

시니어 세대를 위한 프리미엄 데님 디자인 개발 - 하이브리드 안 커버링 복합사 직물을 활용하여 -

정 삼 호
중앙대학교 의류학과 교수

Development of Premium Denim Design for the Senior Generation - Hybrid Yarn Using Conjugated Dyeing -

Sam-Ho Chung
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Chung Ang University
(2010. 11. 9. 접수; 2010. 12. 21. 수정; 2010. 12. 24. 채택)

Abstract

As the development of denim products using new differentiated materials plays an important role regardless of their target age groups, there is an increasing need for the development of premium denim designs for senior women using various materials. As part of the strategy to develop such a design for the senior generation, a market survey was performed regarding commercially available premium denim products in the market, and the current trends in the denim market were researched and analyzed to make use of the results in design development. In addition, a differentiated material, hybrid yarn using conjugated dyeing (HYCD) was applied to use several washing techniques capable of highlighting the unique features of denim clothing. The design of four items including a jacket, vest, capri pants and long pants were suggested. These items were differentiated from other products by emphasizing their details such as stitching and pockets. In light of the current consumer trend to select denim jeans on the basis of their fashion-ability (e.g., silhouette or color) rather than practicality or price, it is considered meaningful to develop high value added, premium jean products for the senior generation using diverse materials and details. At the same time, performing further studies designed to demonstrate the stability and reliability of the developed products through consumers' comparative assessment is required.

Key Words: Denim(데님), Senior(시니어), Hybrid yarn using conjugated dyeing(하이브리드 안 커버링 복합사), Premium jean(프리미엄 진), Denim trend(데님 트렌드)

Corresponding author ; Sham-Ho Chung
Tel. +82-31-777-5044, Fax. +82-31-777-5043
E-mail : cau03@nownuri.net

※ 본 논문은 2009년도 중앙대학교 학술연구비 지원에 의한 것임.

I. 서론

과거의 데님제품은 젊음, 반항 이미지로서의 단순한 작업복이나 캐주얼웨어로 즐겨 착용되어왔으나, 오늘날의 데님제품은 여가 시간의 증가, 레저 스포츠의 활성화, 라이프스타일의 변화 등으로 전통적인 데님 스타일보다는 실용성과 기능성, 패션성을 추구함에 따라 데님의 디자인, 색감, 표면효과와 같은 장식적인 요구가 늘어가고 있다.

어미경 외(2007)의 연구에 의하면 데님제품은 이제 길거리에 오래 입을 수 있는 저가제품이 더 이상 아니라 패션아이템으로서 단순히 스톤 워싱을 하거나 탈색하는 단계에서 벗어나 다양한 무늬를 넣거나 색상을 부여하는 등 새로운 패턴, 기능성 및 디자인을 도입한 프리미엄 데님 제품이 세계적으로 성장하고 있는 추세이다(이진원, 2008). 이와 같이 해외 유명 진 브랜드들의 한국진출이 증가하고 직수입 프리미엄 진 시장이 형성되면서 모든 패션 전문기업들은 해외 유명 진 브랜드의 라이선스 도입 경쟁을 하고 있다(지식경제부, 2009). 국내에 급속히 확산된 프리미엄 진은 신체를 돋보이게 착 달라붙는 라인과 과감한 절개선, 다양한 소재와 화려한 디테일 등 색시함을 돋보이게 각자 개성에 맞춰 입을 수 있도록 변형을 준 디자인으로 젊은 여성들에게 특히 좋은 반응을 얻고 있다(김경희, 2006; TBA Korea, 2008). 이처럼 국내에서 패션의 가치지향을 위해 차별화된 프리미엄 데님을 찾는 고객이 점차 증가하고 있지만 현재 국내의 실정은 프리미엄 영역에서는 일본, 이태리 제품이 자리를 잡고 있고 중저가 시장은 중국, 터키, 인도 제품으로 인하여 고전을 면치 못하고 있다(레이첼, 2009). 그러므로 데님업체에서도 부가가치가 높은 고가의 데님을 개발하는 것이 절실히 요구되는 실정이며 특히 새로운 개념의 차별화된 소재를 활용한 프리미엄 데님 제품의 개발이 시급한 실정이다.

