



한국 여성의 일상 상황별 계절에 따른 패션과 핸드백의 선호 색채

김 리 라 · 김 영 인⁺

유한대학교 I-패션디자인학과 겸임교수 · 연세대학교 생활디자인학과 교수⁺

Color of Fashion and Handbag Preferred by Millennial Korean Women According to Daily Situations & Season

Ri Ra Kim · Young In Kim⁺

Adjunct Professor, Dept. of i-Fashion Design, Yuhan University

Professor, Dept. of Human Environment Design, Yonsei University⁺

(received date: 2020. 8. 22, revised date: 2020. 9. 6, accepted date: 2020. 10. 7)

ABSTRACT

In this study, a survey sought to discern the preferred colors of fashion and handbags for millennial Korean women according to daily situations season. Several important insights were gained from the data. First, the preferred colors of millennial Korean women for fashion and handbags in daily situations were Red, Yellow Red, Yellow, and Purple Blue. In spring and summer, bright, vivid, and pale shades were preferred, whereas in fall and winter, dark, deep, grayish shades were preferred. Second, when selecting fashion and handbags for work, millennial Korean preferred the colors Y, YR, Y, and PB. Though there was a preference for brighter shades in spring and summer and darker shades for fall and, achromatic colors were preferable during all four seasons. When attending external meetings or giving a presentation, R, YR, Y, PB, W, and Bk were the preferred fashion and handbag colors. The results of the color analysis regarding complex situations revealed more insights. Unlike the other four situations, the preference of YR was relatively low when selecting a spring and summer top for a blind date, but the preference of G, BG, and PB was high, indicating that bright colors were preferred. The preferred colors for spring and summer tops in the context of meeting with close friends/self-development were YR, Y, W, and R. The preferred color for bottoms were Bk, GY, and YR. The preferred colors for handbags, beginning with the highest preference, were YR, Bk, Y, and R. This study can be a significant asset to the planning and image production of fashion and handbag companies by providing color data that identifies millennial Korean women's preferences for colors based on the situation and season.

Key words: color(색채), daily situation(상황), handbag(핸드백), fashion image(패션이미지),
Millennials(밀레니얼 세대), season(계절)

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

20세기 이후 여성의 사회적 활동이 활발해지고 사회적 지위가 높아짐으로써 많은 여성들은 자신의 사회·경제적 위치뿐만 아니라 개성과 자아 이미지를 표현하는 수단으로 패션이미지를 이용해 오고 있다. 패션이미지를 표현하는 요인 중 색채는 의복을 구성하는 조형 요소 중 하나로 연상과 상징 작용을 바탕으로 착용자의 특정 이미지를 전달하는 중요한 가시적 표현 도구이다(Kwon & Kim, 2008). 효과적인 패션이미지 연출을 위해서는 의복뿐만 아니라 다양한 패션 액세서리도 중요한 역할을 하는데, 그 중 핸드백은 현대 패션 산업에서 점점 그 비중이 확대되고 있으며, 소지품을 넣고 다니는 단순한 기능성을 넘어 자신의 취향이나 스타일을 보여주는 상징성을 가지고 있으므로 선호하는 패션이미지와 밀접한 관계를 가지고 있다고 할 수 있다(Kim & Kim, 2018). 소비자들의 새롭고 다양한 핸드백에 대한 욕구는 점점 증가하고 있으며 소비자가 추구하는 패션이미지를 연출하는데 있어 핸드백의 중요성은 크다. 또한 현재까지는 의류 브랜드에서 액세서리를 선보이는 일은 많았지만, 최근에는 핸드백 전문 브랜드들이 스카프나 신발 등까지 아우르는 종합 액세서리 브랜드부터 의류까지 영역을 확장하기 시작했다(Min, 2020). 따라서 패션이미지와 핸드백의 동시 연구는 앞으로 브랜드 기획에 있어서도 그 필요성이 대두되고 있다고 할 수 있다.

이 연구의 연구 대상인 1978-1995년 사이에 출생한 한국 여성은 '밀레니얼 세대'라 불리는데, 베이비부머 세대, X세대의 다음 세대로 현재 구매력과 사회결정력을 가지고 있으며, 세계 곳곳에서 기존의 전통과 통념을 뒤엎고 그들만의 소비 행태를 보여주고 있다(Lancaster & Stillman, 2010; Lee, 2019). 전 세계 소비시장의 30%를 차지하고 있으며 소득과 소비의 전성기를 향해 가고 있는

밀레니얼 세대의 구매력은 계속 증가할 전망이며, 또한 이들은 자신들이 가진 정보력을 토대로 부모 세대의 소비에까지 강력한 영향력 행사하기 때문에 더욱 주목해야 하는 세대이다(*Understanding-Millennials, 2019*). 따라서 향후 20년간 기업과 사회를 지배할 이 새로운 세대에 대한 분석은 4차 산업 혁명이 시작된 지금 시장과 마케팅에 필수적이라 할 수 있다(Lancaster & Stillman, 2010).

지금까지 패션이미지와 색채, 그리고 핸드백 각각에 대한 연구는 많았으나, 일상 상황별 계절에 따라 선호하는 패션이미지 색채와 핸드백의 색채를 함께 분석한 연구는 부족한 실정이다. 이 연구는 한국 여성의 일상 상황을 분류하고 상황에 따른 선호 패션이미지와 핸드백 디자인의 유형과 특성을 규명한 Kim & Kim(2018)의 후속 연구로 밀레니얼 세대의 한국 여성이 일상 상황별 계절에 따른 패션이미지와 핸드백의 선호색을 조사하고 분석해 그 특성을 규명하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 패션이미지와 핸드백 색채

1) 패션이미지와 선호색

이미지(image)의 사전적 의미를 살펴보면 '빛의 굴절이나 반사 등에 의하여 이루어진 물체의 상(像)' 혹은 '머릿속에서 그려지는 모습이나 광경'을 가리킨다('image', n.d.). 따라서 패션이미지란 패션을 통해 나타나는 분위기 또는 연상으로서 여기에는 의복의 실루엣, 디자인, 색채 등 의복의 다양한 요소들이 패션이미지 형성에 영향을 미친다(Kim, Koh, & Hong, 2000). 그 중에서도 색채는 시각적, 감정적 반응 효과를 내는 요소로써, 보는 이에게 매우 빠르고 강하게 이미지를 전달해주는 중요한 요소라 할 수 있다(Kim, Koo, & Choo, 2006).

패션이미지는 상황이나 계절에 따라 선호색이 다르게 나타났는데, 먼저 일상 상황에 따른 패션

이미지와 선호색에 관한 선행 연구를 살펴보겠다. X세대 남성의 일상 상황별 선호 패션이미지와 색채를 연구한 Hong & Kim(2015)의 연구 결과, X세대 남성들은 일상적 업무에서는 어두운 PB와 G을 중심으로 클래식한 이미지를 선호하였고 공식행사에서는 strong, dark 색조의 PB와 grayish 색조의 GY, 저명도의 무채색과 검정색의 신뢰감을 줄 수 있는 이미지를 선호했다. 경조사 및 관례적 행사에서는 격식있는 어두운 색조의 PB와 light 색조의 B 그리고 저명도의 무채색과 B를 선호했으며, 사적 만남에서는 PB, Bk와 R, YR을 함께 사용해 상대적으로 부드럽고 매력적인 색상과 함께 조화를 주었다. Hong & Kim(2016)은 한국 직장 여성의 일상 상황별 추구하는 자기이미지와 선호 패션스타일을 연구하였는데, 그 결과 모든 상황에서 흰색과 검정색의 선호도가 가장 높았으나, 이성과의 소개팅 데이트 상황에서는 검정색에 대한 선호율이 낮았다. 결혼식이나 가족모임 상황에서는 R, RP가 저채도부터 고채도까지 넓은 선호도를 보였다. 이성과의 소개팅이나 데이트상황에서는 R계열의 색상을 가장 선호했고 친구나 지인과의 만남에서는 가장 다양한 색상과 색조가 선호되었다.

다음으로 계절별 패션 선호색 연구를 살펴보면, Kim, Moon, & Han(2000)은 한국 성인남녀의 의복 선호색 연구에서 계절별 선호색을 분석하였는데, 먼저 선호 색상은 봄에는 Y를 띠 색상, 여름에는 B와 W, 가을에는 YR, 겨울에는 Gy, Bk가 선호되었다. 선호 색조로는 봄·여름에는 중명도 이상, 저채도의 밝고 연한 색조, 가을·겨울에는 짙고 어두운 색조로 나타났다. 국내 섬유패션업계에서 활용하는 색채의 특성을 분석한 Kim & Jo(2000)의 연구에서는 계절별로 색상·색조의 분포를 살펴보았는데, 봄·여름에는 Y, YR, PB, R의 색상 순으로 색조는 pale, light grayish, grayish의 저채도가 많이 활용되는 것으로 나타났으며, 가을·겨울에는 R, YR, Y, PB의 색상 순으로 색

조는 grayish의 사용이 가장 뚜렷하게 나타났다. Ryu, Park, & Shin(2008)은 남녀의 계절에 따른 일반적 구매 선호색과 유행색으로 구매 선호색을 조사·분석한 결과, 매년 특정 유행색을 제외하고는 봄·여름에는 W, Bk, Pale Yellow, Light Beige, Beige, Indigo, Gray 등을 선호했으며, 가을·겨울에는 Bk, Charcoal Gray, Dark Navy, Monochrome 등을 대체로 선호했다.

