A Study on Apparel Product Design Elements according to Image Preference - Applied to Quality Function Deployment Focused on Middle Aged and Aged Women's Formal Wear-

Young Row · Jae Ok Park†
Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

Abstract

The subjects of this study were middle-aged women in their 40s~50s and older women aged 60 and over who were living in Seoul and Kyonggi-do, Korea. Through studying the participants' responses to the questions regarding the attributes of image preference in terms of the levels of satisfaction and importance, the target consumers' demand has been studied. And, they are applied to a QFD Matrix, to find out the relationship between the attributes of product quality and the guidelines of clothing design. For this study, clothing image preference is categorized as three types: fashionable and urban image, elegant and formal image, comfortable and active image. It has also been found that middle-aged and older women think the clothing that projects fashionable and urban image needs more improvement that those for other images. To review demands for the clothing image preference attribute of formal suits for middle-aged and older women, the priority of these attributes through QFD Matrix that shows the relationship between the attributes and dress elements emphasized by designers has been examined. In reflecting clothing image preference by consumers for their formal two-piece suits, the most important design elements related to material in order of importance were material type, style, thickness and texture, and those related to color were the number of colors used and coloring type.

Key words: Quality function deployment, Clothing image preference, Design element; 품질기능전개, 디자인 설계요소

I. 서 론

신체적, 사회적, 심리적 변화를 통하여 보완하고자 하는 중, 노년층 여성들을 거느린 의류기업은 의복을 착용 후 나타내고 싶은 자신의 이미지 측, 추구의복이미지와 서비스를 그들이 원하는 조건에 맞추어 제공함으로써 고객지향적이며, 고객만족경영이 추진되고 실현될 수 있게 되었다.


†Corresponding author
E-mail: jaepark@hanyang.ac.kr
가되었으며, 성격 및 언행에 따라 추구하는 의복이미지가 다르게 표현됨을 보여주었다. 이에 기업의 입장에서 중·노년층 여성들의 추구의복이미지에 영향을 미치는 요인들은 기술적여행하게 해결할 수 있느냐는 의복디자인 요소를 알아보면 고객만족을 높일 수 있는 폼질을 전개하는 데 있어 중요한 자침이 될 것이다.


그러므로, 본 연구에서는 중·노년층 여성들의 추구 의복이미지의 차원을 알아보고, 그 중요도와 만족도의 차이에 따라 시장화되고 있는 의류상품품질 개선사항을 알아보았다. 그리고 품질기능투掷(QFD) 모형을 이용하여 고객만족을 위한 의류상품 디자인 개발 시 요구사항을 반영할 수 있는 의복디자인 설계요소를 도출하여, 중·노년층 여성들의 추구의복이미지의 차원과 의복디자인 설계요소간의 관계를 통해 이들 요소간의 우선순위를 알아보고 의류상품 개발 시 폼질향상을 위한 전략을 제안하고자 하는데 목적이 있다.

## II. 문헌연구

### 1. 추구의복이미지

추구의복이미지는 선호의복이미지라고도 할 수 있으며 사용자가 의복을 입었을 때의 인상을 말한다. 즉 추구의복이미지는 내가 원하는 의복이미지로서 시각의 차이만 있을 뿐 근본적인 개념은 의복이미지와 같다고 할 수 있다(박경혜, 2002). 또한 의복을 통해 나타나는 분위기 또는 의상에서 의복이미지는 복식 디자인의 기본 요소로 삼아, 색채, 재질에 의해 형성되고, 의류상품 기획 시 디자인 요소와 관련을 효과적으로 작용하여 원하는 분위기, 감정, 관념을 전달함으로써 이루어질 수 있다(Horn & Gurel, 1981).

의복이미지에 대한 연구들로 살펴보면, 정인회(1992)는 의복의 디자인 분류 및 포지셔닝 기준으로서 20대에서 30대 중반 여성들을 대상으로 의복이미지에 대한 연구를 통해 의복이미지의 특성과 인물에 대해 분석한 결과, 여성의 의복이미지는 우리 문화, 통용성, 품질에 따라 다양한 요소를 포함하고 있다. 또한, 전형적인 의복이미지는 총괄적인 것으로 나타났다. 김일은(1998)은 의복의 디자인과 의상의 구조를 중심으로 의복이미지 연구의 현황을 조사한 결과, 의복이미지는 문화, 성인, 성명, 성별, 이론 등 여러 요소에 의해 결정되는 것을 나타냈다. 정인회(2001)는 남녀공학대학교의 여자대학원을 중심으로 여자대학생의 의복추구이미지와 소재선호와의 관련 연구에서 여자대학생들의 의복 추구이미지 요인을귀여움, 자극적, 여기치, 발달한, 낭만한, 성숙한, 스포티한, 싵식한 이미지의 7 요인으로 나누고, 이중 여자대학생들의 과감하고 자연스럽고 세련된 이미지 순으로 선호하는 이미지로, 남성적이고 섹시하고 맘안한 이미지 등의 가장 인기를 끌고 있었고, 이 중 여자대학생들은 과감하고 자연스럽고 세련된 이미지 순으로 선호하는 이미지로, 남성적이고 섹시하고 맘안한 이미지 등의 가장 인기를 끌고 있었고, 이 중 여자대학생들의 과감하고 자연스럽고 세련된 이미지 순으로 선호하는 이미지로, 남성적이고 섹시하고 맘안한 이미지 등의 가장 인기를 끌고 있었다. 그리고 이들이 선호하는 이미지는 천연성, 가볍고 무드를 보유한 재질감이란 요소를 선호한다는 점이 특히 주목할 만하다. 일반적으로 스포티한 이미지가 표현해 졌을 수 있는 것, 섹시

