



저작자표시-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

장 민 정 교수지도  
석사학위 청구논문

전통한복의 디자인선호도와  
구매행동에 관한 연구

2013

성신여자대학교 대학원  
의류학과  
박 은 주

# 전통한복의 디자인선호도와 구매행동에 관한 연구

장 민 정 교수지도

이 논문을 석사학위 청구 논문으로 제출함

2012년 12월

성신여자대학교 대학원  
의류학과  
박 은 주

# 인 준 서

박은주의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 \_\_\_\_\_ 인

심사위원 \_\_\_\_\_ 인

심사위원 \_\_\_\_\_ 인

성신여자대학교 대학원

## 논문개요

본격적인 국제화 시대의 도래로 전통문화에 대한 관심이 증대되면서 복식분야에서도 한국적 정체성 표현에 초점을 맞추어, 품질과 디자인의 개성화, 다양화, 고급화 현상이 두드러졌다. 한국의 전통복식인 한복은 우리 민족의 생활양식과 기후 풍토에 가장 알맞게 정착된 고유의상이다.

본 연구는 첫째, 인구통계학적 특성에 따른 전통한복의 디자인선호도의 차이를 알아보고, 둘째, 인구통계학적 특성에 따른 구매행동의 차이를 조사하며, 셋째, 전통한복의 가격태도와 선호집포를 파악하는데 그 목적이 있다.

선행연구와 이론적 고찰을 바탕으로 웨딩 업체가 밀집되어 있는 청담동 일대의 한복 전문 숭과 종로의 주단집을 방문한 513명의 소비자를 연구대상으로 하여 설문조사를 실시하였으며, 질문지는 선행 연구를 통해 추출된 측정 문항과 선정된 디자인을 바탕으로 작성하였다. 질문지는 총 97문항으로 전통복식의 구매행동에 관한 문항, 전통복식의 가격에 대한 문항, 전통복식의 디자인 요소, 즉 형태(실루엣), 색상과 배색, 문양의 종류나 크기와 간격, 장식에 관한 문항과 브랜드 정보 문항, 집포이미지 문항 외 인구통계학적 변인을 측정문항으로 구성하였으며, 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) Win 18.0 프로그램을 이용하여 빈도분석(Frequency Analysis), 카이제곱 검정(Chi-square test), t-test(Independent samples t-test), 일원변량 분석(Analysis of variance)을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 특성에 따른 디자인선호도 차이를 분석한 결과 성별에 따라서 저고리치마비율, 치마실루엣유형, 소매통유형, 고름나비길이, 저고리색상에서 유의한 차이를 보였다. 즉, 저고리치마비율에서 여성은 1:4비율을 선호하는 경우가 60.9%로 가장 많았고, 남성은 1:5가 26.1%로 높았다. 치마실루엣은 여성이 기본형과 풍성한 형을 선호한 반면에, 남성은 슬림형과 A라인형의 선호도가 높

게 나타났다. 소매통유형은 여성은 기본형의 선호도가 78%로 남성의 64.7%보다 더 높았다. 저고리색상은 남성과 여성 모두 연핑크가 가장 높게 나타났으나, 여성은 미색, 노랑색의 선호도가 높은 반면에 남성은 노랑색과 옥색 선호도가 높게 나타났다. 인구통계적 특성 중 연령에 따라 소매통유형, 깃의 모양, 고름나비 길이, 저고리색상, 치마색상, 문양크기의 선호도에서 유의한 차이를 보였다. 소매통유형에서 칼배래는 30세 미만에서, 기본형은 50세 이상에서 더 높은 선호도를 보였다. 깃의 모양은 30대 이상에서는 일반깃이 45%이상으로 높게 나타났지만, 30세 미만에서는 각당코깃과 반당코깃의 비율이 높게 나타났다. 고름나비 길이는 3.5:60과 2:45는 연령이 낮을수록, 6:100과 4.5:90은 연령이 높을수록 선호하는 것으로 나타났다. 저고리색상은 연령이 낮을수록 노랑색과 연핑크의 선호도가 높게 나타났고, 연령이 높을수록 미색, 비둘기색, 옥색의 선호도가 높게 나타났다. 치마색상은 연령이 낮을수록 빨강과 진분홍 색상의 비율이 높게 나타났고, 연령이 높을수록 골드색과 남색의 비율이 높게 나타났다. 문양크기는 30세 미만은 '대'를 선호하는 반면에 연령이 높을수록 '중'크기를 선호하는 것으로 나타났다. 연령에 따른 문양 선호에 대한 분석 결과 자연문양은 40대와 50세 이상에서 선호도가 높게 나타났고, 석류도 40대가 30세 미만보다 선호도가 높게 나타났다. 용문양은 30~40대가 50세 이상보다 높게 나타났으며, 학은 40대가 30세 미만보다 선호도가 더 높았다. 십장생과 만자는 40대가 30세 미만이나 30대보다 높았으며, 수복은 40대 이상이 30세 미만보다 높게 나타났다. 단청은 40대가 50세 이상보다 선호도가 높은 것으로 나타났다. 인구통계적 특성 중 학력에 따라서는 저고리유형에서만 유의한 차이를 보였다. 민저고리는 중졸/고졸이 대졸 이상보다 높게 나타났고, 반회장저고리는 대졸 이상에서 더 높은 비율을 보였다. 문양선호도에 있어서 유의한 차이를 보인 문양은 동물이었으며, 구체적 문양은 용문양, 만자, 단청문으로 나타났다. 동물문은 대졸 이상이 중/고졸보다 선호도가 높게 나타났다. 용문양도 대졸이상이 중/고졸보다 높게 나타났으며, 만자와 단청 문양은 중/고졸이 대졸 이상보다 선호도가 더 높은 것으로 나타났다.

장식에서 유의한 차이를 보인 장식은 아플리케로 중/고졸이 대졸 이상보다 선호도가 높게 나타났다. 인구통계적 특성 중 체형에 따라서 치마실루엣과 저고리 색상에서 유의한 차이를 보였다. 치마실루엣은 과체중인 경우 슬림형과 A라인형을 더 선호하고 저체중인 경우 항아리형과 풍성한형을 더 선호하는 것으로 나타났다. 저고리색상은 저체중은 녹색과 노란색 비율이 높은 반면, 과체중은 연핑크와 옥색의 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 문양 선호도의 차이를 분석한 결과 유의한 차이를 보인 문양인 구름문양과 만자문양은 과체중이 저체중보다 더 선호도가 높은 것으로 나타났다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따른 구매행동의 차이를 분석한 결과 전통복식 선택시 남성과 여성 모두 디자인이 가장 중요한 선택기준으로 나타났으며, 남성은 그다음 가격인 반면, 여성은 색상이었다. 영향을 준 정보원에서는 여성과 남성 모두 TV드라마에서 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타났고, 남성은 가족으로부터, 여성은 잡지화보나 인터넷에서 정보를 더 얻는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 구매경험, 전통복식 구입시 영향을 준 정보원에서 유의한 차이가 있었다. 연령이 높을수록 가족의 영향이 증가하는 것으로 나타났고, 연령이 낮을수록 인터넷의 영향이 증가하는 것으로 나타났다. 전통복식 소유별수와 전통복식 선택기준 중요도에 대해서는, 소유별수에 대해서 유의한 차이가 있었으며 50세 이상과 30대 미만에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 학력에 따라서 전통복식 선택시 중요 기준원에서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 디자인이 가장 중요한 선택기준으로 나타났으나, 중졸/고졸은 바느질, 품질 순으로 중요하게 생각하였고, 대졸이상은 품질, 바느질 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 직업에 따라서는 구매경험에서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 가격 결정태도는 성별, 월소득, 직업군에 따라 유의한 차이를 보였다. 성별에서 여성은 마음에 들면 예상 가격보다 금액이 초과하더라도 구매하는 비율이 높았으며, 남성은 결정한 금액내에서만 구매하는 비율이 더 높게 나타났다. 가격결정에 따라 선택기준에 유의한 차이를 보인 항목은 디자인으로 나타났으

며, 디자인이 마음에 들면 금액을 초과해서 구매하는 경우가 높게 나타나 디자인에 대한 중요도 점수가 더 높은 것으로 나타났다.

넷째, 인구통계적 특성에 따른 한복 선호시장 차이를 분석한 결과, 유의한 차이를 보인 특성은 연령, 학력, 월소득, 직업으로 나타났다. 즉, 연령별로 볼때 디자이너한복은 30세 미만에서 높은 비율을 나타냈으며, 포복점/주단점은 50세 이상에서, 한복맞춤점은 40대에서, 혼수전문점은 30세 미만과 30대에서 비율이 높게 나타났다.

전통한복 시장이 점차 감소하고 있는 시점에서 본 연구는 성별, 연령, 학력, 직업, 체형 등에 따른 선호도 차이를 구체적이고 실증적으로 분석함으로써 성인여성의 전통한복 생산 기획에 효과적으로 활용 할 수 있는 기초자료를 제공하고, 한복의 우수성에 대한 재인식을 위해 계몽을 지속적으로 펴고, 우리의 의상 문화를 소중하게 보존하고자 하는데 의의가 있다. 아울러 한복 소비자에 대한 고객 관리 마케팅 전략에 도움을 주어 국내 내수 시장은 물론 세계 시장을 향한 한복 패션의 수출을 위한 합리적인 자료가 될 것으로 사료된다.

# 목 차

## 논문개요

I. 서 론	1
II. 이론적 배경	4
1. 전통 한복	4
2. 전통 한복 시장	21
3. 전통 한복의 디자인선호도에 관한 선행연구	27
4. 전통 한복의 구매행동에 관한 선행연구	29
III. 연구방법 및 절차	31
1. 연구문제	31
2. 측정도구 및 방법	32
3. 연구대상 및 자료 분석	35
IV. 연구결과	38
1. 전통한복의 구매행동 특성	38
2. 전통한복의 디자인선호도	42
3. 전통한복의 점포이미지 특성	49
4. 인구통계적 특성에 따른 디자인선호도의 차이	51

5. 인구통계적 특성에 따른 구매행동의 차이.....77  
6. 전통한복의 가격과 점포이미지 평가.....86  
**V. 결론 및 제언.....99**

**참 고 문 헌**

**ABSTRACT**

**부 록(설문지)**

## 표 목 차

<표 1> 세기별 치마저고리 양상	11
<표 2> 조선왕조말기 이후의 저고리 변천사	13
<표 3> 전통 문양의 분류	20
<표 4> 전국 산업체별 소매업 현황 : 한복	21
<표 5> 한복시장의 종류	26
<표 6> 인구통계학적 특성의 분포	36
<표 7-1> 전통한복의 구매행동 특성	40
<표 7-2> 전통한복의 소유개수 및 선택기준	41
<표 8-1> 한복 형태의 선호도 분포	43
<표 8-2> 한복 색상의 선호도 분포	45
<표 8-3> 문양 크기 및 간격 선호도 분포	46
<표 8-4> 문양 선호도의 분포	47
<표 8-5> 장식 선호도의 분포	48
<표 9> 전통한복의 점포이미지	50
<표 10-1> 성별과 디자인선호도의 관계	52
<표 10-2> 성별에 따른 문양선호도 차이	57
<표 10-3> 연령과 디자인선호도의 관계	59
<표 10-4> 연령에 따른 문양선호도의 차이	64
<표 10-5> 연령에 따른 구체적인 문양선호도 차이	65
<표 10-6> 학력과 디자인선호도의 관계	67
<표 10-7> 학력에 따른 문양선호도의 차이	68
<표 10-8> 학력에 따른 장식선호도의 차이	70
<표 10-9> 체형과 디자인선호도의 관계	71

<표 10-10> 체형에 따른 구체적 문양 선호도 차이.....	76
<표 11-1> 성별과 구매행동의 관계.....	78
<표 11-2> 연령과 구매행동의 관계.....	80
<표 11-3> 학력과 구매행동의 관계.....	83
<표 11-4> 직업과 구매행동의 관계.....	85
<표 12-1> 인구통계적 특성과 한복 가격에 대한 태도의 관계.....	86
<표 12-2> 인구통계적 특성에 따른 전통복식의 적정 가격.....	88
<표 12-3> 인구통계적 특성과 전통복식 가격 결정 태도.....	91
<표 12-4> 가격 결정 태도에 따른 전통복식 선택기준의 차이.....	93
<표 13-1> 인구통계적 특성과 선호 점포의 관계.....	95
<표 13-2> 가격 태도와 선호 점포.....	98

## 그림 목 차

<그림 1> 여인상	5
<그림 2> 무용총무용도	5
<그림 3> 문관상	7
<그림 4> 당이현묘 벽화	7
<그림 5> 반비	7
<그림 6> 왕의 공복	8
<그림 7> 백관조복	8
<그림 8> 답호	8
<그림 9> 중의와 자의	9
<그림 10> 철릭	10
<그림 11> 철릭	10
<그림 12> 도포	10
<그림 13> 창의	10
<그림 14> 주의	10
<그림 15> 의례용치마	11
<그림 16> 치마저고리와 쓰개치마	11
<그림 17> 각당코깃	14
<그림 18> 목판깃	14
<그림 19> 반당코깃	14
<그림 20> 민저고리	14
<그림 21> 반회장저고리	14
<그림 22> 삼회장저고리	14
<그림 23> 오방색	16

<그림 24> 오정색 오방색의 3속성에 따른 기호.....16

# I. 서론

한복은 ‘예부터 전해 내려오는 한민족 고유의 의복’이라는 점은 익히 알려져 왔다. 사전에서도 한복에 대하여 “우리나라 고유의 의복”이라고 정의하고 있다. 한복은 예로부터 전해 내려오는 사상·관습·행위·형태·기술 등의 양식이 깃든 옷으로, 치마·저고리·바지·두루마기에 조끼·마고자를 포함하고 있다<sup>1)</sup>.

한복은 민족문화와 전통적인 우리의 삶을 이야기할 때는 누구나 떠올리는 생활문화의 일부분이지만 일반적으로 현대 우리의 생활 속에서는 쉽게 접할 수 없는 과거의 민족문화유산으로 생각되어지고 있는 것도 현실이라 할 수 있다.

그러나 1990년대에 들어와서 본격적인 국제화시대가 열림으로써, 전통문화에 대한 관심이 증대되면서 복식분야에서도 한국적 정체성 표현에 초점을 맞추게 되었고, 품질과 디자인의 개성화·다양화·고급화 현상이 두드러졌다. 특히 1996년 12월 4일 문화체육부의 ‘한복 입는 날’ 선포와 한복을 착용하는 경우에 고궁의 무료 입장 등을 계기로 하여 국민들의 한복에 대한 관심은 더욱 증대되었다고 볼 수 있다<sup>2)</sup>.

2005년 11월 부산에서 개최된 APEC(Asia-Pacific Economic Cooperation)때 각국 정상들이 두루마기를 입고 기념촬영을 하는가 하면 2010년 11월에 개최된 G20때도 참가 정상 영부인들이 모인 창덕궁 연경당에서 한복 패션쇼가 개최되었다.

오늘날 한복은 평상시에 착용하기보다는 결혼 예복이나 각종 행사, 초대복, 파티복 등의 특수한 경우에 착용하고 있는 실정이고 증대된 관심에 비해 실수요는 줄어드는 변화의 시점에서 한복에 대한 보다 많은 연구가 필요하며 전통 한복도 소비자의 기호나 수요에 따라 전문화되고 고급화되어 선택의 폭이 다

---

1) 김여경 (2010). 2000년도 이후 인쇄매체에 나타난 한복의 조형미연구, 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원, p.6.

2) 이상은 (2000). 생활한복 제작업체의 현황조사 및 조사분석, 한국의상디자인학회지, 2(1). pp.97-98.

양해져야 할 때라고 생각된다.

한복은 우리의 선이 이어지고 우리의 숨결이 서려있는 것으로 민족적 기질과 맵시가 담겨 있다. 이러한 한복이 불편하다는 이유만으로 일반인들은 입기를 꺼려해 혼례때 딱 한번만 입는 형식적인 옷으로 정착되어 가는가 하면 예복으로 1회용 대여옷을 찾거나 폐백때 한복을 안입겠다는 예비 신랑, 신부들을 보면 한복인식에 대한 개선이 절실하다고 생각되는 바이다.

그러나 또 한편으로는 전통의 맥을 재인식하여 전통복식을 착용하고자 하는 의식이 부각됨과 동시에 빠른 경제 성장에 따른 생활수준 향상과 의복에 대한 욕구 다양화, 우리 것을 찾고자 하는 운동의 일환으로 소비자들의 한복에 대한 관심과 수요가 높아지고 이에 상응하여 한복의 고급화가 이루어지고 있다. 이미 파리에서 한복 디자이너 이영희는 프레타 포르테(Prêt-à-porter)에 참가하였고, 이를 통해 한복이 영어로 'Hanbok'이라는 고유명사로 표현되었다. 드라마에서도 사극의 비중이 날로 커져 드라마에 빠지지 않고 꾸준히 사랑을 받는가 하면 지금의 한복 형태인 조선시대 후기의 옷을 넘어 다양한 형태의 옷을 선보이고 있다. 특히 조선 중기의 옷인 16세기 한복 중 원주 원씨의 치마와 저고리는 2002년 월드컵 경기 오프닝(Opening) 세레모니(Ceremony) 조추첨 경기에서 조수미가 입어 좋은 반응을 얻은 바 있다.

본 연구는 그동안 한복 업체의 규모나 현황에 관련된 연구, 전통복식의 색상, 디자인, 직물 각각에 대한 연구, 생활 한복의 의복구매행동에 관한 선행 연구는 이루어졌으나, 전통복식에 대한 소비자 집단과 각각의 요소와의 관계를 살펴본 연구는 미비하여 한복의 구매시 가격, 디자인, 실루엣, 색상, 문양, 장식, 점포 이미지가 구매행동에 미치는 영향을 세분화적 관점에서 구체적으로 조사함으로써 소비자 집단별 선호도 차이를 알아보고 이들의 한복 선택 기준을 살펴보는 것에 목적이 있다. 즉, 인구 통계적 특성에 따른 디자인선호도의 차이와 구매행동의 차이, 전통한복의 가격, 디자인, 점포이미지에 따른 구매행동의 차이를 조사하는 것이 그 내용이며, 청담동 한복 전문숍과 종로의 주단집을

방문한 513명의 소비자를 연구 대상으로 하여 설문조사를 실시하는 방법을 사용하였다. 이와 같은 연구 자료는 한복이 기능화·고급화·전문화 하는데 기초가 되고, 한복에 대한 재인식을 통해 지속적인 계몽과 우리의 의상 문화를 소중하게 보존하고자 하는 것에 의의를 갖는다. 아울러 한복 소비자에 대한 고객 관리 마케팅 전략에 도움이 되어 국내 내수 시장은 물론 세계 시장을 향한 한복 패션의 수출을 위한 합리적인 자료가 될 것으로 사료된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 전통 한복

모든 문화는 역사라고 하는 시간과 풍토라고 하는 공간에 의해 생겨나온 것으로 각 문화는 제 나름대로의 민족의상이라는 독특한 스타일의 옷을 만들어 낸다<sup>3)</sup>. 예를 들면 일본의 기모노, 중국의 치파오, 인도의 사리 등을 들 수 있다.

한복은 우리나라 고유의 의상으로서 현재까지 우리의 문화 유산을 고스란히 지키고 있는 문화중 하나로 꼽히고 있다.

#### 1) 한복의 역사

##### (1) 삼국시대 복식

고구려인들의 의복은 스키타이계 복장인 유(襦)· 고(袴)· 장유(長襦) 외에 중국계복장인 상(裳)과 포(袍) 등이 있었다. 전형적인 스키타이계 복장의 하나인 유는 원래 좌입이며 소매통이 좁은 착수였으나 중국 복식의 영향으로 우입의 소매통이 넓은 광수로 변화하였다. 유의 기본 형태는 전개교입형(前開交襟形)에 길이는 엉덩이를 가릴 만큼 길며, 허리에 띠를 두르고, 깃과 섶· 끝동 등에 선(襷)이 가해져 있다. 소매의 모양은 소매통이 좁고 손목까지 오는 통수와 소매통이 넓고 긴 대수로 나눌 수 있다. 선을 대는 것은 장식적인 의미가 큰데 색조와 문양의 변화가 많으며, 귀녀에게만 있는 부선과 유문선이 계급적 차별을 느끼게 한다<sup>4)</sup>. 장유의 착용 모습은 고구려 고분벽화 등에서 볼 수 있는데, 중국식의 포와는 달리 길이도 속에 입은 바지와 치마가 보이도록 그다지 길지 않고 폭도 그리 넓지 않아 우리의 “유”의 형태가 길이만 길어진 양식을 하고

3) Alpha, L. & Helen, P.H. (1968). The wide world of clothing. NY: The Ronald Dress Company New york. p.28.

4) 유희경·김문자 (2009). 한국복식문화사, 경기: 교문사, p.35.

있다. 고는 기록에 태우고·대우고·고대구·적황고·궁고 등이 있고 세고·궁고·관고로 나눌 수 있다. 치마(裳·裙)는 주로 여인들이 착용하는 것으로 군은 상보다 폭을 더해서 미화시킨 것이다. 치마의 양식 중 특이한 색동치마가 당의 여인도<그림 1>에 보이기도 한다. 보통 허리에서 밑단에 이르기까지 잔주름이 잡혀 있다. 포는 우리 고유의 장유 양식과 구분되는, 중국식의 바닥에 끌리는 긴 내리단이 옷을 지칭한다. 벽화에 보이는 포의 형태는 소매가 넓고 길어 손등을 덮는 전형적인 중국식 포임을 알 수 있다.

백제는 언어와 복식, 음악이 고구려와 같다는 <<북사>>와 <<구당서>>에서 이르듯이 일반적인 복식은 고구려 고분벽화(그림 2)에 나타난 것과 유사한 것이었다<sup>5)</sup>.

고신라인들의 의복에 관해 <수서>와 <북사> 동이전 신라조에는 “의복은 대개 고구려·백제와 같은데 복색은 소(素)를 숭상한다”고 하였다.

가야에서도 화려한 의복생활을 했을 것으로 보이며, 타 관모나 장신구류도 미루어 보아 그 대부분은 문화적 배경이 비슷한 고신라와 같은 유·장유·고·상·포 등을 착용했을 것으로 추측된다<sup>6)</sup>.



<그림 1> 여인상

(출처 : 한국복식문화사 p.37)



<그림 2> 무용총무용도

(출처 : 한국복식사 p.34)

5) 문화관광부 (2004). 우리옷이천년, 서울: 미술문화, p.19.

6) 유희경·김문자 (2009). 진계서, p.72.

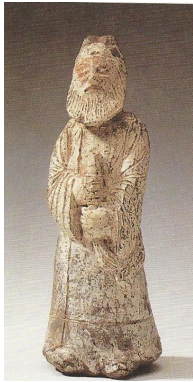
## (2) 통일신라 복식

통일신라의 남자 복식으로 표의, 내의, 반비, 고가 있고 여자 복식으로는 표의, 내의, 단의, 배당, 고, 상이 있다. 남자의 표의는 가장 겉에 입는 옷으로 황성동 고분과 용강동 고분 출토 인물토용에 보면 단령포(團領袍) 형태가 대부분인데(그림 3), 당 이현묘 벽화에 보면 우리 고유의 장유 형태도 착용했던 것으로도 보인다(그림 4). 내의는 겉옷 속에 입는 옷으로 그 형태는 알 수 없으나 고구려 고분벽화의 유나 장유 속에 보이는 둥근 것의 내의와 같은 종류로 추측된다<sup>7)</sup>. 당제에서 온 반비는 골품계급에게만 허용되었고 <<지봉유설(芝峰類說)>>에서 “당고조(唐高祖)가 소매를 짧게 한 옷을 만들어 반비(그림 5)라 하였는데, 이것이 오늘날의 배자(褙子)이다.”라고 하였다. 고는 신라에서는 가반(柯半)이라고 하였으며, 통이 넓은 관고(寬袴)와 통이 좁은 세고가 있었다. 여자들은 의례적인 경우에 표의를 착용했고, 단의나 표의 속에는 내의를 착용했다. 단의는 여인 전용으로 유(襦)에 속하나, 치마를 유 위에 입게 되면서 유 길이가 다소 짧아져 단의라 한 것으로 보인다<sup>8)</sup>. 배당(褙襠)은 배자의 일종으로 반비와 같은 계통이라 하겠는데, 반비와 달리 소매가 없다. 이것은 여인 전용으로 평민녀에게는 착용이 허용되지 않았다. 여자도 평시에는 고만을 입었고, 상은 의례용으로 그 위에 덧입었다. 상은 표상과 내상이 있으며, 표상은 겉에 입는 것으로 치마허리가 있으며, 삼국시대의 치마와는 달리 주름이 치마 단까지 잡히지 않고 현대 치마와 같이 위에만 잡혀 있다. 내상은 항상 속에만 입는 상이 아니고, 상을 두 개 입을 때 속에 입었기 때문에 내상이라 하였다. 5두품 이상 특수층만 착용하였으며, 그 재료도 계수·금·라 등을 금한다고 했으므로 상당한 고급 옷감을 사용한 것으로 보인다<sup>9)</sup>.

7) 권준희·조우현 (2002). 통일신라 내의, 단의 고, 복식, 52(2). p.105.

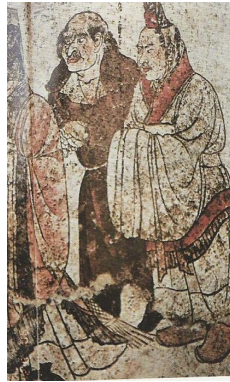
8) 백영자 (1993). 한국의 복식, 서울: 경춘사. p.79.

9) 김미자 (1988). 치마 저고리의 차림새에 관한 연구, 한국복식학회 제 10차 추계학술발표회.



<그림 3> 문관상

(출처 : 우리옷이천년 p.34)



<그림 4> 당이현묘 벽화

(출처 : 한국복식문화사 p.84)



<그림 5> 반비

(출처 : 한국복식문화사 p.87)

### (3) 고려시대 복식

#### ① 남자복식

왕복은 제복(祭服)· 조복(朝服)· 공복(公服)· 상복(常服)· 연복(燕服)으로 구별되었고, 백관복은 제복, 조복, 공복, 상복, 장위복 등으로 나눌 수 있다. 민서복 의로의 포의 명칭은 ‘조주위구(早紬爲裘), 백저위포(白紵爲袍), 백저포’로 표현되고 있어 주로 ‘구’ 또는 ‘백저포’ 등으로 구분하는데, 이는 재질의 차이를 나타낸 것이다. <<고려도경>> 고장조에서는 “저의는 중단인데 이속에서는 준령을 사용하지 않으며 왕에서부터 민서에 이르기까지 남녀 구별없이 모두 이를 입었다”고 하였다. 저의는 그 형태가 중국제의 중단과 비슷한 것이었는데, 여기에 와서는 고대사회의 포와 유에 있던 선이 없어졌다. 의는 주로 <<고려도경>>에 “녹의· 자의· 조의· 자라착의(紫羅窄衣)· 포착의(袍窄衣)· 비착의(緋窄衣)· 자문라착의(紫文羅窄衣)· 자착의” 등으로 표현되어 있는데, 온양박물관 소장품에도 ‘자의라는 명칭이 쓰여진 복식이 있다. 이 형태는 유의 모습이 아니라 전형적인 포의 길이 정도이다. 또 통일신라시대부터 착용했던 반비도 고려시대에 그대로 유지되었고 고려 후기에 와서는 명칭이 답호로 바뀌었다<sup>10)</sup>.

10) 권영숙·이주영·장현주 (1997). 해인사 금동리노자나불 발해복식과 고려 후기 의복의 특성, 정보문화재 연구원 학술발표회. PP.129-141.

그 외에 주인복으로 유도복 형태의 단갈과 남자 바지인 고가 있다.



<그림 6>왕의 공복

(출처 : 한국복식사 p.110)



<그림 7>백관조복

(출처 : 우리옷이천년 p.48)



<그림8>답호

(출처 : 한국복식사 p.124)

## ② 여자복식

고려시대 귀부녀들의 의복은 통일신라기의 의복을 그대로 습용하는 경우가 대부분이었으며, 원 복속기에 들어와서 일부에서 몽고복의 영향을 받은 모습이 보이고 있으나 고려 말기까지도 통일신라기의 복식형태가 유지되었음을 볼 수 있다. 이 같은 경향은 조선조 초기의 여인복에도 그대로 이어지고 있음을 알 수 있다. 포는 백저로 하여 입었으며, 그 제도가 남자의 포와 비슷하다. 불복장 유물을 살펴보면 자의(그림 9)는 포형으로 고대의 우리 고유의 포형들이 직령교입식이며 직수형인데 비해 교입형이면서 깊이 여몄고 앞뒤 길이에 차이가 있으며 옆이 허리 밑으로는 트여 있다. 중의는 소재로 치수로 보아 자의의 밑받침 옷으로 입었던 것으로 본다<sup>11)</sup>.

민서녀복은 남자와 같은 백저포를 입었고, 구속(舊俗)에 여자의 복에 백저의·황상은 위로는 공후귀가로부터 아래로 민서의 치첩에 이르기까지 분별이 없었다. 특수직의 여인들이 선군을 착용했고, 상의는 넉넉한 듯하나 품은 좁은 편으로 깃은 목관깃에 작은 옷고름이 있었을 것이다<sup>12)</sup>.