지금까지 선행 연구들을 종합해보면, 계절 또는 상황이 패션이미지의 색채 선호도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다.

2) 한국의 밀레니얼 세대 여성의 특성

세대는 동일한 역사와 문화권에서 비슷한 시기에 출생하여 역사적·문화적 경험을 공유하고 이를 바탕으로 다른 세대와 비교해 상대적으로 유사한 의식, 태도, 행위 양식을 갖고 그러한 특성이 지속적으로 유지되며 자신이 속해있는 집단에 최소한의 동질감을 갖는 사람들의 집합으로 세대 연구는 의미가 있다(Park, 2002). 이 연구의 연구대상인 밀레니얼 세대는(1978-1995년생)는 베이비부머 세대, X세대의 다음 세대로 Y세대로도 불린다. 2015년 통계청 인구주택 총 조사 자료에 따르면 약 1,380만 명으로 전체 인구의 약 27.78%를 차지하고 있으며, 향후 20년간 정보, 기업 그리고 사회를 지배할 집단으로 부상하고 있다(Kim & Kim, 2018).

먼저 밀레니얼 세대의 성장 배경 및 교육 수준을 살펴보면, 이들은 부모 세대의 기대에 부응하기 위해 높은 수준의 교육을 받으며 성장했으며 대학진학률은 2012년 기준으로 베이비부머 세대의 30%대 보다 2.5배가 높은 80% 수준이다. 또한 조기 어학연수 및 해외여행 등을 통해 외국어 구사능력이 뛰어나며 글로벌 시대의 가치관이 형성되어 있다(Yeo & Park, 2014).

다음으로 밀레니얼 세대의 소비성향은 어린 시절부터 쇼핑 문화로 사회화되었으며(Teenage Research

Unlimited, 1999), 인터넷 환경에서 자라나 인터넷을 통해 선호하는 제품을 언제든지 쉽게 고르고 순식간에 유행을 바꾸기도 하며 소비를 선도한다(Kim, 2004). 밀레니얼 세대는 매일 마시는 비싼 커피가 상징하는 여유와 교류의 시간이 큰 짐을 가지기 위해 발버둥치는 것보다 더 가치있다고 느끼는데, 이들은 무언가를 소유하는 것에서 행복감을 느끼기보다 경험에서 삶의 의미를 찾고 현재 존재하는 것들을 충실히 누리고자 하기 때문이다(Minimalist-Millennials, 2019). 또한 소비는 단순한 경제 행위뿐만 아니라 사회구성원의 사회적 관계를 형성하는 개체로 작용하거나, 사회가 만들어 낸 의미를 전달하고 표현하는 체계로서 중요한 기능을 갖고 있으므로 새로운 소비행태의 출현은 단순히 구매습관이나 취향의 변화가 아니라, 근본적인 변화를 함축하므로 세대의 특성을 구분짓는 중요한 요소라 할 수 있다(Kim, 2011).

마지막으로 밀레니얼 세대는 이전 세대들 보다 '자신의 일이나 삶'에서의 만족과 조율을 더 중요하게 생각한다(Lee & Yu, 2013). 이들에게는 사회에 공헌하고, 아이들을 잘 양육하고, 완전하고 균형잡힌 삶을 즐기는 것이 많은 돈을 버는 것보다 중요한 가치이기 때문이다(Allen, 2004).

따라서 이를 종합해보면, 밀레니얼 세대는 글로벌 시대의 마인드를 가지고 높은 수준의 교육을 받으며 성장했으며, 인터넷 환경에서 자라나 인터넷을 통한 소비와 정보 수집에 익숙하며 소유보다는 경험을 중요시한다. 또한 일을 더 중시하던 이전세대들과는 달리 일과 삶의 균형을 중시하는 가치관을 지니고 있다는 것을 알 수 있다.

3) 핸드백과 색채

핸드백은 현대에 들어서서 남녀를 불문하고 기능적인 역할과 함께 소비자의 패션이미지의 완성과 연출에 중요한 역할을 한다. Bang(2002)의 연구에서 핸드백을 대상으로 한 여성 소비자의 제품 속성의 중요도를 알아본 결과, 색상과 착용 상황

의 적절성이 5점 만점에 4.1이상으로 높은 비중을 차지했다. Im(2019)은 20대 여대생의 선호색에 따른 패션 상품 구매 행동 연구에서 패션 상품을 구매할 때 가장 고려하는 요인은 색채와 무늬·패턴이었고, 색을 선택하는 데 영향을 주는 가장 큰 요인은 코디할 때 다른 패션 아이템과의 조화, 착용하고 갈 장소나 상황, 평소 선호 색, 퍼스널 컬러와 어울리는 색이었으며, 착용함으로써 얻고 싶은 색 이미지와 계절 요인도 고려하는 것으로 나타났다. Song & Jo(2001)는 20대 직장여성을 위한 핸드백 디자인의 시각적 정체성 연구에서 패션 경향에 따라 핸드백의 컬러 또한 변화한다고 했다. 핸드백 선호색 설문조사 결과 Bk를 43%로 가장 선호했고, 다음으로 pastel(25%), Gy(18%), vivid(14%)의 순으로 나타났는데 Bk가 가장 무난하면서도 다양한 색상의 의상과 코디가 가능한 그리고 세련된 직장 여성의 분위기를 잘 나타내줄 수 있기 때문으로 분석하였다.

위의 선행연구를 종합해 보면, 패션스타일과의 코디네이션, 상황과 계절이 핸드백의 색채 선정에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 지금까지 일상 상황과 계절을 종합적으로 연구한 사례나 상황이나 계절에 따른 핸드백의 선호색까지 함께 연구한 사례는 부족한 실정이므로, 이 연구에서는 일상 상황에 따른 계절별 패션이미지와 핸드백의 선호색을 조사해 분석해보고자 한다.

III. 연구 방법

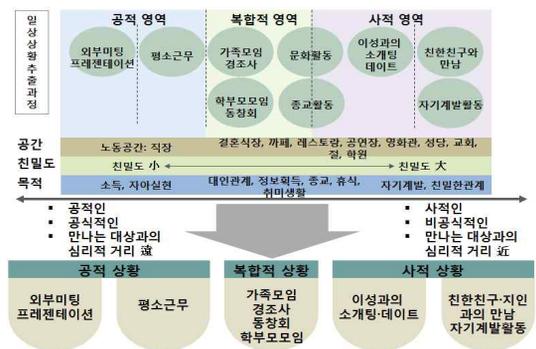
이 연구는 한국 여성의 일상 상황을 분류하고 상황에 따른 선호 패션이미지와 핸드백 디자인의 유형과 특성을 규명한 Kim & Kim(2018)의 연구 방법을 근거로 한국 여성 중 밀레니얼 세대의 일상 상황별 계절에 따라 선호하는 패션이미지의 색채와 핸드백 색채의 특성을 규명하기 위해 1978-1995년에 출생한 한국 여성을 연구 대상으로 하였다. 다양한 일상 상황을 공적·복합적·사적 영역

으로 구분하기 위해 심층면접을 통한 예비조사를 진행했으며 이를 바탕으로 설문 항목을 구성하였다. 설문조사는 온라인 리서치 방법으로 2016년 11월 14일부터 17일까지 1978-1995년 출생 한국 여성 383명을 대상으로 진행하였다. 미혼은 67.4%, 기혼은 32.4%였으며, 최종 학력은 대학교 졸업이 69.5%, 대학교 재학이 11.5% 순이었으며 직업은 사무직이 50%, 학생이 12.5%, 전업주부 9.7%순이었다.

1. 설문조사를 위한 척도 추출

1) 일상 상황 분류

일상 상황의 분류는 아래의 <Fig. 1>과 같이 Kim & Kim(2018)의 연구에서 문헌연구와 면접 조사를 통해 '공간', '친밀도', '목적' 요인으로 분류한 기준을 가져와 연구에 적용하였다. 공적 상황은 '외부미팅·프레젠테이션 상황'과 '평소근무 상황'으로, 복합적 상황은 '가족모임·경조사·동창회·학부모 모임 상황'으로, 사적 상황은 '이성과의 소개팅·데이트 상황'과 '친한 친구·지인과의 만남/자기계발활동 상황'으로 제시하였다.



<Fig.1> Classification of Everyday Situations of Korean Women in their 20s and 30s (Kim & Kim, 2018, p. 137)

2) 패션 및 핸드백 색채 척도 추출

밀레니얼 세대 한국 여성의 선호 핸드백 및 패

션의 색채를 분석하기 위한 색채 척도 추출 방법은 다음과 같다.

