

20~30대 여성 소비자들의 착장 동향에 대한 연구 - 스트리트 패션 조사법을 이용하여 관찰한 2001년 2월~8월의 착장 실태를 중심으로 -

명지대학교 예체능대학 의상디자인학과 부교수 정 은 숙

명지대학교 예체능대학 의상디자인학과 겸임교수 김 지 선

· 목 차 ·

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 연구 방법 및 절차
- IV. 연구 결과 및 논의
- V. 결론

〈요 약〉

의류학계 및 의류업체들은 신속한 소비자 정보 수집을 통한 소비자 예측의 중요성에 대하여 공통적으로 인식하고 있다. 본 연구는 유행에 동조하고자 하는 마인드가 강하고 상품 구매력이 큰 소비자인 20~30대 여성들을 대상으로 2001년 2월에서 7월까지 매월 1회씩 서울 강남역, 압구정, 동대문, 명동 등의 4지역에서 소비자 조사 방법 중의 하나인 관찰 조사법을 이용한 스트리트패션 조사를 실시하여 빠르게 변화하는 소비자의 변화 추이를 고찰하고자 하였다.

연구 결과를 요약하면, 다음과 같다.

- 1) 스타일에서는 전체적으로 세미정장의 빈도가 가장 높았고, 정장이 가장 낮게 나타났으며, 여름으로 갈수록 캐주얼이 증가세를 보여 8월에는 캐주얼이 가장 많이 나타났다.
- 2) 아이템 착장 동향을 분석한 결과, 반팔 티셔츠와 재킷, 바지가 가장 많이 나타난 아이템이었으며, 월에 따라 상위 빈도 아이템과 하위 빈도 아이템에 많은 차이를 보였다.

- 3) 색상에 대한 분석 결과, 검정색, 흰색, 회색 등의 무채색과 베이지, 네이비 등이 선호되는 것으로 나타났으며, 아이템과 마찬가지로 월에 따라 상위 빈도 칼라에 차이를 보였다.
- 4) 패턴에 대한 분석 결과, 스트라이프 패턴이 가장 많았고, 다음으로 체크, 문자·로고 패턴, 식물 패턴의 순으로 나타났다.

이상의 연구 결과, 2월, 4월과 6월을 분기점으로 스타일, 아이템, 색상, 패턴이 변화를 보여 3월을 전후로 겨울 의복과 봄 의복이 교체되기 시작하여 3~4월에 봄 의복이 주로 나타나다가 다시 4월 이후로 봄 의복과 여름의복이 교체되기 시작하여 여름 의복이 주로 나타났다. 그리고 6월을 기점으로 핫썬머 의복이 주로 나타나, 의류 상품의 계절 구분은 일반적인 절기상의 계절 구분과는 달리, 봄 상품 시즌이 겨울 상품 시즌과 여름 상품 시즌에 비해 짧게 나타났다.

1. 서론

고도산업사회로의 발전이 가속화됨에 따라 시장 성장이 점차 둔화되어 시장 내에서의 경쟁은 더욱 심화되고 있다. 그 중에서도 사회의 발전단계와 밀접한 관련이 있는 패션 시장은 규모와 질적인 면에서 빠른 성장을 이룸에 따라 경쟁이 매우 심화되고 있는 분야이다.

우리나라의 의류소비량은 지난 20여년간 연간 20%를 웃돌면서 패션시장의 성장이 지속되어 왔다. 그러나 이러한 의류 시장의 높은 성장률은 머지 않아 감소 추세를 보이고 성숙 시장의 모습을 보일 것으로 예측하고 있다.¹⁾

이러한 수요신장률의 저하는 무엇보다도 소비자의 질적변화에 기인한다. 1980년대 이후 소비자의 가처분소득이 증가함에 따라 소비자욕구가 다양하게 나타나면서 소비자는 단순히 의식주를 해결하기 위한 제품구매가 아니라 자아를 실현하거나 라이프 스타일을 반영하는 제품을 선택적으로 구매하는 경향이 증대되고 있다. 특히 패션 제품에 대한 소비자의 선택은 자아 실현 및 라이프 스타일 반영과 관련된 심리적 욕구를 가장 잘 보여주는 실례라 할 수 있다.

요즘의 소비자는 80~90년대와는 달리 감각과 감성에 민감하며 각종 정보를 단순히 수용하기 보다는 창조, 주도해 나가는 경향으로 변화하고 있다. 급격한 정치, 경제, 사회, 문화, 기술의 변화로 인해 소비환경 및 패션시장이 빠르게 변화하고 있으며, 소비자들의 구매 및 소매행동이 다양하고 독특한 양상을 나타내고 있다. 특히, IMF이후 사회경제적 여건 및 시장 구조의 변화로 인해 중간 소득층이 부재하게 되는 등 계층의 양극화 현상이 확대되고 있다. 이러한 때에 소비자는 생산자의 예측을 훨씬 능가하는 속도로 변화하고 있으며, 이처

1) 이은영, 패션 마케팅, 교문사, 1999, pp376 -378.

럼 앞서가는 소비자에 뒤쳐지는 상품은 시장에서 성공할 수 없게 되었다. 그러므로 소비자에게 뒤쳐지지 않는 의류 상품의 효율적인 기획을 위해서는 이러한 소비자의 동향을 신속하게 파악하는 것이 중요하다.

이제 의류 기업체 및 도소매 상인들을 포함한 의류 관련 종사자들도 신속한 소비자 정보 수집을 통한 소비자 예측의 중요성에 대하여 공통적으로 인식하고 있다. 본 연구는 이러한 중요성에 대한 인식을 같이하면서 소비자 조사 방법 중의 하나인 관찰 조사법을 이용한 스트리트패션 조사를 실시하여 빠르게 변화하는 소비자의 변화 추이를 고찰해 보고자 한다. 특히 의류 시장의 중요한 소비자인 20~30대 여성들은 유행에 동조하고자 하는 마인드가 강하고 상품 구매력이 큰 소비자들이다. 본 연구는 이러한 20~30대의 여성들을 대상으로 2001년 2월에서 8월까지 매월 강남역, 압구정, 동대문, 명동 등의 4지역에서 소비자 착장 조사를 실시하여 지역별 및 월별 변화 추이를 비교 고찰하여 패션 소비자 예측 및 패션 상품 기획시 소비자 착장 정보의 이해와 활용을 돕고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 소비자 정보의 종류 및 수집 방법

마케팅은 소비자 중심의 시각을 갖는 데서 비롯된다. 이제는 만든 상품을 판매하는 것이 아니라 팔릴 상품, 즉 소비자가 구매하고 싶어할 상품을 생산하는 것이 중요하다. 따라서 소비자는 무엇보다도 확실하고 귀중한 정보원이 된다.²⁾

특히 패션 상품 기획부문에서 가장 중요한 정보 중의 하나가 소비자 정보이다. 소비자 정보는 마케팅 분석 중에서도 제일 비중이 큰 소비자의 행동 분석에서 비롯된다. 소비자 행동을 분석한다는 것은 소비자 필요(needs)의 변화를 예상하는 활동을 의미한다. 생산자와 도소매상인들은 상품판매에 성공하기 위해서는 먼저 소비자의 욕구와 필요를 정확하게 파악해야 한다. 소매상인은 고객을 확보하기 위하여 소비자의 욕구와 필요의 변화에 민감하게 대처해 나가야 한다. 어떤 스타일이 유행하도록 결정하는 것은 상인이나 제조업자가 아니라 소비자이다. 소비자는 상인들로 하여금 상품이 어느 정도 양으로, 어떤 시기에, 어느 정도의 가격으로 책정되어야 하는가를 예측하도록 한다. 소비자는 그들에게 제공된 상품을 수용하거나 또는 거부함으로써 선호도를 시사해 주기도 한다. 소비자의 욕구와 필요는 여러

2) 이은영, 패션 마케팅, 교문사, 1999, p389.