11) 유희경·김문자 (2009). 전계서. p.164.

12) 유송옥 (1999). 한국복식사, 서울: 수학사. p.138.



<그림 9> 중의와 자의

(출처 : 우리옷이천년 p.52)

#### (4) 조선시대 복식

##### ① 남자복식

왕복과 왕세자복에는 면복, 조복, 상복, 용복, 군복이 있고 집에서 입는 편복이 있고, 백관복에는 제복, 조복, 공복, 상복, 시복, 용복이 있는데 왕보다 세분화되었다. 형태는 초기에는 중국제와 같았으나 중후기 이후 많은 점이 한국화되었다.

서민복으로는 직령, 철릭, 심의, 답호, 장의, 액주름포, 도포, 중치막, 창의, 학창의, 주의, 소창의, 현단, 배자 등이 있다. 직령은 별감(別監), 향리(鄕吏), 소친시(小親侍)의 상복(常服)으로 초기부터 말기까지 착용되었고, 상복(喪服)으로도 입혀졌다. 철릭은 고려 때부터 계속 입혀진 것으로 겉옷의 밑받침 옷으로 입혀졌다<sup>13)</sup>. 비상시 겉옷을 벗으면 옷을 갈아입는 번거로움 없이 용복으로 대신할 수 있었으며 한쪽 혹은 양쪽 소매를 반소매로 만들고 따로 긴 소매를 만들어 매듭단추로 연결한 실용적인 옷이었다. 도포는 사대부의 외출복, 제사복, 수의(壽衣)로 곧은 것에 무가 달려 있고 소매가 넓다. 지금도 강원도에서는 신부가 혼수품으로 준비해 가서 신랑이 제사지낼 때 입다가 수의로 착용한다. 주의는 삼국시대 우리의 기본 포를 계속 입으면서 두루마기가 있었고 현대까

13) 고복남 (1986). 한국전통복식사, 서울: 일조각. p.282.

지 입혀지고 있는 옷으로 조선 후기 상류층에서는 집에서 입거나 외출시 겹옷 안에 받쳐 입던 옷이다. 하류층은 외출복으로 입었다. 창의를 공복 안에 입던 옷으로 끈은 깃에 소매가 넓고 무가 있으며, 트임이 있는 옷이다. 배자는 남녀 노소 모두 입었는데 계절에 따라 옷감이 달랐고 저고리 위에 덧입었다.



<그림 10> 철릭

(출처 : 한국보식도감 p.140)



<그림 11> 철릭

(출처 : 재미로 보는 우리의 옛그림:신윤복 p.67)



<그림 12>도포

(출처 : 정사공신 신경유묘 출토복식 p.62, 80)



<그림 13>창의



<그림 14>주의

(출처 : 한국보식도감 p.85)

## ② 여자복식

왕실복식과 서민복식으로 나누어 보면 왕실복식에는 치적의, 적의, 국의(鞫衣), 노의(露衣), 장삼, 원삼, 당의가 있고, 서민 예복으로는 단삼, 활옷, 원삼, 소의, 염의 등이 있다.

그 외 예복 치마로 19세기에 서양에서 유행한 벅슬 스타일이 이미 우리 나라에서 16세기에 이루어진 뛰어난 미감의 특수한 치마형이 10점이나 있다.(그림 15)

조선초기의 저고리는 품이 넉넉하고 화장과 길이가 길다. 조선중기가 되면서 등길이가 짧아지고 연대가 내려갈수록 더욱 짧아진다. 배래는 직선이던 것이 수구를 약간 좁힌 곡선이 되었다. 깃은 목판깃이던 것이 이때와서는 당코 형

식이 되었고 고름의 너비는 좁으나 전보다 길이는 다소 길어졌으며 일반적으로 단소화 경향을 나타내고 있다. 세기별 치마저고리 양상을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 세기별 치마저고리 양상

구분/세기	15C	16C	17C	18C	19C
사 진					
저고리					

서민 일상복으로는 치마, 저고리와 쓰개치마, 장옷, 천의 등이 있다.



<그림 15> 의례용 치마

(출처 : 우리옷이천년 p.103)



<그림 16> 치마저고리와 쓰개치마

(출처 : 해원풍속도 p.108, 109)

## (5) 개화기 및 일제시대 복식

### ① 남자복식

개화기의 남자 복식은 관복의 간소화와 양복의 도입이 특징으로 나타난다. 1884년 의제개혁을 보면 당상의 시복인 흉단령을 입지 못하게 하고 대소조의 진견 및 췌내외공고에는 모두 간편하게 흑단령을 상착토록 하되 여기에 흉배를 가하여 문무계품을 구별하게 하였다. 이 단령제도는 복식 현대화의 첫걸음

이라는 데에 그 의의를 지니고 있는 것이다<sup>14)</sup>. 그 후 1894년 갑오경장으로 관복의 간소화를 이룬 후 제 2차 개혁에서는 과거의 금관조복도 공복과 상복도 그 자취를 감추고 공복에 착용하던 흑단령 하나면 대례복이 될 수 있었으며, 공·상복의 구별 없이 소례복을 착용케 하여 사모를 쓰고 주의 위에 답호를 걸치고 목화를 신도록 하였던 것이다. 그리하여 이듬해 을미개혁에서는 공사예복에 답호도 없애고 주의만을 입게 하여 오늘날 우리의 포제는 주의 일색이 되었다. 두루마기는 양복에서의 외투와 같은 역할을 하였으나, 우리 의관제도에서는 사계를 통해 입게 되어 있어, 아무리 더운 여름철이라 하더라도 맨저고리, 바지만으로는 다닐 수 없었고 꼭 이 두루마기를 입고 외출하게 되어 있었다. 그 외 전개합입형의 상의로 마고자와 조끼, 저고리와 적삼, 등걸이, 바지가 개정된 개화기 일반 서민의 대표적인 복식이다.

## ② 여자 복식

이제까지 우리나라 고유의 복식과 중국 복식의 이중구조 아래에서 변천해 오던 것이, 이 시기를 계기로 하여 양장의 등장과 더불어 그 간편함을 택하여 서양 복식과의 이중구조로 변천해 갔다. 우선은 우리 옷을 개량했는데 서양 여성의 간편한 옷을 본떠 저고리의 길이가 너무나 짧아져서 조선조 말에는 바스트라인 위에 올라가던 것이 신문화운동이 전개되면서 웨이스트라인 정도까지 내려가다가 또다시 바스트라인으로 올라오고 있고, 옷고름도 차츰 넓고 길어져서 하나의 특징을 이루게 되었으며 배래가 곡선을 그리며 넓어졌다. 치마의 폭이 줄어들고 짧아져 갔으며, 짧은 치마와 긴치마 두 가지로 나누어졌고, 짧은 치마일 경우 바지가 밖으로 보이던 것이 보이지 않게 되었다. 일반 부녀자들의 치마는 여전히 긴 치마였으나 사회에 진출하여 배우거나 활동을 해야 할 여학도 또는 신여성들은 그 간편함을 택하여 자연히 짧은 치마를 입게 되었다. 조선왕조 말기 이후의 저고리 변천사를 정리하면 <표 2>와 같다.

14) 유희경·김문자 (2009). 전계서. p.347.

<표 2> 조선 왕조 말기 이후의 저고리 변천사

시 기	년 도	사 진
일제강점기	1910-1945	
해방복구기	1946-1960	
산업화기	1961-1970	
고도화 산업기	1971-1980	
경제안정기	1981-1990	
세계화기	1991-1999	

## 2) 한복의 디자인 요소

강혜경의 연구에서는 한복의 디자인을 실루엣, 색, 장식의 세가지로 크게 분류하였다<sup>15)</sup>. 여기에 문양을 추가하여 디자인 요소를 살펴보면 다음과 같다.

### (1) 형태(실루엣)

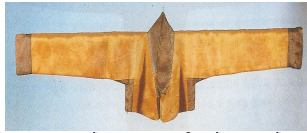
의복의 실루엣이란 의복의 외형선, 즉 의복의 전체적인 윤곽선을 말하는 것으로서, 의복의 표면선과 외계와의 접촉면을 나타내는 면을 실루엣이라 한다.

한복은 거의 고정된 의복형태라는 점에서 옷 길이, 진동, 깃(그림 17, 18, 19), 섹, 동정의 넓이나 길이의 변화 등 주로 세부구조적인 선에 관한 연구가 대부분이었으나 외형면에서 고정되었다 하여도 시대에 따라 저고리의 길이와 치마의 길이, 치마의 폭의 변화 등 실루엣 면에서 끊임없이 변화되어 왔다.

일반적으로 실루엣은 상, 하의 높이, 좌우의 폭의 차이, 전후의 차의 세가지

15) 강혜경 (1985). 한복의 디자인 연구-1967년부터 1985년까지의 치마·저고리를 중심으로, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원. pp.10-35.

차이에서 변화한다. 즉, 한복의 실루엣은 저고리와 치마 길이의 비와 치마 퍼짐에 의한 실루엣으로 좌우된다. 저고리는 길이외에도 유형에 따라 형식이 변하기도 한다.(그림 20, 21, 22)



<그림 17>각당코깃

(출처 : 한국복식사 p.260)



<그림 18>복판깃

(출처 : 우리옷이천년 p.104)



<그림 19>반당코깃

(출처 : 우리옷이천년 p.104)



<그림 20>민저고리

(출처 : 한국의 복식문화사 p.135)



<그림 21>반회장저고리

(출처 : 우리옷이천년 p.127)



<그림 22>삼회장저고리

(출처 : 한국의 복식문화사 p.137)

치마는 구조상으로는 한 장의 장방형의 천을 상부에 주름을 잡고, 그 위에 허릿단을 덧 붙여서 만든 간단한 형식의 스커트라 할 수 있으나, 치마의 주름에서 생기는 확장된 공간과 유동선의 흐름과 빛에 의한 명암구성의 다양한 변화나 리듬은 유선미의 대표적 형식이라 할 수 있다. 현대 한복에 있어서 저고리의 단순화와 치마의 장대화의 경향에 의해 전체 실루엣에서 치마가 차지하는 비가 크며, 또한 복식이 치마를 중심으로 집중되는 특징으로 인해 치마가 전체 실루엣에 미치는 영향이 크다. 이러한 치마는 가변성을 지니는데, 이 가변성은 실루엣의 변화를 가져오며, 이는 주로 치마의 폭 수, 재단상의 문제, 의복의 재료, 치마속에 입은 옷, 입는 방법 등에 의해 좌우된다<sup>16)</sup>.

특히 한복은 인체와는 분리되어 외부공간을 형성하는 디자인적 특수성으로 인하여 세부적인 구조선보다는 옷을 입은 자태미, 즉 착장상태에서의 전체적인 실루엣의 파악이 의의를 갖는다 하겠다.

16) 박현 (1979). 한복의 사적 고찰 및 조형적 분석, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원. p.36.

## (2) 색상

색채란 단순히 물적 색채 현상을 일으킬 뿐만 아니라 색채 감각에 의하여 받아들여지고 색채 감정을 유발시키는 인간의 감각, 사고, 정서의 혼합체이다. 색채가 주는 느낌은 고정적인 것이 아니어서 국가, 민족 문화에 따라 조금씩 다른, 혹은 정반대의 상징을 가지고 받아들여지며, 시간의 흐름 속에 변화하면서 여러 가지 생활 속에 반영된다. 따라서 생활 속에 나타난 색채는 그것을 표현한 인간의 정서, 더 나아가서는 한 나라 특유의 문화적 특성을 탐지할 수 있게 하고, 한 민족 고유의 정신이나 미적 감각을 측정할 수 있게도 한다<sup>17)</sup>. Chamber는 적합한 색채의 의복은 개인으로 하여금 사회생활에 알맞은 외모를 가꾸어 주며 성격 및 연령, 성별을 구별해 준다고 해서 의복색의 중요성을 강조하였다<sup>18)</sup>.

우리 나라의 전통 색채 개념은 음양오행적 우주관에 근거를 둔 것으로서 다섯 가지의 정색과 다섯가지의 간색을 기본색으로 오행의 원리에 따라 인식하고 사용하였다. 적, 청, 황, 백, 흑은 5정색에 해당하며 이것을 양색이라고 말한다. 동방청색과 중앙황색의 간색으로서 녹색, 동방청색과 서방백색의 간색으로서 벽, 남방적색과 서방백색의 간색으로서 홍색, 북방흑색과 남방적색의 간색으로서의 자색, 북방흑색과 중앙황색의 간색으로서 유향색을 5간색 또는 5방잡색이라고도 말한다. 5정색 가운데에서 남방적색과 동방청색은 양색이라고 말하고 서방백색과 북방흑색은 음색이라고 말한다.

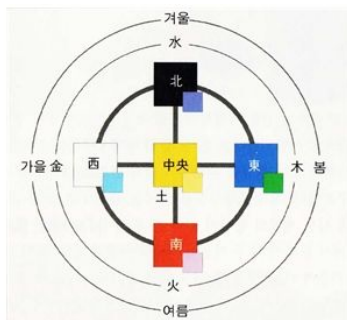
오방정색과 오방잡색이외의 색채에 대해서는 사물이나 자연의 현상으로부터 연상되는 색명으로 나타내거나 물감의 제작과정으로부터 유래하는 색명 또는 관용색명으로 다양하게 나타냈는데 대부분 한자의 뜻글자로 풀이 하였다. 예를 들면 진하고 탁하며 옅고 맑은 색채의 변화는 진, 담, 암 등으로 나타냈다<sup>19)</sup>.

17) 황영주 (2007). 전통색의 이해를 위한 색채교육 프로그램 연구 : 오방색을 중심으로, 석사학위논문, 강원대학교 교육대학원, pp.16~20.

18) Chamber.B.G. (1975). Color and Design, NY: Prentice Hall, Inc. p.180.

한복에 있어서 색채는 감각이상의 정신의 문제인 동시에 상징적인 효과를 주며 과거에는 착용자의 신분 계급을 나타내 주는 역할을 하였다. 한국의 전통 색채는 타민족과 구별되는 특별한 색채의 선호사상을 지니고 특수한 자연환경, 역사, 종교 등은 우리에게 공통된 의식을 형성하고 나아가 색채 선택의 근거를 마련해왔다. 따라서 전통 색채는 자연 환경, 역사, 종교 등 그 시대의 정신과 문화를 총체적으로 반영하고 있는 특징을 지닌다고 하겠다.

한복의 색채에 관한 선행 연구에서 김소영<sup>20)</sup>은 성인 여성의 한복 색채 선호도를 알아보고 한복 색채 선택시 고려 사항을 조사하였다. 한복 색채 요소별 선호도는 지역과 결혼 여부에 따라 유의한 차이를 나타냈고 한복 색채 선택시 고려 사항은 연령과 결혼 여부에 따라서 유의한 차이가 있어 한복 착용이 많은 30대 이상의 여성이 한복 착용시 색채가 중요한 요소라 생각함을 밝혔다.



<그림 23>오방색  
(출처 : 황영주. 전개서. p.20)

오방정색			오방간색		
색 명	기호(HV/C)	색표본	색 명	기호(HV/C)	색표본
적	7.5R 4.8/12.8		홍	0.2R 5.2/15.0	
청	6.8PB 3.3/9.2		벽	2.7P 5.7/10.7	
황	6.4Y 8.4/10.3		녹	0.1G 5.2/6.2	
흑	N		유황	1.2Y 7.7/7.3	
백	N		자	6.7RP 3.3/8.2	

<그림 24>오정색, 오방색의 3속성에 따른 기호  
: 먼셀 국제표준기호에 의한 측정 H:색상, V:명도, C:채도  
(출처 : 국립현대미술관. 전개서. p.13)

### (3) 장식

장식은 하나의 형식운동을 계기로 하는 근원적인 예술 활동에 기초하며, 그 특색은 대칭·균형·율동 등의 형식원리에 의해 표상화되고 규칙화된 형식미를

19) 국립현대 미술관 (1992). 전통색채의 개념, 한국전통 표준 색명 및 색상, 국립현대 미술관, p.13.

20) 김소영 (1990). 성인여성의 한복색채선호도와 성격특성과의 상관연구, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원. pp.66-67.

주는데 있다<sup>21)</sup>.

또한 현대의복의 특징은 장식성이 적고 단순한 실루엣을 추구하는데 반하여 오히려 한복에 있어서는 현대에 이르러 특수복, 예복화 됨에 따라 장식성을 더해가는 경향을 보이고 있다. 한복은 거의 고정된 의복형태라는 점에서 장식이 지니는 의미 또한 크다고 할 수 있으며, 과거부터 현대에 이르기까지 장식의 방법과 장식의 종류 등에서 다양함을 보이고 있다<sup>22)</sup>.

이러한 장식의 재료와 방법은 자수, 금박 및 은박, 색동, 그림, 아플리케(패치워크), 나염과 기타의 방법에 있어서 모자이크, 덧 붙이기, 누비 등의 방법을 볼 수 있다. 현대 한복에 있어서 가장 많이 쓰이는 장식은 자수이며 그 외에 금박 및 은박과 그림 등이 주로 쓰인다. 전명량<sup>23)</sup>은 한복에서 패치워크 기법이 매우 다양하게 사용되었다고 하였는데, 가사(袷裳), 회장저고리, 색동저고리, 잣섶, 굴레 등을 들 수 있다. 가사란 승려가 장삼위에 왼쪽 어깨에서 오른쪽 겨드랑이 밑으로 걸쳐 입는 승복의 일종으로 장방형으로 조각조각 잘라 만들어 입는 옷이다. 색동은 고려시대 때에는 치마에 이용되었으나 조선시대에 들어서 저고리에 이용되었으며, 소매를 색색의 긴 천을 이어 만든 저고리이다. 잣섶은 옷을 만들고 남은 색형겉 조각을 삼각형으로 잘라 이어 붙여 장방형으로 만들어 옷 섶을 장식한 것이다. 그 외에도 어린이용 방한모의 일종인 굴레에서도 패치워크 기법이 나타난다.

전반적인 장식의 양상은 사방 연속 문양과 단독 문양의 경우로 나눌 수 있고, 사방 연속 문양의 경우는 주로 금박에서 볼 수 있는 것으로 치마 저고리 전체에 걸쳐 문자 문양이나 꽃 문양 등의 작은 문양이 장식되어 있는 경우이며 단독 문양은 그림이나 자수의 방법에서 주로 볼 수 있는 치마 밑단부터 저고리 부분까지 확산된 경우를 볼 수 있다. 부분적인 장식의 경우는 저고리와

21) 장문호 (1977). 복식미학, 서울: 세건문화사. p.137.

22) 강혜경 (1986). 전개서, pp.33-35.

23) 전명근 (1997). 패치워크 기법을 응용한 미술의상 연구 : 한국 전통복식을 중심으로, 석사학위논문, 목원대학교 대학원, P.20-21.

치마의 부분으로 나누어 볼 수 있는데 저고리의 주요 장식의 부위는 깃, 도련, 섶, 끝동, 고름, 소매, 결마기 등이며, 그 외에 앞길, 진동 등을 들 수 있다.

#### (4) 문양

##### ① 문양의 개념 및 특성

문양이란 한자의 紋(문)은 장식으로써 정리되고 마무리된 어떤 단위형상을 가리킨다. 따라서 문양은 문(紋)에 가깝거나 문의 반복에 의해서 구성되는 장식 도형을 의미한다. 또한 근래에는 넓게 해석해서 그림, 디자인까지도 포함시키며 무늬라 설명되어지는 경우도 있다. 문양은 생활에 대한 주관적 의식의 반영이며 삶을 통한 문화 활동의 소산임과 동시에 또한 창조적 문명의 산물이라 말할 수 있다<sup>24)</sup>.

문양의 기원은 본능적인 장식욕구에서 찾을 수 있는데 예를 들면, 첫째, 피화기복(避禍祈福)하는 주술적(呪術的)인 것으로 시대가 내려옴에 따라 그 본래의 뜻을 잃는 대신 그 형상이 전통적으로 승계되어 민족적인 특성을 잘 보존한다. 둘째, 편직(編織), 토기 제작 등 생활과 생산기술에서 필연적으로 생겨난 것으로 기술의 공통적 특성으로 인하여 세계적으로 공통된 무늬를 보이는 경향이 있다. 셋째, 심미적인 의욕 등을 생각 할 수가 있는데 첫째와 둘째 요인을 기초로 시대 배경을 반영하여 다양한 변화를 보인다.

문양의 기원이 어느 편에 해당하든 모든 문양은 공통적인 각 시대의 문화를 배경으로 생활 주변의 온갖 소재가 동원돼 조형화되어 온 것으로 거기에는 다분히 민족적 특성과 고유성이 깃들여 있다고 하겠다<sup>25)</sup>.

---

22) 푸산산 (2008). 한국과 중국의 전통문양에 대한 비교 분석연구 : 유사문양의 차이점을 중심으로, 석사학위논문, 대구대학교 대학원, p.4.

25) 이지민 (1995). 한국의 전통 문양을 활용한 텍스타일 디자인에 관한 연구, 석사학위논문, 홍익대학교 대학원, p.5.

## ② 한국 전통 문양의 분류

한복에 사용된 문양의 종류는 크게 동물 문양, 식물 문양, 자연 문양, 문자 문양, 기하 문양 등으로 분류된다. 동물 문양에는 용, 봉황, 학, 꿩, 박쥐, 거북, 나비, 기린, 사슴, 호랑이, 원앙새 등이 있으며, 식물 문양에는 모란, 석류, 처도, 연꽃, 당초, 불로초, 배꽃, 소나무 등과 사군자의 매화, 난초, 국화, 대나무 등이 있다. 자연 문양에는 구름, 달, 물결, 산과 바위, 무지개, 산화 등이 있으며 문자 문양으로는 수(壽), 복(福), 부(富), 귀(貴) 등이 가장 많이 애용된다. 그리고 기하 문양은 아자(亞子), 천둥, 완자(完子), 태극 등으로 심심하지 않게 여러 가지 도안을 만든 것이다. 이러한 한복의 문양은 직고, 금박, 자수 등의 기법으로 주로 사용된다<sup>26)</sup>.

즉, 우리나라의 전통 문양은 추상적인 기하학문양에서부터 사실적인 동, 식물 문양, 자연 문양, 인물 문양에 이르기까지 독자적인 조형적 특성을 갖추고 있다. 이것은 우리나라 원시문화에서도 나타났듯이 자연형상이나 동, 식물의 형태가 문양으로 채택되면서 원시신앙, 자연환경, 지역적 풍토성, 문화적 여건이 한데 어우러져 직접적이고 적극적인 토형 의지로 형상화된 것이며 또한 외래 문화의 유입에도 불구하고 오랜 세월동안 우리 민족 고유의 독창성을 유지하면서 발전하고 변모되어 왔기 때문이다<sup>27)</sup>.

이러한 전통문양은 각 학자마다 조금씩 다르게 분류되었는데, 허균<sup>28)</sup>은 동물, 조류, 어패류, 곤충, 양서류, 식물, 광물, 기물, 기하/ 문자/ 기타로 분류하였고, 권순정·송경자<sup>29)</sup>는 전통식물, 현대기하학, 자연, 길상, 현대식물, 길상문자, 기하학, 동물로 구분하였다. 하호선<sup>30)</sup>은 식물, 동물, 십장생, 자연문, 기하학으로

26) 김필레 (2006). 명품한복 소비자의 구매성향분석과 마케팅 전략, 석사학위논문, 울산대학교 경영대학원. p37.

27) 채송화 (2006). 전통 문양을 응용한 생활한복 디자인에 관한 연구, 석사학위논문, 국민대학교 대학원. P.5.

28) 허균 (1996). 전통문양, 서울: 대원사. pp.20-23.

29) 권순정·송경자 (2002). 2001년도 한복의 디자인 경향과 문양에 관한 연구, 한국의류학회지, 4(2). p.132.

구분하였고, 채송화<sup>31)</sup>는 식물, 동물, 자연, 기하학, 기타로 구분하였다.

이에 본 연구자는 위의 선행연구에 근거하여 전통문양을 식물, 동물, 자연, 기하학, 문자, 기타로 구분하고자 한다. 식물문양에는 매, 난, 국, 죽, 모란, 연화, 당초, 포도, 국화, 석류, 배꽃 등이 있고, 동물문양에는 용, 학, 봉황, 박쥐, 거북, 호랑이, 물고기, 나비 등이 있다. 자연문양에는 운문, 수파, 십장생, 화염이 있고, 기하학문양에는 단청, 귀갑, 와당, 창살, 떡살, 태극 등이 있으며, 문자문양으로는 수, 복, 희, 강령 등이 있다.

<표 3> 전통 문양의 분류

분 류	내 용
식물	매, 난, 국, 죽, 모란, 연화, 당초, 포도, 국화, 석류, 배꽃
동물	용, 학, 봉황, 박쥐, 거북, 호랑이, 물고기, 나비 등
자연	운문, 수파, 십장생, 화염
기하학	단청, 귀갑, 와당, 창살, 떡살, 태극 등
문자	수, 복, 희, 강령
기타	여의두, 귀면

30) 하호선 (2004). 한복 식물문양에 관한 연구, 석사학위논문, 성균관대학교 생활과학대학. pp.6-25.

31) 채송화 (2006). 진게서, pp.8-29.

## 2. 전통한복 시장

### 1) 전통한복 시장의 현황

#### (1) 한복의 전체현황

1997년 조사된 의류시장의 규모는 16조 7천억 원이고 이 중 한복 시장의 규모는 2천억원으로 전체 의류 시장 중 한복 시장의 점유율은 1.2%이다. 한복 시장의 규모는 매출을 파악한 자료가 없어 정확한 매출을 잡기는 어려우나 지난 2002년 결혼 건이 약 37만 쌍인 것으로 추산할 때 148만벌, 여기에 한 벌당 평균 30만원(소매기준)을 상정하면 약 4천 440억대의 시장을 형성했다고 보고 있다<sup>32)</sup>. 명확한 시장 규모의 파악을 위한 통계청 검색 결과(표 4)를 종합해보면 1999년 사업체수 2,412개, 종사자수 3,493명이고, 2006년 사업체수 1,505개, 종사자수 2,154명, 매출액은 93,895백만원이다. 2009년도는 사업체수 1,445개, 종사자수 2,093명, 매출액이 91,112백만원이다.

<표 4> 전국 산업체별 소매업 현황 : 한복 (1999년, 2006~2009년도)<sup>33)</sup>

구분	사업체수(개)	종사자수(명)	매출액(백만 원)
1999년도	2,412	3,493	
2006년도	1,505	2,154	93,895
2007년도	1,489	2,200	83,955
2008년도	1,477	2,174	98,498
2009년도	1,445	2,093	91,112

온라인 업체는 인터넷 포털 사이트 ‘네이버(www.naver.com)’에서 한복으로 검색한 결과, 기업, 쇼핑 > 의류, 패션잡화 > 한복 디렉토리 내의 홈페이지는 총 694개였으며, 세부 디렉토리에서 대여 182개, 생활한복 70개, 아동한복 27개 순으로 나타났다<sup>34)</sup>.

32) 매출규모 5천억 시장, 업계 재정비 시급, 2002. 8. 1, 한복신문 18호. p.1.

33) 통계청. 시도/산업/종사자규모별 현황(1999년도, 2006~2009년도),  
자료검색일 2012.08.27, 자료출처 : <http://kostat.go.kr/potal/korea/index.action>.

문제는 시장 자체는 결코 작지 않은 규모지만 워낙 많은 한복 매장이 난립해 출혈 경쟁을 하고 있는 상황에서 각 업체마다 매출이 저조한 관계로 업계 전체가 중소규모의 영세성을 벗어나지 못하고 있는 것이다. 현재 국내 시장 한복산업은 1998년 조사되었던바와 별 다름없이 2007년 한복산업에 대한 조사에서도 전근대적인 생산시스템에 종업원 평균 1~2명, 매출액 2000만원에서 5000만원 사이의 소상공인 체제의 사업형태로 기업의 영세성을 벗어나지 못하고 있다.<sup>35)</sup>

한복 산업은 한복제조업(혹은 한복제작업), 한복 직물제조업, 한복 대여업을 총괄하는 개념으로, 한복 직물은 도매점을 거쳐 소매점에 유통되는 것이 일반적이나 소매점으로 직접 유통되는 경우도 있어 유통구조가 이중적임을 알 수 있다<sup>36)</sup>. 한복직물업체의 사업유형은 제직업 57%, 염색가공업 13.5%, 원단도매업 13.5%, 직물나염업 12%, 자수금박업 4% 등이며 제품생산 방식으로는 주문자상표부착(OEM)이 39%로 가장 많고, 다음이 자가상표 부착이 34%로 나타났다. 생산설비의 평균 가동율은 57%로 산정되며 이는 섬유산업연합회가 실시한 1996년도 일반직물업체(양장 및 산업용)의 평균가동율 83%에 비하여 매우 저조하였는데 이는 한복 직물 수요에 비해 생산설비가 많음을 의미하며 한복 수요의 감소가 직물 산업에 타격을 주고 있음을 알 수 있다.<sup>37)</sup> 한복에 대한 소비 감소는 산업화에 따른 소비자의 수요 변화가 주요한 원인이나, 이와 더불어 제작업체의 한복 제작과 경영 방식에도 문제점이 있다. 그러므로 현재 혼수 시장에만 국한되어 있는 한복 산업을 활성화시키기 위해서는 새로운 소비자 수요를 창출하고 소비자의 요구에 적절히 대응할 수 있는 혁신적인 생산

34) 네이버 디렉토리. 네이버>기업, 쇼핑>의류, 패션잡화>한복,  
자료검색일 : 2012.08.27, 자료출처 : [http://dir.naver.com/Company\\_and\\_Shopping/Apparel/Korean\\_s](http://dir.naver.com/Company_and_Shopping/Apparel/Korean_s)

35) 조우현·김문영, 전계서, p.131.