핸드백의 이미지 자극물은 2015년 12월 1일부터 2016년 2월 20일까지 하이엔드 브랜드 16개의 홈페이지로부터 2016 SS 핸드백 사진이미지 1609개를 수집해 총 2401개의 색채 데이터를 수집하였다. 삼성디자인넷의 2015년 패션시장 분석 보고서에 따르면, 여성 핸드백 구매 장소는 다양한 채널 중에서 백화점이 37.9%로 가장 높았으며 다음으로 백화점 행사매장이 17.0%, 인터넷 쇼핑몰이 11.8%를 차지했다. 따라서 이 연구에서는 국내 빅 3 백화점에 입점한 브랜드 위주로 브랜드 연감의 매출을 참고해 해외 하이엔드 브랜드로는 '구찌', '디올', '로저비비에', '루이비통', '발렌시아가', '버버리', '보테가베네타', '살바토레 페라가모', '샤넬', '셀린', '에르메스', '입생로랑', '웬디', '프라다', '토즈', '끌로에' 총 16개를 선정하였다. 또한 현재는 개성을 중시하는 소비 트렌드로 전환되고 있으며 컨템포러리 감성의 중고가 핸드백 시장이 성장 추세이므로 브랜드 연감과 패션비즈, 패션채널 관련 기사 등을 참고해 국내브랜드는 컨템포러리 브랜드 중 'MCM', '루이까뜨즈', '빈폴ACC', '쿠론', '루즈앤라운지', '텍케' 6개를 선정하였다. 측색 방법은 컴퓨터 모니터 상에서 그래픽 프로그램 Adobe Photoshop CS5의 color picker tool를 사용해 RGB 값을 추출한 다음 Munsell Conversion (Version 4.01)을 사용해 HV/C값으로 변환하여 먼셀 10색상과 PCCS (Practical Color Coordinate System)의 12색조를 중심으로 색상과 색조를 분석해 유채색 45개와 무채색 4개로 최종 49개의 핸드백 색채 척도를 추출하였다.

수집한 색채를 분석한 결과, <Fig. 2>와 같이 색상은 YR이 22.5%로 가장 높은 분포를 보였고 다음으로 Y(18.1%), R(17.9%), GY(16.6%), PB(11.9%)계열의 순서로 높게 나타났으며, 나머지 색상들은 4% 미만으로 낮은 분포를 보였다. 무채색의 경우는 Bk가 21.24%로 가장 높았고 다음으

로 Dark Gray, Gray, W, Light Gray 순으로 나타났다. W가 거의 0%에 나온 이유는 whitish한 색채가 pale 색조로 편입되었기 때문이다. 색조의 경우, <Fig. 3>과 같이 pale 색조가 16.48%로 가장 높았으며, 다음으로 dark grayish(12.45%), dull (12.18%), light grayish(11.2%)로 순서였다. 가장 낮은 분포를 보인 색조는 light로 1.83%의 분포를 보였으며 다음으로 soft(4.13%), vivid(4.72%), strong (4.99%) 색조의 순이었다.

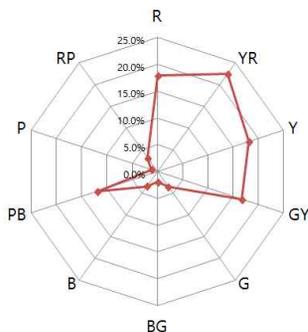
위의 결과를 패션에서의 색채 활용도와 비교해 보면, 국내 패션업계에서 활용하는 색채 특성을 분석한 Kim & Jo(2000)의 연구에서 여성복은 R과 YR이 28%로 가장 많은 비중을 차지했으며, 다음으로 PB(14%), Y(9%) 순으로 나타났다. 반면 G와 BG가 2%로 가장 낮았으며 그 다음으로 GY와 P(3%), B와 RP(5%)를 순이었다. 색조는 pale 색조가 24%, grayish 색조(16%), light grayish 색조(14%) 순이었으며, 나머지 색조들은 모두 10%이하로 나타났다. 또 다른 여성의 패션 색채를 살펴본 Hong(2016)의 연구에서는 PB가 21.5%로 가장 높았으며 Y(21%), GY(20.7%), YR(14.9%), R(9.3%), B(5.1%), RP(2.1%), P(1.1%), G(1.1%)의 순서로 나타났다.

따라서 핸드백의 색채도 의복과 마찬가지로 YR, R, GY, PB계열의 색상이 많이 사용되며 G, BG, B, RP, P계열은 적게 사용되고 있음을 알 수

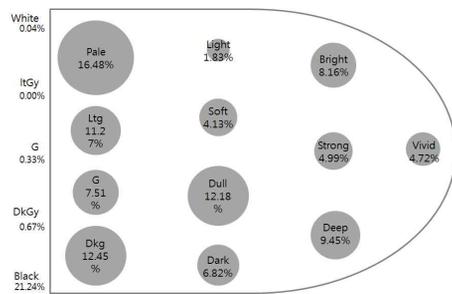
있었다. 이는 핸드백이 패션스타일의 일부로 포함되는 만큼 패션스타일과의 배색을 고려해 생산되기 때문으로 사료된다.

핸드백 브랜드에서 수집된 색채의 색상별 색조 분포를 살펴보면 <Fig. 4>와 같이 유채색에서는 pale 색조의 GY 색상이 10.79%로 가장 많았으며 다음으로 deep 색조의 YR 색상이 7.62%, light grayish 색조의 Y색상이 5.37%의 분포를 보였다. 이는 Hong(2016)의 여성복의 패션 컬러 분석 결과에서 YR, Y, GY 색상의 pale, light grayish, grayish 색조와 PB 색상의 dark, dark grayish 색조가 높은 분포를 보였던 것과 일치한다. 따라서 핸드백에서 많이 사용되는 색상별 색조는 여성복에서 많이 사용되는 색상뿐만 아니라 색상별 색조도 유사함을 알 수 있다.

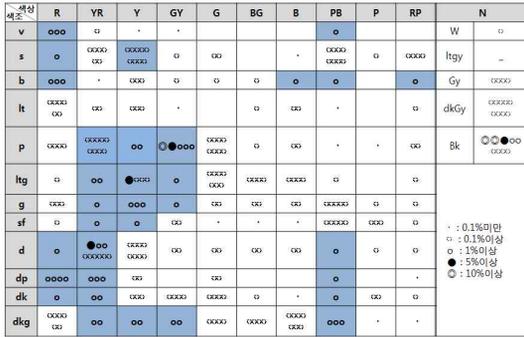
이 연구에서 수집된 2401개의 핸드백의 색채를 중심으로 색상과 색조 분포를 고려해 1차적으로 0.7%이상의 분포를 보인 색채를 중심으로 추출한 후, 설문 대상자가 다양한 색채를 선택할 수 있도록 색상별로 높은 분포를 보인 색채를 중심으로 2차 대표색을 추출해 <Fig. 5>와 같이 유채색 45개와 무채색 4개로 최종 49개의 핸드백 색채 척도를 선정하였다. 이 척도는 여성복의 색채를 연구한 Kim & Jo(2000)와 Hong(2016)의 연구 결과와 유사한 색상과 색조 분포를 보였으므로 패션스타일의 선호 색채를 평가하는 색채 척도로 함께 사



<Fig. 2> Color Distribution of Handbags



<Fig. 3> Tone Distribution of Handbags



<Fig. 4> Hue&Tone Distribution of Handbags



<Fig. 5> Color Scale of Handbags and Fashion

용하고자 한다.

2. 정량조사 방법 및 분석방법

정량적 조사 방법과 분석은 다음과 같다. 먼저 일상 상황별 계절에 따른 선호하는 패션과 핸드백의 색채를 알아보기 위한 문항으로, 앞서 분류한 다섯 가지 상황에서 봄·여름/가을·겨울로 계절을 나누어 선호하는 패션의 상의/하의 색채와 핸드백 색채를 <Fig. 5>와 같이 이미 추출한 49개의 색채 중 복수 응답으로 고르도록 하였다. 다음은 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로 연령, 결혼여부, 지역, 학력, 직업, 월소득 총 6개의 문항으로 구성되었다. 밀레니얼 세대 한국 여성의 다섯 가지 상황별 선호하는 색채에 차이가 있는지 여부를 판단하기 위해 χ^2 검정을 실시하였으며, 연구 대상자의 인구통계적 특성은 빈도분석을 사용하였다.

<Table 1> Survey Items and Analysis Methods

Survey items	Contents		Analysis methods
Comparison of preferred fashion colors and handbag colors by daily situations	Spring/Summer	Top	Chi-square test(χ^2)
		Bottom	
	Fall/Winter	Handbag	
Demographic characteristics	Demographic characteristics of research subjects		Frequency analysis

설문은 온라인 리서치 방식으로 2016년 11월 14일부터 17일까지 진행되었으며, 조사대상은 전국에 거주하는 1978-1995년 사이에 태어난 여성 총 383명에게 실시하였다. 각 설문항목 별 세부내용과 분석 방법은 <Table 1>과 같다.

IV. 연구결과

1. 계절별 선호하는 패션 및 핸드백 색채

계절에 따라 선호하는 패션의 상·하의와 핸드백의 색채 분석 결과는 <Table 2>와 같으며, <Table 3>은 빈도수가 2% 이상인 패션의 상·하의 및 핸드백 색채의 색상·색조 분포를 나타낸 것이다.

