

패션비즈니스 제25권 5호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 25,
No. 5:38-56, Nov. 2021
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2021.25.5.38](https://doi.org/10.12940/jfb.2021.25.5.38)

Corresponding author

Sumin Koo
Tel : +82-2-2049-6092
E-mail : smkoo@konkuk.ac.kr

Keywords

new silver generation,
color preferences,
fashion interest, lifestyle
뉴 실버 세대, 색채 선호도,
패션 관심도, 라이프스타일

본 논문은 석사학위 논문의 일부임

뉴 실버 세대의 패션관심도와 라이프스타일에 따른 패션 색채 선호도 연구

이세미* · 구수민†

*건국대학교 예술디자인대학원 패션인더스트리학과 · 건국대학교 예술디자인대학 의상디자인학과

A Study on Fashion Color Preferences According to the Fashion Interest and Lifestyle of the New Silver Generation

Semi Lee* · Sumin Koo†

*Dept. of Fashion Industry Major in Fashion Design, Korea
Graduate School of Art and Design, Konkuk University, Korea

Abstract

The New Silver Generation, which includes retired baby boomers, is eschewing traditional lifestyles, remaining socially and economically active, and striving to enjoy their lives. It is necessary to understand the preferences, sensibilities, and fashion propensities of such individuals. Thus, this study analyzed the New Silver Generation's fashion color preferences and proposed fashion color scheme guidelines that could be used in the fashion industry. First, surveys were conducted in people of the New Silver Generation aged from 55 to 65 years. The survey questions included the following: fashion color preferences, fashion sensibility and taste preferences, fashion interests, lifestyle, and demographic background. Second, the survey was conducted to identify differences in color preferences based on respondents' fashion interests and lifestyles. Next, to compose color palettes for the survey, 45 colors from the Munsell color system were chosen at random. The major research results were as follows: It was shown that socializing- and health-preferring individuals wore achromatic color, leisure-preferring individuals wore P color, and self-preferring individuals wore B color. The commonly worn colors were achromatic colors. After the age of 55 years, health- and leisure-preferring individuals often wore R color and RP color, respectively. Thus, this study proposed a color scheme arrangement that used achromatic colors, such as black and white, as the main colors list for the four lifestyle types.

I. 서론

21세기 의학 발달로 수명이 연장되고 세계는 고령화 사회로 변화하고 있으며, 한국은 타 국가에 비해 빠른 속도로 고령화가 진행되고 있다(Huh, 2019). 고령화 사회로 진입함에 따라 연령 분류의 기준이 새롭게 도입되고 있으며, 경제 성장과 함께 부를 이룬 베이비부머(Baby boomer) 세대는 자연스럽게 '뉴 실버 세대'로 분류되면서 새로운 소비의 대상으로 주목받고 있다(Baek & Byun, 2011). 과거 실버 세대와는 다르게 최신 유행 스타일의 패션을 소비하는 것에 상당히 적극적인 모습을 보이고 외모를 꾸미고 관리하는 것에 아낌없는 소비 경향을 보이므로 이들과 관련된 소비 시장이 갈수록 확대될 것으로 예측된다(Park, 2012). 국내에 발표된 실버 패션에 관한 연구들은 주로 실버 층의 체형분석을 통한 의복구성 내용 중심의 연구들이 대부분이었으나 점차 패션에 대한 만족도, 선호도, 구매행동 등 다양한 주제의 연구들로 변화하였다. 하지만 뉴 실버 세대만을 위한 패션 색채 연구 분석 및 상품 기획과 패션 색채 가이드라인의 개발이 부족하며, 관련 연구도 미미한 실정이다. 뉴 실버 세대는 의존적이고 사회적 소외계층에서 다양한 소비 경험을 통해 적극적으로 사회에 참여 계층으로 변화하고 있으며 의학 발전에 따라 이들의 라이프스타일은 단순한 생명 연장이 아닌 새로운 삶, 주체적인 삶으로 삶의 질을 구성하고 결정하므로 새로운 소비층인 뉴 실버 세대를 대상으로 라이프스타일 유형별로 패션 색채 선호도를 분석하여, 패션 색채 가이드라인을 개발하고 관련 자료를 구축하고자 하였다. 뉴 실버 세대의 라이프스타일 유형을 반영하여, 전반적인 패션 색채 선호도를 분석하고 뉴 실버 세대만을 위한 새로운 패션 색채 가이드라인 개발하고자 하였다. 본 연구에서는 실버 세대를 대상으로 하는 색채 연구를 포함한 선행연구 Lee(2005), Lee(2012), Min(2009)들을 기반으로 뉴 실버 세대의 패션 색채 선호도 연구를 진행하였다. 연구 방법으로 설문지법을 선정하였고 오프라인과 온라인으로 진행하여 총 300명의 응답을 본 연구에서 활용 및 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 뉴 실버 세대

1) 뉴 실버 세대의 개념과 특징

1945년 이후 태어난 베이비 붐 세대는 전후 세대(戰後世代) 또는 황금 세대라고 부르며 기존의 전통적인 실버 세대와는

달리 활발한 경제활동, 취미활동, 여가활동 등 라이프스타일을 즐기는 특징이 있다(Yoon, 2016). 이들은 과거 노년 세대보다 높은 경제적 수준을 기반으로 퇴직 전에 사회에서 쌓아놓은 경험과 지식을 바탕으로 적극적이고 주체적인 삶을 추구하며, 일자리를 찾고 활발한 취미생활과 여가활동을 즐긴다(Huh, 2019). 베이비부머(Baby boomers)란 출산율이 급격하게 상승하는 시기에 태어난 코호트(Birth cohort)들을 지칭하는 단어로써 새롭게 등장한 신조어인 뉴 실버 세대는 노(老)년층은 사회의 비(非)주류층이라는 사회적인 시선과 통념을 뒤집고 오히려 풍부한 사회 경험을 배경으로 쌓은 삶의 지혜와 높은 지식수준을 바탕으로 사회에 영향을 준다. 그 어떤 세대 층보다 다양하고 활발한 사회 활동을 하면서 다방면 측면에서 소비 시장을 이끌고 있다.

2) 뉴 실버 세대의 라이프스타일

라이프스타일은 각자의 생활하는 방식을 뜻하며, 이러한 라이프스타일은 개인의 생각과 특성 그리고 가치관 등이 있다. 뉴 실버 세대는 이전의 실버 세대와는 다르게 직장에서는 은퇴했지만 다양한 문화생활, 여행, 운동 등의 여가 및 취미 생활을 즐기고 새로운 라이프스타일을 개척한다(Lee, 2012). 뉴 실버 세대는 기존 전통적인 실버 세대와 다르게 새로운 시대의 흐름을 긍정적으로 받아들이며, 인터넷과 디지털 미디어를 새롭게 배우고 받아들인다. 뉴 실버 세대는 의존적이고 사회적 소외계층에서 벗어나 다양한 소비 경험을 통해 자립적이며 적극적으로 사회의 참여 계층으로 변화한 것을 알 수 있다. 또한, 의학 발전에 따른 라이프스타일은 단순한 생명 연장이 아닌 새로운 삶, 주체적인 삶으로 삶의 질을 구성하고 결정한다. 뉴 실버 세대는 합리적이고 심리적 안정을 원하며, 감각적인 측면을 선호하는 것 이외에도 감성, 감동, 즐거움을 추구하는 경향이 있다(Lee, 2013). 뉴 실버 세대의 라이프스타일은 여가생활이나 소비습관 등을 의미하며, 이러한 라이프스타일은 패션 및 소비 스타일에 영향을 미치기 때문에 개인의 가치관이나 취향, 생활습관 등의 라이프스타일을 분석할 필요가 있다(Han & Ha, 2017).

2. 패션관심도

현대 사회에서의 패션은 본인이 속한 사회나 집단에서 인정받고자 하는 욕구를 충족하고 타인에게 호감을 얻을 수 있는 본인의 가치관을 추구하는 것으로 패션에 대한 관심은 연령이나 성별, 문화, 사회에 의하여 다양하게 나타나며 외형으로 사회적 인정을 받으려는 경향이 있으므로 이와 같은

성향이 패션에 대한 관심도를 높인다(Maeng, 2008). 뉴 실버 세대 여성들의 패션 스타일은 유행정보보다는 기본에 충실한 단정하고 편안한 패션 스타일을 추구하고 체형이 변하지 않는 경우 스타일의 변화는 없는 것으로 나타났으며 대부분 실제 나이보다 약 5~15세 정도 낮게 자각하고 있으므로 본인을 젊게 생각하는 경향이 나타나는데 이는 젊음을 유지하고자 하는 연소화 욕구로 비춰진다(Han & Ha, 2017). 활발한 사회참여로 인하여 잘 어울리는 패션은 심리적으로 위축되기 쉬운 자아를 높이고 상실된 신체적, 심리적 변화를 보완하는데 도움을 준다(Lee, 2008).

