한국패션디자인학회지 제15권 4호
Journal of the Korean Society of Fashion Design
Vol. 15 No.4 (2015) pp.153-169
http://dx.doi.org/10.18652/2015.15.4.10

남녀소비자의 아웃도어웨어의 컬러선호도 및 컬러선택동기 요인에 대한 연구

인 예 진 · 이 규 혜+
한양대학교 의류학과 석사과정
한양대학교 의류학과 교수+

요 약

등산과 캠핑 등의 아웃도어 활동을 즐기는 소비자가 많아지면서 아웃도어 관련 시장이 매년 큰 폭으로 성장하고 있다. 또한 기술의 발전으로 각종 기능성 소재에 다양한 컬러를 제공하는 것이 가능해짐에 따라 다양한 컬러사용을 하는 것으로 알려져 있다. 본 연구의 목적은 아웃도어웨어 컬러선택 경향과 함께 컬러선택에 어떠한 요인들이 작용하는지 알아보고, 이와 같은 과정에 있어서 인구통계적 특성의 영향을 알아보며 평상복과의 컬러선택 차이를 봄으로써 컬러선택에 대한 현상을 알아보는 데 있다. 283명을 대상으로 한 실증적 연구결과 아웃도어웨어의 컬러선택 요인으로 계절, 의복관리, 체형, 선호하는 컬러, 추구이미지, 개인의 감정, 가시도 측면이 아웃도어웨어 컬러 선택 시 모두 고려되는 것으로 확인 되었다. 계절에 따라 아웃도어웨어의 선호색상과 계통컬러선택이 달랐다. 의복종류에 따라서는 검정이 무난한 컬러로 인지되면서도 상의와 외투의 경우는 빨간계열과 남색계열을 선호하는 것으로 나타났다. 여성이 남성보다 의복관리와 활용용도를 고려해 컬러를 선택하는 것으로 나타났고, 중년층이 청년층보다 의복관리와 선호하는 컬러, 개인의 감정을 더욱 고려하여 컬러선택을 하는 것으로 나타났다. 또한 저체중 집단이 과체중 집단보다 계절과 체형을 더욱 고려하는 것으로 나타났다. 응답자들은 아웃도어웨어 보다 평상복 구입 시 계절적인 조건을 더욱 고려하는 것으로 나타났다. 선호컬러는 빨간계열, 파랑계열, 남색계열, 검정을, 아웃도어웨어 선호컬러는 빨간계열, 주황계열, 파랑계열, 남색계열, 검정을, 평상복 선호컬러는 빨간계열, 파랑계열, 남색계열, 회색계열, 검정을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 아웃도어웨어의 외투와 상의의 경우 평상복 보다 가시도가 높은 빨간계열과 주황계열의 컬러를 많이 보유하고 있었고, 하의는 아웃도어웨어와 평상복 모두 검정을 가장 많이 보유하고 있었다. 계통컬러 선택에 있어서는 평상복과 아웃도어웨어 선호경향이 유사한 것으로 나타났다.

주제어 : 아웃도어웨어, 컬러선호, 컬러선택동기

본 논문은 석사학위 청구논문의 일부임.
교신저자 : 이규혜, khlee@hanyang.ac.kr
접수일 : 2015년 5월 6일, 수정논문접수일 : 2015년 9월 23일, 게재확정일 : 2015년 12월 26일

I. 서 론

건강, 힐링, 여행, 가족에 대한 관심이 높아지고, 등산과 캠핑 등의 아웃도어 활동을 즐기는 소비자가 많아졌고 주 5일 근무제로 인한 근무시간의 단축으로 아웃도어활동, 레저 활동을 즐길 수 있는 시간이 많아지면서 아웃도어웨어의 소비활동이 늘어나고 있다. 또한 갑작스러운 기후변화는 기능성이 뛰어난 아웃도어웨어의 소비를 상승시키는 역할을 하고 있다.[1] 또한 남성소비자들도 의복비 지출이 많으며 선명한 컬러나 디자인의 의복을 착용한다는 보고도 있다. 여성 소비자 뿐 아니라 남성 소비자들의 의복행동도 변화하고 있는 것이다. 이러한 사회적 현상과 맞물려 아웃도어 시장은 전 연령대에서 많은 소비가 이루어지고 있다. 장기적인 경기침체에도 불구하고 아웃도어시장은 2003년 6천억 원대에 불과했던 매출액 2012년 5조5천억 원, 2013년 6조5천억원으로 높은 성장률을 기록했고, 라이프스타일 아웃도어브랜드로 일상에서도 활용 가능한 제품의 출시의 성공으로 인해 전체 아웃도어웨어 시장에 영향을 미쳐 2014년도 아웃도어웨어 성장률은 전체 패션시장 성장률 4.4%의 두 배가 넘는 9%대의 성장을 이루었다.[2] 아웃도어웨어의 특징으로 방풍, 방한, 방수 등 기능적인 요소, 활동하기 편한 디자인과 소재, 화려하고 다양한 컬러를 들 수 있다. 아웃도어웨어는 주로 고채도의 원색계열의 컬러가 많았지만, 최근 밝고 화사한 컬러가 주를 이루며, 고채도의 강한 컬러를 기본컬러와 배색해 화사하면서도 안정감 있는 아웃도어룩을 선보이고 있다.[3] 그동안 기능성 소재의 사용으로 인해 한정적이었던 아웃도어웨어의 컬러는 기술의 발전으로 다양한 컬러가 가능해짐에 따라 밝고 화사한 컬러가 유행하게 되어 블랙컬러의 비중이 점차 줄어들었다.[4] 그럼에도 불구하고 패스트패션 브랜드의 의복색상은 아직도 채도가 낮거나 무채색인 경우가 많다는 보고도 있어[5] 아웃도어웨어색상과 평상복 외의간의 컬러 선택기준이 다를 수도 있다. 아웃도어웨어의 강한 컬러는 다른 의복과는 달리 비교적 거부감이 적어 어느 정도의 과감한 컬러사용이 받아들여 질 수도 있는 것이다. 의복의 컬러는 타인이 입은 것을 인지할 때도 중요하지만, 본인이 의복을 선택하는 데에 있어 매우 중요한 요소가 될 수 있다. 다섯 가지 감각 중 시각에 가장 많은 비중을 두고 인지하는 인간은 의복 선택에 있어서도 컬러를 가장 먼저 지각하며 제품선택에 중요한 역할을 하는 요소로 볼 수 있다. 이는 나아가 제품의 판매량을 좌우할 수 있는 가장 중요한 요소가 되기도 한다.[6] 본 연구에서는 아웃도어웨어 컬러선택의 일반적 경향(계절별, 복종별)을 알아보고 컬러선택 동기의 차이에 대하여 접근하여보며 또한 평상복과 아웃도어웨어와의 컬러선택에 차이가 나는지를 실증적으로 알아보고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 아웃도어웨어

아웃도어웨어는 등산이나 스키 같은 산악활동을 위한 의복에서 조깅이나 다양한 스포츠를 할 때 착용하는 의류이다.[7] 기존의 스포츠웨어에서 변화한 아웃도어웨어는 다양한 야외활동에 적응하며 기능적인 면과 편안함을 모두 겸비한 의류로 발달되었다. 국내에서는 2002년부터 등산복이라는 용어보다는 아웃도어웨어라고 불리기 시작했다고 한다.[8] 2004년부터 아웃도어웨어를 평상복으로 활용하는 현상이 나타났고, 이러한 현상을 바탕으로 '아웃도어패션', '아웃도어패션웨어'라는 용어까지 등장했다.[9] 또한 합리적인 소비를 추구하는 소비자들이 늘어나면서 기능성 아웃도어웨어에 패션성이 더해진 '캐주얼 아웃도어패션'과 '어반 아웃도

