

## 뉴 실버 의류제품 요구속성에 관한 연구

김 차 현·박 재 옥\*\*

경희대학교 의류디자인학과 교수·한양대학교 의류학과 교수\*\*

### A Study on the Consumer-required Attributes of Apparel Product for New Elderly Women

Cha-Hyun Kim · Jae-Ok Park\*\*

Prof., Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University\*\*

(2012. 11. 24. 접수; 2013. 1. 8. 수정; 2013. 1. 10. 채택)

#### Abstract

This paper studied the apparel product attributes that women in the new elderly generation require in formal wears and in casual wears. The purpose of this study was to provide the design guideline when considering the changing and diverse buying patterns of the new elderly female consumers as opposed to the traditional elderly generation. We employed a qualitative study methodology of one-on-one in-depth interview with open coding. Between August 10 and October 3 of 2012, we interviewed sixteen female consumers of age 60 or above residing in the metropolitan area who considered themselves as young-minded. Our findings were as follows: The consumer-required attributes that the new elderly women wanted to present have five dimensions of symbolism, aesthetic, fitness, usefulness, and maintenance. The main focus of the apparel product attributes that the new elderly women wanted was the dimension of symbolism in formal wears and the dimensions of usefulness and maintenance in casual wears. The new elderly females were the emerging group of consumers of diversified clothing products who emphasized overall balance and wore appropriately for occasions. Apparel products for the new elderly females should incorporate the design attributes that they want as well as the overall balance among individual wears.

**Key Words:** Consumer-required attributes(소비자요구속성), New elderly women(뉴 실버여성), Elements of clothing design(의복 디자인 요소)

#### I. 서론

기술의 급격한 발전과 소비자 욕구의 다양화로 기업들은 치열한 경쟁에서 생존하고자 부단히 노력하고 있다. 이러한 21세기 무한경쟁시대에 있어서 디자인의 중요성은 더욱 부각되고 있다.

“디자인이 국격(國格)이다”라고 할 만큼 정부도 그 중요성을 고려하여 그간 중소기업에 디자인 지원금을 보조하고 있으며 기업들도 경영의 최우선 목표를 디자인에 두고 경쟁하고 있다(유인촌, 2009). 더욱이 최근 들어 소비자들은 제품들을 자신의 이미지 연출을 위한 수단으로 사용하

고 있어서 디자인은 기능적, 기술적인 측면에 초점을 맞추던 과거와는 달리 소비자 중심의 감성적인 부분이 중요시되는 심미적인 측면이 부각되고 있는데, 기능적인 것보다 소비자의 욕구에 대한 만족감을 제품의 가치기준으로 삼는 감성소비자인 의류제품에 있어서는 더욱 그러하다.

소비자가 심미적으로 만족하는 디자인을 위해서는 소비자의 감성 코드를 명확히 읽는 것이 중요하다. 복잡한 현대사회에서는 소비자들의 요구사항들이 매우 다양하며 빠르게 변화하여 그것을 알아내는 것이 점점 더 힘들어지고 있다. 따라서 소비자들의 다양하고 급변하는 니즈에 대응하기 위해서는 깊이 있는 통찰력으로 더욱 주목할 필요가 있다. 소비자들의 요구사항은 디자인 개발활동에서 매우 중요한 정보로 활용되며 디자인과정에서의 구현정도는 제품의 성공과 밀접한 연관성을 지닌다. 즉, 생산자 간의 경쟁이 더욱 심화되어지고 있는 복잡한 현대시장 내에서는 소비자들의 니즈를 이해하고 분석하여 제품에 충분히 반영시키는 고객 중심의 디자인이 성공을 위한 열쇠가 되고 있는 것이다. 이러한 맥락에서 볼 때 소비자의 요구사항을 제품 디자인 과정에 구체적이고 체계적으로 반영하는 것은 고객 지향적인 제품개발을 통한 품질혁신으로 기업의 경쟁력을 높이는 한 방법이 될 수 있을 것이다.

품질은 제품의 성질을 말하며 소비자가 제품에 요구하는 성질에 가까울수록 제품의 품질은 더 우수해 질수 밖에 없다(Heufler, 2004). 즉, 품질은 제품이 소비자의 욕구를 충족시키고 목표를 만족시키는 범위에서 언급될 수 있는 개념이며 각 소비자들의 지각, 욕구, 목적에 의존하기 때문에 물리적 특성에 초점을 맞춘 제품 중심이 아닌 소비자 중심의 관심으로 그 개념이 확장되어(김민수, 김문숙, 2003), 소비자의 요구에 상응하는 우수한 품질의 제품개발 및 디자인을 위해서 업계 및 학계에서 다양한 측면으로 연구되어 왔다. 소비자 요구사항은 제품의 품질에 대한 특성과 밀접하게 관련이 된 요구들로 선행연구에서 제품속성으로 연구되고 있으며 또한 제품을 구매하는 의사를 결정하는 단계에서 구체적인 선택의 기준이 되므로 선택기준 또는 평가기준으로도 연구되고 있다. 그간의 의류제품 속성

들에 관한 연구(김민수, 김문숙, 2003; 김정실, 2006; 노영, 2006; 이윤미, 2008; 최정원, 2011; 홍경희, 이윤정, 2010 외)들은 많지만, 살펴보면 제품의 속성평가 연구의 대상과 복종이 포괄적이어서 그에 대한 세분화된 연구의 필요성이 제기되고 있다. 또한 최근 급속도로 증가하고 있는 노년층에 대한 관심이 집중되면서 실버산업 시장이 확장되고 활성화되고 있는 것을 감안해 볼 때 뉴 실버 의류제품에 대한 연구는 미흡한 실정이라 뉴 실버 여성들을 대상으로 한 심도 있는 의류제품 속성평가연구 또한 필요하다고 사료된다. 새로운 소비자층으로 급부상하고 있는 노인소비자들은 기존의 폐쇄적이고 수동적인 실버세대와 대별되는 뉴 실버세대들로서 건강하고 활동적이고 경제적으로 여유로워 그들이 요구하는 사항에도 차이가 있을 것인바 뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성을 파악하는 것이 필요하겠다.

따라서 본 연구는 현대의 복잡하고 다양한 의류제품의 세분화된 소비자의 요구를 정확하게 파악하고 소비자 중심의 품질이 좋은 디자인을 설계하기 위하여, 새로운 소비자층으로 떠오르고 있는 뉴 실버여성들이 요구하는 의류제품 속성에 대하여 정성인 연구방법으로 심도 있게 알아보고자 한다. 또한 뉴 실버여성의 심리저변에 자리 잡고 있는 의류제품의 요구속성이 의복용도별(포멀웨어와 캐주얼웨어)로 차이가 있는지 세분화시켜 파악해보고 그와 관련된 구체적인 속성을 디자인 요소별로 알아봄으로써 뉴 실버여성 측면에서 고려되어야할 의류제품의 디자인 방향을 제시함을 목적으로 한다. 본 논문은 뉴 실버여성을 위한 세분화된 디자인 및 마케팅 전략을 세우기 위한 지침자료로 활용할 수 있으며 또한 정량조사를 위한 타당성 있는 기초 자료를 마련하는데 그 의의를 가진다.

## II. 이론적 배경

### 1. 뉴 실버여성의 특징

현대사회 환경이 변화함에 따라 노인들의 의식에도 많은 변화를 가져와 노인세대를 하나의

소비계층으로 보기보다는 세분화시키고 있다. 평균수명이 연장되고 신체건강이 강화되면서 기존의 소극적이고 의존적인 노인들과 비교하여 자아 중심적이고 적극적인 가치관을 가지는 신 노년층을 ‘뉴 실버’세대로 일컫는데, 소일거리로 여생을 보내지 않고 경제적인 여유와 함께 활발한 사회적·경제적 활동을 하며 실제 연령보다 훨씬 젊은 마인드를 가진 자아실현이 가능한 노인을 말한다(김차현, 박재욱, 2012). 노화는 인간의 삶의 과정에서 시간의 흐름에 따라 나타나는 퇴행적인 변화로서 뉴 실버세대에게도 예외 없이 생물학적 측면뿐만 아니라 사회·심리적 측면에서 포괄적으로 나타난다.