36) 이주현, 유혜경, 김찬주, 홍나영 (2001). 현대 한국인의 한복 착용 : 아시아 전통문화 양식의 전개과정에 관한 비교문화 연구, 한국의류학회지, 25(1). pp.37-38.

37) 문화체육관광부 (2008). 2007 한복진흥을 위한 기초실태조사.

및 운영 방안들이 모색되어야 한다.

조우현, 박현정, 김문영, 김용문<sup>38)</sup>은 한복 진흥방안 모색을 위한 한복업체 기초실태분석에서 한복업체는 2000년대 들어서 전반적으로 부진한 매출 실적을 보이고 있으며, 가내 수공업 또는 영세업의 형태를 벗어나지 못하고 있으며 경영 자립도 및 자체 디자인력이 매우 저조한 상태이고, 유통구조가 체계화될 필요가 있으며, 재봉기술자가 필요하다고 하였다. 또 부진한 매출 실적의 이유는 모든 업체가 시장불황이라는 응답이 가장 높게 나타났으며, 영업 방법도 주변사람을 통한 직접 홍보가 주류를 이루고 있어 새로운 마케팅 방식의 도입이 시급함을 시사하고 있다.

## (2) 전통한복 시장의 분류

2007년 문화체육관광부의 실태조사에서는 전통한복산업을 한복제작업체, 한복원단업체, 한복대여업체로 크게 나누고 각각의 정의를 내렸다. 이 중 한복제작업체란 남녀 또는 노소를 불문하고 전통적 또는 민속적인 의상과 한복을 제조하는 산업 활동을 말하는 것이다<sup>39)</sup>. 한복 제작업체 현황에 대한 선행연구에서 조효순, 전양진, 이상은<sup>40)</sup>은 한복 업체를 크게 한복 맞춤점, 주단점, 디자이너 의상실, 기성복 업체로 나누었고, 이해영<sup>41)</sup>은 한복 시장을 한복맞춤점, 포복점, 시장 주단점, 디자이너한복, 혼수전문점, 생활한복점 등으로 나누었다. 김지희<sup>42)</sup>는 여기에 한복대여점을 추가하고, 최근에 들어 부각되고 있는 온라인시장을 인터넷 쇼핑몰과 오픈마켓으로 나누어 한복 시장을 세분화 시켰다. 이를 바탕으로 본 연구자는 한복시장을 한복맞춤점, 포복/주단점, 디자이너한

38) 조우현, 박현정, 김문영, 김용문 (2009). 한복 진흥방안 모색을 위한 한복업체 기초실태분석, 복식, 59(3).

39) 상계서. pp.50-79.

40) 조효순, 전양진, 이상은 (1998). 한복 제작업체의 경영및 유통실태 분석, 한복문화, 1(2).

41) 이해영 (1999). 인터넷 한복비즈니스를 위한 연구, 생활과학연구, 5권, pp.91-98.

42) 김지희 (2012). 인터넷 커뮤니티를 통한 전통한복의 정보탐색 및 구매의식에 관한 연구, 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원. pp.27-28.

복, 혼수전문점, 생활한복점, 한복대여점과 온라인시장으로 나누었다.

한복맞춤점은 광장시장, 동대문시장 등 재래시장의 포복점이나 주단점에서 끊어온 옷감을 가지고 단순히 한복을 만드는 맞춤점의 형태를 말하며, 포복점은 시장의 주단점과 같은 의미로 사용될 수 있는데, 다양한 소재를 취급하면서 맞춤복을 취급하고, 주단점의 경우 자체공장이 아닌 임가공에 의존한다.

디자이너한복은 값은 고가이나 새로운 것과 독특한 것을 선호하는 소비자들로부터 선호되고 있다. 특히 1970년대부터 한복디자이너라는 말이 나오기 시작하였으며, 현재 디자이너 이영희, 박술녀, 김혜순, 김영석 등의 유명 한복디자이너 외에도 우리옷협회, 한국의상협회 등에 소속된 많은 디자이너들이 활동하고 있다.

혼수전문점은 혼수감(한복, 예단 등)을 전문적으로 취급하는 곳으로 현대인들의 시간절약을 위해 만들어진 전문점이라 할 수 있다. 한곳에서 여러가지 물건을 비교해 가면서 살 수 있다는 장점을 가지고 있으며 다양한 정보교환이나 기타 서비스를 받을 수 있다<sup>43)</sup>.

생활한복점은 1980년대 이후 새롭게 등장하여 1995년을 전후 하여 생활한복의 대중화 바람속에서 급속하게 증가하였다. 1999년 이후로 급격한 매출감소로 우후죽순 생겨났던 생활한복점은 어느 정도 정리가 되었고<sup>44)</sup>, 현재 생활한복은 초기 노동복이나 서민복식의 성격에서 벗어나 변화를 거듭하고 있으며, 울과 실크를 주소재로 한 고급브랜드들이 새롭게 등장하여 생활한복 시장을 주도하고 있는 실정이다.

한복대여점은 IMF사태 이후 보다 실용화된 형태의 생활한복의 출현과 함께 예복으로 입는 한복에 대하여 소유의 개념보다 의식에 맞게 빌려 입는 것으로 출현하였다. 이와 같은 발상은 소비자에게 환영받아 성장 추세에 있으며 한복의 불황을 타개할 수 있는 새로운 마케팅의 방안으로 받아들여지기도 한다<sup>45)</sup>.

43) 상개서. pp.27-29.

44) 유혜원 (2001). 생활한복 착용실태 및 선호도 분석을 통한 대중화 방안 연구, 석사학위논문, 중앙대학교대학원 pp.31-35.

한복대여점은 자체단독경영과 체인경영의 두 형태로 나뉘며, 전국적인 체인을 가지고 운영하는 업체로는 백년해로, 아름방, 왕과비, 황금바늘, 춘하추동 등이 있고 수도권 중심의 체인점으로는 씨실과 날실, 만수무강, 고운날, 선한한복대여 등이 있다.

온라인 시장은 인터넷의 검색 및 광고체제로 이루어지며, 이는 오버추어 검색 서비스로 클릭 당 비용이 청구되는 스폰서링크, 월 일정액을 내고 자리를 수매하는 파워링크로 크게 나눌 수 있다. 각 사별로 썸네일 이미지와 제목 설명으로 구분하여 이미지를 검색하는 것 같은 효과를 주는 플러스 프로, 검색 결과를 상단에 위치하며 키워드별로 순위 5개를 노출시키는 프리미엄 링크, 최대 5개의 광고가 이미지와 함께 노출되는 스페셜링크를 운영하며 키워드 광고인 비즈사이트 등을 회사별로 특징 있게 운영하고 있다.

이상 전체 한복시장의 종류를 표로 정리하면 <표 5>와 같다.

---

45) 조우현 (2008). 진개서. PP.18-19.

<표 5> 한복시장의 종류

구 분	종 류	특 징	예
오프라인	한복 맞춤점	원단도매상에서 들여온 원단을 가지고 단순히 한복을 만드는 맞춤점	아씨, 비단향, 숙현 등
	포목점, 주단점	다양한 소재를 취급하면서 한복을 만드는 맞춤점, 주로 임가공에 의존	광장시장, 동대문종합시장
	디자이너 한복	값은 고가이나, 일반 한복 및 디자이너의 창의적인 한복 드레스 등 제작 가능	메종드 이영희, 박슬녀 한복, 김숙진우리옷 등
	혼수전문점	한복과 예단 등의 혼수품을 전문적으로 취급하고 있는 전문점	베틀한복, 진주상단 등
	생활한복점	생활한복만을 전문적으로 맞춰 판매함	돌실나이, 이새 등
	한복대여점	대여비를 받고 대여기간을 정해 입고 다시 반납하는 형식	왕과비, 안근배 한복 등
온라인	인터넷 쇼핑몰	인터넷을 통하여 제품을 주문하고 판매하는 전자상거래 사이트	예복닷컴, 타잉한복 등
	오픈마켓	개인과 소규모 판매업체 등이 온라인 상에서 자유롭게 상품을 거래하는 중개형 인터넷 쇼핑몰	G마켓, 옥션, 인터파크 등

### 3. 한복의 디자인선호도에 관한 선행연구

김선아<sup>46)</sup>의 연구에서는 서울 지역에 거주하고 있는 20세 이상의 남, 여를 대상으로 한복의 전통배색에 대한 의식과 선호도를 알아본 결과 가장 전통적인 한복색으로 인식되고 있는 색상으로는 홍색이며, 가장 전통적인 한복 배색으로 인식되어 있는 배색은 황색저고리에 홍색치마, 색동저고리에 홍색치마, 녹색저고리에 홍색치마 등의 순서로 나타났다. 또한 전반적으로 다홍색치마와의 배색에서 더 높은 전통성을 느끼는 것으로 나타났다. 한복 전통배색의 보존 및 사용에 대한 견해에 대해 성별 집단간에는 차이가 없었으나, 연령별 집단간에는 유의한 차이가 발견되었는데, 특히 50대는 전통배색을 지키고 따르는 것을 선호하는 반면 20대에서는 반드시 전통적이어야 할 필요는 없다는 의견이 높았다. 한복의 전통배색에 대한 선호도를 조사한 결과 남자는 옥색저고리에 아청색치마를, 여자는 송화색저고리에 다홍색치마를 가장 선호하였고, 20대와 30대는 송화색저고리에 다홍색치마를, 40대와 50대는 녹색저고리에 다홍색치마를 가장 선호하여 한복의 전통배색에 대한 선호도가 연령 및 성별에 따라 유의한 차이가 있음을 밝혔다.

강경자·최수경<sup>47)</sup>은 톤인톤 배색을 중심으로 하여 저고리색, 치마색, 톤의 변화가 한복 착용자의 이미지에 미치는 영향을 규명하고자 24쌍의 형용사쌍을 요인분석하였다. 한복착용자의 이미지 차원을 요인분석한 결과 젊음·활동성 요인, 매력성 요인, 현시성 요인의 3개 차원을 도출하고, 젊음·활동성 차원의 이미지는 저고리와 치마 배색이 유사 배색인 경우 긍정적으로 평가되고, 라이트톤인 경우 가장 활동적인 인상으로 나타난 반면 다크톤인 경우 가장 부정적으로 지각되어 어둡고 정적이고 무거운 것으로 평가됨을 밝혔다. 매력성 차원

46) 김선아 (2003). 한복의 전통배색에 대한 의식과 선호도, 박사학위논문, 경희대학교 대학원. pp.129-130.

47) 강경자·최수경 (2005). 배색방법이 한복착용자의 이미지에 미치는 영향, 복식문화연구, 13(6). pp.986-987.

은 저고리와 치마배색이 대비 배색이고 라이트톤인 경우 가장 세련되고 멋있고 좋아하는 것으로, 유사배색이고 라이트톤인 경우 가장 촌스럽고 멋없고 싫어하는 것으로 지각되었다. 현시성 차원은 저고리색이 노랑이고 라이트톤인 경우 가장 약하고 은은하게 평가된 반면 다크톤인 경우는 가장 강하고 강렬한 이미지로 평가되었다. 비비드톤은 현시적인 이미지를 주는 반면 덜톤은 부정적인 이미지를 주고, 유사배색인 경우 비비드, 라이트 톤은 강렬한 이미지로, 대비배색인 경우 비비드톤이나 다크톤에서 매우 긍정적으로 지각됨을 결론내렸다.

한복의 디자인 경향에 관한 권순정·송경자의 연구<sup>48)</sup>에서는 2001년도 HANBOK 월간지에 수록된 치마, 저고리의 색상과 이미지 연출을 분석하고, 서울·대구의 한복상가 및 제 16회 추계한국결혼상품전에서 수집한 작품집을 중심으로 한복에 사용된 문양의 종류를 조사·분석하였다. 저고리의 대표적인 색상으로는 흰색, 미색, 녹색이 주로 많이 사용되었고, 치마의 대표적인 색상으로는 빨강이 월등히 많았으며, 진분홍, 남색을 많이 사용하였다. 전체적인 한복 이미지는 차분·안정·온화·우아·전통적 이미지가 가장 많았고, 문양은 전통식물문의 사용빈도가 58%로서 절반이상을 차지하고 있었다. 가장 많이 사용된 문양은 모란(192), 당초(142), 보상화문(107), 석류(106)이고 표현방법은 대부분 손자수였다.

---

48) 권순정·송경자 (2002). 2001년도 한복의 디자인 경향과 문양에 관한 연구, 한국의류산업학회지, 4(2). pp.135-136.

#### 4. 한복의 구매 행동에 관한 선행연구

한복의 구매동기를 보면, 최영미와 조효순<sup>49)</sup>은 주로 명절복, 외출복과 예복용으로 한복을 구매하고 있어, 평상복, 외출복, 노동복으로 두루 입히던 한복이 외출복으로서의 기능이 주가 되고 있어 한복의 용도가 변화되었음을 알 수 있다고 하였다. 한복감의 종류에 대해서는 1987년의 최영미 연구에서는 천연섬유가 52.4%로 가장 많이 구매되고 있었으며, 인조섬유는 18.7%에 불과했으나, 장석향<sup>50)</sup>의 연구에서는 합성섬유를 사용하는 비율이 60.6%로 높게 나타났으며 견직물은 26.5%였다고 하였다. 이와 같은 결과에 대하여 장석향은 세탁상의 편리성 때문에 합성섬유를 사용한다고 하였으며, 최영미는 경제적 여유와 가공방법이 발달되면서 손질법이 용이하게 되어 천연섬유의 장점에 가치를 더함으로써 천연섬유의 구매가 증가하게 되었다고 하였다.

오운자<sup>51)</sup>의 연구에서는 주부들을 대상으로 한복의 소유상황, 만족도 및 착용 정도와 한복에 대한 일반적인 선호경향, 구매과정에서 경험하게 되는 소비자 문제 및 한복의 구매행동에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다.

한복의 구매형태에 관한 최은정<sup>52)</sup>의 연구에 의하면 20대는 시장에 있는 포복점이나 주단집에서, 30대는 시장의 포복점에서, 40대는 시장에 있는 포복점과 주단집에서 주로 구입하고 있었고, 50대는 세 가지 유형의 상점에 비교적 고르게 분포하고 있었으며, 60대는 주단집을 애용하고 있는 것으로 나타났다. 또한 교육수준이 낮을수록 시장의 포복점을 더 선호하고 있었고, 고소득자들은 주단집을 이용하고 있었으며, 저소득자들은 시장 포복점을 주로 이용하고 있

49) 최영미, 조효순 (1989). 한복의 구매행동 및 구매요인에 관한 분석 연구, 복식, 13호, p.141.

50) 장석향 (1978). 한복 착용 실태에 관한 연구, 복식, 제 2호, pp.65-72.

51) 오운자 (1998). 한복착용실태와 구매행동에 관한 연구: 서울시 주부를 대상으로, 석사학위논문, 제주대학교대학원. pp.24-50.

52) 최은정 (1991). 한복 구매행동에 관한 연구 ; 구매용도와 한복점 선택 행동을 중심으로, 석사학위논문, 서울여자대학교 대학원. pp.179-189.

었다고 하였다. 최영미는 집주변의 맞춤집에서 한복을 구매하는 경우가 63.5%, 시장에서 구매하는 경우가 24.3%였으며, 백화점에서 구매하는 경우는 5.3%로 가장 적게 나타나 가격이 저렴한 곳에서 주로 구매하고 있다고 하였다.

이지원<sup>53)</sup>은 생활한복 소비자의 가치체계와 의복구매행동에 관한 연구에서 생활한복에 대한 의복 가치의 차원을 쾌락가치, 상징가치, 경제가치, 실용가치의 차원으로 분류하고 생활한복 소비자들의 생활한복에 대한 의복 가치 유형은 편이성 추구집단, 사회적 인정 추구집단, 모든 의복 가치가 높은 집단으로 분류해 인구통계학적 특성과의 차이점을 살펴본 결과 성별, 거주지, 직업에 따라 유의한 차이가 나타남을 밝혔다. 즉 편이성 추구집단의 소비자는 경제적 가치를 중요하게 평가하는 특징을 가지며 약 73%가 여성이고, 약 63%가 군·면 이하, 중·소도시 거주자였으며, 직업은 약 24%가 전업주부였다. 모든 의복가치가 높은 집단의 소비자는 제품의 이미지, 매장위치, 광고, 서비스를 중요하게 평가하며 약 26%가 전문기술직이었다. 사회적 인정 추구집단의 소비자는 구입비의 지불방법, 교환이나 환불, 메이커(제조회사)와 장식을 중요하게 평가하며 약 79%가 여성이고, 57%가 대도시 거주자이며, 약 31%가 주부였다.

김지희<sup>54)</sup>는 인터넷 커뮤니티를 통한 전통한복에 대한 정보탐색의 과정과정과 구매의식에 대해 연구한 결과, 한복의 구매시 일반적으로 커뮤니티를 2~3개 가입하여 정보를 수집, 비교하고 이들이 가장 궁금해하는 한복의 정보로는 가격, 색, 소재의 순으로 나타났으며, 제작기간, 상점의 위치는 비교적 낮음을 밝혔다.

---

53) 이지원 (2001). 생활한복 소비자의 가치체계와 의복구매행동에 관한 연구, 석사학위논문, 상명대학교 대학원. pp.22-53.

54) 김지희 (2012). 진게서. pp.92-93.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 논문의 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

- 1) 인구통계학적 특성에 따른 한복디자인 선호도의 차이
  - (1) 성별에 따른 디자인선호의 차이
  - (2) 연령에 따른 디자인선호의 차이
  - (3) 직업에 따른 디자인선호의 차이
  - (4) 학력에 따른 디자인선호의 차이
  - (5) 체형에 따른 디자인선호의 차이
  
- 2) 인구통계학적 특성에 따른 한복구매행동의 차이
  - (1) 성별에 따른 구매행동의 차이
  - (2) 연령에 따른 구매행동의 차이
  - (3) 직업에 따른 구매행동의 차이
  - (4) 학력에 따른 구매행동의 차이
  
- 3) 전통한복의 가격, 점포이미지에 따른 구매행동의 차이
  - (1) 가격에 따른 구매행동의 차이
  - (2) 점포이미지에 따른 구매행동의 차이

## 2. 측정도구 및 방법

### 1) 측정도구

본 연구를 위하여 질문지법을 사용하였으며 질문지는 선행연구를 통해 추출된 측정 문항을 바탕으로 작성하였다. 질문지는 총 97문항으로 전통복식의 구매행동에 관한 문항, 가격에 대한 문항, 디자인 요소, 즉 형태(실루엣), 색상과 배색, 문양의 종류나 크기와 간격, 장식에 관한 문항과 브랜드 정보 문항, 점포이미지 문항과 인구통계학적 변인을 측정문항으로 구성하였다. 한국복식 관련 학계 및 한복 제작업체에 재직하는 전문가들과 함께 연구에 선정된 변인들의 내용과 타당도를 검토하여 2012년 10월11일부터 18일까지의 50부의 설문지를 예비조사를 실시하여 설문지 문항을 수정하여 본 조사에 사용하였다.

### 2) 측정방법

본 연구에서 사용한 측정도구의 출처를 제시하면 다음과 같다.

#### (1) 전통복식의 구매행동

전통복식 구매 경험과 소유 별수는 오운자(1998)의 연구에서 각각 1문항씩 사용하였고, 박희수(2005)의 연구에서 제시된 디자인, 색상, 문양, 브랜드, 바느질, 희소성, 품질의 선택기준을 얼마나 중요시하는지에 관하여 5단계 Likert 척도법을 사용해 측정하였다.

#### (2) 전통복식의 가격

전통복식의 가격에 관한 의견과 적정가격을 묻는 문항은 김지희(2012)의 연구에서 각각 1문항씩, 가격결정은 최영미(1988)의 연구에서 1문항을 수정, 보완하여 사용하였다.

### (3) 전통복식의 디자인 요소

전통복식의 디자인 요소는 강혜경(1986)의 연구에서 제시한 실루엣, 색, 장식 외에 문양을 추가해 문항을 구성하였다. 실루엣은 저고리와 치마의 비, 치마의 실루엣 유형, 고름의 길이와 나비는 강혜경(1986)의 3문항을 사용하였고 연구자가 표집대상에 맞게 새롭게 만든 저고리의 유형, 소매통의 유형, 깃의 모양, 동정의 나비, 치마 주름의 나비의 5문항을 전문가에게 내용 타당도를 검토받아 사용하였다. 색상 문항에서 색채선호도는 김선아(2003)의 연구에서 2문항과 김소영(1990)의 연구에서 3문항을 종합해 3문항을 만들었다. 전통복식의 상이한 색명을 고려하여 유행색협회에서 제시한 2012년 가을시즌 색상 중 강경남(2004)의 연구에서 개발된 전통한복 배색 색채도구에서 제시된 색명을 참고로 하여 색상을 선택하도록 했다. 치마저고리의 배색 1문항은 이영혜(2007)와 김진아(1995)의 연구에 제시된 문항을 표집대상을 고려해 칼라로 넣어 시각적으로 표현하였다. 장식방법은 강혜경(1987)의 연구에서 제시된 자수, 금/은박, 그림, 나염, 아플리케, 색동에 관한 내용을 포함하였고 연구자가 조각보, 누빔의 방법을 추가해 이들에 따른 선호도를 조사하였다. 매우 중요하지 않다에 1점, 매우 중요하다에 5점을 주어 5단계 likert 척도법을 사용하였다. 문양은 총 4문항으로 정삼호(1989)의 연구에서 3문항과 권순정(2002)과 채송화(2006)의 자극물을 종합해 그림으로 제시하였고, 두 번째 문항은 각각의 구체적 문양의 선호도 조사로 하호선(2003)의 연구에서 제시한 문양의 분류표에서 대표적인 문양을 의류학 전공자들에게 선택하게 하는 1차 예비조사를 마친 후 매우 선호하지 않는다에 1점, 매우 선호한다를 5점을 주어 Likert 척도법을 사용하였다. 문양의 간격과 크기는 연구자가 작성한 문항으로 한복 제작 업체에 재직하는 전문가들과 함께 1차 예비 조사를 거쳐 수정, 보완하였다.

#### (4) 전통복식의 점포 이미지

전통복식의 점포 이미지는 김지희(2012)의 전통한복 시장 구분에 박희수의 브랜드 이미지를 나타내는 형용사 문항을 각각에 접목해 5점 Likert 척도법을 사용해 측정하였다.

그 외 정보원을 묻는 문항은 서현수(2003)의 연구에서 1문항을 수정, 보완하여 사용하였다.

### 3. 연구대상 및 자료분석

#### 1) 연구대상

본 연구는 전통복식이 평소에는 잘 입지 않는 예복이라는 특수성을 감안해 웨딩 업체가 밀집되어 있는 청담동의 한복 전문 숭과 종로의 주단집을 방문한 소비자를 대상으로 조사하였다. 혼사를 앞둔 예비 신랑, 신부, 양가 어머니와 행사용 한복을 상담받기 위해 방문한 소비자와 그와 동행한 고객들이 조사대상자였다.

본 연구를 위한 자료수집은 2012년 10월 20일부터 10월 29일까지 청담동 한복숍 14곳과 종로 주단집 12곳을 중심으로 이루어졌으며 한복숍을 방문한 20세 이상의 성인 여성과 남성을 대상으로 설문지를 배부하였다. 설문지는 전체 600부의 설문지 중에서 550부가 회수되었으며, 이 중 응답 내용이 불성실한 설문지를 제외한 총 513부가 최종 분석에 사용되었다.

#### 2) 조사대상의 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성의 빈도분석은 <표 6>과 같다. 성별분포는 남자가 40.5%, 여자가 59.5%로 나타났으며, 연령은 40대가 35.5%, 30대가 30.4%, 30세 미만인 15.1%, 50세 이상이 19%로 나타났다. 최종학력은 대졸/대학원 이상이 62.4%, 고졸/중퇴가 37.6%였고, 결혼상태는 미혼이 63.3%, 기혼이 36.7%로 나타났다. 연소득은 200만원미만이 15.3%, 200~300만원이 23.5%, 300~500만원이 22%, 500~600만원이 18.6%, 600만원 이상이 20.6%였다.

거주지는 강북이 30.5%로 가장 많았고, 강남이 18.5%, 신도시가 17.1%, 지방이 16.3%, 기타가 17.7%로 나타났다. 직업은 사무직이 48%로 가장 많았고, 다음으로 관리직이 13.2%, 서비스직이 10.2%, 전업주부가 8.1%, 전문직이 7.1% 순으로 나타났다.

체형은 정상이 55.1%, 과체중이 37.1%, 저체중이 7.8%로 나타났다.

<표 6> 인구통계학적 특성의 분포

구분	항목	빈도	비율(%)
성별	남	207	40.5
	여	304	59.5
연령	30세 미만	77	15.1
	30대	155	30.4
	40대	181	35.5
	50세 이상	97	19
최종학력	중/고졸	189	37.6
	대졸 이상	314	62.4
결혼상태	미혼	324	63.3
	기혼	188	36.7
연소득	200만원 미만	78	15.3
	200~300만원 미만	120	23.5
	300~500만원 미만	112	22.0
	500~600만원 미만	95	18.6
	600만원 이상	105	20.6
거주지	강남	94	18.5
	강북	155	30.5
	신도시	87	17.1
	지방	83	16.3
	기타	90	17.7
직업	사무직	244	48
	숙련직	10	2
	전문직	36	7.1
	서비스직	52	10.2
	관리직	67	13.2
	전업주부	41	8.1
	학생	16	3.1
	무직	15	3
	기타	27	5.3
체형	저체중	40	7.8
	정상	282	55.1
	과체중	190	37.1
전체		513	100

### 3) 자료분석

본 연구는 가격, 디자인, 점포 이미지를 중심으로 전통한복에 대한 디자인 선호도와 구매행동에 관하여 파악하고자 하였다. 설문 조사를 통하여 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) Win 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 각 사례를 개별 입력한 후 자료 분석의 목적에 따라 다음과 같은 분석 방법과 절차를 적용하였다. 중요도와 선호도에 대한 점수는 5점 척도를 사용하였으며 매우 중요하다와 매우 선호한다를 5점으로 하여 분석하였다.

각 내용별 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 응답자의 인구통계학적, 디자인선호적 특성, 구매행동을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따라서 선호도와 구매행동에 차이가 있는지를 분석하기 위해 카이제곱 검정(Chi-square test), t-test(Independent samples t-test), 일원변량 분석(Analysis of variance)을 실시하였다.

셋째, 인구통계학적 특성에 따라서 한복선호시장과 가격결정 등에 차이가 있는지 분석하기 위해 카이제곱 검정(Chi-square test), t-test(Independent samples t-test), 일원변량 분석(Analysis of variance) 실시하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 전통한복의 구매행동 특성

전통한복의 구매행동의 빈도분석 결과는 <표 7-1>과 같다. 구매경험은 구매경험이 있는 경우가 63.9%, 없는 경우가 36.1%로 나타났으며, 전통복식 선택시 중요기준은 디자인이 44.6%로 가장 많았고, 다음으로 색상이 18.5%, 가격이 14.8%, 품질이 10.8%, 바느질이 6.5% 순으로 나타났다. 시중한복 가격에 대한 생각은 비싼편이다가 59.9%로 가장 많았고, 다음으로 보통이다가 21.8%, 매우 비싼편이다가 12.8%였으며, 비싸다고 생각하는 비율이 72.7%로 나타났다. 이는 소재의 개발로 본건보다 물빨래가 가능한 저렴한 한복이 시중에 많고, 또 우리나라보다 인건비가 저렴한 중국이나 베트남에서 봉제해서 판매하는 업체가 많아졌기 때문이라고 사료된다. 또한 한복이 일상복으로 입혀지는 옷이 아니기 때문에, 입는 횟수와 대비했을 때 비싸다고 인식하는 것으로 사료된다.

적정한 한복 한 벌 가격은 35~50만원 38.9%가 가장 많았고, 30만원 미만이 27.5%, 50~100만원미만이 26.2%, 100~150만원이 6.4%, 150만원 이상이 1% 순으로 나타났다.

가격결정은 마음에 들면 초과해서 구입한다가 54%로 가장 많았고, 결정한 금액내에서만 구매한다가 27.9%, 구입처에서 결정한다가 18.1%로 나타났다.

전통복식을 구입하면서 가장 영향을 끼친 정보원은 TV드라마가 32.7%로 가장 많았고, 가족이 19.6%, 잡지화보가 16.6%, 인터넷이 15%, 친구가 9.9% 순으로 나타났다. 이는 정보원으로 주위 사람의 권유가 가장 영향력있다는 최영미(1988)의 연구 결과와는 다른 결과로 선행연구에서는 서울시내에 거주하는 주부를 대상으로 했다는 표집대상의 차이와 매스미디어의 발달과 같은 시대의

변화에 따른 결과로 해석할 수 있다.

아는 브랜드가 있는 경우는 16.3%, 없는 경우가 83.7%로 대부분이었고, 시장구분에 대해 아는 경우가 14.2%, 모르는 경우가 85.8%로 대부분의 소비자가 전통복식의 브랜드나 시장구분에 대해서 무지한 것으로 나타났다.