어 패션'으로 아웃도어의 시장은 확대되고 있으며, 소비 또한 증가하는 추세이다.[10] 이와 같이 아웃도어웨어의 발달은 아웃도어 시장의 높은 성장으로 이어져 특히 국내의 급격한 성장률은 세계적으로 유례가 없을 정도이며, 한국 아웃도어 시장은 미국 다음으로 세계에서 두 번째로 큰 시장이라는 보고도 있다.[11] 기능성 아웃도어웨어는 기능성만 중시하던 예전과는 달리 패션, 컬러, 디자인도 함께 중요시되고 있다.[12]

2. 의복과 컬러

1) 의복컬러 선호

인간의 오감 중 가장 큰 비중을 차지하는 시각은 가장 중요한 감각이라고 하였다. 컬러는 그만큼 마케팅에서도 중요하다. 컬러를 업데이트함으로써 새로운 트렌드를 만들 수 있기 때문에 자동차 업체에서는 컬러전문 컨설턴트를 통하여 매년 30%의 제품의 컬러를 변경한다고 한다.[13] 컬러는 제품의 특성을 파악하거나 의미를 나타낼 수 있는데, 영국, 인도, 한국 소비자를 대상으로 음료의 색상과 연상되는 맛을 연구한 결과 문화차이가 나타나, 색상연상에는 문화적 특성이 고려되어야 한다는 점이 연구에서 밝혀지기도 했다.[14] 제품을 구별하는 수단으로 컬러를 사용할 수 있는데, 같은 종류의 음료의 경우 차별화를 주기 위해 기존의 제품과 컬러를 달리함으로써 소비자가 쉽게 제품을 지각하고, 구별할 수 있도록 하게 한다.[15] 2009년 Science지에 소개된 연구에서 Mehta와 Zhu[16]는 빨간색이 접근보다는 회피동기와 관련되며 보다 디테일과 관련된 과업을 자극하는 반면, 파랑색은 보다 창의적인 과업에 관련된다는 실증적 연구를 발표하였다.

이와 같이 컬러는 어떠한 제품의 선택에 있어 중요한 선택 요인이 될 수 있고, 제품의 특징을 결정짓는 역할을 하는 중요한 요소이다. 또한 컬러 선택은 개인의 경험에 따라서 달라질 수 있어서, 제품의 종류나 용도에 따라 컬러 선호도가 다를 수 있을 것으로 예상된다.

2) 의복컬러 선호에 영향을 미치는 요인

일반적으로 선호하는 컬러는 의복선호컬러와 강한 상관관계가 있으며, 이러한 관계는 의복컬러 선택에 영향을 줄 수 있다.[17] 연령에 따른 아웃도어웨어의 컬러선호도를 알아본 연구에서 40대는 선호하는 상의 컬러로 노랑, 빨강, 주황을 꼽았고, 50대는 보라, 주황을 가장 선호했다. 하의는 40대는 초록, 회색을, 50대는 파랑과 보라, 검정을 가장 선호했다.[18] 의복에 대한 선호컬러는 사람의 성격이나 개성과도 관계가 있다. 때와 장소, 계절과 용도 등에 따라 컬러를 선택하는 사람은 자기 통제력이 강하고, 충동성을 잘 다스릴 수 있는 반면, 그렇지 않은 사람의 경우 통제력이 약하고, 감정적이며 충동적일 수 있다고 하였다.[19]

의복에 있어서 컬러는 자신을 표현할 수 있는 요소이며 자신이 원하는 인상을 창출하는데 도움을 준다. 의복컬러는 인상형성과 관계가 있기 때문에 의복종류와 착용용도에 따라 추구하는 이미지와 컬러가 달라질 수 있다. 이처럼 의복이 관찰자에게 전달하는 느낌들은 의복의 이미지를 형성하고 흔히 의복에 대해 평가하는 요소들이 모여 의복 이미지를 형성한다.[20] 의복에 있어서 이미지는 착용 동기나 표현수단, 평가수단이 될 수 있기 때문에 의복 종류, 착용용도에 따라 본인이 표현하고자 하는, 추구하는 이미지가 달라질 수 있다. 의복이미지에 영향을 주는 요인으로 의복 컬러, 의복 스타일, 의복유형을 들 수 있다. 그 중 지각자가 가장 먼저 지각 할 수 있는 시각적인 요소 중의 하나가 컬러이다. 컬러이미지의 시각적인 평가에 관한 연구에서 컬러는 성숙성과 현시성을 나타내는데 의복의 형태보다 더 큰 영향을 미쳤고, 컬러에 따라서 다른 이미지의 인상을 줄 수 있다

고 하였다.[21] 의복이미지, 의복컬러와 무늬의 관계에 관한 연구에서, 활동성 이미지는 밝은 컬러와 노란색, 파란색이 관계가 있었다[22]. 색의 명도와 채도의 영향에 관한 연구에서도 어두운 컬러의 의복과 낮은 채도의 의복이 능력평가와 인상형성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.[23] 빨간색 의복 착용자는 화려하고 눈에 잘 띄고, 파란색 의복 착용자는 능력이 있고 활동적인 성향의 사람으로, 분홍색 의복 착용자는 부드러운 여성적이며, 검정색 의복 착용자는 어둡고 깔끔하지 않은 인상을 준다고 하였다.[24]

컬러 선호는 경험, 성별, 연령 등의 내·외적인 영향으로 인해 달라 질 수 있다. 일반적으로 중년기에는 신체적, 정신적인 변화로 인하여 체중이 늘어나고, 허리가 굽거나 키가 작아지는 등의 체형변화가 생기며 이로 인한 심리적인 변화가 찾아온다. 따라서 연령의 변화나 이와 관련된 체형의 변화를 살펴보는 것이 의의가 있을 것이라 생각된다.

3) 의복 컬러선택의 동기

의복컬러선택의 동기는 계절이나 체형, 컬러의 가시도, 의복의 관리 등에 의한 외부적인 요인과 개인의 감정, 선호하는 컬러, 추구이미지 등 내부적인 요인들에 따라 달라질 수 있다.