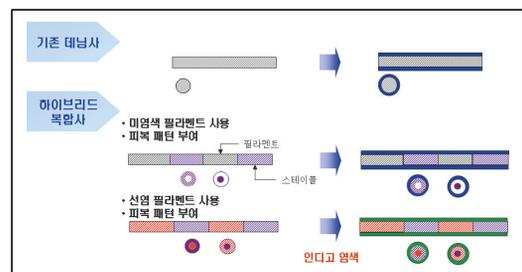
본 연구에서는 현재까지 개발되지 않은 새로운 소재를 활용하여 데님 제품을 개발하는 것을 목적으로 하이브리드 안 커버링 복합사 직물을 활용하여 시니어 여성을 위한 프리미엄 데님 제품을 개발하고자 한다. 트렌디한 프리미엄 데님

을 개발하기 위한 기초자료 및 시장공략을 위해 프리미엄 데님 브랜드 분석 및 데님 트렌드 자료를 활용하였으며, 데님의 특성을 잘 살릴 수 있는 다양한 워싱 기법과 스티치, 포켓, 스톤 장식 등의 디테일을 살려 시니어 여성을 위한 차별화된 프리미엄 데님 제품을 개발하고 전문가와 소비자 집단의 외관 평가를 바탕으로 시니어 세대를 위한 프리미엄 데님 디자인을 제시하는데 그 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 하이브리드 안 커버링 복합사

하이브리드(Hybrid)는 특정한 목적을 위하여 두 가지 기능이나 역할이 하나로 합쳐져 있다는 의미로 사용되는 신조어로서 하이브리드 안 커버링 복합사는 방적사의 길이 방향으로 단면구조를 변화시켜 방적사 내층을 구성하는 섬유와 외층을 구성하는 섬유가 서로 역전되는 구조를 갖는 방적사로서 기존의 코어사 또는 사이로 방적사와는 차별화된 새로운 타입의 복합 방적사를 말한다. 코어에 염색된 방적사 또는 필라멘트 안을 사용하고 염색되지 않은 면섬유 등으로 커버링한 다음, 인디고 링 염색을 하여 워싱 가공 시 멀티 컬러의 다양한 색상효과를 표현할 수 있어 기존의 전통적인 데님제품에서는 불가능한 다색 컬러를 갖는 차별화된 데님제품의 제조가 가능한 것이 특징이다. <그림 1>과 같이 코어 원료 색상에 따라 방적사 내층과 외층이 서로



<그림 1> 하이브리드 복합사 제조원리

출처: 지식경제기술혁신사업 섬유스트림 보고서. (2010). p. 6.

다른 색을 갖는 복합사 제조가 가능하고 사이드 섬유의 양을 최소화시킬 수 있기 때문에 표면 샌딩가공, 워싱 가공 등을 통해 촉감 및 외관이 차별화된 데님제품 개발이 가능한 것이 특징이다.

국내 데님업체에서도 부가가치가 높은 고가의 데님을 개발하는 것이 절실히 요구되는 실정이며, 특히 새로운 개념의 차별화된 데님용 방적사의 개발과 이를 활용한 다양한 프리미엄 데님 제품의 개발은 국내 데님업체가 살아남을 수 있는 유일한 돌파구로서 개발이 요구되고 있다.

2. 시니어 세대와 데님패션

1) 시니어 세대의 특징

전반적인 생활수준의 향상과 경제력을 갖춘 시니어들의 증가, 그리고 이들의 다양한 사회활동으로 시니어들의 의복에 대한 관심은 증가되고 있으며 더불어 자신의 체형에 적합하고 트렌드에 뒤지지 않는 패셔너블한 의복에 대한 욕구도 증대하고 있다. 이러한 경향은 시니어 의류 시장의 증가를 의미하며 또한 이는 시니어 의류 산업의 발전과도 연관된다.

조진희(2007)의 연구에서 시니어 세대는 기존 노인세대와는 구별되는 새로운 실버세대를 뜻하는 신조어로서 연령대적 특성과 세대적 특성으로 인해 이전의 노인세대와는 다른 독립적이고 능동적이 역할을 부여받은 세대이다. 또한 라이프스타일의 전환이 이루어진다고 할 수 있는 구분 연령을 50세로 규정하여 기존의 실버세대의 기준 연령과는 구분되는 새로운 특징을 나타내고 있다(Bartos, R., 1980). 시니어 세대들은 신체적, 생리적, 사회·심리적으로 다양한 특징이 나타나게 되며 이러한 특징들은 시니어 여성들의 의생활과 밀접한 연관이 있으므로 디자인 및 패턴, 소재, 색상의 연구가 여러 가지 측면에서 이루어져야 할 것이다.

