

우리나라 생산 면직물에 대한 미국 소비자의 감성평가

-미국 사우스다코타주 대학생을 중심으로-

The sensibility of the American consumer about domestically manufactured cotton fabrics

-Based on South Dakota State University Student-

이정순* · 신혜원

충남대학교 의류학과* · 동국대학교 가정교육과

Jung Soon Lee · Hye Won Shin

Dept. of Clothing and Textiles, Chungnam National University* ·

Dept. of Home Economics Education, Dongguk University

Abstract

The purpose of this research is to measure the sensibility and preference of American consumers for domestically-manufactured cotton fabrics through 7-points scale questionnaires and the 4-dimensions and 8-axes system. The key words included such images as masculine-feminine, new-old, casual-classic, and ambiguous-orderly. The images of cotton fabrics were classified through a cluster analysis. This research also included an investigation of relationship between sensibilities for cotton fabrics and their physical characteristics.

The sensibilities of cotton fabrics were classified into 4 groups: 'feminine sensibility,' 'masculine sensibility,' 'new sensibility,' and 'casual sensibility.' This result represents that American consumers' sensibility is simpler than Koreans'. The order of preference was 'feminine sensibility,' 'masculine sensibility,' 'new sensibility,' and 'casual sensibility.' The sensibilities of cotton fabrics were explained significantly by stiffness, weight, weft density, value, and chroma. Specifically, those were more influenced by color characteristics such as value, chroma, and hue than by physical characteristics.

We should be able to tell a difference in the reaction of a trading country's consumers and domestic consumers to domestically-manufactured cotton fabrics through comparing this research with the previous work(Shin & Lee, 2002). Additionally, we will be able to establish a basic strategy for successfully advancing Korean fabrics into the American domestic textile industry. In this way we can expect to increase the competitive power of our domestic clothes brands.

Key Words : sensibility for cotton fabric, cluster analysis, color characteristics, American consumers

I. 서론

현대사회에서는 다국적인 문화교류로 인해 점점 더 글로벌 마케팅활동이 중요시 되고 있다.(Douglas, 1992; Worthy, 1990). 이러한 글로벌 마케팅 전략과 더불어 학계에서는 각국의 다양한 소비자들의 태도 및 행동을 이해하는 비교문화연구에 많은 관심이 집중되고 있다. Lennon, Burns, Lee, & Choi(1997)의 연구에 따르면 한국과 미국 소비자의 의류 신제품에 대한 평가를 비교해본 결과 두 문화

권의 소비자들 간의 선호도, 평가 및 구매의도 등에서 소비자들의 평가가 차이가 나타났다. 또한 의류소재와 최종 용도에 관련된 국가간 비교연구(Byrne etc. 1993)에서도 평가가 다르게 나타났다. 이는 소비자의 주어진 환경에 따라 마케팅자극에 대한 반응이 다르게 나타남을 의미한다. 소비자들의 태도 및 행동연구는 마케팅전략에 큰 영향을 미치므로 성공적인 국제무역을 위해서는 무역대상국의 문화나 소비자 행동을 이해하는 것이 매우 중요하다(이승희, 임숙자, 안춘순, 양윤, Lennon, 2001).

의류패션에 있어서 옷의 디자인이나 스타일 못지 않게

* Corresponding author: Jung Soon Lee
Tel: (042) 821-6830, Fax: (042) 822-8283
E-mail: jungsoon@cnu.ac.kr

중요한 요소가 되는 것은 소재다. 소재의 역할은 디자인의 성패와 소비자 선호도에 직접적인 영향을 미치는 요소가 되고 있다. 패션기업에서 상품기획 의도에 맞는 의복을 생산하기 위해서는 적합한 소재를 여러 측면에서 검토하여 선택하거나 개발하여야 하는데 이러한 작업을 소재기획이라고 한다. 소재기획을 할 경우 먼저 패션테마를 결정하고 그에 맞는 소재를 선정하는데 이는 소재의 이미지 평가를 통해서 이루어지게 된다. 소재의 이미지는 소재의 여러 물리화학적 특성이나 촉감, 태 외에도 색채, 무늬 등의 여러 요소가 영향을 미쳐 복합적으로 나타나는 총체적인 개념으로 이러한 요소들을 약간만 변화시켜도 전혀 다른 이미지를 나타내게 된다. 이러한 소재이미지 평가에 대해서는 많은 연구가 행해지고 있다(이경희, 김유진, 2001; 정인희, 이은영, 1993; 정인희, 2001; 추선영, 김영인, 2002; Na & Kim 2001). 소재는 내수판매에서 뿐만 아니라 외국에 의류를 수출하는 경우에도 판매성공에 결정적인 역할을 한다. 수출 대상국 소비자의 기호에 맞는 원단을 우리나라에서 생산한 후 이 원단으로 의류를 제작하여 수출하는 경우 수출의 효과가 극대화 될 것이며 또한 우리나라 섬유산업의 발전에 기여할 수 있을 것이다. 이를 위해서는 소재감성에 대한 수출대상국 소비자의 반응을 비교 조사하는 것이 필요하다. 따라서 한국에서 생산되고 있는 면직물에 대한 미국 소비자의 감성

을 측정하는 것은 의미 있는 연구라고 사료된다.