가지 경제적, 심리적, 사회적 영향을 받는다. 이러한 환경적인 요소가 변화함에 따라 소비자의 욕구도 변화한다. 이처럼 변화하는 소비자들의 욕구에 대응하기 위해서 상품은 변화될 수밖에 없다. 성공적인 상품기획을 위해서는 소비자의 욕구를 파악하고 수요의 성질과 범위를 객관적으로 이해하고 판단하는 데 있다.³⁾

소비자로부터 얻을 수 있는 정보는 소비자 의식, 상표인지도, 선호도, 구매관행 등과 같이 소비자 반응을 통해서 조사될 수 있는 것과 착용 경향, 광고효과, 구매패턴 등과 같이 소비자 관찰을 통해 조사될 수 있는 내용이 있다. 특히 패션 기업에서 주로 실시하고 있는 소비자 분석의 종류는 다음과 같다.

- ① 고객층의 라이프 스타일 분석
- ② 구매동기 및 구매패턴 조사
- ③ 소비자의 의식 조사
- ④ 소비자의 선호도 조사
- ⑤ 소비자의 착용 경향 조사
- ⑥ 정기/비정기적인 스트리트 패션 조사
- ⑦ 광고효과 조사
- ⑧ 브랜드 인지도, 선호도 조사

소비자 조사는 소비자에 관하여 어떠한 정보가 필요한 가에서부터 시작하여 이용 가능한 데이터를 수집하고 분석한다. 비록 리서치 과정에서 발생하는 문제에 따라 변하기는 하나, 다음과 같은 과정을 필요로 한다.

- ① 목적과 문제의 정의
- ② 조사의 계획
 - 정보의 원천 결정
 - 데이터 수집방법 결정
 - 데이터 수집양식 결정
 - 질문의 준비(현장조사를 필요로 하는 경우)
 - 샘플의 계획(여러 사람이 관련될 때, 얼마나, 어떤 특색으로)
 - 데이터의 수집
- ③ 데이터의 일람표 작성과 분석
- ④ 데이터의 해석과 레포트 작성

3) 이호정, 의류상품학, 교학연구사, 2001, p94.

⑤ 효과적인 리서취를 위한 계속 연구

위와 같은 소비자 정보를 얻기 위한 1차 자료(데이터)를 수집하기 위한 대표적인 방법으로는 관찰법, 실험법, 서베이법, 집단 토의법 등을 들 수 있다.⁴⁾

- ① 관찰법 : 관찰법은 백화점과 같은 판매현장이나 혹은 통제된 상황에서 조사자가 소비자의 행동이나 기타 조사대상을 직접 혹은 기계를 이용하여 관찰함으로써 자료를 수집하는 방법으로, 스트리트 패션 조사가 이에 해당한다. 스트리트 패션 조사는 거리를 다니는 소비자의 패션제품 착용실태를 직접 관찰하거나 카메라로 촬영하여 사진을 해석하는 방법이다. 스트리트 패션 분석은 표적시장이라고 여겨지는 소비자의 의복 착용 실태를 관찰하거나 카메라에 담아서 스타일, 아이템, 색, 소재 등의 패션 분석 단위 별로 분류하는 것이다. 이는 개별 소비자의 의류품목 착용실태나 코디네이션 현황 등을 알 수 있어서 패션 변화와 유행되는 패션을 파악하는데 상당한 도움이 된다. 또 다른 관찰법으로 매장 안에서 특정 의복 스타일에 대한 소비자의 반응을 직접 관찰하는 방법이 있다. 일종의 시험 마케팅으로 계절이 시작될 때 점포를 방문한 고객이 새롭게 선보인 아이템에 대해 어떻게 반응하는가를 관찰하는 것이다. 이는 그 시즌의 반응 생산에 반영하기 위한 귀중한 정보로 사용될 수 있다. 이러한 관찰법은 정확한 정보를 얻을 수 있으나 조사 대상의 심리적인 것, 즉 구매행동을 유발한 태도나 동기를 파악할 수 없다는 단점이 있다.
- ② 실험법 : 실험법은 주로 인과관계를 조사하는데 적절한 방법으로 실험대상자를 몇 개의 집단으로 나누고 각 집단별로 원인변수를 다르게 조작한 다음 각 집단간의 반응에서 어떠한 차이가 있는지를 측정하는 것이다.
- ③ 서베이법 : 서베이법은 표본으로 선정된 조사대상자들로부터 설문지를 이용하여 자료를 수집하는 방법이다. 서베이법에서는 질문지를 사용하여 소비자들의 신념, 태도 등과 같은 심리적 요인이나 구매행동에 대해 직접 물어보게 된다.
- ④ 집단토의법 : 집단토의법은 일반적으로 6명에서 12명으로 구성된 소수 소비자들을 한 장소에 모이도록 한 다음 자유스러운 분위기 속에서 사회자가 제시하는 주제와 관련된 정보를 대화를 통해 수집하는 방법으로 표적집단 면접법(focus-group interview)라고도 한다.

4) 안광호, 황선진, 정찬진, 패션마케팅, 수학사, p121~127.

2. 20~30대 여성 소비자의 라이프 스타일 변화 및 의복 행동

여성들의 구매 및 소비 행동으로부터 생활 양식과 의식구조에 이르기까지 다양한 상품 이용실태 및 라이프 스타일을 연구하여 발표한 근간 자료⁵⁾에 따르면, 20대 여성들은 패션이나 개성을 중시하고 외모를 중시하며, 30대 여성들은 유명 브랜드/고가품에 대한 선호가 높고 동시에 실용성을 추구하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한 미혼 여성들이 패션에 관심이 많고 화장을 많이 하는 편이며 유행에 민감하게 반응하는 반면, 기혼 여성들은 실용성을 추구하는 경향이 높은 것으로 나타났다.

또한, 생활/미용관련 라이프 스타일의 6개 요인으로 10대 후반에서 30대 여성들을 분류한 결과⁶⁾ 패션/개성중시형, 유명브랜드/고가선호형, 유행추구형, 그리고 실용추구형의 4집단으로 세분화되었다. 각 집단별 연령구성비를 보면, 패션/개성중시형과 유행추구형은 연령별 분포가 비슷하게 나타났는데 10대 후반에서 20대 여성들이 많고 30대 여성들은 적게 나타났다. 유명브랜드/고가 선호형은 연령이 높아질수록 구성비가 늘어나고, 실용추구형은 10대 후반에서 20대 초반의 여성들의 구성비가 낮게 나타났다. 직업별로는 패션/개성중시형에는 전문직 종사자들이 많고, 유명브랜드/고가선호형에는 자영업자들이 많으며, 유행선도형에는 기능직, 사무기술직 종사자들이, 실용추구형에는 전업주부들이 많이 속해 있었다. 또한 직장여성들 중 20대 초반의 여성들은 유행선도형에 많으며, 20대 후반 여성들은 패션/개성중시형과 유명브랜드/고가선호형에 많이 분포되어 있다.

미혼여성들은 패션/개성중시형과 유행선도형이 많고, 기혼여성들은 유명브랜드/고가선호형과 실용추구형에 많은 것으로 나타났다. 특히, 20대 기혼여성들 중 직장인은 유명브랜드/고가선호형에 많고 전업주부들은 실용추구형에 많이 분포되어 있다.

각 집단별로 가치관, 성격, 취미, 쇼핑생활과 광고에 관련된 라이프 스타일의 특징을 분석하기 위해 집단별 차이가 유의한 요인들을 중심으로 하여 분석해본 결과 집단별 특징은 <표 1>과 같이 나타났다.