2) 시니어 패션과 데님

우리나라도 고령화 사회로 진입함에 따라 점차 중·장년층 여성들을 중심으로 이들이 새로운 패션 소비자층으로 주목받고 있는데 실제 신

세계백화점에서는 2006년 상반기 고객의 구매형태를 분석한 결과, 50대 이상의 시니어 고객이 전년도 동기간 대비 7.8% 증가하여(패션지오, 2007) 경제력을 갖춘 시니어 계층이 점차 증가함을 엿볼 수 있다. 또한 Sports Wear International(2006)에서는 나이로 인해 타격을 설정하는 에이지 타깃이 의미가 없는 논 에이지(non-age), 이른바 ‘마인드 타깃’시대에 접어들면서 영 캐주얼 브랜드가 40대 소비층까지 흡수하고 있는 상황이다(박나리 외, 2009). 따라서 이들 브랜드들은 기존의 백화점 위주의 유통전개로부터 유통채널의 다각화와 젊은 감성의 기획을 시도하고 있다. 몇몇 백화점 브랜드에서는 시니어들의 체형에 맞는 청바지를 구입하기 어려운 점에 착안하여 밑위를 일반 청바지 보다 길게 하고 스관 소재로 착용감이 편하며 세미-벨 라인으로 다리가 날씬하면서 길어 보이는 청바지를 선보여 좋은 반응을 얻고 있다(남궁민지, 2007). 또한 최근 미국 시니어 여성들에게 가장 중요한 패션 키 아이템은 몸에 잘 맞는 청바지로 각 브랜드마다 기본형은 물론 부츠컷, 시가렛 형태 등 다양한 형태의 실루엣의 청바지를 선보이고 있다(FASHION CHANNEL, 2006; 최진외, 2008). 또한 데님제품의 밑단 혹은 옆술기에 가죽 및 레이스, 자수 등으로 화려하게 장식된 청바지도 특징적이다.

3. 데님 시장동향

최근의 데님 제품은 패션의 다양화 및 개성화와 더불어 염료 및 염색기법이 개발되면서 인디고 염색에 의한 블루진뿐만 아니라 직접염료, 황화염료 등에 의하여 다양한 색상으로 칼라 데님이 제조 가능해 졌다(진성룡 외, 2001). 이에 따라 데님소재는 더욱 다양한 색상과 무늬로 디자인이 다양화되어 현재는 기존의 캐주얼 의류에 한정되지 않고 고급 정장 의류, 각종 패션 소품 등에도 적용되고 있으며, 각종 IT 제품을 탑재한 기능성 데님 제품도 개발되어 데님제품의 다양한 발전 가능성이 기대되고 있다. 데님진의 차별화된 브랜드 제품을 프리미엄 데님이라 하여 200달러~400달러에 이르는 초고가 프리미엄 데님 제품의 매출이 전 세계적으로 최근 크게 성장하고 있으며, 기존 데님제품은 약 9% 성장

