

액티브 시니어 여성이 선호하는 요가복 디자인 개발

김해밀 · 최정욱[†]

경희대학교 대학원, 텍스타일·패션디자인학과, 석사
경희대학교, 의류디자인학과, 교수[†]

Development of Optimal Yoga Wear Design for Active Senior Women

Haemil Kim · Jeong-wook Choi[†]

Student, Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University, Korea
Professor, Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University, Korea[†]
(2024.8.26 접수; 2024.9.9 수정; 2024.9.12 채택)

Abstract

This study aims to develop yoga wear for active senior women aged 50-60 who engage in social activities based on time and economic availability. With the rapid growth of the elderly population, active seniors have become prominent consumers, showing a keen interest in cultural and sports activities, particularly yoga, which suits their physical structure and characteristics. Despite the increased interest in home training and healthcare post-pandemic, research on active senior's athleisure wear remains insufficient compared to younger demographics. This study conducted a literature review to understand the characteristics of active seniors and their needs for yoga wear, followed by a survey of 24 women aged 50 and above who practice yoga. The survey was conducted to assess yoga participation, current yoga wear usage, and design preferences. Results indicated that most respondents practiced yoga for less than a year, primarily for health and stress relief. While 65.2% were aware of specialized yoga brands, only 50% wore them, citing high prices and size mismatches as barriers. Functionality was the most critical factor affecting yoga wear purchase decisions, followed by design, material, and color/pattern preferences. Preferred top designs included V-neck, crew neck, and cowl neck with three-quarter sleeves, while leggings with a full-band waist were favored for bottoms. The study highlights the need for affordable, functional, and size-diverse yoga wear for active senior women, suggesting that modern, sophisticated designs are more appealing to this demographic. These findings provide essential guidelines for developing yoga wear that meets the specific needs of active senior women. As a result, this research has suggested three different yoga wear designs for active senior women, using 3D Clo.

Key Words: Active Senior (액티브 시니어), Yoga wear (요가웨어), Yoga (요가), 3D Clo (3D 클로), Senior Fashion (시니어 패션)

[†]Corresponding author; Jeong-wook Choi
Tel. 031)201-2046
E-mail : jwchoi@khu.ac.kr

I. 서론

노년인구가 급성장하며 패션뿐 아니라, 음식, 화장품, 레저 산업 등 다양한 분야에서 액티브 시니어는 주 소비자로 주목받고 있다. 2023년 11월 1일, 통계청 발표 자료에 의하면, 50대와 60대가 '세대별 온라인 소비행태변화'에서 가장 큰 온라인 결제 건수 증가율과 결제액 증가율을 보였다고 한다. 2021년 기준 패션 플랫폼 결제액을 분석한 결과, 이들 50대와 60대 소비자는 높은 결제액 증가율을 보이며 약 25%의 비중을 차지하였다. 이들의 영향력으로 인해 실버서퍼, 액티브시니어, 어반그레니, 오팔세대 등의 신조어가 등장하였다. 이 중 오팔세대는 'Old People with Active Lives'의 첫 글자로 이루어진 신조어로, 뛰어난 경제력과 안정적인 삶을 바탕으로 적극적인 삶과 소비 활동을 추구하는 노년을 의미한다. 이와 같은 신조어들은 과거의 수동적인 '실버세대'와 적극적인 태도로 삶에 임하는 현대의 노년층의 라이프스타일과 개념을 구분하기 위해 사용된다. 특히, 이들은 문화생활, 스포츠를 비롯한 다양한 여가 활동을 즐기는 것이 그 특징 중 하나이다.

따라서, 다양한 스포츠 중 노년층의 신체구조 및 특징에 적합하다고 판단되는 운동 '요가'를 중심으로 연구를 진행하였다. 유동훈(2020)은 꾸준한 요가가 유연성, 혈중지질과 간 기능에 긍정적인 효과를 준다고 하였다. 또한, 이윤숙과 김현태(2022)의 연구에 의하면, 요가 프로그램은 육체적 건강 뿐만 아니라, 우울감과 스트레스를 개선하여 정신적 건강에 긍정적인 영향을 미치기도 한다. 이선희와 송선영(2018)은 노인의 요가활동이 근력, 지구력, 유연성, 민첩성을 비롯한 기초체력의 향상과 대인관계 개선에 도움을 준다고 하였다. 이에 따라, 노인 헬스케어에 위한 힐링요가 프로그램 개발 연구를 통해 박은지(2020)는 노인들이 보다 원활하게 헬스케어를 즐길 수 있도록 노인들을 대상으로 한 다양한 요가 프로그램이 개발되고 있으며, 이는 근육통 완화, 관절 통증 해소, 심신 안정에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다고 하였다.

2020년 팬데믹 이후, 홈트레이닝을 비롯한 다양한 헬스케어에 대한 관심도가 높아지며 20~30대를 대상으로 한 애슬레저룩 및 스포츠웨어 개

발에 대한 활발한 연구가 이루어진 것에 비해 새로운 주 소비자층 액티브 시니어의 의복 개발에 대한 연구는 부족한 실정이다. 선행연구에 의하면, 액티브 시니어 여성을 위한 자전거 의류 개발, 액티브 시니어의 골프 참여, 액티브 시니어 남성을 위한 아웃도어 재킷 및 팬츠 개발을 비롯한 일부 연구가 이루어지기도 하였지만, 액티브 시니어의 요가복에 대한 의복 구성 연구는 미미하다.

요가의 경우, 특정 자세를 수행하기 위한 신축성, 땀 배출을 위한 통기성을 비롯한 다양한 소재적 요소와 신체에 알맞은 사이즈가 중요하다. 하지만, 현재 판매되고 있는 대부분의 요가복은 여성 표준 사이즈 및 20대와 30대를 주 소비자로 겨냥한 의복이 일반적이다. 따라서, 본 연구는 선행 연구를 분석하여 이론적 배경과 트렌드를 파악하고 요가에 참여중인 액티브 시니어를 대상으로 설문조사와 FGI(focus group interview)를 병행하여 착용감, 기능성과 디자인을 모두 만족시키는 액티브 시니어 여성을 위한 요가복을 제안하고자 하였다. 본 연구는 잠재적 소비자로 파악되는 50-60대 여성을 주 타겟으로 설문조사를 진행하였고, 이 중 5명을 대상으로 심층면접을 함께 진행하였다. 이를 바탕으로 액티브 시니어 여성을 타겟으로한 요가복 디자인을 총 3개 제안하였고, 이러한 연구 결과와 데이터가 요가복 뿐만 아니라 필라테스를 비롯한 다양한 실내 스포츠 의류 생산의 기초자료로 활용될길 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 액티브 시니어의 정의

액티브 시니어는 은퇴 이후에 능동적으로 하고 싶은 일을 찾고 도전하는 50-60대를 통칭하는 용어이다(트렌드 지식사전, 2013). 특히, 이들은 외모와 건강관리에 큰 관심을 기울이는 만큼 이에 대해 과감히 투자하며, 적극적으로 사회활동에 참여하고 소비와 여가생활을 즐긴다는 것이 특징이다(시사상식사전 pmg 지식연구소, 2024). 이채원(2021)은 퇴직 이후 보수적이고 가족 중심 사고를 하던 이전 세대를 과거 시니어라고 하였으며, 액

티브 시니어를 미래지향적인 가치관을 바탕으로 사회문화적 활동에 능동적으로 참여하는 세대로 정의하였다. 이현영(2023)은 여유로운 시간과 안정적인 경제력을 바탕으로 은퇴 후 활발하게 활동하며 IT 기기를 능숙히 사용하고 자신의 내외적 경험의 소비를 누리는 베이비 붐 세대의 50세-64세 인구를 액티브 시니어라고 칭하였다. 액티브 시니어의 관광경험에 대한 연구에서 액티브 시니어는 새로운 시도를 받아들이며, 1년에 1회 이상 관광활동에 참여하는 65세 이상의 고령인구로 정의되었다(하중철, 김현지, 2024). 정시은(2018)은 활발히 활동하며 건강한 라이프스타일을 지향하는 젊은 고령자인 액티브 시니어의 범위를 기존의 선행연구 보다 더욱 포괄적으로 보며, 70대를 해당 그룹에 포함시켰다.