선호하는 시장은 포복점/주단점이 30.1%, 혼수전문점이 28.7%, 한복맞춤점이 21.2%, 디자이너한복이 20%로 나타났다.

응답자의 한복 소유 개수 및 전통복식 선택시 중요기준에 대한 기술통계 결과는 <표 7-2>와 같다.

평균 한복 소유개수는 1.94벌로 나타났으며, 전통복식 선택시 중요기준은 색상이 4.37로 가장 많았고, 디자인이 4.34, 품질이 4.28, 바느질이 4.25, 문양이 3.93, 가격이 3.88, 희소성이 3.42, 브랜드가 2.88로 나타났다. 이는 한복의 선택 기준에서 색상, 품질, 바느질이 중요시되고 장식과 희소성은 다른 선택 기준에 비해 중요치 않다는 박희수(2005)의 연구와 순위의 차이가 있으나 일치하는 결과를 보여준다.

<표 7-1> 전통한복의 구매행동 특성

구분		빈도	비율(%)
구매경험	예	324	63.9
	아니오	183	36.1
선택기준	가격	73	14.8
	디자인	220	44.6
	색상	91	18.5
	브랜드	2	.4
	바느질	32	6.5
	회소성	15	3.0
	품질	53	10.8
	기타	7	1.4
	시중한복가격	매우 싼편이다	15
싼편이다		13	2.6
보통이다		111	21.8
비싼편이다		305	59.9
매우비싼편이다		65	12.8
한벌가격	30만원미만	141	27.5
	30~50만원미만	199	38.9
	50~100만원미만	134	26.2
	100~150만원미만	33	6.4
	150만원이상	5	1.0
가격결정	결정한 금액내에서만	143	27.9
	마음에 들면 초과해서	277	54.0
	구입처에서 결정	93	18.1
정보원	TV드라마	165	32.7
	신문기사	3	.6
	잡지화보	84	16.6
	친구	50	9.9
	가족	99	19.6
	인터넷	76	15.0
	기타	28	5.5
아는 브랜드	예	83	16.3
	아니오	425	83.7
시장구분	예	70	14.2
	아니오	422	85.8
선호하는 시장	디자이너한복	86	20.0
	포목점/주단점	129	30.1
	한복맞춤점	91	21.2
	혼수전문점	123	28.7

<표 7-2> 전통한복의 소유개수 및 선택기준

		평균	표준편차	최소값	최대값
한복 소유개수		1.94	1.652	1	15
전통복식 선택기준	가격	3.88	.831	1	5
	디자인	4.34	.777	1	5
	색상	4.37	.737	1	5
	문양	3.93	.868	1	5
	브랜드	2.88	.967	1	5
	마느질	4.25	.893	1	5
	회소성	3.42	1.027	1	5
	품질	4.28	.852	1	5

## 2. 전통한복의 디자인선호도

### 1) 형태 선호도

전통한복 디자인선호도 중 형태 선호에 대한 빈도분석 결과는 <표 8-1>과 같다.

저고리치마비율은 1:4가 58.5%로 가장 많고, 1:2.5가 21.1%, 1:5가 20.4%로 나타났다. 이는 강혜경(1986)의 연구 분석 결과보다 1:5가 현저히 감소한 수치이며, 저고리 길이가 길어지는 현 추세를 반영한 결과로 사료된다. 저고리유형은 반회장저고리가 55.1%로 가장 많고, 삼회장저고리가 31.1%, 민저고리가 13.9%였다. 치마실루엣유형은 슬림형이 26.6%, 기본형이 24.6%, A라인형이 18.4%, 풍성한 형이 17.8%, 향아리형이 12.7%로 나타났다.

소매통유형은 기본형이 72.7%로 매우 높았고, 칼배래가 15.8%, 봉어배래가 11.5%로 나타났다. 깃의 모양은 일반깃이 45.9%로 가장 많았고, 반당코깃이 26.2%, 각당코깃이 19.1%, 목판깃이 8.8%였다.

고름나비길이는 4.5:90이 59.1%로 가장 많았고, 3.5:60이 18%, 6:100이 14.9%, 2:45가 8%로 나타났고, 동정나비는 1.6cm가 67.3%, 1cm가 19.4%, 2.2cm가 13.3%로 나타났다. 치마주름나비는 1cm간격이 58.9%로 가장 많았고, 3cm간격이 24.9%, 0.5cm간격이 16.2%로 나타났다. 즉, 전통한복의 디자인 중 형태(실루엣)면에서는 대체적으로 일반적인 중간 형태나 무난한 기본형을 선호하는 것으로 파악되었다.

<표 8-1> 한복 형태의 선호도 분포

구분		빈도	비율(%)
저고리치마 비율	1:2.5 (생활한복형)	108	21.1
	1:4 (기본형)	299	58.5
	1:5 (짧은 저고리형)	104	20.4
저고리유형	민저고리	71	13.9
	반회장저고리	282	55.1
	삼회장저고리	159	31.1
치마실루엣 유형	슬립형	136	26.6
	기본형	126	24.6
	A라인형	94	18.4
	항아리형	65	12.7
	풍성한 형	91	17.8
소매통유형	칼배래	81	15.8
	기본형	373	72.7
	붕어배래	59	11.5
깃의 모양	각당코깃	98	19.1
	일반깃	235	45.9
	반당코깃	134	26.2
	목판깃	45	8.8
고름나비길이	6:100	76	14.9
	4.5:90	302	59.1
	3.5:60	92	18.0
	2:45	41	8.0
동정나비	1cm	99	19.4
	1.6cm	344	67.3
	2.2cm	68	13.3
치마주름나비	0.5cm간격	83	16.2
	1cm간격	301	58.9
	3cm간격	127	24.9

## 2) 색상 선호도

전통한복의 색상 선호도에 대한 빈도분석 결과는 <표 8-2>와 같다. 저고리색상은 연핑크가 35.9%로 가장 많았고, 다음으로 미색이 14.9%, 노랑색이 12.7%, 옥색이 12.4%순으로 많았다. 치마색상은 진분홍이 28.5%로 가장 많았고, 다음으로 남색이 24.8%, 빨강이 11.7%, 골드색이 9.8%, 진보라가 9%순으로 나타났다. 배자색상은 아이보리가 22.5%로 가장 많았고, 비취색이 20.9%, 핑크가 14.3%, 청색이 12.5%, 연두가 11.9%로 나타났다. 저고리치마배색은 유사배색이 56.7%로 가장 많았고, 보색배색이 39.2%, 동일배색이 4.1%였다. 이는 다른 의복 종류의 착용 선호색과는 달리 한복에서는 순색을 높게 선호함으로써 전통적인 한복의 보색대비를 선호한다는 정삼호(1989)의 연구와는 다른 결과를 보였으며, 이는 시대의 흐름에 따른 배색선호도의 변화로 사료된다.

<표 8-2> 한복 색상의 선호도 분포

구분		빈도	비율(%)
저고리색상	흰색	24	4.7
	미색	76	14.9
	녹색	41	8.0
	노랑색	65	12.7
	연핑크	183	35.9
	비둘기색	29	5.7
	옥색	63	12.4
	보라색	29	5.7
치마색상	회색	27	5.3
	빨강	60	11.7
	진분홍	146	28.5
	오렌지색	39	7.6
	골드색	50	9.8
	남색	127	24.8
	진보라	46	9.0
	잉크색	17	3.3
배자색상	아이보리	112	22.5
	핑크	71	14.3
	연두	59	11.9
	노랑	29	5.8
	오렌지	34	6.8
	청색	62	12.5
	초록색	26	5.2
	비취색	104	20.9
저고리치마 배색	동일배색	21	4.1
	유사배색	288	56.7
	보색배색	199	39.2

### 3) 문양 선호도

문양 크기 및 간격 선호도에 대한 빈도분석 결과는 <표 8-3>과 같다.

문양크기는 ‘중’이 55.8%로 가장 많았고 ‘대’가 33.5%, ‘소’가 10.8%로 나타났으며, 문양간격은 보통이 51%, 넓게가 43.2%, 좁게가 5.9% 순으로 나타났다.

<표 8-3> 문양 크기 및 간격 선호도 분포

구분		빈도	비율(%)
문양크기	대	171	33.5
	중	285	55.8
	소	55	10.8
문양간격	넓게	221	43.2
	보통	261	51.0
	좁게	30	5.9

문양 선호도에 대한 빈도분석 결과는 <표 8-4>와 같다.

문양 선호도는 자연문양이 3.61로 가장 높았고, 다음으로 식물문이 3.55, 무지 3.16, 문자문이 3.02 순으로 나타났다. 구체적인 문양은 식물문 중에서는 매화가 3.88로 가장 높았으며, 모란이 3.4, 연화가 3.25, 석류가 3.0으로 나타났다. 동물 중에서는 봉황이 3.04, 학이 3.01, 용이 2.64로 나타났다. 자연문양은 구름이 3.02, 십장생이 2.92였으며, 문자는 수복이 2.86, 만자가 2.63이었다. 단청문은 3.16으로 나타났다. 이는 한복에 사용된 문양 중 전통 식물문이 58%로서 가장 높은 빈도를 보이고, 그 중 가장 많이 사용된 문양은 모란이라는 권순정·송경자(2002)의 내용분석연구와는 차이가 있었다.

<표 8-4> 문양 선호도의 분포

문양선호도		평균	표준편차	순위
식물		3.55	.910	2
동물		2.55	.936	6
자연		3.61	.911	1
문자		3.02	.978	4
기하학		2.93	1.019	5
무지		3.16	1.136	3
식물	매화	3.88	.886	1
	모란	3.40	.921	2
	연화	3.25	1.000	3
	석류	3.00	.984	4
동물	용	2.64	1.103	3
	학	3.01	1.021	2
	봉황	3.04	1.041	1
자연	운문	3.02	1.003	1
	십장생	2.92	1.016	2
문자	수복	2.86	1.034	1
	만자	2.63	1.097	2
기하학	단청	3.16	1.105	1

4) 장식 선호도

장식 선호도에 대한 빈도분석 결과는 <표 8-5>와 같다.

장식에 대한 중요성은 중요하다는 응답이 78.9%로 중요하지 않다는 응답 21.2%보다 높게 나타났다.

장식 선호도는 자수가 3.76으로 가장 높았고, 다음으로 금/은박과 누빔이 3.44, 색동이 3.43, 나염이 3.39 순으로 높게 나타났다. 이는 한복에 대한 일반적인 선호경향으로 무늬에서는 자수를 가장 많이 선호한다는 오운자(1998)의 연구와 일치하는 결과였다.

<표 8-5> 장식 선호도의 분포

구분		빈도		비율(%)
장식 중요성	예	384		78.9
	아니오	103		21.1
구분		평균	표준편차	순위
장식선호도	자수	3.76	.963	1
	금은박	3.44	.987	2
	그림	3.36	.990	6
	나염	3.39	1.052	5
	아플리케	3.04	.856	8
	색동	3.43	.930	4
	조각보	3.30	.905	7
	누빔	3.44	.967	2

### 3. 전통한복의 점포이미지 특성

점포이미지에 대한 빈도분석 결과는 <표 9>와 같다.

디자이너한복은 고급스런 이미지가 4.07, 세련된 이미지가 4.02로 높게 나타났고, 포복점한복은 전통적인 이미지가 3.73으로 가장 높고 고급스런 이미지가 3.47, 화려한 이미지가 3.41로 나타났다. 한복맞춤점은 전통적인 이미지가 3.59로 가장 높았고, 고급스런 이미지가 3.44, 단순한 이미지가 3.34로 나타났다. 혼수전문점 이미지는 고급스런 이미지가 3.72로 가장 높았고, 전통적인 이미지가 3.67, 세련된 이미지가 3.66, 화려한 이미지가 3.62로 나타났다.

<표 9> 전통한복의 점포이미지

구 분		평균	표준 편차	최소값	최대값
디자이너한복 이미지	전통적인	3.67	.961	1	5
	고급스런	4.07	.805	1	5
	단순한	3.26	.896	1	5
	보수적인	3.03	.958	1	5
	독특한	3.79	.949	1	5
	화려한	3.80	.913	1	5
	세련된	4.02	.870	1	5
포목점한복 이미지	전통적인	3.73	.861	1	5
	고급스런	3.47	.908	1	5
	단순한	3.34	.759	1	5
	보수적인	3.26	.844	1	5
	독특한	3.15	.882	1	5
	화려한	3.41	.851	1	5
	세련된	3.32	.932	1	5
한복맞춤점 이미지	전통적인	3.59	.904	1	5
	고급스런	3.44	.924	1	5
	단순한	3.34	.803	1	5
	보수적인	3.21	.855	1	5
	독특한	3.17	.937	1	5
	화려한	3.21	.949	1	5
	세련된	3.30	1.019	1	5
혼수전문점 이미지	전통적인	3.67	.852	1	5
	고급스런	3.72	.869	1	5
	단순한	3.31	.766	1	5
	보수적인	3.21	.855	1	5
	독특한	3.44	.933	1	5
	화려한	3.62	.917	1	5
	세련된	3.66	.913	1	5

#### 4. 인구통계적 특성에 따른 디자인선호도의 차이

##### 1) 성별과 디자인선호도의 관계

성별과 형태 및 색상, 문양, 장식 선호의 관계를 분석한 결과는 <표 10-1>과 같다.

성별과 형태, 색상, 문양크기 및 간격, 장식중요성의 관계를 조사하기 위하여 카이제곱 검정을 실시한 결과, 저고리치마비율, 치마실루엣유형, 소매통유형, 고름나비길이, 저고리색상에서 유의한 관계를 보였다.

저고리치마비율에서 여성은 1:4비율이 60.9%로 가장 많았고, 1:2.5비율이 22.55%, 1:5비율이 16.6%였다. 남성은 1:5비율이 26.1%로 1:2.5비율의 19.3%보다 높았다. 이는 남성보다 유행에 민감한 여성이 한복에 있어서도 저고리 길이가 길어지는 현 트렌드를 받아드린 결과로 사료된다.

치마실루엣은 여성이 기본형 27.6%와 풍성한 형 22.4%로 선호한 반면에, 남성은 슬림형 35.9%와 A라인형을 23.3%로 선호하는 것으로 나타났다. 즉 여성은 더 풍성한 실루엣을, 남성은 이에 비해 더 슬림한 실루엣을 선호하였다. 소매통 유형은 여성은 기본형이 78%로 남성 64.7%보다 더 높았고 남성은 칼배래 19.8%, 봉어배래 15.5%로 여성의 13.2%와 8.9%보다 높았다. 고름나비길이는 여성은 4.5:90cm가 61.3%로 가장 높았고, 2:45cm가 10.3%로 남성보다 높았으나, 남성은 더 넓고 긴 6:100cm가 17.9%, 3.5:60cm가 21.7%로 여성보다 높았다.

저고리색상은 남성과 여성 모두가 37.7%와 34.2%로 연핑크가 가장 높게 나타났다. 여성은 미색, 노랑색이 19.9%, 14.0%로 선호도가 높은 반면에 남성은 옥색이 20.3%로 여성보다 선호도가 높게 나타났다. 이는 많은 연구에서 여성성의 상징색으로는 핑크색이, 남성성의 상징색으로 하늘색이 나타나는 결과와는 달리 한복에서는 남자 저고리 색상으로 연핑크색이 많이 쓰여지고 있음을 보여주는 결과로 사료된다.

<표 10-1> 성별과 디자인선호도의 관계 (%=col.%)

선호도	유형	구분	성별			x <sup>2</sup> (p)
			남	여	전체	
저고리치마 비율	1:2.5	빈도	40	68	108	6.896* (p=0.032)
		%	19.3%	22.5%	21.2%	
	1:4	빈도	113	184	297	
		%	54.6%	60.9%	58.3%	
	1:5	빈도	54	50	104	
		%	26.1%	16.6%	20.4%	
전체	빈도	207	302	509		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
저고리유형	민저고리	빈도	33	38	71	1.265 (p=0.532)
		%	15.9%	12.5%	13.9%	
	반희장저고리	빈도	110	171	281	
		%	53.1%	56.4%	55.1%	
	삼희장저고리	빈도	64	94	158	
		%	30.9%	31.0%	31.0%	
전체	빈도	207	303	510		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
치마실루엣 유형	슬림형	빈도	74	60	134	31.298*** (p=0.000)
		%	35.9%	19.7%	26.3%	
	기본형	빈도	42	84	126	
		%	20.4%	27.6%	24.7%	
	A라인형	빈도	48	46	94	
		%	23.3%	15.1%	18.4%	
항아리형	빈도	19	46	65		
	%	9.2%	15.1%	12.7%		
풍성한형	빈도	23	68	91		
	%	11.2%	22.4%	17.8%		
전체	빈도	206	304	510		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
소매통유형	칼배래	빈도	41	40	81	11.016* (p=0.014)
		%	19.8%	13.2%	15.9%	
	기본형	빈도	134	237	371	
		%	64.7%	78.0%	72.6%	
	붕어배래	빈도	32	27	59	
		%	15.5%	8.9%	11.5%	
전체	빈도	207	304	511		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
깃의모양	각당코깃	빈도	42	56	98	1.410 (p=0.703)
		%	20.3%	18.5%	19.2%	
	일반깃	빈도	94	140	234	
		%	45.4%	46.2%	45.9%	

	반당코깃	빈도	50	83	133	
		%	24.2%	27.4%	26.1%	
	목판깃	빈도	21	24	45	
		%	10.1%	7.9%	8.8%	
	전체	빈도	207	303	510	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
고름나비 길이	6:100	빈도	37	39	76	10.654* (p=0.014)
		%	17.9%	12.9%	14.9%	
	4.5:90	빈도	116	185	301	
		%	56.0%	61.3%	59.1%	
	3.5:60	빈도	45	47	92	
		%	21.7%	15.6%	18.1%	
	2:45	빈도	9	31	40	
		%	4.3%	10.3%	7.9%	
	전체	빈도	207	302	509	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
동정나비	1cm	빈도	46	53	99	1.748 (p=0.417)
		%	22.2%	17.5%	19.4%	
	1.6cm	빈도	135	207	342	
		%	65.2%	68.5%	67.2%	
	2.2cm	빈도	26	42	68	
		%	12.6%	13.9%	13.4%	
전체	빈도	207	302	509		
%	100.0%	100.0%	100.0%			
치마주름 나비	0.5cm간격	빈도	31	52	83	5.071 (p=0.079)
		%	15.0%	17.2%	16.3%	
	1cm간격	빈도	114	186	300	
		%	55.1%	61.6%	58.9%	
	3cm간격	빈도	62	64	126	
		%	30.0%	21.2%	24.8%	
전체	빈도	207	302	509		
%	100.0%	100.0%	100.0%			
저고리색상	흰색	빈도	7	17	24	32.954*** (p=0.000)
		%	3.4%	5.6%	4.7%	
	미색	빈도	16	60	76	
		%	7.7%	19.9%	15.0%	
	녹색	빈도	15	26	41	
		%	7.2%	8.6%	8.1%	
	노랑색	빈도	23	42	65	
		%	11.1%	14.0%	12.8%	
	연핑크	빈도	78	103	181	
		%	37.7%	34.2%	35.6%	
비둘기색	빈도	13	16	29		

	옥색	%	6.3%	5.3%	5.7%	7.002 (p=0.429)
		빈도	42	21	63	
	보라색	%	20.3%	7.0%	12.4%	
		빈도	13	16	29	
	전체	빈도	207	301	508	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
치마색상	회색	빈도	9	18	27	
		%	4.3%	5.9%	5.3%	
	빨강	빈도	23	37	60	
		%	11.1%	12.2%	11.8%	
	진분홍	빈도	70	76	146	
		%	33.8%	25.1%	28.6%	
	오렌지색	빈도	18	20	38	
		%	8.7%	6.6%	7.5%	
	골드색	빈도	18	32	50	
		%	8.7%	10.6%	9.8%	
	남색	빈도	48	78	126	
		%	23.2%	25.7%	24.7%	
진보라	빈도	16	30	46		
	%	7.7%	9.9%	9.0%		
잉크색	빈도	5	12	17		
	%	2.4%	4.0%	3.3%		
전체	빈도	207	303	510		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
배자색상	아이보리	빈도	42	70	112	11.181 (p=0.131)
		%	20.9%	23.8%	22.6%	
	핑크	빈도	32	38	70	
		%	15.9%	12.9%	14.1%	
	연두	빈도	33	25	58	
		%	16.4%	8.5%	11.7%	
	노랑	빈도	12	17	29	
		%	6.0%	5.8%	5.9%	
	오렌지	빈도	14	20	34	
		%	7.0%	6.8%	6.9%	
	청색	빈도	21	41	62	
		%	10.4%	13.9%	12.5%	
초록색	빈도	12	14	26		
	%	6.0%	4.8%	5.3%		
비취색	빈도	35	69	104		
	%	17.4%	23.5%	21.0%		
전체	빈도	201	294	495		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

저고리치마 배색	동일배색	빈도	9	12	21	2.081 (p=0.353)
		%	4.4%	4.0%	4.2%	
	유사배색	빈도	108	178	286	
		%	52.7%	59.1%	56.5%	
	보색배색	빈도	88	111	199	
		%	42.9%	36.9%	39.3%	
전체	빈도	205	301	506		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
문양크기	대	빈도	74	96	170	2.751 (p=0.253)
		%	35.7%	31.8%	33.4%	
	중	빈도	116	168	284	
		%	56.0%	55.6%	55.8%	
	소	빈도	17	38	55	
		%	8.2%	12.6%	10.8%	
전체	빈도	207	302	509		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
문양간격	넓게	빈도	81	139	220	2.281 (p=0.320)
		%	39.1%	45.9%	43.1%	
	보통	빈도	113	147	260	
		%	54.6%	48.5%	51.0%	
	좁게	빈도	13	17	30	
		%	6.3%	5.6%	5.9%	
전체	빈도	207	303	510		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
장식 중요성	예	빈도	158	224	382	3.607 (p=0.058)
		%	83.2%	75.9%	78.8%	
	아니오	빈도	32	71	103	
		%	16.8%	24.1%	21.2%	
	전체	빈도	190	295	485	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	

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

성별에 따른 문양 선호의 차이를 t-test로 조사한 결과는 <표 10-2>와 같다. 유의한 차이를 보인 문양은 자연문, 기하학, 무지(무늬없음)였으며, 구체적인 문양은 동물 중 용, 학, 봉황문으로 나타났다.

자연문은 남성이 3.77로 여성의 3.51보다 선호도가 높았으며, 기하학과 무지는

여성이 3.01%, 3.33%, 남성이 2.82%, 2.92%로 여성이 남성보다 선호도가 더 높은 것으로 나타났다.

동물에서 용, 학, 봉황 문양은 여성이 각각 2.46%, 2.85%, 2.90%, 남성이 각각 2.89%, 3.25%, 3.25%로 여성보다 남성의 선호도가 더 높은 것으로 나타났다. 성별에 따른 장식 선호도에 차이가 있는지 t-test를 실시한 결과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 10-2> 성별에 따른 문양선호도 차이

무늬	성별	N	평균	표준편차	t	p
식물	남	207	3.55	.938	-.104	.917
	여	303	3.55	.893		
동물	남	206	2.57	.954	.529	.597
	여	303	2.53	.927		
자연	남	206	3.77	.923	3.161	.002**
	여	304	3.51	.886		
문자	남	207	3.06	1.052	.841	.401
	여	303	2.99	.924		
기하학	남	207	2.82	1.073	-2.040	.042*
	여	304	3.01	.975		
무지	남	207	2.92	1.142	-4.030	.000***
	여	299	3.33	1.106		
매화	남	207	3.93	.922	1.133	.258
	여	304	3.84	.857		
모란	남	207	3.32	.900	-1.631	.104
	여	304	3.45	.932		
연화	남	206	3.17	1.021	-1.402	.162
	여	302	3.30	.984		
석류	남	206	2.99	1.057	-.349	.728
	여	304	3.02	.935		
용	남	207	2.89	1.186	4.294	.000***
	여	303	2.46	1.002		
학	남	206	3.25	1.027	4.404	.000***
	여	303	2.85	.988		
봉황	남	205	3.25	1.049	3.772	.000***
	여	303	2.90	1.016		
운	남	207	3.12	1.008	1.727	.085
	여	303	2.96	.993		
십장생	남	207	2.95	1.042	.623	.534
	여	304	2.89	.996		
수복	남	207	2.86	1.106	.070	.945
	여	303	2.86	.985		
만자	남	207	2.67	1.123	.635	.525
	여	303	2.60	1.074		
단청	남	207	3.11	1.124	-.968	.334
	여	304	3.21	1.087		

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

## 2) 연령과 디자인선호도의 관계

연령과 디자인 및 색상, 문양, 장식 선호에 대한 관계를 분석한 결과는 <표 10-3>과 같다.

연령과 디자인과 색상, 문양크기 및 간격, 장식 중요성의 관계에 대한 카이제곱 검정을 실시한 결과, 소매통유형, 깃의 모양, 고름나비길이, 저고리색상, 치마색상, 문양크기에서 유의한 관계를 보였다.

소매통유형에서 칼배래는 30세 미만에서, 기본형은 50세 이상에서 더 높은 선호도를 보였다. 깃의 모양은 30대 47.1%, 40대 46.4%, 50세 이상 57.3%로 30대 이상에서는 일반깃의 선호도가 높게 나타난 반면, 30세 미만에서는 각당코깃과 반당코깃의 비율이 29.9%와 33.8%로 높게 나타났다.

고름나비길이는 6:100cm와 4.5:90cm는 50세 이상에서 21.1%와 66.3%로 높았고 3.5:60cm와 2:45cm는 30세 미만에서 22.1%와 14.3%로 나타나 양극화 현상을 보였는데 이로써 좁고 짧은 고름은 연령이 낮을수록, 넓고 긴 고름은 연령이 높을수록 선호하는 것을 알 수 있다. 즉, 나이가 많을수록 현대의 새로운 트렌드를 쫓기보다는 기존의 한복스타일을 선호하는 것으로 나타났다.

저고리색상은 30세 미만에서 연핑크가 48.1%, 노랑색이 18.2%로 비율이 높게 나타났고 30대도 연핑크(41.9%)를 가장 선호하였다. 50세 이상에도 연핑크(27.8%)가 가장 높았으나 미색(18.6%)과 옥색(18.6%)이 다른 연령층보다 선호도가 높았다.

치마색상은 30세 미만에서 빨강 15.6%, 오렌지 13%, 30대는 진분홍 36.1%, 40대는 골드색 12.8%, 50세 이상은 남색(32.0%)을 가장 선호하였고, 진보라(11.3%), 회색(8.2%)의 선호도가 다른 연령층보다 높았다. 즉, 연령이 낮을수록 빨강과 진분홍 색상의 비율이 높게 나타났고, 연령이 높을수록 골드색과 남색의 비율이 높게 나타나 나이가 많을수록 화려한 색보다는 점잖은 색을 선호하는 것을 알 수 있다.

문양크기는 30세미만은 ‘대’를 50.6%로 선호하고 30대는 소를 14.2%로 선호했다. 반면에 연령이 높은 50대 이상은 ‘중’크기를 64.9%로 선호 비율이 나타났다.