컬러는 따뜻하거나 차가움, 습하거나 건조한 온도감을 가지고 있다. 컬러의 온도감은 심리적인 요인에서 비롯된 것으로 연상되는 대상에 따라 느끼는 온도감은 달라질 수 있다. 빨강이나 주황을 통해 연상할 수 있는 태양이나 불은 따뜻한 느낌을, 파랑을 통해 연상 되는 것은 물, 하늘로 시원한 느낌을 받을 수 있다. 이러한 컬러의 특징들을 바탕으로 가을보다 봄에 더 따뜻한 색을 선호하는 등 계절변화에 따라서 의복 컬러 선호도는 달라진다.[25] 위와 같이 컬러의 성질, 온도감, 느낌으로 인해 계절변화에 따라 선호하는 컬러가 달라 질 수도 있지만, 계절에 따라서 선호컬러가 달라질 수 있다. 계절마다 연상되는 컬러, 혹은 계절이 주는 자연의 컬러로 인해 계절에 따라 선호하는 컬러가 달라진다. 남녀 대학생을 대상으로 계절의 연상컬러와 선호컬러를 비교하는 연구에서 봄에는 노랑색, 여름에는 파랑색, 가을에는 주황색과 노랑색, 겨울에는 무채색과 보라색, 빨강색이 연상되며 선호도 또한 높게 나타난다고 하였다.[26]

Fisher[27]는 자신과 주변과의 경계를 이루는데 약한 사람들은 밝은 컬러와 컬러대비가 강한 의복을 입어 자신의 신체경계를 강화시킨다고 하였다. 신체의 매력도가 낮아질수록 체형의 결점을 보완하기 위해 의복을 착용하며 의복에 대한 의존도는 높아진다고 하였다.[28] 또한 비만정도에 따라, 혹은 주관적인 이미지에 따라서 의복선택에 영향이 있다고 하였다.[29] 이처럼 자신이 지각하는 신체에 대한 매력성과 체형에 따라서 의복선택, 의복 의존도는 달라지며 자신에게 부족한 결점을 보완하기 위해 의복 컬러선택은 달라질 수 있다.

가시도는 컬러의 성질중 하나로 실측을 통해 결정되는 것으로 빛과 관련이 있다. 눈으로 보고 감지하는 행위는 사람의 시각기관과 관련된 것으로 자극에 반응하는 것뿐만 아닌 자극을 해석하는 것으로 이어질 수 있다. 사람의 눈을 통해 지각되는 빛은 밝을수록, 빨강, 초록, 노랑, 흰색 빛의 순으로 가시도가 높다. 컬러 역시 밝을수록 가시도가 높으며, 노랑과 흰색이 가장 크게 보이며 빨강, 초록, 파랑 순으로 크게 보인다. 이처럼 컬러에 따라 크기가 달라 보이는 현상은 눈이 거리감에 영향을 받기 때문인데, 이것을 전진색과 후퇴색으로 구분 할 수 있다. 빨간색을 사람의 눈으로 인지할 경우 망막 뒤에 초점이 맞춰져 빨간색을 뚜렷하게 보기 위해 눈은 수정체를 볼록한 모양으로 두껍게 만들어 망막 뒤에 맺힌 컬러를 앞으로 위치시킨다. 반면, 파란색의 경우 망막 앞으로 초점이 맞춰지기 때문에 수정체의 두께를 오목하게 만들어 초점

을 뒤로 후퇴시켜 색이 후퇴한 것처럼 보이게 된다. 이와 같은 현상으로 컬러에 따라 크기가 달라 보이는 것이다.

한편 노란색은 가시도가 가장 높은 컬러로 눈에 잘 띄어야 하는 충돌과 위험 등을 경고하는 목적으로 쓰이는 표준색이다. 주황색과 빨간색 역시 위험, 경고와 비상시 필요한 소방기구에 쓰이는 컬러로 높은 가시도를 이용해 주목을 끄는 역할을 한다.[30] 아웃도어웨어는 이와 같은 컬러의 특성을 이용하여 시각 유도나 주위에 위험을 알리고, 사고나 조난을 대비하기 위해 가시도가 높은 고채도 고명도의 컬러를 사용한다.[31]

의복의 관리는 의복을 착용하거나 보관하는 동안 이루어질 수 있는데 세탁, 보관 및 후처리의 부주의 혹은 미숙, 착용과정에서 일어날 수 있는 오염 및 손상은 의복착용을 오래 지속하지 못하게 한다. 의복 관리 중 일어날 수 있는 사고유형 중 의류의 탈색·변색, 이염·얼룩 등 컬러의 변화로 인한 사고유형이 가장 많은 부분을 차지하고 있었다.[32] 의복의 관리성을 고려하여 진한 컬러의 의복을 선택하거나, 오염 및 이염을 방지 할 수 있는 기능성 의복을 선택하기도 한다. 의복 컬러선택에서 세탁 및 관리의 용이성을 위해 진한 컬러를 선택하는 경향이 있다. 특히 하의에서는 그러한 현상이 두드러지게 나타나는데, 아웃도어웨어의 경우 평상복에 비해서 관리를 고려하지 않고 자신이 평소에 선호하던 다양한 컬러를 선택하는 경우가 많은 것을 알 수 있다.[33] 따라서 의복의 관리성은 의복을 선택할 때 영향을 미칠 수 있는 요인이다.[34]

한편 의복은 기분전환이나 자기의 가치를 높이기 위한 도구로 활용되어 질 수 있다. Dubler와 Gurel[35]의 우울증과 의복 및 외모에 대한 자아개념 사이의 관계를 본 연구에서는 여성을 상대로 매일 아침 외출복을 입은 후의 자신의 감정과 의복과 외모에 대한 평가를 측정한 결과 우울증을 많이 느끼는 사람일수록 의복과 외모의 자아개념 점수가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 우울증의 정도가 큰 사람일수록 우울증에서 벗어나기 위한 기분전환의 목적을 의복을 사용한 것으로 보았다. 감정적 자기 존중감이 의복 착용 후의 느낌이나 의복행동에 영향을 주는데, 기분이 좋지 않을 때 밝은 컬러를 선택하거나, 기분이 좋은 상태에서는 어떠한 의복을 착용하더라도 긍정적으로 평가되는 현상을 예로 들 수 있다.[36] 컬러의 감정이란 관찰자가 시각을 통해 느끼는 감정으로 컬러가 가지고 있는 감정은 개인의 감정에 영향을 줄 수 있으며, 개인의 감정은 의복선택에 영향을 줄 수 있다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구문제

본 연구에서는 아웃도어웨어의 컬러선택과 동기 요인을 알아보기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 계절별, 의복종류별 아웃도어웨어 컬러선호와 계통컬러선호 경향을 알아본다.

연구문제 2. 인구통계적특성에 따라 아웃도어웨어 컬러선택 동기 요인에 차이가 있는지를 알아본다.

연구문제 3. 아웃도어웨어와 평상복의 컬러선택 차이를 알아본다.

2. 측정내용 및 도구

1) 컬러선정

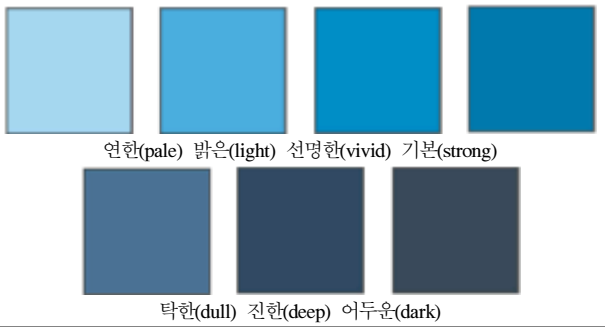
본 연구에서는 한국산업규격(KS A0011)[37]의 기본적인 컬러의 구별을 나타내는 기본색 12가지(빨강, 주황, 노랑, 연두, 초록, 청록, 파랑, 남색, 분홍,

갈색, 보라, 자주)와 3가지 무채색(흰색, 검정, 회색)을 선정하였다. 또한 명도와 채도차이를 나타내는 KS 계통색 중 연한(pale), 밝은(light), 선명한(vivid), 기본(strong), 탁한(dull), 진한(deep), 어두운(dark) 컬러를 선정하였다. 본 연구에서 선정한 컬러는 <표 1>에 제시하였다.