본 연구에서는 액티브 시니어 요가복의 잠재적 소비자와 현 소비자의 소비자를 고루 분석하기 위해 액티브 시니어를 내적 및 외적 자기관리 중시하고 웰빙 라이프 스타일을 추구하며, 새로운 사회적 도전과 여가활동을 즐기는 50-70대로 조작성 정의하였다.

2. 액티브 시니어의 특징

소비자 행태 조사 보고서(2015)에 따르면, 액티브 시니어의 가장 큰 관심사는 ‘건강’으로 나타났으며, 높은 비율의 액티브 시니어 응답자들이 “가족이 중요하지만 무엇보다도 나를 먼저 생각해야 한다.”에 해당하는 항목을 선택함에 따라 이들은 과거 노년층과 달리 자신에 대한 투자를 아끼지 않을 뿐만 아니라 노년에도 자기주도적이고 진취적인 삶을 살아가고자 하는 태도를 가졌음을 확인할 수 있었다. 김문정(2017)은 액티브 시니어는 소득이 높고 젊으며, 활발할 뿐만 아니라 안정적인 경제력을 바탕으로 철저한 자기관리를 한다는 것이 특징이라고 하였다. 또한, 이전 세대에 비해 높은 교육 수준과 사회 참여도를 보이며, 젊은 라이프 스타일을 추구하기 때문에 여가와 문화 활동에 적극적이고, 유행에 민감한 만큼 이들의 니즈를 충족시킬 수 있는 세련된 상품 개발이 필요하다고 하였다. KT경제연구소는 이러한 액티브 시니어의 라이프 스타일을 ‘BRAVO’, 즉 ‘Bankable, Relation, Active, Value Consumption, Occupation’

이라고 정리하였다. ‘Bankable’은 높은 소득 수준과 준비된 노후를 의미하고, ‘Relation’은 사회활동과 소모임 및 가족관계, ‘Active’는 적극적이고 자기주도적인 성향과 건강관리, ‘Value Consumption’은 가치소비성향과 과감한 투자, ‘Occupation’은 꾸준한 근로활동을 추구하는 액티브 시니어의 특성과 태도를 나타낸다. BC카드의 2016년 세대별 소득분포 분석 자료에 의하면 기존의 실버세대 고객은 1천-3천만원대에 79.9%로 집중되어 있다면, 액티브 시니어의 경우 72.3%가 3천-6천만원대에 해당하는 소득 구간에 분포되어 있었다고 한다(이윤범, 2016). 이러한 현상은 액티브 시니어의 높은 구매력을 시사한다. 또한 2023년, LG경영 연구원은 ‘탄탄한 경제력을 기반으로 하는 나 중심의 선택적 소비’를 액티브 시니어의 대표적인 특징으로 꼽았으며, 이와 같은 특징이 가장 잘 나타나는 연령대를 55-69세에 해당하는 인구라고 하였다. 따라서, 기업들은 위와 같은 액티브 시니어의 특징을 바탕으로 이들의 니즈에 부합되는 상품과 서비스를 제공하기 위한 맞춤형 마케팅 전략을 수립해야 할 것으로 사료된다.

3. 액티브 시니어 의류 시장의 성장

65세 이상의 고령인구 비율이 20%를 넘어서는 초고령사회로 진입하며 ‘웰에이징’에 대한 관심도가 높아지고 있으며, 이에 따라 ‘액티브 시니어’ 관련 사업이 더욱 활성화 되고 있다(권기선, 2024). 예를 들면, 4050 소비자를 겨냥한 패션 플랫폼 ‘퀵잇’은 다른 패션 플랫폼에서 찾기 힘든 ‘88 사이즈’와 4050의 취향을 반영한 제품을 판매하고 제품명과 결제창을 비롯한 구매 과정 전반에 거친 폰트 크기를 키워 중장년층의 소비자들이 사용하기 편리하게 개발된 패션 플랫폼이다(황규락, 2024). 시장조사기관 마크로밀 엠브레인의 조사결과에 의하면 패션 플랫폼 무신사의 60대 이용자 비율은 2022년 1월에서 2023년 8월 사이에 0.9%에서 7.9%까지 성장하였고, 이는 전 연령대 중 가장 높은 성장률을 보인 연령대에 해당된다고 하였다(신수정, 2024). 김홍순(2023)은 카카오�스타일에서 운영중인 4050 패션 플랫폼 ‘포스티’의 2023년 누적 거래액이 전년도 2022년 대비 150% 성장하였을 뿐만 아니라 누적 리뷰 수 역시

1억건을 돌파했다고 하였다. 정석준(2024)에 따르면 액티브 시니어 소비자들은 기존의 실버세대와 달리 다양한 패션 제품을 살펴보고, 잘파세대(Z세대+알파세대)가 즐겨 찾는 최신 유행 아이템을 고르는 등 단순히 특정 브랜드를 추구하기보다 여러 브랜드와 다양성을 추구하는 것으로 보여졌다고 한다. 이와 같은 현상으로 인해 오늘날의 시니어 패션에서는 연령의 경계가 허물어진 ‘에이지리스’ 패션과 클래식하고 미니멀하여 고급스러운 ‘올드머니(Old Money)룩’이 주목받고 있다고 한다(손효정, 2023).

액티브 시니어 소비자는 일상복뿐만 아니라 스포츠웨어 시장에서도 주요 소비자로 성장하고 있다. 2017년 기준, 롯데백화점의 50대 이상 고객의 구매 객단가가 18만원을 기록하며, 처음으로 30대 소비자의 구매 객단가를 앞섰다고 한다(석유선, 2017). 특히, 2010년에 비해 2016년, 롯데백화점 본점 스포츠 매장에서 200만원 이상 지출한 50대 이상 소비자의 매출은 130% 이상 증가한 수치를 보였을 뿐만 아니라, 롯데백화점 문화센터의 요가 필라테스 수강자 중 50-80대 여성이 30% 이상 증가하며 이전에 젊은 여성의 전유물이었던 레깅스와 요가복 등의 상품을 시니어 고객들이 적극적으로 구매함에 따라 스포츠 의류 매출 역시 동기간에 9.8% 상승하였다고 한다(이호준, 2017). 임팩트피플스에서 진행한 운동복 트렌드 조사 결과에 의하면 4060 신중년이 가장 선호하는 레깅스 브랜드는 ‘나이키(31.8%)’이고, 이어서 ‘아디다스(21.1%)’, ‘언더아머(10.3%)’, ‘휠라(8.7%)’ 순으로 집계되었다고 한다(채성숙, 2022). 이에 비해 최근 MZ세대에서 큰 인기를 끌고 있는 ‘안다르’와 ‘젝시믹스’는 비교적 낮은 순위인 5위, 6위를 차지하였다. 이러한 트렌드 변화 분석을 통해 스포츠웨어를 구매할 시에도 액티브 시니어 소비자는 ‘에이지리스’ 패션을 추구하며 과감하고 아낌없는 소비패턴을 보인다는 점을 확인할 수 있었다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 선행연구 고찰을 기반으로 한 문헌 연구를 통해 액티브 시니어의 특성과 이들을 위한 요가복 필요성에 대해 조사하였다. 이를 바탕