3. 색채 이론

1) 색채 개념

색(色)은 빛이 물체를 흡수하고 반사하는 결과로 나타나는 특정 사물의 밝음과 어두움, 노랑, 빨강 등의 물리적 현상으

로 모든 사물은 고유의 색상을 가지고 있으며, 채(彩)는 염료가 고르게 스며들지 않아 얼룩지게 보이는 빛깔을 의미한다(Jung, 2010). 따라서, 사람의 시각을 통하여 특정 색상을 보았을 때 지각하는 물리적, 감정적 그리고 심리적 효과를 가지고 있다.

2) 색채 감성 이미지

Kim(2008), Kim, J. (2010)의 연구에 따르면 색채(色彩)는 색과는 다르게 심리적인 현상으로 경험에 의한 효과를 이르는 말로 사물의 형태보다 더욱 감각적이고 표현적인 속성을 지닌 색채는 감정을 나타내는 수단으로도 사용된다. Table 1은 IRI 색채연구소에서 개발한 형용사 색채 이미지 스케일을 기준으로 100여 개의 감성 형용사들 중 대표적으로 사용되는 12개의 주요 형용사의 구체적인 감성 이미지와 사용되는 색채의 Tone을 표로 정리한 것이다.

Table 1. Color Image and Features of 12 Sensitivity Adjectives

Adjective	Emotional image	Color tone
Cute	Joyful, Charming, Fresh, Cheerful, Sweet, Bright, Lovely, Funny	Bright tone, Pale tone
Cheerful	Active, Rhythmic, Young, Clear, Sporty, Stand out, Open mind	Vivid tone, Strong tone, Bright tone
Fancy	Charming, Decorative, Sensuous, Maturity, Fantastic	Vivid tone, Strong tone, Deep tone
Dynamic	Dynamic, Powerful, Strong, Rough, Individual	Strong tone, Deep tone
Clear	Light, Soft, Transparent, Delicate, Bright, Clean	Achromatic color, Very pale tone
Natural	Natural, Country, Comfortable, Emotional, Friendly, Cozy, Simple	Middle saturation yellow, Green, Brown etc
Elegant	Feminine, Noble, Luxurious	Purple with gray, Red purple.
Gentle	Intellectual, Conservative, Formal, Classic, Imposing	Dull tone, Dark tone
Modern	Functional, Urban, Modern, Hard, Artificial, High-tech	Blue, Blue green, Achromatic color, Grayish color.
Mild	Soft, Warm, Simple, Pure, Flexible, Relaxed	Very pale tone, Light grayish tone
Soft	A more static image than a mild image	Grayish tone, Light grayish tone
Sophisticated	Mature, Elegant, Calm, Time-worn, Murky	Dark tone, Deep tone, Dull tone, Grayish tone

3. 패션 색채 선호도

Min(2009)의 연구에 따르면 소비자는 구매 시 87% 시각에 의한 구매 행위를 한다. 색상과 모양으로 시각적 전달이 이루어지며 색상은 소비자가 구매 행위를 결정하는데 큰 비중을 차지한다. Lee(2013)의 연구에 따르면 색채 선호 분석 사례를 살펴보면 패션 브랜드 '르베이지'는 기존 실버 브랜드에서 선보였던 화려한 색채에서 벗어나 저채도를 주 색채로 선정하고 우아하고 세련된 색채를 활용하여 뉴 실버 세대들에게 어필하고 있다. Baek and Byun(2011)의 연구에 따르면 뉴 실버 브랜드 '쉐르치'의 색채 구성은 Bright tone 과 무채색을 7:3 비율로 활용하고 있다. 주 색채로는 Bright tone의 Pink, Violet과 Blue색상과 무채색의 Black과 White를 중심으로 선정하고 있으며, 주 배색은 Tone on tone 배색 기법을 사용한다.

4. 실버 세대 색채 지각 변화

Park and Son(2012), Yoo(2008)의 연구에 따르면 실버 세대의 시신경 지각 능력에 영향을 미치는 구조적인 기능인 식별성에 의하여 색채를 배색했을 때 색의 구분이 쉽지 않을 수 있다. 이는 사람의 주요 감각 기관 중 하나인 시각의 경우, 노화로 인한 쇠퇴가 다른 기관보다 가장 빠르기 때문이다. Chang(2005)의 연구에 따르면 실버 세대 여성들은 색상 자체를 선호하기 보다는 의복으로 착용하였을 때 머리 카락 색이나 피부의 색과 맞는 색을 우선으로 고려하게 된다. 연령이 증가함에 따라 피부의 색이 어두워지고 탄력이 떨어지며, 잡티가 생겨나기 때문에 의복의 색채를 활용하여 노화로 인한 변화된 신체적 결점을 보완해주는 방법이 효과적이라고 생각한다. Lee(2013)의 연구에 따르면 이러한 노안 현상으로 한색계 색상에 대한 구별 능력이 떨어지는 예로 파란색이 검은색처럼 보이는 현상이 생기고 파란색, 남색, 보라색의 색 인식 정도가 크게 달라진다. 중간색계인 연두색, 청록색 등은 색지각의 오류가 가장 적은 색상으로 비교적 Tone 분류에도 수월하다.

III. 연구방법

1. 설문조사

노년층을 대상으로 한 연구들을 살펴보면 대체로 60세 혹은 65세를 기준 연령으로 설정하고 연구주제나 내용에 따라 노

년층의 연령 기준을 다르게 설정하고 있다. 본 연구는 뉴 실버 세대의 패션 색채 선호도 연구를 목적으로 설문지법을 선정하고 Lee(2008)의 연구에 따르면 전후 세대 혹은 황금 세대라고 불리는 이들은 1946년~1964년 사이에 태어난 베이비붐 세대를 의미하며, 뉴 실버 세대를 대상으로 하는 연구들을 살펴보면 Lee(2012)의 연구에서 50~60세, Huh (2019)의 연구에서 56~64세를 기준 연령으로 설정한 점을 고려하여 2021년 기준으로 2020년 보건복지부에서 규정한 기초연금 대상자(만 65세 이상이고 대한민국 국적을 가지고 계시며 국내에 거주(「주민등록법」 제6조 1, 2호에 따른 주민등록자)를 태어난 연도가 1955년생인 만 65세를 고령으로 규정하고 있으므로 본 연구에서는 2021년을 기준으로 태어난 연도가 1955년~1965년생인 만 55세~만 65세 남·여를 대상으로 오프라인 178명, 온라인 130명 총 308명을 2021년 1월 25일부터 2021년 2월 9일까지 총 16일간 실시하였다. 응답에 불성실한 8명의 응답을 제외한 총 300명의 응답(97.40%)을 최종으로 선정하여 본 연구에서 활용 및 분석하였다.

2. 설문문항 구성 방법

설문조사 문항의 적합도를 분석하기 패션 전문가 2명, 패션 비전문가 3명을 선정하여 총 5명을 통해 사전 설문조사를 거쳐 패션 색채 팔레트의 구성과 설문지 문항을 보완 및 수정하였다. 사전 설문조사의 순서는 패션 전문가 2명을 먼저 인터뷰 후 비전문가 3명을 인터뷰하였고 사전 설문조사는 1:1 인터뷰로 진행하였으며, 시간은 약 1시간 내외로 소요하였다. 색채 설문조사 시 필요한 패션 색채 팔레트는 Min(2009), Park and Son(2012)의 연구에서 활용된 색채 팔레트를 사용하여 사전 설문조사를 진행하였다. 색상의 기본이 되는 멘셀 10가지 색과 무채색 5가지를 기본으로, 11개의 Tone 중 사전 설문조사 결과, 대상자들이 유사하다고 판단하여 선택에 혼돈을 주는 색채 Tone을 하나의 그룹으로 묶어 Tone의 비교가 명확한 4개의 Tone을 선택, 최종 45개의 색을 정렬하여 사용하였다. 패션 색채 팔레트의 색상은 임의 숫자 1번부터 10번까지 Vivid tone, 11번부터 20번까지 Bright tone, 21번부터 30번까지 Pale tone, 31번부터 40번까지 Dull tone으로 구성되었다. 패션 색채 선호도에 관련된 문항은 Lee(2010), Lee(2013), Min(2009), Kim(2010)의 연구에서 사용된 문항을 선택 후 수정 및 보완하여 사용하였다. 설문문항은 패션 색채 선호도 4문항, 패션 감성 이미지 선호도 2문항, 패션관심도 13문항, 라이프스타일 17문항, 인구통계학적 특성 11문항으로 구성되었다.