그러므로 본 연구에서는 선행연구(신혜원, 이정순, 2002)에서 추출된 8개 감성 평가 축을 이용하여 면직물에 대한 미국 소비자의 감성을 측정한 뒤 군집분석을 통해 미국 소비자의 면직물 감성을 분류해 보고자 하였다. 아울러 다차원 척도법을 통하여 면직물 감성의 위치도를 작성하여 면직물감성의 분류된 군집을 재확인하며, 분류된 감성과 물리적 특성치와의 관계를 살펴봄으로써 우리나라 생산 면직물에 대한 미국소비자의 감성을 파악하고자 하였다.

2. 연구방법

2-1. 시료

면직물의 감성 분석에 사용된 직물은 우리나라 내셔널 브랜드에서 1999년부터 2001년까지 생산된 면 100% 직물로, 다양한 감성이 포함되도록 하기위하여 비슷한 감성의 직물은 중복되지 않도록 하여 총 55종류를 선택하였으며 같은 연령대의 대학생들을 대상으로 한 선행연구(신혜원, 이정순, 2002)와 동일한 소재를 사용하였다. 본 연구에서는 패턴의 효과는 제외하였으므로 단색의 무지 직물만을 사용하였다. 사용된 시료의 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 면직물의 특징

군집	시료 번호	조직 (직물명)	무게 (g/cm ²)	경밀도 (/inch)	위밀도 (/inch)	두께 (mm)	강연도 (cm) C=D/2	영도 (L)	a	b	색상 (H)
A	1	평직(머슬린)	0.0092	120	104	0.18	1.888	71.363	-4.347	4.775	7.7 GY
	2	2/1능직(진)	0.0158	148	97	0.26	1.775	17.828	5.173	1.351	5.3 R
	3	평직(산통)	0.0115	112	80	0.23	1.85	69.286	-4.156	7.869	3.9 GY
	4	평직(머슬린)	0.009	127	97	0.17	1.6	67.57	-2.042	-1.236	2.2 B
	14	2/2능직(서지)	0.0208	188	97	0.36	1.55	72.062	-2.892	18.016	5.4 Y
	15	평직(머슬린)	0.0096	128	104	0.17	1.875	65.985	-8.836	19.881	1.9 GY
	19	평직(머슬린)	0.0086	112	104	0.17	1.625	59.042	15.052	4.147	1.2 R
	20	수자직(목공단)	0.0132	188	89	0.27	1.625	76.464	-8.543	22.425	0.9 GY
	21	평직 (브로드크로스)	0.0129	144	80	0.23	1.775	74.28	-7.635	4.87	1.5 G
	22	평직 (브로드크로스)	0.0104	148	90	0.2	1.9	71.196	-1.839	8.526	6.7 Y
	34	경이중직(피케)	0.0165	152	89	0.34	1.938	70.458	-6.561	-2.866	0.3 B
	36	1×4 경두둑직 (그로스그레인)	0.0297	109	64	0.54	1.825	84.106	-5.042	6.459	6.9 GY
	39	수자직 (의마가공)	0.0186	208	88	0.36	1.55	72.506	-2.556	11.992	6.6 Y
	42	1×2 경두둑직 (그로스그레인)	0.0167	107	76	0.34	3.35	75.111	-3.053	-0.169	4.8 BG