으로 액티브 시니어 여성 소비자의 요가 활동 참여 및 요가복 착용 실태와 디자인적 선호도를 조사하기 위한 설문조사를 실시하였다. 측정도구인 설문지는 인구통계학적 특성과 요가 활동 참여 실태, 착용 현황, 디자인적 선호도 등을 포함하여 총 34문항의 객관식 문항으로 구성되었다. 50-60대 여성이 원할한 소통을 바탕으로 잠재적 소비자와 현 소비자를 균형있게 알아보기에 가장 적합한 표본으로 판단되었기 때문에 조사 대상을 본 연구의 액티브 시니어로 정의된 새로운 사회적 도전과 여가활동을 즐기는 50-70대 중 요가 활동에 참여하는 50-60대 여성으로 한정하였다. 설문조사는 구글 양식과 종이 설문지를 사용하여 온/오프라인 기법을 모두 병행하여 진행되었고 카카오톡, 이메일, 당근마켓 등의 플랫폼을 통해 시행되었다. 설문기간은 2023년 12월 15일부터 19일까지 진행되었고, 총 응답자수는 28명이었으나, 불성실한 응답 4부를 제외한 24부의 응답결과가 본 연구에 활용되었다.

설문조사 결과를 참고하여 더욱 심도있는 데이터를 도출하기 위해 응답자 중 5명을 선정하여 FGI를 진행하였다. 이들이 선호하는 디자인과 요가 활동 시 겪는 불편함을 비롯한 다양한 의견을 실시간으로 수집하기 위해 반구조화 면접의 형태를 사용하였다. 이러한 심층 면접은 설문 결과만으로는 확인하기 어려운 구체적인 사항을 파악하고, 설문 결과의 정확도를 높이기 위해 시행되었다.

Ⅳ. 연구결과

1. 설문조사 응답 결과

1) 응답자의 인구통계적 특성

본 연구의 응답자들의 인구통계학적 특성은 아래와 같다. <표 1>에 정리된 내용과 같이 총 24명의 응답자 중 50대가 22명(91.6%)으로 나타났으며 60대는 2명(8.4%)으로 집계되었다. 결혼 여부는 미혼이 1명(4.2%)으로 나타났고 기혼이 23명(95.8%)으로 나타났다. 직업은 가정주부가 18명(75%)으로 가장 높았으며 직장인 5명(39.8%), 기타 1명(4.2%) 순으로 나타났다. 거주지는 기타 지

〈표 1〉 인구통계학적 정보 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
나이	50-59	22	91.6
	60-69	2	8.4
혼인 여부	미혼	1	4.2
	기혼	23	95.8
직업	직장인	5	39.8
	가정주부	18	75
	기타	1	4.2
거주지	경기/수도권	7	29.2
	기타	13	54.2
	서울	4	16.7

역이 13명(54.2%)으로 가장 높은 것으로 집계되었고 경기/수도권 7명(29.2%), 서울 4명(16.7%) 순으로 나타났다.

2) 액티브 시니어 여성의 요가 활동 참여 현황

액티브 시니어 여성의 요가복 구매현황과 디자인 선호도를 조사하기에 앞서, 이들의 요가 활동 참여에 대한 현황을 조사하였다. 요가 활동에 참여한 기간은 '1년 미만'이 13명(54.2%)으로 가장 높게 나타났고, '1년 이상 3년 미만'이 7명(29.2%), '5년 이상'이 3명(12.5%), '3년 이상 5년 미만'이 1명(4.2%)으로 집계되었다. 요가에 가장 적극적으로 임하는 계절은 '사계절 (계절 영향 없음)'이 16명(66.7%)으로 가장 높았으며, '겨울' 4명(16.7%), '봄/가을'이 3명(12.7%), '여름'이 1명(4.2%)으로 나타났다. 이를 통해 요가는 계절의 영향을 받지 않고 사계절 내내 즐길 수 있는 운동임을 확인할 수 있었다. 또한, 요가에 참여한 계기는 '본인 의사에 의해'가 17명(70.8%)으로 가장 높았으며 '주변 사람들의 권유로 인해'가 7명(29.2%)으로 보여졌다. 이는 액티브 시니어가 주도적이고 적극적인 태도로 삶에 임하고 있는 모습을 시사하는 것으로 판단된다. 요가에 참여하는 목적은 '꾸준한 운동' 19명(79.2%), '스트레스 해소' 2명(8.3%), '여가활동', '동호회/친목 활동', '골반교정'이 각각 1명(4.2%)으로 집계되었다. 이를 바탕으로 액티브 시니어의 건강에 대한 높은 관심도를 재확인할 수 있었다.

3) 액티브 시니어 여성의 요가복 구매현황

액티브 시니어 여성의 요가복 구매현황은 요가

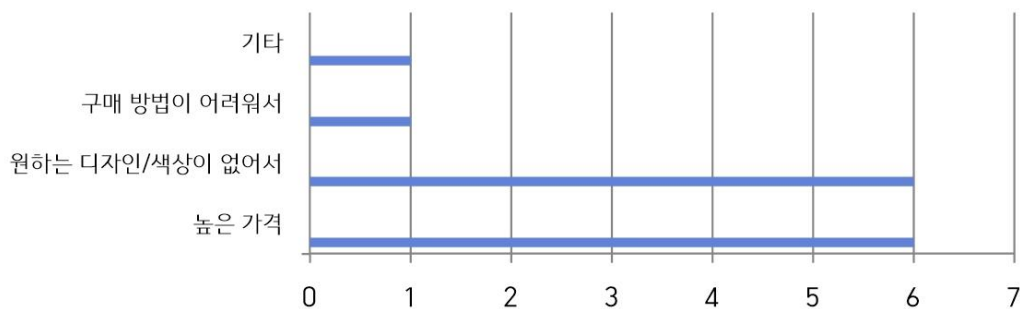
활동 참여 시 전문 요가복을 착용하는 소비자들과 전문 요가복을 착용하지 않는 소비자들로 나누어 진행되었다. 요가복 전문 브랜드를 알고 있는 응답자는 15명(62.5%)이었으며, 모른다고 응답한 사람은 9명(37.5%)이었다. 이를 통해 과반수 이상은 전문 요가복 브랜드를 접해본 적이 있음을 알 수 있었다. 이에 비해 요가 참여 시 전문 요가복을 실제로 착용한다고 응답한 응답자 수는 12명(50%)으로 전체 인원의 절반에 불과하였다.