의류 제품 구입시 선호하는 색상은 색상 옷의 비율은 점차 줄어들고 검정색이나 흰색을 선호하는 경향이 높았다. 20대 미혼 여성은 차분한 색상보다는 밝은 색상의 옷을 선호하였고, 디자인이나 색상이 화려한 것을 특별히 선호하지는 않는 것으로 나타났다. 30대 여성들의 경우 선호하는 옷의 색상은 단일 색상으로는 흰색이나 베이지, 브라운, 빨강색 등의 순으로 나타나 눈에 잘 안 띄는 색상을 선호하는 것으로 나타났다. 색상 옷 선호율은 감소하

5) 대흥기획 마케팅 전략 연구소, 한국 사람들: 소비행동 및 라이프 스타일 변화-1989~1999. CPR (Consumer Profile Research)

6) 소비자 프로파일 연구, <http://www.adchannel.co.kr/other/cpr/down1.htm>,

는 추세를 보인 반면, 블랙 & 화이트는 증가추세에 있으며, 취업주부보다는 전업주부가 색상 옷을 다소 선호하는 것으로 나타났다. 캐주얼 의류의 주구입 장소는 대리점이나 보세점을 많이 애용하고 있는 것으로 나타났는데, 특히 20대 미혼 여자들의 절반은 보세가게를 주로 이용하는 것으로 나타났다. 또한, 정장 의류의 주구입 장소는 백화점, 메이커 대리점, 상설매장의 순으로 나타났다.

〈표 1〉 집단 유형별 라이프 스타일

유형	라이프 스타일 특징
패션/개성 중시형	20대 후반의 미혼 여성, 전문직 종사자 유행에 상관없이 패션 감각이 뛰어나고 개성발휘를 중시 사교적, 성공지향적, 활동적이고 모험적인 취미활동 습관적인 매체 접촉 성향, 고급품과 신제품을 선호
유명 브랜드/고가선호형	20대 후반 기혼 여성 및 직장 여성, 30대 여성 유명브랜드 선호, 옷의 실용적인 면에는 큰 관심이 없음. 논리적이며 적극적인 사고, 스스로에게 만족하며 성공지향적 취미생활은 가족과 함께. 광고에 긍정적이지는 않지만 광고정보를 활용하는 편 쇼핑시 정보 중시, 계획구매 성향
유행 선도형	20대초의 미혼 여성. 유행이나 패션에 민감, 외모에 관심이 많음. 사교적, 활동적이고 모험적인 취미활동 습관적인 매체 접촉 성향, 고급품과 신제품을 선호
실용 추구형	20대 전업주부 및 30대 여성 가격이 저렴하고 실용적인 구매 소극적, 주로 혼자서 할 수 있는 취미 활동 광고를 믿지 않으며, 쇼핑시 기능적인 면을 중시

한편, 국내외 유행 정보업체에서는 시즌마다 스트리트 패션 조사법에 의한 소비자 의복 착용 경향을 조사 발표하여 의류업체종사자들의 그 시즌 평가 및 다음 시즌 기획에 중요한 방향을 제시해 주고 있다. 국내 의류정보업체 중 하나인 인터패션플래닝에서 압구정동, 강남역, 삼성역, 이대앞, 명동, 대학로, 신촌 등 서울의 중심 상권에서 스트리트 패션 조사를 실시하여 2000년에 발표한 자료⁷⁸⁾에 의한 국내 여성복 소비자의 의복 착용 경향은 다음과

같다.

1) 2000년 봄 / 여름 여성 소비자 의복 착용 경향

2000년 3월에서 5월에 걸쳐 서울의 중심상권에서 스트리트 패션 조사를 실시하여 총 1,015명의 착용 유형을 데이터로 얻어 분석한 결과, 캐주얼 착용 비율이 가장 크게 나타났다. 4월 중순까지 지속된 꽃샘추위의 영향으로 재킷, 코트, 점퍼 등의 아우터 착용 비율이 증가하였고, 스웨터, 가디건 등 니트 아이템의 인기가 지속되었다. 하의는 무릎 길이의 우븐 스커트와 9~10부 길이의 우븐 팬츠의 착용 비율이 계속 증가추세를 보였다. 상의의 색채 경향은 블랙, 그레이, 화이트 등의 무채색과 네이비 등의 베이직 컬러가 강세를 보였고, 베이지, 카키 등의 내추럴 컬러와 블루, 핑크 등의 파스텔 컬러군이 그 뒤를 이었다. 하의의 색채 경향은 블랙, 그레이의 무채색 경향과 베이지, 카키가 강세를 보였다. 소재의 경우, 솔리드 패턴이 전체 조사자의 82% 정도로 강세를 보였다.

2) 2000년 가을 / 겨울 여성 소비자 의복 착용 경향

2000년 9월에서 10월에 걸쳐 서울의 중심상권에서 스트리트 패션 조사를 실시하여 총 1,229명의 착용 유형을 데이터로 얻어 분석한 결과, 세미 포멀 착용 비율이 가장 크게 나타났다. 9월 말까지 늦더위가 지속되어 재킷, 점퍼, 코트 등의 아우터 착용비율이 전년보다 적게 나타났으며, 스웨터, 가디건 등 니트 아이템이 강세를 보였다. 하의 아이템의 경우 전년보다 스커트의 착용 비율이 증가하였는데, 무릎 및 미디 길이의 우븐 스커트 착용은 증가하였다. 상의의 색채 경향은 블랙, 그레이, 화이트 등의 무채색과 베이지, 카키 등의 내추럴 칼라가 강세를 보였으며, 퍼플, 핑크, 등의 컬러가 뒤를 이었다. 하의의 색채 경향은 블랙, 그레이의 무채색 경향과 베이지, 카키가 강세를 보였다. 소재의 경우, 솔리드 패턴이 전체 조사자의 86.4% 정도로 강세를 보였으며, 패턴 중에서는 체크 패턴이 강세를 보였다.

7) 인터패션플래닝, 2000 Spring -Summer Womens Market Analysis, Interfashion Planning , Inc. 2000.

8) 인터패션플래닝, 2000 Fall-Winter Womens Market Analysis, Interfashion Planning , Inc.2000.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구 대상

본 연구는 20~30대의 여성을 대상으로 하였으며, 강남역, 압구정, 동대문, 명동의 4지역에서 2001년 2월에서 8월까지 월별, 지역별로 8~10통씩 착장 실태를 자동카메라로 촬영하여 스트리트 패션 조사를 실시하였다. 촬영한 사진을 인화한 후 분석 가능한 유효 사진을 선별하여 강남역 2220컷, 압구정 2057컷, 동대문 2176컷, 명동 1941컷을 수집, 총 8394컷을 분석에 사용하였다. 그 자세한 내용은 <표 2>와 같다.

<표 2> 촬영 일시 및 분석에 사용된 유효 데이터 수

촬영 일시	촬영 장소				Total
	강남역	압구정	동대문	명동	
2. 6~16	245	221	293	160	1019컷
3. 6~16	299	305	302	299	1205컷
4. 6~15	356	306	307	330	1299컷
5. 11~15	392	361	357	354	1464컷
6. 2~20	366	342	363	328	1399컷
7. 4~11	296	245	245	254	1040컷
8. 8~11	266	277	209	216	968컷
Total	2220컷	2057컷	2176컷	1941컷	8394컷