	44	평직 (플래너렛)	0.0155	69	61	0.38	1.75	80.42	-4.836	5.494	7.6 GY
	48	위파일직 (코듀로이)	0.0331	71	109	1.08	1.625	81.972	-5.732	11.233	4.0 GY
	49	평직 (플래너렛)	0.0155	56	48	0.59	1.65	77.796	-3.079	-2.01	3.2 B
	51	4×4 바스켓직	0.018	51	44	0.65	2.15	78.487	-2.501	-0.282	5.8 BG
	53	시어셔커	0.0106	128	128	0.38	1.5	68.979	-3.327	16.784	6.5 Y
B	5	2×2 바스켓직 (옥스포드)	0.0353	80	56	0.67	2.15	40.234	-2.625	6.429	1.0 GY
	6	평직 (브로드크로스)	0.0089	114	74	0.18	1.838	18.029	-1.97	-3.315	5.8 B
	7	평직 (브로드크로스)	0.0126	144	80	0.24	1.913	33.433	-0.957	-0.054	2.8 BG
	8	평직(머슬린)	0.0147	144	122	0.22	1.563	56.083	-2.164	12.633	6.1 Y
	10	3/1능직 (개버딘)	0.027	142	61	0.49	1.963	22.18	-2.616	4.8	2.7 GY
	11	3/1능직(드릴)	0.0299	96	49	0.6	2.013	23.603	-1.442	0.328	7.1 G
	12	3/1능직 (개버딘)	0.032	123	64	0.55	2.213	12.836	-0.39	0.097	6.0 G
	13	3/1능직 (개버딘)	0.0195	136	88	0.35	1.475	44.755	-0.345	9.665	4.0 Y
	24	3/1능직(드릴)	0.0306	74	46	0.62	1.525	61.471	1.545	15.73	1.6 Y
	25	이종직	0.022	120	104	0.38	1.738	45.174	2.558	14.375	1.4 Y
	35	도비직	0.0295	112	72	0.6	2.238	45.18	-0.511	13.002	4.3Y
	37	경이종직(피케)	0.0388	120	64	0.7	2.325	49.496	3.724	16.439	0.5 Y
	38	도비직	0.0354	74	43	0.78	2.088	56.895	-2.801	11.622	7.7 Y
	41	수자직 (의마가공)	0.0147	184	112	0.27	3.513	15.432	-0.444	-0.37	9.9 BG
	43	능직(데님)	0.048	64	48	0.93	2.488	18.375	-0.612	-2.275	9.5 B
	46	위파일직 (코듀로이)	0.0373	86	102	0.82	2.725	32.041	-1.358	1.325	7.5 GY
	47	위파일직 (코듀로이)	0.0365	72	64	0.88	1.713	49.853	3.162	14.672	0.6 Y
	54	2×2 바스켓직	0.0233	107	41	0.4	1.725	67.433	-8.836	-6.993	3.6 B
	55	평직(삼브레이)	0.0169	80	60	0.41	1.688	39.793	-3.338	-5.293	7.2 B
C	9	평직(머슬린)	0.0163	80	72	0.3	1.863	29.161	-22.93	5.57	6.2 G
	16	평직(표면가공)	0.016	110	102	0.19	2.15	24.627	1.646	-7.137	6.5 PB
	17	평직(표면가공)	0.0175	144	104	0.27	2.225	29.922	21.801	12.596	9.9 R
	23	평직(머슬린)	0.0192	88	72	0.33	1.838	59.545	27.224	36.867	5.8 YR
	26	평직 (브로드클로스)	0.0158	152	71	0.26	1.825	75.709	-8.572	24.954	0.2 GY
	27	평직 (브로드클로스)	0.0237	104	72	0.35	1.825	75.798	-9.969	21.858	2.3 GY
	28	평직(코팅가공)	0.0211	79	58	0.25	1.85	67.665	1.626	34.838	3.2 Y
	29	3/1능직 (개버딘)	0.0321	96	72	0.43	2.2	19.591	1.34	-3.354	8.4 PB
	32	평직(표면가공)	0.0151	145	74	0.23	3.075	29.804	-15.23	5.68	4.0 G
	33	평직 (브로드클로스)	0.0106	160	88	0.17	1.838	59.457	23.146	30.467	5.0 YR
	40	1×2 경두룩직	0.0158	107	79	0.35	1.7	67.682	-0.375	30.402	3.7 Y

	(그로스그레인)									
	45 위파일직(우단)	0.0284	112	72	0.91	1.45	24.332	8.594	11.898	7.0 YR
	50 봉소직 (와플클로스)	0.0334	66	131	2.04	2.65	79.716	-4.562	10.123	2.7 GY
	52 경파일직 (테리클로스)	0.0332	65	51	1.66	1.5	65.689	17.317	40.214	8.8 YR
D	18 2/1능직(진)	0.022	132	66	0.36	2.788	22.813	-1.707	-0.591	6.0 BG
	30 2/1능직(드랄)	0.023	114	56	0.36	3.273	54.712	-10.23	-4.927	9.7 BG
	31 3/1능직(드랄)	0.0393	80	40	0.68	2.863	15.609	-0.908	1.326	4.1 GY

2.4. 통계분석

2.2. 면직물의 감성 평가

면직물의 감성 평가는 선호감 항목을 포함하여 선행연구(신혜원, 이정순, 2002)에서 개발된 의류소재 감성을 평가하는 형용사인 여성적인, 남성적인, 클래식한, 캐주얼한, 새로운, 오래된 듯한, 모호한, 정돈된을 사용하여 7점 척도로 설문지조사를 통해 측정하였다. 면직물의 감성 평가는 피험자에게 설문지와 시료를 나누어준 뒤 연구자가 선호감을 포함한 9개의 용어의 의미를 설명하고, 직물을 피험자가 자유롭게 만지고 보게 한 후 느껴지는 감성을 표시하도록 하였다. 각 이미지의 값이 7에 가까울수록 각 문항에 긍정적인 감성을 갖는다. 대응 형용사의 영문표기는 South Dakota University의 Apparel Merchandising & Interior Design 학과에 재직중인 Nancy Lion교수의 자문을 통해 여성적인은 Feminine, 남성적인은 Masculine, 클래식한은 Classic, 캐주얼한은 Casual, 새로운은 New, 오래된듯한은 Old, 모호한은 Ambiguous, 정돈된은 Orderly, 선호감은 Preference으로 표기하였다. 설문조사는 2003년 10월중에 South Dakota University의 Apparel Merchandising & Interior Design 학과에 재학중인 대학생 40명을 대상으로 실시하였다. 한 사람이 55종의 면직물 모두에 대하여 응답하도록 하여 한 종류의 면직물에 대하여 40개의 감성평가지를 얻어 분석에 이용하였다.