전문 요가복을 착용한다고 응답한 12명 중 6명(50%)은 '기능성'을 위해 요가복을 착용한다고 응답하였고, 나머지 6명(50%)은 '활동성'을 위해 요가복을 착용한다고 하였다. 이에 비해 안전성, 디자인, 기타를 선택한 사람은 0명으로 요가복의 기능성과 활동성이 중시된다는 점을 유추할 수 있었다. 전문 요가복을 착용하지 않는 12명 중 4명(33.3%)이 '가격이 비싸서'를 선택하였고, 각각 3명(25%)의 응답자가 '입기 불편해서', '알맞는 사이즈가 없어서'라고 하였으며, 2명(16.7%)의 응답자가 '필요성을 느끼지 못해서'라고 응답하였다. 이를 통해, 본 연구의 필요성과 시사점을 다시 한번 확인할 수 있었다.

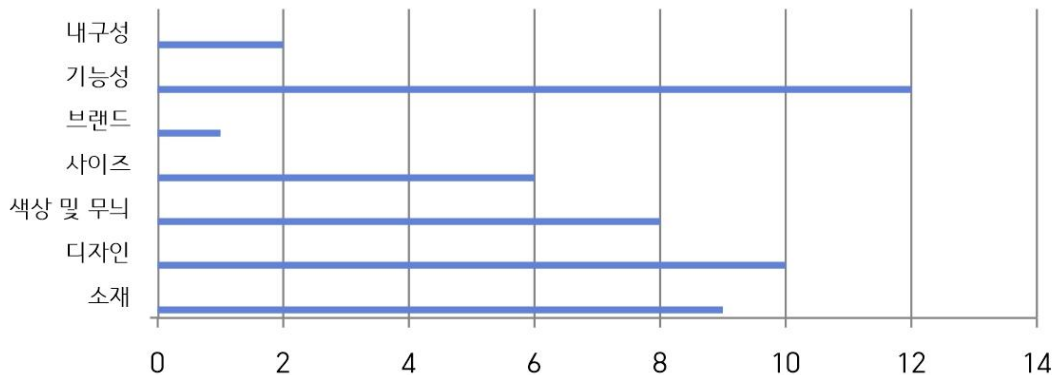
〈표 2〉는 전문 요가복을 구매한 12명의 응답자를 대상으로 진행된 설문조사 결과를 정리한 것이다. 구매 방법으로는 직접 구매하는 응답자가 11명(91.7%)으로 가장 높았으며, 자녀들이 구매해준다고 응답한 사람은 1명(8.3%)으로 매우 낮은 비율을 차지하였다. 구매 장소 역시 '인터넷 사이트'가 7명(58.3%)으로 가장 높았고, 이어서 '스포츠 용품 및 의류매장' 3명(25%), '요가복 전문판매점' 2명(16.7%) 순으로 집계되었으며, 이와 같은 집계 결과는 액티브 시니어의 빠르게 기술의 변

〈표 2〉 액티브 시니어 여성의 요가복 구매현황 (n=12)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
구매 방법	직접 구매한다	11	91.7
	자녀들이 구매해준다	1	8.3
구매 장소	인터넷 사이트	7	58.3
	스포츠 용품 및 의류매장	3	25
	요가복 전문판매점	2	16.7
지출 비용	3만원 미만	2	16.7
	3만원 이상 5만원 미만	8	66.7
	10만원 이상 15만원 미만	2	16.7



〈그림 1〉 액티브 시니어 여성이 요가복 구매 시 겪는 어려움 (n=12)



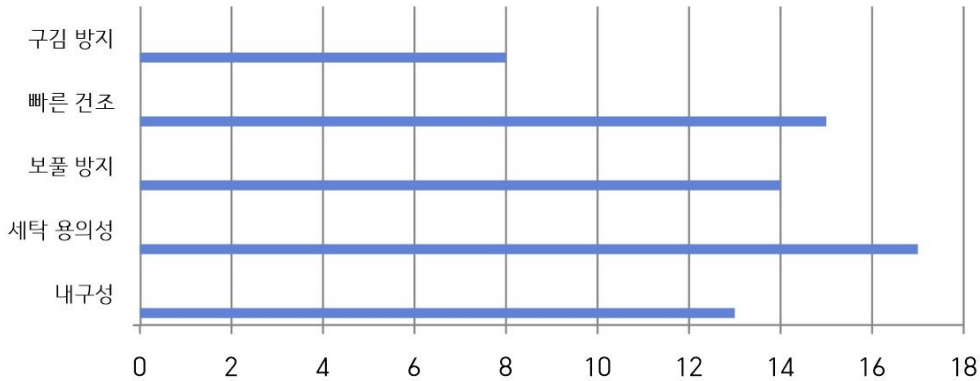
〈그림 2〉 액티브 시니어 여성이 요가복 구매 시 고려하는 요소 (n=12)

화를 받아들이며 삶에 대한 주도성을 나타내는 요소로 시사된다. 요가복 1벌 구매 시 평균 지출 비용은 '3만원 이상 5만원 미만'이 8명(66.7%), '3만원 미만'과 '10만원 이상 15만원 미만' 구간이 각각 2명(16.7%)으로 나타났다.

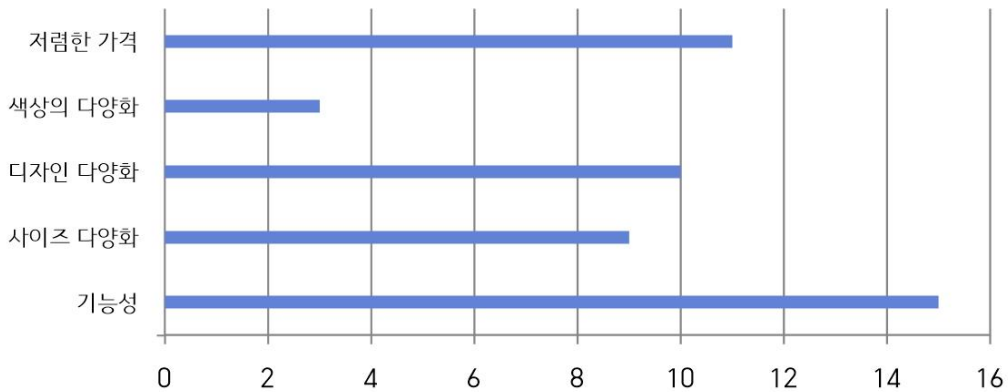
〈그림 1〉과 〈그림 2〉는 각각 액티브 시니어 여성이 요가복을 구매할 시 겪는 어려움과 구매 시 고려하는 요소들을 그래프로 정리한 것이며, 중복 응답을 통해 집계되었다. 〈그림 1〉에 따르면 각 6명(50%) 이상의 응답자가 '높은 가격'과 '원하는

디자인/색상이 없어서'를 점들 요가복 구매 시 겪은 어려움으로 선택하였다. 또한, 각각 1명(8.3%)의 응답자가 구매 방법이 어렵고 인터넷 쇼핑을 사용할 경우, 정확한 착용감을 알 수 없다는 점을 구매 시의 어려움으로 언급하였다.

〈그림 2〉에 의하면 12명(100%)에 해당하는 모든 응답자들이 '기능성'을 요가복 구매 시 고려하는 요소로 선택하였고, 이어서 '디자인'-10명(83.3%), '소재'-9명(75%), '색상 및 무늬'-8명(66.7%), '사이즈'-6명(50%), '내구성'-2명(16.7%),



〈그림 3〉 액티브 시니어 여성이 요가복 관리를 위해 필요한 기능 (n=24)



〈그림 4〉 액티브 시니어 여성의 요가복에 대한 개선 요구 사항 (n=24)

‘브랜드’-1명(8.3%) 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 이 중 ‘소재’, ‘디자인’, ‘색상 및 무늬’, ‘사이즈’, ‘기능성’은 과반수 이상의 응답자가 고려한다고 한 요소들로 액티브 시니어를 위한 요가복 디자인 개발 시 더욱 집중되어야 하는 요소들로 판단된다.