〈표 1〉 대표적인 프리미엄 데님 브랜드의 디자인 특징

브랜드명	제품사진	디자인 특징
Seven for All Mankind		1세대 프리미엄 진으로 밑위가 긴 편이라 정장용으로 적합한 것이 특징. 허벅지 부분의 워싱과 앞·뒷면의 컬러 차이는 세븐 진의 트레이드마크.
Rock & Republic		로큰롤에서 영감을 얻은 디자인으로 록 스타의 이름을 붙였고, 타이트한 피팅감을 보여주며 색상이 강하고 워싱이 자연스러워 허벅지가 날씬해 보이며 뒤 포켓에는 R 로고와 왕관 모양 스티치가 특징.
Hudson		다리가 긴 체형을 더욱 섹시하게 연출하기 위해 안감을 길고 절묘하게 재단한 '슈퍼모델' 라인으로 디자인. 데님의 컬러가 다양하며, 수제 워싱기법과 플랩 포켓이 디자인 포인트.
Joe's Jeans		빈티지 모던을 컨셉으로 자연스러운 워싱과 뒤 포켓의 'JJ' 가죽 패치는 다리를 슬림하게 보이게 하면서도 뒷모양이 예쁜 것이 특징. 포켓 모양도 hips이 큰 체형에게 적합한 디자인.
Habitual		십자가 문양의 고급스러운 포켓 디테일이 독특하고 유리피온 감성을 살린 부드러운 워싱 처리. 엉덩이에서 허벅지로 이어지는 라인이 타이트해 허프의 모양을 예쁘게 잡아줍니다. 허벅지 중간에서 종아리까지 떨어지는 라인
True Religion		핸드메이드 빈티지 워싱으로 섬세한 디테일이 특징. 종아리 안쪽으로 휘어진 라인은 다리가 길어 보이고 달게 달린 독특한 디자인의 뒤 포켓과 자수가 특징.
James Jeans		다트로 처리된 뒷 포켓이 심벌로 입어본 사람만 안다는 뛰어난 피팅감과 다리가 더욱 길어 보이고 엉덩이가 축소되어 보이는 디자인이 특징.
AG Jeans		뉴욕의 캐주얼 진으로 각광받고 있는 브랜드로 다양한 워싱과 스타일리시한 피팅이 특징. 허벅지 부분의 강한 워싱은 다리를 슬림하게 연출하고 앞허리 부분에 장식적인 디테일이 포인트.
Citizens of Humanity		가볍고 부드러우며 스트레칭이 뛰어나 최고의 피팅감. 날씬해 보이는 실루엣으로 뒤 포켓 사이가 넓어 골반이 작은 사람은 볼륨 있어 보이지만 반대로 큰 사람은 퍼져 보이는 것이 단점.

출처: 각 브랜드 홈페이지 분석을 통한 연구자 작성.

중이나(천종숙외 2007), 프리미엄 데님제품은 약 20% 이상 빠르게 성장하고 있는 추세이다. 프리미엄 데님 진에는 각 브랜드 마다 특징적인 디자인 포인트를 제시하여 소비자들에게 브랜드 이미지를 전달하고 있는데 프리미엄 데님 브랜드의 디자인 특성을 각 브랜드 홈페이지를 통해 분석한 결과는 <표 1>과 같다.

국내에서 프리미엄 데님은 마니아들을 비롯해 각종 인터넷 해외쇼핑 구매 대행 사이트 등의 입 소문으로 널리 퍼져 인기를 끌게 되었는데 디자인 측면에서 차별성 뿐 만 아니라 가격, 소재나 바느질 등 기존 데님 브랜드와는 차이를 나타내고 있다. 2006년 조사에 의하면 패션시장에서 단일품목으로 14.2%의 매출이 예상되면서 청바지는 국내 패션 의류시장에서 단일 아이템으로 최대 규모를 형성하게 되었다(패션비즈, 2006). 이와 같이 프리미엄 진은 이미 백화점을 중심으로 시장이 형성되었고 이러한 수요를 유지하기 위해서는 아울렛 보다는 지속적으로 럭셔리 제너레이션이나 젊게 살려는 중장년층을 공략하는 럭셔리 데님 브랜드의 시장 가능성이 높을 것이다.

4. 데님 트렌드 경향

데님 제품은 매 시즌 새롭게 선보이는 트렌드와 맞물려 컬러, 소재, 피트의 변화로 소비자의 기호에 맞게 패셔너블한 아이템으로 변화하고

있다. 유행하는 스타일이나 컬러는 바뀌어도 데님이라는 소재가 가지고 있는 클래식한 이미지로 다른 아이템과 매치하기 쉽기 때문에 지속적으로 사랑을 받고 있는데 삼성디자인넷에서 제시하는 2009년과 2010년의 데님 트렌드를 종합하면 다음과 같다.

1) 빈티지 데님

기존에 등장하였던 70년대 풍의 클래식한 데님 스타일에 블리치, 워싱기법, 패치워크로 재구성하거나 구겨진 효과로 빈티지함을 강조하였는데 (Firstview Online, 2009 S/S, 2010 S/S Collection) 주요 아이템으로는 어깨라인이 강조된 새로운 진 재킷, 크롭트 블루종, 미니 드레스 등 다양한 아이템이 나타났다. 또한 스키니한 슬림 팬츠나 80년대 스타일의 밑단을 접어 올린 볼륨 핏 스타일이 나타나고 있다.