2.3. 물리적 특성 및 표면 색 측정

의류소재 감성에 영향을 미칠 것으로 여겨지는 변수로 물리적 특성 중 두께(KS K 0506), 밀도(KS K 0511, 0512), 무게(KS K 0514), 강연도(KS K 0539: 캔틸레버법)를 측정하였고, 분광 측정계(JS555, CTS Japan)를 사용하여 D65광원 10°시야에서 Hunter의 L, a, b 값과 Munsell 표색계의 색상(H)을 측정하였다.

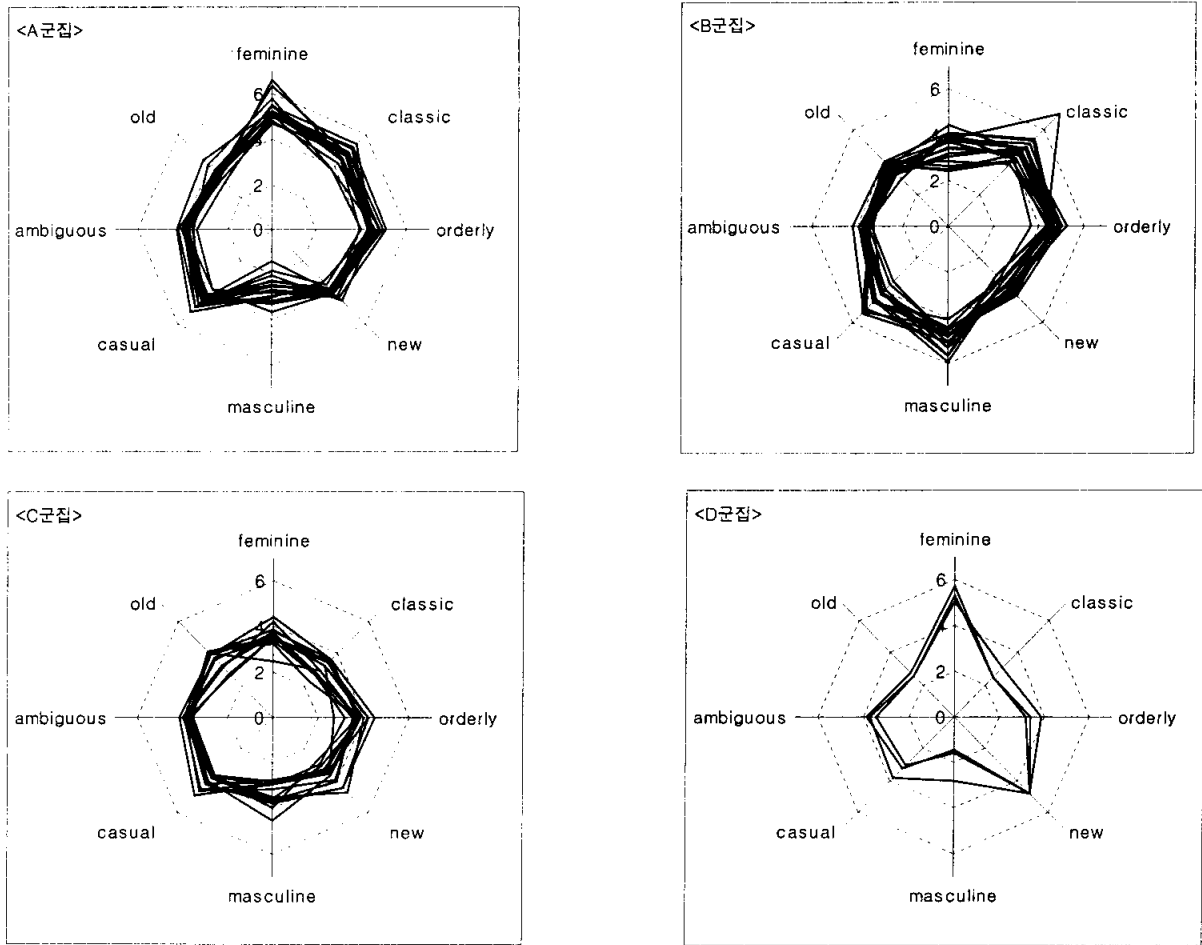
설문지를 통해 측정된 8개 대표 형용사와 선호감의 감성점수를 사용하여 면직물의 감성을 군집분석하여 분류하고 분류된 각 집단 간의 감성 차이를 파악하기 위하여 분산분석, Duncan의 다중범위검정을 실시하였다. 또한 각 군집에 속하는 직물의 물리적 특성 및 색 특성의 차이를 살펴보기 위해 기술통계분석, 분산분석, 다중범위검정을 행하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 면직물의 감성 분류