4) 액티브 시니어 여성의 요가복 기능적 선호도

〈그림 3〉과 〈그림 4〉는 액티브 시니어 여성이 요가복 관리 시 필요하다고 생각하는 기능들과 추후 요가복에 개선되었으면 하는 점을 중복응답을 통해 조사한 결과를 정리한 그래프다.

〈그림 3〉의 조사결과에 따르면, 요가복 관리 시 필요한 기능은 ‘세탁 용의성’-17명(70.8%), ‘빠른 건조’-15명(62.5%), ‘보풀 방지’-14명(58.3%), ‘내구성’-13명(54.2%), ‘구김 방지’-8명(33.3%) 순으

로 나타났으며, 〈그림 4〉에 정리된 요가복에 대해 개선되어야 하는 요소들은 ‘기능성’-15명(62.5%), ‘저렴한 가격’-11명(45.8%), ‘디자인 다양화’-10명(41.7%), ‘사이즈 다양화’-9명(37.5%), ‘색상의 다양화’-3명(12.5%) 순으로 집계되었다. 이를 통해 요가복이 운동복인 만큼 간편한 관리 방법과 더불어 기능성 및 저렴한 가격이 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있었다. 즉, 요가복 디자인 시 편안함 움직임을 위한 패턴 제작과 합리적인 가격대에 착용감이 우수하고 관리가 수월한 기능성 소재를 선택하는 것이 최우선으로 고려되어야 한다.

5) 액티브 시니어 여성의 요가복 디자인 선호도

(1) 액티브 시니어를 위한 상의 디자인 선호도 조사 결과

〈표 3〉 액티브 시니어 여성의 요가복 넥라인 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
넥라인	크루넥	5	20.8
	브이넥	7	29.2
	스쿱넥	3	12.5
	카울넥	5	20.8
	보트넥	3	12.5
	오프숄더	1	4.2

〈표 4〉 액티브 시니어 여성의 요가복 소매 종류 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
소매 종류	셋인	2	8.3
	벨	6	25
	라글란	10	41.7
	기모노	6	25
소매 길이	슬리브리스	1	4.2
	3부 소매	11	45.8
	5부 소매	4	16.7
	8부 소매	7	29.2
	긴 소매	1	4.2

〈표 5〉 액티브 시니어 여성의 요가복 상의 기장 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
상의 기장	크롭 (허리)	6	25
	골반	15	62.5
	엉덩이	3	12.5

〈표 3〉, 〈표 4〉과 〈표 5〉는 액티브 시니어 여성의 상의 디자인 선호도 조사결과를 정리한 것이다. 〈표 3〉에 정리된 것과 같이 ‘브이넥’이 7명(29.2%)으로 가장 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 이어서 ‘크루넥’, ‘카울넥’이 각각 5명(20.8%)으로 비교적 높은 선호도를 보였다. ‘폴로’와 ‘헨리’ 형태의 넥라인은 0명(0%)이 선택함에 따라 넥칼라가 목 위로 올라오거나 단추 등의 여밈이 있는 넥라인은 선호되지 않음을 확인할 수 있었다. 이를 통해 넥라인이 드러나지만 칼라가 없고 노출이 심하지 않은 형태의 넥라인이 선호됨을 유추할 수 있었다.

소매의 경우, 〈표 4〉에 의하면 ‘라글란’이 10명(41.7%)으로 가장 선호되는 것으로 보여졌고, 이어서 ‘기모노’가 6명(25%)의 응답자들에게 선택되었다. ‘벨’은 6명(25%), ‘셋인’은 2명(8.3%)의 비율로 선택되었고 이를 통해 소매통이 여유로우면서도 적당히 핏한 형태의 소매가 선호된다는 것을 이해할 수 있었다. 하지만, 소매 길이의 경우 11

명(45.8%)이 ‘3부 소매’, 4명(16.7%)이 ‘5부 소매’를 선택함에 따라 긴 팔보다 짧은 팔 형태의 소매를 선호함을 알 수 있었다. ‘슬리브리스’는 1명(4.2%), ‘8부 소매’는 7명(29.2%), ‘긴 소매’는 1명(4.2%)이 선택함에 따라, 비교적 짧은 기장의 소매에 대한 높은 선호도를 확인할 수 있었으며 이를 참고하여 소매 형태의 종류와 무관하게 다양한 팔 동작을 원활하게 시행할 수 있는 소매 디자인을 개발하는 것이 중요하다고 판단되었다.

〈표 5〉에 정리된 상의 기장의 경우, 언더블과 크롭(허리) 기장은 총 6명(25%)이 선택하였고, 골반 기장과 엉덩이를 덮는 기장을 각각 15명(62.5%), 3명(12.5%), 총 18명(75%)이 선택함에 따라 골반 기장이 가장 적합하다고 분석되었다. 허리를 숙이거나 팔을 드는 등의 동작을 할 경우에도 신체가 많이 노출되지 않음과 동시에 다양한 동작을 편안하게 구현하기에 가장 적합한 기장이 골반 기장인 것으로 판단되었다.

〈표 6〉 액티브 시니어 여성의 요가복 하의 종류 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
하의 종류	레깅스 (일반)	12	50
	레깅스 (발목 고리/stirrup)	5	20.8
하의 길이	하렘	7	29.2
	5부 바지	2	8.3
	7부 바지	6	25
	9부 바지	16	66.7
허리선 처리	전체 고무줄	3	12.5
	반 고무줄	4	16.7
	전체 밴드	13	54.2
	반 밴드	4	16.7

〈표 7〉 액티브 시니어 여성의 요가복 소재 색상 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
색상	검정	8	33.7
	갈색	1	4.2
	빨강	3	12.5
	주황	3	12.5
	노랑	1	4.2
	파랑	4	16.7
	보라	1	4.2
	회색	1	4.2
	하양	3	12.5
	색감	색조(hue)	3
틴트(tint)		8	33.3
톤(tone)		7	29.2
음영(shade)		6	25

(2) 액티브 시니어를 위한 하의 디자인 선호도 조사 결과

〈표 6〉은 50대 60대 여성의 요가복 하의 디자인 선호도 조사 결과를 정리한 표다. 가장 선호하는 하의 종류는 레깅스로 레깅스(일반)과 발목 고리가 있는 ‘stirrup’ 형태의 레깅스를 각각 12명(50%), 5명(20.8%)이 선택하여 총 17명(70.8%)이 선호하는 것으로 나타났다. ‘하렘’은 7명(29.2%), ‘팔라초’는 0명(0%)이 선택함에 따라 바지통이 여유로운 형태의 하의 보다는 다리에 핏하게 밀착되어 다리 움직임을 섬세하게 관찰할 수 있으며, 신축성이 우수한 레깅스가 선호됨을 알 수 있었다. 하의 길이는 ‘9부 바지’가 16명(66.7%), ‘7부 바지’가 6명(25%)의 투표를 받으며 2명(8.3%)이 선택한 ‘5부 바지’에 비해 선호된다는 것을 관찰할

수 있었다. 이를 통해, 노출이 심한 하의 보다는 긴 기장의 하의가 선호된다고 판단하였다. 또한, 허리선 처리 방식에서 고무줄보다는 밴드 형태가 선호되었으며, 13명(54.2%)이 전체 밴드를 선택하여, 4명(16.7%)이 선택한 반 밴드 형태보다 약 3배 더 많은 응답자가 전체 밴드를 선호하는 것으로 나타났다.