2) 70·80년대 데님 재킷의 재등장

여성복 전반적인 트렌드가 클래식한 스타일로 진행됨에 따라 데님 트렌드에서는 전반적 클래식 룩의 향수로 70·80년대 데님 재킷이 또다시 등장하기 시작하였다. 특별한 디자인보다는 블리치, 페일 워싱, 패치워크 기법, 구김 주름 효과를 주어 다양한 아이템들과 코디네이션하여 레트로 룩을 연출하고 있다.



<그림 2> 빈티지 데님 스타일

출처: 2009, 2010 S/S collection (2010. 3 21). www.firstview.com/collection



Marc by MarcJacobs '09 Marc by MarcJacobs '09 Givenchy '09 Peter Jensen '10

<그림 3> 70, 80년대 데님 재킷 스타일

출처: 2009, 2010 S/S collection(2010. 3 21). www.firstview.com/collecion



Ralph Lauren '10 Jean Paul Gaultier '10 D&G '10 Ralph Lauren '10

<그림 4> 신소재 활용한 데님 스타일

출처: 2009, 2010 S/S collection(2010. 3 21). www.firstview.com/collecion



Ralph Lauren '10 Ralph Lauren '10 Chloe('10 S/S) Willam Rast '10

<그림 5> 헤드 투 투 데님 스타일

출처: 2009, 2010 S/S collection(2010. 3 21). www.firstview.com/collecion

3) 신소재의 활용

기존의 데님 소재가 가지고 있는 특성인 질기고 투박한 데님의 소재적 특성을 새틴 데님이나 데님 라이크 레더(like leather) 등 데님 느낌의 다양한 신소재를 사용하여 데님의 이미지를 한층 더 업그레이드 하여 표현하고 있다.

4) 헤드 투 투 (Head to toe) 코디네이션

촌스러운 스타일로 매치될 수 있는 상하의 모두 데님 아이템으로 코디네이션 하는 것으로 1980 년대에 유행했었던 스타일이 새롭게 등장하여 머리끝에서 발끝까지 데님 아이템으로 매치하는 것이다. 위아래 다른 소재나 색상의 데님을 선택하여 코디네이션의 부담을 줄여주고 데님의 다양화를 보여줄 수 있는 것이 특징이다.

III. 시니어 여성을 위한 프리미엄 데님 제품 개발

1. 디자인 개발 전략

시니어를 체형변화에 따른 프리미엄 데님 디자인을 개발하기 위해 연령증가에 따른 허리둘레, 엉덩이 둘레 증가에 따라 착용감이 편안하도록 밑위길이를 길게 디자인하며 활동적인 캐주얼한 이미지와 일상복으로 데님제품을 디자인하고자 하였다.

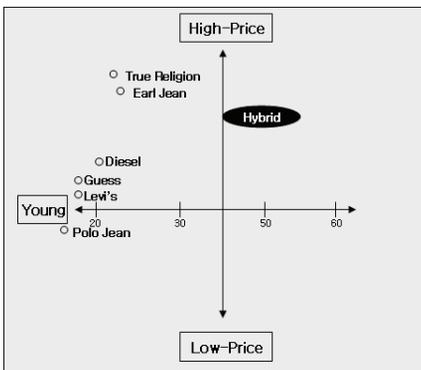
또한 데님제품의 시장동향과 트렌드 분석을 바탕으로 데님제품의 포지셔닝은 <그림 6>, <그림 7>과 같이 설정하였다. 트렌드를 받아들이는 감각이 뛰어난 50대 이상의 시니어를 타겟으로 전통적인 데님의 이미지 보다는 발전된 캐릭터적인 이미지에 위치하며 포멀과 캐주얼을 함께 포함할 수 있는 이미지로 포지셔닝 하였다.