설문지를 통해 측정된 8개 대표 형용사의 감성점수를 사용하여 55개 면직물의 감성을 계층적 군집분석 한 결과 4개의 군집으로 분류되었다. 분류된 군집수를 같은 연령대의 우리나라 대학생을 대상으로 한 선행연구결과와 비교해보면 면직물에 대한 우리나라 소비자 감성이 8군집으로 분류되었던 것과 달리 미국소비자의 면감성은 4군집으로 나누어졌는데 이는 미국소비자의 면직물에 대한 감성이 우리나라소비자들에 비해 단순한 것으로 평가될 수 있다. 각 군집에 속하는 시료번호를 [표 1]에 나타내었고, 8개 군집의 감성 분포는 [그림 1]에 그리고 [표 2]에 각 군집별 선호감성, 대표이미지와 각 이미지의 평균치 및 일원분산분석과 Duncan의 다중범위검정 결과를 나타내었다. 등분산이 가정되지 않은 새로운(New)과 오래된(Old)은 Dunnett T3의 다중범위검정을 행하여 [표 3]에 나타내었다.

[표 2, 3]의 분석결과 A군집은 여성적인 이미지가 강조되는 특성을 가진 군집으로 55개 면직물 중 19종류가 이에 포함됨으로써 가장 대표적인 면직물의 이미지임을 알 수 있다. 또한 여성적인 이미지에 정돈되고 클래식한 이미지가 복합해서 나타나며, 약간의 캐주얼한 요소가 가미되는 특성을 가진다. B군집은 남성적인 이미지가 강조



[그림 1] 소속군집의 이미지분포

<표 2> 각 군집별 선호감성 및 대표이미지의 비교

군집	대표 이미지	Feminine	Classic	Orderly	New	Masculine	Casual	Ambiguous	Old	Preference
A	여성적인	5.2658a	4.5522a	4.4684a	3.8484	2.6392a	4.3572a	3.8065	3.5316	4.0938a
B	남성적인	3.4211b	4.6792a	4.6193a	3.6579	4.8877b	4.4132a	3.6592	3.5486	3.8788ab
C	캐주얼한	3.5750b	3.0607b	3.7229b	3.5831	3.3657c	4.0483a	3.7581	3.5781	2.8765c
D	새로운	5.3417a	2.6171b	3.4485b	4.7417	1.9417d	3.3250b	3.6667	2.6083	3.5583b
F-value		50.288**	39.050**	24.428**	7.252**	66.414**	6.859**	1.818	6.222**	24.032**

* p<0.05, ** p<0.01

<표 3> New와 Old이미지의 다중범위검정 결과

변수		Dunnett T3의 다중범위검정					
종속변수	독립변수	A-B	A-C	A-D	B-C	B-D	C-D
New	A~D군집			**		**	**
Old				**		**	**

** p<0.01

되는 군집으로 클래식하고 정돈된 이미지에 캐주얼한 이미지가 A군집보다는 조금 더 강조되며 8종류의 직물이 여기에 포함되는 것으로 나타났다. 정돈되고 클래식하고 캐주얼한 이미지가 A군집과 유사하나 A군집은 여성적인 이미지가, B군집은 남성적인 이미지가 더 강조되어 서로 구분되는 군집이다.

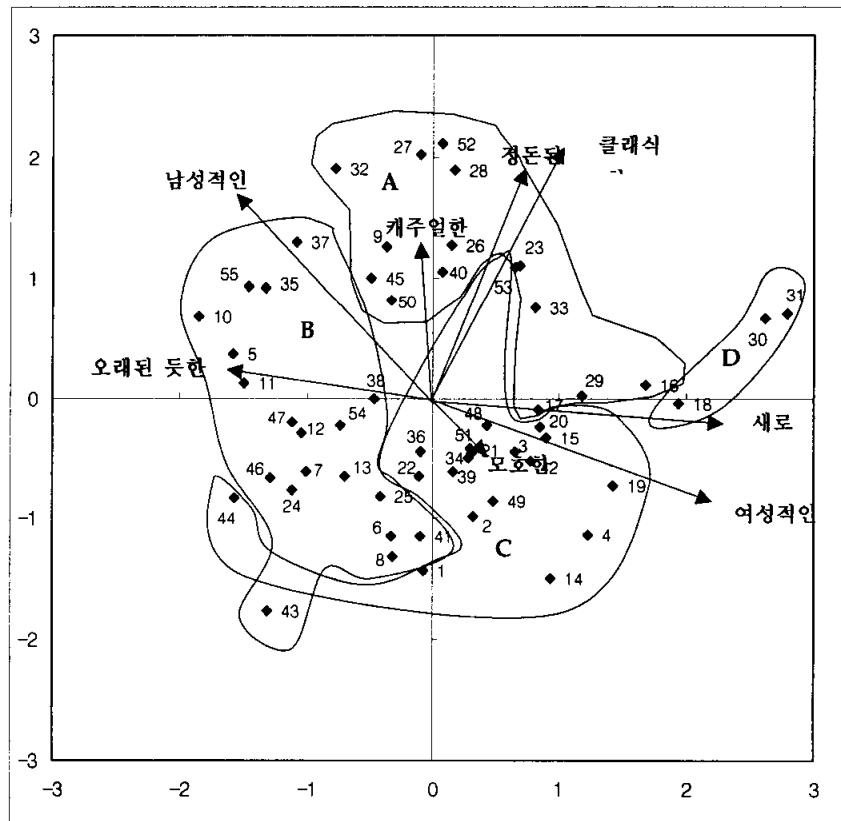
C군집은 14종류의 면직물이 포함되는 군집으로 A, B군집과는 군집과는 캐주얼한 감성과 여성적인 감성에 약간씩 연관이 되어 있으나 캐주얼한 이미지와 오래된 이미지가 좀더 강조되는 특성을 가진다. D군집은 전체 직물 중 3종류만이 포함되는 소군집으로 새로운 이미지가 강조되는 군집이다. D군집은 여성적인 요소가 포함되기는 하지만 A군집과는 확실히 구분되는 군집이다. 클래식하고 정돈된 이미지는 여성적이고 남성적인 이미지에 포함되어 겉으로 드러나지 나지 않으며 캐주얼한 감성에 오래된 듯한 감성이 함께 포함되는 경향을 가진다. 이는 같은 연령대의 대학생을 대상으로 한 우리나라 소비자의 감성분류시 캐주얼한 감성에 새로운 감성이 함께 분류되었던 것(신혜원, 이정순, 2002)과는 다른 결과라고 할 수 있다. 한편 모호한 직물감성은 어느 군집에서도 크게 드러나지 않