2. 의복디자인 요소

디자인 요소는 디자인 아이디어를 표현하기 위한 요소로 사용하는 수단이자 자원이다. 의복디자인 요소는 선, 색 그리고 재질로 구성되며, 선은 유행에 따라 민감하게 변화하며, 색채는 디자인의 아이디어를 표현하는 중요한 요소이며, 디자인에서 표현하고자 하는 선과 색채는 움직임을 통하여 구체화되고 가시화 되며, 재질은 표현되는 결과에 중요한 영향을 미친다(이은영, 2003).


3. 품질기능전개(Quality Function Deployment)

품질기능전개는 신제품 개발의 컨셉 설정에서부터 최종 제품생산으로 진행되는 동안 소비자의 요구사항을 제품의 설계요소로 변환하고 이를 다시 부품특성, 공정특성, 그리고 결국 생산을 위한 구체적 사양으로 변환하는 것으로, 품질보증을 위한 구체적 시스템이다. QFD의 목적은 신제품의 개발기간을 단축하고 동시에 제품의 품질을 향상시키는 것이다.

QFD의 각 단계별의 전개과정에서는 “동질주택(House of Quality: HOQ)”이라고 불리는 <그림 1>과 형태의 도표를 사용한다. HOQ는 소비자가 요구하는 품질을 언어로 구체화하고, 이것과 관련을 표시하여 사용자의 요구를 설계요소로 변환시키는 과정을 의미한다. 그 내용을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

먼저, 소비자의 요구사항은 WHAT으로 표현되며, HOQ의 원편에 자리 잡고 소비자가 그 제품에 대해 바라는 성질을 말한다. 이는 설문조사, 개념반영, 실험 등 여러 가지 방법을 통하여 얻게 된다. 제품특성은 HOW라고 표현되며 소비자가 바라는 요구에 영향을 미치는 것으로, 설계하는 사람들에 의해 결정될 수 있는 변수를 의미하며 HOQ의 상단에 위치한다. 제품특성은 제품에 대한 소비자의 인식에 직접적으로 영향을 줄 수 있는 것이다. 고객 요구사항과 제품
<그림 1> 품질주택(House of Quality: HOQ)

특성치의 관계는 이들의 연관관계를 나타내주는 것으로, HOQ의 몇 개 부분에 해당하는 곳에 위치하며, 이에 대한 평가는 전문가들로 구성된 팀 구성원들의 경험 등을 바탕으로 이루어지며, 강한 관계(○=9), 중간 관계(△=3), 약한 관계(△=1)의 3가지로 구분한다. 이러한 관계형렬의 작성은 소비자 요구사항과 제품 설계요소의 결정에 적절히 되었는지 점검하는 기회를 제공한다. 기술특성간의 상관계계는 HOQ의 지붕에 해당하는 부분으로 제품특성간의 상호연관관계를 나타내며, 이는 실제 시 고려해야 할 상호관계들이며 동시에 핵심적인 주요성을 이루기 위하여 해결해야 할 연구개발 분야이다. 고객인지정보는 HOQ의 오른편에 위치하고 있으며 각 소비자 요구사항별 고객들의 인식평가가 자사제품 및 주요 경쟁자 제품에 대한 비교되어있다. 이는 고객들이 내린 평가를 사용하여 주요 특성에 대해 얻고, 기술특성치의 비교는 HOQ의 몇 개 아래쪽에 해당하는 부분으로 자사제품 및 주요 경쟁제품의 현재의 기술특성(EC)값들이 기록된다. 이는 실제 제품의 기술특성(EC)값 측정을 통해 얻어진다. 기술특성의 목표값 설정은 HOQ의 가장 아래쪽에 해당하며 기술특성의 목표값은 앞서 작성된 HOQ의 모든 정보를 이용하여 설계되는 제품이 고객의 요구사항을 가장 잘 만족시킬 수 있도록 정해진다. 이 단계에서는 기술특성간의 관계도 고려되어야 한다.