<표 10-3> 연령과 디자인선호도의 관계

선호도	유형	구분	연령				x <sup>2</sup> (p)
			30세미만	30대	40대	50세이상	
저고리 치마 비율	1:2.5	빈도	12	35	40	20	3.320 (p=0.768)
		%	15.6%	22.6%	22.3%	20.6%	
	1:4	빈도	50	84	105	58	
		%	64.9%	54.2%	58.7%	59.8%	
	1:5	빈도	15	36	34	19	
		%	19.5%	23.2%	19.0%	19.6%	
전체	빈도	77	155	179	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
저고리 유형	민저고리	빈도	6	22	28	15	9.543 (p=0.145)
		%	7.8%	14.3%	15.5%	15.5%	
	반회장저고리	빈도	40	94	91	55	
		%	51.9%	61.0%	50.3%	56.7%	
	삼회장저고리	빈도	31	38	62	27	
		%	40.3%	24.7%	34.3%	27.8%	
전체	빈도	77	154	181	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
치마 실루엣 유형	슬림형	빈도	25	42	49	19	19.737 (p=0.072)
		%	32.5%	27.1%	27.2%	19.6%	
	기본형	빈도	21	43	43	18	
		%	27.3%	27.7%	23.9%	18.6%	
	A라인형	빈도	4	30	33	27	
		%	5.2%	19.4%	18.3%	27.8%	
	항아리형	빈도	12	15	24	13	
		%	15.6%	9.7%	13.3%	13.4%	
	풍성한형	빈도	15	25	31	20	
		%	19.5%	16.1%	17.2%	20.6%	
	전체	빈도	77	155	180	97	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
고름 나비 길이	6:100	빈도	10	17	29	20	19.369* (p=0.022)
		%	13.0%	11.0%	16.0%	21.1%	
	4.5:90	빈도	39	96	102	63	
		%	50.6%	61.9%	63.3%	65.0%	

	3.5:60	%	50.6%	61.9%	56.4%	66.3%	
		빈도	17	29	35	11	
	%	22.1%	18.7%	19.3%	11.6%		
	2:45	빈도	11	13	15	1	
		%	14.3%	8.4%	8.3%	1.1%	
	전체	빈도	77	155	181	95	
%		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
동정 나비	1cm	빈도	16	27	36	20	5.316 (p=0.504)
		%	20.8%	17.4%	19.9%	21.1%	
	1.6cm	빈도	54	104	116	67	
		%	70.1%	67.1%	64.1%	70.5%	
	2.2cm	빈도	7	24	29	8	
		%	9.1%	15.5%	16.0%	8.4%	
전체	빈도	77	155	181	95		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
소매통 유형	칼배래	빈도	22	19	30	9	15.095* (p=0.020)
		%	28.6%	12.3%	16.6%	9.3%	
	기본형	빈도	48	119	127	77	
		%	62.3%	76.8%	70.2%	79.4%	
	붕어배래	빈도	7	17	24	11	
		%	9.1%	11.0%	13.3%	11.3%	
전체	빈도	77	155	181	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
깃의 모양	각당코깃	빈도	23	20	37	18	24.959** (p=0.003)
		%	29.9%	12.9%	20.4%	18.8%	
	일반깃	빈도	23	73	84	55	
		%	29.9%	47.1%	46.4%	57.3%	
	반당코깃	빈도	26	41	47	17	
		%	33.8%	26.5%	26.0%	17.7%	
목관깃	빈도	5	21	13	6		
	%	6.5%	13.5%	7.2%	6.3%		
전체	빈도	77	155	181	96		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

저고리 색상	흰색	빈도	4	7	7	6	51.341*** (p=0.000)
		%	5.2%	4.5%	3.9%	6.2%	
	미색	빈도	6	25	27	18	
		%	7.8%	16.1%	15.2%	18.6%	
	녹색	빈도	5	13	20	3	
		%	6.5%	8.4%	11.2%	3.1%	
	노랑색	빈도	14	22	20	9	
		%	18.2%	14.2%	11.2%	9.3%	
	연핑크	빈도	37	65	53	27	
		%	48.1%	41.9%	29.8%	27.8%	
	비둘기색	빈도	1	4	11	12	
		%	1.3%	2.6%	6.2%	12.4%	
	옥색	빈도	5	8	31	18	
		%	6.5%	5.2%	17.4%	18.6%	
보라색	빈도	5	11	9	4		
	%	6.5%	7.1%	5.1%	4.1%		
전체	빈도	77	155	178	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
치마 색상	회색	빈도	3	4	12	8	41.345** (p=0.005)
		%	3.9%	2.6%	6.7%	8.2%	
	빨강	빈도	12	24	18	6	
		%	15.6%	15.5%	10.0%	6.2%	
	진분홍	빈도	25	56	49	16	
		%	32.5%	36.1%	27.2%	16.5%	
	오렌지색	빈도	10	8	11	9	
		%	13.0%	5.2%	6.1%	9.3%	
	골드색	빈도	6	9	23	11	
		%	7.8%	5.8%	12.8%	11.3%	
	남색	빈도	14	40	41	31	
		%	18.2%	25.8%	22.8%	32.0%	
진보라	빈도	6	13	16	11		
	%	7.8%	8.4%	8.9%	11.3%		
잉크색	빈도	1	1	10	5		
	%	1.3%	.6%	5.6%	5.2%		
전체	빈도	77	155	180	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
배자 색상	아이보리	빈도	23	36	31	22	27.224 (p=0.164)
		%	30.3%	24.5%	17.7%	22.9%	
	핑크	빈도	17	23	24	7	
		%	22.4%	15.6%	13.7%	7.3%	
	연두	빈도	3	21	23	11	
		%	3.9%	14.3%	13.1%	11.5%	

	노랑	빈도	6	6	9	8	
		%	7.9%	4.1%	5.1%	8.3%	
	오렌지	빈도	2	12	10	10	
		%	2.6%	8.2%	5.7%	10.4%	
	청색	빈도	9	17	24	11	
		%	11.8%	11.6%	13.7%	11.5%	
	초록색	빈도	4	7	10	5	
		%	5.3%	4.8%	5.7%	5.2%	
	비취색	빈도	12	25	44	22	
		%	15.8%	17.0%	25.1%	22.9%	
	전체	빈도	76	147	175	96	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
저고리 치마 배색	동일배색	빈도	2	5	8	6	4.058 (p=0.669)
		%	2.6%	3.3%	4.5%	6.2%	
	유사배색	빈도	43	91	95	58	
		%	55.8%	59.9%	53.1%	59.8%	
	보색배색	빈도	32	56	76	33	
		%	41.6%	36.8%	42.5%	34.0%	
	전체	빈도	77	152	179	97	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

선호도	유형	구분	연령				$\chi^2$ (p)
			30세미 만	30대	40대	50세이 상	
문양 크기	대	빈도	39	46	60	23	17.528** (p=0.008)
		%	50.6%	29.7%	33.5%	23.7%	
	중	빈도	32	87	103	63	
		%	41.6%	56.1%	57.5%	64.9%	
	소	빈도	6	22	16	11	
		%	7.8%	14.2%	8.9%	11.3%	
전체	빈도	77	155	179	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
문양 간격	넓게	빈도	31	67	67	55	11.652 (p=0.070)
		%	40.3%	43.2%	37.2%	56.7%	
	보통	빈도	40	78	101	40	
		%	51.9%	50.3%	56.1%	41.2%	
	좁게	빈도	6	10	12	2	
		%	7.8%	6.5%	6.7%	2.1%	
전체	빈도	77	155	180	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
장식 중요성	예	빈도	57	117	134	74	0.620 (p=0.892)
		%	77.0%	79.6%	77.9%	81.3%	
	아니오	빈도	17	30	38	17	
		%	23.0%	20.4%	22.1%	18.7%	
	전체	빈도	74	147	172	91	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

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

연령에 따른 문양 선호도의 차이를 분석한 결과는 <표 10-4, 10-5>와 같다. 연령에 따른 문양 선호도에 차이가 있는지 일원변량분석을 실시한 결과 유의한 차이를 보인 문양은 자연문이었으며, 구체적 문양은 식물 중 석류와, 동물 중 용, 학, 자연 중 십장생, 문자 중 수복, 만자, 단청문으로 나타났다.

자연문은 40대와 50세 이상에서 3.76과 3.70으로 선호도가 높게 나타났으며, 40대와 30세 미만에서 3.76과 3.42로 유의한 차이를 보였다. 석류도 40대가 3.16으

로 30세 미만의 2.79보다 선호도가 높게 나타났다. 용은 30대와 40대가 2.73으로 50세 이상의 2.38보다 높게 나타났으며, 학은 40대가 3.23으로 30세 미만의 2.80보다 선호도가 더 높았다. 십장생은 40대가 3.13으로 30대의 2.72나 30세 미만의 2.73보다 높았고, 만자는 40대가 2.92로 30세 미만의 2.29보다 높았다. 수복문은 40대가 3.07로 30세 미만의 2.53보다 높게 나타났다. 단청문은 40대가 3.40으로 50세 이상의 2.97보다 선호도가 높은 것으로 나타났다.

<표 10-4> 연령에 따른 문양선호도의 차이

		N	평균	표준편차	F	p
식물	30세 미만	77	3.45	.911	.721	.540
	30대	155	3.52	.832		
	40대	180	3.56	.970		
	50세 이상	97	3.65	.925		
동물	30세 미만	77	2.52	.912	2.305	.076
	30대	155	2.70	.900		
	40대	180	2.51	.977		
	50세 이상	96	2.40	.923		
자연	30세 미만	77	3.42 a	.951	4.114 a<c	.007**
	30대	155	3.49 b	.833		
	40대	180	3.76 c	.905		
	50세 이상	97	3.70 d	.959		
문자	30세 미만	77	2.95	.958	2.509	.058
	30대	155	2.88	.946		
	40대	180	3.17	.972		
	50세 이상	97	3.01	1.036		
기하학	30세 미만	77	2.95	1.075	1.168	.322
	30대	155	2.84	.922		
	40대	181	3.03	1.080		
	50세 이상	97	2.87	1.007		
무지	30세 미만	77	3.27	1.108	.524	.666
	30대	152	3.18	1.006		
	40대	180	3.09	1.178		
	50세 이상	95	3.19	1.291		

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001    a-d : Scheffe의 사후검증

<표 10-5> 연령에 따른 구체적인 문양선호도 차이

구분		N	평균	표준편차	F	p	
식물	매화	30세미만	77	3.81	1.014	.894	.444
		30대	155	3.83	.831		
		40대	181	3.96	.865		
		50세이상	97	3.87	.897		
	모란	30세미만	77	3.38	.889	.993	.396
		30대	155	3.39	.886		
		40대	181	3.48	.946		
		50세이상	97	3.28	.944		
	연화	30세미만	77	3.18	.956	1.831	.140
		30대	154	3.18	.944		
		40대	179	3.39	1.051		
		50세이상	97	3.16	1.017		
석류	30세미만	76	2.79 a	.984	3.564 a<c	.014*	
	30대	155	2.89 b	.887			
	40대	181	3.16 c	1.001			
	50세이상	97	3.06 d	1.069			
동물	용	30세미만	77	2.56 a	.993	2.668 d<c,b	.047*
		30대	154	2.73 b	1.098		
		40대	181	2.73 c	1.110		
		50세이상	97	2.38 d	1.141		
	학	30세미만	76	2.80 a	.980	4.901 a<c	.002***
		30대	155	2.97 b	.963		
		40대	180	3.23 c	.996		
		50세이상	97	2.84 d	1.134		
	봉황	30세미만	77	3.01	1.006	1.864	.135
		30대	154	3.03	1.066		
40대		181	3.16	1.017			
50세이상		95	2.85	1.062			
자연	운문	30세미만	77	2.91	1.015	1.376	.249
		30대	155	2.94	.948		
		40대	181	3.13	.995		
		50세이상	96	3.06	1.074		
	십장생	30세미만	77	2.73 a	.941	5.977 a,b<c	.001**
		30대	155	2.72 b	.896		
		40대	181	3.13 c	1.051		
		50세이상	97	2.99 d	1.104		
문자	수복	30세미만	77	2.53 a	.821	6.061 a<c,d	.000***
		30대	155	2.74 b	.994		
		40대	180	3.07 c	1.071		
		50세이상	97	2.94 d	1.107		

문 자	만 자	30세미만	77	2.29 a	.856	8.815 a,b<c	.000***
		30대	154	2.44 b	.990		
		40대	181	2.92 c	1.162		
		50세이상	97	2.66 d	1.154		
기 하 학	단 청	30세미만	77	3.04 a	1.081	4.698 d<c	.003**
		30대	155	3.06 b	1.030		
		40대	181	3.40 c	1.099		
		50세이상	97	2.97 d	1.177		

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001 a-d : Scheffe의 사후검증

연령에 따른 장식 선호도에 차이가 있는지 일원변량분석을 실시한 결과 유의한 차이를 보인 장식은 없는 것으로 나타났다.

### 3) 학력과 디자인선호도의 관계

학력과 디자인 및 색상, 문양, 장식 선호도의 관계를 분석한 결과는 <표 10-6>과 같다.

학력과 디자인과 색상, 문양크기 및 간격, 장식중요성의 관계를 조사하기 위하여 카이제곱 검정을 실시한 결과, 저고리유형에서만 유의한 차이를 보였다.

저고리유형은 민저고리는 중/고졸이 19.0%로 대졸 이상의 11.2%보다 높게 나타났다, 반회장저고리는 대졸 이상에서 58.5%로 중/고졸의 48.7%보다 더 높은 비율을 보였다. 삼회장저고리는 중/고졸이 32.3%로 대졸 이상 30.4%보다 더 선호하는 것으로 나타났다.

<표 10-6> 학력과 디자인선호도의 관계

선호도	유형	구분	학력			X <sup>2</sup> (p)
			중/ 고졸	대졸 이상	전체	
저고리치마 비율	1:2.5	빈도	42	65	107	2.633 (p=0.268)
		%	22.5%	20.7%	21.4%	
	1:4	빈도	114	178	292	
		%	61.0%	56.7%	58.3%	
	1:5	빈도	31	71	102	
		%	16.6%	22.6%	20.4%	
	전체	빈도	187	314	501	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
저고리유형	민저고리	빈도	36	35	71	7.356* (p=0.025)
		%	19.0%	11.2%	14.1%	
	반희장저고리	빈도	92	183	275	
		%	48.7%	58.5%	54.8%	
	삼희장저고리	빈도	61	95	156	
		%	32.3%	30.4%	31.1%	
	전체	빈도	189	313	502	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
치마실루엣 유형	슬림형	빈도	43	91	134	5.539 (p=0.236)
		%	22.9%	29.0%	26.7%	
	기본형	빈도	42	82	124	
		%	22.3%	26.1%	24.7%	
	A라인형	빈도	41	49	90	
		%	21.8%	15.6%	17.9%	
	항아리형	빈도	27	37	64	
		%	14.4%	11.8%	12.7%	
	풍성한형	빈도	35	55	90	
		%	18.6%	17.5%	17.9%	
전체	빈도	188	314	502		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
소매통유형	칼배래	빈도	28	51	79	0.396 (p=0.821)
		%	14.8%	16.2%	15.7%	
	기본형	빈도	137	228	365	
		%	72.5%	72.6%	72.6%	
	붕어배래	빈도	24	35	59	
		%	12.7%	11.1%	11.7%	
	전체	빈도	189	314	503	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
깃의모양	각당코깃	빈도	36	61	97	1.240 (p=0.744)
		%	19.0%	19.5%	19.3%	

	일반깃	빈도	92	139	231
		%	48.7%	44.4%	46.0%
	반당코깃	빈도	47	83	130
		%	24.9%	26.5%	25.9%
	목판깃	빈도	14	30	44
		%	7.4%	9.6%	8.8%
	전체	빈도	189	313	502
		%	100.0%	100.0%	100.0%

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

학력에 따른 문양 선호도의 차이를 분석한 결과는 <표 10-7>과 같다.

학력에 따른 문양 선호도에 차이가 있는지 t-test를 실시한 결과 유의한 차이를 보인 문양은 동물문양으로 중/고졸은 2.43, 대졸 이상은 2.61로 학력이 높을수록 동물문양의 선호도가 높음을 알 수 있다. 구체적 문양은 용문양, 만자, 기하학 단청문에서 유의한 차이를 보였으며 용문양은 대졸 이상이 2.74로 중/고졸의 2.47보다 높게 나타났으며, 만자와 단청 문양은 각각 2.77과 3.35로 중/고졸이 대졸 이상의 2.55와 3.05보다 선호도가 더 높은 것으로 나타났다.

<표 10-7> 학력에 따른 문양선호도의 차이

무늬	학력	N	평균	표준편차	t	p
식물	중/고졸	188	3.55	.977	.216	.829
	대졸이상	314	3.54	.872		
동물	중/고졸	188	2.43	.937	-2.106*	.036
	대졸이상	313	2.61	.941		
자연	중/고졸	188	3.63	.941	.445	.656
	대졸이상	314	3.60	.893		
만자	중/고졸	188	3.10	.987	1.449	.148
	대졸이상	314	2.96	.973		
기하학	중/고졸	189	2.99	1.057	1.074	.283
	대졸이상	314	2.89	.997		
무지	중/고졸	185	3.10	1.240	-.957	.339
	대졸이상	313	3.21	1.079		

식물	매화	중/고졸	189	3.96	.922	1.650	.100
		대졸이상	314	3.83	.857		
	모란	중/고졸	189	3.38	.900	-.351	.726
		대졸이상	314	3.41	.932		
	연화	중/고졸	188	3.30	1.021	.814	.416
		대졸이상	312	3.23	.984		
석류	중/고졸	188	3.04	1.057	.640	.522	
	대졸이상	314	2.98	.935			
동물	용	중/고졸	188	2.47	1.186	-2.686**	.007
		대졸이상	314	2.74	1.002		
	학	중/고졸	188	2.90	1.027	-1.696	.090
		대졸이상	313	3.06	.988		
	붕황	중/고졸	187	3.06	1.049	.278	.781
		대졸이상	313	3.03	1.016		
자연	운문	중/고졸	189	3.03	1.008	.044	.965
		대졸이상	313	3.02	.993		
	십장생	중/고졸	189	3.03	1.042	1.818	.070
		대졸이상	314	2.86	.996		
문자	수복	중/고졸	188	2.89	1.106	.365	.715
		대졸이상	314	2.85	.985		
	만자	중/고졸	189	2.77	1.123	2.255*	.025
		대졸이상	313	2.55	1.074		
기하학	단청	중/고졸	189	3.35	1.124	2.955**	.003
		대졸이상	314	3.05	1.087		

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

학력에 따른 장식 선호의 차이를 분석한 결과는 <표 10-8>과 같다.

학력에 따른 장식 선호도에 차이가 있는지 t-test를 실시한 결과 유의한 차이를 보인 장식은 아플리케로 중/고졸이 3.16으로 대졸 이상의 2.97보다 선호도가 높게 나타났다.

<표 10-8> 학력에 따른 장식선호도 차이

무늬	학력	N	평균	표준편차	t	p
자수	중/고졸	162	3.80	.996	.821	.412
	대졸이상	275	3.72	.953		
금은박	중/고졸	162	3.37	1.091	-1.144	.254
	대졸이상	275	3.49	.922		
그림	중/고졸	162	3.46	1.022	1.615	.107
	대졸이상	275	3.30	.973		
나염	중/고졸	162	3.41	1.078	.280	.780
	대졸이상	275	3.38	1.041		
아플리케	중/고졸	161	3.16	.877	2.154*	.032
	대졸이상	275	2.97	.837		
색동	중/고졸	161	3.46	.981	.564	.573
	대졸이상	275	3.41	.909		
조각보	중/고졸	162	3.37	.905	1.096	.274
	대졸이상	276	3.27	.912		
누빔	중/고졸	162	3.40	1.054	-.617	.538
	대졸이상	276	3.46	.919		

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

#### 4) 체형과 디자인선호도의 관계

체형과 디자인 및 색상, 문양, 장식 선호에 대한 관계를 분석한 결과는 <표 10-9>와 같다.

체형에 따른 디자인과 색상, 문양크기 및 간격에 차이가 있는지 카이제곱 검정을 실시한 결과, 치마실루엣과 저고리색상에서 유의한 차이를 보였다.

치마실루엣은 과체중인 경우 슬림형은 34.2%로 저체중 12.5%나 정상 23.5%보다 더 선호하고 A라인형도 23.2%로 저체중 15.0%나 정상 15.7%보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 반면 저체중인 경우 향아리형을 25.0%로 정상 11.4%, 과체중 12.1%보다 더 선호하고 풍성한 형을 30.0%로 정상 21.0%나 과체중 10.0%보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 과체중의 경우는 더 부해 보일 수 있는 풍성한 실루엣보다 슬림한 실루엣을 선호하는 것으로 해석할 수 있다.

저고리색상은 저체중은 녹색과 노란색 비율이 17.9%로 똑같이 높은 반면, 과체중은 연핑크 40.5%와 옥색 17.9%의 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 정상은 미색 18.6%, 비둘기색 6.8%, 보라색을 6.8%로 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 마른 체형은 연분홍, 뚱뚱한 체형은 초록, 밝은 보라를 선호한다는 정삼호(1989)의 연구 결과와는 다른 결과로 신체적 조건은 색채 선호에 영향이 적은 변인이며, 색채는 개인의 취향에 따른 선호임으로 사료된다.

<표 10-9> 체형과 디자인선호도의 관계

선호도	유형	구분	체형			χ <sup>2</sup> (p)
			저체중	정상	과체중	
저고리치마 비율	1:2.5	빈도	4	61	43	3.832 (p=0.429)
		%	10.0%	21.8%	22.6%	
	1:4	빈도	25	164	109	
		%	62.5%	58.6%	57.4%	
	1:5	빈도	11	55	38	
		%	27.5%	19.6%	20.0%	
	전체	빈도	40	280	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
저고리유형	민저고리	빈도	6	38	27	3.299 (p=0.509)
		%	15.0%	13.5%	14.2%	
	반희장저고리	빈도	17	156	108	
		%	42.5%	55.5%	56.8%	
	삼희장저고리	빈도	17	87	55	
		%	42.5%	31.0%	28.9%	
	전체	빈도	40	281	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
치마실루엣 유형	a(슬림형)	빈도	5	66	65	32.440*** (p=0.000)
		%	12.5%	23.5%	34.2%	
	b(기본형)	빈도	7	80	39	
		%	17.5%	28.5%	20.5%	
	c(A라인형)	빈도	6	44	44	
		%	15.0%	15.7%	23.2%	
	d(항아리형)	빈도	10	32	23	
		%	25.0%	11.4%	12.1%	
	e(풍성한형)	빈도	12	59	19	
		%	30.0%	21.0%	10.0%	
	전체	빈도	40	281	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	

소매통유형	칼배래	빈도	6	47	28	2.553 (p=0.635)
		%	15.0%	16.7%	14.7%	
	기본형	빈도	29	208	135	
		%	72.5%	73.8%	71.1%	
	붕어배래	빈도	5	27	27	
		%	12.5%	9.6%	14.2%	
전체	빈도	40	282	190		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
깃의모양	각당코깃	빈도	6	53	39	1.723 (p=0.943)
		%	15.0%	18.9%	20.5%	
	일반깃	빈도	18	127	89	
		%	45.0%	45.2%	46.8%	
	반당코깃	빈도	13	75	46	
		%	32.5%	26.7%	24.2%	
	목판깃	빈도	3	26	16	
		%	7.5%	9.3%	8.4%	
	전체	빈도	40	281	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
고름나비 길이	6:100	빈도	11	30	35	13.036 (p=0.042)
		%	27.5%	10.7%	18.4%	
	4.5:90	빈도	18	173	110	
		%	45.0%	61.8%	57.9%	
	3.5:60	빈도	6	53	33	
		%	15.0%	18.9%	17.4%	
	2:45	빈도	5	24	12	
		%	12.5%	8.6%	6.3%	
	전체	빈도	40	280	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
동정나비	1cm	빈도	10	45	44	4.894 (p=0.298)
		%	25.0%	16.1%	23.2%	
	1.6cm	빈도	26	197	120	
		%	65.0%	70.4%	63.2%	
	2.2cm	빈도	4	38	26	
		%	10.0%	13.6%	13.7%	
	전체	빈도	40	280	190	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	

치마주름 나비	0.5cm간격	빈도	10	43	30	2.547 (p=0.636)
		%	25.0%	15.4%	15.8%	
	1cm간격	빈도	21	168	111	
		%	52.5%	60.0%	58.4%	
	3cm간격	빈도	9	69	49	
		%	22.5%	24.6%	25.8%	
전체	빈도	40	280	190		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
저고리색상	흰색	빈도	2	12	10	28.442* (p=0.012)
		%	5.1%	4.3%	5.3%	
	미색	빈도	4	52	20	
		%	10.3%	18.6%	10.5%	
	녹색	빈도	7	21	13	
		%	17.9%	7.5%	6.8%	
	노랑색	빈도	7	40	18	
		%	17.9%	14.3%	9.5%	
	연핑크	빈도	15	90	77	
		%	38.5%	32.1%	40.5%	
	비둘기색	빈도	0	19	10	
		%	.0%	6.8%	5.3%	
	옥색	빈도	2	27	34	
		%	5.1%	9.6%	17.9%	
보라색	빈도	2	19	8		
	%	5.1%	6.8%	4.2%		
전체	빈도	39	280	190		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
치마색상	회색	빈도	2	16	9	16.271 (p=0.297)
		%	5.0%	5.7%	4.8%	
	빨강	빈도	5	39	16	
		%	12.5%	13.8%	8.5%	
	진분홍	빈도	16	79	51	
		%	40.0%	28.0%	27.0%	
	오렌지색	빈도	4	18	17	
		%	10.0%	6.4%	9.0%	
	골드색	빈도	5	22	23	
		%	12.5%	7.8%	12.2%	
	남색	빈도	7	76	44	
		%	17.5%	27.0%	23.3%	
	진보라	빈도	1	22	23	
		%	2.5%	7.8%	12.2%	
잉크색	빈도	0	10	6		
	%	.0%	3.5%	3.2%		
전체	빈도	40	282	189		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

배자색상	아이보리	빈도	12	58	42	6.764 (p=0.943)
		%	30.8%	21.5%	22.5%	
	핑크	빈도	6	38	27	
		%	15.4%	14.1%	14.4%	
	연두	빈도	3	29	27	
		%	7.7%	10.7%	14.4%	
	노랑	빈도	1	16	12	
		%	2.6%	5.9%	6.4%	
	오렌지	빈도	1	19	13	
		%	2.6%	7.0%	7.0%	
	청색	빈도	6	37	19	
		%	15.4%	13.7%	10.2%	
초록색	빈도	2	14	10		
	%	5.1%	5.2%	5.3%		
비취색	빈도	8	59	37		
	%	20.5%	21.9%	19.8%		
전체	빈도	39	270	187		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		
저고리치마 배색	동일배색	빈도	2	10	9	0.966 (p=0.915)
		%	5.0%	3.6%	4.8%	
	유사배색	빈도	21	158	109	
		%	52.5%	56.6%	58.0%	
	보색배색	빈도	17	111	70	
		%	42.5%	39.8%	37.2%	
	전체	빈도	40	279	188	
%		100.0%	100.0%	100.0%		

선호도	유형	구분	체형			X <sup>2</sup> (p)
			저체중	정상	과체중	
문양크기	대	빈도	12	97	62	5.040 (p=0.283)
		%	30.0%	34.5%	32.8%	
	중	빈도	24	147	113	
		%	60.0%	52.3%	59.8%	
	소	빈도	4	37	14	
		%	10.0%	13.2%	7.4%	
전체	빈도	40	281	189		
%	100.0%	100.0%	100.0%			
문양간격	넓게	빈도	21	122	77	3.984 (p=0.408)
		%	52.50%	43.40%	40.50%	
	보통	빈도	18	139	104	
		%	45.00%	49.50%	54.70%	
	좁게	빈도	1	20	9	
		%	2.50%	7.10%	4.70%	
전체	빈도	40	281	190		
%	100.00%	100.00%	100.00%			
장식 중요성	예	빈도	30	204	149	4.852 (p=0.088)
		%	76.9%	75.6%	84.2%	
	아니오	빈도	9	66	28	
		%	23.1%	24.4%	15.8%	
	전체	빈도	39	270	177	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	

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

체형에 따른 문양 선호도의 차이를 분석한 결과는 <표 10-10>과 같다.

체형에 따른 문양 선호도에 차이가 있는지 일원변량분석을 실시한 결과 유의한 차이를 보인 문양은 없었고, 구체적 문양에서만 유의한 차이를 보였다. 유의한 차이를 보인 문양은 자연문양의 구름문양과 문자의 만자문양인 것으로 나타났다.

구름문양과 만자문양은 과체중이 저체중보다 더 선호도가 높은 것으로 나타났다. 즉 자연 구름문양은 과체중이 3.16으로 저체중 2.88이나 정상 2.94보다 높았고, 문자 만자문양도 과체중이 2.83으로 저체중 2.48이나 정상 2.52보다 높은 선호도를 보였다.

<표 10-10> 체형에 따른 구체적 문양 선호도 차이

구분			N	평균	표준편차	F	p
식물	매화	저체중	40	4	1.038	0.579	0.561
		정상	282	3.85	0.832		
		과체중	190	3.89	0.931		
	모란	저체중	40	3.4	0.841	0.144	0.866
		정상	282	3.41	0.933		
		과체중	190	3.37	0.926		
	연화	저체중	40	3.18	0.984	0.137	0.872
		정상	281	3.25	0.978		
		과체중	188	3.27	1.041		
	석류	저체중	40	2.95	1.011	0.095	0.909
		정상	281	3	0.924		
		과체중	190	3.02	1.069		
동물	용	저체중	40	2.33	0.997	1.979	0.139
		정상	281	2.65	1.076		
		과체중	190	2.71	1.154		
	학	저체중	40	2.73	1.109	1.84	0.16
		정상	281	3.02	0.976		
		과체중	189	3.06	1.055		
	봉황	저체중	40	2.88	1.017	0.555	0.574
		정상	281	3.05	1.056		
과체중		188	3.06	1.027			
자연	운	저체중	40	2.88 a	1.017	3.203 a<c	0.041*
		정상	281	2.94 b	0.977		
		과체중	190	3.16 c	1.029		
	십장생	저체중	40	2.85	1.027	0.905	0.405
		정상	282	2.88	0.998		
		과체중	190	3	1.044		
문자	수복	저체중	40	2.75	0.954	2.714	0.067
		정상	281	2.78	1.004		
		과체중	190	2.99	1.081		
	만자	저체중	40	2.48 a	1.086	4.946 a<c	0.007**
		정상	281	2.52 b	1.049		
		과체중	190	2.83 c	1.144		
기하학	단청	저체중	40	3.15	1.122	0.179	0.837
		정상	282	3.14	1.08		
		과체중	190	3.2	1.146		

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001 a-c : Schsffe의 사후검증

체형에 따른 장식 선호도에 차이가 있는지 일원변량분석을 실시한 결과 유의한 차이를 보인 장식은 없는 것으로 나타났다.