는 감성으로 우리나라 소비자와는 달리 미국소비자의 감성에서는 찾아보기 힘든 감성임을 알 수 있었다.

선호하는 직물이미지의 순서는 여성적인, 남성적인, 새로운, 캐주얼한으로 여성적인 이미지의 직물을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

3-2. 면직물 감성의 위치도

면직물이 나타내는 감성을 평면상에서 살펴보기 위하여 55개 면직물에 대한 여성적인, 남성적인, 클래식한, 캐주얼한, 새로운, 오래된 듯한, 모호한, 정돈된의 8가지 이미지를 7점 척도로 측정하여 직물간의 상이성 거리를 계산한 후 다차원 척도법을 사용하여 [그림 2]와 같이 2차원 평면에 나타내었다. 여기에 각 군집에 속하는 시료를 구분하여 표시해 봄으로써 군집분석을 통해 얻어진 8개 군집 즉 A~D군집의 상대적인 감성위치를 살펴보았다. 또한 [그림 2]의 각축을 해석하고 분류된 군집과 8개 대표형용사와의 관계를 살펴보기 위하여 8개 대표형용사의 주관적 감성 평가치를 요인분석하고 그 결과를 2차원 평면상에 같이 나타내었다.



[그림 2] 면직물 감성의 위치도

[그림 2]에서 8개 대표형용사의 위치를 살펴보면 클래식한, 정돈된, 캐주얼한은 2차원 평면상의 위쪽에 위치하는 것을 알 수 있다. 이것은 위쪽에 분포된 직물이 클래식하면서 정돈되고 캐주얼한 이미지를 가지는 직물임을 의미한다. 새로운, 여성적인, 모호한은 오른쪽에 위치하며, 이 위치에 분포되어 있는 직물은 각각 새로운, 여성적인, 모호한 감성 이미지를 가진다는 것을 나타낸다. 남성적인과 오래된듯한은 평면상의 왼쪽에 위치하는데 역시 이 부분에 위치한 직물은 남성적이고 오래된듯한 이미지를 가지는 직물로 생각할 수 있다. 이와 관련하여 군집의 위치를 살펴보면, A군집에서 나타나는 여성적인 이미지는 그림의 우측하단에, B군집에서 나타나는 남성적인 이미지는 좌측에 위치하면서 서로 인접해서 위치하고 있다. 여성적인과 남성적인은 요인분석에서 상반된 이미지를 갖고 있는 위치에 존재한다. 캐주얼한 이미지의 C군집은 요인분석의 캐주얼한 위치와 일치한 위쪽에 위치하는 것을 볼 수 있다. 그리고 새로운 이미지의 D군집 역시 요인분석의 새로운 위치와 일치한 오른쪽에 위치하는 것을 볼 수 있다. 선행연구(신혜원, 이정순, 2002)와 비교해보면 미국소비자와 우리나라 소비자와의 감성의 차이는 요인분석의 결과에서 뚜렷하게 관찰되어지는데, 클래식하고 정돈된 이미지의 반대편에 위치했던 캐주얼한 이미지가 미국소비자의 감성에서는 클래식하고 정돈된 이미지와 같은 위치에 존재하며, 우리나라 소비자의 감성에서는 남성적인 축에 인접해있던 모호한이 여성적인 축에 인접한다는 것을 알 수 있다.

3.3. 면직물의 감성 분류에 영향을 미치는 변수

면직물의 감성을 분류하는데 영향을 미치는 변수를 살펴보고자 각 군집에 속하는 면직물의 강연도, 무게, 밀도, 두께, 명도, 채도, 색상을 살펴보았다. [표 4]에 색상([표 1])을 제외한 각 군집의 물리적 특성 평균치와 분산분석 결과를 나타내었다.