Table 2. Survey Questionnaire Reference

Categories	Questionnaire
Level of interest in fashion color	Choose one preferred color number from the fashion color palette above.
	Choose one number of the color you usually wear from the fashion color palette above.
	If there is a color you want to wear on the fashion color palette above, please choose one number. (Choice)
	Choose one number of the color you usually wear after the age of 55 from the above fashion color palette.
Level of interest in fashion emotional image	Choose your preference by looking at the explanation of the fashion-emotional image.
	Choose one in the corresponding compartment for the fashion sensitivity image that goes well with your personal fashion style.
Level of interest in fashion	I'm interested in making up my appearance.
	I'm interested in hair or make up.
	I choose proper fashion that fits the time and place.
	I prefer wearing accessories.
	I consider socks or stockings as fashion.
	I'm interested in shopping something has new style.
	I have my favor in specific brands.
	I consider the whole styling important.
	Choose an item in advance before shopping. (Ex, coat, jacket, dress, pants, shirt, accessory, etc.)
	I often use or look forward to the sale season.
	I have my own style that suits me the best.
	I follow the latest or new fashion when shopping.
	Please choose a consideration when purchasing a fashion.
Lifestyle	I read newspapers and news every day.
	I have a regular day.
	Leisure life is important in life.
	There is a hobby that i like.
	I like to hang out with others.
	I often go to art galleries or museums.
	I enjoy listening to classical music or watching opera and musical.
	I tend to travel abroad/domestic often.
	I am exercising for my health.
	I am interested in healthy food or food.
	I want to challenge new works for me. (Ex, employment, private activities, certificates, degrees, etc.)
	I have regular medical checkups.
	I'm a positive and outgoing person.
	I want to enjoy life in various ways.
	The word "New Silver" suits me.
Choose a leisure partner.	
Write about your favorite leisure time.	

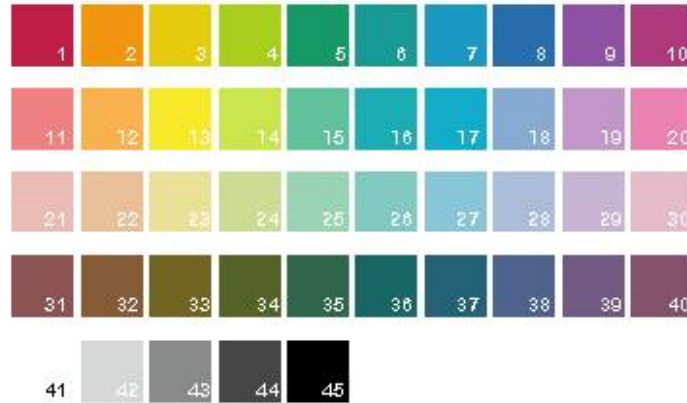


Figure 1. Fashion Color Palette
(photo by author)

3. 자료 분석 방법

뉴 실버 세대 대상자의 일반적인 특성에 대하여 알아보기 위해 빈도분석 및 다중응답 분석을 실시하고 수집된 자료의 통계는 데이터 코딩과 데이터 클리닝 과정을 통하여, 통계 패키지 프로그램인 SPSS v. 25.0을 사용하여 분석하였다. 패션관심도와 라이프스타일 유형을 분류하기 위해 K-평균(K-means) 군집분석을 실시하였고 조사대상자의 인구통계학적 특성에 따라서 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였고 뉴 실버 세대의 패션관심도와 라이프스타일에 따른 패션 색채 선호도에 대해 알아보고 패션관심도 및 라이프스타일에 따라 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였으며, 뉴 실버 세대의 패션 감성 이미지 선호도에 대해 알아보고 패션관심도 및 라이프스타일에 따라서 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석, 독립표본 T-test와 일원변량분석(One way ANOVA)을 사용하였으며, 사후 검정 방법으로 사용한 방법은 Scheffé test를 실시하였다.

4. 색채 표기 방법

색을 표시하는 체계를 색체계, 표색계라고 한다. 현대에 사용되는 먼셀 색체계(Munsell color system)로 이용되는 것이 1940년에 수정된 수정 먼셀 색체계로 우리나라의 색 표기법은 1965년에 한국산업규격(KS: Korean industrial standards)으로 선정하여(KS A 0062 색의 삼축성에 의한 표시 방법: 표준광 C 조명) 물체색 측정의 척도로 사용하

며, 이는 교육용(교육부 고시 제312호)으로 사용하는 색체계이다. 본 연구에서는 인쇄 혹은 출력 시 모니터에서 보이는 색을 정확하게 표현할 수 있게 만든 색상 모형인 CMYK(Cyan, Magenta, Yellow, Black) 표기법을 사용하며, 이는 Adobe illustrator program과 그 외 Graphic program에서 사용하기 용이한 CMYK 표기법으로 제시하여, 다양한 방법으로 편리하게 산업에서 적용할 수 있는 패션 색채 가이드라인을 개발하고자 하였다.

IV. 연구 결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

다음은 연구 조사 대상자의 인구통계학적 특성에 대해 알아보기 위해 빈도분석과 다중응답 분석을 실시한 결과이다 (Table 3).

2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에서 도출하고자 하는 뉴 실버 세대의 패션관심도와 라이프스타일에 따른 패션 색채 선호도를 알아보기 위하여 패션 색채 선호도, 패션 감성 이미지 선호도, 패션관심도, 라이프스타일 중 패션관심도와 라이프스타일의 측정도구 타당성과 신뢰도 검증 결과, 패션관심도 신뢰도 .925와 타당성 점수 0.40 이상이고 라이프스타일 신뢰도 유형별로 .850, .759, .747, .708과 타당성 점수 전체 0.40 이상으로 패션

Table 3. Demographical Characteristics of Subjects

	Categories	Frequency(N)	Percentage(%)
Sex	Man	125	41.7
	Woman	175	58.3
Age	55~59	192	64.0
	60~65	108	36.0
Marital status	Single	128	42.7
	Married	136	45.3
	Widowed	22	7.3
	Etc	14	4.7
Level of education	No degree	98	32.7
	Associate degree	68	22.7
	Bachelor's	97	32.3
	Graduate degree(master)	29	9.7
	Etc	8	2.7
Economic activity status	Existence	234	78.0
	Non-existence	66	22.0
Current health	Very healthy	35	11.7
	healthy	156	52.0
	Average	100	33.3
	Bad	9	3.0
Personality	Impulsive and independent	57	19.0
	Calm and deliberate	125	41.7
	Socializing and positive	73	24.3
	Precise and conservative	45	15.0
Residence type (Multiple responses)	Alone	48	16.0
	Partner	225	75.0
	Children	101	33.7
	Grandchild	8	2.7
	Etc	5	1.7
Residence area	Seoul, Gyeonggi, Incheon	159	53.0
	Gangwon	12	4.0
	Daejeon, Sejong, Chungnam, Chungbuk	12	4.0
	Gwangju, Jeonman, Jeonbuk	96	32.0
	Daegu, Gyeongbuk, Busan, Ulsan, Gyeongnam	17	5.7
	Jeju, Foreign country	4	1.3
Monthly clothing purchase fee	Less than 100,000 won	118	39.3
	100,000 won to 250,000 won	120	40.0
	250,000 won to 400,000 won	35	11.7
	400,000 won to 700,000 won	15	5.0
	More than 700,000 won	12	4.0
Monthly allowance	200,000 won to 300,000 won	74	24.7
	300,000 won to 400,000 won	72	24.0
	400,000 won to 500,000 won	66	22.0
	500,000 won to 600,000 won	35	11.7
	More than 600,000 won	53	17.7
Total		300	100.0

색채 가이드라인을 제안하는데 필요한 패션관심도와 라이프스타일의 요인분석을 위한 변수를 분석하고 해석하는데 적합하다고 검증하였다.

3. 패션 관심도

Table 4에 의하면 패션관심도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과, KMO값이 0.928, Bartlett 구형성 검정결과 $\chi^2 = 1902.592(df=45, p=0.000)$ 로 요인분석을 위한 변수의 선정이 양호한 것으로 감정되었다. 요인분석 결과 1개의 Factor가 도출되었고 총 분산 설명력은 60.555%로 나타났다. 따라서 Factor1(60.555%)은 ‘패션관심도’로 명명하였다. 총 1개 Factor의 적체치는 0.40 이상으로 나타나 타당성이 검증되었으며, 신뢰도는 0.60 이상으로 나타나 문제가 없는 것으로 나타났다.

4. 인구통계학적 특성에 따른 패션관심도

다음은 연구 조사 대상자의 인구통계학적 특성에 따른 패션 관심도 분석 결과이다(Table 5).