2. 디자인 개발

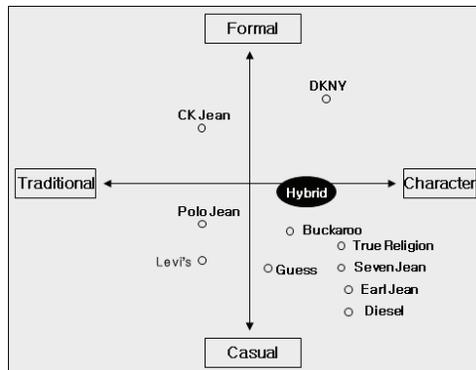
50대 이상의 시니어 여성을 타겟으로 하는 고부가가치의 프리미엄 데님 제품을 개발하기 위한 스톤장식, 크리스털 등의 심미적 디테일을 가미하여 테이프, 리벳 등 고급 부자재를 활용하여 차별화된 디자인의 제품을 제작하였다(표 2). 또한 트렌드를 받아들이는 감각 있는 캐릭터 이미지에 위치하여 포멀한 성향 보다는 캐주얼한 감각을 지닌 데마인 모던 시크 스타일로 개발된 프리미엄 데님 제품은 재킷, 베스트, 팬츠, 스커트로 총 4 pieces의 데님제품을 개발하였다.

한국섬유기술연구소에서 축적해온 기술과 (주)전방의 데님 기술 관련 노하우를 바탕으로 개발된 하이브리드 안 커버링 복합사 직물을 활용하였으며 제품의 제작은 실버의류실용화기술지원센터의 도움으로 디자인 개발을 하게 되었다.

데님 트렌드 분석결과, 기존의 데님 아이템으로는 청바지 대부분이었으나 데님소재를 활용한 다양한 아이템들이 등장하고 있음을 고려하여 재킷과 베스트를 기본 스타일에서 일부분 변형하여 디자인 개발하였다. 또한 기존 프리미엄

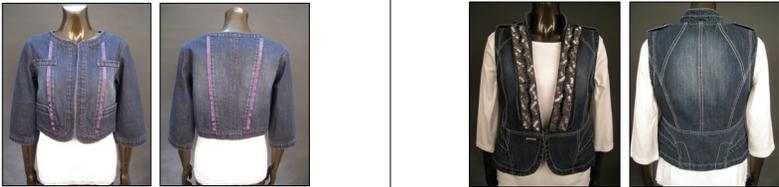


<그림 6> 가격 & 연령 포지셔닝



<그림 7> 이미지 포지셔닝

<표 2> 데님 제품 개발

테마	- Modern Chic & Luxury Vintage	
타겟	- 50대 이상의 트렌디한 스타일을 선호하며 합리적인 가치를 추구하는 여성	
이미지	- Trend의 mix & match를 통한 단품의 크로스 코디 제안 - TPO의 경계선을 넘어서는 신 개념의 모던시크 스타일	
컬러	- 인디고 블루, 라이트 블루, 다크 인디고 블루, 로우(raw) 컬러 등 진 소재에서 파생 되는 다양한 블루컬러	
소재	- 20'S 트윌, 소프트 코튼 - 폴리우레탄이나 스판덱스가 섞여 활동성과 착용감을 높인 소재	
디테일	- 테이프장식과 스톤, 크리스털 장식 - 낡은 듯한 효과를 주는 디스트로이드 처리 - 다양한 컬러 배색으로 들어간 스티치 장식	
개발 아이템		
		

데님의 포인트인 스티치와 포켓 등의 디테일을 살려 다른 제품과는 차별화 될 수 있는 제품으로 개발하였다. 하의는 기존 데님 디자인을 부담스럽지 않도록 하고 장식을 강조한 디자인과 시니어의 체형적 특성을 고려하여 밑위길이를 높이고 차별화된 전략으로 철부 길이 디자인에 스티치 배색효과를 연출하여 전체적 데님 팬츠 이미지에 개성적 이미지가 연출되도록 개발하였다.

3. 데님 제품 외관평가 결과

개발된 데님 제품의 외관평가를 위해 김언정(2004), 박나리(2009)의 연구를 참고하여 전문가 집단과 소비자 집단의 비교평가를 실시하였다. 개발 시제품 사이즈에 적합한 57세 시니어 여성 모델을 선정하여 전문가 집단 7명(관련업체 디

자이너 2명, 소재업체 담당자 2명, 의류 섬유학과 교수 3명)과 소비자 집단 7명(시니어 여성 소비자 7명)으로 구성된 평가집단을 통해 2010년 9월 7일 외관평가를 실시하였다. 평가지는 전체외관 및 적합성 위주로 문항을 구성하였으며 해당 디자인에 따라 길이항목은 달리하여 평가하였으며 5점 척도로 1점에 가까울수록 부정적, 5점에 가까울수록 긍정적인 답변이 되도록 실시하였다.