2. 분석 방법

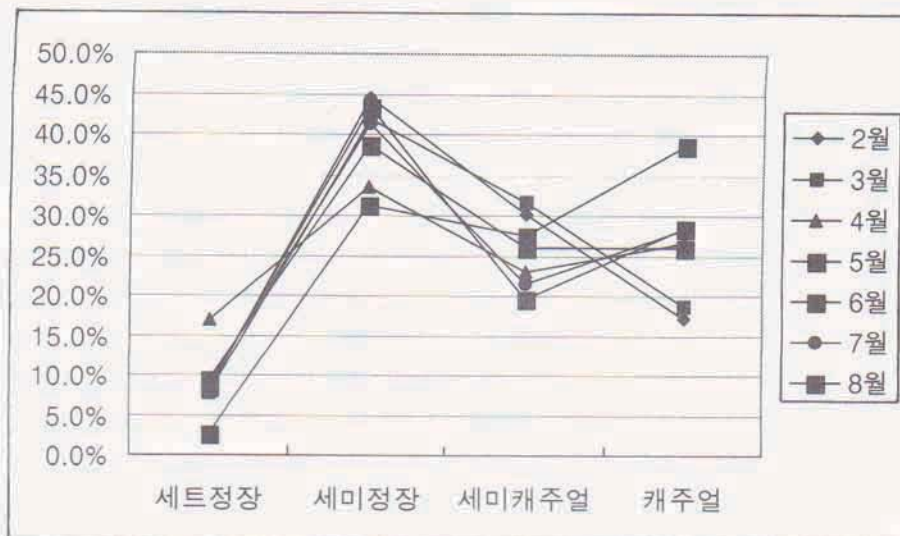
수집된 유효 데이터를 대상으로 매월 스타일, 실루엣, 아이템, 칼라, 패턴 등의 항목에 대하여 항목별로 코딩한 후, SPSS통계 패키지를 이용하여 각 항목별 빈도분석을 실시한 후 그 내용을 월별, 지역별로 비교 분석하였다.

Ⅳ. 연구 결과 및 논의

1. 스타일

스타일 항목에 대하여 정장⁹⁾, 세미 정장¹⁰⁾, 세미 캐주얼¹¹⁾, 캐주얼¹²⁾로 나누어 월별로 빈도를 분석한 결과는 <표 3>과 <도 1>과 같다.





























20~30대 여성들의 스타일 경향을 살펴보면, 전체적으로 세미정장의 빈도가 가장 높았고, 정장의 빈도가 가장 낮게 나타났다. 월별 차이를 살펴보면, 2~7월에는 세미정장이 가장 높았지만, 2월 이후 캐주얼이 점차 증가세를 보이다가 8월에는 캐주얼이 가장 많이 나타났다. 또한, 정장 스타일은 4월에 가장 많이 나타났고, 8월에 가장 적게 나타나 봄에는 정장착장



<도 1> 월별 스타일 빈도 추이 그래프

- 9) 정장(formal) : 공식적인 장소에서 입는 장식복장의 총칭으로, 상하의 슈트나 양상블 등의 차림이 이에 속한다.
- 10) 세미정장 (semi-formal): 세미는 '반, 약간'이라는 뜻으로, 정장보다 덜 포멀한 준정장 스타일로, 다른 스타일의 포멀 상하의를 적절하게 코디하여 입는 경우가 이에 해당한다.
- 11) 세미캐주얼(semi-casual) : 준캐주얼이라는 의미로, 세미정장보다 캐주얼하면서 간편한 스타일이다.
- 12) 캐주얼(casual) : '격식을 차리지 않는 간편한 옷'의 총칭으로, 진, 티셔츠 등의 활동적인 스타일이 이에 해당한다.

〈표 3〉 월별, 지역별 착장 스타일 빈도 분석 결과

월	빈도(%)	정장	세미정장	세미캐주얼	캐주얼	Total
2월	사례					1019
	빈도(%)	84(8.2%)	453(44.5%)	308(30.2%)	174(17.1%)	
3월	사례					1205
	빈도(%)	94(7.8%)	505(41.9%)	382(31.7%)	224(18.6%)	
4월	사례					1299
	빈도(%)	220(16.9%)	435(33.5%)	298(23%)	346(26.6%)	
5월	사례					1464
	빈도(%)	124(8.4%)	635(43.4%)	288(19.7%)	417(28.5%)	
6월	사례					1399
	빈도(%)	131(9.4%)	121(36.9%)	364(26%)	364(26%)	
7월	사례					1040
	빈도(%)	92(8.8%)	429(41.3%)	225(21.6%)	294(28.3%)	
8월	사례					968
	빈도(%)	25(2.6%)	303(31.3%)	266(27.5%)	374(38.6%)	
Total	빈도(%)	770(9.2%)	3300(39.3%)	2131(25.4%)	2193(26.1%)	8394

* %는 지역별, 월별로 각 total에 대한 백분율이다

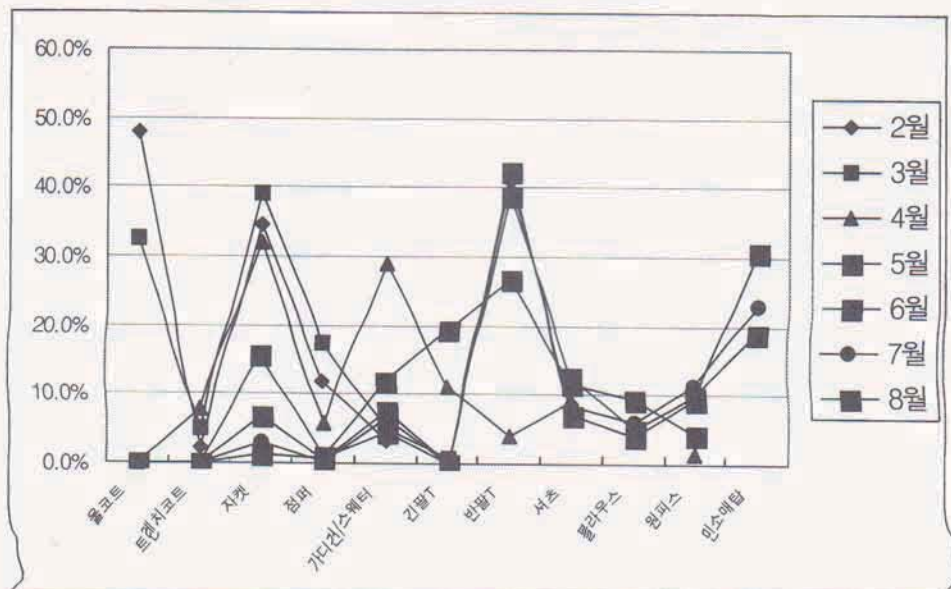
을 많이 하지만 여름으로 갈수록 정장보다는 캐주얼을 선호하는 경향을 보였다. 지역별로는 압구정 지역이 다른 지역에 비해 정장 및 세미 정장이 높은 비율로 나타났고, 세미캐주얼 및 캐주얼은 상대적으로 적게 나타났다.

2. 아이템

<표 4>와 <도 2>는 상의 아이템 항목에 대하여 월별로 빈도 및 백분율을 분석한 결과이다.

전체적으로 가장 많이 나타났던 상의 아이템은 반팔 티셔츠와 재킷이었으며, 월에 따라 상위 빈도 아이템과 하위 빈도 아이템에 많은 차이를 보였다.