여성을 위한 감성 Brassiere 개발연구에서 착용감이 우수한 브로저를 개발하는 과정에서 필요한 모든 정보를 획득하기 위하여 소비자가 요구하는 제품특성으로 착용 편의감, 맞춤성-체형 보정성, 움직임에 의한 브레이치 위치 이동성, 압박감, 생리적 특성, 심미적 특성, 브레이치 여가한 관련 특성을 도출하였고, 이 제품특성을 제품 기능에 반영하기 위한 3D 측정 Data, 소재의 물리적 특성, 심미적 특성, 생리적 측정치, 패턴, 압력 측정치를 도출하였다. 이와 같이 QFD 방법을 의류제품개발 시 적용시키는 것은 소비자의 진정한 요구를 파악함으로써 기업의 중점관리 설계요소 수정, 보완하여 다양한 디자인을 체계적으로 전개해 줄 수 있을 것이다.

III. 연구방법

1. 연구문제

연구문제 1. 중·노년층 여성들이 의류제품구매 시 요구하는 추구의복이미지 차원을 알아 본다.

연구문제 2. 중·노년층 여성들이 의류제품구매 시 요구하는 추구의복이미지 차원의 각 속성별 중요도와 만족도 차이를 알아 본다.

연구문제 3. QFD 모형을 이용하여 의류제품 디자인 개발 시 소비자의 추구의복이미지가 반영된 의복디자인 요소의 우선순위를 알 아본다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 대상은 40-50대의 중년층과 60대 이상의 노년층 여성들 대상으로 하였다. 조사지역은 서울 및 경기지역을 포함한 수도권 지역으로 하였으며, 본 연구의 조사를 위한 표본추출은 도시계획의 분류(경 온진, 2003)에 의한 수도권의 분포를 중심으로 서울 5개 지역(도심, 동북, 서북, 서남, 동남)으로 분류하고 경기지역은 한 개로 한 지역의 분포와 영역 및 소득 등을 고려하여 랜덤표본추출법을 시행하였다. 자료 수집은 설문지 응답방식으로 이루어졌으며, 본 조사 를 수행하기 전에 설문지의 타당성과 응답의 용이성을 살펴보기 위해 예비조사를 실시하였다. 본 조사는 2006년 5월 2일~10일 사이에 600부를 배포하여 505 부가 회수되었으며, 불문한 응답을 제외한 442부를 분석에 사용하였다.

연구대상의 전체표본특성으로, 연령은 50대가 57.5%, 92.8%가 기혼, 교육수준은 고졸 이하가 48.9%, 대학 졸업자 이상은 51.1%로 나타났다. 전업주부가 51.8%, 나머지 48.2%는 직업을 가지고 있는 것으로 나타났다. 월평균 가계총소득은 200만원 미만 15.6%, 200-500만 원 미만 55.4%, 500만원 이상 29.5%로 나타났다. 거주 지역은 서울 67.9%, 경기도 30.1%, 부산광역시 2.1%로 나타났다.

3. 측정도구 및 측정방법

본 연구를 수행하기 위한 측정도구는 크게 3부분 으로 정량적 충족시기 추구하는 의복이미지를 측정하는 문항, 인구통계적 특성을 측정하는 문항 그리고 QFD에서 추구의복이미지와 관련된 설계요소를 추출하기 위한 의복디자인 요소에 관한 측정하는 부분으로 구성하였다. 구체적으로, 추구의복이미지에 대한 척도는 정인희(1992), 이숙화, 심춘자(2003)의 연구에서 얻어진 이미지 요소와 2006년 3월 7-14일까지 41~70대까지 의 중·노년층 여성 116명을 대상으로 경정 적용 시 추구하는 의복이미지에 대하여 이미지 언어를 추출하였으며, 형용사의 평가용어로 추구의복이미지에 관한 척도를 수정, 보완하여 총 24개 용어로 재구성하여 사용하였다. 추구의복이미지에 대한 중요도와 만족도는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 다음으로 의복디자인 설계요소를 추출하기 위해 첫 번째 단계로는 이경림, 박승현(2004), 이온영(2003), 김일분(1998) 등의 선행연구를 토대로 디자인 설계요소를 추출하였다. 두 번째 단계로 의류학 전공하는 석·박사 과정 학생 8명이 브레인스토밍(Brain Storming)하여 디자인을 할 때 소비자의 요구를 반영시키기 위한 디자인 요소들은 과연 무엇인가를 알아보고, 각각의 의복 디자인에 포함되거나 고려되어야 할 디자인 요소가 무엇인가를 생각하며 의복디자인 설계요소를 추출하였다. 세 번째 단계로 선행연구와 브레인스토밍을 통하여 도출된 디자인 설계요소를 의류업체 설립자 총 7명에게 중·노년 여성들의 의복디자인을 개발 할 때 실험적이 의복디자인에서 중요하게 고려해야 하는 의복디자인 요소는 무엇인가?, 중·노년층 여성들이
정장 투피스 캐릭터 시각화 하는 의복이미지를 반영하기 위해 주요하게 고려되어야 하는 의복디자인의 요소는 무엇인지에 대해 설명하여 추출하였다. 전문가 집단의 조사로 나타난 의복디자인 설계요소는 <표 1>과 같다. 구체적으로, 디자인 상의 설계요소를 분류해 보면, 스퀘어(3), 실루엣(4), 디테일(16), 색채(12), 소재(30), 및 부자재(6)로 분류되었고, 정장 아이템은 상의 제각과 하의의 스퀘어와 바지에 대한 의복유형으로 나누어 디자인 요소(68항목)에 따라 각 아이템별 세부적으로 적용하였다. 구체적으로, 실루엣은 좁·노년층 여성들의 의류의 유형분류 정도로 fit를 나타내며, 설계전 방향은 각도와 사선의 방향에 따라 다르게 나타나는 착취현상의 차이를 포함하였다. 상의 디테일은 의복의 본격적인 아름다움을 표현하기 위하여 디자이너들이 가장 많이 활용하는 선이다. 세부화된 설계요소로는 네크라인, 칼라모양, 소매모양, 주머니모양, 허리선위치, 어깨형상, 상의 길이, 트리밍, 단추 수, 여덟 종류 등으로 분류하였다. 특히 네크라인과 칼라의 의복에서 홍미나 시선을 끌기 위한 장식적인 측면과 기능적인 측면을 함께 강조할 수 있는 것으로 작용하여 좌·노년층 여성들의 인상형성에 가장 많은 영향을 줄 수 있다. 소매모양은 소매통의 여유 정도를 나타내고, 주머니 모양은 가장 정장 제작에 많이 쓰이는 포켓의 종류를 포함한다. 허리선 위치는 하이, 노멀, 로우 왜이스트를 나타내는 허리 높이 개념이다.