## 5. 인구통계적 특성에 따른 구매행동의 차이

### 1) 성별과 구매행동의 관계

성별에 따른 구매행동에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 11-1>과 같다. 성별과 구매행동의 관계를 카이제곱 검정으로 조사한 결과, 전통복식 선택시 중요기준과 전통복식 구입시 영향을 준 정보원에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전통복식 선택시 남성과 여성 모두 45.5%와 44.0%로 디자인이 가장 중요한 것으로 나타났으며, 남성의 경우 그 다음에 가격 16.7%, 색상14.1%, 품질 13.1%의 순으로 나타난 반면, 여성은 색상21.5%, 가격 13.7%의 순으로 나타났다. 영향을 준 정보원에서는 여성과 남성 모두 TV드라마에서 33.0%와 32.0%로 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타났고, 남성은 가족으로부터 24.6%, 여성은 잡지화보나 인터넷에서 19.0%와 16.0%로 더 정보를 얻는 것으로 나타났다. 이는 웨딩 잡지나 인터넷 등에 더 관심이 많은 여성이 구독료이나 카페 가입수가 남성보다 높음을 통해서도 알 수 있는 결과라 사료된다.

한복 소유 별수는 남성이 1.5벌, 여성이 2.2벌로 소유 별수에 대해 유의한 차이가 있었다. 전통복식 선택시 중요성 정도는 가격에서 여성이 3.95, 남성이 3.77보다 크게 중요하다고 응답한 것으로 나타났으며 유의한 차이를 보였다.

<표 11-1> 성별과 구매행동의 관계

			성별		전체	χ <sup>2</sup> (p)
			남	여		
한복 구매 경험	예	빈도	125	197	322	1.431 (p=0.232)
		%	60.7%	65.9%	63.8%	
	아니오	빈도	81	102	183	
		%	39.3%	34.1%	36.2%	
	전체	빈도	206	299	505	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 선택기준	가격	빈도	33	40	73	16.481* (p=0.036)
		%	16.7%	13.7%	14.9%	
	디자인	빈도	90	129	219	
		%	45.5%	44.0%	44.6%	
	색상	빈도	28	63	91	
		%	14.1%	21.5%	18.5%	
	브랜드	빈도	0	2	2	
		%	.0%	.7%	.4%	
	바느질	빈도	10	22	32	
		%	5.1%	7.5%	6.5%	
	희소성	빈도	5	10	15	
		%	2.5%	3.4%	3.1%	
	품질	빈도	26	26	52	
		%	13.1%	8.9%	10.6%	
	기타	빈도	6	1	7	
		%	3%	.3%	1.4%	
	전체	빈도	198	293	491	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 구입시 정보원	TV드라마	빈도	65	99	164	12.781* (p=0.047)
		%	32.0%	33.0%	32.6%	
	신문기사	빈도	3	0	3	
		%	1.5%	.0%	.6%	
	잡지화보	빈도	26	57	83	
		%	12.8%	19.0%	16.5%	
	친구	빈도	22	28	50	
		%	10.8%	9.3%	9.9%	
	가족	빈도	50	49	99	
		%	24.6%	16.3%	19.7%	
	인터넷	빈도	27	49	76	
		%	13.3%	16.3%	15.1%	
	기타	빈도	10	18	28	
		%	4.9%	6.0%	5.6%	
전체	빈도	203	300	503		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

구분	성별	N	평균	표준편차	t	p	
소유	남	119	1.49	1.156	-4.323	.000*	
	여	191	2.23	1.849			
전통복식 평가기준	가격	남	206	3.77	.869	-2.457	.014*
		여	303	3.95	.800		
	디자인	남	206	4.31	.789	-.751	.453
		여	304	4.36	.771		
	색상	남	206	4.29	.773	-1.925	.055
		여	303	4.42	.709		
	문양	남	206	3.92	.863	-.145	.884
		여	302	3.93	.875		
	브랜드	남	205	2.82	1.038	-1.036	.301
		여	303	2.92	.926		
	바느질	남	205	4.21	.955	-.872	.383
		여	303	4.28	.856		
	회소성	남	205	3.35	1.063	-1.284	.200
		여	303	3.47	.999		
	품질	남	204	4.27	.895	-.120	.904
		여	303	4.28	.829		

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

## 2) 연령과 구매행동의 관계

연령과 구매행동의 관계를 분석한 결과는 <표 11-2>와 같다.

연령과 구매행동의 관계를 카이제곱 검정을 한 결과, 구매경험, 전통복식 구입 시 영향을 준 정보원에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구매경험에서는 연령이 많을수록 구매경험이 더 많았고, 영향을 준 정보원에서는 모든 연령대에서 TV드라마가 가장 높게 나타났으나, 연령이 높을수록 가족 영향이 증가하는 것으로 나타났고, 연령이 낮을수록 인터넷의 영향이 증가하는 것으로 나타났다. 전통복식 소유별수와 전통복식 선택기준 중요도에 대한 연령별 차이가 있는지 일원변량분석결과, 소유별수에 대해서 유의한 차이가 있었으며 50세 이상이 2.54별로 가장 많고 30대 미만이 1.25별로 가장 적은 것으로 나타났다.

<표 11-2> 연령과 구매행동의 관계

			연령				x <sup>2</sup> (p)
			30세미만	30대	40대	50세이상	
구매 경험	예	빈도	24	79	138	80	73.908*** (p=0.000)
		%	31.6%	51.6%	76.7%	84.2%	
	아니오	빈도	52	74	42	15	
		%	68.4%	48.4%	23.3%	15.8%	
	전체	빈도	76	153	180	95	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 평가기준	가격	빈도	10	26	28	9	30.316 (p=0.175)
		%	13.3%	17.4%	16.3%	9.6%	
	디자인	빈도	36	60	87	35	
		%	48.0%	40.3%	50.6%	37.2%	
	색상	빈도	13	28	23	27	
		%	17.3%	18.8%	13.4%	28.7%	
	브랜드	빈도	0	2	0	0	
		%	.0%	1.3%	.0%	.0%	
	바느질	빈도	4	11	11	6	
		%	5.3%	7.4%	6.4%	6.4%	
	희소성	빈도	1	6	5	3	
		%	1.3%	4.0%	2.9%	3.2%	
	품질	빈도	11	16	13	12	
		%	14.7%	10.7%	7.6%	12.8%	
	기타	빈도	0	0	5	2	
		%	.0%	.0%	2.9%	2.1%	
	전체	빈도	75	149	172	94	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 구입시 정보원	TV드라마	빈도	27	43	61	32	42.355** (p=0.001)
		%	35.5%	27.9%	34.9%	33.0%	
	신문기사	빈도	1	1	1	0	
		%	1.3%	.6%	.6%	.0%	
	잡지화보	빈도	14	26	33	11	
		%	18.4%	16.9%	18.9%	11.3%	
	친구	빈도	7	16	17	10	
		%	9.2%	10.4%	9.7%	10.3%	
	가족	빈도	9	22	43	25	
		%	11.8%	14.3%	24.6%	25.8%	
	인터넷	빈도	17	36	14	8	
		%	22.4%	23.4%	8.0%	8.2%	
	기타	빈도	1	10	6	11	
		%	1.3%	6.5%	3.4%	11.3%	
전체	빈도	76	154	175	97		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

		N	평균	표준편차	F	p	
소유	30세미만(a)	20	1.25	0.55	8.582 a,b<d	0.000***	
	30대(b)	76	1.36	0.706			
	40대(c)	133	2.02	1.728			
	50세이상(d)	81	2.54	2.074			
전통복식 평가기준	가격	30세미만	76	3.93	.772	1.347	.258
		30대	154	3.95	.757		
		40대	181	3.87	.859		
		50세이상	97	3.74	.939		
	디자인	30세미만	76	4.50	.600	2.465	.062
		30대	155	4.37	.684		
		40대	181	4.32	.835		
		50세이상	97	4.19	.905		
	색상	30세미만	76	4.46	.662	1.205	.307
		30대	154	4.40	.620		
		40대	181	4.36	.744		
		50세이상	97	4.26	.927		
	문양	30세미만	76	3.99	.841	1.228	.299
		30대	153	3.82	.844		
		40대	181	3.99	.898		
		50세이상	97	3.95	.858		
	브랜드	30세미만	75	3.05	1.038	1.538	.204
		30대	154	2.84	.896		
		40대	181	2.92	.954		
		50세이상	97	2.75	1.061		
	바느질	30세미만	76	4.28	.793	1.031	.378
		30대	154	4.22	.873		
		40대	181	4.33	.875		
		50세이상	96	4.14	1.042		
	희소성	30세미만	76	3.41	1.022	.976	.404
		30대	154	3.31	.946		
		40대	181	3.50	1.083		
		50세이상	96	3.44	1.044		
품질	30세미만	76	4.41	.696	.845	.470	
	30대	154	4.25	.805			
	40대	180	4.29	.887			
	50세이상	96	4.21	.983			

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001    a-d : Scheffe의 사후검증

### 3) 학력과 구매행동의 관계

학력과 구매행동의 관계를 분석한 결과는 <표 11-3>과 같다.

학력과 구매행동의 관계를 카이제곱 검정을 한 결과, 전통복식 선택시 중요 기준원에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

디자인이 중/고졸은 46.4%, 대졸 이상은 44.1%로 가장 중요한 선택기준으로 나타났으나, 중/고졸은 다음으로 색상 18.4%, 가격 14.0%, 바느질 8.4%, 품질 7.3% 순으로 중요하게 생각하였고, 대졸 이상은 색상 18.4%, 가격 15.5%, 품질 13.2%, 바느질 5.3% 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

전통복식 소유별수와 전통복식 선택기준 중요도에 대한 학력별 차이가 있는지 t-test 분석결과, 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 11-3> 학력과 구매행동의 관계

			학력		전체	χ <sup>2</sup> (p)
			중/고졸	대졸 이상		
구매 경험	예	빈도	130	187	317	3.769 (p=0.052)
		%	69.1%	60.5%	63.8%	
	아니오	빈도	58	122	180	
		%	30.9%	39.5%	36.2%	
	전체	빈도	188	309	497	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 평가기준	가격	빈도	25	47	72	15.843* (p=0.045)
		%	14.0%	15.5%	14.9%	
	디자인	빈도	83	134	217	
		%	46.4%	44.1%	44.9%	
	색상	빈도	33	56	89	
		%	18.4%	18.4%	18.4%	
	브랜드	빈도	0	2	2	
		%	.0%	.7%	.4%	
	바느질	빈도	15	16	31	
		%	8.4%	5.3%	6.4%	
	희소성	빈도	8	5	13	
		%	4.5%	1.6%	2.7%	
	품질	빈도	13	40	53	
		%	7.3%	13.2%	11.0%	
	기타	빈도	2	4	6	
		%	1.1%	1.3%	1.2%	
	전체	빈도	179	304	483	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	
전통복식 구입시 정보원	TV드라마	빈도	64	95	159	9.973 (p=0.126)
		%	34.6%	30.6%	32.1%	
	신문기사	빈도	1	2	3	
		%	.5%	.6%	.6%	
	잡지화보	빈도	36	47	83	
		%	19.5%	15.2%	16.8%	
	친구	빈도	17	32	49	
		%	9.2%	10.3%	9.9%	
	가족	빈도	40	57	97	
		%	21.6%	18.4%	19.6%	
	인터넷	빈도	17	59	76	
		%	9.2%	19.0%	15.4%	
	기타	빈도	10	18	28	
		%	5.4%	5.8%	5.7%	
전체	빈도	185	310	495		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

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

#### 4) 직업과 구매행동의 관계

직업과 구매행동의 관계를 분석한 결과는 <표 11-4>와 같다.

직업과 구매행동의 관계를 카이제곱 검정을 한 결과, 구매경험에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

구매경험은 숙련직과 전업주부가 90%이상으로 구매경험이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 관리직이 77.6%, 서비스직 67.3%, 사무직 58.3%, 전문직 57.1%순으로 나타났다. 전통복식 선택시 중요기준에 대해서는 직업에 따른 차이는 기대치 5미만의 칸이 20%가 넘으므로 카이제곱 검정(Chi-square test)을 실시하지 않았다.

<표 11-4> 직업과 구매행동의 관계

			구매경험			χ <sup>2</sup> (p)
			예	아니오	전체	
직업	사무직	빈도	140	100	240	44.770*** (p=0.000)
		%	58.3%	41.7%	100.0%	
	숙련직	빈도	9	1	10	
		%	90.0%	10.0%	100.0%	
	전문직	빈도	20	15	35	
		%	57.1%	42.9%	100.0%	
	서비스직	빈도	35	17	52	
		%	67.3%	32.7%	100.0%	
	관리직	빈도	52	15	67	
		%	77.6%	22.4%	100.0%	
	전업주부	빈도	37	4	41	
		%	90.2%	9.8%	100.0%	
	학생	빈도	5	10	15	
		%	33.3%	66.7%	100.0%	
	무직	빈도	3	12	15	
		%	20.0%	80.0%	100.0%	
기타	빈도	20	7	27		
	%	74.1%	25.9%	100.0%		
전체	빈도	321	181	502		
	%	63.9%	36.1%	100.0%		

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

## 6. 전통한복의 가격과 점포이미지 평가

### 1) 전통한복의 가격에 대한 태도

#### (1) 인구통계적 특성에 따른 시중한복 가격에 대한 태도

인구통계적 특성과 시중한복 가격에 대한 태도와의 관계를 분석한 결과는 <표 12-1>과 같다.

시중한복 가격에 대한 의견은 직업과 유의한 관계가 있었으며, 사무직과 전업주부에서 가격이 비싸다고 응답한 비율이 67.9%와 63.4%로 높게 나타났다.

<표 12-1> 인구통계적 특성과 한복 가격에 대한 태도의 관계

			시중한복 가격						X <sup>2</sup> (p)
			매우 싼편	싼편	보통	비싼편	매우 비싼편	전체	
성별	남	빈도	7	5	34	130	31	207	6.828 (p=0.145)
		%	3.4%	2.4%	16.4%	62.8%	15.0%	100.0%	
	여	빈도	8	8	77	173	34	300	
		%	2.7%	2.7%	25.7%	57.7%	11.3%	100.0%	
	전체	빈도	15	13	111	303	65	507	
		%	3.0%	2.6%	21.9%	59.8%	12.8%	100.0%	
연령	30세미만	빈도	1	5	17	46	7	76	16.985 (p=0.150)
		%	1.3%	6.6%	22.4%	60.5%	9.2%	100.0%	
	30대	빈도	3	2	37	96	15	153	
		%	2.0%	1.3%	24.2%	62.7%	9.8%	100.0%	
	40대	빈도	7	5	31	111	26	180	
		%	3.9%	2.8%	17.2%	61.7%	14.4%	100.0%	
	50세이상	빈도	4	1	25	50	17	97	
		%	4.1%	1.0%	25.8%	51.5%	17.5%	100.0%	
	전체	빈도	15	13	110	303	65	506	
		%	3.0%	2.6%	21.7%	59.9%	12.8%	100.0%	

			시중환복가격						X <sup>2</sup> (p)
			매우 싼편	싼편	보통	비싼편	매우 비싼편	전체	
학 력	중/고졸	빈도	9	5	40	112	22	188	4.556 (p=0.336)
		%	4.8%	2.7%	21.3%	59.6%	11.7%	100.0%	
	대졸이상	빈도	5	8	68	188	42	311	
		%	1.6%	2.6%	21.9%	60.5%	13.5%	100.0%	
	전체	빈도	14	13	108	300	64	499	
%		2.8%	2.6%	21.6%	60.1%	12.8%	100.0%		
월 소 득	200만원 미만	빈도	3	1	20	44	8	76	22.417 (p=0.130)
		%	3.9%	1.3%	26.3%	57.9%	10.5%	100.0%	
	200~300 만원	빈도	2	3	26	76	13	120	
		%	1.7%	2.5%	21.7%	63.3%	10.8%	100.0%	
	300~500 만원	빈도	2	7	32	58	12	111	
		%	1.8%	6.3%	28.8%	52.3%	10.8%	100.0%	
	500~600 만원	빈도	3	1	18	59	13	94	
		%	3.2%	1.1%	19.1%	62.8%	13.8%	100.0%	
	600만원 이상	빈도	5	1	14	67	18	105	
		%	4.8%	1.0%	13.3%	63.8%	17.1%	100.0%	
전체	빈도	15	13	110	304	64	506		
	%	3.0%	2.6%	21.7%	60.1%	12.6%	100.0%		
직 업	사무직	빈도	4	1	40	163	32	240	74.840*** (p=0.000)
		%	1.7%	.4%	16.7%	67.9%	13.3%	100.0%	
	숙련직	빈도	0	0	3	6	1	10	
		%	.0%	.0%	30.0%	60.0%	10.0%	100.0%	
	전문직	빈도	0	0	14	16	6	36	
		%	.0%	.0%	38.9%	44.4%	16.7%	100.0%	
	서비스직	빈도	3	7	12	23	7	52	
		%	5.8%	13.5%	23.1%	44.2%	13.5%	100.0%	
	관리직	빈도	6	2	19	34	6	67	
		%	9.0%	3.0%	28.4%	50.7%	9.0%	100.0%	
	전업주부	빈도	1	0	7	26	7	41	
		%	2.4%	.0%	17.1%	63.4%	17.1%	100.0%	
	학생	빈도	0	0	7	8	1	16	
		%	.0%	.0%	43.8%	50.0%	6.3%	100.0%	
	무직	빈도	0	2	3	9	1	15	
		%	.0%	13.3%	20.0%	60.0%	6.7%	100.0%	
기타	빈도	1	1	5	16	4	27		
	%	3.7%	3.7%	18.5%	59.3%	14.8%	100.0%		
전체	빈도	15	13	110	301	65	504		
	%	3.0%	2.6%	21.8%	59.7%	12.9%	100.0%		

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

(2) 인구통계적 특성에 따른 전통복식의 적정 가격

인구통계적 특성에 따른 적정 전통복식 한 벌 가격에 대한 의견에 차이가 있는지 유의성에 대한 통계분석 결과는 <표 12-2>와 같다.

적정 전통복식 한 벌 가격에 대한 의견 차이는 직업별에 따라서만 유의미한 차이가 있었고, 학생과 무직에서 50~100만원 비율이 43.8%와 46.7%로 다른 직업군에 비해 높게 나타났다. 30~50만원은 학생 43.8%와 사무직 43%에서 높게 나타났고, 100~150만원은 전문직에서 16.7%로, 150만원이상은 숙련직에서 10.0%로 타 직업군에 비해 높게 나타났다.

<표 12-2> 인구통계적 특성에 따른 전통복식의 적정 가격

			적정 전통복식 한 벌 가격						x <sup>2</sup> (p)
			30만원 미만	30~50만원 미만	50~100만원 미만	100~150만원 미만	150만원 이상	전체	
성 별	남	빈도	67	79	43	15	3	207	8.525 (p=0.074)
		%	32.4%	38.2%	20.8%	7.2%	1.4%	100.0%	
	여	빈도	72	120	91	18	2	303	
		%	23.8%	39.6%	30.0%	5.9%	.7%	100.0%	
	전체	빈도	139	199	134	33	5	510	
		%	27.3%	39.0%	26.3%	6.5%	1.0%	100.0%	
연 령	30세 미만	빈도	17	25	26	8	1	77	18.513 (p=0.101)
		%	22.1%	32.5%	33.8%	10.4%	1.3%	100.0%	
	30대	빈도	39	60	49	6	1	155	
		%	25.2%	38.7%	31.6%	3.9%	.6%	100.0%	
	40대	빈도	51	77	34	16	2	180	
		%	28.3%	42.8%	18.9%	8.9%	1.1%	100.0%	
	50세 이상	빈도	33	35	25	3	1	97	
		%	34.0%	36.1%	25.8%	3.1%	1.0%	100.0%	
	전체	빈도	140	197	134	33	5	509	
		%	27.5%	38.7%	26.3%	6.5%	1.0%	100.0%	

			전통복식 적정 가격						χ <sup>2</sup> (p)
			30 만원 미만	30~50 만원 미만	50~100 만원 미만	100~150 만원 미만	150 만원 이상	전체	
학 력	중/고졸	빈도	55	77	48	8	1	189	3.914 (p=0.418)
		%	29.1%	40.7%	25.4%	4.2%	.5%	100.0%	
	대졸이상	빈도	83	117	84	25	4	313	
		%	26.5%	37.4%	26.8%	8.0%	1.3%	100.0%	
	전체	빈도	138	194	132	33	5	502	
		%	27.5%	38.6%	26.3%	6.6%	1.0%	100.0%	
월 소 득	200만원 미만	빈도	23	28	23	2	1	77	19.217 (p=0.258)
		%	29.9%	36.4%	29.9%	2.6%	1.3%	100.0%	
	200~300 만원	빈도	37	47	29	6	1	120	
		%	30.8%	39.2%	24.2%	5.0%	.8%	100.0%	
	300~500 만원	빈도	30	45	28	9	0	112	
		%	26.8%	40.2%	25.0%	8.0%	.0%	100.0%	
	500~600 만원	빈도	28	37	27	2	1	95	
		%	29.5%	38.9%	28.4%	2.1%	1.1%	100.0%	
	600만원 이상	빈도	21	42	26	14	2	105	
		%	20.0%	40.0%	24.8%	13.3%	1.9%	100.0%	
	전체	빈도	139	199	133	33	5	509	
		%	27.3%	39.1%	26.1%	6.5%	1.0%	100.0%	
직 업	사무직	빈도	75	105	52	10	2	244	46.470* (p=0.047)
		%	30.7%	43.0%	21.3%	4.1%	.8%	100.0%	
	숙련직	빈도	2	4	3	0	1	10	
		%	20.0%	40.0%	30.0%	.0%	10.0%	100.0%	
	전문직	빈도	6	12	12	6	0	36	
		%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	.0%	100.0%	
	서비스직	빈도	13	18	16	5	0	52	
		%	25.0%	34.6%	30.8%	9.6%	.0%	100.0%	
	관리직	빈도	21	28	14	4	0	67	
		%	31.3%	41.8%	20.9%	6.0%	.0%	100.0%	
	전업주부	빈도	10	15	14	1	1	41	
		%	24.4%	36.6%	34.1%	2.4%	2.4%	100.0%	
	학생	빈도	1	7	7	1	0	16	
		%	6.3%	43.8%	43.8%	6.3%	.0%	100.0%	
	무직	빈도	3	4	7	1	0	15	
		%	20.0%	26.7%	46.7%	6.7%	.0%	100.0%	
기타	빈도	9	5	8	3	1	26		
	%	34.6%	19.2%	30.8%	11.5%	3.8%	100.0%		
전체	빈도	140	198	133	31	5	507		
	%	27.6%	39.1%	26.2%	6.1%	1.0%	100.0%		

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

### (3) 인구통계적 특성에 따른 가격 결정 태도

인구통계적 특성에 따른 가격 결정 태도에 차이가 있는지 유의성에 대한 통계 분석 결과는 <표 12-3>과 같다.

가격 결정에 대한 차이는 성별, 월소득, 직업군에 따라 유의한 차이를 보였다.

성별에서는 여성이 마음에 들면 초과해서 구매하는 비율이 58.9%로 남성의 24.7%보다 높았으며, 남성은 결정한 금액내에서만 구매하는 비율이 32.9%로 여성의 24.7%보다 높게 나타났다.

월소득은 소득이 높을 때 초과해서 구매하는 비율이 더 높았으며, 200만원 미만에서 초과해서 구매하는 비율은 38.5%로 상대적으로 낮았으며, 결정한 금액 내에서나 구입처에서 결정하는 비율이 30.8%로 상대적으로 높게 나타났다.

<표 12-3> 인구통계적 특성과 전통복식 가격 결정 태도

			가격 결정				x <sup>2</sup> (p)
			결정한 금액내 에서만 구매	마음에 들면 초과해 구매	구입처 결정	전체	
성별	남	빈도	68	96	43	207	7.788* (p=0.020)
		%	32.9%	46.4%	20.8%	100.0%	
	여	빈도	75	179	50	304	
		%	24.7%	58.9%	16.4%	100.0%	
	전체	빈도	143	275	93	511	
		%	28.0%	53.8%	18.2%	100.0%	
연령	30세 미만	빈도	15	49	13	77	9.134 (p=0.166)
		%	19.5%	63.6%	16.9%	100.0%	
	30대	빈도	50	80	25	155	
		%	32.3%	51.6%	16.1%	100.0%	
	40대	빈도	51	100	30	181	
		%	28.2%	55.2%	16.6%	100.0%	
	50세 이상	빈도	26	46	25	97	
		%	26.8%	47.4%	25.8%	100.0%	
	전체	빈도	142	275	93	510	
		%	27.8%	53.9%	18.2%	100.0%	
학력	중/고졸	빈도	51	99	39	189	1.117 (p=0.572)
		%	27.0%	52.4%	20.6%	100.0%	
	대졸이상	빈도	88	173	53	314	
		%	28.0%	55.1%	16.9%	100.0%	
	전체	빈도	139	272	92	503	
		%	27.6%	54.1%	18.3%	100.0%	
월소득	200만원미만	빈도	24	30	24	78	16.719* (p=0.033)
		%	30.8%	38.5%	30.8%	100.0%	
	200~300만원	빈도	37	62	21	120	
		%	30.8%	51.7%	17.5%	100.0%	
	300~400만원	빈도	28	70	14	112	
		%	25.0%	62.5%	12.5%	100.0%	
	500~600만원	빈도	26	51	18	95	
		%	27.4%	53.7%	18.9%	100.0%	
	600만원이상	빈도	27	63	15	105	
		%	25.7%	60.0%	14.3%	100.0%	
전체	빈도	142	276	92	510		
	%	27.8%	54.1%	18.0%	100.0%		

			가격 결정 태도				x <sup>2</sup> (p)
			결정한 금액내 에서만 구매	마음에 들면 초과해 구매	구입처 결정	전체	
직업	사무직	빈도	74	134	36	244	28.467* (p=0.028)
		%	30.3%	54.9%	14.8%	100.0%	
	숙련직	빈도	1	8	1	10	
		%	10.0%	80.0%	10.0%	100.0%	
	전문직	빈도	5	22	9	36	
		%	13.9%	61.1%	25.0%	100.0%	
	서비스직	빈도	10	31	11	52	
		%	19.2%	59.6%	21.2%	100.0%	
	관리직	빈도	19	29	19	67	
		%	28.4%	43.3%	28.4%	100.0%	
	전업주부	빈도	12	22	7	41	
		%	29.3%	53.7%	17.1%	100.0%	
	학생	빈도	5	9	2	16	
		%	31.3%	56.3%	12.5%	100.0%	
	무직	빈도	3	11	1	15	
		%	20.0%	73.3%	6.7%	100.0%	
	기타	빈도	14	7	6	27	
		%	51.9%	25.9%	22.2%	100.0%	
전체	빈도	143	273	92	508		
	%	28.1%	53.7%	18.1%	100.0%		

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

직업은 결정한 금액내에서만 구매한다는 학생 31.3%과 사무직 30.3%로 높았고, 마음에 들면 구매한다는 숙련직 80.0%와 무직 73.3%, 전문직 61.1%로 높게 나타났다. 구입처에서 결정한다는 관리직이 28.4%, 전문직이 25.0%로 타 직업군에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

(4) 가격 결정 태도에 따른 전통복식 선택기준의 차이

가격 결정 태도에 따라 전통복식 선택기준에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 12-4>와 같다.

가격결정에 따라 선택기준 중요도에 유의한 차이를 보인 항목은 디자인으로 나타났으며, 마음에 들면 초과해서 구매하는 경우가 결정한 금액내에서만 구매한 경우보다 디자인에 대한 중요도가 더 큰 것으로 나타났다.

<표 12-4> 가격 결정 태도에 따른 전통복식 선택기준의 차이

		N	평균	표준 편차	F	p
가격	결정한 금액내에서만 구매	142	3.95	.894	1.096	.335
	마음에 들면 초과해서 구매	276	3.83	.825		
	구입처에서 결정	93	3.91	.747		
디자인	결정한 금액내에서만 구매	143	4.23 a	.837	4.034* a<b	.018
	마음에 들면 초과해서 구매	276	4.43 b	.717		
	구입처에서 결정	93	4.24 c	.826		
색상	결정한 금액내에서만 구매	142	4.32	.768	1.154	.316
	마음에 들면 초과해서 구매	276	4.41	.706		
	구입처에서 결정	93	4.30	.777		
문양	결정한 금액내에서만 구매	142	3.88	.956	.810	.446
	마음에 들면 초과해서 구매	275	3.97	.812		
	구입처에서 결정	93	3.87	.887		
브랜드	결정한 금액내에서만 구매	142	2.82	.940	1.091	.337
	마음에 들면 초과해서 구매	275	2.94	.963		
	구입처에서 결정	93	2.80	1.017		
바느질	결정한 금액내에서만 구매	143	4.27	.872	.285	.752
	마음에 들면 초과해서 구매	276	4.26	.902		
	구입처에서 결정	91	4.19	.906		
희소성	결정한 금액내에서만 구매	142	3.32	1.076	1.360	.258
	마음에 들면 초과해서 구매	276	3.49	1.007		
	구입처에서 결정	92	3.37	1.002		
품질	결정한 금액내에서만 구매	143	4.26	.902	2.072	.127
	마음에 들면 초과해서 구매	275	4.34	.809		
	구입처에서 결정	91	4.13	.885		

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001    a-c : Scheffe의 사후검증

## 2) 인구통계적 변인 및 가격 태도와 선호점포의 관계

### (1)인구통계적 특성에 따른 선호 점포

일반적 특성에 따라 한복 선호 점포에 차이가 있는지 유의성에 대한 통계분석 결과는 <표 13-1>과 같다.