5. 라이프스타일

Table 6에 의하면 라이프스타일에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과, KMO값이 0.843, Bartlett 구형성 검정결과 $\chi^2 = 1702.692(df=105, p=0.000)$ 로 요인분석을 위한 변수의 선정이 양호한 것으로 감정되었다. 요인분석 결과 4개의 Factor가 도출되었고 총 분산 설명력은 64.081%로 나타났다. Factor1(21.268%)은 ‘Leisure focused type’, Factor2(15.737%)는 ‘Self focused type’, Factor3(14.019%)은 ‘Socializing focused type’, Factor4(13.058%)는 ‘Health focused type’로 명명하였다. 총 4개 Factor의 적체치는 0.40 이상으로 나타나 타당성이 검증되었으며, 신뢰도는 0.60 이상으로 나타나 통계상으로 타당성 및 신뢰도에 이상이 없는 것으로 나타났다.

6. 패션관심도 및 라이프스타일 유형

1) 군집분석을 통한 패션관심도 유형

Table 7에 의하면 패션관심도 1개의 요인점수를 기준으로 군집분석을 실시한 결과, 요인점수를 바탕으로 고집단, 저집단의 2개 집단으로 군집을 분류하였다. 각 요인별 군집의

Table 4. Verification of Validity and Reliability about the Level of Interest in Fashion

Categories	Question	Ingredients
		Factor1
Factor 1 Level of interest in fashion	I'm interested in making up my appearance.	.885
	I'm interested in hair or make up.	.809
	I consider socks or stockings as fashion.	.806
	I'm interested in shopping something has new style.	.790
	I prefer wearing accessories.	.763
	I consider the whole styling important.	.761
	I have my favor in specific brands.	.751
	I follow the latest or new fashion when shopping.	.747
	I have my own style that suits me the best.	.728
	I choose proper fashion that fits the time and place.	.728
Value		6.056
Variance(%)		60.555
Cumulative(%)		60.555
Reliability		.925

KMO=.928, Bartlett's test $\chi^2=1902.592$ (df=45, p=.000)

Table 5. Differences in the Level of Interest in Fashion according to the Demographic Characteristics

Categories	Level of interest in fashion		χ^2 (p-value)	
	A high group	A low group		
Sex	Man	50(40.0)	9.153** (.002)	
	Woman	101(57.7)		
Age	55~59	106(55.2)	5.070* (.024)	
	60~65	45(41.7)		
Marital status	Single	65(50.8)	1.296 (.730)	
	Married	65(47.8)		
	Widowed	13(59.1)		
	Etc	8(57.1)		
Level of education	No degree	39(39.8)	13.634** (.009)	
	Associate degree	33(48.5)		
	Bachelor's	54(55.7)		
	Graduate degree(master)	22(75.9)		
Economic activity status	Etc	3(37.5)	.116 (.734)	
	Existence	119(50.9)		
Current health	Non-existence	32(48.5)	11.757** (.008)	
	Very healthy	24(68.6)		
	healthy	84(53.8)		
	Average	41(41.0)		
Personality	Bad	2(22.2)	13.281** (.004)	
	Impulsive and independent	31(54.4)		
	Calm and deliberate	59(47.2)		
	Socializing and positive	47(64.4)		
Residence area	Precise and conservative	14(31.1)	5.905 (.316)	
	Seoul, Gyeonggi, Incheon	88(55.3)		
	Gangwon	7(58.3)		
	Daejeon, Sejong, Chungnam, Chungbuk	7(58.3)		
	Gwangju, Jeonman, Jeonbuk	39(40.6)		
	Daegu, Gyeongbuk, Busan, Ulsan, Gyeongnam	8(47.1)		
Monthly clothing purchase fee	Jeju, Foreign country	2(50.0)	45.821*** (.000)	
	Less than 100,000 won	36(30.5)		
	100,000 won to 250,000 won	69(57.5)		
	250,000 won to 400,000 won	28(80.0)		
	400,000 won to 700,000 won	6(40.0)		
Monthly allowance	More than 700,000 won	12(100.0)	26.934*** (.000)	
	200,000 won to 300,000 won	23(31.1)		
	300,000 won to 400,000 won	34(47.2)		
	400,000 won to 500,000 won	32(48.5)		
	500,000 won to 600,000 won	22(62.9)		
Total	More than 600,000 won	40(75.5)	13(24.5)	
		151(50.3)	149(49.7)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

반응 결과를 살펴보면 다음과 같다. 즉, Group1은 패션에 대한 관심도가 높은 것으로 나타나 '고집단'으로 명명하였으며, Group2는 패션에 대한 관심도가 낮은 것으로 나타나 '저집단'으로 명명하였다.

2) 군집분석을 통한 라이프스타일 유형

Table 8에 의하면 요인점수를 바탕으로 집단의 수를 분류한 결과 라이프스타일 유형별 4개의 경우를 살펴보면 표본의 수가 가장 안정적이고 균등하게 나타나 4개의 집단으로 군

Table 6. Verification of Validity and Reliability about the Lifestyle

Categories	Question	Ingredients			
		Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
Factor 1 Leisure focused type	I often go to the art galleries or museums.	.850	.041	.119	.015
	I have particular hobbies to enjoy.	.780	.195	.123	.117
	I listen the classic music or enjoy watching operas, musicals.	.774	.115	.085	.152
	I consider enjoying leisure important in my life.	.744	.299	.099	.030
	I often go abroad or local trip.	.666	.079	.151	.225
Factor 2 Self focused type	I read newspapers or watch news everyday.	.082	.843	-.044	.150
	I live a regular life.	.118	.689	.057	.278
	I want to challenge something new for myself. (getting a job, certificate, academic degree, doing volunteer work, etc.)	.220	.661	.251	.184
	The word 'New silver' matches me well.	.211	.648	.234	.062
Factor 3 Socializing focused type	I want to enjoy my life variously.	.190	.213	.807	.099
	I'm a positive and outgoing person.	.055	.035	.804	.251
	I enjoy socializing with others.	.173	.104	.733	-.019
Factor 4 Health focused type	I'm interested in healthy foods.	.179	.112	.219	.772
	I exercise regularly for my health.	.220	.212	.163	.740
	I take regular checkups.	.024	.233	-.036	.718
Value		3.190	2.361	2.103	1.959
Variance(%)		21.268	15.737	14.019	13.058
Cumulative(%)		21.268	37.005	51.024	64.081
Reliability		.850	.759	.747	.708

KMO=.843, Bartlett's test $\chi^2=1702.692$ (df=105, p=0.000)

Table 7. Response of Each Group by the Level of Interest in the Fashion Factor

Categories	Group		t-value	p-value
	Group1 (n=151)	Group2 (n=149)		
Level of interest in fashion	.83900	-.85027	27.364***	.000
Type	A high group	A low group		

***p<.001

집을 분류하였다. 각 요인별 군집의 반응 결과를 알아보면 다음과 같다. 즉, Group1은 취미활동이나 여가생활 및 국내 외 여행, 미술이나 전시 관람이나 공연 관람을 선호하는 성향이 높은 것으로 나타나 'Leisure focused type'으로 명명하였으며, Group2는 규칙적인 생활이나 신문이나 뉴스 보기, 새로운 일에 대한 도전, '뉴 실버'라는 단어와의 어울리는 성향이 높은 것으로 나타나 'Self focused type'으로 명명하

였다. Group3은 삶을 다양하게 즐기고 싶어 하고 남들과 어울리는 것을 좋아하며 긍정적이며 외향적인 성향이 높은 것으로 나타나 'Socializing focused type'으로 명명하였으며, Group4는 건강을 위한 운동을 하고 정기적 건강검진을 받고 있으며 건강에 좋은 음식이나 식품에 대한 관심이 높은 성향으로 나타나 'Health focused type'으로 명명하였다.