먼저 봄·여름에 선호하는 패션 색채를 살펴보면, 상의의 경우 색상은 R, YR, Y의 선호도가 높

<Table 2> Favorite Fashion and Handbag Color by Seasons

Color	Season Sort	SS			FW		
		Fashion		Handbag	Fashion		Handbag
		Top	Bottom		Top	Bottom	
01	■	143(2)	38(0.7)	141(3)	153(2.1)	17(0.4)	57(1.3)
02	■	48(0.7)	23(0.4)	26(0.5)	60(0.8)	14(0.3)	15(0.3)
03	■	182(2.5)	50(0.9)	112(2.4)	98(1.4)	15(0.3)	24(0.6)
04	■	502(6.9)	132(2.5)	202(4.2)	159(2.2)	27(0.6)	52(1.2)
05	■	38(0.5)	23(0.4)	36(0.8)	107(1.5)	44(0.9)	41(1)
06	■	82(1.1)	66(1.3)	86(1.8)	275(3.8)	71(1.5)	124(2.9)
07	■	39(0.5)	46(0.9)	56(1.2)	345(4.8)	157(3.3)	248(5.8)
08	■	163(2.2)	27(0.5)	91(1.9)	90(1.3)	26(0.5)	37(0.9)
09	■	690(9.5)	151(2.9)	246(5.2)	152(2.1)	18(0.4)	40(0.9)
10	■	173(2.4)	66(1.3)	118(2.5)	106(1.5)	14(0.3)	38(0.9)
11	■	32(0.4)	28(0.5)	36(0.8)	128(1.8)	43(0.9)	51(1.2)
12	■	133(1.8)	71(1.3)	88(1.8)	141(2)	24(0.5)	35(0.8)
13	■	59(0.8)	44(0.8)	42(0.9)	165(2.3)	45(1)	69(1.6)
14	■	61(0.8)	42(0.8)	119(2.5)	206(2.9)	80(1.7)	188(4.4)
15	■	30(0.4)	59(1.1)	102(2.1)	277(3.9)	190(4)	292(6.8)
16	■	20(0.3)	26(0.5)	22(0.5)	87(1.2)	82(1.7)	68(1.6)
17	■	291(4)	61(1.2)	120(2.5)	74(1)	10(0.2)	34(0.8)
18	■	181(2.5)	81(1.5)	105(2.2)	91(1.3)	23(0.5)	19(0.4)
19	■	179(2.5)	50(0.9)	96(2)	100(1.4)	12(0.3)	21(0.5)
20	■	26(0.4)	17(0.3)	19(0.4)	54(0.8)	12(0.3)	23(0.5)
21	■	90(1.2)	51(1)	78(1.6)	100(1.4)	25(0.5)	38(0.9)
22	■	72(1)	56(1.1)	52(1.1)	146(2)	40(0.8)	56(1.3)
23	■	40(0.5)	72(1.4)	61(1.3)	168(2.3)	169(3.6)	128(3)
24	■	287(3.9)	100(1.9)	119(2.5)	120(1.7)	32(0.7)	32(0.7)
25	■	86(1.2)	70(1.3)	63(1.3)	133(1.9)	48(1)	48(1.1)
26	■	48(0.7)	46(0.9)	31(0.7)	120(1.7)	81(1.7)	77(1.8)
27	■	37(0.5)	38(0.7)	24(0.5)	157(2.2)	53(1.1)	52(1.2)
28	■	84(1.2)	28(0.5)	35(0.7)	26(0.4)	4(0.1)	6(0.1)
29	■	68(0.9)	36(0.7)	25(0.5)	45(0.6)	8(0.2)	12(0.3)
30	■	26(0.4)	31(0.6)	23(0.5)	126(1.8)	74(1.6)	43(1)
31	■	31(0.4)	90(1.7)	39(0.8)	115(1.6)	163(3.4)	85(2)
32	■	405(5.6)	147(2.8)	177(3.7)	64(0.9)	19(0.4)	30(0.7)
33	■	45(0.6)	42(0.8)	20(0.4)	47(0.7)	18(0.4)	20(0.5)
34	■	121(1.7)	74(1.4)	67(1.4)	25(0.3)	6(0.1)	13(0.3)
35	■	128(1.8)	73(1.4)	75(1.6)	72(1)	26(0.5)	25(0.6)
36	■	75(1)	61(1.2)	52(1.1)	47(0.7)	11(0.2)	16(0.4)

Color	Season Sort	SS			FW		
		Fashion		Handbag	Fashion		Handbag
		Top	Bottom		Top	Bottom	
37		120(1.6)	108(2)	85(1.8)	18(0.3)	11(0.2)	12(0.3)
38		60(0.8)	148(2.8)	59(1.2)	51(0.7)	49(1)	32(0.7)
39		96(1.3)	356(6.7)	98(2.1)	127(1.8)	189(4)	80(1.9)
40		93(1.3)	340(6.4)	76(1.6)	187(2.6)	346(7.3)	126(2.9)
41		73(1)	217(4.1)	50(1)	158(2.2)	306(6.5)	107(2.5)
42		73(1)	34(0.6)	38(0.8)	65(0.9)	17(0.4)	24(0.6)
43		28(0.4)	24(0.5)	28(0.6)	65(0.9)	28(0.6)	37(0.9)
44		35(0.5)	27(0.5)	44(0.9)	67(0.9)	22(0.5)	47(1.1)
45		199(2.7)	72(1.4)	116(2.4)	75(1)	12(0.3)	20(0.5)
46		922(12.6)	445(8.4)	339(7.1)	417(5.8)	106(2.2)	83(1.9)
47		237(3.2)	128(2.4)	86(1.8)	209(2.9)	66(1.4)	66(1.5)
48		142(1.9)	250(4.7)	99(2.1)	399(5.6)	492(10.4)	265(6.1)
49		500(6.9)	1015(19.2)	841(17.7)	937(13.1)	1391(29.4)	1255(29.1)

게 나타났으며 다음으로 RP, BG, GY의 선호도가 높았다. 색조는 고명도·고채도의 vivid, bright, light 색조와 고명도·저채도의 pale, light grayish 색조의 선호도가 높았다. 무채색은 Dark Gray를 제외한 나머지 색들에 대한 선호도가 높게 나타났다. 하의의 경우, PB에 대한 선호도가 집중되어 나타났으며 다음으로 R, YR, BG의 선호도도 높게 나타났다. 색조는 dull, deep, dark, dark grayish 색조와 같이 중간 혹은 어두운 색조의 선호도가 높았으며 light, pale, bright 색조와 같이 밝은 색조도 함께 나타났다. 무채색의 경우는 모두 선호되었다. 핸드백 색채의 경우 패션의 상의의 선호색과 매우 유사하게 나타났으며 여기에 deep, dark 색조의 YR과 deep 색조의 PB의 선호도도 함께 높게 나타났다.

다음으로 가을·겨울의 경우, 선호하는 패션스타일 상의의 색상은 R, YR, Y, PB, GY로 봄·여름의 선호 상의 색상 중 R, YR, Y이 있었던 것으로 보아 R, YR, Y은 상의에 있어서 사계절 모두 인기가 많은 색상임을 알 수 있다. 색조에서는 중

명도·중채도의 dull, soft 색조와 저명도의 deep, dark, dark grayish 색조의 선호도가 높게 나타났으며, 무채색의 경우 모두 선호도가 높게 나타났다. 하의의 선호색은 PB의 선호도가 가장 높았으며 R, YR, Y 색상이 다음으로 선호도가 높았다. 색조는 저명도의 deep, dark, dark grayish 색조에 대한 선호도가 높았으며 무채색은 light gray를 제외한 색들의 선호도가 높게 나타났다. 가을·겨울의 핸드백의 색채 선호도는 deep, dark, dark grayish 색조의 R, YR, Y, G, PB 색상이 높게 나타났다.

따라서 밀레니얼 세대 한국 여성의 일상 상황에서 선호하는 패션 색채는 색상은 R, YR, Y, PB와 무채색이며, 색조는 봄·여름의 경우 vivid, bright, pale과 같은 밝은 색조, 가을·겨울에는 deep, dark, dark grayish와 같은 어두운 색조이다. 그리고 핸드백의 선호 색상은 사계절 공통적으로 R, YR, Y, PB와 무채색을 선호하며 봄·여름에는 GY, BG, RP를 함께 가을·겨울에는 G를 함께 선호하고, 색조는 봄·여름의 경우 pale, vivid,

<Table 3> Color and Hue Distribution and Achromatic Color of Seasonal Favorite Fashion and Handbag

Season		SS	FW
구분	Top		
	Bottom		
	Handbag		

light와 같은 밝은 색조와 deep, dark 색조를 함께 선호하고, 가을·겨울의 경우 deep, dark, dark grayish 색조와 같이 어두운 색조의 선호도가 높다는 것을 알 수 있다.