월별 차이를 살펴보면, 겨울 코트는 3월까지 나타났고, 트렌치 코트는 2~4월에 증가 추세를 보이며 나타났으며, 코트나 재킷 착용이 많은 2, 3월에는 티셔츠, 블라우스, 원피스 등의 아이템은 외의로 드러나지 않으므로 관찰되지 않았다. 4월부터 반팔 티셔츠가 나타나 5~8월까지 지속적인 증가추세를 보이면서 빈도가 가장 높은 아이템으로 나타났다. 민소매 탑은 6월부터 나타나기 시작하여 8월에는 30.7%의 높은 빈도를 보였다. 재킷과 점퍼는 지속적으로 관찰되는 아이템이었는데 재킷은 3월과 4월은 가장 빈도수가 많은 아이템으로 나타났지만, 점퍼와 함께 5월부터 감소추세를 보이다가 7, 8월에는 매우 낮은 빈도를 보였다. 가디건도 지속적으로 관찰되는 아이템이었는데 4월까지 점차 증가하여 4월에 28.9%의 높은 빈도를 보였지만 다시 감소 추세로 나타나 8월에는 4.5%의 적은 빈도로 나타



<도 2> 월별 상의 아이템 빈도 추이 그래프

〈표 4〉 월별 상의 아이템 빈도 분석 결과

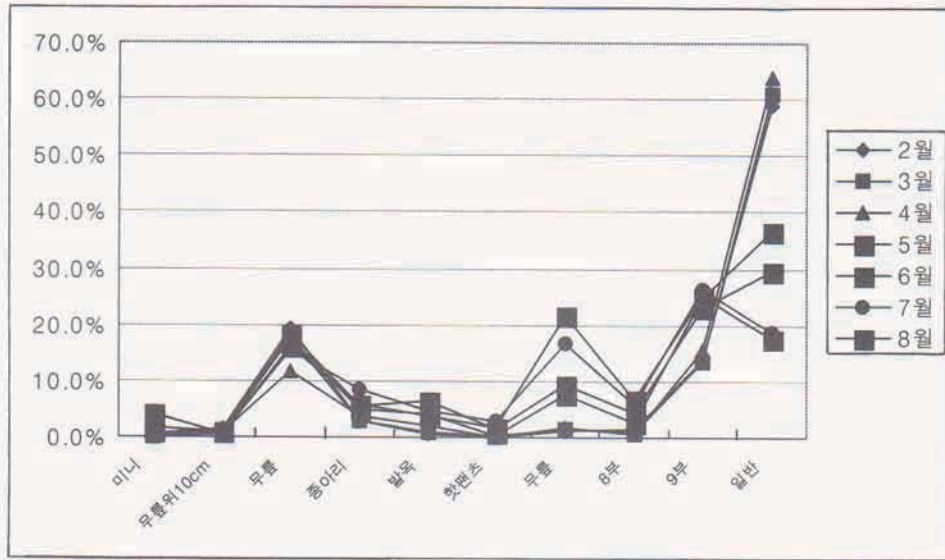
월	빈도 %	겨울 코트	트렌치 코트	자켓	점퍼	가디건	긴팔T	반팔T	셔츠	블라우스	원피스	민소매탑	Total
2월	빈도 %	489 48%	22 2.2%	352 34.5%	122 12%	34 3.3%	0	0	0	0	0	0	1019
3월	빈도 %	392 32.5%	62 5.1%	472 39.2%	209 17.3%	60 5%	10 0.8%	0	0	0	0	0	1205
4월	빈도 %	0	100 7.7%	417 32.1%	75 5.8%	375 28.9%	143 11%	51 3.9%	119 9.2%	0	0	0	1299
5월	빈도 %	0	0	227 15.5%	16 1.1%	175 12%	284 19.4%	393 26.8%	169 11.5%	137 9.4%	63 4.3%	0	1464
6월	빈도 %	0	0	94 6.7%	7 0.5%	107 7.6%	0	544 38.9%	175 12.5%	69 4.9%	138 9.9%	265 18.9%	1399
7월	빈도 %	0	0	32 3.1%	2 0.2%	69 6.6%	0	430 41.3%	87 8.4%	63 6.1%	118 11.3%	239 23%	1040
8월	빈도 %	0	0	13 1.3%	7 0.7%	44 4.5%	0	409 42.3%	68 7%	39 4%	91 9.4%	297 30.7%	968
Total	빈도 %	881 10.5%	184 2.2%	1607 19.1%	438 5.2%	864 10.3%	437 5.2%	1827 21.8%	618 7.4%	308 3.7%	429 5.1%	801 9.5%	8394

났다. 4월에 외의가 얇아지거나 없어지면서 티셔츠나 블라우스, 원피스 등의 아이템이 관찰되기 시작하였는데 특히, 원피스는 점차 증가 추세를 보이다가 7월에 11.3%, 8월에 9.4%까지 관찰되었다.

이상의 결과에 의하면 재킷이 가장 많이 나타났던 3월과 4월은 봄상품이 주로 입혀지는 시기로 볼 수 있으며, 여름 상품인 반팔 티셔츠가 나타나기 시작한 4월을 기점으로 하여 봄 여름 상품이 교체되면서, 5월부터는 여름상품이 주로 입혀지는 시기로 볼 수 있다. 또한 핫 여름 상품인 민소매 탑이 나타나기 시작한 6월부터 8월까지의 핫여름 상품이 주로 입혀지는 시기로 세분할 수 있다.

전체적으로 바지가 73.9%, 스커트가 26.1%로 바지가 월등히 많이 나타났다. 스커트 빈도는 4월에 가장 낮게 나타났고, 6월에 가장 높게 나타났는데, 2~4월에 비해 5~8월이 스커트 빈도가 높게 나타났다.

스커트는 무릎 길이의 스커트가 가장 많았고, 바지는 롱팬츠가 가장 많았는데, 특히 9부 길이의 바지는 2월 이후 지속적인 증가 추세를 보여 7월과 8월은 롱팬츠보다 9부 길이의 바지가 더 많이 나타났다. 미니스커트와 핫팬츠는 매우 적은 빈도를 보였는데, 핫팬츠는 6~



〈도 3〉 월별 하의 아이템 빈도 추이 그래프

〈표 5〉 월별 하의 아이템 빈도 분석 결과

월	빈도 %	스커트						바지					Total	
		미니	무릎위 10cm	무릎	종아리	발목	스커트 Total	핫팬츠	무릎	8부	9부	일반		바지 Total
2월	빈도 %	3 0.5%	14 1.4%	198 19.4%	29 2.8%	7 0.7%	251 24.6%	1 0.1%	11 1.1%	14 1.4%	141 13.8%	601 59%	768 75.4%	1019
3월	빈도 %	2 0.3%	13 1.1%	212 17.6%	37 3.1%	11 0.9%	275 22.8%	2 0.2%	19 1.6%	11 0.9%	164 13.6%	734 60.9%	930 77.2%	1205
4월	빈도 %	0	12 0.9%	152 11.7%	49 3.8%	26 2%	237 18.2%	1 0.1%	21 1.6%	9 0.7%	200 15.4%	829 63.8%	1062 81.8%	1299
5월	빈도 %	2 0.4%	13 0.9%	258 17.6%	73 5%	59 4%	405 27.7%	6 0.4%	111 7.6%	38 2.6%	366 25%	538 36.7%	1059 72.3%	1464
6월	빈도 %	7 1.7%	14 1%	257 18.4%	79 5.6%	90 6.4%	453 32.4%	20 1.4%	132 9.4%	61 4.4%	324 25.2%	415 29.7%	946 67.6%	1399
7월	빈도 %	0	6 0.6%	162 15.6%	89 8.6%	48 4.6%	305 29.3%	30 2.9%	174 16.8%	62 6%	274 26.3%	194 18.7%	735 70.7%	1040
8월	빈도 %	7 4.1%	5 0.5%	157 16.2%	56 5.8%	37 3.8%	262 27.1%	17 1.8%	211 21.8%	65 6.7%	244 25.2%	169 17.5%	706 72.9%	980
Total	빈도 %	21 0.6%	77 0.9%	1396 16.6%	412 4.9%	278 3.3%	2188 26.1%	77 0.9%	680 8.1%	260 3.1%	1713 20.4%	1713 20.4%	6206 73.9%	8394

8월에 약간의 증가를 보여 7월에 2.9%까지 나타냈다. <도 3>과 <표 5>는 하의 아이템 항목에 대하여 월별로 빈도 및 백분율을 분석한 결과이다.