Table 8. Response of Each Group by the Lifestyle

Categories	Group				F-value	p-value
	Group1 (n=76)	Group2 (n=68)	Group3 (n=50)	Group4 (n=106)		
Leisure focused type	.50350 ^c	-.68864 ^b	-1.12803 ^a	.61286 ^c	106.133 ^{***}	.000
Self focused type	-.81492 ^a	-.16557 ^b	.13345 ^c	.62754 ^d	45.926 ^{***}	.000
Socializing focused type	-.25489 ^b	-.93719 ^a	.92674 ^d	.34682 ^c	66.474 ^{***}	.000
Health focused type	-.56439 ^a	.63489 ^c	-.57210 ^a	.26723 ^b	33.362 ^{***}	.000
Type	Leisure focused type	Self focused type	Socializing focused type	Health focused type		

*** $p < .001$

Duncan : a<b<c<d

Table 9. Difference in the Preferred Colors in the Level of Interest in Fashion and Lifestyle

No.	Level of interest in fashion			Life style				Total (n=300)	
	A high group (n=151)	A low group (n=149)	χ^2 ($p < .05$)	Leisure focused type (n=76)	Self focused type (n=68)	Socializing focused type (n=50)	Health focused type (n=106)		χ^2 ($p < .05$)
R 1, 11, 21, 31	13(8.6)	21(14.1)	41.173 (.551)	12(15.8)	7(10.3)	7(12.0)	9(8.5)	159.850* (.034)	34(11.3)
YR 2, 12, 22, 32	7(4.7)	6(4.0)		2(2.6)	4(5.9)	1(2.0)	6(5.6)		13(4.4)
Y 3, 13, 23, 33	11(7.4)	9(6.7)		8(10.5)	4(6.0)	2(4.0)	7(6.5)		21(7.0)
GY 4, 14, 24, 34	13(8.6)	7(4.7)		7(9.2)	0(0)	6(12.0)	7(6.6)		20(6.7)
G 5, 15, 25, 35	9(5.9)	14(9.4)		4(5.2)	3(4.4)	4(8.0)	12(11.3)		23(7.7)
BG 6, 16, 26, 36	7(4.7)	2(1.3)		0(0)	1(1.5)	1(2.0)	7(6.5)		9(3.0)
B 7, 17, 27, 37	12(7.9)	13(8.7)		4(5.2)	9(13.2)	4(8.0)	8(7.5)		25(8.3)
PB 8, 18, 28, 38	15(10.0)	7(4.7)		6(7.8)	3(4.4)	7(14.0)	6(5.6)		22(7.3)
P 9, 19, 29, 39	18(11.9)	17(11.4)		13(17.0)	6(8.9)	6(12.0)	10(9.4)	35(11.7)	
RP 10, 20, 30, 40	16(10.6)	17(11.4)		11(14.5)	6(8.7)	1(2.0)	15(14.2)	33(11.0)	
Achromatic color 41, 42, 43, 44, 45	30(19.9)	35(22.7)		9(11.8)	25(36.8)	12(24.0)	19(17.9)	65(21.7)	
Total	151 (100.0)	149 (100.0)		76 (100.0)	68 (100.0)	50 (100.0)	106 (100.0)	300 (100.0)	

* $p < .05$

7. 패션 색채 선호도

Table 9에 의하면 선호하는 색을 분석한 결과 무채색(41번, 42번, 43번, 44번, 45번)계열이 65명(21.7%)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 P(9번, 19번, 29번, 39번)계열 35명(11.7%)과 R(1번, 11번, 21번, 31번)계열 34명(11.3%) 순으로 나타났으며, 라이프스타일에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), Health focused type이나 Socializing focused type의 경우 대체적으로 무채색 계열을

선호하는 것으로 나타났으며, Leisure focused type의 경우 P계열을 선호하는 것으로 나타났으며, Self focused type의 경우 B계열을 선호하는 것으로 분석되었다. 패션관심도는 고집단과 저집단에서 전체적으로 보는 것과 큰 편차를 보이지 않았으며 각 개인별로 선호하는 색이 상이한 것으로 나타났다. 통계적으로는 패션관심도에 따라서 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

Table 10에 의하면 착용하고 싶은 색을 분석한 결과 R(1번, 11번, 21번, 31번)계열이 65명(21.7%)으로 가장 높게

Table 10. Difference in Colors that are Desired to be Worn in the Level of Interest in Fashion and Lifestyle

No.	Level of interest in fashion			Life style				Total (n=300)	
	A high group (n=151)	A low group (n=149)	χ^2 (p%)	Leisure focused type (n=76)	Self focused type (n=68)	Socializing focused type (n=50)	Health focused type (n=106)		χ^2 (p%)
R 1, 11, 21, 31	38(25.1)	27(18.2)	57.683 (.067)	22(28.9)	15(22.0)	7(14.0)	21(19.8)	125.077 (.581)	65(21.7)
YR 2, 12, 22, 32	11(7.3)	5(3.2)		4(5.2)	2(2.9)	3(6.0)	7(6.5)		16(5.2)
Y 3, 13, 23, 33	16(10.6)	22(14.8)		9(11.8)	7(10.3)	7(14.0)	15(14.1)		37(12.7)
GY 4, 14, 24, 34	9(5.9)	8(5.4)		4(5.2)	2(3.0)	2(4.0)	9(8.4)		17(5.6)
G 5, 15, 25, 35	4(2.7)	4(2.8)		4(5.2)	1(1.5)	2(2.0)	2(1.8)		8(2.7)
BG 6, 16, 26, 36	5(3.4)	4(2.6)		2(2.6)	0(0)	3(6.0)	4(3.7)		9(3.0)
B 7, 17, 27, 37	15(4.1)	16(10.8)		4(5.2)	5(7.4)	3(6.0)	10(9.4)		22(7.4)
PB 8, 18, 28, 38	9(6.0)	8(5.3)		4(5.2)	4(5.8)	5(10.0)	4(3.7)		17(5.7)
P 9, 19, 29, 39	13(8.6)	13(8.7)		8(10.5)	5(7.4)	7(14.0)	6(5.6)		26(8.6)
RP 10, 20, 30, 40	24(16.0)	24(16.2)		11(14.5)	16(23.6)	5(10.0)	16(15.1)		48(16.0)
Achromatic color 41, 42, 43, 44, 45	13(8.5)	14(9.3)		4(5.2)	10(14.8)	4(8.0)	9(8.4)		27(9.1)
None	3(2.0)	4(2.7)		0(0)	1(1.5)	3(6.0)	3(2.8)		7(2.3)
Total	151 (100.0)	149 (100.0)			76 (100.0)	68 (100.0)	50 (100.0)		106 (100.0)

Table 11. Difference in the Commonly Worn Colors in the Level of Interest in Fashion and Lifestyle

No.	Level of interest in fashion			Life style				Total (n=300)	
	A high group (n=151)	A low group (n=149)	χ^2 (p<.05)	Leisure focused type (n=76)	Self focused type (n=68)	Socializing focused type (n=50)	Health focused type (n=106)		χ^2 (p<.05)
R 1, 11, 21, 31	11(7.4)	13(8.7)	42.339 (.370)	10(13.0)	4(5.9)	3(6.0)	7(6.5)	154.156* (.019)	24(8.1)
YR 2, 12, 22, 32	6(4.0)	7(4.8)		3(3.9)	4(6.0)	0(0)	6(6.7)		13(4.3)
Y 3, 13, 23, 33	6(4.0)	4(2.7)		2(2.6)	0(0)	3(6.0)	5(4.6)		10(3.4)
GY 4, 14, 24, 34	9(6.0)	2(1.4)		2(2.6)	1(1.5)	1(2.0)	7(6.6)		11(3.7)
G 5, 15, 25, 35	1(0.7)	5(3.4)		2(2.6)	1(1.5)	2(4.0)	1(0.9)		6(2.0)
BG 6, 16, 26, 36	2(1.4)	0(0)		0(0)	0(0)	0(0)	2(1.8)		2(.6)
B 7, 17, 27, 37	8(5.3)	10(6.6)		6(7.8)	2(3.0)	4(8.0)	6(5.6)		18(6.0)
PB 8, 18, 28, 38	11(7.4)	13(8.8)		6(7.8)	3(4.4)	1(2.0)	14(13.1)		24(8.0)
P 9, 19, 29, 39	6(4.0)	4(2.7)		3(3.9)	2(3.0)	3(6.0)	2(1.9)		10(3.4)
RP 10, 20, 30, 40	10(6.6)	13(8.7)		7(9.2)	5(7.4)	2(4.0)	9(8.5)		23(7.6)
Achromatic color 41, 42, 43, 44, 45	81(53.7)	78(52.3)	35(46.0)	46(67.7)	31(62.0)	47(44.3)	159(53.1)		
Total	151 (100.0)	149 (100.0)		76 (100.0)	68 (100.0)	50 (100.0)	106 (100.0)	300 (100.0)	

*p<.05

나타났으며, 그 다음으로는 RP(10번, 20번, 30번, 40번)계열 48명(16.0%)과 Y(3번, 13번, 23번, 33번)계열 37명(12.7%) 순으로 나타났다.

Table 11에 의하면 주로 착용하는 색을 분석한 결과 무채색(41번, 42번, 43번, 44번, 45번)계열이 159명(53.1%)으로 과반수를 획득한 결과가 나타났다.

Table 12에 의하면 만 55세 이후 주로 착용하는 색을 분석한 결과 무채색(41번, 42번, 43번, 44번, 45번)계열이 91명(30.3%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 PR(10번, 20번, 30번, 40번)계열 48명(16.1%)과 P(1번, 11번, 21번, 31번)계열 46명(15.4%) 순으로 나타났다.