생물학적 노화란 나이가 들어감에 따라 신체 구조 및 신체내부의 세포, 조직, 장기 등 유기체 전반에 걸쳐 일어나는 쇠퇴적인 현상으로, 시력이 감퇴되고, 색과 촉각에 대한 민감도가 떨어지고, 근육의 위축으로 신장이 줄어들고 등이 굽으며, 피하지방이 감소되어 체중이 줄고 주름이 많아지며, 멜라닌 세포의 불규칙한 감소로 피부 톤이 일정치 않으며 머리카락도 은빛으로 변하게 된다. 또, 근육의 감소와 수축력 약화로 운동능력이 저하되며, 신경세포 감소에 따라 체온유지 능력이 감퇴된다(권중돈, 2005). 노년층을 위한 디자인에 제일 고려해야 할 원칙은 노화로 인해 변화된 신체조건을 배려하는 것으로, 田中直人, 見寺貞子(2002)는 두드러진 체형 변화와 생리기능 저하로 인한 기성복의 사이즈, 형태, 소재 등에 많은 문제점이 제기되므로 이에 대응할 수 있는 고안 책이 필요하다고 하였고, 이정진, 서미아(2010)는 노년 여성의 의복 형태와 치수에 대한 욕구수준이 높아지고 있어 그들의 요구를 만족시킬 수 있는 이상적인 의복형태로 생산되어야 한다고 하였으며, 박명자 외(2010)는 신체기능의 퇴화에 따른 체온조절 기능이 저하된 노년층의 의복재료는 건강과 쾌적 성능이 중요시되므로 생리적 기능저하를 보완하는 기능성 소재를 활용해야 한다고 하였다. 뉴 실버여성들은 비록 기존의 병약하고 노쇠한 실버여성들에 비해 신체적으로 건강하고 활력을 뛰지만(김숙웅, 이의훈, 2007), 나이가 들어감에 따라 생기는 생물학적인 쇠퇴현상은 여전히 고려되어야 할 요인으로 남아 뉴 실버여성을 위한 의

류제품 디자인은 변화된 신체 사이즈에 잘 맞을 뿐만 아니라 미적으로 보완할 수 있어야 하며 입기 편리하고 생리적인 특징을 고려된 설계야 하겠다.

또 사회적 노화는 노년기로의 전환과 함께 나타나는 노인 개인수준의 사회적 상황 변화를 의미하며, 심리적 노화는 감각, 인지, 정서 및 정신, 성격 등의 심리내적 측면과 심리외적 측면의 상호작용에 있어서의 퇴행, 유지 및 성숙을 동시에 내포하는 심리적 조절과정을 의미한다(권중돈, 2005). 노년층들의 역할의 변화와 신체적 어려움은 사회적 관계와 활동을 축소시키고, 은퇴, 배우자의 사망 등으로 인한 지위 저하와 역할 상실은 자아 존중감, 삶의 만족도 등의 질을 저하시키며, 노인에게 대한 사회적 고정관념 및 부정적 시각은 노년층을 더 민감하고 위축되게 한다(김숙웅, 이의훈, 2007). Chowdhary(1988)는 의복은 비언어적 의사소통의 한 형태로 자신의 자부심을 향상시켜 주는 역할을 한다고 하였는데 실버세대들의 적절하게 보완된 옷차림은 그들에게 심리적으로 자신심을 불어 넣어 보다 사회적 활동에 도움을 줄 수 있을 것이다. 현대에 들어 노인 여성들의 라이프스타일 및 의식 변화로 뉴 실버 여성은 의복 구매에 있어서 본인들 좀 더 젊은 연령대로 지각하여 구매하는 성향과 기분 전환, 유행 동조 등과 같은 개인적인 지향 동기에 의해 구매하는 경향이 있으며(김정실, 2008), 의복 용도에 따른 인식 및 선호 이미지도 변화되고 있어서(김차현, 박재욱, 2012), 기존 실버세대와 차별화된 뉴 실버여성들만의 사회·심리적 특징을 고려한 의류제품 디자인을 개선해야 할 필요가 있을 것이다.

또 노년층은 자아 중심적이고 적극적인 가치관 변화로 자녀의 경제력에 의해 부양되는 소극적이고 의존적인 형태에서 점차 벗어나고 있으며 노후생활 대비를 위한 저축 및 국민연금 확대 노년층의 경제력이 종래에 비해 높아지고 있다. 통계청(2011)의 고령자 통계에 의하면 65세 이상의 29.4%는 경제활동에 참가하고 있고, 58.5%는 경제적 활동을 계속하기를 원하였으며 공적 연금수급자 및 노후준비가 되어있는 고령자 비율이 높아져 자녀에게 의탁할 계획도 점차 감소하는 추세인 것으로 나타났다. 뉴 실버세대

는 상당한 자산과 가처분소득을 가진 구매계층으로 지금까지 생활의 대부분을 차지했던 자녀양육과 일에서 해방되어 자유시간이 많아짐에 따라 자기 주체적인 소비활동을 하고 있다(정혁진, 2006). 그러나 경제력이 향상된 뉴 실버세대도 100세 시대를 바라보는 현시점에서는 경제활동 위축에서 오는 소득 감소와 비축 자산 감소에 대한 경제적 불안감은 여전히 남을 수 있다(교보생명, 시니어파트너즈, 2011).

이상에서 살펴본 결과, 사회 환경이 변화하면서 노인들의 생물학적, 사회심리학적, 경제적인 특징에 있어서 기존 실버와 뉴 실버세대에 차이가 있으므로 뉴 실버 여성측면에서 고려되어야 할 의류제품 디자인적 특징이 있을 것이라 보고 뉴 실버여성들이 요구하는 다양한 의류제품 속성을 알아보려고 한다.

## 2. 의류제품 요구 속성

의류제품의 속성이란 의류제품을 구성하고 있는 여러 가지 특성을 말하며, 제품 자체의 객관적인 속성뿐만 아니라 소비자가 원하는 주관적인 특성을 포함한 개념이다(박현희 외, 2006). 의류제품의 속성들은 소비자들이 구매의사를 결정하는 단계에서 구체적인 선택의 기준이 되므로 선행연구에서는 속성에 대한 개념이 선택 기준 또는 평가기준으로도 연구되고 있으며, 연구자의 관점이나 연구범위에 따라 속성의 차원과 각 차원의 요소들이 다양하게 분류되고 있다.

의류제품의 속성은 크게 내재적 속성과 외재적 속성으로 분류될 수 있으며 내재적 속성은 의류상품 자체가 가지고 있는 본질적 특성으로 스타일, 색채, 디자인, 직물, 무늬, 재봉, 재단, 맞춤새, 내구성, 안락감, 안전성, 멋, 품위, 유행성 등을 포함하며, 외재적 속성은 제조업자 및 유통업자에 의해 상품에 부착되거나 제공되어서 비본질적 속성이라고도 하며 가격, 상표, 광고, 제조국, 점포이미지, 점포의 위치, 소유의복과의 조화, 판매원의 평가, 매장내의 소속부서, 품질보증 등을 포함한다(Eckman et al., 1990; 고애란, 1994). 최근 소비자들의 욕구가 다양해짐에 따라 속성을 평가하는 기준은 내재적 차원과 외재적 차원에서 더욱 세분화되고 있다. 두 차

원의 유사한 개념으로 이명희(1995)도 의복의 평가기준을 내적, 외적기준으로 분류하고 내적 기준을 다시 세분화시켜 유행, 스타일, 색 등의 미적기준과 옷감, 바느질, 편안성, 관리성 등의 실용적 기준으로 분류하고 있다. 또, 김미영과 이은영(1991)은 의복 평가기준을 추구혜택 수준의 특성, 추구혜택을 제공하기위하여 상품이 갖추어야 하는 구성요소 수준의 특성, 그리고 이 두 가지 특성을 이어주는 중간 연결수준의 특성으로 분류하였다. 추구혜택 수준의 평가기준은 상품에서 얻고자하는 효용으로 주관적인 평가이며 의복의 유행성, 멋, 품위, 안락감, 내구성 등이 이에 속하며, 구성요소 수준의 평가기준은 상품이 가지고 있는 기본적인 속성으로 객관적으로 측정이 가능한 섬유, 조직, 무늬, 색채, 재단, 봉제, 부속품, 치수, 스타일 등을 포함한다고 하였으며 소비자가 추구하는 혜택에 따라 이를 구성하는 요소가 약간씩 달라진다고 하였다. 즉, 개인적 가치관에 따라 추구혜택에 차이가 있어 구체적인 제품속성평가 시 간접적으로 영향을 미친다.

의류제품의 용도에 따른 평가속성에 관한 선행연구들을 살펴보면, 김현주(2012)는 스포츠웨어의 평가속성을 관리성, 실용성, 기능성, 심미성, 상표, 차별성으로 분류하고 관리성이 제일 중요시된다고 하였다. 정혜원과 김구자(2002)는 60대 이상의 노년여성을 대상으로 내의의 평가속성을 알아본 결과 실용성, 경제성/착용감, 심미성, 상징성, 상표, 서비스의 요인으로 나타났으며, 내의제품에 있어서는 실용성과 경제성/착용감이 중요시되고 심미성보다는 품위와 정숙성을 중요시하여 화려한 디자인보다는 품질 및 기능성에 주안점을 두고 육체적으로 저하되는 기능을 보완하는 특성이 요구된다고 하였다. 고애란(1994)은 캐주얼웨어의 대표적인 상품인 청바지의 평가기준을 내재적 기준과 외재적 기준으로 분류하였으며 여자대학생들은 내 몸에 잘 맞는 것을 가장 고려한 반면 남자대학생들은 편안함을 가장 중요시 한다고 하였다. Cassil(1986)은 22-44세의 여성을 대상으로 착용상향별로 사회적 모임에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복의 평가기준을 알아보았는데 사회적 모임에서 입는 의복은 적합성, 경제성, 타자지향성의 3차

원으로 분류된 반면, 직장에서 입는 의복은 평가적 1차원으로 나타나 착용상황별로 의복 평가 기준이 다를 수 있다.

