적 높은 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 이들 직물의 질감으로는 사용중인 것과 선호되는 것 모두 매끄럽거나 부드러운 감의 비중이 높게 나타났다. 이는 인간의 본능과도 관련있는 것으로 생활의 안식



적인 주택에서 심신의 편안함을 느낄 수 있는 비 자극적인 것을 바라기 때문이 아닌가 추측된다.

가구, 커튼, 카펫 색의 경우, 대개 무난한 색으로 알려진 은 갈색, 베이지색, 회색 등이 현재 사용중인 것과 선호되는 두 경우에서 그 비중이 비교적 높게 나타났다. 이것으로 미루어 이상의 실내장식물은 공간에서 하나의 액센트로서 과감하고 강한 색으로 표현되기보다는 다른 악세서리의 주변경이 되면서 공간을 안정시키는 주요 구성물로서의 역할을 더욱 강하게 인지받고 있는 것 같다. 특히, 가구의 경우는 갈색, 베이지색, 회색이, 커튼의 경우에는 베이지색과 흰색이, 카펫의 경우에는 갈색과 베이지색의 비중이 높게 나타난 것은 심리적으로 어둡고 무거운 색은 바닥에 두고 밝은 색은 천정과 벽에 들으로써 안정감과 공간감을 높이고자 하는 인간의 욕구에 대한 것으로 해석될 수 있는 것이다.

현재 사용중이며 앞으로 선호하는 실내장식물의 디자인 특성과 소비자의 제반 특성과의 관련성을 통계분석한 결과, 사회인구학적 변인 및 주택의 물리적 특성 변인과 실내장식물의 현재 사용중인 디자인 특성 및 선호하는 디자인 특성 중 일부와 유의적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 특히, 실내장식물의 종류별로 살펴보면, 가구의 경우 소비자 배경특성과 디자인 특성간의 관계가 가장 많이 밝혀졌고, 그 다음이 커튼이었으며 카펫의 경우는 두 관계만 유의적이었다. 이를 통해 소비자 배경특성이 가장 잘 어우러져 선택 또는 선호되는 실내장식물은 가구임을 알 수 있겠다. 여기서 나타난 결과는 특히 생산자측이 소비자와 관련하여 디자인 특성을 이해하는 데 기초 지식을 제공할 수 있다는 점에서 유용하다 하겠다. 그러나 한편 통계적 검증으로 나타난 결과들이 실제의 현상 그대로 확실하게 그 체계를 뽑아낸 것이라고는 할 수 없다. 이는 아직 소비자 특성별로 디자인 특성에 관련된 문제가 어느정도 공통성이 있다고 보아지는 초기단계이기 때문에 단지 우연한 자료의 변량 변화일 수도 있는 것이다. 그러므로 실제로 이 결과를 이용하여 현상을 직시하거나 눈을 훈련할 수는 있되 과감히 어떤 학문적 결론을 내리거나 어느생산정책에 이용하기에는 조급한 감이 있다 하겠다.

앞으로 이 계통의 시장과 소비자의 관심이 증대해감에 따라 이러한 연구가 계속되어 본 연구에서 밝혀진 변인들의 관계가 지속적으로 검토되어야 할 것이다.

실내장식물 선택시 소비자가 요구하는 실내장식물의 속성들의 요인구조는 다음과 같다. 가구의 경우, 과거 구매시는 제 1요인은 시대적 특성 및 개인적 성향, 제 2요인은 기능성 및 심미성, 제 3요인은 경제성 및 환경과의 조화성으로 나타났으며, 미래에는 경제성이 더 중요하게 부각되었으며 개인적 성향은 그 중요성이 감소되었다. 커튼의 경우, 과거 구매시는 제 1요인은 일반적 기능성, 제 2요인은 직물의 특성 및 처리, 제 3요인은 심미성, 제 4요인은 경제성 및 조화성으로 나타났고, 미래에는 직물의 특성 및 처리 중 방오, 방염성이 더 중요시 되었으며 경제성도 더 중요하게 나타났다. 카펫의 경우, 과거 구매시는 제 1요인은 일반적 기능성 및 유지관리에 필요한 가공성, 제 2요인은 심미성 및 환경과의 조화성, 제 3요인은 경제성으로 나타났으며, 미래에도 거의 유사한 구조를 보였다.

특히 가구의 경우, 현대사회의 삶의 실체라 할 수 있는 이동성의 개념을 표현하고 있는 가구의 재배치 용이성, 필요시 다용도성, 운반용이성 등이 조사 대상지역에서는 이미 과거부터 가구의 속성들에 대한 소비자 요구의 주요 측면으로 작용하고 있었다는 점은 주목할만한 것이다. 이 결과는 강동구 잠실아파트 지역이 생활양식에 대한 사고방식에 있어서 다른 어느 지역보다 먼저 변화발전하고 있었을 수 있다는 것으로 연결하여 해석할 수 있겠다.