8. 패션 감성 이미지 선호도

Lee(1983)의 연구에 따르면 패션 감성 이미지를 나타내는 대표적인 형용사 8개인 모던(Modern), 매니시(Mannish), 액티브(Active), 컨트리(Country), 에스닉(Ethnic), 로맨틱(Romantic), 엘레강스(Elegant)와 세련된(Sophisticated)을 기준으로 패션 감성 이미지 선호도를 살펴보면 Table 13과 같다. 전체적으로 볼 때, 'Sophisticated'(M=3.74)가 가장 높게 나타났고 'Elegance'(M=3.61), 'Active'(M=3.50), 'Modern'(M=3.49), 'Romantic'(M=3.13), 'Mannish'(M=2.92), 'Country'(M=2.81) 순으로 나타났으며, 'Ethnic'

Table 12, Difference in the Commonly Worn Colors after the Age of 55 years in the Level of Interest in Fashion and Lifestyle

No.	Level of interest in fashion			Life style					Total (n=300)
	A high group (n=151)	A low group (n=149)	χ^2 (p<.05)	Leisure focused type (n=76)	Self focused type (n=68)	Socializing focused type (n=50)	Health focused type (n=106)	χ^2 (p<.05)	
R 1, 11, 21, 31	25(16.5)	21(14.1)	39.457 (.449)	8(10.4)	15(22.0)	11(22.0)	12(11.2)	149.970* (.022)	46(15.4)
YR 2, 12, 22, 32	12(7.9)	10(6.8)		4(5.2)	1(1.5)	5(10.0)	12(11.3)		22(7.3)
Y 3, 13, 23, 33	9(5.9)	5(3.3)		7(9.1)	1(1.5)	1(2.0)	5(4.7)		14(4.7)
GY 4, 14, 24, 34	11(7.2)	5(3.3)		4(5.2)	2(3.0)	2(4.0)	8(7.5)		16(5.4)
G 5, 15, 25, 35	5(3.3)	8(5.4)		4(5.2)	3(4.4)	2(4.0)	4(3.8)		13(4.4)
BG 6, 16, 26, 36	1(.7)	1(.7)		1(1.3)	0(.0)	0(.0)	1(.9)		2(.6)
B 7, 17, 27, 37	6(3.9)	9(6.0)		5(6.5)	4(5.9)	2(4.0)	4(3.7)		15(5.1)
PB 8, 18, 28, 38	10(6.7)	9(6.0)		3(3.9)	3(4.5)	1(2.0)	12(11.3)		19(6.3)
P 9, 19, 29, 39	11(7.3)	3(2.1)		7(9.1)	1(1.5)	1(2.0)	5(4.7)		14(4.7)
RP 10, 20, 30, 40	18(11.9)	30(20.1)		13(17.1)	15(22.0)	4(8.0)	16(15.0)		48(16.1)
Achromatic color 41, 42, 43, 44, 45	43(28.5)	48(32.3)	20(26.2)	23(33.8)	21(42.0)	27(25.4)	91(30.3)		
Total	151 (100.0)	149 (100.0)		76 (100.0)	68 (100.0)	50 (100.0)	106 (100.0)	300 (100.0)	

*p<.05

(M=2.39)은 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 감성 형용사들 중 대표적으로 사용되는 12개의 주요 형용사를 설문조사에 사용하지 않고 패션 감성 이미지를 나타내는 8가지를 이미지 선호도를 연구하여 패션 감성 이미지 선호도를 패션 색채 가이드라인에 활용하여 제안하기 위하여 패션 감성 이미지 8개를 설문조사에 사용했다.

9. 패션 색채 가이드라인 개발 및 추천

설문조사 결과로 각 라이프스타일 성향에서 보이는 패션 색채 선호도에 따라 각 유형에 어울리는 패션 색채 가이드라

인을 개발하였다. 선호하는 색을 분석한 결과 전체적으로 볼 때 무채색(41번, 42번, 43번, 44번, 45번)계열이 선호하고 주로 착용하는 색으로 나타나 모든 배색에 무채색의 기본 색상인 Black색상과 White색상을 포함한 배색을 개발하였다.

Leisure focused type이 선호하는 패션 감성 이미지 선호도는 ‘Sophisticated’로 나타났다. 따라서, Leisure focused type을 위한 패션 색채 가이드라인은 Sophisticated 이미지 배색 스타일에 적합한 교양 있는 감각의 명도와 채도를 낮춘 차분한 색상의 배색으로 Leisure focused type 성향에 어울리는 배색으로 제안한다. Health focused type이 선호하는

Table 13. Difference in the Preference of Fashion Adjectives in the Level of Interest in Fashion and Lifestyle

No.	Level of interest in fashion			Life style					Total (n=300)
	A high group (n=151)	A low group (n=149)	t_{diff}^2 (p_{diff}^2)	Leisure focused type (n=76)	Self focused type (n=68)	Socializing focused type (n=50)	Health focused type (n=106)	F_{diff}^2 (p_{diff}^2)	
	M±SD	M±SD		M±SD	M±SD	M±SD	M±SD		M±SD
Modern	3.66±.857	3.32±.791	3.502** (.001)	3.54±.886 ab	3.21±.703 a	3.36±.827 ab	3.70±.841 b	5.485** (.001)	3.49±.840
Mannish	2.85±1.185	2.98±1.068	-.963 (.336)	2.49±1.052 a	2.94±1.145 ab	3.26±1.139 b	3.05±1.090 b	5.984** (.001)	2.92±1.129
Active	3.48±.972	3.52±.851	-.316 (.752)	3.26±.806	3.65±.943	3.50±.931	3.58±.936	2.577 (.054)	3.50±.913
Country	2.77±1.138	2.85±.985	-.576 (.565)	2.86±1.042	2.72±.928	2.52±.931	2.97±1.191	2.292 (.078)	2.81±1.063
Ethnic	2.28±1.059	2.50±1.063	-1.783 (.076)	2.54±1.160	2.28±1.034	2.26±.965	2.41±1.058	.998 (.394)	2.39±1.065
Romantic	3.37±1.030	2.89±.945	4.187*** (.000)	3.21±.957 ab	2.75±.968 a	3.10±.974 ab	3.34±1.050 b	5.044** (.002)	3.13±1.016
Elegance	3.91±.800	3.30±.955	6.079*** (.000)	3.70±.817 bc	3.18±.976 a	3.44±.907 ab	3.90±.883 c	9.815*** (.000)	3.61±.932
Sophisticated	4.07±.792	3.41±.830	7.078*** (.000)	3.83±.719 b	3.31±.885 a	3.64±.921 ab	4.01±.845 b	10.178** (.000)	3.74±.876

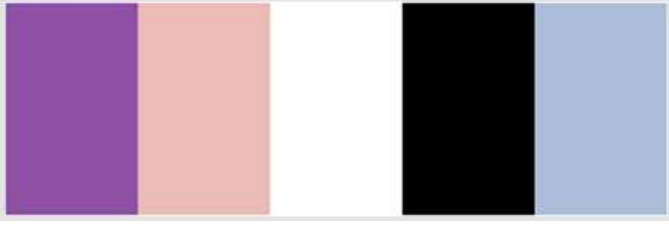


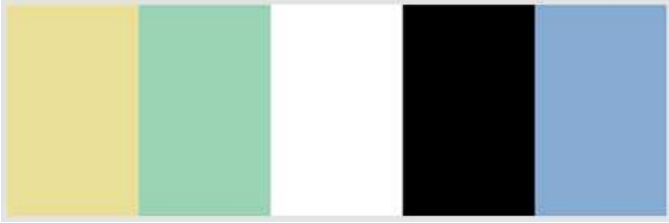
** $p < .01$, *** $p < .001$

Scheffé : a<b<c

패션 감성 이미지 선호도는 통계적으로는 뚜렷한 결과를 나타내지 않았지만 라이프스타일 유형에 따라 운동을 하거나 건강식품을 섭취하는 등 건강에 관심이 많은 타입으로 Health focused type을 위한 패션 색채 가이드라인은 Active 이미지 배색 스타일에 적합한 고채도의 밝은 색상을 선택하고 무채색과 배열하여 Health focused type에 어울리는 배색으로 제안한다. Socializing focused type이 선호하는 패션 감성 이미지는 통계적으로는 뚜렷한 결과를 나타내지 않았지만 라이프스타일 유형에 따라 남들과 어울리는 것을 좋아하며 긍정적이며 외향적인 성향이 높은 타입으로 Socializing focused type을 위한 패션 색채 가이드라인은

Active 이미지 배색 스타일에 적합한 난색 계열을 선택하고 명도와 채도를 낮춰서 Elegance 이미지 배색 스타일의 분위기 있는 무드를 더하여 Socializing focused type에 어울리는 배색으로 제안한다. Self focused type이 선호하는 패션 감성 이미지 선호도는 'Modern', 'Romantic', 'Elegance', 'Sophisticated'로 나타났다. 따라서 Self focused type을 위한 패션 색채 가이드라인은 Sophisticated 이미지 배색 스타일에 적합한 동화적이고 서정적인 감각에 Modern 이미지 배색 스타일에 적절한 무채색과 어울리는 한색을 포함하여 Self focused type에 어울리는 배색으로 제안한다(Table 14).