2. 상황에 따른 계절에 선호하는 패션 및 핸드백 디자인 색채

1) 공적 상황에서 선호하는 패션 및 핸드백 디자인 색채

밀레니얼 세대 한국 여성의 다섯 가지 상황과 선호하는 색채가 서로 독립인지 아닌지 여부를 판

단하기 위해 카이제곱검정을 실시하였다. 그 결과 다섯 가지 상황별 Pearson 통계량 값은 순서대로 3149.9, 2141.3, 2233.8, 2210.5, 1939.3이고, p값이 0.000($p < 0.001$)으로 유의하기 때문에 상황과 선호하는 색채 간에는 서로 상관이 있다고 할 수 있다.

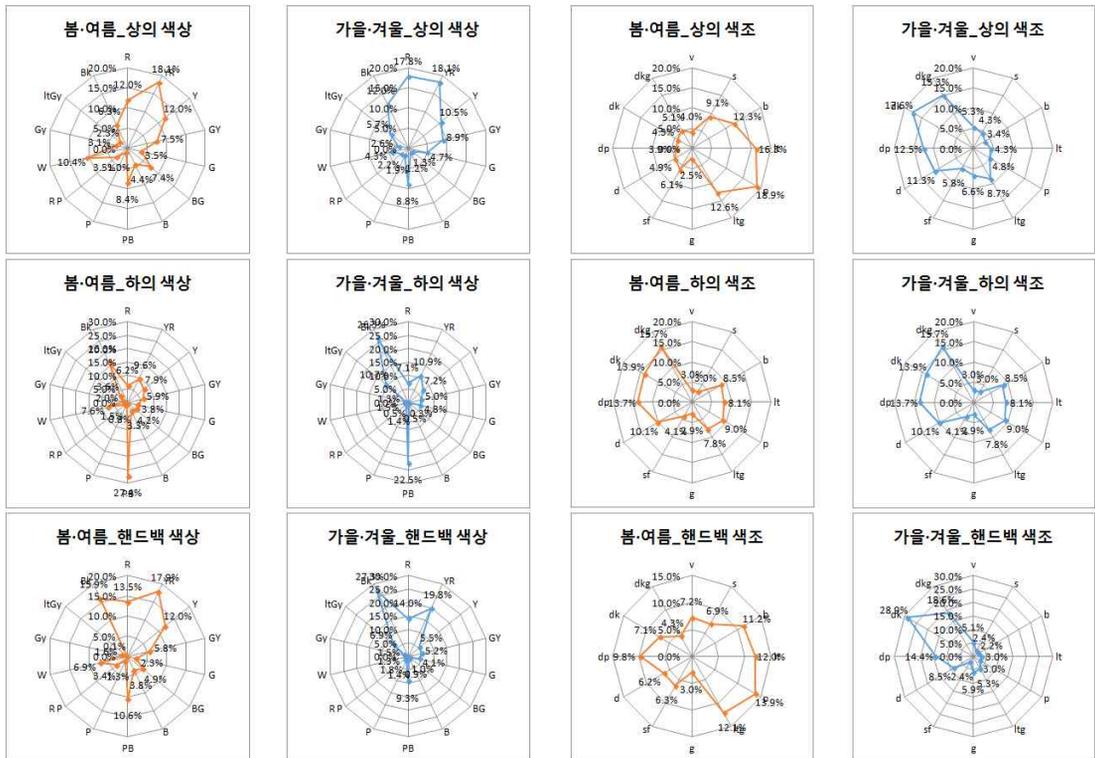
첫째, 평소근무 상황에서 계절별 선호하는 패션 상·하의 및 핸드백의 색채를 살펴보면 <Fig. 6>과 같다. 봄·여름 상의 선호색은 YR(18.1%)이 가장 높았고, 다음으로 R, Y, W, PB 순으로 높게 나타났다. 하의의 경우 PB, Bk, YR 순이었다. 핸드백의 경우는 YR이 17.9%로 선호도가 가장 높

앞고 다음으로 Bk, R, Y, PB순으로 나타나 상의의 선호색과 유사하게 나타났다. 가을·겨울에 선호하는 상의 색은 YR(18.1%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 R, Bk, Y 순이었다. 하의의 경우, Bk(26.3%)와 PB(22.5%)에 선호도가 편중되었고 다음으로 YR, ItGy 순으로 높게 나타났다. 핸드백의 선호색은 Bk가 27.3%로 가장 높았으며 다음으로 YR, R, PB 순이었다. 패션과 핸드백 모두 낮은 선호도를 보인 색상은 P와 Gy, RP였다.

평소근무 상황의 선호 색채의 색조 분석 결과는 <Fig. 7>과 같다. 봄·여름에 패션 상의로 선호하는 색조는 pale 색조가 18.9%로 가장 높았으며, 다음으로 light, light grayish, bright 순으로 분석되었다. 하의의 경우 어두운 색조의 dark grayish(15.7%), dark(13.9%), deep(13.7%) 색조도 높

게 나타났지만, 색조의 pale, bright, light, light grayish 색조와 같은 연하고 밝은 색조도 7.8-9%로 낮은 편은 아니었다. 핸드백의 선호 색조는 pale(13.9%), light grayish(12.1%), light(12.0%) bright(11.2%) 순으로 패션 상의의 색조와 유사한 결과를 보였다. 봄·여름에 상대적으로 가장 선호도가 낮은 색조는 패션과 핸드백 모두 grayish 색조였으며, 패션 상의로는 dark, deep 색조와 같이 어두운 색조를, 하의로는 vivid, strong 색조와 같이 고명도·고채도의 색조를 선호하지 않았다. 핸드백의 경우 증명도·중채도의 soft, dull 색조와 dark grayish 색조의 선호도가 낮았다.

가을·겨울에 선호하는 패션 상의 색조는 dark 가 17.6%로 가장 높았으며, 다음으로 dark grayish, deep, dull 순이었으며, 밝은 색조는 선호되지



<Fig. 6> Preferred Fashion and Handbag Color in the Usual Working Situation

<Fig. 7> Preferred Fashion and Handbag Tone in the Usual Working Situation

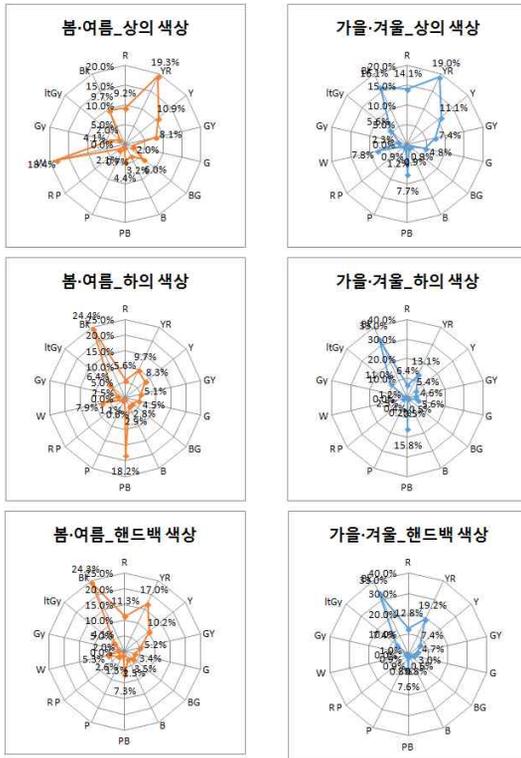
않았다. 하의도 역시 dark grayish, dark, deep 색조의 선호도가 편중되어 나타났으며 고명도의 색조를 선호하지 않았다. 핸드백의 색조는 하의와 마찬가지로 dark, dark grayish, deep 색조와 같이 어두운 색조의 선호도가 높았으며, 연하거나 밝은 고명도의 색조를 선호하지 않았다.

이러한 결과를 종합해 보았을 때, 평소근무 상황에서 밀레니얼 세대 한국 여성은 패션과 핸드백의 색채로 Y, YR, Y, PB를 선호하며 봄·여름에 밝은 색조의 다양한 색상을, 가을·겨울에는 어두운 색조의 R, Y, PB 색상을, 무채색은 사계절 모두 선호함을 알 수 있다.