2) 컬러선택동기

최근 6개월 이내 아웃도어웨어 구매경험이 있는 소비자로 의복구매에 적극적인 10명을 대상으로 1차 FGI(Focus Group Interview)를 실시한 후, 객관적이고 실질적인 지식을 갖춘 의류학을 전공한 석사 및 박사로 구성된 전문가 집단 8명을 대상으로 하여 아웃도어웨어의 컬러선택요인은 계절, 의복관리, 체형, 선호컬러, 가시성, 개인의 감정, 추구이미지로 구성하였다. 구체적인 문항은 다음과 같다. 착용할 계절을 고려한다; 체형을 고려한다; 평소 선호하는 컬러를 고려한다; 구김, 세탁, 보관 등의 의복 관리를 고려한다; 타인에게 보여지는 나의 이미지를 고려한다; 의복 착용 전, 착용 후의 나의 감정(기분)을 고려한다; 내가 입은 의복의 컬러가 눈에 잘 띄는지 고려한다; 어떤 상황과 장소에 착용할지 용도를 고려한다; 좋아하는 컬러의 옷을 입으면 기분이 좋아진다.

<표 1> 한국산업규격(KS A0011)에 따른 컬러분류

종류	내용	출처
기본 컬러		한국 산업규격 (KS A0011)
계통컬러		한국 산업규격 (KS A0011)

3) BMI에 따른 비만도 구분

본 연구에서는 소비자의 아웃도어 컬러선택이 비만도에 의해서도 좌우될 것이라고 판단하여 체질량지수를 측정도구에 포함하였다. 신체질량지수(BMI, Body Mass Index)는 신장과 체중을 기준으로 계산하여 나타낸 객관적인 지수로 일반적으로 체지방량과 상관관계가 크다고 증명된 비만도 구분법이다.[38] 세계보건기구(world health organization, WHO)는 BMI지수가 30 kg/m^2 이상일 경우 비만으로 보지만, 이러한 기준은 서양인을 바탕으로 만든 기준으로 아시아계 사람에게 적용하기는 부적합하다. 따라서 아시아-태평양 비만진단 기준으로 제시된 BMI지수 18.5 미만은 저체중, 18.5-22.9는 정상체중, 23-24.9는 과체중, 25이상은 비만의 기준을 본 연구에 적용하였다.[39]

3. 자료수집과 분석방법

본 조사는 2014년 10월 온라인 전문 리서치 기관인 포커스컴퍼니를 통해 조사를 하였다. 온라인 설문의 특성을 이용하여 본 연구대상에 해당하지 않는 최근 1년간 아웃도어웨어의 구매가 없었던 대상과 서울, 경기 외의 지역 거주자들은 탈락시키고, 의복 컬러 보유현황과 컬러 선호도 문항에서 12가지의 유채색과 3가지 무채색, 7가지 계통컬러 표를 제시하여 컬러명칭에 대한 응답자들의 혼돈을 줄이고, 수월한 답변을 할 수 있도록 하였다. 또한 설문 진행 중 중복응답은 방지하고, 설문문항 내의 질문은 랜덤화 하여 공정한 조건을 만들어 주었다. 최근 1년간 아웃도어웨어를 구매한 자의 설문지 총 283명의 설문지가 최종 통계분석에 사용되었다. 실증연구의 자료 분석은 PASW(Predictive Analytics Software) 18.0 프로그램을 사용하였다. 빈도분석, 기술통계분석, *t*-test를 실시하였다.

4. 연구대상과 응답자 특성

본 연구의 대상은 1년 이내 아웃도어웨어를 구매한 경험이 있는 서울, 경기지역에 거주하는 20-50대의 성인 남성과 여성으로 정하였다. 본 연구에 응답한 연구대상의 인구통계학적 특성을 보면 성별은 남성 50.2%(*n*=142), 여성은 49.8%(*n*=141)이며, 연령대는 20대가 24.7%(*n*=70), 30대가 24.7%(*n*=70), 40대가 24.7%(*n*=70), 40대가 25.9%(*n*=73), 50대가 24.7%(*n*=70)로 나타났다. 응답자들 중 미혼자는 40.6%(*n*=115), 기혼자는 57.6%(*n*=163), 기타는 1.8%(*n*=5)로 미혼자에 비해 기혼자가 상대적으로 많았으며, 직업은 자영업이 9.5%(*n*=27), 사무직이 53.0%(*n*=150), 전문직이 12.7%(*n*=36), 전업주부가 13.8%(*n*=39), 학생이 7.8%(*n*=22), 기타가 3.2%(*n*=9)로 사무직에 종사자가 상대적으로 많았다.

응답자들의 최종학력은 대학교 재학 및 졸업이 81.3%(*n*=230), 대학원 재학 및 졸업이 9.5%(*n*=27), 고등학교 졸업이 8.1%(*n*=23), 기타가 1.1%(*n*=3) 순으로 나타났다.

월 평균 가계소득은 100만원 미만이 1.4%(*n*=4), 100만원-300만원 미만이 12.3%(*n*=35), 300만원-500만원 미만이 32.2%(*n*=91), 500만원-700만원 미만이 32.8%(*n*=93), 700만원-1000만원 미만이 16.8%(*n*=47), 1000만원 이상이 4.5%(*n*=13)으로 나타났다. 연평균 의복구입비는 50만원 미만이 25.4%(*n*=72), 50만원-100만원 미만이 25.4%(*n*=72), 100만원-150만원 미만이 20.0%(*n*=56), 150만원-200만원 미만이 6.7%(*n*=19), 200만원-250만원 미만이 13.0%(*n*=37), 250만원-300만원 미만이 2.5%(*n*=7), 300만원-350만원 미만이 4.2%(*n*=12), 350만원 이상이 2.8%(*n*=8)로 나타났다.

응답자들의 BMI지수에 따른 비만도 분석 결과 저체중은 9.2%(*n*=26), 정상체중은 59.4%(*n*=168), 과체중은 18.0%(*n*=51), 비만은 11.7%(*n*=33), 고도비만은 1.8%(*n*=5)인 것으로 나타났다.

Ⅳ. 연구 결과

1. 아웃도어웨어 컬러선택 경향

1) 계절별 아웃도어웨어 컬러선택

아웃도어웨어는 야외활동과 관련이 높기 때문에 계절에 따라 컬러선택에 차이가 있을 것으로 보았다. 계절에 따른 아웃도어웨어의 컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 2>에 제시하였다. 분석 결과 봄에는 빨간계열, 주황계열, 노랑계열, 연두계열, 파랑계열, 분홍계열의 선택이 많은 것으로 나타났고, 여름에는 연두계열, 파랑계열, 남색계열, 흰색을 많이 선택하는 것으로 나타났으며, 가을은 빨간계열, 주황계열, 파랑계열, 남색계열, 갈색계열, 검정을, 겨울은 빨간계열과 남색계열, 검정의 선택이 많은 것으로 나타났다. 계절별 많이 선택하는 아웃도어웨어의 컬러를 살펴보면, 봄에는 노랑계열을, 여름에는 파랑계열을, 가을에는 남색계열을, 겨울에는 검정을 주로 선택하는 것으로 나타났다.

선호 컬러 뿐 아니라 계절에 따른 아웃도어웨어의 계통컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 3>에 제시하였다. 분석 결과 봄과 여름은 연한 컬러, 밝은 컬러, 선명한 컬러를 주로 선택하는 것으로 나타났고, 가을은 선명한 컬러, 진한 컬러, 어두운 컬러를, 겨울은 진한 컬러, 어두운 컬러를 많이 선택하는 것으로 나타났다. 계절별 아웃도어웨어의 계통컬러는 봄과 여름, 가을과 겨울에 비슷한 계열의 컬러를 선택하는 것을 알 수 있다.