Table 14. Fashion Color Guidelines of Each Lifestyle Type

Life style type	Fashion color guidelines	CMYK notation (From the left)
Leisure focused type		C51, M80, Y0, K0 C6, M30, Y21, K0 C0, M0, Y0, K0 C75, M68, Y67, K90 C32, M19, Y4, K0
Self focused type		C42, M0, Y84, K0 C0, M0, Y0, K0 C49, M40, Y40, K0 C5, M2, Y93, K0 C75, M68, Y67, K90
Socializing focused type		C75, M68, Y67, K90 C46, M74, Y39, K14 C6, M30, Y21, K0 C0, M0, Y0, K0 C5, M2, Y93, K0
Health focused type		C5, M2, Y93, K0 C40, M1, Y36, K0 C0, M0, Y0, K0 C75, M68, Y67, K90 C47, M24, Y5, K0

V. 결론

고령화 사회로 인하여 새로운 연령 기준이 도입되고 있으며 자연스럽게 '뉴 실버 세대'라는 새로운 소비층이 등장하였다. 이들은 새로움을 받아들이고 스스로가 삶의 주인공이 되어 본인에게 아낌없는 투자를 하는 세대로 뉴 실버 세대는 과거 실버 세대보다 패션, 미용, 건강, 문화 등의 분야에 더 관심이 많은 성향을 보인다. 따라서 뉴 실버 세대의 산업이 확대되고 주목받게 됨에 따라 본 연구에서는 뉴 실버 세대를 위한 패션 산업에서 활용 가능한 패션 색채 가이드라인을 제시하기 위하여 국내외 만 55~만 65세를 대상으로 패션 색채 선호도, 패션 감성 이미지 선호도, 패션관심도, 라

이프스타일에 관한 문항으로 이루어진 설문지로 온·오프라인 설문조사를 실시하였고 설문조사 결과를 토대로 본 연구자는 조사 대상자의 인구통계학적 특성, 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증, 패션관심도 및 라이프스타일 요인, 패션 색채 선호도, 패션 감성 이미지 선호도 결과를 분석하였고 뉴 실버 세대의 패션관심도와 라이프스타일에 따라 패션 색채 선호도를 분석하여 라이프스타일을 Health focused type, Socializing focused type, Leisure focused type, Self focused type으로 4개의 유형으로 나누어 비교한 후 유형별 패션 색채 선호도를 반영하여 유형별 패션 색채 가이드라인을 제시하였다.

본 연구의 설문조사 결과는 다음과 같다.

첫째, 뉴 실버 세대가 선호하는 색은 전체적으로 무채색(41번, 42번, 43번, 44번, 45번)계열을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 주로 착용하는 색과 만 55세 이후 주로 착용하는 색도 동일하게 전체적으로 무채색 계열이 가장 높은 결과로 나타났다.

둘째, 라이프스타일에 따라 분류된 4개의 유형별로 선호하는 색은 라이프스타일에 따라 선호하는 색채 선호도의 차이가 있었다. Health focused type이나 Socializing focused type의 경우 대체적으로 무채색 계열을 선호하는 것으로 나타났으며, Leisure focused type의 경우 P계열을 선호하는 것으로 나타났으며, Self focused type의 경우 B계열을 선호하는 것으로 나타났다.

셋째, 뉴 실버 세대가 착용하고 싶은 색은 전체적으로 R(1번, 11번, 21번, 31번)계열이 가장 높게 나타났다. 이는 Min(2009)의 연구결과에 따르면 실버 세대의 선호도가 높은 색은 Vivid R색상으로 나타났다. 이는 본 연구에서 R계열에서 1번 색상이 가장 유사한 색상으로, 본 연구는 뉴 실버 세대의 패션 색채 선호도 연구이므로 착용하고 싶은 색으로 Vivid R색상이 결과에 나타난 것은 실버 세대로 갈수록 R계열을 선호하는 것으로 볼 수 있다.

넷째, 뉴 실버 세대가 주로 착용하는 색은 무채색 계열로 볼 수 있다.

다섯째, 만 55세 이후 주로 착용하는 색은 전체적으로 무채색 계열을 착용하는 것으로 나타났으며 라이프스타일에 따라 분류된 4개의 유형 중 Health focused type과 Leisure focused type은 무채색 이외에도 PR계열과 P계열을 착용하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

본 연구에서는 스타일이나 종류로 패션을 세분화하지 않고 전체적인 패션 색채 선호도를 분석 및 연구하여 패션 색채 가이드라인을 제안하였다. 따라서 본 연구에서 제시하는 패션 색채 가이드라인은 주 색상을 무채색의 기본인 White(41번: C0, M0, Y0, K0)색상과 Black(45번: C75, M68, Y67, K90)색상으로 선정하고 4개의 유형별 라이프스타일에 따라 선호하는 색의 순위를 반영하여 포인트 색상을 선정하여 배색을 제안했다. 본 연구에서 제안한 패션 색채 가이드라인은 전체적인 패션 색채를 제안한 가이드라인으로 색의 비율 조정이 자유롭게 가능함에 따라 특정 스타일이나 특정 아이템에 다양하게 활용이 가능하므로 유형별 라이프스타일의 기호에 맞게 배색에 활용하여 상품 기획 및 개발에 응용할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구를 시작하기에 앞서 본 연구를 위하여 뉴 실버 세대나 실버 세대의 색채 선호도에 관한 연구 내용을 포함한

논문을 자료 수집 조사하였다. Min(2009)의 연구 실버 라이프스타일에 따른 색채 선호도 연구의 결과를 살펴보면 학력, 경제력, 성격유형에 따른 색채 선호도를 분류하였고 모두 Vivid R색상을 선호하는 것으로 나타났으며, 본 연구에서는 나타나는 패션 색채 선호도는 무채색을 선호하는 것으로 나타났다. 또한, 라이프스타일의 유형을 4개의 군집으로 분류하여 라이프스타일에 따른 색채 선호도의 결과를 도출하는 유사점을 보였으며 Min(2009)의 연구 결과에서 건강 및 여가 추구형, 안전 및 물질 추구형, 외향적 도전 추구형의 선호 색상이 Vivid R색상, Vivid RP색상으로 나타난 결과와 본 연구의 Health focused type과 Leisure focused type은 무채색 이외에도 PR계열과 P계열을 착용하는 것으로 나타난 점이 유사하다. Lee(2013)의 연구 뉴 실버 시대의 색채 선호도를 반영하여 기능성 주얼리 디자인 연구와 본 연구의 차이점은 아이템이 주얼리에서 패션으로 범주를 넓혔으며 대상이 뉴 실버 세대를 위한 연구라는 점이 유사하다. Lee(2013)의 연구는 인구의 밀도를 고려하여 서울 지역과 경인 지역을 중심으로 설문 조사를 실시하였으며 본 연구도 마찬가지로 서울, 인천, 경기 지역을 중심으로 설문조사를 실시하였다. Lee(2013)의 연구 결과를 살펴보면 검정, 회색이 비 선호 색상으로 나타났는데 본 연구에서는 패션으로 선호하는 색, 자주 착용하는 색이 모두 무채색을 선호하는 것으로 나타났다. Kim and Yum(2021)의 연구 SNS 쇼핑 채널에 나타난 실버서퍼 여성의 패션스타일 연구에서 악세사리를 제외한 패션의 선호 색채 빈도를 결과에서 가장 높은 비율은 블랙과 그레이 색상이다. Kim and Yum(2021)의 연구 대상자는 50대, 60대로 본 연구의 대상 연령대와 유사하며, 본 연구 결과의 선호하는 색, 자주 착용하는 색이 모두 무채색인 결과와 동일하다. 본 연구는 뉴 실버 세대의 패션관심도와 라이프스타일을 통하여 패션 색채 선호도를 알아보고자 출발한 연구이다. 이에 따라, 라이프스타일을 Health focused type, Socializing focused type, Leisure focused type, Self focused type으로 4개의 유형으로 나누고 패션 색채 선호도에 따라 실제 뉴 실버 세대를 대상으로 하는 산업에서 효과적으로 사용할 수 있는 패션 색채 가이드라인을 제시하고자 하였다. 현재, 뉴 실버 세대를 위한 패션 산업이 확대되고 있으나 뉴 실버 세대를 위한 패션 연구와 자료가 부족함에 따라 패션 가이드라인의 개발 또한, 부족하여 특정 스타일이나 특정 아이템으로 세분화된 연구보다는 패션 분야에서 전반적으로 폭넓게 활용 가능한 패션 색채 가이드라인 개발 및 연구가 우선이라고 생각하여 전반적으로 활용 가능한 패션 색채 가이드라인을 제안했다. 본 연구

에서는 패션 산업 전반적으로 활용 가능한 패션 색채 가이드라인 제시가 목적으로 제안한 패션 색채 가이드라인은 색의 비율 조정이 자유롭게 가능함에 따라 재킷, 셔츠, 바지, 스커트 등 다양하게 활용 가능하지만 추후 패션 스타일이나 종류로 세분화하여 패션 색채 가이드라인을 개발 및 연구를 한다면 다양하고 깊은 연구 결과를 볼 수 있을 것으로 예상된다.