여기에 경사는 왼쪽의 유무, 체켓 길이는 미드-힙 길이와 헴 길이로 좁·노년층 여성복에서 가장 적당한 길이의 개념이다. 트리밍은 세부 장식을 의미한 프릴, 슬리, 바인딩 포함하고, 단추의 수는 한 개, 두 개, 두 개 이상으로, 여밈의 종류는 싱글브레스트와 더블브레스트로 여밈의 종류를 포함한다. 의복디자인에서 색채는 색상, 톤, 배색의 수 그리고 배색종류의 요소로 분류되었다. 색상은 색의 이름으로서 온도감과 면적감, 운동감 등의 효과를 줄 수 있는 따뜻한 색상, 차가운 색상, 무채색으로, 톤은 색의 이미지에 대한 강각적 표현방법으로 연하고 부드러운 톤, 밝고 선명한 톤, 어둡고 수분한 톤을 나타낸다. 배색은 단색 배색, 2색 배색, 다프백색, 배색 종류는 동일색상배색과 대비색상배색으로 분류하였다. 배색의 수와 배색의 종류는 의복 착용 시 심리적, 기각적인 표현을 위해 적용하는 요소이다. 재질은 의복디자인의 중요한 설계요소로 무늬의 종류, 촉감, 두께, 꼬리, 투명, 중양, 종류, 트레이닝, 스트레치성, 패 등으로 분류하였다. 구체적으로, 무늬의 종류는 재질의 시각적인 요소를 나타내는 부분으로 자연무늬와 기인학적 무늬, 재질의 물리적 특성을 조합으로 부드러움, 밀착감, 거칠함, 매끄러움, 두께는 두꺼움, 중간, 얇은 정도를 나타내는 개념이다. 꼬리는 꼬리의 유무, 투명은 투명과 불투명을 의미한다. 중양은 무거운, 가벼운, 재질중류는 섬유성분에 의한 면, 전, 모, 합성섬유를 포함하는