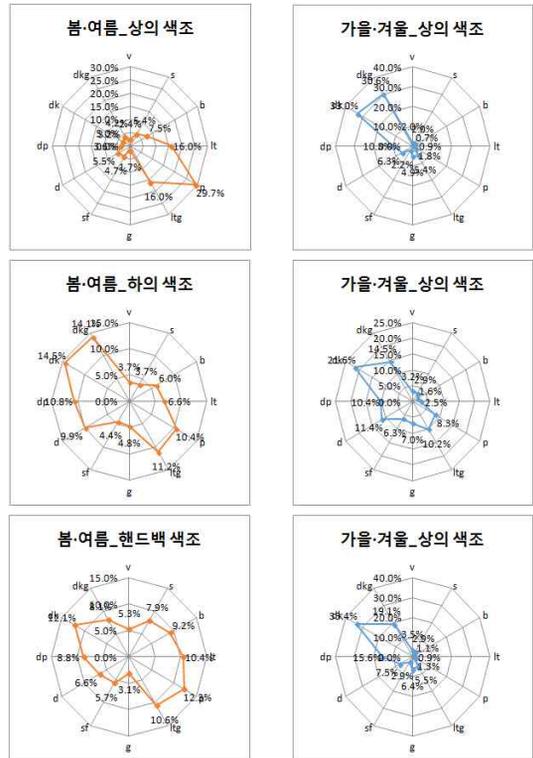
둘째, 외부미팅·프레젠테이션 상황에서 계절별 선호하는 패션 상·하의 및 핸드백의 색상을 살펴보면 <Fig. 8>과 같다. 봄·여름 상의의 선호 색채는 YR이 19.3%로 가장 높았으며 다음으로 W, Y, Bk, R 순서로 이 5개의 색이 전체의 약 67.5%를 차지해 선호색이 편중되어 나타났다. 가장 선호도가 낮은 색상은 P로 0.7%의 분포도를 보였으며 다음으로 G, ltGy, RP가 낮은 선호도를 보였다. 봄·여름 하의의 경우 Bk가 24.4%로 선호도가 가장 높았으며 다음으로 PB, YR, Y, W 순으로 높은 분포도를 보였다. 상의와 마찬가지로 선호도가 낮은 색상은 P로 0.6%로 가장 낮았으며 다음으로 RP, Gy, BG, B 순이었다. 핸드백의 선호 색채는 Bk가 24.3%로 가장 높았으며 다음으로 YR, R, Y 순이었다. 선호도가 가장 낮은 색상은 패션과 마찬가지로 P로 1.3%였으며, 다음으로 Gy, B, RP 순이었다. 가을·겨울 상의 선호 색채는 YR이 19.0%로 가장 높았고, Bk, R, Y 순이었으며, 하의의 선호 색채는 Bk가 33.0%로 가장 높았으며 PB, YR 순으로 나타났다. 반면 선호도가 낮은 색상은 상·하의 모두 B, BG, RP, P가 1% 미만으로 낮은 분포도를 보였다. 핸드백의 경우는 Bk가 33.0%로 가장 높았으며 다음으로 YR(19.2%)와 R(12.8%)이 높은 선호도를 보였고 BG, B, P, RP, W, Gy가 1% 이하로 낮은 선호도를 보였다.

외부미팅·프레젠테이션 상황의 선호 색조를 살펴보면, <Fig. 9>와 같다. 봄·여름 상의의 선호 색조는 pale 색조가 29.7%로 가장 큰 비중을 차지했으며 다음으로 light와 light grayish 색조가 각각 16.0%로 높았다. 선호도가 낮은 색조는 grayish(1.7%)와 vivid(2.4%) 색조였으며, dark, deep, dark grayish 색조와 같이 어두운 색조도 낮은 분포도를 보였다. 반면 하의로는 dark(14.5%)의 선호도가 가장 높았으며 다음으로 dark grayish, light grayish, deep, pale 순이었다. vivid 색조와 strong 색조의 선호도는 각각 3.7%로 가장 낮았다. 핸드백은 pale 색조가 12.3%로 가장 많았으며 dark, light grayish, light 순서였는데 dark 색조를 제외하면 고명도·저채도 색조가 많이 선호됨을 알 수 있다. 반면 grayish 색조가 3.1%로 가장 낮게 나타났다. 가을·겨울의 선호 색조를 살펴보면, 상의는 dark 색조가 23.0%로 가장 높았고 다음으로 dark grayish, dull, deep, light grayish 순으로 어두운 색조를 선호했다. 선호도가 낮은 색조는 bright, light, strong, vivid 순으로 고명도의 밝은 색조를 선호하지 않았다. 하의는 dark 색조가 19.9%, dark grayish 색조가 18.4%로 이 두 색조에 편중되었으며 고명도·고채도이거나 고명도·저채도의 색조를 선호하지 않았다. 핸드백의 선호 색조는 dark 색조가 20.4%로 가장 높았으며 dark grayish, deep 순이었다. 선호도가 가장 낮은 색조는 light, bright, pale 색조 순으로 모두 1% 미만이었다.

외부미팅·프레젠테이션 상황에서의 색채 분석 결과를 종합해 보면, 평소근무 상황과 마찬가지로 밀레니얼 세대 한국 여성은 패션과 핸드백의 색채로 R, YR, Y, PB 색상과 무채색은 W, Bk를 선호하며 봄·여름에는 밝은 색조를 가을·겨울에는 어두운 색조를 선호함을 알 수 있었다. 또한 봄·여름의 하의와 핸드백의 색조의 분포도는 고르게 구성되어 다양한 색조를 선호하는 것을 알 수 있다. 그러나 공적 강도가 더 높은 외부미팅·프레



〈Fig. 8〉 Preferred Fashion and Handbag Color in the External Meeting Situation



〈Fig. 9〉 Preferred Fashion and Handbag Tone in the External Meeting Situation

젠테이션 상황에서 빈도수 2% 이상인 색채를 평소 근무 상황과 비교했을 때 선호 색상의 수가 훨씬 제한적임을 볼 수 있었다. 따라서 공적 강도가 높은 상황에서는 색채에 대해서 보수적인 태도를 취하고 있음을 알 수 있다.

2) 복잡한 상황에서 선호하는 패션 및 핸드백 디자인 색채

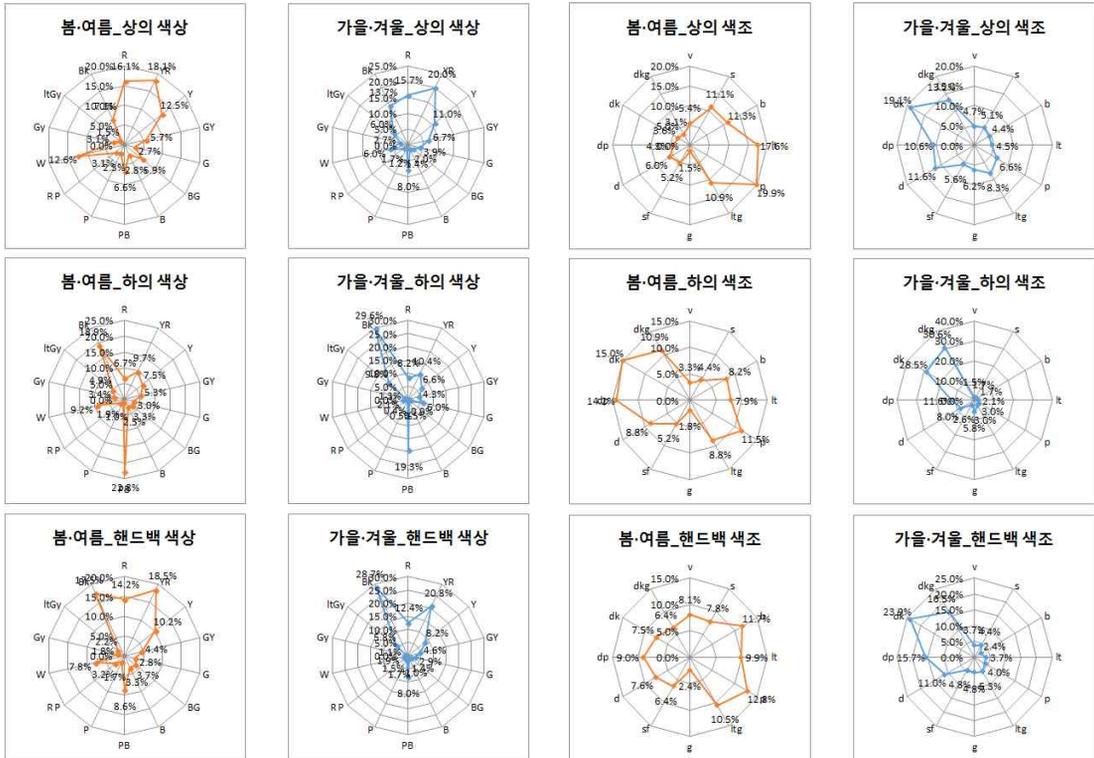
가족모임·경조사·동창회·학부모모임과 같은 복잡한 상황에서 선호하는 패션과 핸드백의 색상·색조 분석은 〈Fig. 10〉과 〈Fig. 11〉과 같다. 먼저 색상 분석 결과, 봄·여름 패션의 선호 색채는 상의의 경우, YR이 18.1%로 가장 높았고 R, W, Y 순이었으며, 선호도가 낮은 색채는 light gray가 1.5%로 선호도가 가장 낮았고 P, G, B 순이었다.

하의의 경우 PB(22.8%)와 Bk(18.9%)가 선호도가 높았고, 다음으로 YR, W 순이었으며, 선호도가 낮은 색상은 상의와 마찬가지로 P(1.0%), RP(1.9%), B(2.5%)였다. 핸드백은 YR(18.5%)과 Bk(17.5%)로 전체의 1/3을 차지했으며 다음으로 R, Y 순이었다. 가을·겨울에 선호하는 상의의 색은 봄·여름 상의 선호색상과 유사하나 W대신 Bk의 선호도가 높게 나타났다. YR, R, Bk, Y 순서로 선호도가 높았으며, 선호도가 낮은 순서는 P, B, RP, BG였다. 하의의 선호 색은 Bk 29.6%, PB 19.3%로 두 색이 전체의 약 50%를 차지한 반면, 선호도가 낮은 색상은 RP, P, B, BG였다. 핸드백 색채는 Bk가 28.7%로 가장 선호도가 높았으며 다음으로 YR, R 순이었고 B, Gy, BG, RP는 1% 초반대로 선호도가 낮게 나타났다.