개발된 데님 제품의 전반적인 외관평가 및 치수항목은 <표 3>에서 보는 바와 같이 비교적 높게 평가되었으며 전문가 집단보다는 소비자 집단의 평가가 전반적으로 높게 나타났다. 재킷의 경우에는 소매길이가 철부 소매로 소비자 집단이 전문가 집단보다 더 낮게 평가하였으며 베스트의 경우에는 전반적으로 개발된 제품 중 소비자 와 전문가 집단 모두에서 4.0 이상의 가장 높

<표 3> 개발된 데님제품 외관평가 결과

착의상태		평가항목	소비자 집단	전문가 집단
			Mean (SD)	Mean (SD)
 	전체외관	4.4(0.69)	4.1(0.46)	
	색상 및 배색	4.3(0.38)	3.9(0.51)	
	소재적합성	4.4(0.81)	4.1(0.38)	
	치수적합성	4.8(0.45)	4.2(0.41)	
	소매길이	3.5(0.55)	3.9(0.58)	
	재킷길이	4.1(0.43)	3.9(0.25)	
	장식성(디테일) 상품성	3.9(0.61) 4.2(0.56)	3.5(0.58) 4.1(0.52)	
 	전체외관	4.6(0.71)	4.2(0.52)	
	색상 및 배색	4.3(0.35)	4.1(0.38)	
	소재적합성	4.4(0.42)	4.0(0.36)	
	치수적합성	4.6(0.25)	4.2(0.21)	
	베스트 길이	4.5(0.58)	4.1(0.47)	
	장식성(디테일) 상품성	4.7(0.67) 4.6(0.55)	4.3(0.25) 4.2(0.34)	
 	전체외관	4.3(0.56)	4.1(0.31)	
	색상 및 배색	4.6(0.46)	4.3(0.47)	
	소재적합성	4.2(0.24)	3.9(0.31)	
	치수적합성	4.5(0.30)	4.0(0.28)	
	바지 길이	4.2(0.73)	3.8(0.59)	
	장식성(디테일) 상품성	4.3(0.56) 4.2(0.45)	3.6(0.39) 4.0(0.47)	
 	전체외관	3.8(0.69)	3.6(0.56)	
	색상 및 배색	3.9(0.34)	3.6(0.30)	
	소재적합성	4.3(0.35)	3.8(0.39)	
	치수적합성	4.2(0.41)	4.0(0.38)	
	스커트 길이	3.8(0.71)	3.4(0.72)	
	장식성(디테일) 상품성	3.4(0.39) 4.0(0.61)	3.5(0.35) 3.6(0.52)	

은 평가를 보였다. 소비자와 전문가 집단 간의 외관평가 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과 유의한 차이가 나타나지 않았으나 소비자 집단에서는 베스트 아이템의 칼라의 장식디테일에 대해 다른 개발 아이템에 비해 평균에서 높은 차이를 보였다. 또한 하의의 경우에는 칠부 팬츠는 색상 및 배색에서 높은 평가를 받았는데 짙은 데님의 색상에 오렌지색 스티치 배색

이 잘 어울린다는 평가가 많았다. 반면 데님 스커트는 스커트의 길이가 길어서 불편하고 체형에 잘 어울리지 않는다는 평가와 데님의 색상이 시니어 여성들에게 어울리지 않는다는 의견이 있었다. 시니어 여성들의 체형에 맞고 심미성과 기능성을 모두 충족시킬 수 있는 다양한 아이템의 프리미엄 데님 제품개발이 필요하다고 사료된다.