<table>
<thead>
<tr>
<th>&lt;표 1&gt; 의복디자인 설계요소</th>
<th>제목</th>
<th>설명</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>디자인 설계요소</td>
<td>실루엣</td>
<td>여유분, 설계선 방향</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>다티일</td>
<td>네크라인, 칼라모양, 소매모양, 주머니모양, 허리위치, 어깨형상, 상의 길이, 여밈 종류, 단추 수, 트리밍</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>채색</td>
<td>색상, 톤, 배색의 수, 배색의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>소재</td>
<td>종류, 촉감, 두께, 중양, 꼬리, 투명, 타(hand), 트레이닝, 스트레치성, 무늬의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>부자재</td>
<td>안감, 심지</td>
</tr>
<tr>
<td>스키트</td>
<td>실루엣</td>
<td>여유분</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>다티일</td>
<td>길이, 형태, 다티일</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>채색</td>
<td>색상, 톤, 배색의 수, 배색의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>소재</td>
<td>종류, 촉감, 두께, 중양, 꼬리, 투명, 타(hand), 트레이닝, 스트레치성, 무늬의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>부자재</td>
<td>안감, 심지</td>
</tr>
<tr>
<td>바지</td>
<td>실루엣</td>
<td>여유분</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>다티일</td>
<td>길이, 형태, 다티일</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>채색</td>
<td>색상, 톤, 배색의 수, 배색의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>소재</td>
<td>종류, 촉감, 두께, 중양, 꼬리, 투명, 타(hand), 트레이닝, 스트레치성, 무늬의 종류</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>부자재</td>
<td>안감, 심지</td>
</tr>
</tbody>
</table>
개념이다. 드레이프성은 신체의 곧은 패턴에 따라 변형되는 정도를 말하는 것으로 드레이프성의 유, 무, 스트레치
성도 스트레치성의 유, 무를 나타내고, 태는 평면의 용
감이 당신으로 될 때 나타나는 특성으로 태가 좋다
와 태가 나쁘다고 표현되는 태의 정도를 나타내는 개
념이다. 롱으로 부작용감과 실지는 디자인의 표현요
소는 아니지만, 디자인이 작업장에서 생산과정으로 전달 시 표시되는 속성으로 중요 설계요소로서 도출하
였다. 정장 루즈스 하이는 스트레치와 비교로 덜, 그
중 스트레치와 가는 여유분, 긴, 형태와 디테일을 포
함하였다. 스트레치 가는 무릎설 긴이로 무릎 아래로,
바지 긴이는 뒤턱설 긴이로, 발목 긴이는 포함하는 개념
이다. 스트레치의 형태는 타이트스커트와 캐주얼스커트를,
바지의 형태는 fit형이 있는 Straight형과, 여유가 있는
Natural형을 의미하고, 스트레치의 디테일은 트임, 절개
선, 바지의 디테일은 바지 밑단에 페스의 유, 무를
포함하여 설계요소로 도출하였다.
마지막으로, 소비자의 추구의복미지와 제품의
설계요소와의 관계를 설정한 방법을 QFD 모형을 이
용하여 추구의복미지의 주요도와 의복디자인이 요소
의 우선순위를 도출하기 위하여 수량화 하는 방법으
로는 Lymann(2001)의 정규화 방법을 이용하였다. 구
체적으로 순위별가정의 관계를 살펴보면, 첫째, 고객의 추
구의복미지에 대한 기중치를 산출한다. 추구의복
미지의 기중치는 각 요구품질에 대한 중요도 평균
값을 모든 요구품질의 중요도를 합한 값으로 나눈 후
백분율로 환산하여 산출한 것이다. 둘째, 전문가 집단
에 의해 이루어진 소비자 추구의복미지와 설계요소간
의 관계를 세 등급인 강한 관계(2=9점), 중간 관계
(3=3점), 약한 관계(3=1점)로 나누어 표시하여 수량
화하였다(표 2). 셋째, 수량화된 관계등급의 값을 정
규화 시키기 위하여 Lymann(2001)이 제시한 방법을
작용하여 각 칸마다의 관계 정도 점수를 모든 버튼
스 내의 점수를 더한 값으로 나누어 산출하였다. 넷째,
기업에서 중요하게 고려하는 고객요구 중요도 및 우
선순위는 각 요구품질구성의 기중치와 설계요소와의
관계점수를 곱하여, 각 소비자 요구품질의 행에 있는
모든 값을 합한 것으로 산출하였고, 각 손생별 고객
요구 중요도는 값이 높은 것에 우선순위를 두었다.
다섯째, 소비자의 추구의복미지가 반영된 디자인
요소의 중요도와 우선순위는 각 추구의복미지의
기중치와 설계요소와의 관계점수를 곱하여, 각 추구
의복미지별 영에 있는 모든 값을 합한 것으로 산출
하였고, 값이 높은 것에 우선순위를 두었다.

4. 자료분석
본 연구의 실증적인 분석을 수행하기 위해 SPSS
11.5 통계 프로그램을 사용하여 다음과 같이 분석을
실시하였다.
첫째, 추구의복미지에 대한 문항들의 내용타당도
검증을 위해 Varimax 회전 방식을 이용한 요인분석을 하
였고, 문항들의 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach’s α 값
을 산출하였다. 둘째, 추구의복미지에 대한 제품개선
사항을 도출하기 위해 소비자가 생각하는 평가항목
의 중요도와 관련있는 제품지각의 성과로서 만
족도 차이를 알기보기 대표표본 t-test를 실시하였다.
셋째, QFD 모형을 이용하여 둘, 년차물들이 중요
하게 고려하는 추구의복미지와 디자인 설계요소간
의 관계를 도출하였고, Lymann(2001)의 정규화 방
법에 따라 수량화하여 고객요구 중요도와 의복디자
인 요소의 우선순위를 산출하였다.