유의한 차이를 보인 일반적 특성은 연령, 학력, 월소득, 직업으로 나타났다.

연령은 디자이너한복은 30세 미만의 비율 37.5%로 가장 높게 나타났고, 30대 21.9%, 40대 15.4%, 50대 11.6%로 연령이 높아질수록 디자이너한복의 선호도는 떨어지는 것으로 나타났다. 포복점/주단점은 50세 이상에서 46.5%로 월등히 높게 나타났고 그 다음으로는 40대 28.2%, 30대 28.1%, 30세미만 17.2%로 연령이 높아질수록 디자이너한복과는 반대로 선호도가 높아지는 것을 알 수 있다. 한복 맞춤점은 40대에서 30.9%로 가장 높았고, 50대 17.4%, 30대 16.4%, 30세미만 14.1%의 순이다. 혼수전문점은 30세미만 31.3%와 30대 33.6%에서 비율이 높게 나타났다. 이는 여고생의 의복구매시 가장 고려되는 요인이 디자인이라는 윤선(2007)의 연구 결과와 같이 연령이 낮을수록 디자인을 중요시 함을 알 수 있다.

학력은 중졸/고졸은 포복점/주단점 비율이 35.3%로 대졸의 26.2%보다 더 높게 나타났고, 대졸 이상은 혼수전문점의 비율이 31.6%로 중졸/고졸의 24.0%보다 높게 나타났다. 월소득에서는 월소득이 낮을수록 포복점/주단점 비율이 높았고, 월소득이 높을수록 혼수전문점과 디자이너한복의 비율이 높게 나타났다. 직업은 디자이너한복에서는 학생군이 56.3%로 타 직업군보다 월등히 높았고, 포복점/주단점은 서비스직에서 50.5%로 가장 높았으며 관리직 43.1%, 전문직 26.5%, 전업주부 26.3%, 숙련직 25.0%의 순이었다. 한복맞춤점에서는 사무직, 숙련직, 학생이 25.0%의 비율로 같았으며, 혼수전문점은 사무직에서 36.5%로 가장 높고 전업주부 31.6%, 무직 30.8%의 순이었다.

<표 13-1> 인구통계적 특성과 선호 점포의 관계

			선호하는 점포					X <sup>2</sup> (p)
			디자이너 한복	포복점/ 주단점	한복 맞춤점	혼수 전문점	전체	
성별	남	빈도	23	54	41	44	162	7.767 (p=0.051)
		%	14.2%	33.3%	25.3%	27.2%	100.0%	
	여	빈도	63	74	50	79	266	
		%	23.7%	27.8%	18.8%	29.7%	100.0%	
	전체	빈도	86	128	91	123	428	
		%	20.1%	29.9%	21.3%	28.7%	100.0%	
연령	30세 미만	빈도	24	11	9	20	64	38.520*** (p=0.000)
		%	37.5%	17.2%	14.1%	31.3%	100.0%	
	30대	빈도	28	36	21	43	128	
		%	21.9%	28.1%	16.4%	33.6%	100.0%	
	40대	빈도	23	42	46	38	149	
		%	15.4%	28.2%	30.9%	25.5%	100.0%	
	50세 이상	빈도	10	40	15	21	86	
		%	11.6%	46.5%	17.4%	24.4%	100.0%	
전체	빈도	85	129	91	122	427		
	%	19.9%	30.2%	21.3%	28.6%	100.0%		
학력	중/고졸	빈도	25	59	43	40	167	11.428* (p=0.010)
		%	15.0%	35.3%	25.7%	24.0%	100.0%	
	대졸 이상	빈도	61	67	47	81	256	
		%	23.8%	26.2%	18.4%	31.6%	100.0%	
	전체	빈도	86	126	90	121	423	
		%	20.3%	29.8%	21.3%	28.6%	100.0%	
월소득	200만원 미만	빈도	14	33	9	13	69	23.913* (p=0.021)
		%	20.3%	47.8%	13.0%	18.8%	100.0%	
	200~300 만원	빈도	22	31	17	29	99	
		%	22.2%	31.3%	17.2%	29.3%	100.0%	
	300~400 만원	빈도	19	23	23	33	98	
		%	19.4%	23.5%	23.5%	33.7%	100.0%	
	500~600 만원	빈도	19	16	22	18	75	
		%	25.3%	21.3%	29.3%	24.0%	100.0%	
	600만원 이상	빈도	12	26	19	30	87	
		%	13.8%	29.9%	21.8%	34.5%	100.0%	
전체	빈도	86	129	90	123	428		
	%	20.1%	30.1%	21.0%	28.7%	100.0%		

			선호하는 점포					x <sup>2</sup> (p)
			디자인 너한복	포복점/ 주단점	한복 맞춤점	혼수 전문점	전체	
직업	사무직	빈도	31	43	48	70	192	54.662*** (p=0.000)
		%	16.1%	22.4%	25.0%	36.5%	100.0%	
	숙련직	빈도	2	2	2	2	8	
		%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%	
	전문직	빈도	12	9	6	7	34	
		%	35.3%	26.5%	17.6%	20.6%	100.0%	
	서비스직	빈도	9	24	9	6	48	
		%	18.8%	50.0%	18.8%	12.5%	100.0%	
	관리직	빈도	7	25	10	16	58	
		%	12.1%	43.1%	17.2%	27.6%	100.0%	
	전업주부	빈도	8	10	8	12	38	
		%	21.1%	26.3%	21.1%	31.6%	100.0%	
	학생	빈도	9	3	4	0	16	
		%	56.3%	18.8%	25.0%	.0%	100.0%	
	무직	빈도	3	3	3	4	13	
		%	23.1%	23.1%	23.1%	30.8%	100.0%	
	기타	빈도	3	10	1	5	19	
		%	15.8%	52.6%	5.3%	26.3%	100.0%	
전체	빈도	84	129	91	122	426		
	%	19.7%	30.3%	21.4%	28.6%	100.0%		

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

## (2) 가격결정태도와 선호 점포의 관계

가격 결정에 따라 한복 선호시장에 차이가 있는지 유의성에 대한 통계분석 결과는 <표 13-2>와 같다. 가격 결정에 따라 한복 선호시장에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 포복점/주단점이 결정한 금액내에서만 구매가 34.2%, 구입처에서 결정하는 응답자들이 25.4%로 선호하는 비율이 높았고, 디자이너한복에서 마음에 들면 초과해서 구입하는 비율이 24.9%로 결정한금액내에서만 구매의 13.2%나 구입처에서 결정하는 비율 15.4%보다 더 높게 나타났다.

<표 13-2> 가격 태도와 선호 점포

			선호하는 시장					X <sup>2</sup> (p)
			디자이너 한복	포복점/ 주단점	한복 맞춤점	혼수 전문점	전체	
시중 한복 가격	매우싼편	빈도	2	4	3	1	10	17.390 (p=0.136)
		%	20.0%	40.0%	30.0%	10.0%	100.0%	
	싼편	빈도	4	4	4	1	13	
		%	30.8%	30.8%	30.8%	7.7%	100.0%	
	보통	빈도	20	41	22	20	103	
		%	19.4%	39.8%	21.4%	19.4%	100.0%	
	비싼편	빈도	47	67	48	85	247	
		%	19.0%	27.1%	19.4%	34.4%	100.0%	
	매우비싼편	빈도	13	12	13	15	53	
		%	24.5%	22.6%	24.5%	28.3%	100.0%	
	전체	빈도	86	128	90	122	426	
		%	20.2%	30.0%	21.1%	28.6%	100.0%	
적정 한복 한벌 가격	30만원미만	빈도	11	34	27	35	107	18.265 (p=0.108)
		%	10.3%	31.8%	25.2%	32.7%	100.0%	
	30~50만원	빈도	36	57	30	52	175	
		%	20.6%	32.6%	17.1%	29.7%	100.0%	
	50~100만 원	빈도	31	29	27	27	114	
		%	27.2%	25.4%	23.7%	23.7%	100.0%	
	100~150만 원	빈도	7	5	6	9	27	
		%	25.9%	18.5%	22.2%	33.3%	100.0%	
	150만원 이상	빈도	1	3	1	0	5	
		%	20.0%	60.0%	20.0%	.0%	100.0%	
	전체	빈도	86	128	91	123	428	
		%	20.1%	29.9%	21.3%	28.7%	100.0%	
가격 결정	결정한 금액내에서 만 구매	빈도	15	39	29	31	114	16.230* (p=0.013)
		%	13.2%	34.2%	25.4%	27.2%	100.0%	
	마음에들면 초과해서 구매	빈도	59	57	50	71	237	
		%	24.9%	24.1%	21.1%	30.0%	100.0%	
	구입처에서 결정	빈도	12	33	12	21	78	
		%	15.4%	42.3%	15.4%	26.9%	100.0%	

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

## V. 결론 및 제언

본 연구는 인구통계학적 특성에 따른 전통한복의 디자인선호도와 구매행동의 차이를 알아보고, 전통한복의 가격 태도와 선호 점포를 파악하는데 그 목적이 있다.

본 연구는 웨딩 업체가 밀집되어 있는 청담동의 한복 전문 숭과 종로의 주단 집을 방문한 소비자를 대상으로 한 실증적 연구로 총 513부의 설문지를 통한 자료를 수집하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 시중한복 가격에 대한 생각은 비싼편이다가 59.9%로 가장 많았고, 적당한 한복 한 벌 가격도 35~50만원 38.9%가 가장 많았는데, 이는 한복의 대중화를 위해서는 무엇보다도 값을 낮춰야한다는 마케팅 시사점을 보여준다. 이는 현재의 한복 제작 방식을 전환해야 가능한 일이며 단체 주문에 의한 납품, 기성 한복 생산과는 거리가 있는 것이다. 한복은 깨끼 바느질을 기본으로 치마 밑단처리, 동정달기 등 부분적으로 특수 바느질이 요구되므로 제작 공임을 낮추기 위해 새로운 재단기와 재봉틀 등의 기계설비의 도입과 기성 양복과 같은 치수의 규격화, 디자인의 패턴화가 요구될 것으로 사료된다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따른 디자인선호도 차이 분석 결과 성별에 따른 결과는 저고리치마비율, 치마실루엣유형, 소매통유형, 고름나비길이, 저고리색상에서 유의한 차이를 보였다. 즉, 저고리치마비율에서 여성은 1:4비율이 60.9%로 가장 많았고, 1:2.5가 22.55%, 1:5가 16.6%였다. 남성은 1:5가 26.1%로 1:2.5 19.3%보다 높았다. 치마실루엣은 여성이 A라인형과 풍성한 형을 선호한 반면에, 남성은 슬림형과 기본형의 선호도가 높게 나타났다. 소매통유형은 여성은

기본형이 78%로 남성 64.7%보다 더 높았다. 고름나비길이는 여성은 4.5:90이 61.3%로 가장 높았고, 2:45가 10.3%로 남성보다 높았으나, 남성은 6:100이 17.9%, 3.5:60이 21.7%로 여성보다 높았다. 저고리색상은 남성과 여성 모두 연핑크가 가장 높게 나타났으나, 여성은 미색, 노랑색 선호도가 높은 반면에 남성은 노랑색과 옥색 선호도가 높게 나타났다. 성별에 따른 문양 선호도에 차이가 있는지 분석한 결과 유의한 차이를 보인 문양은 자연, 기하학, 무지(무늬없음)였으며, 구체적 문양은 동물 중 용, 학, 봉황으로 나타났다. 자연은 남성이 3.77로 여성 3.51보다 선호도가 높았으며, 기하학과 무지는 여성이 남성보다 선호도가 더 높은 것으로 나타났다. 동물에서 용, 학, 봉황 문양은 여성보다 남성의 선호도가 더 높은 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성 중 연령에 따라 소매통유형, 깃의 모양, 고름나비길이, 저고리색상, 치마색상, 문양크기의 선호도에서 유의한 차이를 보였다. 소매통유형에서 칼배래는 30세 미만에서, 기본형은 50세 이상에서 더 높은 선호도를 보였다. 깃의 모양은 30대 이상에서는 일반깃이 45%이상으로 높게 나타난 반면, 30세 미만에서는 각당코깃과 반당코깃의 비율이 높게 나타났다. 고름나비길이는 3.5:60과 2:45는 연령이 낮을수록, 6:100과 4.5:90은 연령이 높을수록 선호하는 것으로 나타났다. 저고리색상은 연령이 낮을수록 노랑색과 연핑크의 비율이 높게 나타났고, 연령이 높을수록 미색, 비둘기색, 옥색이 높게 나타났다. 치마색상은 연령이 낮을수록 빨강과 진분홍 색상의 비율이 높게 나타났고, 연령이 높을수록 골드색과 남색의 비율이 높게 나타났다. 문양크기는 30세 미만은 '대'를 선호하는 반면에 연령이 높을수록 '중'크기를 선호하는 것으로 나타났다. 연령에 따른 문양 선호에 대한 분석 결과 유의한 차이를 보인 문양은 자연이었으며, 구체적 문양은 식물 중 석류와, 동물 중 용, 학, 자연 중 십장생, 문자 중 수복, 만자, 기하학 단청으로 나타났다. 자연은 40대와 50세 이상에서 선호도가 높게 나타났으며, 40대와 30세 미만에서 유의한 차이를 보였다. 석류도 40대가 30세 미만보다 선호도가 높게 나타났다. 용은 30~40대가 50세 이상보다 높게 나타났으며,

학은 40대가 30세 미만보다 선호도가 더 높았다. 십장생과 만자는 40대가 30세 미만이나 30대보다 높았으며, 수복은 40대 이상이 30세미만보다 높게 나타났다. 단청은 40대가 50세 이상보다 선호도가 높은 것으로 나타났다.

인구통계적 특성 중 학력에 따라서는 저고리유형에서만 유의한 차이를 보였다. 민저고리는 중/고졸이 대졸 이상보다 높게 나타났고, 반회장저고리는 대졸 이상에서 더 높은 비율을 보였다. 문양선호도에 있어서 유의한 차이를 보인 문양은 동물이었으며, 구체적 문양은 용문양, 만자, 기하학 단청문으로 나타났다. 동물 문은 대졸 이상이 중/고졸보다 선호도가 높게 나타났다. 용문양도 대졸 이상이 중/고졸보다 높게 나타났으며, 만자와 단청 문양은 중/고졸이 대졸 이상보다 선호도가 더 높은 것으로 나타났다. 장식에서 유의한 차이를 보인 장식은 아플리케로 중/고졸이 대졸 이상보다 선호도가 높게 나타났다.

인구통계적 특성 중 체형에 따라서 치마실루엣과 저고리색상에서 유의한 차이를 보였다. 치마실루엣은 과체중인 경우 슬림형과 A라인형을 더 선호하고 저체중인 경우 향아리형과 풍성한 형을 더 선호하는 것으로 나타났다. 저고리색상은 저체중은 녹색과 노란색 비율이 높은 반면, 과체중은 연핑크와 옥색의 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 문양 선호도의 차이를 분석한 결과 유의한 차이를 보인 문양인 구름문양과 만자문양은 과체중이 저체중보다 더 선호도가 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과는 성별, 연령, 학력, 체형 등에 따른 구체적인 실증적인 연구결과로 선호차이를 분석함으로써 성인여성의 전통한복 생산 기획에 효과적으로 활용 할 수 있는 자료로 사료된다.

셋째, 인구통계학적 특성에 따른 구매행동의 차이를 분석한 결과 전통복식 선택시 남성과 여성 모두 디자인이 가장 중요한 선택기준으로 나타났으며, 남성은 그다음 가격인 반면, 여성은 색상이었다. 영향을 준 정보원에서는 여성과 남성 모두 TV드라마에서 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타났고, 남성은 가족으로부터, 여성은 잡지화보나 인터넷에서 정보를 더 얻는 것으로 나타났다. 연령에

따라서는 구매경험, 전통복식 구입시 영향을 준 정보원에서 유의한 차이가 있었다. 연령이 높을수록 가족의 영향이 증가하는 것으로 나타났고, 연령이 낮을수록 인터넷의 영향이 증가하는 것으로 나타났다. 이것은 전통한복은 구전이나 지인의 추천이 가장 큰 정보원이라는 선행연구들과는 달리 이제는 패션쇼나 이벤트 등의 불거리를 끊임없이 제공하는 고객관리 차원의 마케팅 전략을 세워야 할 것임을 시사한다. 즉, 한복 제품도 현대 산업구조에서 실행되는 마케팅 방향에 동참하기 위하여 다방면의 노력이 필요하며 현대와 같이 빠르게 변화하는 고객의 욕구에 적응하려면 한복 제품도 고객의 만족을 충족시킬 수 있는 시스템 개발과 마케팅 방법을 모색해야 한다.

전통복식 소유별수와 전통복식 선택기준 중요도에 대해서는, 소유별수에 대해서 유의한 차이가 있었으며 50세 이상과 30대 미만에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 학력에 따라서 전통복식 선택시 중요 기준원에서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 디자인이 가장 중요한 선택기준으로 나타났으나, 중졸/고졸은 바느질, 품질 순으로 중요하게 생각하였고, 대졸이상은 품질, 바느질 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 직업에 따라서는 구매경험에서만 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 구매경험은 숙련직과 전업주부가 90%이상으로 구매경험이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 관리직, 서비스직, 사무직, 전문직의 순으로 나타났다.

넷째, 가격 결정 태도에 대한 차이를 분석한 결과 성별, 월소득, 직업군에 따라 유의한 차이를 보였다. 여성은 마음에 들면 초과해서 구매하는 비율이 높았으며, 남성이 결정한 금액내에서만 구매하는 비율이 더 높게 나타났다. 소득별로 볼때 소득이 높으면 초과해서 구매하는 비율이 더 높았으며, 200만원 미만에서 초과해서 구매하는 비율은 상대적으로 낮고, 결정한 금액내에서나 구입처에서 결정하는 비율이 높게 나타났다. 가격결정태도에 따라 선택기준에 유의한 차이를 보인 항목은 디자인으로 나타났으며, 마음에 들면 초과해서 구매하는 경우가 결정한 금액내에서만 구매한 경우보다 디자인에 대한 중요도가 더 높은 것으로

나타났다.

다섯째, 인구통계적 특성과 선호점포의 관계를 분석한 결과 연령, 학력, 월소득, 직업에서 유의한 관계를 나타냈다. 즉, 연령별로 볼 때 디자이너한복은 30세 미만의 비율이 높게 나타났으며, 포복점/주단점은 50세 이상에서 높게 나타났다. 한복맞춤점은 40대에서 높았고, 혼수전문점은 30세 미만과 30대에서 비율이 높게 나타났다. 특히 젊은 학생들이 디자인 선호도가 높은 것은 특이할 만한 사항으로 앞으로 실 수요층이 될 이들을 겨냥한 다양한 디자인 상품개발이 필요하며, 다양한 디자인을 유통시키는 마케팅 전략을 세워야 할 것이다. 또한 젊은 세대는 인터넷이 생활화되어 있으므로 한복산업의 발전을 위해서는 인터넷 시장에 적극 진출하도록 노력해야 할 것이다.

여섯째, 가격 결정태도와 선호점포의 관계를 분석한 결과 포복점/주단점이 결정한 금액내에서만 구입하거나 구입처에서 결정하는 응답자들의 비율이 높았고, 디자이너한복에서는 마음에 들면 초과해서 구입하는 비율이 더 높게 나타났다. 이는 전문 디자이너의 육성으로 전통성에 바탕을 둔 디자인 면에서의 기술과 지식을 축적하여 제품을 다양화·개성화·고급화 함으로써 한복의 상품적 가치를 높이는데 적극 활용되어야 할 것이다. 현재 한복업계에서는 전문 인력에 대한 대우가 미흡하기 때문에 숙련된 디자이너들이 한복업계로 진출을 주저하는 경향이 있다. 한복 관련 전문 인력을 양성하는 것은 한복산업의 미래를 위하여 매우 중요하고 필요한 일이므로 이를 위해서는 한복 기능인 등록제를 통한 복리후생의 지원, 한복기사, 인턴쉽 제도, 한복 교육기관의 정책적 지원 등이 뒷받침되어야 할 것이다. 이에 더해, 한복디자이너의 지적 재산권 보호도 우리옷의 발전가능성과 희소가치에 보다 더 차별화 할 수 있는 계기가 될 수 있을 것이며, 작품 활동을 복돋아주는 풍토속에서 디자이너에 대한 작품성 인정이 필요할 것이다. 여기에 따른 새로운 디자인 개발과 다양한 신소재와 가공법의 개발이 이루어져야 한다고 사료된다.

또한 세계적 유행경향이 민족 중심으로 발전되는 글로벌라이제이션

(Glocalization)의 추세에서 한복의 세계화를 위해서는, 먼저 입는 격에 맞는 착용에 대한 정확한 인식과 올바른 한복착용에 대한 계몽과 교육이 필요하며, 정부의 적극적인 지원이 절대 필요하다. 한복입기 사회분위기 조성, 즉 한복을 생활한복으로 착용하기보다는 전통문화의 계승에 관심 있는 소비자가 참여 할 수 있는 “정인식의 재현”, “전통혼례의 재현”등 전통문화 콘텐츠가 개발되고 그 행사 안에서 다양한 형태의 민족의 정체성을 보여주는 하나의 매체로서의 역할을 할 후 있도록 꾸준한 홍보활동을 위한 정부측의 배려가 요구된다. 이를 위해 한복 진흥원을 통한 기업 지원 사업, 콜레보레이션(Collaboration)의 개념을 도입한 한스타일간의 연합정책 수립, 한복 전문가 육성 시스템 구축, 한복 포털 사이트 구축 등이 선결되어야 할 것이다.

최근 아시아를 중심으로 하는 한국 스타들의 한류열풍과 이를 기반으로 우리나라 기업의 브랜드들이 활발하게 아시아 진출을 진행하고 있는 시점에서 각종 시상식때 소개된 스타들의 아름다운 한복드레스들은 한국 전통문화에 대한 세계인들의 관심에 긍정적 영향을 미칠 것이며, 고전극에 나타난 한국 복식미를 기반으로 다양한 문화 상품을 만들 수 있으며, 이는 새로운 문화콘텐츠 시장의 신규 창출의 교두보가 될 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 자료수집이 임의표집에 의해 이루어졌기 때문에 연구 결과의 확대 적용에 신중을 기해야 할 것으로 보이며, 디자인 요소의 자극물이 도식화 등의 그림이므로 후속연구에서 자극물을 착의실험을 통해 디자인 선호연구가 이루어진다면 객관적인 디자인의 평가자료로 유용할 것으로 사료된다. 현재 전통복식의 구매행동에 관한 마케팅연구는 미비한 상태로 고객관리나 유통, 마케팅, 소비자에 대한 연구가 앞으로 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 본 연구는 전통복식 연구에 있어 실제적이고 구체적인 기초자료를 제공하며, 소비자에 대한 고객 관리 마케팅 전략에 도움을 주고자 하였다.

## 참고문헌

### 국내논문

- 강경남 (2004). 전통여자한복 구성요소 배색에 관한 색채도구 개발연구. 석사학위논문, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원.
- 강경자 (2004). 한복배색의 조화감에 대한 한,미 여대생의 지각 반응 연구 : 유채색과 무채색을 중심으로 . 복식, 28(7). pp.962-973.
- 강경자, 최수경 (2005). 배색방법이 한복 착용자의 이미지에 미치는 영향. 복식문화연구, 13(6), pp.977-989.
- 강경자, 팽숙경 (2004). 한복의 톤 온 톤 배색에 대한 선호도 연구. 한국의류학회지, 54(8). pp.15-26.
- 강혜경 (1985). 한복의 디자인 연구-1967년부터 1985년까지의 치마·저고리를 중심으로. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 구남옥 (2006). 조선시대 상의류에 나타난 유행현상-남녀복식의 동조성을 중심으로. 한국의 복식문화사, pp.305-320.
- 권순정, 송경자 (2002). 2001년도 한복의 디자인 경향과 문양에 관한 연구. 한국의류산업학회지, 4(2), pp.128-136.
- 권영숙·이주영·장현주 (1997). 해인사 금동리노자나불 발해복식과 고려후기 의복의 특성, 정보문화재단연구원 학술발표회.
- 권준희, 조우현 (2002). 통일신라 내의, 단의 고. 복식, 52(2). pp.103-113.
- 김광수 (2004). 소비자 행동특성이 이미테이션 브랜드 태도 및 구매의도에 미치는 영향. 산업경제연구, 17(1). pp.177-202.
- 김선아 (2003). 한복의 전통배색에 대한 의식과 선호도. 박사학위논문, 경희대학교 대학원.

- 김소영 (1990). 성인여성의 한복색채선호도와 성격특성과의 상관연구. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.
- 김여경 (2010). 2000년 이후 인쇄매체에 나타난 한복의 조형미 연구. 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 김정희 (1988). 유행선도력에 따른 의복구매의사결정과정 에 관한 연구. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 김지아 (2002). 한복대여점의 선택행동에 관한 연구. 석사학위논문, 성균관대학교 대학원.
- 김지희 (2012). 인터넷 커뮤니티를 통한 전통한복의 정보탐색 및 구매의식에 관한 연구. 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원.
- 김진아 (1995). 여자 한복의 문양과 배색 선호도에 관한 연구. 석사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 김필례 (2006). 명품한복 소비자의 구매성향분석과 마케팅 전략. 석사학위논문, 울산대학교경영대학원.
- 문화체육관광부. (2008). 2007 한복진흥을 위한 기초실태조사.
- 박나나 (2010). 근대이후 여자저고리 봉제방법의 특징과 변화요인. 석사학위논문, 성균관대학교 대학원.
- 박희수 (2005). 명품한복 소비자의 라이프 스타일과 구매행동. 석사학위논문, 건국대학교 대학원.
- 백민숙 (1986). 청년층의 의복구매행동에 관한 연구. 석사학위 논문, 이화여자대학교 대학원.
- 손형남 (2006). 춘추용 생활한복 소재의 태에 관한 연구. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 신가람 (2000). 생활한복의 형성배경에 대한 사회적 요인. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 오운자 (1998). 한복착용실태와 구매행동에 관한 연구 : 서울시 주부를 대상으로. 석사

학위논문, 제주대학교 대학원.

왕효무 (2008). 브랜드 이미지가 브랜드 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구. 석사학위논문, 강남대학교 대학원.

원종신 (1998). 소재변화에 따른 저고리의 조형성 연구. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.

유혜원 (2001). 생활한복 착용실태 및 선호도 분석을 통한 대중화 방안 연구, 석사학위논문, 중앙대학교 대학원.

이상은 (2000). 생활한복 제작업체의 현황조사 및 조사분석. 한국의상디자인학회지, 2(1). pp.97-112.

이영혜, 강순제 (2007). 2000년대 한복에 나타난 배색 경향에 관한 연구 : 배색의 유형과 한복의 종류를 중심으로. 복식, 57(4), pp.45-60.

이은직 (1999). 해방이후의 한복용 소재에 관한 연구. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.

이주현·유혜경·김찬주·홍나영 (2001). 현대 한국인의 한복 착용 : 아시아 전통문화 양식의 전개과정에 관한 비교문화 연구. 한국의류학회지, 25(1). pp.37-49.

이지민 (1995). 한국의 전통 문양을 활용한 텍스타일 디자인에 관한 연구. 석사학위논문, 홍익대학교 대학원.

이지원 (2001). 생활한복 소비자의 가치체계와 의복구매행동에 관한 연구. 석사학위논문, 상명대학교 대학원.

이혜영 (1999). 인터넷 한복비즈니스를 위한 연구. 생활과학연구, 5권, pp.91-98.

장석향 (1978). 한복착용 실태에 관한 조사연구. 복식, 1(2), p.67.

전명근 (1997). 패치워크 기법을 응용한 미술의상 연구 : 한국 전통복식을 중심으로. 석사학위논문, 목원대학교 대학원.

정삼호 (1990). 성인여성의 체형과 연령에 따른 의복디자인 선호연구. 박사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.

정혜영 (1983). 의복구매행위에 관한 실태분석 : 서울시내 여대생을 중심으로. 한국의

류학회지, 7(1). pp.17-25.

조두나 (2010). 한국전통복식 실루엣 변화 고찰을 통한 현대화 시도 : 여성 한복을 중심으로. 한국방송통신대학교.

조우현, 김문영 (2010). 한복의 소비자 인식에 관한 연구. 복식, 60(2), pp.130-143.

채송화 (2006). 전통 문양을 응용한 생활한복 디자인에 관한 연구. 석사학위논문, 국민대학교대학원.

최수애·최종명·이은경 (1998). 한복의 착용실태와 구매요인에 관한 연구. 한국생활과학학회지. pp.129-138.

최영미 (1987). 도시주부의 한복구매 실태에 관한 조사연구 : 서울시내에 거주하는 주부를 중심으로, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.

최은정 (1991). 한복 구매 행동에 관한 연구 : 구매용도와 한복점 선택 행동을 중심으로. 석사학위논문, 서울여자대학교 대학원.

최재란 (2009). 의복의 색채와 스타일에 대한 이미지 분석. 석사학위논문, 계명대학교 대학원.

푸산산 (2008). 한국과 중국의 전통문양에 대한 비교 분석연구 : 유사문양의 차이점을 중심으로. 석사학위논문, 대구대학교 대학원.

하호선 (2003). 한복 직물문양에 관한 연구. 석사학위 논문, 성균관대학교 대학원.