다음으로 색조 분석 결과, 봄·여름 상의의 선호 색조는 pale 색조가 19.9%로 가장 높았고 다음으로 light, bright, strong 순이었으며, grayish 색조가 1.5%로 가장 낮았다. 그 다음으로 dark grayish와 dark 색조의 선호도가 낮게 나타났다. 하의의 선호 색조는 dark(15.0%)와 deep(14.2%) 색조가 높았고 다음으로 pale, dark grayish였으며, 상의와 마찬가지로 grayish 색조가 1.8%로 가장 낮았다. 핸드백의 경우 pale 색조가 12.8%로 가장 높았으며 다음으로 bright, light grayish 순으로 나타났으며 가장 선호도가 낮은 grayish만 제외하고는 색조 분포가 고른 편이었다. 가을·겨울 상의의 선호 색조는 dark, dark grayish, dull, deep 순으로 나타났으며 하의의 경우, dark grayish, dark, deep 순이었다. 핸드백도 차별한 이미지의

어두운 색조 위주로 dark, dark grayish, deep, dull 색조의 선호도가 높게 나타났다. 상·하의와 핸드백 모두 vivid, bright, light와 같이 밝은 색조는 낮은 선호도를 보였다.

가족모임·경조사·동창회·학부모모임 상황의 색채 분석 결과, 밀레니얼 세대 한국여성은 공적 상황과 마찬가지로 패션과 핸드백의 색채로 R, YR, Y, PB, W, Bk 색상을 선호하며 봄·여름에는 밝은 색조를 가을·겨울에는 어두운 색조를 선호했다. 하지만 공적 상황의 평소근무 상황의 상위 선호 색채 그룹보다 색상의 수가 제한적인 결과가 나왔는데 이는 평소근무 상황보다 공식적인 모임인 가족모임·경조사·동창회·학부모모임 상황에서의 색채 선택이 상대적으로 보수적임을 알 수 있다.



<Fig. 10> Preferred Fashion and Handbag Color in the Complex Situation

<Fig. 11> Preferred Fashion and Handbag Tone in the Complex Situation

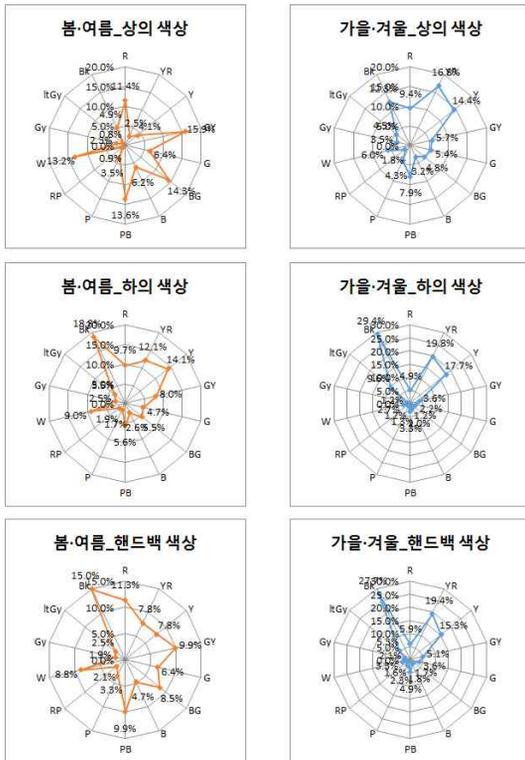
3) 사적 상황에서 선호하는 패션 및 핸드백 디자인 색채

사적 상황 중 첫째, 이성과의 소개팅·데이트 상황에서 선호하는 패션과 핸드백의 색상색조 분포는 <Fig. 12>와 <Fig. 13>과 같다. 먼저 봄·여름의 패션과 핸드백의 색을 살펴보면, 패션 상의의 경우 GY가 15.9%로 가장 높았고 다음으로 BG, PB, W의 순으로 선호도가 높았으며, ltGy와 RP가 각각 0.8%, 0.9%로 가장 낮은 분포를 보였다. 하의는 Bk(18.8%), Y(14.1%), YR(12.1%) 순으로 높게 나타난 반면, P와 RP는 각각 1.7%, 1.9%로 낮게 나타났다. 핸드백의 경우, Bk가 15.0%로 가장 높은 선호도를 보였고 다음으로 R, GY, PB 순이었으며, 낮은 선호도를 보인 색상은 Gy, RP, ltGy였다. 가을·겨울의 경우 패션 상·

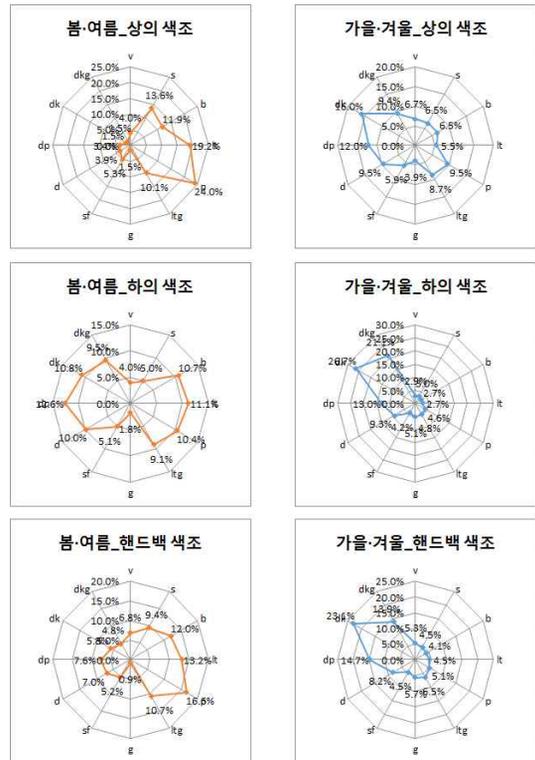
하의와 핸드백 모두 Bk, YR, Y의 선호도가 높게 나타났으며, RP의 선호도가 가장 낮았다.

다음으로 색조를 살펴보면, 봄·여름에는 패션 상·하의 및 핸드백 모두 bright, light, pale 색조가 10% 이상으로 높게 나타났으며 하의의 경우에만 deep, dark, dark grayish 색조와 같이 어두운 색조가 함께 선호도가 높았다. 가을·겨울의 경우 패션 상·하의와 핸드백 모두 deep, dark, dark grayish 색조가 공통적으로 높게 나타났으며 상의와 핸드백은 밝은 색조도 5% 전후로 고른 분포를 보였다.

색채 분석 결과, 이성과의 소개팅·데이트 상황에서는 봄·여름 상의의 경우 다른 4개의 상황들과 달리 상대적으로 YR의 선호도가 적고 G와 BG, PB의 선호도가 높게 나타났으며, 봄·여름



<Fig. 12> Preferred Fashion and Handbag Color for Blind Date and Date Situations



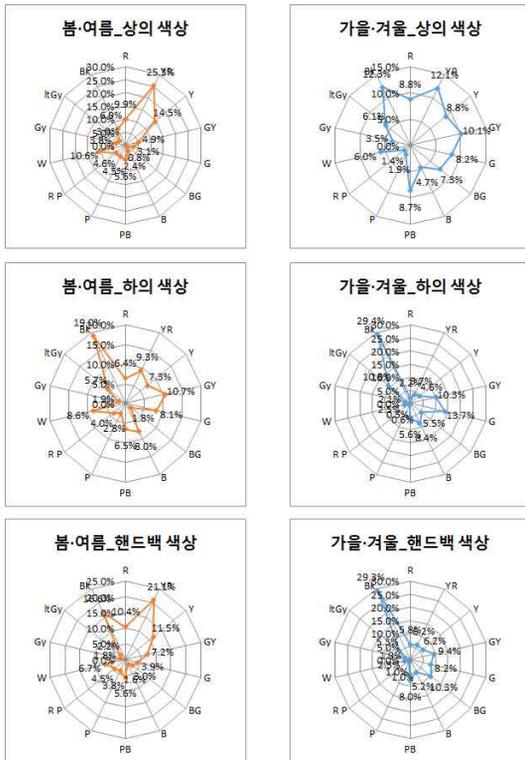
<Fig. 13> Preferred Fashion and Handbag Tone for Blind Date and Date Situations

상의의 상위 선호색에 strong 색조의 G 색상과 하의의 상위 선호색에 bright 색조의 RP 색상이 포함되어 있어 이성과의 만남의 자리에서는 고명도의 밝은 색상을 선호하는 것을 알 수 있다. 또한 bright 색조의 RP 색상은 사랑스럽고 여성스러운 색채로 인식되어 있어 이성과의 만남의 자리에서는 선호색이지만 외부미팅·프레젠테이션 상황에서는 선호도가 낮게 나타나 공적 강도가 높은 상황에서는 패션이미지와 마찬가지로 색채에서도 여성성을 강조하지 않는다는 것을 알 수 있다.