IV. 결과분석 및 논의
1. 추구의복미지 구성요인
둘, 년차물들이 의복을 통해 나타내고 싶
은 추구의복미지의 구성요인을 알아보기 위해 Varimax
회전 방식을 이용한 요인분석을 실시하였으며, 그 결과
는 cronbach’s α 값이 추구의복미지의 구성요인은 3개의
요인으로 추출되었고, 전체 57.4% 설명력을 가지고 있으며
신뢰도는 cronbach’s α 값이 0.7 이상으로 분석
되어 문항간 내적 일관성 있는 것으로 나타났다.
요인1은 패서너블한, 독특한, 세련된, 낭만적 이미지
등으로 ‘매서너블하고 세련된 이미지’, 요인2는 우아한, 품위있는, 고급스러운, 저격적인 이미지 등으로 ‘우아하고 품위있는 이미지’, 요인3은 팔만한, 실용적, 활
동적, 면할이미지 등으로 ‘함께하고 활동적인 이미지’로
병합된다. 이 결과는 김기환(1998)의 연구에
서 의복미지의 유형성, 품위성, 그리고 활동성 이미지의
3요인으로 분류한 것과 같은 결과를 나타냈다.

2. 추구의복미지의 중요도와 만족도 차이
시판되고 있는 의류업체에 대해 소비자들이 중요

- 1528 -
<table>
<thead>
<tr>
<th>외목다지인 요소</th>
<th>가중치</th>
<th>실루엣</th>
<th>디테일</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>소비자 요구 추구의복 이미지</td>
<td>5.85</td>
<td>◎</td>
<td>◎</td>
</tr>
<tr>
<td>편안하고 활동적인 이미지</td>
<td>6.02</td>
<td>◎</td>
<td>◎</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>외목다지인 요소</th>
<th>스커트</th>
<th>바지</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>소비자 요구 추구의복 이미지</td>
<td>5.85</td>
<td>◎</td>
</tr>
<tr>
<td>편안하고 활동적인 이미지</td>
<td>6.02</td>
<td>◎</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>외목다지인 요소</th>
<th>소재</th>
<th>부자재</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>소비자 요구 추구의복 이미지</td>
<td>5.85</td>
<td>◎</td>
</tr>
<tr>
<td>편안하고 활동적인 이미지</td>
<td>6.02</td>
<td>◎</td>
</tr>
</tbody>
</table>

◎: 강한 관계, 9점. ○: 중간 관계, 3점. △: 약한 관계, 1점.
<table>
<thead>
<tr>
<th>요인명</th>
<th>문항내용</th>
<th>요인적재값</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>편안하고 활동적인 이미지</td>
<td>편안한 이미지</td>
<td>.739</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>독특한 이미지</td>
<td>.709</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>세련된 이미지</td>
<td>.696</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>낭만한 이미지</td>
<td>.654</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>결합한(협동한) 이미지</td>
<td>.597</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>젊은 이미지</td>
<td>.498</td>
</tr>
<tr>
<td>우아하고 품위있는 이미지</td>
<td>우아한 이미지</td>
<td>.299</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>지적인 이미지</td>
<td>.358</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>품위있는 이미지</td>
<td>.083</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>고급스러운 이미지</td>
<td>.095</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>편안한 이미지</td>
<td>.027</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>실용적 이미지</td>
<td>.253</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>활동적 이미지</td>
<td>.149</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>단순한 이미지</td>
<td>.248</td>
</tr>
<tr>
<td>타당도</td>
<td>고유치(Eigenvalue)</td>
<td>2.95</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>변량(%)</td>
<td>21.04</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>누적변량(%)</td>
<td>21.04</td>
</tr>
<tr>
<td>신뢰도</td>
<td>Cronbach's α</td>
<td>.81</td>
</tr>
</tbody>
</table>

하게 고려하는 의복이미지가 잘 반영되고 있는가를 알아보기 위해, 중요도와 만족도를 이용하여 대응표본 t-test를 실시한 결과, 편안하고 세련된 이미지, 우아하고 품위있는 이미지, 편안하고 활동적인 이미지 차원 순으로 유의한 차이가 나타났다. 그 결과는 표 4와 같다.