V. 결론

본 연구는 50대 이상의 시니어 여성을 위한 프리미엄 데님 제품을 기획, 개발하고자 하였다. 데님제품의 시장동향과 트렌드 분석을 통해 시대를 초월하여 남녀노소에 관계없이 사랑받고 있는 데님에 대한 실용성과 기능성, 패션성을 고려하여 포멀한 성향보다는 캐주얼한 스타일의 데님 제품으로 재킷, 베스트, 팬츠, 스커트 총 4 pieces의 데님제품을 개발하였다. 전문가와 소비자 집단으로 구성된 외관평가를 실시하여 개발된 제품에 대한 객관적 평가를 시도하였다. 다양하게 등장하고 있는 데님 제품에 대한 소비자들의 선택기준이 실용성이나 가격의 저렴함보다 다양한 형태와 색상 등 패션성으로 옮겨가고 있는 요즘 다양한 소재와 디테일을 활용한 고부가가치의 프리미엄 데님 제품의 디자인 전개는 의미가 있을 것이다. 또한 아직은 데님제품이 팬츠 아이템에 국한되고는 있으나 우리나라 시니어 여성들의 데님소재에 대한 관심과 선호 경향이 증가되고 있으므로 향후 시니어 패션브랜드는 미국의 경우처럼 우리나라 시니어 여성들의 체형에 적합한 청바지와 그리고 팬츠 아이템 이외의 다양한 아이템으로 데님 소재를 응용하여 디자인하는 등 시니어들의 젊어진 욕구를 충족시키면서 신규고객을 지속적으로 창출하려는 전략이 필요할 것이다. 최근 프리미엄 진 브랜드들은 로 라이즈 진을 선보이고 있으며 일부 제조업체에서는 한국인의 체형을 무시한 채 무분별하게 외국의 디자인을 카피하여 제품을 생산하고 있어 문제가 제기되고 있다.

또한 대부분의 데님제품이 10, 20대를 위한 디자인이며 시니어 여성들을 위한 데님제품과 프리미엄 진 브랜드는 현저히 부족한 실정이므로 시니어들의 체형과 특징을 고려한 심미성과 기능성을 모두 만족시킬 수 있는 데님소재를 활용한 프리미어 제품개발에 본 연구가 기초자료로 활용되었으면 한다.

참고 문헌

- 김경희. (2006). *청바지 포켓 디자인에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 김연정. (2004). *청바지 형태에 따른 소비자 착용 실태 및 착용평가*. 성균관대학교 생활과학대학원 석사학위논문.
- 남궁민지. (2007). *시니어 패션 디자인 분석 및 선호도*. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 박나리, 박재욱. (2009). 대학생들의 청바지 구매 행동과 소비자 특성에 따른 평가 기준의 차이, *복식문화연구*, 17(4), 548-556.
- 어미경, 서미아. (2007). 데님직물의 워싱 가공 효과에 관한 연구, *복식문화연구*, 15(5), 852- 862.
- 이진원 역. (2008). *트렌드를 읽는 기술*. 서울: 비즈니스북스.
- 조진희. (2007). 고령화 ‘위기’를 실버산업육성기회, *보건복지부. 자료검색일 2010. 12. 23, 자료출처 http://www.mw.go.kr*
- 지식경제부. (2009). *글로벌 패션시장 조사·분석 사업: 패션 산업지식기반화 구축사업최종결과 보고서*, 33.
- 지식경제부. (2010). *지식경제기술혁신사업: 섬유스트림 최종결과 보고서*, 6.
- 패션비즈 (2006. 5). 진 마켓 뜨겁다. pp. 23-25.
- 패션지오. (2007). 신소비자 블루유머에 주목하라. p. 54.
- 진성룡, 이명학, 김성동. (2000). 먼데님 가먼트의 인디고 염색. *한국섬유공학회지*, 37(6), 358-363.
- 천중숙, 서민정. (2007). 청바지 품질에 대한 소비자의 불만족 및 구매 특성. *복식문화연구*, 15(6), 929-938.
- 최진, 도윤희. (2008). 부츠 컷 청바지 착용실태 및 맞춤새에 관한 연구-20-30대 성인여성을 중심으로. *한국의류학회지*, 32(5), 271-283.
- Bartos, R. (1980). Over 49-the invisible consumer market. *Harvard Business Review*, 58(1), 12.
- FASHION CHANNEL. (2006. 8). p. 189.
- Sports Wear International. (2006). The skinny on skinny jeans. p. 25.
- TBA KOREA. (2008). *청바지 세상을 점령하다*. 파주: 알마.
- What is next denim?. 삼성디자인넷 Online. 자료 검색일. 2010. 1. 30, 자료출처 <http://www.samsung->

design.net/report/industry trend

レイチェル, ルイ-ズ, スナイダ. (2009). 放浪のデ
ニム: グローバル經濟に翻弄され るジーンズの
世界. 東京: エクスナレッジ.

2009 S/S, F/W, 2010 S/S Collection. Firstview Online.

자료검색일 2010. 3. 20, 자료출처 [http://www.](http://www.firstview.com/collecion)

[firstview.com/collecion](http://www.firstview.com/collecion)