분산분석 결과, 경밀도와 두께는 군집간에 유의한 차이가 나타나지 않아 면직물의 이미지 분류에 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다. 그러나 나머지 특성치는 군집간 유의한 차이가 나타나 다중범위검정을 실시하였다. 등분산이 가정된 드레이프 강연도, 무게, 위밀도는 Duncan의 다중범위검정을 행하여 [표 4]에 나타내었고, 등분산이 가정되지 않은 명도, 채도는 Dunnett T3의 다중범위검정을 행하여 [표 5]에 나타내었다.

[표 4, 5]를 살펴보면 강연도, 무게, 위밀도, 명도, 채도에서 군집간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났지만 다중범위검정결과 강연도는 D군집이 다른 군집과 차이가 나고, 무게는 B,D군집과 A군집에서, 위밀도는 A,C군집과 D군집에서 차이가 나타났다. 또한 [표 5]에서 보여주는 것과 같이 명도는 A와B 군집간에 채도는 A와C, B와C, C와D군집 간에 차이를 나타내었다. 채도는 다른 특성보다 더 군집간에 차이를 나타내어 군집간의 특성을 구분시켜주는 요소로서 역할이 다소 크다는 것을 알 수 있다. 이것은 [표 1]에서도 알 수 있는데, 4개의 군집이 색상이나 톤에서 비교적 구분되는 특징을 가진다. 여성적인 이미지가 강한 A군집은 무게가 가볍고 두께가 얇고 명도가 높은 직물군이며, 색상은 주로 아이보리와 연노랑색으로 파스텔톤을 띠는 것으로 나타났다. 남성적인 B군집은 무게가 무겁고 명도와 채도가 낮은 직물로, 카키색이나 갈

<표 4> 각 군집의 물리적 특성 비교

군집	강연도 C(cm)	무게 W(g/cm ²)	경밀도 (/inch)	위밀도 (/inch)	두께 (mm)	명도 L(%)	채도 √(a ² +b ²)
A	1.83b	0.016b	124.5	86.8a	0.36	70.3	10.23
B	2.05b	0.030a	109.1	71.1ab	0.53	38.5	7.96
C	1.99b	0.021ab	107.7	79.9a	0.55	50.6	24.66
D	2.97a	0.029a	108.7	54.0b	0.47	31.0	4.92
F-value	5.909**	6.272**	0.810	2.874*	1.025	11.733**	12.651**

* p<0.05, ** p<0.01

<표 5> 명도와 채도의 다중범위검정 결과

변수		Dunnett T3의 다중범위검정					
종속변수	독립변수	A-B	A-C	A-D	B-C	B-D	C-D
명도	A~D군집	**					
채도			**		**		**

* p<0.05, ** p<0.01

색의 색상을 지니는 직물군으로 구성되어 있다. 특히 이 군집에 속하는 직물의 조직은 능직이 많으며 변화평직, 파일직, 도비직, 이중직 등 표면에 조직에 의한 패턴효과를 가진 직물이 많이 포함된다는 특징을 보였다. 이러한 표면특성을 가진 직물은 우리나라 소비자의 경우(신혜원, 이정순, 2002) 오래된 듯한 이미지를 가진 직물로 분류되었음에 비해 미국소비자의 경우 오래된 듯한 이미지가 남성적인 이미지에 포함되어 분류되었음을 알 수 있다. 캐주얼한 감성의 C군집은 채도를 제외한 물리적인 특성에 있어서 다른 군집과 특별히 구분되는 요소는 나타나지 않았는데 노랑, 주황, 초록, 파랑 등의 채도가 높은 직물이 여기에 속했다. 새로운 감성의 D군집은 강연도가 크고 무게가 무겁고, 위밀도가 작은 직물군으로 분류되나 표면에 펄 반짝이 효과를 모두 갖고 있어 물리적인 특성보다는 표면의 시각적효과로 분류되어진 것으로 판단된다. A,B,C,D군집 모두 직물의 촉감과 관련된 물리적 특성보다는 시각적 특성이 면직물의 이미지를 분류하는데 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 시각적 이미지 정보의 중요성을 강조한 선행연구(김미지자, 1998)와 우리나라소비자의 면감성 결과(신혜원, 이정순, 2002)와도 일치한다. 명도가 높고 가벼운 직물을 여성적인 이미지를 가진 직물로, 명도와 채도가 낮은 직물을 남성적인 이미지로 평가하는 것은 우리나라소비자와 미국소비자의 공통된 감성임을 알 수 있다. 그러나 주황과 노랑계통의 채도가 높은 직물을 우리나라소비자는 여성적인 이미지의 직물로 청색직물을 캐주얼 이미지로 구분해서 분류한 것과는 다르게 미국소비자는 모두 캐주얼한 이미지의 직물로 분류한 것은 국가간, 지역간 색 감성에서의 차이(김경인, 김창순, 1998)를 반영하는 흥미 있는 결과라고 할 수 있다.