중·노년층 여성들의 추구의복이미지의 중요도와 만족도의 차이를 구체적으로 살펴보면, 세련된 이미지(대응표본 \( t = 9.05^{***} \))와 우아한 이미지(대응표본 \( t = 7.36^{***} \)), 낭만한 이미지(대응표본 \( t = 7.27^{***} \)) 순으로 중요도와 만족도의 차이가 높게 나타났다. 이는 시장되고 있는 중·노년 여성들에 의류제품의 디자인에 대해 편안하고 세련된 이미지 차원은 그 중요도만큼 추구의복이미지를 나타내주지 못하는 것으로서, 의복디자인 전개 시 세련되고 낭만한 이미지를 많이 반영해 줄 수 있는 디자인 개발이 이루어져야 할 것이다. 우아하고 품위있는 이미지 차원의 속성들에서 특히 우아한, 품위있는, 지적인 이미지는 중요도가 높게 나타나 이들 이미지의 반영이 중·노년층 여성들의 의복디자인에서 중요한 역할로 나타났다. 편안하고 활동적인 이미지 차원에서도 편안한 이미지는 중요도가 만족도보다 높게 나타났다. 그러나 단순한 이미지는 중요도보다 만족도가 높게 나타났는데, 이는 현재 시판되는 중·노년층 여성들을 위한 의류 제품 디자인이 단순한 이미지로 전개되는 것인 소비자가 지적한다고 볼 수 있다. 이상의 결과로 우선적으로 나타내고 싶은 추구의복이미지를 반영하기 위하여 개발해야 하는 이미지는 편안하고 세련된 이미지 차원, 우아하고 품위있는 이미지 차원, 편안하고 활동적인 이미지 차원 순으로 의복디자인 이미지 반영이 필요한 것으로 나타났다.

3. QFD 모형을 이용하여 소비자들이 요구하는 추구의복이미지가 반영된 의복디자인 설계요소의 우선순위

중·노년층 여성 소비자들이 정상 구매 시 요구하는 추구의복이미지를 반영한 의복디자인을 위해 QFD 매트릭스를 이용하여 의복디자인의 중요 제품설계요소를 알아봤다. 수행한 방법으로는 Lymann(2001)의 정규화 방법을 이용하였다. 구체적으로 제품개발 시 의복디자인 요소의 우선순위를 살펴보면 표 5와 같다.

정상 제품 디자인에서 중·노년층 여성들이 나타내


<table>
<thead>
<tr>
<th>요인명</th>
<th>문항내용</th>
<th>중요도</th>
<th>만족도</th>
<th>중요도와 만족도 차이</th>
<th>대응표본 투</th>
<th>개선 우선순위</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>페셔너블하고 세련된 이미지</td>
<td>페셔너블한 이미지</td>
<td>3.40</td>
<td>3.12</td>
<td>0.28</td>
<td>5.63***</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>독특한 이미지</td>
<td>3.05</td>
<td>2.95</td>
<td>0.10</td>
<td>2.16*</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>세련된 이미지</td>
<td>4.01</td>
<td>3.59</td>
<td>0.42</td>
<td>9.05***</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>낙관된 이미지</td>
<td>3.86</td>
<td>3.51</td>
<td>0.35</td>
<td>7.27***</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>갈등함(갈등한) 이미지</td>
<td>3.92</td>
<td>3.65</td>
<td>0.27</td>
<td>6.48***</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>젊은 이미지</td>
<td>3.79</td>
<td>3.50</td>
<td>0.29</td>
<td>6.00***</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>전 체</td>
<td>3.67</td>
<td>3.38</td>
<td>0.29</td>
<td>10.31**</td>
<td>1</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>우아하고 풍위있는 이미지</td>
<td>우아한 이미지</td>
<td>3.82</td>
<td>3.47</td>
<td>0.35</td>
<td>7.36***</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>지적인 이미지</td>
<td>3.82</td>
<td>3.53</td>
<td>0.29</td>
<td>6.06***</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>풍태있는 이미지</td>
<td>3.92</td>
<td>3.62</td>
<td>0.30</td>
<td>6.58***</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>고급스러운 이미지</td>
<td>3.86</td>
<td>3.66</td>
<td>0.20</td>
<td>3.87***</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>전 체</td>
<td>3.77</td>
<td>3.49</td>
<td>0.28</td>
<td>9.11***</td>
<td>2</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>편안한 이미지</td>
<td>3.87</td>
<td>3.56</td>
<td>0.31</td>
<td>6.16***</td>
<td>4</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>실용적 이미지</td>
<td>3.71</td>
<td>3.49</td>
<td>0.22</td>
<td>4.66***</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>활동적 이미지</td>
<td>3.53</td>
<td>3.32</td>
<td>0.21</td>
<td>4.31***</td>
<td>11</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>단순한 이미지</td>
<td>3.14</td>
<td>3.21</td>
<td>-0.07</td>
<td>-1.57</td>
<td>14</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>전 체</td>
<td>3.62</td>
<td>3.43</td>
<td>0.19</td>
<td>6.51***</td>
<td>3</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

*차이는 중요도에서 만족도를 뺀 값이며, 개선 우선순위는 격차가 큰 순서를 나타낸다.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001