실내장식물 선택시 고려사항에 대한 과거와 미래의 고려정도의 변화를 살펴본 결과, 가구, 커튼 카펫 모두, 제반속성에 대해 미래 소비자들이 더욱 신중히 고려할 것으로 나타났다. 특히 과거와 미래의 고려정도 차이가 크게 나타난 속성들이 밝혀짐으로써 생산자가 더욱 신경을 써야 하는 부분을 제시해 주었다.

실내장식물의 디자인 특성 실태와 선호에 대한 연구는 오늘날 실내장식물 공급시장이 다양해졌다고는 해도 보다 많은 사람에게 선택의 자유를 누리

게 할 만큼 충분히 개발되어 있지 않아 조금 빠른 느낌이 있다. 그러나 미래의 시장성을 보고 생산을 해야 하는 생산자 측면에서 볼 때 소비제품의 디자인 특성 실태와 선호는 중요하게 인식되어져야 하는 문제이다.

이제까지 소비자와 관련된 현상을 파악하는 것으로서, 실내장식물이 지닌 디자인 특성과 관련시켜 분석하는 연구는 거의 없었다. 본 연구는 앞으로의 연구를 위한 시작으로, 전용면적 25평 이상에 거주하는 서울시 강동구 잠실지역 아파트의 주부를 대상으로 제한하였으나 우리나라 아파트 지역의 전체적인 실내장식 경향을 파악하기 위해서는 여러 지역의 아파트를 대상으로 계속적인 연구가 필요하리라 하겠다.

### 참 고 문 헌

- Egelius, Mats, "Housing and Human Needs; the work of Ralph Erskine," *Architecture for People*, Byron Mikellides, 1980, pp.135-148.
- Copper, Clare, "The House as Symbol of the Self," *Designing for Human Behaviors*, Dowden, Hutchinson & Ross Inc. 1977, pp.130-146.
- Van Syckle, Calla, "Consumer use and Purchase of Furniture," Michigan State Univ., 1951.
- Davis, Marilyn Virginia, "Personality Characteristics as Related to Color Preferences in the Home," Master's Auburn Univ., *Home Economics Research Abstracts*, 1973.
- Turner, Carolyn S., & Kay P. Edward, "Determining Consumer Preference for Furniture Product Characteristics," *Home Economics Research Journal*, Vol. 3, No. 1, 1974, 9, pp.33-42.
- Hada, Lynne Reubush, "Personality and Furniture Fabric Preference," Master's Colorado State Univ., *Home Economics Research Abstracts*, 1977, p.25.
- 이복선, "한국적 문양을 살린 Carpet-작품을 중심으로—," 홍익대학교 산업미술대학원, 석사학위논문, 1973.
- 오혜경, "실내 의장용 커튼재의 차광, 차음 및 단열효과에 대한 연구," 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1975.
- 이항욱, "커튼문양에 관한 연구," 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1978.
- 윤복자 외 6인, "주택에서 내장재로 쓰이는 섬유의 절연효과와 소비자 의식에 관한 연구," 연세대학교 가정대학, 1982.
- 오승혜, "가구 디자인의 조형적 요소에 대한 소비자의 선호연구," 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 1982.
- 남경숙, "아파트 거실 가구 배치가 생활 패턴에 미치는 영향에 관한 연구," 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1982.
- 이종혜, "주택내 생활공간에 관한 연구," 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문. 1981.
- 이경희외 2인, "가구 사용면에서 본 주공간 기준설정에 관한 연구," 「연세논총」, 1978, pp.89-114.
- 윤장섭, 「주거학」, 교문사, 1982, p.155.
- 리스피아루 카운셀링 부설 경제조사연구소, 「여성라이프 스타일 조사안내」, 서울: 리스피아루 카운셀링, 1981, p.2.  
오승혜, 전제서, p.31에서 재인용
- 류영희, "구매결정과정에서의 부부의 역할 구조," 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 1981.
- 오승혜, 전제서, pp.41-56.
- Shultz, Jerelyn Boehnke, "Group Influences on Furniture Style Selection", (Unpublished Master's Thesis, Univ. of Iowa, 1969), 오승혜, 전제서, p.16에서 재인용
- 오승혜, 전제서, p.47.
- Campbell, Lucille Wissolik, "Factors Involved in the Selection of Furnishings for the Home," Doctor's the Pennsylvania State Univ., *Home Economics Research Abstracts*, 1968.

22. 오승혜, 전계서 pp.57-62.
23. 송원희, “주택 거실 실내색채에 관한 연구,” 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1977.
24. Shipman, D., “Preferences for Apparel Fabric and Texture as Related to Extroversion and Introversion and Socio-Economic Background Among Seventh Grade Girls,” *Home Economics Research Abstracts*, 1971, p. 67.
25. 정지연, “색채기호와 색연상에 관한 조사 연구,” 성균관대학교 대학원, 석사학위논문, 1982.
26. Faulkner, R. and S. Faulkner, *Inside Today's Home*, Holt, Rinehart and Winston. Inc., 1975, pp.380-389.