3. 색상

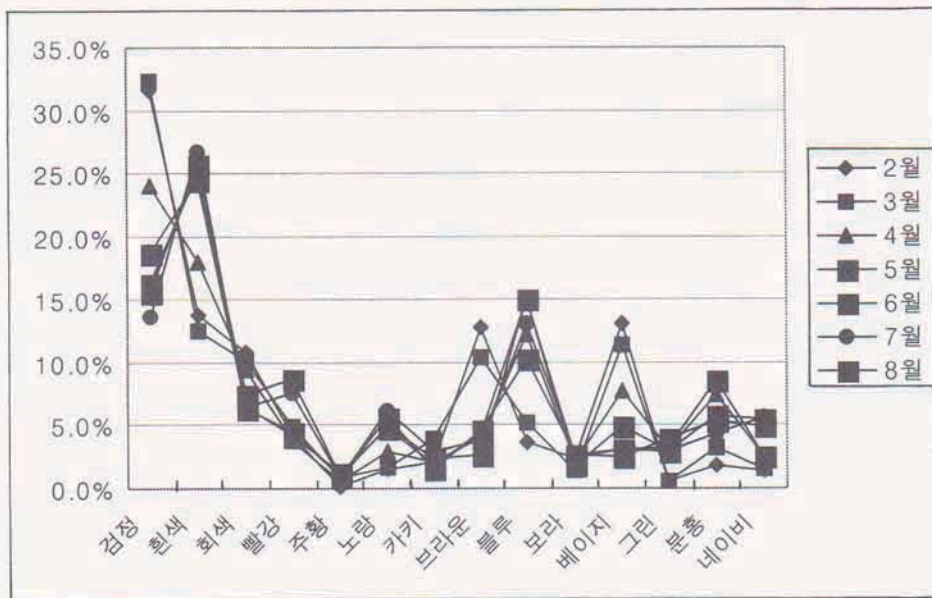
전체적으로 가장 많은 빈도로 나타난 색상은 검정색과 흰색이었고, 다음으로 블루, 회색, 베이지, 브라운, 분홍, 레드의 순으로 나타났다. 월별 차이를 살펴 보면 2~4월은 검정색이 가장 많은 빈도로 나타났고 다음으로 흰색으로 나타났고, 5~8월은 흰색이 가장 많은 빈도를 보였고, 다음으로 검정색이 많이 나타났다. 또한, 블루는 2월에는 3.1%로 적게 나타났지만 점차 증가하여 4~8월은 2순위나 3순위로 나타날 정도로 많이 나타났다. 회색은 2~4월은 9~10% 내외의 비교적 높은 빈도를 보였으나 5월부터는 6%내외로 빈도가 감소하였다. 브라운은 2~3월에는 4순위의 높은 빈도를 보였으나, 4월부터 감소하기 시작하여 5월부터는 비교적 낮은 빈도를 보였다. 핑크는 4, 5월에 가장 많이 나타났다가 7~8월에는 다소 감소하였는데, 4~5월에 강남역에서 다른 지역에 비해 핑크가 많이 나타났다. 2~6월까지 4% 내외의 빈도를 보이던 레드는 7~8월에 7~8%로 증가하였는데, 동대문에서 다른 지역에 비

<표 6> 월별 상의 색상 빈도 분석 결과

월	빈도 %	검정	흰색	회색	빨강	주황	노랑	카키	브라운	블루	보라	베이지	그린	분홍	네이비	Total
2월	빈도 %	322 31.6%	141 13.8%	110 10.8%	43 4.2%	2 0.2%	16 1.6%	21 2.1%	131 12.9%	37 3.6%	24 2.4%	133 13.1%	5 0.5%	19 1.9%	15 1.5%	1019
3월	빈도 %	390 32.4%	150 12.4%	122 10.1%	59 4.9%	11 0.9%	20 1.7%	47 3.9%	125 10.4%	62 5.1%	17 1.4%	138 11.5%	6 0.5%	39 3.2%	19 1.6%	1205
4월	빈도 %	312 24%	234 18%	122 9.4%	49 3.8%	8 0.6%	39 3%	27 2.2%	53 4.1%	158 12.2%	28 2.2%	100 7.7%	40 3.1%	97 7.5%	32 7.5%	1299
5월	빈도 %	273 18.6%	359 24.5%	92 6.3%	65 4.4%	15 1%	72 4.9%	34 2.3%	40 2.7%	221 15.1%	37 2.5%	45 3.1%	49 3.3%	125 8.5%	37 2.5%	1464
6월	빈도 %	219 15.7%	359 25.7%	90 6.4%	59 4.2%	17 1.2%	67 4.8%	27 1.9%	60 4.3%	211 15.1%	25 1.8%	68 4.9%	40 2.9%	80 5.7%	77 5.7%	1399
7월	빈도 %	142 13.7%	278 26.7%	67 6.4%	79 7.6%	9 0.9%	64 6.2%	30 2.9%	40 3.8%	136 13.1%	28 2.7%	32 3.1%	30 2.9%	46 4.7%	59 5.7%	1040
8월	빈도 %	158 16.3%	242 25%	72 7.4%	84 8.7%	9 0.9%	55 5.7%	15 1.5%	45 4.6%	99 10.2%	26 2.7%	25 2.6%	39 4%	52 5.4%	47 4.9%	968
Total	빈도 %	1816 21.6%	1763 21%	675 8%	438 5.2%	71 0.8%	333 4%	201 2.4%	494 5.9%	924 11%	185 2.2%	541 6.4%	209 2.5%	458 5.5%	286 3.4%	8394

〈표 7〉 월별 하의 색상 빈도 분석 결과

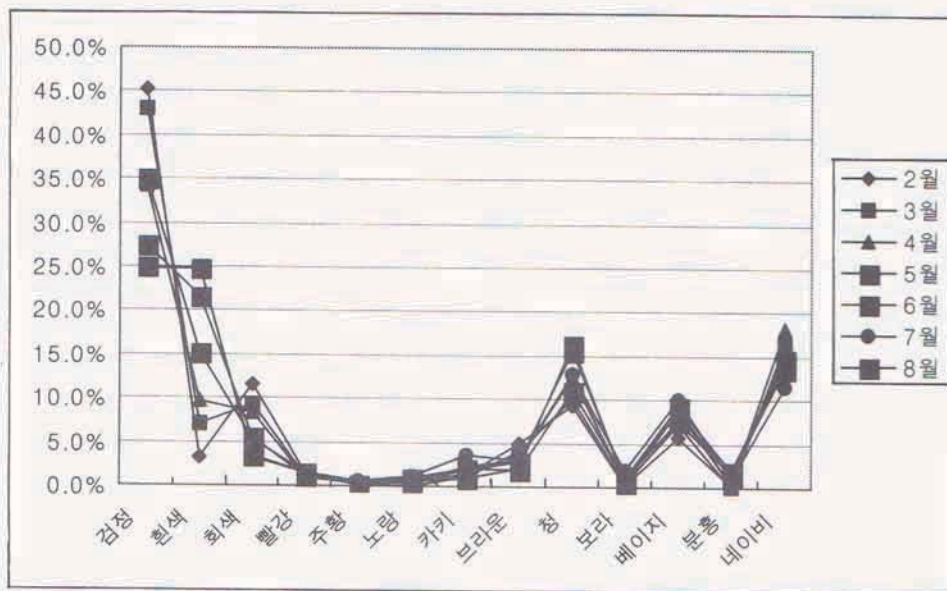
월	빈도 %	검정	흰색	회색	빨강	주황	노랑	카키	브라운	블루	보라	베이지	분홍	네이비	Total
2월	빈도 %	462 45.3%	32 3.1%	117 11.5%	16 1.6%	3 0.3%	7 0.7%	13 1.3%	10 3.8%	33 12.7%	2 0.2%	58 5.7%	2 0.2%	162 15.9%	1019
3월	빈도 %	390 32.4%	150 12.4%	122 10.1%	59 4.9%	11 0.9%	20 1.7%	47 3.9%	125 10.4%	62 5.1%	17 1.4%	138 11.5%	39 3.2%	19 1.6%	1205
4월	빈도 %	312 24%	234 18%	122 9.4%	49 3.8%	8 0.6%	39 3%	27 2.2%	53 4.1%	158 12.2%	28 2.2%	100 7.7%	97 7.5%	32 7.5%	1299
5월	빈도 %	273 18.6%	359 24.5%	92 6.3%	65 4.4%	15 1%	72 4.9%	34 2.3%	40 2.7%	221 15.1%	37 2.5%	45 3.1%	125 8.5%	37 2.5%	1464
6월	빈도 %	219 15.7%	359 25.7%	90 6.4%	59 4.2%	17 1.2%	67 4.8%	27 1.9%	60 4.3%	211 15.1%	25 1.8%	68 4.9%	80 5.7%	77 5.7%	1399
7월	빈도 %	142 13.7%	278 26.7%	67 6.4%	79 7.6%	9 0.9%	64 6.2%	30 2.9%	40 3.8%	136 13.1%	28 2.7%	32 3.1%	46 4.7%	59 5.7%	1040
8월	빈도 %	158 16.3%	242 25%	72 7.4%	84 8.7%	9 0.9%	55 5.7%	15 1.5%	45 4.6%	99 10.2%	26 2.7%	25 2.6%	52 5.4%	47 4.9%	968
Total	빈도 %	1816 21.6%	1763 21%	675 8%	438 5.2%	71 0.8%	333 4%	201 2.4%	494 5.9%	924 11%	185 2.2%	541 6.4%	458 5.5%	286 3.4%	8394