(3) 액티브 시니어를 위한 요가복 디자인 소재 선호도 조사 결과

〈표 7〉은 50대 60대 여성의 요가복 소재 색상 선호도를 나타낸 표이다. 본 설문조사 결과에 따르면, 검정색이 8명(33.7%)으로 가장 많은 응답자들이 선호하는 것으로 나타났고, 이어서 ‘파랑’ 4명(16.7%), ‘빨강’, ‘하양’, ‘주황’-각 3명(12.5%), ‘노

〈표 8〉 액티브 시니어 여성의 요가복 소재 패턴 선호도 (n=24)

구분	항목	빈도(n)	비율(%)
패턴 종류	기하학적 무늬	5	20.8
	애니멀 프린트	2	8.3
	무지	17	70.8
패턴 사이즈	큰 무늬	1	4.2
	자잘한 무늬	3	12.5
	단독 무늬 (심플한 모티프)	5	20.8
	무지	15	62.5

〈표 9〉 응답자의 개인적 특성

번호	이름	성별	나이	혼인 여부	운동경력(년)	직업
1	A	여	52	기혼	1년 미만	가정주부
2	B	여	53	미혼	2년	직장인
3	C	여	58	기혼	1년	가정주부
4	D	여	55	기혼	2년	가정주부
5	E	여	62	기혼	5년	가정주부

랑, '보라', '회색', '갈색'-각 1명(4.2%) 순으로 선호하는 것으로 집계되었다. '초록'은 0명(0%)이 선택함에 따라 가장 선호도가 낮은 색상임을 확인할 수 있었고, 무채색, 특히 '검정'에 대한 선호도가 비교적 높은 것을 알 수 있었다. 색감에 대한 선호도는 '틴트', '톤', '음영', '색조' 순으로 나타났지만 '틴트', '톤', '음영'은 각각 8명(33.3%), 7명(29.2%), 6명(25%)으로 유사한 선호도를 보였다. 이러한 선호도를 기반으로, 3명(12.5%)이 선택한 원색 계열의 색조(hue) 보다는 더욱 깊이감 있는 색감을 선호한다는 것을 파악할 수 있었다.

〈표 8〉은 요가복 소재 패턴에 대한 선호도를 조사한 것으로, '무지'가 17명(70.8%)으로 가장 선호되는 패턴 종류로 나타났으며 이어서, '기하학적 무늬'-5명(20.8%), '애니멀 프린트'-2명(8.3%) 순으로 선호하는 것으로 집계되었고, '꽃무늬'는 0명(0%)으로 아무도 선택하지 않았다.

패턴 사이즈 역시, '무지'가 15명(62.5%)으로 패턴이 없는 것을 가장 많은 응답자들이 선호하였고, 이어서 '단독 무늬(심플한 모티프)'-5명(20.8%), '자잘한 무늬'-3명(12.5%), '큰 무늬'-1명(4.2%) 순으로 선호하는 것으로 집계되었다. 이를 통해, 액티브 시니어들은 기존의 중장년층과 달리 모던하고 세련된 디자인과 색감을 선호함을 유추할 수 있었다.

2. 심층 면접 결과

FGI는 설문조사 응답자 중 5명을 〈표 9〉와 같이 선정하여 진행되었다. 심층면접은 자유로운 분위기에서 인터뷰 형식으로 시행되었고, 응답자는 요가 활동에 참여하는 액티브 시니어 여성으로 한정되었다. 아래는 인터뷰 내용을 일부 요약하여 정리한 것이다.

“나이 있는 사람들이 입기 좋은 요가복이 많이 나오지 않아서 각자 편한 집에서 입을 옷을 챙겨입는 편이에요. 딱 마음에 드는 옷을 찾기 어렵고 너무 조이면 움직이기 불편해서 그냥 헐렁한 옷을 입어요... 너무 딱 달라붙는 옷은 민망해서 입기 부담스러운거 같아요.” (응답자 A)

“옷이 너무 짧고 조이는 요가복이 많아서 집에 사두고도 잘 안 입게 돼요. 몸매가 너무 뚜렷하게 보이지 않게 살짝 좀 커버해주는 그런 일상복 같은 요가복이 나오면 좋을거 같아요. 근데 이게 또 너무 헐렁하면 움직일 때 거슬려서 소매는 그냥 얇게 편하더라구요.” (응답자 B)

“요가복이 너무 운동하는 선수 옷처럼 나오면 집에서 왔다갔다 하는 길에 또 갈아입기가 번거롭고 그래서 디자인이 딱 화려하진 않으면서도 좀 세련되게 나오거나 그림이 작게 들어가거나 그냥 일반옷처럼 보일 수 있게 그렇게 나오면 입고 돌아다니기가 좋지... 위에 옷이랑 바지가 다

너무 달라붙고 단색으로만 된건 외출복으로 입기가 좀 안 좋아요.”(응답자 C)

“보통... 특히 연세가 있으신 분들은 몸빼바지를 많이 입으세요. 이게 옷 소재가 가볍고 활동할 때도 편하고 가격도 싸고 그냥 집에 다 하나씩 있으시니 새로 살 필요도 없고 하나씩 몸빼바지가 그냥 막 입고 움직이기에는 좋아요. 시원하기도 하고... 근데 바지나 상의가 헐렁하면 자세 보기가 힘들어서 딱 조이고 너무 잠수복 같이 나오지 않으면 레깅스...? 좀 편한 레깅스가 아무래도 좋죠... 잘 늘어나고.”(응답자 D)

“예전에 요가복을 한 번 사본적이 있는데 너무 딱 조이는게 불편하고 몸이 다 보이고 하는게 별로 안 좋아서 그냥 일반 튜리닝 운동복을 입어요. 소매가 너무 짧은거 보다는 7부나 손목 조금 위까지 조금 덮어주는게 나아요. 바지랑 티셔츠랑 다 너무 짧은 거 보다는 좀 넉넉하고 가려주는게 입기 좋아요. 근데 옷이 나풀거리면 움직일 때 뒤집히고 흘러내려서 좀 고정이 되거나 해야지 끌리고 그러면 안 좋은거 같아요.”(응답자 E)

심층면접은 운동 경험과 디자인에 대해 더욱 상세하게 진행되었지만 위 응답은 요가복에 대한 전반적인 필요사항과 불편한 점을 정리한 것이다. 이 외에도 설문조사 내용을 더욱 심도있게 질문하여 디테일한 부분을 파악하고 부족한 점을 보완하여 디자인 작업 시 참고할 수 있도록 하였다. 심층 면접을 통해 응답자들이 공통적으로 편안함을 매우 중요하게 생각하고, 일상에서 착용해도 이질감이 느껴지지 않는 자연스러운 디자인을 선호한다는 점을 확인할 수 있었다. 또한, 공통적으로 세련된 디자인을 추구하는 것으로 나타났고, ‘검정’에 대한 색상 선호도가 높게 집계되었지만, 응답자 모두 상의와 하의에 전체적으로 어두운 색상을 사용하는 것보다는 둘 중 하나에만 검정색을 사용하는 것을 선호한다고 하였다. 또한, ‘검정’을 선택한 이유로는 어두운색이 속옷 및 신체 부위 노출과 비침을 예방해주고 매트나 바닥에서 이물질이 묻었을 때 오염에 강하다는 점, 세련된 분위기를 자아낸다는 점 등을 고려한 것이라고 하였다. 하지만 검은색과 같은 어두운 색상은 먼지가 잘 붙는다는 단점이 있어, 요가복의 색상 및 소재를 선택할 때 요가가 앉거나 엎드리고 눕는 등 바닥과의 접촉이 많은 운동이라는 점을 고려

할 필요가 있다는 의견도 제시되었다. 이와 같이 심층 면접을 통해 디자인에 반영할 만한 다양한 의견을 확보할 수 있었다.