최근 실버 의류제품 속성에 관한 연구들을 살펴보면(표 1), 홍경희와 이윤정(2010)은 60-70대 여성을 대상으로 개인적 적합성, 실용성, 동조성, 경제성의 4차원으로 분류하였으며, 김정실(2006)은 55세에서 84세까지의 뉴 실버세대의 의복평가기준을 활동성, 쾌적성, 관리의 편리성, 품질, 사후서비스 등의 실용적 측면, 적당한 가격, 보유의복과의 조화 등의 경제적 측면, 유행성, 상표, 타인의 호감, 개성표현 등의 사회·심리적 측면의 3차원으로 분류하였다. 노영(2006)은 40대 이상의 중·노년층의 여성을 대상으로 정장의 평가속성을 알아 본 결과 상징성, 심미성, 맞춤새, 실용성, 관리성으로 나타났으며, 이윤미(2008)는 측정내용을 정장대신 니트 정장으로 한정지어 알아보았는데 평가속성의 결과는 동일한 것으로 나타났다. 김수경(2005)이 50세에서 70세까지의 신 노년여성을 대상으로 알아본 의복 평가속성은 심미성, 실용성, 상징성 요인이었으며 신 노년여성은 자신에게 어울리는 것을 가장 중요시 하며, 유행성, 개성표현 등 외부 상징적인 측면보다 디자인, 품질, 스타일 등의 심미적 요인을 중요시하는 것으로 나타났다. 이에 반해 김점해(2011)는 여성노인의 의복 평가속성은 맞춤새, 편안함, 미적인 면, 기능성, 품질, 가

격으로 편안함을 가장 중요시 하며, 연령별로 65-74세는 ‘편안함’, 75세 이상은 ‘색상·무늬 등의 미적인 면’을 가장 중요시 하여 연령이 높을수록 노화로 인한 체형변화와 신체적 단점을 의복으로 보완하고 싶어 한다고 하였다.

이상의 선행연구를 종합해볼 때, 의복의 품질 속성은 의복을 구성하는 여러가지 특성으로 제품구매 시 고려하는 소비자들의 평가기준이 되며, 상품의 종류 및 용도와 소비자의 특성에 따라 달라질 수 있음을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 뉴 실버세대대의 의류제품에 대한 품질속성을 알아보고 의복의 용도별로 어떤 차이가 있는지 세부적으로 살펴보고자 한다.

### 3. 의복디자인 요소

디자인은 목적을 달성하기위해 조형요소를 의도적으로 선택하고 합리적으로 구성하는 창의적 활동이다(네이버, 2012. 9). 의복디자인 요소를 Davis(1996)는 선, 공간, 형태, 빛, 색채, 재질, 무늬로 보았으며, Horn & Gruel(1981)은 선, 형, 공간, 재질, 색채로 보았는데 복식에서 이들 요소들은 고립되어 존재하지 않으며 요소들의 결합에 의하여 완전한 디자인이 성립되며 각 요소들의 다양한 성질은 전체 디자인의 전반적인 효과에 영향을 준다고 하였다. 즉, 디자인 요소

<표 1> 실버세대의 의류제품의 평가속성 선행연구

선행연구	표본	측정내용	측정방법	평가 차원
김수경(2005)	50-70세 신노년여성	의복전반	설문지법	심미성, 실용성, 상징성
김점해(2011)	65세 이상 여성	패션 아이템별	설문지법	맞음새, 편안함, 미적인 면, 기능성, 품질, 가격
김정실(2006)	55-84세 뉴실버여성	의복전반	설문지법	실용적, 경제적, 사회·심리적 측면
노영(2006)	40대 이상 여성	정장	설문지법	상징성, 심미성, 맞춤새, 실용성, 관리성
이윤미(2008)	40대 이상 여성	니트정장	1:1심층면접법, 설문지법	상징성, 심미성, 맞춤새, 실용성, 관리성
홍경희, 이윤정(2010)	60-70대 여성노년층	의복전반	설문지법	개인적 적합성, 실용성, 동조성, 경제성

는 디자인 아이디어를 표현하기 위하여 사용하는 수단으로, 의류제품을 디자인 시 새롭고 흥미로운 방식으로 혼합함으로써 독창적인 의류제품을 만들어 내게 한다.

의복의 디자인요소로서 형태는 선, 실루엣, 장식을 포함한다. 선은 입체적인 인체에 맞게 하기위해 필요한 기본구성선과 미적인 목적을 위해서 사용하는 장식 선이 있으며 곧은 정도, 방향, 힘에 따라 의복 전체의 형태를 결정하고 실루엣, 장식과 함께 다양한 시각적인 이미지를 연출하므로 착용자의 체형의 특징과 의복 형태의 잠재적인 효과를 이해하여 특정한 효과와 착시를 위한 시각적인 처방을 해야 한다. 여성 노년층이 선호하는 착장 형태는 정장스타일보다 활동성과 기능성을 겸비한 재킷과 슬렉스가 조합된 형태이며 체형을 커버하는 디자인을 중요시 한다(여혜린, 권영숙, 2005; 장안화, 2005).

의복의 색채는 개인의 선호, 인상, 성격과 함께 미적 감각을 나타내는 중요한 요인으로 작용하며 의복을 선호하고 구매하는데 있어서 가장 먼저 고려되는 요인 중 하나이다(한성지, 김이영, 2007). 색채는 색상, 명도, 채도의 3차원에 의해 매우 다양해지며 조화로운 결합으로 의복의 가치를 드높일 수 있는 강력하고 아름다운 디자인 요소이다(Davis, 1996). 색의 물리적인 효과에 따라 온도감, 중량감, 운동감, 면적감 등에 차이가 느껴지므로 디자인할 때 착용자의 개성, 피부색, 체형에 따라 착시현상으로 보다 효과적인 색을 사용하는 것이 좋으며 연령, 계절, 성에 따라 선호되어지는 색상이 있으므로 디자인 시 고려해야만 한다. 장안화(2005)는 연령이 증가할수록 피부에 잡티가 많아지고 피부의 톤도 어두워져 의복 색상자체보다도 착용했을 때 피부 톤을 생기 있게 해주는 색상으로 보완해 줄 필요가 있다고 하였다. 서주환(2010)은 연령이 증가함에 따라 색채 선호에 변화가 없는 실버와 비교하여 뉴 실버는 다양한 컬러를 선호하며 연령의 증가와 신체의 변화에 따라 자신에게 이용이 편리하거나 어울리는 색채로 바꾸어 선호하는 경향이 상대적으로 크다고 하며 색채 선호도에 있어 차별화된 감각을 지니고 있다고 하였다. 또, 여화선 외(2011)도 실버와 뉴 실버세대의 의류브랜드 색상전개에 차이가 있으며 뉴 실버 의

류브랜드는 다양한 명도의 저채도의 색상을 주로 제안하며 정장은 Dull과 Dark 톤을 캐주얼은 Strong에서 Dark에 이르기까지 다양한 톤이 전개된다고 하였다.

의복의 소재는 의복의 형태유지와 신체 착용감을 결정하는 중요한 요소이며 소재의 표면특성에서 느껴지는 효과로서 섬유질, 실의 구조, 옷감의 조직, 가공에 의해 영향을 받으며 시각과 촉각으로 재질감을 얻을 수 있다. 시각적 재질감은 표면에서 반사되는 빛의 정도에 따라 결정되는 광택과 실의 굵기와 직물의 조직에 따라 결정되는 투시가 있으며, 촉각적 재질감에는 옷감의 유연성, 표면의 거친 정도, 두께 등이 있다(이경희, 이은령, 2008). 재질의 시각적, 촉각적, 청각적인 심리효과들은 의복의 분위기에 영향을 미치며 외관의 특성과 함께 관리방법에서 양립할 수 있어야 한다(Davis, 1996). 무늬는 소재를 장식하는 여러 가지 모양으로 모티프의 형태, 크기, 배열, 색채대비, 밀도에 따라 소재의 분위기가 변화되므로 착용자의 체형, 용도, 연령, 개성에 따라서 효과적이고 적절한 무늬를 선택할 필요가 있다. 노영(2006)은 소재는 중·노년층 여성 소비자들이 정장 의류제품에서 가장 중요시하는 디자인 요소이며 소재의 종류, 촉감, 두께, 태가 중요하다고 하였으며 여혜린과 권영숙(2005)은 실버여성들은 상의 의류제품을 구매할 시 여름용은 흡수성이 좋은 소재를, 겨울용은 보온성이 좋은 소재를, 하의 의류제품을 구매할 시 여름, 겨울용 모두 활동성을 위한 신축성이 뛰어난 소재를 선호한다고 하였다.