〈도 4〉 월별 상의 색상 빈도 추이 그래프

해 레드가 많이 나타났다.

이상의 결과에 의하면, 검정색, 흰색, 회색 등의 무채색과 베이지가 기본 색상으로 선호되고 있으며, 베이지와 브라운은 2~4월에, 블루는 4~8월에 선호되었고, 핑크는 4~5월에, 레드는 7~8월에 더 선호하는 것으로 나타나 4월과 6월을 기준으로 겨울, 봄, 여름 색상이 구분되는 것으로 나타났다. <표 6>과 <도 4>는 상의 색상에 대하여 월별로 빈도 및 백분율을 분석한 결과이다.



<도 5> 월별 하의 색상 빈도 추이 그래프

<표 7>과 <도 5>는 하의 색상에 대하여 월별로 빈도 및 백분율을 분석한 결과이다.

전체적으로 가장 많은 빈도로 나타난 색상은 검정색이었고, 다음으로 흰색, 네이비, 블루, 베이지, 회색의 순으로 나타났다. 월별 차이를 살펴 보면 2~5월은 검정색이 가장 많은 빈도로 나타났고 다음으로 흰색으로 나타났는데 6~8월은 흰색이 증가하면서 검정색과 흰색의 빈도가 비슷하게 나타났다. 네이비는 지속적으로 15% 내외의 빈도를 보였으며, 베이지는 2, 3월은 적게 나타났지만 지속적으로 8~10%내외의 높은 빈도를 보였다. 그레이는 2월의 11.5%에서 점차 감소하여 7월, 8월에는 각각 3.3%, 3.4%의 낮은 빈도를 보였다.

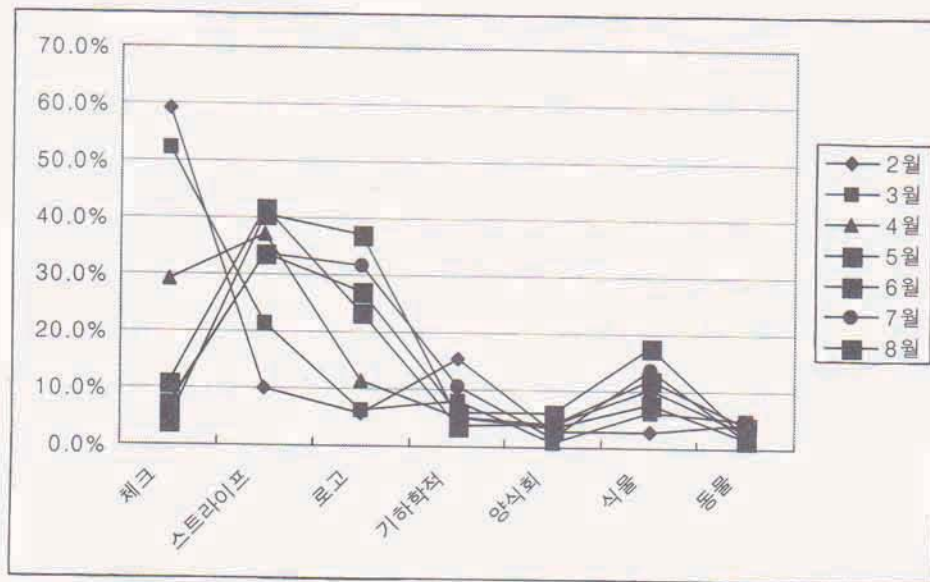
이상의 결과에 의하면, 하의 색상은 검정색, 흰색, 회색 등의 무채색과 네이비, 베이지 등의 기본 색상이 선호되는 것으로 나타났다.

4. 패턴

패턴에 대한 분석 결과, 솔리드가 81.9%를 차지할 정도로 패턴물의 빈도는 낮았으며, 2월부터 8월까지 패턴물이 점차 증가하는 추세를 보였는데, 이는 외의로 입는 자켓이나 코트에는 패턴물이 많이 나타나지 않으므로 외의가 얇아지거나 없어지면서 패턴 빈도도 증가한 것으로 볼 수 있다.

패턴물의 종류별 빈도를 살펴 보면, 스트라이프 패턴이 가장 많았고, 다음으로 체크, 문자나 로고 패턴, 식물 패턴의 순으로 나타났다. 월별로 살펴보면, 2월에는 체크 패턴이 가장 많았고, 스트라이프는 적게 나타났는데, 8월로 갈수록 점차 체크는 줄어들고, 스트라이프는 증가를 보였다. 꽃이나 줄기 등의 식물 문양은 2월에는 매우 적은 빈도로 나타났으나, 점차 증가하여 6월에는 17.8%까지 나타났다. <도 6>은 패턴의 빈도 추이를 나타내는 그래프이다.

이 결과를 종합해 보면, 2~3월은 체크 패턴이 강세를 보였고, 4~8월은 스트라이프가 강세를 보였고, 6~8월은 식물 무늬 패턴이 강세를 보여 4월과 6월을 기점으로 패턴에 변화가 있음을 알 수 있다.



<도 6> 월별 패턴 빈도 추이 그래프

V. 결론

스트리트 패션 조사법을 이용하여 20~30대 여성을 대상으로 2001년 2월에서 8월까지 매월 서울 강남역, 압구정, 명동, 동대문 지역에서 스트리트 착장 동향을 조사하여 스타일, 아이템, 색상, 패턴 등의 항목에 대하여 월별, 지역별로 분석한 결과는 다음과 같다.

1) 스타일에 대한 분석 결과, 전체적으로 세미정장의 빈도가 가장 높았고, 정장의 빈도가 가장 낮게 나타났는데, 2~7월에는 세미 정장이 가장 높았지만, 2월 이후 캐주얼이 점차 증가세를 보이다가 8월에는 캐주얼이 가장 많이 나타났다. 또한, 정장 스타일은 4월에 가장 많이 나타났고, 8월에 가장 적게 나타나 봄에는 정장 착장을 선호하지만 여름으로 갈수록 정장보다는 캐주얼을 선호하는 경향을 나타내었다. 지역별로는 압구정 지역이 타지역에 비해 정장 및 세미 정장이 높은 비율로 나타났고, 세미캐주얼 및 캐주얼은 상대적으로 적게 나타났다.