2) 의복종류와 컬러선택

의복종류에 따른 컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 4>에 제시하였다. 의복의 종류는 외투 상의 하의 정도로 구분하여 조사하였다. 분석 결과 아웃도어웨어의 외투

<표 2> 계절과 아웃도어웨어 컬러선택 빈도

(*N*=283)

	아웃도어웨어 컬러			
	봄	여름	가을	겨울
빨간계열	20	11	24	35
주황계열	34	15	28	9
노랑계열	54	16	7	6
연두계열	29	29	4	2
초록계열	16	14	10	3
청록계열	17	11	11	12
파랑계열	25	87	25	18
남색계열	16	20	42	34
보라계열	5	6	18	14
자주계열	9	5	17	14
갈색계열	7	7	35	6
분홍계열	22	5	9	1
흰색	8	31	4	10
회색계열	6	10	17	15
검정	15	16	31	104

는 빨간계열, 파랑계열, 남색계열, 보라계열과 검정 순으로 선택하는 것으로 나타났으며, 아웃도어웨어의 상의는 빨간계열, 주황계열, 파랑계열, 남색계열, 흰색, 회색계열, 검정을, 아웃도어웨어 하의는 파랑계열, 남색계열, 검정을 주로 선택하는 것으로 나타났다. 아웃도어웨어의 외투외 상의의 경우 평상복보다 가시도가 높은 빨간계열과 주황계열의 컬러를 선호유하고 있는 것을 알 수 있었다. 평상복에서도 많이 선택하는 컬러는 파랑계열, 남색계열, 검정색 계열이었다.

의복종류에 따른 계통컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 5>에 제시하였다. 분석 결과 아웃도어웨어의 외투는 선명한 컬러, 진한 컬러, 어두운 컬러를 주로 선택하는 것으로 나타났으며, 아웃도어웨어의 상의는 밝은 컬러, 선명한 컬러, 진한 컬러를, 아웃도어웨어 하

<표 3> 계절과 아웃도어웨어 계통컬러선택 빈도

(*N*=283)

	아웃도어웨어 컬러			
	봄	여름	가을	겨울
연한 컬러	63	53	16	16
밝은 컬러	102	81	38	18
선명한 컬러	43	78	48	33
기본 컬러	22	20	36	19
탁한 컬러	9	10	34	10
진한 컬러	23	20	70	68
어두운 컬러	21	21	41	119

<표 4> 아웃도어웨어 의복종류와 컬러선택 빈도

(*N*=283)

	아웃도어웨어		
	외투	상의	하의
빨간계열	38	21	5
주황계열	13	23	2
노랑계열	14	16	3
연두계열	4	11	2
초록계열	3	5	5
청록계열	15	16	11
파랑계열	29	32	20
남색계열	46	31	28
보라계열	21	15	8
자주계열	7	10	6
갈색계열	6	10	11
분홍계열	9	11	3
흰색	4	20	3
회색계열	12	21	18
검정	62	41	158

의는 진한컬러와 어두운 컬러 선택이 많은 것으로 나타났다. 아웃도어웨어 외투로 진하고 어두운 계열의 컬러를 선택하는 것은 다른 종류의 의복에 비해 오염될 수 있는 상황이 많아 의복을 관리하는 데에 있어서 밝은 컬러보다는 어두운 계열의 컬러를 착용할 경우 더욱 관리가 쉽고 용이하기 때문인 것으로 보인다.

2. 아웃도어웨어의 컬러선택 동기

1) 성별에 따른 컬러선택 동기요인의 차이

성별에 따라 컬러선택에 차이가 있는지 알아보기 위해 *t*-test를 실시하였으며, 결과는 <표 6>에 제시하였다. 분석 결과 성별이 계절과 체형, 선호컬러, 추구이미지, 개인의 감정, 가시도에 미치는 영향에 있어 성별에 따른 차이는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 하지만, 성별에 따라 컬러선택 시 의복관리와(t=-2.24, p<.05) 활용용도(t=-2.41, p<.05) 중요도에 차이가 나타났다. 이러한 결과는 여성이 남성보다 아웃도어웨어의 컬러선택 시, 의복관리와 활용용도를 더욱 고려하는 것을 알 수 있다. 한편, 추구이미지나 개인의 감정처럼 개인 내적인 성향을 드러내는 측면에서 남녀의 차이가 없는 것은 최근 기혼이나 중년남성들도 의복선택에 있어서 자유로워지고 있다는 선행연구의 내용을 간접적으로 증명하는 결과라고 할 수 있을 것이다.

<표 5> 의복종류와 계통컬러선택

(N=283)

	아웃도어웨어		
	외투	상의	하의
연한 컬러	16	33	16
밝은 컬러	38	61	18
선명한 컬러	45	52	21
기본 컬러	23	31	17
탁한 컬러	25	19	12
진한 컬러	70	50	71
어두운 컬러	66	37	128

<표 6> 성별에 따른 컬러선택 동기 요인의 차이

	남자 (n=142)	여자 (n=141)	t-value
계절	3.77	3.86	-1.03
의복관리	3.76	3.96	-2.24*
체형	3.98	4.15	-1.80
선호색	3.90	4.05	-1.68
추구이미지	3.80	3.89	-.96
개인의 감정	3.68	3.74	-.63
가시도	3.35	3.40	-.44
활용용도	3.79	3.99	-2.41*

*p<.05

2) 연령대에 따른 컬러선택 동기요인의 차이

연령대에 따라 컬러선택에 차이가 있는지 알아보기 위해 *t*-test를 실시하였으며, 결과는 <표 7>에 제시하였다. 분석 결과 연령대가 계절과 체형, 추구이미지, 가시도에 미치는 영향에 있어 청년과 중년의 차이는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 하지만, 연령대에 따라 컬러선택이 의복관리 항목에 대해 중요도 차이(*t*=-2.91, *p*<.01)가 나타났다. 선호컬러(*t*=-2.17, *p*<.05), 개인의 감정(*t*=-2.04, *p*<.05), 활용용도(*t*=-2.27, *p*<.05) 역시 집단 간 차이가 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 중년층이 청년층보다 아웃도어웨어의 컬러선택 시, 의복관리와 선호컬러, 개인의 감정, 활용용도를 더욱 고려하는 것을 알 수 있다.

한편 연령별 비교에서 체형이 유의한 영향을 미치지 않은 것은 서행연구와는 상반된 결과로 후속연구에서 좀 더 정교하게 다루어야 할 부분이다.