이상 의복디자인 요소에 대해 알아본 결과, 의복 디자인 요소인 형태, 색채, 소재의 다양한 성질들은 전체 디자인의 전반적인 효과에 영향을 미치기 때문에 뉴 실버 여성소비자들이 요구하는 속성에 맞게 효과적으로 활용될 수 있도록 디자인 시 고려해야만 하겠다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 뉴 실버여성들이 요구하는 의복용

도별(포털웨어와 캐주얼웨어) 요구속성을 심층적으로 알아보는 것으로 그 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 뉴 실버여성들이 의류제품 구매 시 고려하는 요구속성을 알아본다.

둘째, 뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성이 의복 용도에 따라 차이가 있는지 알아본다.

셋째, 뉴 실버여성들이 의류제품 구매 시 고려하는 디자인 요소별 구체적 요구속성을 알아본다.

## 2. 조사대상 및 조사기간

노인을 구분하는데 있어서 연구자들마다 그 기준을 목적에 따라 50세, 55세, 60세, 65세 등 역연령을 상이하게 구분하고 있다. Brody(1977)는 60~64세를 연소노인(young-old), 65~74세를 중고령노인(middle-old), 75세 이상을 고령노인(old-old)으로 구분하였으며, 최성재와 장인협(2006)은 60~69세를 연소노인, 70~75세를 중고령노인, 75~84세를 고령노인, 85세 이상을 초고령노인으로 구분하고 우리나라 국민연금법의 노령연금 수급연령 기준이 60세이므로 60세 이상을 노인으로 규정하는 것이 타당하다고 하였다. 이에 본 연구에서는 60세 이상의 여성을 대상으로 하였으며, 뉴 실버의 기준은 경제적인 자립 및 여유, 건강에 관련한 취미활동, 실제 연령에 비한 젊은 마인드의 여부로 하고 조사에 앞서 피조사자에게 직접 질문하여 3개의 기준에 모두 만족되어 타당하다고 사료될 때 조사를 실시하도록 하였다. 조사는 2012년 8월 10일에서 10월 3일까지 서울과 수도권(성남, 용인, 일산) 및 대구, 부산의 대도시에 거주하는 16명을 대상으로 이루어졌으며 그 인적 특성은 <표 2>와 같다.

## 3. 측정방법 및 분석방법

젊게 살고자하는 욕구가 높은 현대 노인들은 스스로를 노인으로 인정하려는 표현을 하지 않기 때문에 그들의 니즈를 파악하기 위해서는 직접적인 설문 조사방법보다는 그들의 행동 관찰

<표 2> 면접 대상자의 특성

사례번호	나이	전 직업	거주지
1	73	주부	용인시 기흥구
2	72	주부	용인시 기흥구
3	73	주부	성남시 분당구
4	77	주부	대구시 수성구
5	66	주부	용인시 기흥구
6	74	주부	부산시 수영구
7	76	작가	서울시 강동구
8	72	판매직	서울시 송파구
9	65	사무직	서울시 송파구
10	70	주부	서울시 송파구
11	62	판매직	성남시 분당구
12	76	교육자	성남시 분당구
13	65	교육자	성남시 분당구
14	60	사무직	성남시 분당구
15	70	주부	서울시 강남구
16	65	주부	일산시 덕양구

이 동반되는 적극적인 방법이 필요하다(교보생명, 시니어파트너즈, 2011). 그러나 그간의 노인층 대상의 요구속성 선행연구(김수경, 2006; 김점해, 2011; 김정실, 2006; 노영, 2006; 홍경희, 이윤정, 2010 등)는 설문지 조사방법으로 정량적으로 알아본 것이며 정성적으로 알아본 선행연구는 미흡한 실정이다. 이에 본 연구에서는 노인들이 요구하는 속성을 정성적 조사방법의 하나인 1:1 심층면접법으로 구체적으로 알아보고자 하였다. 면접은 피조사자의 편의에 따라 조용한 장소에서 평균 40분정도 이루어졌다. 질문 내용은 <표 3>과 같이 구성하였으며 구체적이고 정확한 응답을 얻기 위하여 어떤 것이 자신들에게 왜 중요한가를 자유롭게 설명하는 반구조화된 면접법인 래더링 기법을 이용하여 다각도로 질문하였으며 복수로 응답가능하게 하였다. 조사 직전 피조사자들의 간단한 정보에 관한 현장기록 노트를 작성하였고 면접은 피조사자의 동의하에 자연스러운 상황에서 녹음되도록 하였으며 그 내용은 정확하게 문자로 변환시켜 분석에 사용되었다.

〈표 3〉 면접 질문의 구성과 내용

면접내용	질문의 예시
의류제품 요구속성	의류제품을 구매할 때 요구되어지는 의복의 특성은 무엇이며 그 이유는 무엇입니까?
의복용도별 요구속성	정장과 캐주얼웨어를 구매할 때 요구되어지는 의복의 특성에 차이가 있다면 그 이유는 무엇입니까?
의류제품 디자인 속성	평소에 정장과 캐주얼웨어를 입으실 때 느끼셨던 디자인적 요구사항은 무엇이고 그 이유는 무엇입니까?

자료 분석은 의류전공 교수 3명과 박사과정 2명 석사과정 4명이 팀을 이루어 개방 코딩(Open Coding)으로 하였다. 그 절차는 먼저 뉴 실버여성들이 의류제품 구매 시 고려하는 속성에 대한 심층적인 면접자료 내용을 피조사자가 직접 사용한 표현을 중심으로 코딩한 후, 연구팀들에 의해 비슷한 내용끼리 친화도법을 이용하여 체계적으로 정리하여 범주화시켰다. 그 다음 빈도를 알아봄으로써 피조사자들이 중요하게 생각하는 요구속성을 분석하였으며 또한 디자인 요소별 특성을 구체적으로 알아보았다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 뉴 실버여성의 의류제품 요구속성

뉴 실버여성들이 포멀웨어와 캐주얼웨어에서 요구하는 속성을 1:1 심층면접을 통해 응답하는 과정에서 37개의 속성이 나타났으며 이를 바탕으로 친화도법으로 유사한 항목끼리 범주화시키는 과정에서 5개의 상위범주요인이 도출되었다(표 4). 뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성에 대한 상위범주요인은 선행연구의 차원을 고려하여 ‘상징성’, ‘심미성’, ‘맞음새’, ‘실용성’, ‘관리성’으로 유형화 시켰는데, 이 결과는 중·노년 여성을 대상으로 알아본 노영(2006)과 이윤미(2008)의 속성 차원과 동일하게 분류되었지만 그 내용에 있어서 근소한 차이를 보였다. 뉴 실버여성들은 ‘젊어 보이는 옷’, ‘색상매치가 잘된 옷’, ‘상황(T.P.O.)에 맞는 옷’, ‘다용도로 입을 수 있는 옷’, ‘액세서리가 함께 코디되어 나온 옷’, ‘한 세트 개념으로 미리 코디되어 나온 옷’, ‘헬

스 케어가 되는 옷’의 항목을 새롭게 요구하는 것으로 나타났다. 또 언급 빈도수에 따르면 뉴 실버여성들은 ‘상징성’, ‘심미성’, ‘실용성’을 다른 차원에 비해 더 중요시하며 요구하는 것으로 나타났다.

#### 1) 심미성

뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성 중 ‘체형을 보완하는 옷’, ‘날씬해 보이는 옷’, ‘트렌드를 잘 반영한 옷’, ‘얼굴이 화사해 보이는 옷’, ‘색상매치가 잘된 옷’, ‘옷맵시가 나는 옷’, ‘젊어 보이는 옷’, ‘새롭고 독특한 디자인의 옷’은 ‘심미성’ 차원으로 명명하였다. ‘심미성’은 의복으로 자신을 아름답고 매력적으로 보이게 할 수 있는 미의 지각과 관련된 차원으로 분류하여 해석하였다.

뉴 실버여성들은 의복을 통해서 나이가 들어감에 따라 변화된 외모를 보완해줄 수 있고 개성적이면서 아름다운 의복을 요구하는 것으로 관찰할 수 있었다. 삶의 질이 향상되면서 대부분의 소비자들 건강을 추구하며 자신만의 개성과 아름다움을 동시에 표현하고 싶어하는 경향이 있는데 이에 부응하여 기업들도 제품의 품질을 젊은 감성으로 변화시키고 있으며 디자인의 감성적인 측면을 강조하며 심미적인 요소를 중요시하고 있다. 이러한 사회적인 흐름에서 볼 때 뉴 실버여성 의류제품의 심미성은 당연한 요구 속성의 결과라 사료된다.