4. 결론 및 제언

본 연구에서는 우리나라에서 시판되는 면직물의 감성을 남성적인, 여성적인, 새로운, 오래된 듯한, 캐주얼한, 클래식한, 모호한, 정돈된의 8개 대표형용사를 이용하여 7점 척도로 측정하고 이로부터 군집분석을 통해 면직물의 감성을 분류해 보았다. 또한 면직물의 감성 분류에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위하여 면직물의 물리적 특성과 색 특성을 살펴보았다.

설문지를 통해 측정된 8개 형용사의 감성점수를 사용하여 55개 면직물의 감성을 계층적 군집분석을 한 결과 면직물의 감성은 '여성적인', '남성적인', '캐주얼한', '새로운'의 대표이미지를 갖는 4개 군집으로 분류할 수 있었

다. 이것은 면직물의 감성이 8개 대표형용사의 통합된 개념을 가진 복합적인 차원으로 분류되었던 우리나라 소비자의 감성과는 달리 미국소비자의 감성이 상대적으로 단순하다는 것을 알 수 있었다.

미국소비자가 선호하는 직물이미지의 순서는 여성적인, 남성적인, 새로운, 캐주얼한으로 여성적인 이미지의 직물을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

면직물의 감성을 분류하는데 영향을 미치는 변수를 알아보기 위해 각 군집에 속하는 면직물의 강연도, 무게, 밀도, 두께, 명도, 채도, 색상의 분산분석을 한 결과 경밀도와 두께는 군집간에 유의한 차이가 나타나지 않아 면직물의 감성 분류에 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다. 그러나 강연도, 무게, 위밀도, 명도, 채도에서는 군집간 유의한 차이가 있어 4군집간의 차이를 의미 있게 설명해 주었다. 또한 우리나라 소비자의 면 감성 결과(신혜원, 이정순, 2002)에서와 마찬가지로 채도와 색상은 다른 특성보다는 군집 간에 차이를 나타내어 군집간의 특성을 구분 지어주는 요소로서 역할이 크다는 것을 알 수 있어 시각적인 요소의 중요성이 다시 한번 확인되었다.

본 연구를 통해서 얻어진 결과는 우리나라 소비자의 면 감성 결과와의 비교를 통해 면 소재의 감성에 대한 양국 소비자의 반응의 차이를 파악함으로써 우리나라의 류산업의 성공적인 미국진출을 위한 기초전략 수립을 가능하게 하여 우리나라 의류브랜드의 경쟁력을 함양시킬 수 있을 것으로 기대된다. 그리고 본 연구에서는 면직물의 감성만을 비교하였으나 다양한 직물의 감성에 대해서도 지속적인 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다. 또한 양국소비자의 대상을 대학생으로만 한정하여 조사하였고, 미국소비자의 경우 일부지역만 대상이었다는 한계점이 있어 확대해석에는 신중을 기해야할 것으로 생각된다.

주제어 : 면직물의 감성, 군집분석, 색 특성, 미국소비자

참 고 문 헌

- 김미지자(1998). 21세기 디자이너를 위한 감성공학. 디자인 오피스.
- 김창순, 김경인(1998). 색채감성과 환경요인과의 상관관계에 관한연구, 한국색채학회논문집, 11(1), 11-21.
- 신혜원, 이정순(2002). 의류 소재 이미지의 평가차원 개발에 관한 연구, 한국의류학회지, 26(11), 1638-1648.
- 이경희, 김유진(2001). 패션감성의 척도화 과정, 한국감성과학회지, 4(1), 33-41.
- 이승희, 임숙자, 안춘순, 양윤, S. Lennon.(2001). 한·미 20

- 대소비자의 여성정장과 캐주얼시장 세분화를 위한 글로벌 마케팅 전략, *한국의류학회지*, 25(4), 807-816.
- 정인희, 이은영(1993). 의복 이미지의 계층구조에 대한 연구, *한국의류학회지*, 17(4), 529-538.
- 정인희(2001). 여자 대학생의 의복추구이미지와 소재 선호에 대한 연구, *복식문화연구*, 9(4), 629-638.
- 추선영, 김영인(2002). 패션소재의 색채이미지와 질감에 관한 연구, *한국의류학회지*, 26(2), 193-201.
- Byren, M. S., Gardner A. P. W., & Fritz A. M.(1993). Fibre Types and End-uses: A Perceptual Study., *Journal of Textile Institute*, 84(2), 275-288
- Douglas, S.(1992). The administration of textile and apparel quotas: A casestudy of Malaysian policy and its implication for the U.S., *Clothing and Textiles Research Journal*, 11, 1-9.
- Lennon, S., Burns, L. Lee, S-H & Choi, M.(1997). A cross-national comparison of consumer attitudes toward a natural fiber textile products. In Scott M. Smith(ED.), *Cross-Cultural Business and Consumer Research*, 15, 457-472.
- Na Y. & Kim C.(2001). Quantifying the Handle and Sensibility of Woven Silk Fabrics., *Textile Research Journal*, 71(8), 739-742
- Worthy, F.(1990). A new mass market emerges, *Fortunes*, 51, 54-57
- (2004. 10. 29 접수; 2004. 12. 09 채택)