3) 비만도에 따른 컬러선택의 차이

비만도에 따라 컬러선택에 차이가 있는지 알아보기 위해 *t*-test를 실시하였으며, 결과는 <표 8>에 제시하였다. 분석에서 정상체중은 제외하고 저체중집단과 과체중 집단의 비교를 실시하였다. 분석결과 비만도가 의복관리와 선호컬러, 추구이미지, 개인의 감정, 가시도, 활용용도에 미치는 영향에 있어 저체중 집단과 과체중 집단의 차이는 유의하

<표 7> 연령대에 따른 컬러선택 동기 요인의 차이

	청년(20-30대) (*n*=140)	중년(40-50대) (*n*=143)	*t*-value
계절	3.80	3.83	-.28
의복관리	3.72	3.99	-2.91**
체형	4.02	4.11	-.87
선호색	3.88	4.07	-2.17*
추구이미지	3.80	3.89	-1.01
개인의 감정	3.61	3.81	-2.04*
가시도	3.37	3.38	-.06
활용용도	3.80	3.98	-2.27*

*p<.05, **p<.01

<표 8> 비만도에 따른 컬러선택 동기요인의 차이

	저체중 집단 (*n*=26)	과체중 집단 (*n*=51)	*t*-value
계절	3.96	3.50	2.99**
의복관리	3.96	3.72	1.39
체형	4.19	3.84	2.06*
선호색	4.00	3.84	.93
추구이미지	3.69	3.78	-.46
개인의 감정	3.61	3.64	-.14
가시도	3.15	3.17	-.10
활용용도	4.00	3.74	1.62

*p<.05, **p<.01
Note: BMI지수가 18.5 미만은 저체중, 18.5-22.9는 정상체중, 23-24.9는 과체중, 25이상은 비만

지 않은 것으로 나타났다. 하지만, 비만도가 계절에 미치는 영향의 집단 간 차이가 유의한 것(t=2.99, p<.01)으로 나타났으며, 체형(t=2.06, p<.05) 역시 집단 간 차이가 유의한 것으로 나타났다. 결과를 해석해보면 저체중 집단이 과체중 집단보다 아웃도어웨어의 컬러선택 시, 계절과 체형을 더욱 고려하는 것을 알 수 있다. 그러나 연구결과는 정상체중 집단을 제외한 체형구분으로 저체중 집단이 상대적으로 계절과 체형에 민감한 컬러선택을 한다는 결과는 후속연구에서 보다 검증이 필요한 부분으로 사료된다.

3. 아웃도어웨어와 평상복 컬러선택 차이

1) 아웃도어웨어와 평상복에 대한 컬러선택요인 차이

아웃도어웨어와 평상복 컬러선택요인에 차이가 있는지 알아보기 위해 대응표본 t-test를 실시하였으며, 결과는 <표 9>에 제시하였다. 분석 결과 본 연구에서 제시한 아웃도어웨어의 컬러선택요인은 거의 유사한 수준으로 평상복에서도 고려되는 요인인 것으로 나타났으며, 이는 아웃도어웨어 뿐만 아닌 평상복에서도 적용될 수 있는 컬러선택요인임을 알 수 있다. t-test결과 유의하게 나타난 유일한 요인은 계절인데 아웃도어웨어와 평상복 간의 의미 있는 차이(t=-2.19, p<.05)가 나타났다.

2) 일반컬러선호, 아웃도어웨어컬러선호, 평상복컬러 선호

소비자들의 선호컬러에 따른 컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 10>에 제시하였다. 분석 결과 선호하는 일반컬러는 빨간계열(n=39), 파랑계열(n=38), 남색계열(n=42), 검정이(n=60)으로 가장 선호하는 것으로 나타났다. 반면, 의복의 선호컬러는 조금 다른 결과가 나타났다. 아웃도어웨어의 경우 빨간계열(n=24), 주황계열(n=19), 파랑계열(n=35), 남색계열(n=44), 검정(n=57)로 일반 선호컬러에 주황계열을 추가적으로 선호하는 것으로 나타났고, 평상복은 빨간계열(n=21), 파랑계열(n=44), 남색계열(n=41), 회색계열(n=26), 검정(n=54)로 일반선호컬러에 회색계열을 추가적으로 더 선호하고 있는 것으로 나타났다. 또한 일반컬러, 아웃도어웨어 컬러, 평상복 컬러에서 가장 선호하는 컬러는 검정인 것을 알 수 있다. 즉 전반적으로 빨강, 남색, 파랑, 검정계열은 소비자들에게 일반적으로 선호되는 컬러이며 평상복이나 아웃도어웨어에도 보편적으로 선호되는 컬러이다. 한편 아웃도어웨어에는 상대적으로 주황색 선호의 경향이 높고, 평상복선호에는 상대적으로 회색 선호 경향이 높다.

<표 9> 아웃도어웨어와 평상복에 대한 컬러선택 동기 요인의 차이

(N=283)

	아웃도어웨어	평상복	t-value
계절	3.81	3.92	-2.19*
의복관리	3.86	3.87	-.38
체형	4.07	4.10	-.73
선호색	3.98	3.97	.24
추구이미지	3.84	3.86	-.46
개인의 감정	3.71	3.68	.54
가시도	3.38	3.39	-.30
활용용도	3.89	3.91	-.55

*p<.05

3) 일반계통컬러선호, 아웃도어웨어계통컬러선호, 평상복계통컬러 선호

소비자들의 선호컬러에 따른 계통컬러선택을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 11>에 제시하였다. 분석 결과 선호하는 일반 컬러, 선호하는 아웃도어웨어 컬러, 선호하는 평상복 컬러 모두 밝은 컬러, 선명한 컬러, 진한 컬러, 어두운 컬러를 주로 선택하는 것으로 나타났다.

Ⅴ. 결론 및 시사점

본 연구는 최근 높은 성장세를 이어온 아웃도어웨어 시장에서 일반 캐주얼웨어와는 달리 다양한 컬러의 아웃도어웨어를 착용하는 현상을 기반으로 아웃도어웨어 컬러선택에 있어 어떠한 요인들이 영향을 미치는지 밝히고, 평상복과의 컬러선택 등의 차이를 알아았다.

<표 10> 선호컬러, 아웃도어웨어 선호컬러, 평상복 선호컬러와 컬러선택 빈도

(*N*=283)

	선호컬러		
	일반컬러	아웃도어웨어	평상복
빨간계열	39	24	21
주황계열	18	19	9
노랑계열	16	12	8
연두계열	5	8	6
초록계열	5	8	3
청록계열	13	15	17
파랑계열	38	35	44
남색계열	42	44	41
보라계열	13	18	10
자주계열	6	12	7
갈색계열	4	4	7
분홍계열	9	8	15
흰색	3	3	15
회색계열	12	16	26
검정	60	57	54

<표 11> 계통컬러선호, 아웃도어웨어계통컬러선호, 평상복계통컬러 선호 빈도

(*N*=283)

	선호컬러		
	일반컬러	아웃도어웨어	평상복
연한 컬러	33	16	26
밝은 컬러	46	49	42
선명한 컬러	48	49	41
기본 컬러	32	32	31
탁한 컬러	17	19	16
진한 컬러	58	64	71
어두운 컬러	49	54	56

먼저 아웃도어웨어의 컬러선택을 알아본 결과 봄에는 빨간계열, 주황계열, 노랑계열, 연두계열, 파랑계열, 분홍계열을, 여름에는 연두계열, 파랑계열, 남색계열, 흰색을, 가을에는 빨간계열, 주황계열, 파랑계열, 남색계열, 갈색계열, 검정을, 겨울에는 빨간계열, 남색계열, 검정을 선택하는 것으로 나타났다. 계절별로 가장 많이 선택하는 컬러로는 봄에는 노랑계열, 여름은 파랑계열, 가을은 남색계열, 겨울은 검정이었다. 계절에 따른 아웃도어웨어의 계통컬러선택을 알아본 결과 봄과 여름에는 연한고 밝은, 선명한 컬러를, 가을에는 선명하고 진한, 어두운 컬러를, 겨울은 진하고 어두운 컬러를 주로 선택하고 있는 것으로 나타났다. 계절에 따라 봄과 여름, 가을과 겨울에 비슷한 계열의 컬러를 선호하나 뚜렷하게 선호하는 색상과 계통컬러 선택에는 차이가 났다.