이 차원은 Bader(1963)의 노년 여성의 의복에 대한 관심도는 75세까지 감소하지 않고 지속적으로 매력적인 의복을 원한다는 연구결과와 의복의 선택기준에서 디자인을 제일로 중요시한다는 여혜린, 권영숙(2005)의 연구결과를 지지하



며 신 노년층 여성은 유행성, 개성표현 등의 외부 상징적인 측면보다 디자인, 품질, 스타일 등의 심미적인 요인을 더 중요시한다는 김수경(2005)의 연구결과와 같다. 특히 디자인 중 체형을 커버하는 디자인을 중요시 한다는 여혜린과 권영숙(2005), 장안화(2005)의 연구결과는 본 연구의 ‘체형을 보완하는 옷’의 세부 항목을 지지한다. ‘짙어 보이는 옷’은 선행연구에 없었던 새롭게 요구된 속성으로 노인들의 젊게 살려는 심리적인 욕구가 이전보다 한층 강해졌으며 70-74세의 고령자들이 다른 연령에 비해 노화에 따른 체형변화나 심리변화를 가장 많이 인식하고 더욱 젊게 연출하려는 욕구가 강하다는 김점혜와 이영주(2010)의 연구결과에서 그 이유를 유추할 수 있는데 즉, 뉴 실버여성들의 젊고 건강한 가치관 및 라이프스타일과 무관하지 않다고 본다. 새롭게 요구되는 또 하나의 속성인 ‘색상매치가 잘된 옷’ 항목으로 뉴 실버여성들은 세부적인 디자인 요소에 대한 관심과 함께 미적인 감성이 발달된 것으로 관찰할 수 있었으며 이는 어떤 특정한 색상을 선호하기보다는 색의 배색까지 고려하여 전체적인 색상의 조화를 더 중요시 한다고 볼 수 있겠다.

“나이가 드니 체형에 결점이 있기 때문에 장식의 어느 정도 있어서 커버할 수 있는 디자인이 좋아.”(No.8)

“예전에는 무채색 위주로 입었는데 이젠 얼 굴이 화사하게 보이는 색상이 좋아.”(No.1)

“보통 내 나이보다 스스로를 10년 더 젊게 생각하지만 옷은 20년 더 젊게 입어. 백화점에서 쇼핑할 때 40대 브랜드를 자주 보게 되지. 거기서 내가 원하는 옷을 고를 수 있어. 젊어 보여서 마음에 들고 잘 입게 되어.”(No.10)

“남들보다 특이한 스타일의 옷을 선호합니다.... 색상 매치도 잘 되어 있는 좀 독특한 스타일의 옷을 찾아 사지요.”(No.16)

## 2) 상징성

뉴 실버여성들의 의류제품에 요구하는 속성 중 ‘착용 시 다른 사람의 반응이 좋은 옷’, ‘노출이 심하지 않은 옷’, ‘유명 브랜드의 옷’, ‘자신의

개성을 잘 표현해 주는 옷’, ‘나이에 맞는 옷’, ‘품위 있어 보이는 옷’, ‘고급스런 고가의 옷’, ‘상황(T.P.O.)에 맞는 옷’은 ‘상징성’차원으로 명명하였다. 사람들은 의복을 통해 사회적 지위를 간접적으로 확인할 수 있을 뿐만 아니라 전달적인 수단으로 의복을 사용한다. 이러한 측면에서 ‘상징성’은 타인을 의식한 이미지에 관련된 것으로 자신의 품위 표현, 브랜드 상표 이미지 및 인지도, 타인의 반응 등 의복을 착용함으로써 그 의복이 자신의 이미지를 부각시킬 수 있는 측면을 고려하는 차원으로 분석하였다.

‘상징성’을 요구하는 뉴 실버여성들의 심리저변에는 나이와 균형에 맞는 옷차림을 감시하는 사회적인 규범을 고려하고, 나이가 들어감에 따라 젊은 연령대에서 발견하기 힘든 내면에서 우러나오는 원숙한 인격을 나타내 보이고 싶어 하며 이 옷을 착용함으로써 어느 정도 부유한 사회적 계층에 속해 있다는 사회적 지위를 잘 나타내는가 하는 심리가 작용하고 있음이 언급한 면담내용에서 유추할 수 있었다. 이는 의복이 익명의 사람들이 서로를 평가하고 상대방이 어떤 신분인가를 아는데 있어서 중요한 역할을 하며 사회적 지위를 관찰 평가하는데 있어서 결정적으로 사용되는 것은 Style Symbolism으로 전반적인 취향과 스타일이 서로 모르는 사이에서 잠정적인 지위를 결정하고 배열하는 중요한 역할을 한다는 Form과 Stone(1957)의 이론과 일맥상통한다 하겠다. 뉴 실버여성의 새롭게 요구된 ‘상황(T.P.O.)에 맞는 옷’의 속성은 뉴 실버여성 세대들이 여가와 문화, 레저 스포츠, 동호회 모임 등 다양한 여가생활 및 사회활동을 활발히 함에 따라 또 상황에 맞게 입으려하는 의복 상황에 따른 착용 의식이 높아짐에 따라 새롭게 요구되는 속성으로서 관찰할 수 있었다. 이는 노인들이 의복의 착용목적과 용도에 따라 의복을 구분해서 착용하는 것이 바람직하다고 인식하고 있다는 여혜린과 권영숙(2005)의 조사 결과와 유사하다.

“캐주얼은 특별히 고가를 선택하진 않지만 정장은 백화점에서 쇼핑하게 되지. 내 나이도 있고 아무래도 외출복은 품위를 유지시켜줄 수 있어야 하니까.....” (No.10)

“내가 좋아하는 옷도 좋지만 입고나가서 사람들의 반응이 좋으면 기분이 좋아져.”(No.5)

“모임마다 다른 스타일로 옷을 입어요 옷은 때와 장소에 맞게 그 모임의 성격에 어울리게 입는 게 제일 중요하지요”(No.8)

“노출이 있는 옷은 나이가 들어서 자신이 없 어졌고 안 어울릴 것 같아 안 입어.”(No.9)

### 3) 맞춤새

뉴 실버여성들의 의류제품 요구 속성 중 ‘착용감이 좋은 옷’, ‘수선 없이 사이즈가 잘 맞는 옷’, ‘매끈하게 잘 떨어지는 옷’은 ‘맞음새’ 차원으로 명명하였다. ‘맞음새’는 의복이 자신의 신체치수에 적합하여 활동하기 편하면서 신체에 자연스럽게 맞는 정도로서 신체적 특징과 밀접히 관련된 요구속성 차원으로 분석하였다.

뉴 실버여성들은 나이에 따른 체형변화로 자신의 사이즈에 맞는 의복을 원하고 있으며 의복을 자신의 건강과 행동에 영향을 미치는 변인으로 보고 활동하기 쉽게 적당히 여유가 있는 편안한 의복을 요구하는 것으로 관찰되었다. 즉, 이러한 결과는 뉴 실버여성 소비자들은 신체의 결점을 보완하면서도 편안한 착용감으로 활동성을 높이는 의복을 요구한다고 이해할 수 있다. 이 요구속성은 노영과 박재옥(2011), 이영주와 김점혜(2007), 이정민과 주소영(2005), 이정진과 서미아(2010) 등의 노년 여성복의 맞춤새에 대한 착용만족도연구에서 부위별 맞춤새에 개선이 필요하다는 결론과 무관하지 않다. 또한 자신의 의복 사이즈에 대한 관심이 많은데도 불구하고 이명희(2006)의 연구 결과와 동일하게 실버 브랜드의 사이즈 체계에 문제점이 있음이 나타났다.

“시장 옷보다는 백화점에서 산 옷은 조금 덜한 것 같지만 기성복의 정장 재킷은 확실히 불편한 것 같아요.”(No.4)

“사이즈가 세분화되었으면 해. 정장을 살 때는 위, 아래 같은 사이즈를 구입하게 되는데 이젠 허리와 중 힙 부분에 살이 붙으니 상의와 하의 사이즈를 다르게 입게 되지.”(No.8)

### 4) 실용성

뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성 중 ‘입고 벗기 편한 옷’, ‘다용도로 입을 수 있는 옷’, ‘가격이 적당한 옷’, ‘다른 옷과 코디하기 용이한 옷’, ‘적당한 여유가 있어 활동하기 편안한 옷’, ‘오래 입어도 싫증이 안 나고 유행을 타지 않는 옷’, ‘액세서리가 함께 코디되어 나온 옷’, ‘한 세트 개념으로 미리 코디되어 나온 옷’, ‘헬스케어 가 되는 옷’은 ‘실용성’ 차원으로 명명하였다. 실용성은 합리성, 경제성, 편리성 측면에 초점을 맞춘 차원으로 분류되었다.

고령화될수록 운동능력의 감퇴와 체형변화의 결점 보완하기 위해 활동하기 편하고 신체압박이 적으며 입고 벗기 편한 의복을 선호한다는 남윤자와 유희숙(1997)의 연구결과와 동일하게 뉴 실버여성들이 입고 벗고 활동하기 편리한 의복을 요구하는 것으로 나타났다. 뉴 실버여성들이 새롭게 요구하는 ‘헬스케어가 되는 옷’의 속성에서는 최근 사회적인 트렌드로 건강 및 친환경에 대한 관심이 고조됨에 따라 헬스 케어에 관한 알레르기방지, 땀 흡수 등의 기능적인 건강을 생각하는 옷을 요구하게 되었음을 관찰할 수 있었다. 또 ‘다용도로 입을 수 있는 옷’ 및 액세서리가 함께 코디되어 나온 옷’, ‘한 세트 개념으로 미리 코디되어 나온 옷’의 속성에서는 뉴 실버여성들의 경제성과 관련된 실리적인 가치관을 관찰할 수 있었으며 다양한 여가 생활로 인해서 다목적으로 입을 수 있으며 스타일링에 대한 욕구는 높지만 완벽한 코디네이션을 위한 쇼핑에 대한 부담감이 있는 것으로 관찰할 수 있었다.