본 연구는 오프라인과 온라인을 함께 진행한 설문조사로, 국내외 만 55세~만 65세에 해당하면 누구나 참여할 수 있는 설문조사였기 때문에 다양한 사람들이 설문조사에 참여할 수 있었지만 지역이나 단체로 폭을 좁히고 연구를 진행한다면 충분한 양질의 설문조사 결과를 얻을 수 있을 것으로 예상하며, 후속 연구에서는 특정 지역, 특정 단체, 특정 직업을 대상으로 비교 연구를 진행하는 것을 추천한다. 또한, 설문지 형식이 아닌 1:1 심층 인터뷰 형식으로 특정 지역이나 특정 단체, 특정 직업 등 최소 3개 이상의 비교 군을 설정하여 각 10명~20명 내외의 대상자와의 심층적인 인터뷰를 통해 뉴 실버 세대의 생활양식이나 사고방식, 그리고 소비 방식과 같은 전체적인 라이프스타일에 대하여 연구하기를 바라며 이를 통해 전체적인 패션 색채 가이드라인이 아닌 특정 스타일로 Casual wear, Formal wear, Sports wear 등, 특정 아이템으로 Jacket, Shirt, Skirt, Pants 등이나 특정 계절로 봄, 여름, 가을, 겨울을 기준으로 설정하여 색채 가이드라인을 제시하는 것을 제안한다. 제안한 패션 색채 가이드라인은 색의 비율 조정이 자유롭게 가능함에 따라 Jacket, Shirt, Skirt, Pants 등 다양하게 활용 가능하지만 특정 스타일이나 특정 아이템으로 지정하여 가이드라인을 제시한다면 패션 산업의 자료가 점차 늘어감에 따라 도전적이고 미래지향적인 특징의 뉴 실버 세대를 위한 패션 산업이 점차 다양해질 것으로 기대된다.

본 연구의 설문조사에 필요한 패션 색채 팔레트는 Min(2009), Park and Son(2012)의 연구에서 활용된 색채 팔레트를 사용하여 사전 설문조사를 진행하였다. 색상의 기본이 되는 면셀 10가지 색과 무채색 5가지를 기본으로, 11개의 Tone 중 사전 설문조사 결과, 대상자들이 유사하다고 판단하여 선택에 혼돈을 주는 색채 Tone을 하나의 그룹으로 묶어 Tone의 비교가 명확한 4개의 Tone을 선택하여 최종적으로 Vivid tone, Bright tone, Pale tone, Dull tone으로 4개의 Tone을 선정하여 패션 색채 팔레트의 색상을 65개에서 45개로 제한하여 패션 색채 팔레트를 완성하였다. 이는 설문조사 시 대상자들의 색상 선택에 있어 최대한 편리하고 빠르게 결과를 얻기 위함이었으나 패션 색채 팔레트

의 색채 Tone을 다양하게 제안하였다면 최대한 정확한 결과를 얻을 수 있을 것으로 예상된다. 그러므로 후속 연구를 진행한다면 더 많은 색채 Tone을 정렬할 것을 제안한다. 많은 연구자들이 뉴 실버 세대의 패션과 패션관심도 그리고 라이프스타일 등 뉴 실버 세대에 대하여 전반적으로 관심을 갖기를 바라며 뉴 실버 세대를 위한 패션 산업이 확대됨에 따라 뉴 실버 세대를 대상으로 하는 뉴 실버 세대의 패션 색채, 뉴 실버 세대의 패션 디자인 변화, 뉴 실버 세대가 선호하는 패션 소재, 뉴 실버 세대의 패션 사이즈 변화, 뉴 실버 세대에게 유행하는 패션 브랜드 등 뉴 실버 세대를 대상으로 하는 패션 관련 연구가 지속되기를 바란다.

References

- Baek, M., & Byun, M. (2011). A study on fashion brand for new silver generation -focused on national brand 「SHWAEREUCHEE」-. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 17(2), 226-236.
- Chang, A, H. (2005). A study on fashion design of silver age -focused on elderly women's clothing design preference : an application of delphi method-. *Fashion & Textile Research Journal*, 7(6), 577-584.
- Huh, J. (2019). *A study on the satisfaction analysis of performing arts views in new silver generation*. (Unpublished master's thesis). Seokyeong University, Seoul, Korea.
- Han, S. J., & Ha, J. S. (2017). Lifestyles and fashion styles of new silver generation women. *Journal of Fashion Design*, 17(3), 67-81. doi:10.18652/2017.17.3.5
- Jung, J. (2010). *A study on the symbolism of color and the expression of natural image*. (Unpublished master's thesis). Daejin University, Pocheon, Korea.
- Kim, E. (2010). *Study of improvement in color perception for universal design : in respect of bus station in Seoul*. (Unpublished master's thesis). Hanyang University, Seoul, Korea.
- Kim, H. (2008). *Design of scarf by the expression of sensitivity of colors -focusing on achromatic colors-*. (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, J. (2010). *A study on the preference test of*

- packaging color design and color marketing*. (Unpublished master's thesis). Chungang University, Seoul, Korea.
- Kim, J. S., & Yum, H. S. (2021). Fashion style of women silver surfers on the sns shopping channel. *Journal of Fashion business*, 25(2), 34-50. doi:10.12940/jfb.2021.25.2.34
- Lee, D. (2012). *A study on the space-design of a theme park for the New silver generation*. (Unpublished master's thesis). Andong University, Andong, Korea.
- Lee, E. (1983). *복식의장학* [Fashion design]. Gyeonggi-do: Gyomoonsa.
- Lee, H. (2012). *A study on the development of functional jewelry design based on color reflect of new silver generation*. (Unpublished doctor's thesis). Dongshin University, Naju, Korea.
- Lee, J. (2010). *Study on color preference and color sensibility of depressed patients*. (Unpublished master's thesis). CHA University, Pochon, Korea.
- Lee, S. (2005). *A study on the color application of strategy the silver marketing*. (Unpublished master's thesis). Hongik University, Sejong, Korea.
- Lee, Y. (2008). *Well-being underwear designs for the new silver generation*. (Unpublished master's thesis). Incheon University, Incheon, Korea.
- Maeng, L. (2008). *The influence of clothing color preference of adolescents on the self expression desire and fashion interest*. (Unpublished master's thesis). Chungang University, Seoul, Korea.
- Min, J. (2009). *A study on the analysis of color preference by korean and japanese silver lifestyle*. (Unpublished master's thesis). Kyunghee University, Seoul, Korea.
- Park, H., Jung, H. & Choi, J. (2012). *색채 이미지를 창조하다*[To create a color image.], Daegu: Daegu University Press.
- Park, J. (2012). *New senior generation's fashion image -focused on the oriented values, oriented quality of life-* (Unpublished master's thesis). Ulsan University, Ulsan, Korea.
- Park, Y. S., & Son, H. Y. (2012). A study on the silver generation's color preference for color designs in silver industries -focusing on silver products on online websites-. *Journal of the Korean Society of Color Studies*, 26(1), 5-19. doi:10.17289/jks.26.1.201202.5
- Yoo, S. (2008). *A Study on an interior color planning method for residential welfare facilities for the elderly based on color image preferences*. (Unpublished doctoral dissertation). Hongik University, Seoul, Korea.
- Yoon, S. (2016). *A study on new silver generation's emotional communication and customized-virtual assistant contents*. (Unpublished doctoral dissertation). Kyunghee University, Seoul, Korea.

Received (August 18, 2021)

Revised (September 23, 2021; October 18, 2021)

Accepted (November 1, 2021)