의복 종류에 따른 아웃도어웨어의 컬러선택을 알아본 결과 전체적으로 검정이 무난한 컬러로 선호되면서도 아웃도어웨어의 외투와 상의의 경우 빨간계열과 남색계열이 주를 이루었다. 검정색의 선호는 하의에서 가장 두드러졌다. 아웃도어웨어 계통컬러선택을 알아본 결과 아웃도어웨어의 외투와 상의는 보유하고 있는 계통컬러가 비교적 다양한 반면, 하의의 경우는 어두운 컬러를 계통로 선호하는 경향이 높았다. 이는 검정계열 선호와 일맥상통하는 경향으로 상의는 다양한 개성의 컬러로, 하의는 기본컬러로 선택하는 것을 알 수 있다.

이와 같은 아웃도어웨어 컬러선택의 동기를 알아본 결과 전반적으로 본 연구에 포함된 동기인 계절, 의복관리, 체형, 선호색, 추구이미지, 개인의 감정, 가시도 및 활용도를 고려하는 경향이 높았다. 성별에 따른 차이를 본 결과 여성이 남성보다 의복관리를 고려해 컬러를 선택하는 것으로 나타났다. 연령대에 따른 차이에서는 중년층이 청년층보다 의복관리와 선호하는 컬러, 개인의 감정을 더욱 고려하여 컬러선택을 하는 것으로 나타났다. 비만도에 따른 차이에서는 저체중 집단이 과체중 집단보다 계절과 체형을 더욱 고려하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과를 바탕으로 아웃도어웨어 마케팅시 표적소비자의 특징에 따라 컬러선택 동기를 부각하여야 함을 알 수 있다.

본 연구에서는 아웃도어웨어 평상복에 있어서 컬러 선택에 차이가 있는가를 알아보았다. 선호컬러에 있어서는 평소 선호하는 컬러와 선호하는 아웃도어웨어 컬러, 선호하는 평상복 컬러의 세가지 차원으로 비교해본 결과 일반 선호컬러는 빨간계열, 파랑계열, 남색계열, 검정을, 아웃도어웨어 선호컬러는 빨간계열, 주황계열, 파랑계열, 남색계열, 검정을, 평상복 선호컬러는 빨간계열, 파랑계열, 남색계열, 회색계열, 검정을 선호하는 것으로 나타났다. 일반적으로 선호하고 있는 컬러는 아웃도어웨어 컬러와 평상복 컬러에 모두 포함되어 있는 것을 알 수 있었고, 일반컬러, 아웃도어웨어 컬러, 평상복 컬러에서 가장 선호하는 컬러는 검정임을 알 수 있었다. 일반적으로 선호하는 계통컬러와 아웃도어웨어와 평상복의 선호하는 계통컬러를 비교해 본 결과 선호하는 계통컬러, 선호하는 아웃도어웨어 계통컬러, 선호하는 평상복 계통컬러 모두 밝은컬러, 선명한 컬러, 진한컬러, 어두운 컬러를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다.

본 연구에서 실증적 연구에 활용한 컬러선택요인은 아웃도어웨어와 평상복 모두 의복 컬러선택시 고려되는 요인으로 나타나 아웃도어웨어 뿐만 아닌 평상복의 캐주얼웨어 컬러마케팅에 도움을 줄 수 있을 것으로 사료된다. 남성보다는 여성이, 청년층 보다는 중년층이 모든 컬러선택요인에서 고려하는 수준이 높았으므로 여성소비자와 중년의 소비자를 대상으로 하의 제품의 경우, 관리의 용이성을 위한 기능성 소재를 개발하는 것이 필요하다. 또한, 아웃도어웨어와 평상복의 컬러선택 차이에서 선호컬러와 개인의 감정요인을 제외한 계절, 의복관리, 체형, 추구이미지, 가시도, 활용용도에서

평상복일 경우 더 많이 고려하는 것으로 보아 아웃도어웨어의 컬러선택 시 외적인 영향보다 본인의 감정이나 선호도 같은 내적인 영향을 더 받는 것을 알 수 있었으므로, 감성적인 측면을 부각한 디자인과 광고전략을 기획할 필요가 있다.

아웃도어웨어와 평상복의 컬러선택 비교에 있어서 아웃도어웨어의 외투와 상의는 평상복보다 가시도가 높은 계열의 컬러를 많이 보유하고 있었지만, 하의에 경우 차이가 없었으므로, 외투제품의 다양한 컬러 제품이 요구되며, 계절에 따라 봄부터 겨울까지 아웃도어웨어가 진하고 어두운 컬러로 선택 폭이 작아지는 것으로 나타나 평상복과 혼용 할 수 있는 컬러에 가까워 겨울 제품의 경우 평상복으로서 가장 많이 활용 할 수 있을 것으로 보아 이에 따른 디자인과 컬러 개발이 요구된다. 또한, 봄, 여름과 가을, 겨울로 선호하는 컬러와 보유컬러가 같았으므로, 각각 두 계절에 활용 할 수 있는 제품개발 시 본 연구에서 제시한 컬러를 적용할 수 있을 것으로 사료된다.

연구에서 사용된 컬러선택요인이 모두 단일문항으로 측정되어 신뢰도와 타당도를 본 연구 내에서 검증하지 못한 부분이 본 연구의 한계점으로 볼 수 있다. 또한 컬러 선택에 대한 연구로 각종 컬러표현에 샘플 색상을 제시하기는 하였지만 이와같은 연구방법 자체에 한계점이 있을 수 밖에 없다. 향후 후속연구에서는 이와같은 측면을 보완하여 연구방법론 등에 새로운 방법을 시도해야 할 것으로 본다.

본 연구에서는 아웃도어 산업의 디자인개발에 활용 될 수 있는 소비자 특성에 따른 아웃도어웨어와 평상복의 선호컬러와 컬러선택요인을 제시함으로써 소비자 니즈에 부합한 제품개발과 컬러마케팅에 실질적인 도움을 줄 것으로 본다. 결과는 의류산업 제품 포지셔닝에 중요한 자료로 쓰일 수 있을 것으로 보이며, 아웃도어웨어 활용에 대한 인식과 소비자 특성에 따른 활용도의 차이를 알아봄으로써 소비자 특성에 맞는 제품을 기획하는데 도움이 될 것으로 보인다. 후속 연구에서는 아웃도어웨어를 평상복으로 활용하는 크로스오버 쇼핑과 같이 아웃도어 웨어의 평상복 활용도에 대하여 접근해야 할 것이다.