“요새 노인들은 건강들을 생각해서 운동들을 하잖아…… 운동할 때도 입을 수 있고 평소에도 입을 수 있는 옷을 요구하게 되지.”(No.10)

“여기저기 받쳐 입을 수 있는 옷을 골라요 오일릴리 브랜드를 좋아하는데 옷에 여러 가지 색상이 들어있어서 여기저기 다 어울리는 것 같 아서 즐겨 입어요.”(No.16)

“요즈음은 액세서리도 옷에 잘 맞추어서 함께 나오는 것 같아 좋은 것 같아요 옷에 포인트도 되고 옷에 맞는 액세서리를 따로 쇼핑해야

<표 4> 뉴 실버여성의 의류제품 요구 속성

고객 요구 속성	관련된 디자인 요소	빈도수			상위 차원
		정장	캐주얼	합계	
체형을 보완하는 옷	형태, 색채, 소재	7	6	13	심미성
날씬해 보이는 옷	형태, 색채, 소재	1	0	1	
트렌드를 잘 반영한 옷	형태, 색채, 소재	1	4	5	
얼굴이 화사해 보이는 옷	색채	4	5	9	
<b>색상매치가 잘된 옷 *</b>	색채	3	2	5	
옷맵시가 나는 옷	형태, 소재	3	0	3	
<b>넓어 보이는 옷 *</b>	형태, 색채, 소재	5	10	15	
새롭고 독특한 디자인의 옷	형태, 색채, 소재	4	5	9	
<b>계</b>		<b>28</b>	<b>32</b>	<b>60</b>	
착용 시 다른 사람의 반응이 좋은 옷	형태, 색채, 소재	3	3	6	상징성
노출이 심하지 않은 옷	형태, 소재	4	6	10	
유명 브랜드의 옷		3	1	4	
자신의 개성을 잘 표현해 주는 옷	형태, 색채, 소재	1	2	3	
나이에 맞는 옷	형태, 색채, 소재	3	0	3	
품위 있어 보이는 옷	형태, 색채, 소재	10	0	10	
고급스런 고가의 옷	형태, 소재	7	3	10	
<b>상황(T.P.O.)에 맞는 옷 *</b>	형태, 색채, 소재	4	3	7	
<b>계</b>		<b>35</b>	<b>18</b>	<b>53</b>	
착용감이 좋은 옷	형태, 소재	2	5	7	맞음새
수선 없이 사이즈가 잘 맞는 옷	형태, 소재	6	2	8	
매끈하게 잘 떨어지는 옷	형태, 소재	2	1	3	
<b>계</b>		<b>10</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	
입고 벗기 편한 옷	형태, 소재	3	4	7	실용성
<b>다용도로 입을 수 있는 옷 *</b>	형태, 색채, 소재	1	3	4	
가격이 적당한 옷		1	3	4	
다른 옷과 코디하기 용이한 옷	형태, 색채, 소재	1	1	2	
적당한 여유로 활동하기 편안한 옷	형태, 소재	8	10	18	
오래 입어도 싫증이 안 나고 유행을 타지 않는 옷	형태, 색채, 소재	5	2	7	
<b>액세서리가 함께 코디되어 나온 옷 *</b>	형태, 색채, 소재	1	2	3	
<b>한 세트 개념으로 미리 코디되어 나온 옷 *</b>	형태, 색채, 소재	1	1	2	
<b>헬스 케어가 되는 옷 *</b>	형태, 소재	0	5	5	
<b>계</b>		<b>21</b>	<b>31</b>	<b>52</b>	
세탁이 용이한 옷	형태, 소재	1	5	6	관리성
구김이 덜 가는 옷	소재	2	5	7	
가벼운 옷	소재	5	4	9	
세탁 후 변형이 없는 옷	형태, 색채, 소재	0	1	1	
A/S가 좋은 옷		1	0	1	
보관과 관리가 용이한 옷	형태, 소재	0	1	1	
장식이 잘 떨어지지 않는 것	형태, 소재	1	1	2	
얼룩이나 때가 쉽게 타지 않는 옷	형태, 색채, 소재	1	0	1	
<b>계</b>		<b>11</b>	<b>17</b>	<b>28</b>	

\* 는 본 연구에서 새롭게 나타난 뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성임.

될 필요도 없는 것 같아서…….”(No.16)  
 “나이가 들어 피부가 민감해 졌어. 햇볕 알레르기가 생겨서 먼 위주로 입고 목에도 먼 스카프를 돌려.”(No.2)

5) 관리성

뉴 실버여성들의 의류제품 요구속성 중 ‘세탁이 용이한 옷’, ‘구김이 덜 가는 옷’, ‘가벼운 옷’, ‘세탁 후 변형이 없는 옷’, ‘A/S가 좋은 옷’, ‘장식이 잘 떨어지지 않는 것’, ‘얼룩이나 때가 쉽게 타지 않는 옷’은 ‘관리성’차원으로 명명하였다. ‘관리성’은 의류제품을 보관, 세탁, 유지 등 취급의 용이성 및 제품의 지속성에 관련한 차원으로 분류하였다.

뉴 실버여성들은 의류제품을 다루어 온 오랜 경험으로 관리방법에 있어 능통하지만 약해진 기력과 이제는 가사로부터 벗어나고 싶어 하는 심리가 작용하여 관리가 간편한 의복을 요구하는 것으로 관찰되었다. 이 관리의 용이성 문제는 연령이 증가할수록 더 중요시된다는 May와 Koester(1985)의 연구결과와 일치한다.

“이세이 미야케(Issey Miyake) 옷처럼 주름 가공으로 되어 있으면 귀찮은데 다리지도 않고 사이즈 걱정도 안하고 해서 참 좋은 것 같아. 세탁도 집에서 물빨래해도 되어서 편하고…….”(No.6)

“지금 우리 나이 때는 편하고 가벼운 옷이 제일 좋지. 무거운 옷을 입고나간 날은 정말 피곤

할뿐더러 옷 정리하는데도 힘들어.”(No.7)  
 “비싼 센존 니트 옷도 한번 드라이 주니까 뽀뽀한 느낌이 줄어드는 것 같아……. 예쁜 색상의 옷들이 드라이하고 나면 희끗해지고 오염으로 색이 탁해지는 것 같아. 염색이 잘 되었으면 좋겠어.”(No.5)

2. 뉴 실버여성의 의복용도별 요구속성

의류제품은 용도별 품목으로 크게 포멀웨어, 캐주얼웨어, 레저스포츠, 이너웨어 등으로 구분되는데 본 연구에서는 뉴 실버여성들이 즐겨 착용하는 포멀웨어(정장)와 캐주얼웨어(평상복)를 연구 범위로 한정시켰다. 뉴 실버여성 소비자들의 용도별 의복에 대한 요구속성에 차이가 있는지 알아본 결과(표 5), 두드러진 차이가 있는 차원은 상징성, 실용성, 관리성 차원으로, 포멀웨어에서는 ‘상징성’을 캐주얼웨어에서는 ‘실용성’과 ‘관리성’을 소비자들이 언급한 빈도수가 많았다. ‘심미성’과 ‘맞음새’는 포멀웨어와 캐주얼웨어에서 두드러진 차이가 없는 것으로 나타나 뉴 실버 여성들은 심미성과 맞음새에 대한 의복용도별 요구 수준은 유사하다고 해석할 수 있겠다. 그러나 심미성에 있어서는 포멀웨어와 캐주얼웨어에 언급한 회수가 다른 차원보다 모두 높게 나타나 모든 복종에서 중요시 되는 것을 알 수 있었다.