V. 결 론

본 연구의 결과는 첫째, 추구의복이미지 차원은 페셔너블하고 세련된 이미지, 우아하고 풍위있는 이미지, 편안하고 활동적인 이미지 차원의 3개 차원으로 분류되었고, 페셔너블하고 세련된 이미지 차원은 페셔너블, 독특한, 세련된, 낙관한, 갈등한(임현현) 등으로 구성되었다. 그리고 편안하고 활동적인 이미지 차원은 편안한, 실용적, 활동적, 단순한 이미지 등으로 구성되었다. 둘째, 추구의복이미지의 중요도
| <표 5> 정장 추구의목이미지와 의복디자인 요소의 관계점수 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 실루엣 | 디테일 | 스키트 | 바지 |
| | 가중치 | | | | |
| 의복디자인 요소 | 장 | | | |
| 소비자 요구 추구의목이미지 | 여유분 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0074 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 |
| 패셔너블하고 세련된 이미지 | 5.85 | | | | |
| 품위있고 우아한 이미지 | 6.02 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 |
| 편안하고 활동적인 이미지 | 5.77 | 0.0074 | 0.0074 | 0.0000 | 0.0074 | 0.0025 | 0.0025 | 0.0025 | 0.0025 |
| 제품품질의 중요도 | 0.1765 | 0.1727 | 0.1338 | 0.0576 | 0.1746 | 0.1746 | 0.0576 | 0.0144 | 0.0142 | 0.1480 | 0.1022 | 0.0433 | 0.1480 | 0.0588 | 0.2173 | 0.1442 | 0.0142 | 0.1444 | 0.3920 | 0.0142 |
| 우선순위 | 11 | 16 | 21 | 25 | 12 | 12 | 25 | 32 | 34 | 17 | 23 | 29 | 17 | 24 | 9 | 19 | 34 | 32 | 1 | 34 |
| | 가중치 | | | | |
| 의복디자인 요소 | | | | | | | |
| 소비자 요구 추구의목이미지 | 소재 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 패셔너블하고 세련된 이미지 | 5.85 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0025 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 | 2.4265 | 1 |
| 품위있고 우아한 이미지 | 6.02 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0000 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 2.0806 | 2 |
| 편안하고 활동적인 이미지 | 5.77 | 0.0025 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0074 | 0.0222 | 0.0222 | 0.0025 | 0.0222 | 1.3820 | 3 |
| 제품품질의 중요도 | 0.0576 | 0.3065 | 0.3920 | 0.3920 | 0.0287 | 0.3920 | 0.3920 | 0.1300 | 0.1746 | 0.1771 | 0.3920 | 0.1746 | 0.1427 | 0.3920 | 0.0293 | 0.0436 |
| 우선순위 | 25 | 8 | 1 | 1 | 31 | 1 | 1 | 22 | 12 | 10 | 1 | 12 | 20 | 1 | 30 | 28 |
와 만족도 차이는 제안된 이미지, 우아하고 품미있는 이미지, 편안하고 활동적인 이미지 차원의 순으로 유의한 차이가 나타났다. 구체적으로, 제안된 이미지 차원에서 제안된 이미지와 달리한 이미지 순으로 중요도 및 만족도 차이가 높게 나타났다. 우아하고 품미있는 이미지 차원으로 우아한 품미있는 이미지 차원의 순으로 중요도가 높게 나타났다. 편안하고 활동적인 이미지 차원은 전반적으로 중요도가 만족도보다 높게 나타났으나, 단순한 이미지는 중요도보다 만족도가 높게 나타났다. 설계, 중·노년층 여성 소비자들을 대상으로 요구하는 추구의복 이미지를 변형한 의복디자인을 위해 품질기능 전개 모형을 이용하여 의복디자인의 중요 제품설계 요소의 우선순위 순서로서 소재종류, 소재 촉감, 소재 두께, 소재가격의 가장 요소로 나타났다. 또한 색상에는 배색 수와 색채배색종류로 나타났으며, 바지의 허리부분을 나타내는 형태가 중요한 디자인 요소로 나타났다. 이는 소비자들이 고려하는 추구의 복의미지를 나타내는 것은 소재의 선택과 색상의 선택 등으로 좌우가 됐을 수 있었다. 따라서 기존의 중·노년층 여성들을 위한 의복조합업체들은 추구의 복의미지를 반영하기 위하여 개발해야 하는 이미지는 제안된 이미지 차원, 우아하고 품미있는 이미지 차원의 순으로 의복디자인의 높이 중요한 것으로 나타났다. 또한 품미있고 우아한 이미지를 기준으로 제품을 생산하였으나, 보다 절차 보이고, 세련되며, 편안한 이미지의 절대를 만들 수도 있도록 소재의 선택과 디자인 선택에서 만족을 기대해 볼 것으로 생각된다.

[참고문헌]

김유덕. (2003). 중·노년층 여성의 의복추구이미지와 의복관

상과의 관계. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
박정혜. (2002). 추구의복미소의 의복디자인에 따른 섹스차이

장제도 연구. 숭실여자대학교 대학원 박사학위 논문.
정인희. (1992). 의복디자인의 구성을, 계층구조 및 평가

차원에 대한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
홍정희. (2002). 감성과학적 연구방법을 적용한 최적 브레지

어 설계. 한국생활환경학회지, 9(3), 226-237.