참고문헌

1) 김성민, 박산슬, 유창조 (2013). 한국마케팅학회 브랜드 스토리 시리즈: 블랙야크, 서울: 아이웰콘텐츠, pp.11-170.
2) 삼성디자인넷 (2014). 삼성디자인연구소, 자료검색일 2014, 11. 3. www.samsungdesign.net
3) 김지원, 오희선, 전민지 (2013). 의복쇼핑성향에 따른 아웃도어 재킷 색채 선호도, 조형미디어학, 16(1), pp.81-88.
4) 이영화, 서문정, 서인경, 김영인 (2013). 국내 아웃도어 브랜드 등산복 재킷의 기능별 디자인 특성, 복식, 63(7), pp.1-16.
5) Xiong, Q., Jung, H. Kitaguchi, S. & Sato, T. (2015). Color Feature of Fast Fashion Brand Outerwear on Official Online Store, International Journal of Affective Engineering, Advance Published, doi: 10.5057/ijae.IJAE-D-15-00017.
6) 남미령, 김찬주, 임혜순 (2011). 남, 여 등산객의 등산복 색채 선호 비교 연구, 복식, 61(10), pp.16-31.
7) 배정민 (2011). 기후와 환경에 대응하기 위한 아웃도어웨어 디자인에 관한 연구: 2000년 이후 컬렉션에서 발표된 디자인을 중심으로, 복식, 61(7), pp.101-109.
8) 최미선 (2009). 소비자행동 특성에 따른 등산용품 구매결정 요인에 관한 연구, 국민대학교 스포츠산업대학원 석사학위논문, p.12.
9) 최진영 (2009). 아웃도어 패션 여성용 다운재킷 패턴 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, p.6.
10) 오희선 (2011). 아웃도어웨어 시장분석 연구, 조형미디어학, 14(3), pp.99-104.
11) 차인아 (2013). 브랜드아이덴티티 강화를 위한 아웃도어 브랜드의 색채디자인 연구. 홍익대학교 산업대학원 박사학위논문, pp.15-23.
12) 김인혜, 하지수 (2012). 국내 아웃도어웨어 디자인 특성에 관한 연구, 한국패션디자인학회지, 12(1), pp.93-110.
13) Triplett, T. (1996). Automotive Color Trends For New Millennium, Marketing News, 30(20), pp.20-21.
14) Wan, X., Woods, A. T., Butcher, N. & Spence, C. (2015). When the Shape of the Glass Influences the Flavour Associated with a Coloured Beverage: Evidence from Consumers in Three Countries. Food Quality and Preference, 39, pp.109-116.
15) Priluck Grossman, R. & Wisenblit, J. Z. (1999). What

We Know about Consumers' Color Choices. Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science, 5(3), pp.78-88.
16) Mehta, R., & Zhu, R. J. (2009). Blue or Red? Exploring the Effect of Color on Cognitive Task Performances. Science, 323(5918), pp.1226-1229.
17) 나수임, 한명숙 (1986). 여고생의 복색 (服色) 선호와 성격특성과의 상관연구, 한국의류학회지, 10(1), pp.1037-1045.
18) 정수진, 최수경 (2012). 아웃도어 웨어 브랜드에 대한 소비자 컬러 선호도 조사, 한국디자인문화학회지, 18(3), pp.489-499.
19) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희 (2009). 현대의상사회심리학, 서울: 수학사, pp.153-154.
20) 정인희, 이은영 (1992). 의복이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구, 한국의류학회지, 16(4), pp.379-391.
21) 차미승 (1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석, 부산대학교 대학원 석사학위논문, pp.1-592.
22) 김일분, 유태순 (1999). 의복 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계, 복식, 45, pp.103-119.
23) Francis, S. K. & Evans, P. K. (1987). Effects of Hue, Value, and Style of Garment and Personal Coloring of Model on Person Perception, Perceptual and Motor Skills, 64(2), pp.383-390.
24) 김광경, 강혜원 (1992). 남성적-여성적 의복이 직장여성의 직업특성과 직업적합성 지각에 미치는 영향(1): Suit를 중심으로, 대한가정학회지, 30(2), pp.1-20.
25) 김숙희, 이원자 (2005). 계절에 따른 생리와 심리의 변화가 의복색 선호에 미치는 영향, 한국의상디자인학회지, 7(3), pp.75-81.
26) 오은영 (1989). 한국인의 색채의미와 이미지에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, pp.1-86.
27) Fisher, S. (1986). Development and Structure of the Body Image, New York: Psychology Press, pp.47-122.
28) 홍병숙 (1985). 기혼 여성의 의복구매 의사 결정에 관한 실증적 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, pp.1-178.
29) 심정희 & 박수진 (2007). 중년 여성의 체형에 따른 의복 태도, 한국의류학회지, 31(1), pp.33-43.
30) Birren, F. (1973). Color Preference as a Clue to Personality, Art Psychotherapy, 1(1), pp.13-16.
31) 인예진, 홍우정, 이규혜, 정소원 (2014. 10). 중년의 아웃도어웨어에 관한 탐색적 연구, 한국의류학회 추계학술대회 발표논문집, 서울, p.96.
32) 김선경 (2008). 의류의 관리 및 착용 과정에서의 사고유형 분석, 한국패션디자인학회지, 8(3), pp.95-110.
33) 인예진, 홍우정, 이규혜, 정소원. 앞의 책, p.96.
34) 안순태 (2001). 의복 관리시 취급주의 표시에 대한 소비자 인지도: 20대 이상 여성을 대상으로, 건국대학교 대학원 석사학위논문, pp.4-6.
35) Dubler, M. L. J. & Gurel, L. M. (1984). Depression: Relationships to Clothing and Appearance Self-Concept, Home Economics Research Journal, 13(1), pp.21-26.
36) Sontag, M. S. & Lee, J. (2004). Proximity of Clothing to Self Scale, Clothing and Textiles Research Journal, 22(4), pp.161-177.
37) 한국산업표준 (2010). 물체색의 색 이름 KS A0011, 자료검색일 2014, 11. 3. http://e-ks.kr/KSCI/lmx/lawFullScreen.do?ks_no=KSA0011&reform_no=13#368866
38) Gallaher, D., Heymsfield, S. B., Heo, M., Jebb, S. A., Murgatroyd, P. R. & Sakamoto, M. (2000). Healthy Percentage Body Fat Ranges: An Approach for Developing Guideline based on Body Mass Index, American Journal of Clinical Nutrition, 72(3), pp.694-701.
39) World Health Organization (WHO). International Association for the Study of Obesity (IASO), International Obesity Task Force (IOTF) (2000). The Asia Pacific Perspective: Redefining Obesity and Its Treatment, Geneva: World Health Organization, p.18.

Outdoor Wear Color Preference and Color Selection Motives of Male and Female Consumers

In, Ye Jin · Lee, Kyu-Hye+

Master's course, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University
Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University+

Abstract

With the recent increase in interest in health, healing, travel, and spending leisure time, the number of consumers who enjoy outdoor activities has also increased, leading to significant annual growth in outdoor-related markets. Recent developments in technology have enriched the previously limited color palette, enabling outdoor apparel companies to phase out black gradually and introduce more primary colors in their clothing lines. As such, consumers are presented with abundant choices in color selection, including bold colors not commonly seen in other categories of clothing. The aim of this study is to identify the factors influencing consumers' outdoor wear color preferences by examining differences observed in their casual wear color selection. Results from a survey of 283 consumers indicated that outdoor wear color preference differed significantly in relation to clothing care requirements, preferred colors, emotions, and body shapes; gender, age, and degree of obesity also played a significant role in the variation of preferences. Outdoor wear jackets and tops have diverse variations in reds and oranges compared with casual wear. Meanwhile, black and other deep, dark colors were preferred for both outdoor wear bottoms and casual wear. Yellows were prevalent for spring wear, blues for summer, bluish violets for fall, and black shades for winter. The preferred color schemes for spring and summer were pale, light, and vivid colors; for fall, vivid, deep, and dark colors; for winter, deep and dark colors. The colors selected for spring and summer were similar, as were the colors selected for fall and winter.

Keyword : outdoor wear, color preference, color selection motives