의복은 착용자의 사회적 상황을 정의하는데 도움을 주며 상황에 따라 의복에 변화가 있으며 문화적 상황적 요인에 의해서 결정된다. 포멀웨

<표 5> 뉴 실버여성의 의복용도별 요구속성

의복용도	정 의	요구속성	언급내용
포멀 웨어	격식을 갖추는 상황에서 격식을 갖춰 입는 정장 스타일 의복	심미성 상징성	“실크 블라우스는 자르르 윤기가 흘러 사람을 품위 있게 보이게 해서 외출에 즐겨 입어요.” (No.5) “외출준비를 할 때……. 다른 사람이 나도 늙으면 저렇게 늙고 싶다는 생각이 들게 없어. 그래서 대체적으로 우아하게 입으려고 해.” (No.5)
캐주얼 웨어	격식을 갖추지 않는 상황에서 자유롭고 편하게 입는 간편하고 활동적인 의복	심미성 실용성 관리성	정장은 어쩔 수 없지만 평상시 입는 캐주얼은 다림질 안하고 그냥 빨아서 털어 입는 소재가 좋아.” (No.3) “난 캐주얼은 티 종류가 많아. 골프를 많이 쳐서 평소에 입는 캐주얼웨어는 골프복을 많이 입지.” (No.5)

어에서 ‘상징성’에 관련한 속성들을 중요시하는 뉴 실버여성들은 격식을 차리는 상황에서 의복을 통하여 나이의 규범에 맞는 자신의 품위와 사회적 지위를 표현하고 싶어 하는 반면 격식을 차리지 않고 자유롭게 입을 수 있는 캐주얼웨어에서는 실리적인 측면인 ‘실용성’과 ‘관리성’을 더 요구한다고 볼 수 있다. 즉, 캐주얼화 되어가는 요즈음의 트렌드와 함께 직업상 외부사람을 대하는 직업에서 은퇴하여 자신의 생활을 즐기고 안락감을 중요시하는 자기위주의 의복을 원하는 것으로 풀이된다.

### 3. 뉴 실버여성의 의복 디자인 요소별 요구속성

뉴 실버여성들이 요구하는 의복디자인 요소에 따른 구체적인 속성을 알아본 결과(표 6), 기존의 실버여성에게서 요구되어져 왔던 실버 의류제품 속성에서 크게 벗어나지 않은 것으로 나타났다. 이는 사회 전반적으로 젊음을 중요시하는 태도와 가치관으로 의복으로 인한 연령구분은 점차 없어지고 있지만 연령이 증가하면서 변한 신체구조 및 피부, 머리색, 신체적인 특성에 따른 그 차이는 여전히 남을 수밖에 없기 때문인 것으로 해석된다. 뉴 실버여성 소비자들의 요구하는 디자인 요소별 구체적 속성은 다음과 같다. 언급한 내용 중에 디자인 요소인 형태, 색채, 소재와 무관한 ‘유명 브랜드의 옷’, ‘가격이 적당한 옷’, ‘A/S가 좋은 옷’ 항목은 제외시켜 분석하였다.

뉴 실버여성들은 형태적인 면에서 요구하는 사항들로 ‘입고 벗기 편한’, ‘활동하기 편한’,

‘체형을 보완하는’, ‘탈착이 쉬운’, ‘목주름을 커버하는’, ‘브래지어 미착용이 가능한’, ‘착용상황을 고려한’ 등을 언급하여 형태에 있어서 뉴 실버여성들은 입고 벗고 활동하기 편하며 나이에 지나치지 않는 범위에서 그들의 매력적인 이미지를 잘 살려주면서 젊게 보이는 디자인을 요구하는 것으로 나타났다. 신체 보정보완을 위한 세부적인 디자인 선, 디테일, 장식과 실루엣으로 디자인되기를 원하였으며 특히 처진 가슴, 굽어진 팔, 비만해진 복부와 허리, 처지고 빈약해진 엉덩이와 목주름 등의 체형을 보완해주고 주름진 피부를 가려줄 수 있는 디자인을 요구하는 것으로 나타났다.

색채에 있어서는 ‘얼굴이 환해 보이는’, ‘얼굴이 뚜렷해 보이는’, ‘배색이 좋은’ 것을 요구하였다. 젊었을 때는 무채색위주로 입었으나 얼굴이 환해보이고 얼굴이미지 윤곽이 또렷하게 보일 수 있는 짙은 색상을 선호하는 것으로 관찰되었다. 이와 같이 주름 및 피부 톤의 변화로 선호색상이 변화되었다는 언급내용은 뉴 실버가 연령의 증가와 신체의 변화에 따라 자신에게 편리하거나 어울리는 색채로 바꾸어 선호하는 경향이 짙다는 서주환(2011)의 연구결과를 지지한다. 또 뉴 실버여성들은 어떤 특정한 색상을 선호하여 그 색상을 착용하기보다는 자신에게 잘 어울리는 퍼스널 칼라를 중요시하고 있으며, 나아가 색의 배색까지 고려하여 전체적인 색상의 조화를 더 중요시 하는 것으로 나타났다. 따라서 색채의 선호도 연구는 배색 선호에 대한 척도를 마련해야 할 것으로 본다.

소재에 있어서 뉴 실버여성들은 ‘부드러운 감촉’, ‘가벼운’, ‘다림질을 안 해도 되는’, ‘세탁이 용이한’, ‘세탁 후 변형이 없는’, ‘구김이 안가

<표 6> 뉴 실버여성의 의복디자인 요소별 요구속성

요소	내용
형태	입고 벗기 편한, 활동하기 편한, 체형을 보완하는, 탈착이 쉬운, 목주름을 커버하는, 브래지어 미착용이 가능한, 착용상황을 고려한, 젊어 보이는
색채	얼굴이 환해 보이는, 얼굴이 뚜렷해 보이는, 배색이 좋은
소재	부드러운 감촉, 가벼운, 보온성이 좋은, 신축성이 있는, 몸매 보정효과가 있는, 매끈한, 드레이프성이 좋은, 부드러운 광택이 있는, 구김이 안가는, 다림질을 안 해도 되는, 세탁이 용이한, 세탁 후 변형이 없는, 땀을 잘 흡수하는, 알레르기가 안 생기는

는’, ‘신축성이 있는’, ‘몸매 보정효과가 있는’, ‘매끈한’, ‘드레이프성이 좋은’, ‘부드러운 광택이 있는’, ‘보온성이 좋은’, ‘땀을 잘 흡수하는’, ‘알레르기가 안 생기는’ 것을 원하는 것으로 나타났다. 연령이 높아짐에 따라 무게가 있는 옷은 쉽게 피로하게 느껴져 무게감이 느껴지지 않는 가벼운 소재를 선호하며 피부에 닿는 감촉이 부드러운 소재, 관리가 쉬운 소재, 활동하기 편한 스트레치 소재, 몸매 보정효과가 있는 매끈하고 드레이프성이 있는 소재로 만들어 줄 것을 요구하였다. ‘땀을 잘 흡수하는’, ‘알레르기가 안 생기는’ 소재를 원하는 것은 건강을 중요시하는 웰빙 트렌드를 잘 반영해주는 현상으로 유추할 수 있으며, 뉴 실버세대소비자일수록 헬스케어 섬유디자인제품에 대한 관심이 높다는 엄경희, 이준승(2010)의 연구 결과와 일맥상통한다.

## V. 결론

본 연구는 뉴 실버여성들의 다양한 여가생활 및 사회활동에 따른 다양한 복종의 의류제품 개발의 필요성에 발맞추어 그들이 의류제품에 요구하는 속성과 의복용도별 요구속성에 차이가 있는지 알아보려고 하였다. 뉴 실버여성 소비자들은 기존의 실버세대에 대별되는 세분화된 소비계층으로 그들의 의류제품 요구속성을 더 정확히 파악하고자 심도 있는 인터뷰를 통해 알아보았으며 그 결론은 다음과 같다.

첫째, 뉴 실버 여성들의 의류제품 요구속성은 ‘상징성’, ‘심미성’, ‘맞음새’, ‘실용성’, ‘관리성’ 5가지 유형으로 분류되었으며 ‘상징성’, ‘심미성’, ‘실용성’을 다른 차원에 비해 더 중요시하였다. 실버여성보다 뉴 실버여성은 ‘상황(T.P.O.)에 맞는 옷’, ‘젊어 보이는 옷’, ‘색상매치가 잘 된 옷’, ‘다용도로 입을 수 있는 옷’, ‘액세서리가 함께 코디되어 나온 옷’, ‘한 세트 개념으로 미리 코디되어 나온 옷’, ‘헬스 케어가 되는 옷’의 항목을 새롭게 요구하는 것으로 나타났다. T.P.O.를 세심히 고려하고 코디네이션 및 스타일링에도 관심이 많은 소비계층이며 다양한 여가 문화로 인한 다양한 스타일을 원하며 웰빙 트렌드에 따라 헬스케어 의복에도 관심이 많은

집단이므로 뉴 실버여성들이 새롭게 요구하는 속성도 반영하여 연구 및 디자인 개발에 힘써야 할 것이다.

둘째, 뉴 실버여성들은 의복용도에 상관없이 심미성을 중요하게 생각하고 있으며 포멀웨어에서는 ‘상징성’을 캐주얼웨어에서는 ‘실용성’과 ‘관리성’을 더 중요시하였다. 뉴 실버여성은 격식을 차리는 상황에서는 의복을 통하여 나이의 규범에 맞는 자신의 품위와 사회적 지위를 표현하고 싶어 하는 반면 격식을 차리지 않고 자유롭게 입을 수 있는 캐주얼웨어에서는 실리적인 측면을 더 요구하여 캐주얼화 되어가는 트렌드와 함께 직업상 외부사람을 대하는 직업에서 은퇴하거나 육아 가사에서 해방되어 자신의 생활을 즐기고 안락감을 중요시하는 자기위주의 의생활을 영위하기를 원하고 있다. 뉴 실버여성을 대상으로 하는 정장을 디자인 할 때는 대외적인 이미지와 관련된 상징성에 초점을 맞추어 디자인 하도록 주력해야 할 것이며, 또한 캐주얼웨어에서는 보다 실리적인 측면을 더 반영하여야 할 것이며 무엇보다도 그들이 심미적으로 만족할 수 있는 디자인이어야 하겠다.