3. 액티브 시니어 여성을 위한 요가복 디자인 결과물

본 연구의 액티브 시니어 여성을 위한 요가복 디자인은 설문조사와 선행연구 결과를 바탕으로 진행되었다. <표 10>은 조사결과를 기반으로 각 디자인의 도식화와 3D Clo 프로그램을 사용한 디자인 시뮬레이션 결과물을 정리한 것이다. 3개의 디자인은 모두 소비자 선호도를 반영하여 고안된 것으로, 설문조사 결과와 인터뷰 내용을 적극적으로 참고하여 제작되었다. 특히, 패턴의 경우 무지에 대한 선호도가 가장 높았으며, 시장조사 결과 역시 이와 일치하였기에 세 가지 디자인 모두 무지 소재를 활용한 디자인으로 전개되었다. 색상의 경우, 가장 높은 선호도를 보인 ‘검정’과 더불어 그 다음으로 선호되는 것으로 집계된 파랑, 빨강, 주황 등을 은은하게 톤다운하여 상의와 하의에 조화롭게 배치하여 사용하였다.

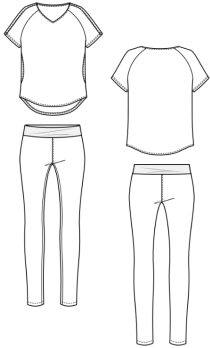

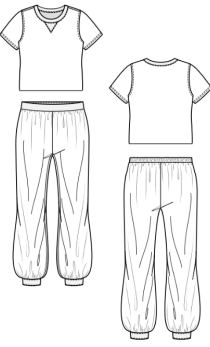

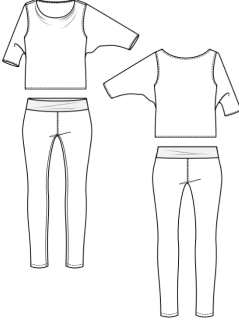

디자인 1의 상의는 가장 높은 선호도를 보인 넥라인 형태인 브이넥과 3부 길이의 라글란 소매가 적용된 골반 기장의 티셔츠 형태로 제작되었고, 전체적으로 검정색 몸판에 하얀색으로 포인트를 주어 더욱 세련되고 젊은 분위기를 자아낼 수 있도록 하였다. 디자인 2의 상의는 디자인 1의 상의와 동일하게 3부 길이의 소매가 적용되었으나, 셋인 형태의 소매라는 점에서 차별점을 갖고 있다. 또한, 라운드넥에 넥칼라와 소매 끝에 배색 포인트를 준 것이 특징이다. 포인트 컬러를 활용하여 디자인적 재미를 가미해주었다. 디자인 3의 상의는 각각 두 번째로 높은 선호도를 보인 8부 소매와 카울넥 구조가 특징적이다. 8부 소매는 진동둘레에 여유를 주되, 소매통은 내려올수록 좁아지도록 하여, 요가 활동 시 흘러내려 불편하지 않도록 하였다.

하의의 경우, 3개의 디자인 모두 과반수 이상이 선호하는 것으로 나타난 9부 기장으로 디자인하였다. 특히, 디자인 1과 디자인 3은 색상만 다르게 제작된 동일 디자인으로 블루와 블랙, 총 2가지 컬러의 레깅스를 제안해보았다. 디자인 1과 3

의 허리선은 54.2%의 응답자가 선택한 전체 밴드의 형태가 적용되었으며, 전체 밴드의 경우 허리를 잡아주어 복부와 허리가 편안하고 안정감이 느껴진다는 것이 장점이다. 레깅스에 대한 선호도가 총합 70% 이상으로 이에 대한 선호도가 매우 높다는 점과 다양한 상의와 코디하기 편리하

다는 점 등을 고려하여 디자인 1과 3에 모두 적용하여 다양한 활용 방안을 함께 선보이고자 하였다. 디자인 2의 하의는 반고무줄 형태의 9부 하렘 팬츠 스타일로 제시하였다. 발목 끝단에 발목을 잡아주는 시보리를 추가하여 다양한 동작을 수행할 시에도 옷이 흘러내리지 않도록 고정해주는

〈표 10〉 액티브 시니어 여성을 위한 요가복 디자인 개발

구분	도식화	3D 이미지
디자인 1		
디자인 2		
디자인 3		

역할을 할 수 있도록 하였다. 이를 통해 하렘 팬츠의 장점인 편안함과 자유로운 움직임을 가능케함과 동시에 바지가 흘러내리거나 योग 활동 시 걸리적거리는 문제가 발생하는 것을 예방하였다. 문헌조사와 더불어 설문조사 및 심층 면접 결과 등을 복합적으로 시행하고 이를 디자인에 적극적으로 반영하여 총 3개의 착장을 제안하였다. 특히, 외출복으로써의 활용 가능성과 상하의 세트의 조화 등을 다방면으로 고려하여 디자인을 개발하였다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 액티브 시니어 여성을 위한 योग복을 개발하고, 이를 위한 데이터를 수집하는 것에 연구 의의를 두었다. 현재, योग복을 포함한 에슬리저룩 시장은 젊은 세대를 중심으로 발달하였기 때문에 새로운 주 소비자층인 액티브 시니어 여성을 위한 연구의 필요성을 느꼈다. 이를 위해 문헌연구와 더불어 설문조사 및 심층 면접을 병행하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 액티브 시니어 여성은 योग 활동에 적극적으로 참여하고 있으며, 이들을 위한 योग복 개발은 기존 연구와 시장에서 미흡한 부분이었음을 확인할 수 있었다. 대부분의 응답자가 योग를 사계절 내내 즐기며, 이를 통해 건강을 유지하고 스트레스를 해소하고 있는 것으로 보여졌다. 이는 액티브 시니어가 건강과 웰빙에 높은 관심을 가지고 있음을 시사한다. 둘째, योग복 구매 시, 액티브 시니어 여성은 기능성, 디자인, 소재, 색상 및 무늬, 사이즈 등을 중요한 요소로 고려하며 기능성과 활동성을 위해 전문 योग복을 선택하는 것으로 나타났다. 그러나, 비싼 가격과 알맞은 사이즈의 부재가 구매 결정 시의 주요 장애 요인으로 작용하고 있음을 파악할 수 있었다. 이는 액티브 시니어 여성을 위한 योग복 개발이 더욱 활발히 진행되어야 할 필요성을 재조명 시켜 주었다. 셋째, 액티브 시니어 여성의 योग복에 대한 디자인 선호도는 전통적인 중장년층과 달리 모던하고 세련된 디자인이 선호되는 것으로 분석되었다. 특히, 꽃무늬 패턴은 0명이 선택하였으며, 대부분이 무지 혹은 심플한 모티프와 검정색을 비롯한

무채색 소재를 선호하는 것으로 보여졌다. 마지막으로, 액티브 시니어 योग복의 사이즈 및 디자인 다양화와 더불어 가격 저렴화의 필요성을 확인하였다. 이와 같은 연구 결과를 바탕으로 총 3개의 액티브 시니어 여성용 योग복 디자인을 개발하였다.