2) 아이템의 착장 동향을 상의와 하의로 나누어 분석한 결과, 전체적으로 가장 많이 나타났던 상의 아이템은 반팔 티셔츠와 재킷이었으며, 월에 따라 상위 빈도 아이템과 하위 빈도 아이템에 많은 차이를 보였다. 재킷이 가장 많이 나타나고 트렌치 코트가 출현했던 3월과 4월은 봄상품이 주로 입혀지는 시기로 볼 수 있으며, 여름 상품인 반팔 티셔츠가 나타나기 시작한 4월을 기점으로 하여 봄 여름 상품이 교체되면서, 5월부터는 여름상품이 주로 입혀지는 시기로 볼 수 있다. 또한 핫여름 상품인 민소매 탑이 나타나기 시작한 6월부터 8월까지의 핫여름 상품이 주로 입혀지는 시기로 세분할 수 있다.

하의 아이템은 바지가 스커트보다 많이 나타났는데, 스커트 빈도는 4월에 가장 낮게 나타났고, 6월에 가장 높게 나타났으며, 2~4월에 비해 5~8월이 스커트 빈도가 높게 나타났다. 스커트는 무릎 길이의 스커트가 가장 많았고, 바지는 롱팬츠가 가장 많았는데, 특히 9부 길이의 바지는 2월 이후 지속적인 증가 추세를 보였다.

3) 색상에 대한 분석 결과, 상의 색상은 검정과 흰색, 블루, 회색, 베이지, 브라운, 분홍, 레드의 순으로 나타났고, 하의 색상은 검정, 흰색, 네이비, 블루, 베이지, 회색의 순으로 나타났다.

상의 색상은 검정색, 흰색, 회색 등의 무채색과 베이지가 기본 색상으로 선호되고 있으며, 베이지와 브라운은 2~3월에, 블루는 4~8월에 선호되었고, 핑크는 4~5월에, 레드는 7~8월에 더 선호하는 것으로 나타나 4월과 6월을 기준으로 겨울, 봄, 여름 색상이 구분되는 것으로 나타났다.

하의 색상은 검정색, 흰색, 회색 등의 무채색과 네이비, 베이지 등의 기본 색상이 선호되는 것으로 나타났다.

- 4) 패턴에 대한 분석 결과, 솔리드가 81.9%를 차지할 정도로 패턴물의 빈도는 낮았으며, 2월부터 8월까지 패턴물이 점차 증가하는 추세를 보였다. 패턴물은 스트라이프 패턴이 가장 많았고, 다음으로 체크, 문자& 로고 패턴, 식물 패턴의 순으로 나타났다, 또한, 2~3월은 체크 패턴이 강세를 보였으며, 4~8월은 스트라이프가 강세를 보였으며, 6~8월은 식물 무늬 패턴이 강세를 보여 4월과 6월을 기점으로 패턴에 변화가 있음을 알 수 있다.

이상의 2~8월 동안 20~30대 여성의 여성 소비자 착장 동향을 조사 분석한 결과, 롱코트, 하프코트와 트렌치코트가 공존했던 2월, 트렌치 코트가 감소하면서 자켓, 가디건 등의 아이템이 증가를 보였던 4월과 자켓 및 투피스의 감소를 보이면서 여름 아이템들의 현저한 증가를 보였던 6월을 분기점으로 스타일, 아이템, 색상, 패턴이 변화를 보였다. 트렌치 코트가 가장 많이 나타났던 3월을 전후로 겨울 의복과 봄 의복이 교체되기 시작하여 3~4월에 트렌치 코트, 투피스 자켓, 가디건 등의 봄 의복이 주로 나타나다가 여름 아이템인 반팔 셔츠가 나타나기 시작한 4월을 전후로 다시 봄 의복과 여름 의복이 교체되기 시작하여 5월부터 8월까지 여름 의복이 주로 나타났다. 그리고 슬리브리스 탑의 현저한 증가를 보였던 6월을 기점으로 핫썸머 의복이 주로 나타나고있음을 알 수 있다.

이상의 결과는 의류 상품의 계절 구분은 일반적인 절기상의 계절 구분과는 다르게 나타나 봄 상품 시즌이 겨울 상품 시즌과 여름 상품 시즌에 비해 짧게 나타났음을 알 수 있었다.

이러한 연구 결과는 의류 업체나 매장의 신상품 교체 시기나 스팟 상품 투입 시기 및 아이템 수량 결정 등의 상품 기획에 대한 기초 자료로 활용될 수 있으며, 이러한 연구 결과를 바탕으로 대상 소비자 그룹을 더 세분화하면 의류 상품이나 소재 기획시 정확한 시장 대응을 할 수 있는 기초 자료를 얻을 수 있을 것으로 본다.

본 연구의 문제점으로는 직접적인 관찰에 의한 데이터가 아니라 사진을 분석하면서 얻은 데이터라는 한계점으로 인해 정확한 소재 및 이너웨어 아이템의 판독 등이 어려워 분석 항목에 제한이 있고, 좀 더 깊이 있는 분석이 어렵다는 점을 들 수 있다. 이를 보완하기 위해서는 사진촬영 조사와 면접 조사를 병행하여 의류업계와 의류학계에 도움이 되는 체계적이고 분석적인 소비자 정보를 얻을 수 있는 연구가 진행되어야 할 것이다.

(접수: 2001년 9월 3일)

【참 고 문 헌】

- 이은영, 패션 마케팅, 교문사, 1999.
- 이호정, 의류상품학, 교학연구사, 2001.
- 안광호, 황선진, 정찬진, 패션마케팅, 수학사, 2000.
- 이선재, 패션 비즈니스, 학문사, 2000.
- 김은애, 김혜경 외, 패션소재기획과 정보, 교문사, 2000.
- 대흥기획 마케팅 전략 연구소, 한국 사람들: 소비행동 및 라이프 스타일 변화-1989~1999, CPR (Consumer Profile Research)
- 인터패션플래닝, 2000 Spring -Summer Womens Market Analysis, Interfashion Planning , Inc.2000.
- 인터패션플래닝, 2000 Fall-Winter Womens Market Analysis, Interfashion Planning , Inc. 2000.
- 이경수(1996), 스트리트 패션의 미적 특성에 관한 연구-Young Womens style을 중심으로-, 성신여자대학교 석사학위논문
- 소비자 프로파일 연구, <http://www.adchannel.co.kr/other/cpr/down1.htm>
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 2월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 3월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 4월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 5월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 6월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 7월.
- 시장 및 소비자 정보 북 - 스트리트 패션, 서울패션디자인센터, 2001년 8월.

A Study on the Wearing Trend of the Women's Wear Consumer

Dept. of Fashion Design, Myongji Univ. Eun-Sook Chung

Dept. of Fashion Design, Myongji Univ. Ji-Sun Kim

The purpose of this study is to provide detailed information of Korean women's current wearing trend and to draw implications for the next years product planning. This study is based on the observation and analysis of wearing patterns of women particularly in 20s and 30s. Observations were periodically conducted in 4 downtown areas of Seoul -- Kangnam station, Apgujong, Dongdaemun, and Myungdong every month from February to August of 2001. The photos taken during these observation activities were used as a primary data source for further analyses.

In sum, the major findings of this study are summarized as follows:

- 1) For overall outfit look, the most frequently observed style was a semi-formal look, whereas the least was a set-up formal look.
- 2) The most frequently worn upper items were jackets and short sleeves T-shirts, interestingly the most frequently worn items and the least ones were interchanged every month. Pants were identified to be much more popular than skirts as bottom items.
- 3) As for color, black and white were most frequently noticed for both upper and bottom items. Next ranked colors were blue, gray, beige, brown, pink, and red for upper items and navy, blue, beige, and gray on bottom items.
- 4) Regarding patterns, stripe was the first ranked pattern, and check, letter & logo, and flower & leaves pattern closely followed in order.

Lastly, the presented results show that February, April, and June were a turning point of style, color and pattern of clothing items. During the months of March and April, spring season clothing items were the most dominant form of wearing, and from May summer season wearing items emerged, replaced by hot-summer items in June.

◆ Keywords: Street Fashion, Style, Item, Color, Pattern