셋째, 뉴 실버여성은 건강하고 젊은 가치관을 가졌지만 어쩔 수 없는 생물학적인 변화에 따라 기존의 실버여성 소비자처럼 의복의 구조적이고 생리적인 측면을 고려한 디자인 속성들도 중요시하지만 다양한 여가 문화와 라이프스타일의 변화에 맞는 심미적인 디자인을 요구하였다. 뉴 실버여성은 노인층에서도 전체적인 조화를 중요시하고 입을 상황을 고려하여 연출하는 센스를 갖춘 세분화된 의류제품에 대한 신 소비계층으로 뉴 실버여성을 위한 의류제품은 그들이 요구하는 디자인 요소의 속성과 관련시켜야 할 것이며 디자인 원리를 고려한 의복 전체의 조화를 중요시 하는 디자인 방향으로 전개 되어야 할 것이다.

본 연구는 뉴 실버여성 소수를 대상으로 심층적으로 알아본 질적 연구로서 일반화시키기에 한계점이 있으므로 이를 바탕으로 양적 연구를 통한 검증이 필요하며, 실버와 뉴 실버의 구분에 있어 더 정확한 기준이 마련되어야 하겠다. 또한, 본 연구에서는 복종을 포멀웨어와 캐주얼웨어 두 가지로 구분하여 알아보았지만 뉴

실버세대들의 다양한 여가 및 사회활동을 감안해볼 때 앞으로 더 다양한 의복용도에 따른 요구속성에 대한 연구도 필요할 것이므로 앞으로의 의류 환경에 맞게 지속적으로 발전시켜나가야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 고애란. (1994). 국내 및 외국 상표 청바지의 구매 의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이연구. *한국의류학회지*, 18(2), 263-272.
- 교보생명, 시니어파트너즈, (2011). *대한민국 시니어리포트* 서울: 시니어파트너즈.
- 권중돈. (2005). *노인복지*. 서울: 학지사.
- 김미영, 이은영. (1991). 의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구. *한국의류학회지*, 15(3), 321-334.
- 김민수, 김문숙. (2003). 의류제품에 대한 소비자의 품질평가기준. *복식문화연구*, 11(1), 47-65.
- 김수경. (2005). *신노년층 여성의 자아지각과 여가행동에 따른 의복구매행동 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김숙웅, 이의훈. (2007). *실버산업의 이해*. 서울: 형설출판사.
- 김점혜, 이영주. (2010). 노인 여성의 패션아이템별 구매실태 및 선호이미지에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 12(3), 279-290.
- 김점혜. (2011). *노인여성의 연령별 의복행동과 의복선호도 비교*. 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정실. (2006). *뉴실버 여성소비자의 지각연령에 따른 의복구매행동연구*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정실. (2008). 고령화 사회의 뉴 실버세대 특성에 따른 마케팅전략에 관한 연구. *한국디자인포럼*, 18(-), 273-288.
- 김차현, 박재욱. (2012). 뉴 실버여성을 위한 의복 추구이미지에 관한 질적 연구. *디지털디자인학연구*, 12(4), 329-341.
- 김현주. (2012). *여성의 소비성향과 스포츠웨어 속성선호도 및 구매행동의 관계*. 한국체육대학교 대학원 석사학위논문.
- 네이버. 지식백과사전. 자료검색일 2012. 9. 4, 자료출처 <http://terms.naver.com>
- 노영, 박재욱. (2011). 중 노년층 여성들의 의복 구매 행동과 맞춤새에 관한 연구. *복식문화연구*, 19(1), 214-229.
- 노영. (2006). *품질기능전개(QFD)를 이용한 의류제품 디자인 설계요소 연구*. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 박명자, 김정민, 박재욱. (2010). 액티브 실버층의 성별과 연령에 따른 건강 쾌적 기능성 소재 의류의 착용 행동. *복식문화연구*, 18(6), 1063-1075.
- 박현희, 구양숙, 구동모. (2006). 소비자의 쇼핑가치가 패션제품 속성평가 및 재구매의도에 미치는 영향. *대학생의 캐주얼 의류 구매를 중심으로 마케팅논집*, 14(3), 81-106.
- 서주환. (2011). 뉴실버세대의 색채 선호 특성. *한국디자인포럼*, 31(-), 97-106.
- 엄경희, 이준승. (2010). 뉴 실버세대 소비자의 헬스케어 섬유디자인제품구매행동 연구: 강남구의 뉴실버세대를 중심으로. *디지털디자인학연구*, 10(3), 173-184.
- 여혜린, 권영숙. (2005). 노년기 의생활 실태조사. *한국의류학회지*, 29(1), 177-188.
- 여화선, 최정옥, 김은정, 김혜경. (2011). 뉴실버세대를 타겟으로 하는 의류브랜드의 색상전개에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 17(1), 294-303.
- 유인촌. (2009. 11. 4). 디자인이 국격(國格)이다. 자료검색일 2012. 8. 15, 자료출처 <http://news.chosun.com>
- 이경희, 이은령. (2008). *패션 디자인 플러스+ 발상*. 파주: 교문사.
- 이명희. (2006). 실버의류브랜드 치수체계와 KS 규격간의 비교분석. *한국패션뷰티학회지*, 4(3), 35-39.
- 이영주, 김점혜. (2007). 노년여성의 의복행동과 기성복 맞춤새. *한국생활과학지*, 16(1), 123-135.
- 이윤미. (2008). *품질기능전개(QFD) 이론을 적용한 니트웨어 디자인 속성: 중노년층 여성*

- 니트 정장을 중심으로 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 이정임, 주소영. (2005). 노년여성 기성복 치수 분석 및 체형별 맞춤새에 관한 연구. *한국의류학회지*, 29(8), 1092-1101.
- 이정진, 서미야. (2010). 60-79세 노년 여성의 슬렉스 구입현황 및 착용 만족도에 관한 연구. *복식문화연구*, 18(3), 541-549.
- 장안화. (2005). 실버패션디자인 연구: 노년여성의 의복디자인선호도를 중심으로 :네티파이법의 적용. *한국의류산업학회지*, 7(6), 577-584.
- 정혁진. (2006). 신사업 기회, 스트롱 시니어를 잡아라. *LG주간경제* 2006.10.18. 22-26.
- 정혜원, 김구자. (2002). 노년 여성의 내의 구매 행동, 착용 및 관리에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(5), 737-747.
- 최성재, 장인협. (2006). *노인복지학* (제2 개정판). 서울: 서울대학교출판부.
- 최정원. (2011). *신 중년층 여성의 자아정체감과 주관적 연령에 따른 추구의복이미지 및 의복구매행동에 관한 연구*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 통계청. (2011. 9. 29). 2011 고령자통계. 자료검색일 2012. 5. 4, 자료출처 <http://kostat.go.kr>
- 한성지, 김이영. (2008). *패션디자인*. 서울: 교학연구사.
- 홍경희, 이윤정. (2010). 60대-70대 여성 소비자의 인지된 연령에 따른 의복선택기준 및 패션 정보원 활용. *한국의류학회지*, 34(2), 200-211.
- Bader, I. M. (1963). *An Exploratory Study of the Clothing Problems and Attitudes of a Group of Older Women in Iowa City*, Unpublished master's dissertation, University of Iowa, Iowa.
- Brody, E. M. (1977). *Long-Term Care of Older People: A Practical Guide*. New York: Human Science Press.
- Cassill, N. L. (1986). *The Influence of Female Consumers' Employment Orientation on Lifestyle and Evaluative Criteria of Apparel*. Unpublished doctoral dissertation, University of Tennessee, Tennessee.
- Chowdhary, U. (1988). Self-Esteem, Age Identification, and Media Exposure of the Elderly and their Relationship to Fashion ability. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1), 23-30.
- Davis, M. L. (1996). *Visual Design in dress* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a Model of the In-Store Purchase Decision Process: Consumer Use of Criteria for Evaluating Women's Apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
- Form, W. R & Stone, G. (1957). Urbanism, anonymity and status symbolism. *American Journal of Sociology*, 62, 504-514.
- Heufler, G. (2004). *Design basics*. Zurich: Niggli.
- Horn, M. J., & Gurel, L. M. (1981). *The second skin: an interdisciplinary study of clothing*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- May, J. K. & Koester, A. W. (1985). Clothing Purchase Practice of Adolescents, *Home Economics Research Journal*, 13(3), 226-236.
- 田中直人, 見寺貞子.(2002). 유니버サルファッション — だれもが楽しめる装いのデザイン提案. 中央法規出版.