하지만, 본 연구의 경우 FGI를 병행하였지만, 설문 응답자 수가 한정적이라는 점에서 한계가 있다. 폭넓은 표본 수집을 위해 더 많은 사람들을 대상으로 설문을 시행한다면 연구의 신뢰도를 더욱 높여줄 수 있을 것으로 보여진다. 특히, 본 연구는 योग복 디자인 개발에 중점을 둔 것으로, 액티브 시니어 여성의 디자인 선호도와 기본적인 활동성을 반영했으나, 신체 치수에 대한 표본 분석이나 기능성 소재 개발을 포함하지는 않았기 때문에 후속 연구에서 신체 치수에 대한 구체적인 분석과 함께 기능성 소재 개발이 병행된다면 더욱 완성도 높은 योग복 개발이 가능할 것이며, 연구의 깊이와 실용성도 한층 강화될 것으로 예상된다.

본 연구 결과가 액티브 시니어 여성을 위한 योग복 개발 시 고려되어야 할 가이드라인을 제시함으로써 액티브 시니어의 요구를 충족시킬 수 있는 योग복이 개발되기를 기대한다.

참고문헌

- 권기선. (2024. 07. 24). '웰에이징 관심↑'패션부터 데이팅 앱까지 '중장년 타겟 플랫폼' 다양. *데일리팝*. 자료검색일 2024. 08. 12, 자료출처 <https://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=80034>
- 김문정. (2017). *액티브 시니어 여성을 위한 사파리 점퍼 디자인 연구*. 중앙대학교 대학원 석사 학위논문.
- 김현우. (2023. 11. 04). 내 나이 예순 미니스커트에 '美쳤다'... '우리도 MZ', 바뀌는 시니어 소비 패턴. *여성경제신문*. 자료검색일 2023. 11. 05, 자료출처 <https://www.womaneconomy.co.kr/news/articleView.html?idxno=219447>
- 김홍순. (2023. 12. 29). 패션 플랫폼은 MZ전유물?...4050 '중년 파워' 커졌다. *아시아경제*. 자

- 료검색일 2024. 06. 12, 자료출처 <https://www.asiae.co.kr/article/2023122816322131814>
- 대한지방행정공제회. (2016). 액티브 시니어 (Active Senior) 새로운 트렌드 리더가 되다. *지방행정*, 65(758), 74-75.
- 박은지. (2020). 노인 헬스케어를 위한 힐링요가 프로그램 개발. *인문사회* 21, 11(3), 1105-1120.
- 박은지. (2020). 하타요가의 생리적·심리적 효과. *한국무용연구*, 38(2), 101-128.
- 석유선. (2017. 02. 22). 50대 '액티브 시니어' 스포츠상품시장 '큰 손' 부상...롯데백, 스포츠·건강 박람회 진행. *아주경제*. 자료검색일 2024. 07. 10, 자료출처 <https://www.ajunews.com/view/20170222094850431>
- 손효정. (2023. 09. 05). “윤여정처럼 입을까?” 시니어 패션, 유행을 말하다. *브라보마이라이프*. 자료검색일 2024. 06. 01, 자료출처 https://bravo.etoday.co.kr/view/atc_view/14802
- 시사상식사전. (n.d.). 액티브 시니어. 자료검색일 2024. 06. 02, 자료출처 <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1847192&cid=43667&categoryId=43667>
- 온라인팀. (2022. 04. 25). [디지털피디아] 실버서퍼·액티브시니어·어반그레니·오파세대. *디지털투데이*. 자료검색일 2023. 11. 05, 자료출처 <http://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=442723>
- 유동훈. (2020). 댄스스포츠와 요가 프로그램이 노인의 신체구성, 체력, 혈중지질 및 간 기능 지표에 미치는 영향. *운동과학*, 29(1), 51-59.
- 이선희, 송선영. (2018). 노인의 명상적 요가 프로그램 참여에 따른 기능적 체력 및 대인관계 변화 분석. *무예연구*, 12(2), 111-126.
- 이승우, 이선미, & 오정은. (2010). *KT경제경영연구소 연구보고서*, 액티브시니어가 이끄는 실버시장의 변화와 준비. 자료검색일 2023. 11. 02, 자료출처 <https://m.cafe.daum.net/ability-up/leUg/6>
- 이우찬. (2023. 08. 25). '팬데믹·집콕족 효과' 덩치 불린 시장, 브랜드 차별화 경쟁 가열. *더벨*. 자료검색일 2023. 11. 05, 자료출처 <http://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202308202151010000107357>
- 이윤숙, 김현태. (2022). 65세 이상 노인을 대상 요가프로그램이 우울 및 스트레스에 미치는 영향. *스포츠사이언스*, 40(3), 127-134.
- 이종준. (2011. 11. 15). 불황기 소비 주역 '액티브 시니어'의 특성과 소비행태 분석. *리서치신문*. 자료검색일 2024. 05. 20, 자료출처 <https://contents.premium.naver.com/geriforum/gericenter/contents/211107110802136xp>
- 이채원. (2021). *액티브시니어의 문화예술 경험 가치와 사회참여욕구, 그릿(Grit) 및 심리적 번영감과의 구조적 관계*. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현영. (2023). 액티브 시니어를 위한 패션 및 생활문화 플랫폼 연구. *비즈니스융복합연구*, 8(4), 47-53.
- 이호준. (2017. 02. 22). '액티브 시니어' 스포츠상품 시장서도 '큰손'. *경향신문*. 자료검색일 2024. 07. 10, 자료출처 <https://www.khan.co.kr/economy/economy-general/article/201702220953001>
- 정석준. (2023. 03. 03). 가격보다 멋·개성이 우선...패션업계에 '실버'가 사라졌다? [유통가, 액티브 시니어 시대]. *헤럴드경제*. 자료검색일 2024. 05. 20, 자료출처 <https://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20240229050916>
- 정시은. (2019). *액티브 시니어의 라이프스타일과 주관적 연령에 따른 화장품 구매행동*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 채성숙. (2022. 06. 28). 신중년이 가장 선호하는 레깅스는 나이키!. *매드타임즈*. 자료검색일 2024. 08. 20, 자료출처 <https://www.madtimes.org/news/articleView.html?idxno=13388>
- 트렌드지식사전. (2013). 액티브 시니어. 자료검색일 2024. 06. 12, 자료출처 <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2070426&cid=55570&categoryId=55570>
- 하중철, 김현지. (2024). 액티브 시니어의 관광경험이 사회적 지지, 심리적 회복력, 심리적 행복감에 미치는 영향관계연구. *관광연구저널*, 38(2), 49-68.
- 홍주연. (2024. 04. 08). 은퇴 후도 40년...인생 2막 준비해야액티브 시니어①. *아이티조선*. 자료검색일 2024. 05. 12, 자료출처 <https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2023092112>

882

황규락. (2024. 08. 23). "칠전팔기로... 4050 마음 읽는 패션 플랫폼 성공했죠". *조선일보*. 자료검색일 2024. 08. 23, 자료출처 https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/08/19/GK7DYAPEHZFQBHTNRFNYB3YTDU/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news