황영주 (2007). 전통색의 이해를 위한 색채교육 프로그램 연구 : 오방색을 중심으로. 석사학위논문, 강원대학교 교육대학원.

## 단행본

고복남 (1986). 한국전통복식사, 서울: 일조각.

고부자 (2001). 우리 생활 100년 · 옷. 서울: 현암사.

국립대구박물관 (2002). 한국전통복식 2천년. 대구: 통천문화사.

국립현대 미술관 (1991). 전통색채의 개념, 한국전통 표준 색명 및 색상. 국립현대 미술

관.

김덕겸 (2001). 한국 길상문. 서울: 형설 출판사.

난사 석주선 관장 10주기 기념 논총 간행위원회 (2006). 한국의 복식문화사. 서울: 학연문화사. pp.119-142.

단국대학교 석주선기념박물관 도록 (2005). 名選 . 서울: 단국대학교 석주선기념 박물관.

단국대학교 석주선박물관 (2008). 정사공신 신경유묘 출토복식. 경기: 단국대학교 출판부.

문화관광부 (2004). 우리옷이천년. 서울: 미술문화.

미술 사전 (1989). 한국 연감사.

백영자 (1993). 한국의 복식, 서울: 경춘사.

송용섭 (1987). 소비자 행동 : 마케팅에의 적용. 서울: 법문사.

신상재 (1987). 한국인의 생활 문양. 서울: 선진 문화사.

안광호 (2003). 전략적 브랜드 관리. 학현사.

안명숙, 김용서 (2006). 한국복식사. 서울: 예학사.

유송옥 (1998). 한국복식사. 서울: 수학사.

유희경, 김문자 (2009). 한국복식문화사. 경기: 교문사.

윤형자 (1998). 문양의 형성에 대한 연구. 대구 효성 카톨릭 대학교, 산업미술 제 6집.

이가성 (1947). 조선복식사. 서울: 자양당.

임영미 (1997). 한국의 복식문화(II). 서울: 경춘사.

임영주 (1993). 한국 문양사. 서울: 미진사.

정유현 (2011). 재미로 보는 우리의 옛그림. 서울: 범우사.

채금석 (2006). 우리 저고리 2000년. 서울: 숙명여자대학교 출판국.

한국방송사업관 (1986). 한국복식도감(2). 서울: 삼호인쇄주식회사.

한상만 (2004). 마케팅전략. 박영사.

한복의 매력에 빠진 G20 퍼스트레이디(2010, 11, 12). 세계일보. 자료검색일 2011. 5. 5.

## 국외논문

- Alpha, L. & Helen, P.H. (1968). *The wide world of clothing*. NY: The Ronald Dress Company New york, p28.
- Chamber, B.G. (1975). *Color and Design*. NY: Prentice Hall, Inc. p.180.
- Damhorst, M.L, Miller, K.A., Michelman, S.O. (1999). *The meanings of dress*. N.Y: Fairchild Pub. pp.388-390, 455-461.
- Harold, W. Berkman & Christophe, G. (1996). *Consumer Behavior : Concepts and Strategies*. p.198.
- Prisk, B. (1966). *Stage Costume Handbook*. NY: Harper & Row Publisher.
- Russell, D. A. (1973). *Stage Costume Design*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc..
- Zaltman, G and Wallendorf, M. (1979). *Consumer Behavior : Basic Findings and Management Implication*. John Wiley and Sons, p.6.

# ABSTRACT

## Study in Design Preference of Traditional Hanbok and Purchase Behaviors

Park, Eun-ju  
Dept. of Clothing  
Graduate School of  
Sungshin Women's University

Following the arrival of the globalized age, there have been greater interests over traditional cultures. In the field of clothing as well, a greater focus have been placed on expressing the Korean identity, which led to the appearance of more unique, diverse, and luxurious clothes. Hanbok, which is Korea's traditional clothing, has been uniquely designed to be well suited for the Korean people's way of life as well as Korea's climate.

The purpose of this study is as follows: First, we will assess the differences in design preferences of traditional Hanbok depending on demographic characteristics; second, we will research differences in purchase behaviors depending on demographic characteristics; and third, we will assess the attitude towards prices of traditional Hanbok as well as preferred stores.

Based on preceding studies and theoretical considerations, we have subjected 513 consumers who have visited Hanbok-specialized shops at

Cheongdam-dong and Jong-no districts where numerous wedding consulting offices are located to carry out our survey study. The questionnaire was prepared based on questions from preceding studies as well as a few selected designs. The questionnaire had a total of 97 questions, and the questions covered purchase behaviors of traditional clothing, their prices as well as design elements including as the shapes(silhouettes), colors and color arrangements, and pattern types, sizes & spacing and the decorations. The questions also addressed brand information, store images, and demographic variables. The SPSS (Statistical Package for the Social Science) Win 18.0 program was utilized over the collected data to perform a frequency analysis, the chi-square test, the t-test (Independent samples t-test), and the Analysis of Variables.

The results of this study can be summarized as follows:

First, when the design preferences were analyzed depending on demographic attributes, there have been statistically meaningful differences depending on gender in the categories of Hanbok jacket and skirt (“jeogori-chima”) proportions, skirt silhouette types, sleeve types, ribbon tie (“goreum”) width & lengths, and jacket (jeogori) colors. In the jacket and skirt (“jeogori-chima”) proportions category, while the females preferred 1:4 ratio the most at 60.9%, the males preferred 1:5 more with 26.1% of them choosing this proportion. As for the skirt silhouette, the females preferred the basic type and the wide type, whereas the males preferred the slim type and the A-line type. In case of sleeve types, the females tended to prefer the basic type more at 78% compared to the males at 64.7%. In the jacket color category, the males and the females both preferred light pink the most, but the females also showed high preference towards ivory and yellow

whereas the males showed high preference towards yellow and jade. Among other demographic attributes, there have been statistically significant differences in their preferences depending on age in the categories of sleeve types, collar shapes, ribbon tie width & lengths, jacket colors, skirt colors, and pattern sizes. In the sleeve types, the slim type (“kalbaerae”) was preferred by those under 30, while those over 50 preferred the basic type more. As for the collar shape, 45% of those over 30 preferred the normal collar, but a greater portion of those under 30 preferred other shapes (“kakdangko” and “bandangko” shapes). For ribbon tie (“goreum”) width & lengths, the younger group preferred 3.5:60 and 2:45 while the older group preferred 6:100 and 4.5:90. For jacket (“jeogori”) colors, the younger group preferred yellow and light pink while the older group displayed higher preference towards ivory, dove color, and jade color. For skirt colors, the younger group had higher preference for red and bold pink while the older group showed higher preference for gold and navy. For pattern sizes, those under 30 preferred “large” whereas the older groups tended to prefer “middle” size better. Based on the analysis of pattern preferences depending on age, the natural shape was preferred by those in their 40s and 50s or above, and the pomegranate shape was also preferred more by those in their 40s compared to those in their 30s or younger. The dragon shape was preferred more by those in their 30s and 40s more than those in their 50s, while the crane shape was preferred by those in their 40s more than those in their 30s or younger. The Ten Traditional Symbols of Longevity (“shipjangsaeng”) and swastika (“manja”) patterns were preferred by those in their 40s more than those in their 30s or younger, and Long life and Happiness Symbol (“subok”) was also preferred by those in their 40s more

than those younger than 30. As for Building Paintwork pattern (“dancheong”), those in their 40s displayed higher preference compared to those in their 50s. The level of education, among other demographic attributes, lead to statistically meaningful difference in jacket type only. While the flat jackets (“min jeogori”) were preferred by middle school/ high school graduates, college graduates and higher preferred patterned jackets (“banhoijang jeogori”). The shape that had meaningful difference when it came to shape preference was animals, and other specific shapes also included dragon, swastika (“manja”), and the Building Paintwork pattern (“dancheong”). The animals shape was preferred by college graduates or above more than middle school/ high school graduates. While the dragon shape was also preferred by college graduates or above more than middle school/ high school graduates, the “manja” and “dancheong” shapes were preferred more by middle school/ high school graduates than by college graduates. As for decorations, Applique had statistically meaningful difference, with middle school/ high school graduates displaying greater preference than college graduates or higher for the decoration. There were also meaningful differences noted in skirt silhouettes and jacket colors depending on the body shape, among other demographic attributes. As for skirt silhouettes, overweight customers tended to prefer slim types and A-line types more whereas non-overweight customers tended to prefer the jug-shape (“hangari”) and wide type more. For jacket colors, those who were non-overweight preferred green and yellow, while those who were overweight tended to prefer light pink and jade colors. Further, based on the analysis of pattern preference, the cloud and swastika shapes that displayed statistically significant differences were preferred by customers who were

overweight more than customers who were non-overweight.

Second, based on the analysis of differences in purchase behaviors depending on demographic attributes, both males and females picked design as the most important selection criteria when choosing traditional clothing. Meanwhile, the second most important criteria for the males was price, but for the females, it was color. As for the source of information, both the males and the females were influenced the most by TV dramas. Further, the males were likely to obtain information from their families, while the females obtained more information from magazines and the internet. Age had statistically meaningful differences on purchase experiences as well as the source of information that influenced the purchase of traditional clothes. The higher the age, the more influence the customers' families had, while the lower the age, the more influence the internet had. As for the count of traditional clothes owned and the importance of criteria for traditional clothes, the count of traditional clothes owned had statistically meaningful difference, with differences noted between those above 50 and those under 30. The level of education had meaningful difference when it came to selection criteria of traditional clothes. While design was the most important selection criteria, middle school/ high school graduates considered the needlework to be more important than fabric quality, whereas college graduates and above regarded fabric quality to be more important than needlework. Occupation influenced only purchase experiences in a meaningful way.

Third, the attitude towards prices showed meaningful differences depending on gender, monthly income, and occupational groups. As for gender, the females were more likely to make the purchase for items that exceeded their

expected prices if they liked the items, whereas the males were more likely to make the purchase only if the items stayed within their budget. The category that had a significant difference as a decision criteria depending on price was design; if the consumers liked the design, they were more likely to make the purchase even if the item went over their budget, meaning that design had the highest influence among the criteria influencing the decision to make purchases.

Fourth, the analysis result of Hanbok preferred market differences based on demographical attributes showed that there were statistically meaningful differences in age, education level, monthly income, and occupation types. By age, designer Hanbok had higher proportion among those under 30, while traditional markets had higher proportion of those over 50, custom Hanbok stores had higher proportion of those in their 40s, and wedding specialty stores had higher proportions of those in their 30s and under 30.

This study is important in that, as the traditional Hanbok market is gradually shrinking, this study has provided detailed and empirical analyses of differences in preferences depending on gender, age, education level, occupation types, and body shapes, which will certainly provide the basic data that can be effectively utilized in production planning of traditional Hanbok for adult females, while also promoting the excellence of Hanbok to the people and preserving Korea's traditional dressing culture well. Furthermore, it will provide reliable data which can help customer management marketing strategies of Hanbok consumers, thereby helping growth in the domestic market as well as in exporting of Hanbok to the global market.

# 설문지

---

안녕하십니까? 본 설문지는 한국 전통 복식 구매 시 가격, 디자인, 브랜드 이미지가 구매행동에 미치는 영향을 알아보기 위한 것입니다.

응답에는 옳고 그른 것이 없으며, 모든 응답 자료는 익명으로 처리될 뿐만 아니라 본 연구를 위한 통계적 분석 자료만으로 사용될 것입니다.

본 연구에 있어 가장 중요한 것은 여러분의 진솔하고 성의 있는 답변입니다.

번거로우시더라도 솔직하게 한문항도 빠짐없이 응답하여 주시면 연구에 큰 도움이 될 것입니다.

바쁘신 중에도 본 연구에 참가해 주신 여러분께 대해 진심으로 감사드립니다.

---

2012년 10월 일

성신여자대학교 대학원 의류학과

지도교수 : 장민정

석사과정 : 박은주

1. 귀하께서는 전통복식을 구매해 본 경험이 있습니까?

- ①네( )                      ②아니오( )

2. ①네(V)라면 몇 벌을 소유하고 계십니까? ( )벌

3. 다음은 전통복식에 대한 선택기준에 관한 질문입니다.

각 기준이 얼마나 중요하다고 생각하는지 해당하는 곳에 체크하여 주십시오.

항목	매우 중요하지 않다.	중요하지 않다.	보통이다.	중요하다.	매우 중요하다.
가격	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
디자인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
색상	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
문양	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
브랜드	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
바느질	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
희소성	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
품질	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

4. 위 항목 중에서 가장 중요한 기준은 무엇입니까? (한가지만 선택) \_\_\_\_\_

5. 현재 시중에서 판매되고 있는 한복의 가격에 대한 귀하의 의견은 무엇입니까?

- ①매우 싸편이다    ②싸편이다    ③보통이다    ④비싸편이다    ⑤매우 비싸편이다

6. 귀하께서 생각하시는 전통복식 한 벌의 가격은 얼마입니까?

- ①30만원 미만    ②30~50만원 미만    ③50~100만원 미만    ④100~150만원 미만    ⑤150만원 이상

7. 귀하는 가격 결정을 어떻게 하시겠습니까?

- ①결정한 금액내에서만 구매한다    ②마음에 들면 초과해서 구매한다    ③구입처에서 결정한다

8. 다음은 전통복식의 각 디자인 요소에 대한 선호도 조사에 관련된 것들입니다.

▶ 귀하가 좋아하는 도식화에 체크하여 주십시오.

(1)저고리와 치마의 비



a. 1 : 2.5 ( )

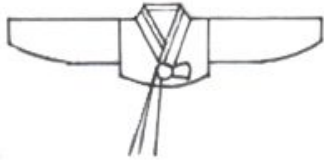


b. 1 : 4 ( )



c. 1 : 5 ( )

(2)저고리 유형



a. 민저고리( )

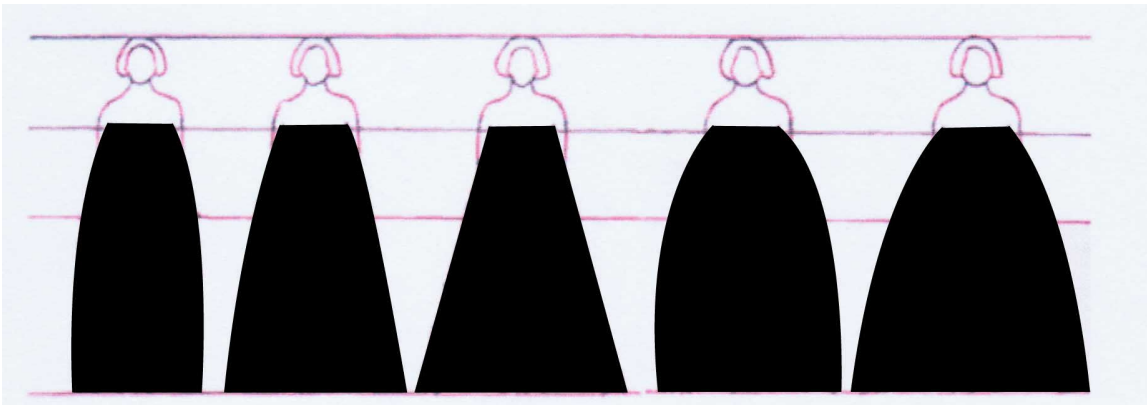


b. 반회장 저고리( )



c. 삼회장 저고리( )

(3)치마의 실루엣의 유형



a. ( )

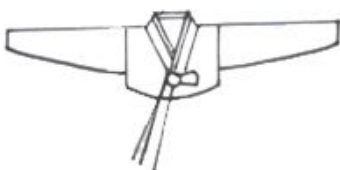
b. ( )

c. ( )

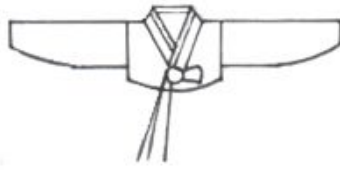
d. ( )

e. ( )

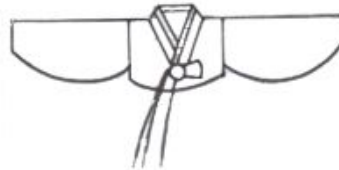
(4)소매통의 유형



a. 칼배래( )

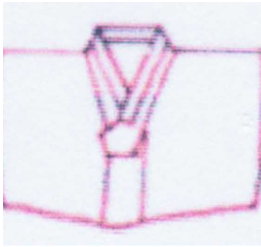


b. 기본형( )

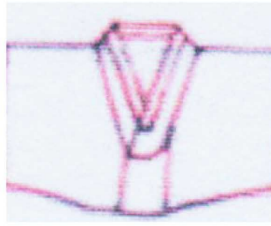


c. 붕어배래( )

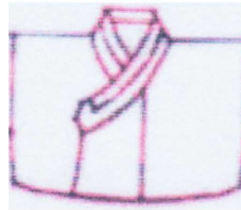
(5)깃의 모양



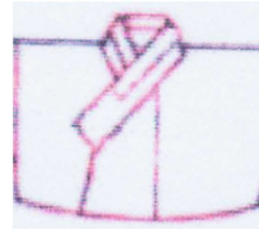
a. 각당코깃( )



b. 일반깃( )

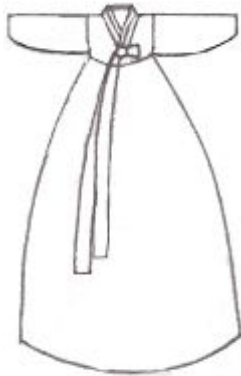


c. 반당코깃( )

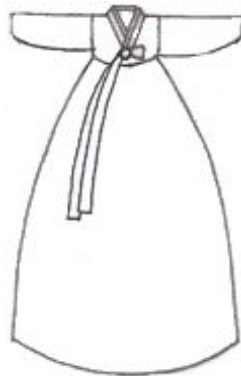


d. 목판깃( )

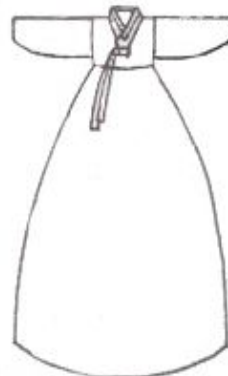
(6)고름의 나비와 길이



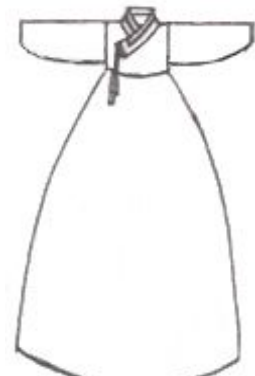
a. 6 : 100 cm  
( )



b. 4.5 : 90 cm  
( )



c. 3.5 : 60cm  
( )



d. 2 : 45cm  
( )

고름나비:고름길이(cm)

(7)동정의 나비



a. 1cm ( )

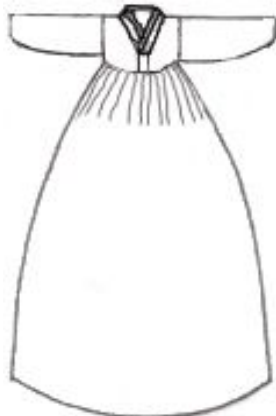


b. 1.6cm ( )

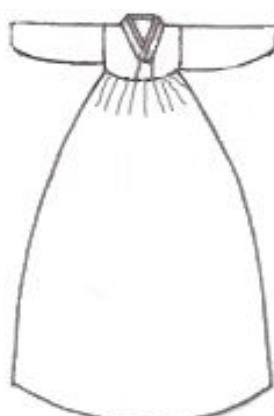


c. 2.2cm ( )

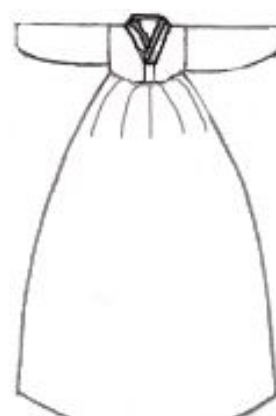
(8) 치마 주름의 나비



a. 0.5cm 간격( )



b. 1cm 간격( )



c. 3cm 간격( )

9. 다음은 전통복식에 대한 색채 선호도를 알아보기 위한 것입니다.

(1) 귀하가 구입하고 싶은 저고리 색상에 체크하여 주십시오.

- ①흰색( ) ②미색( ) ③녹색( ) ④노랑색( ) ⑤연핑크( ) ⑥비둘기색( ) ⑦옥색( )  
⑧보라색( )

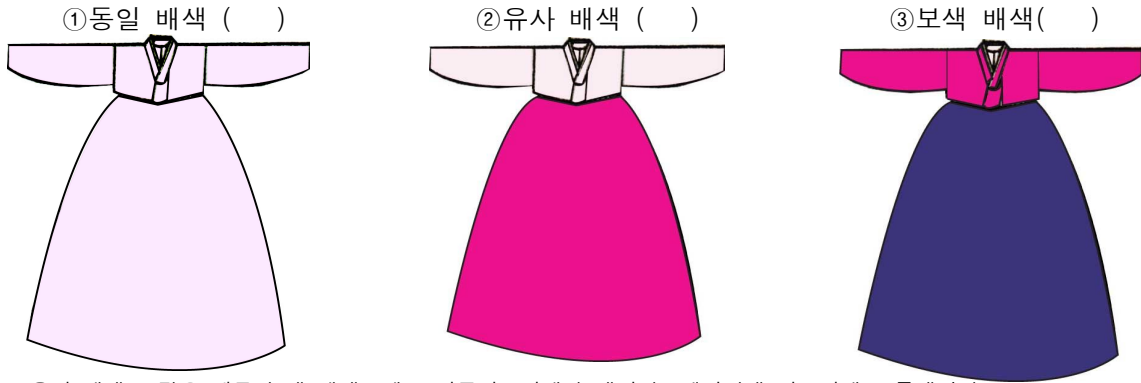
(2) 귀하가 구입하고 싶은 치마(바지) 색상에 체크하여 주십시오.

- ①회색( ) ②빨강( ) ③진분홍( ) ④오렌지색( ) ⑤골드색( ) ⑥남색( )  
⑦진보라( ) ⑧잉크색( )

(3) 귀하가 구입하고 싶은 배자 색상에 체크하여 주십시오.

- ①아이보리( ) ②핑크( ) ③연두( ) ④노랑( ) ⑤오렌지( ) ⑥청색( ) ⑦초록색( )  
⑧비취색( )

(4) 전통복식의 저고리와 치마의 배색 중 어느 것을 더 좋아하시는지 표시하여 주십시오.














\* 유사 배색 : 같은 계통의 색 배색, 예 : 연두저고리에 녹색치마, 베이지색 저고리에 고동색치마  
보색 배색 : 반대색의 배색, 예 : 노랑저고리에 파랑치마, 연두저고리에 빨강치마

10. 다음은 전통복식 소재에 대한 문양 선호도를 알아보기 위한 것입니다. 제시된 그림을 시고 답해주십시오.

(1) 얼마나 선호하는지 해당하는 곳에 체크하여 주십시오.

항 목	매우 선호한다	선호한다	보통이다	선호하지 않는다	매우 선호하지 않는다
식물	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
동물	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
자연	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
문자	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
기하학	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
무지 (무늬 없음)	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

(2) 위의 (1)문항에서 구체적으로 선호하는 정도에 체크하여 주십시오.

분류		문양	매우 선호한다	선호한다	보통이다	선호하지 않는다	매우 선호하지 않는다
식물	매화문						
	모란문						
	연화문						
	석류문						
동물	용문						
	학문						
	봉황문						
자연	운문						
	십장생						
문자	수복						
	만자						
기하학	단청문						

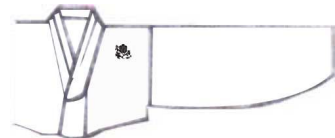
(3)문양의 크기는 어떤 것이 마음에 드십니까?



a. 大( )

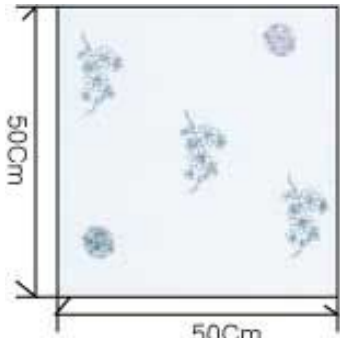


b. 中( )

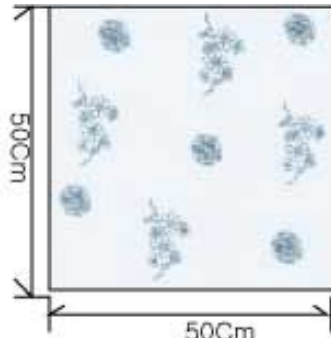


c. 小( )

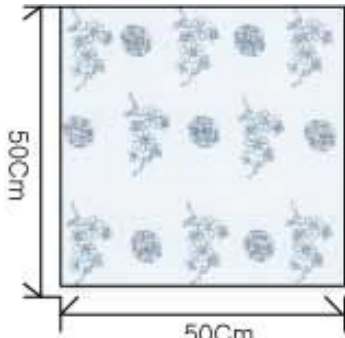
(4)문양의 간격은 어떤 것이 가장 마음에 드십니까?



a. ( )



b. ( )



c. ( )

11. 다음은 전통복식의 장식방법에 따른 선호도를 알아보기 위한 것입니다.

- (1) 귀하는 전통복식에 있어 장식이 중요하다고 생각하십니까? ①네( ) ②아니오( )  
 (2) ①네(V)에 체크하신 분은 전통복식 구매 시 중요시하는 장식의 정도를 체크하여 주십시오.

항목	매우 중요하지 않다.	중요하지 않다.	보통이다.	중요하다.	매우 중요하다.
자수	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
금/은박	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
그립	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
나염	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
아플리케	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
색동	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
조각보	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
누빔	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

12. 귀하께서 전통복식을 구입하면서 가장 영향을 끼친 정보원은 무엇입니까?

- ①TV드라마 ②신문기사 ③잡지화보 ④친구 ⑤가족 ⑥인터넷  
⑦기타( )

13.(1) 귀하가 아시는 전통 한복 브랜드가 있습니까? ① 네( ) ② 아니오( )

(2) ①네(V)라면 그 브랜드 이름을 아시는 데로 적어주십시오.

( )

(3) 귀하는 전통 한복 시장의 구분에 대해서 아십니까? ①네( ) ②아니오( )

(4) 전통 한복 시장의 구분 별로 귀하가 생각하시는 각각의 이미지에 대해 체크하여 주십시오.

a. 디자이너 한복

항 목	매 우 그렇다.	그렇다.	보통이다.	그 령 지 않 다.	매 우 그렇지않다.
전통적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
고급스런	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
단순한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
보수적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
독특한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
화려한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
세련된	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

b. 포목점, 주단점 (다양한 소재의 임가공에 의존해 한복을 만듦)

항 목	매 우 그렇다.	그렇다.	보통이다.	그 령 지 않 다.	매 우 그렇지않다.
전통적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
고급스런	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
단순한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
보수적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
독특한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
화려한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
세련된	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

c. 한복 맞춤점 (포목점이나 주단점에서 끊어온 옷감으로 단순히 한복을 만듦)

항 목	매 우 그렇다.	그렇다.	보통이다.	그 령 지 않 다.	매 우 그렇지않다.
전통적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
고급스런	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
단순한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
보수적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
독특한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
화려한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
세련된	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

d. 혼수전문점 (한복, 예단 등을 전문적으로 취급함)

항 목	매 우 그렇다.	그렇다.	보통이다.	그 령 지 않 다.	매 우 그렇지않다.
전통적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
고급스런	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
단순한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
보수적인	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
독특한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
화려한	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )
세련된	①( )	②( )	③( )	④( )	⑤( )

(5) 위의 전통 한복 시장의 구분에서 전통복식 구매시, 귀하가 가장 선호하시는 시장은 어디입니까?(한곳만 선택)

9. 다음은 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

- (1) 귀하의 성별은 무엇입니까? (남, 여)  
 (2) 귀하의 연령은 어떻게 됩니까? 만( )세  
 (3) 귀하의 결혼 여부는 어떻게 됩니까? ①기혼( )      ②미혼( )  
 (4) 귀하의 학력은 어떻게 됩니까?  
 ①중졸 이하 ②고졸 ③대학교 졸 ④대학원 졸  
 (5) 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

직업분류	직업 예	표시
①사무직	은행원, 회사원, 일반 공무원, 직업군인	
②숙련직	기능공, 농업, 수산업, 광업종사자	
③전문직	의사, 약사, 변호사, 교수, 판검사, 종교인, 예술가, 언론인	
④서비스직	판매직, 운전기사	
⑤관리직	기업체간부, 고급공무원, 자영업체경영자, 농장경영	
⑥전업주부		
⑦학생		
⑧무직		
⑨기타		

- (6) 귀하 가정의 월수입은 어느 정도입니까?  
 ①200만원 미만 ②200~300만원 미만 ③300~400만원 미만 ④500~600만원 미만  
 ⑤600만원~700만원 미만 ⑥700만원~800만원 미만 ⑦800만원~900만원 미만  
 ⑧900만원~1000만원 미만 ⑨1000만원 이상  
 (7) 귀하의 거주지는 어느 곳입니까?  
 ①강남 ②강북 ③신도시(예: 일산, 분당) ④지방 ⑤기타( )  
 (8) 귀하의 키는 어느 정도입니까? ( )cm  
 (9) 귀하의 체중은 몇 kg입니까? ( )kg

- 끝까지 질문에 답해주셔서 감사드립니다.-