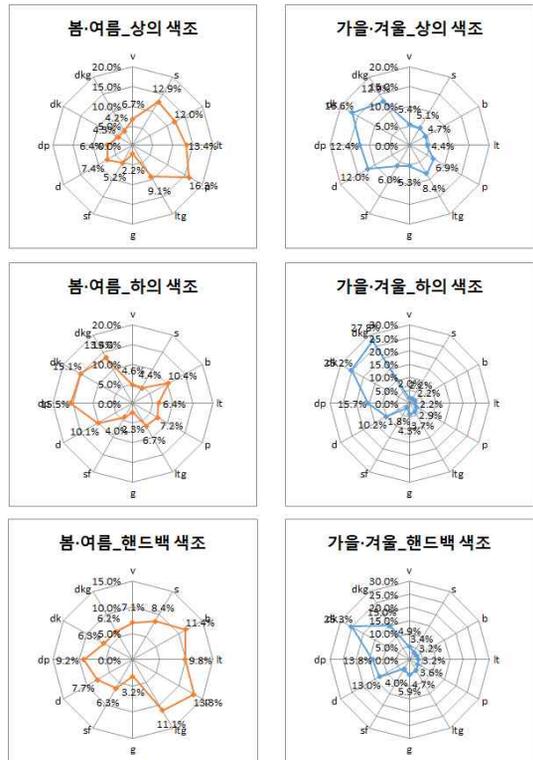
둘째, 사적 상황 중 사적 강도가 가장 높은 친한 친구·지인과의 만남/자기계발활동 상황에서 계절별 선호하는 색상·색조 결과는 다음과 같다. 먼저 봄·여름 상의로 선호하는 색은 <Fig. 14>와 같이 YR이 25.3%로 가장 높았으며 다음으로 Y,

W, R 순이었으며 선호도가 낮은 색은 BG, B였다. 하의는 Bk, GY, YR 순으로 선호도가 높았으며 BG, GY가 각각 1.8%, 1.9%로 선호도가 낮았다. 핸드백의 경우 YR이 21.1%로 가장 높았고 다음으로 Bk, Y, R 순이었으며, B와 GY의 선호도는 낮게 나타났다. 가을·겨울 상의의 선호색은 Bk, YR, GY, R, Y 순이었으며 RP와 P가 1%대로 가장 낮았다. 하의는 Bk가 29.4%로 가장 선호도가 높았고 다음으로 G, ItGy, GY 순이었으며 상의와 마찬가지로 RP와 P가 1% 미만으로 가장 선호도가 낮았다. 핸드백도 Bk가 29.3%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 BG, GY 순이었다. 선호도가 낮은 색채는 RP와 P, Gy가 1%대로 나타났다.

색조의 경우를 살펴보면, <Fig. 15>와 같이 상



<Fig. 14> Preferred Fashion and Handbag Color for Meeting with Close Friends



<Fig. 15> Preferred Fashion and Handbag Tone for Meeting with Close Friends

<Table 4> Fashion Image and Handbag Preference Color according to Five Situations

Situation		Season	Fashion	Handbag	
Official situation	daily	SS	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
		FW	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
	external meeting	SS	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
		FW	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
complex situation	SS	Top			
		Top& Bottom			
		Bottom			
	FW	Top			
		Top& Bottom			
		Bottom			
Private situation	dating	SS	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
		FW	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
	Meeting with friends	SS	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		
		FW	Top		
			Top& Bottom		
			Bottom		

의의 경우 pale, light, strong, bright 색조의 순으로 밝거나 강한 색조의 선호도가 높았으며, 어두운 색조의 선호도는 낮았다. 반대로 하의의 경우, deep, dark, dark grayish와 같은 어두운 색조와 증명도·중채도의 dull 색조의 선호도가 10%이상으로 높았을 뿐 아니라 bright 색조도 10.4%로 선호도가 높게 나타났다. 핸드백의 경우 상의와 마찬가지로 연한 pale 색조가 13.3%로 가장 높았으며, 다음으로 bright, light grayish, light 색조 순이었으며, 어두운 색조 중에서는 deep 색조가 9.2%로 나타났다. 따라서 봄·여름에 패션과 핸드백에서 가장 선호하지 않는 색조는 grayish 색조로 분석되었으며, 가을·겨울에 패션의 상·하의와 핸드백의 선호 색조는 순서는 약간 달라도 Dull, Deep, dark, dark Grayish 색조로 나타났으며 상의가 하의와 핸드백 색조보다 다양하게 분포되었다. 하의와 핸드백에서 선호도가 낮은 색조는 strong, bright, light, pale 색조로 밝은 색조를 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해보면, 친한 친구·지인과의 만남/자기계발활동 상황은 같은 사적인 상황인 이성과의 소개팅/데이트 상황과 비교해봤을 때 상의의 선호색에서 PB, BG, GY의 색상 분포도가 줄어들었으며, 핸드백의 색도 YR와 Bk의 분포도가 증가하고 다른 색상의 분포도가 감소했다. 색조의 경우는 이성과의 소개팅·데이트 상황보다 상대적으로 고른 분포도를 보였다. 이러한 결과는 친한 친구·지인과의 만남/자기계발활동 상황은 심리적으로 가장 편한 상황으로 앞서 분석한 상황별 선호 패션이미지에서 활동적인 패션이미지의 선호도가 가장 높았던 것과 같이 의식적으로 특정 색상과 색조를 고민하지 않고 자신이 좋아하는 색채를 선호하는 것으로 해석할 수 있다.

밀레니얼 세대 한국 여성의 일상 상황에 따른 계절별 선호 색채분석 결과를 종합해 보면 <Table 4>와 같다. 먼저 패션의 상의로 밝은 색조의 R, YR, Y 색상과 무채색은 Bk, W를 선호하며 하의

로는 어두운 색조의 R, YR, Y, PB 색상과 무채색 Bk를 선호했다. 핸드백은 계절별 패션의 상의 선호색채와 유사한 결과를 보였으며, deep 혹은 dark 색조의 R이나 YR 색상이 함께 선호되었다. 상황별로 선호 색채를 비교해 보았을 때, 공적 상황에서 공적 강도가 가장 높은 외부미팅·프레젠테이션 상황과 사적 상황에서 이성과의 데이트·소개팅 상황에서의 선호 색채가 나머지 상황들과는 유의한 차이를 보였다. 먼저 외부미팅·프레젠테이션 상황에서는 다른 상황들보다 선호 색상의 수가 훨씬 제한적인 결과를 나타내 색채에 대해서 보수적인 태도를 취하고 있음을 알 수 있었으며, 데이트·소개팅 상황에서는 다른 상황들과는 다르게 밝은 색조의 G와 BG, PB의 선호도가 높게 나타나 이성과의 만남의 자리에서는 밝고 사랑스럽고 여성스러운 이미지를 색채를 통해서도 표현하고자 함을 알 수 있었다.

V. 결론 및 제언

이 연구는 밀레니얼 세대의 한국 여성의 일상 상황에 따라 선호하는 패션이미지와 핸드백 색채의 특성을 규명하고자 하였다. 이 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 밀레니얼 세대 한국 여성의 일상 상황에서 선호하는 패션 색채는 색상은 R, YR, Y, PB와 무채색이며, 색조는 봄·여름의 경우 vivid, bright, pale과 같은 밝은 색조, 가을·겨울에는 deep, dark, dark grayish와 같은 어두운 색조이다. 그리고 핸드백의 선호 색상은 사계절 공통적으로 R, YR, Y, PB와 무채색을 선호하며 봄·여름에는 GY, BG, RP를 함께 가을·겨울에는 G를 함께 선호하고, 색조는 봄·여름의 경우 pale, vivid, light와 같은 밝은 색조와 deep, dark 색조를, 가을·겨울의 경우 deep, dark, dark grayish 색조와 같이 어두운 색조의 선호도가 높다는 것을 알 수 있다.

둘째, 상황에 따른 계절별 선호하는 패션 및 핸드백 디자인 색채를 알아본 결과, 밀레니얼 세대 한국 여성은 평소근무 상황에서 패션과 핸드백의 색채로 Y, YR, Y, PB를 선호하며 가을·겨울보다 봄·여름에 밝은 색조의 다양한 색상을, 무채색은 사계절 모두 선호했다. 외부미팅·프레젠테이션 상황에서는 패션과 핸드백의 색채로 R, YR, Y, PB 색상과 무채색은 W, Bk를 선호하며 봄·여름에는 밝은 색조를 가을·겨울에는 어두운 색조를 선호함을 알 수 있었다. 또한 봄·여름의 하의와 핸드백의 색조로 다양한 색조를 선호하는 것을 알 수 있었다. 가족모임·경조사·동창회·학부모모임 상황의 색채 분석 결과, 공적 상황과 마찬가지로 패션과 핸드백의 색채로 R, YR, Y, PB, W, Bk 색상을 선호하며 봄·여름에는 밝은 색조를 가을·겨울에는 어두운 색조를 선호했다. 하지만 외부미팅·프레젠테이션 상황과 가족모임·경조사·동창회·학부모모임 상황은 평소근무상황보다 공적강도가 높은 상황으로 색의 선호범위는 보수적이었다. 이성과의 소개팅데이트 상황에서는 봄·여름 상의의 경우 다른 4개의 상황들과 달리 상대적으로 YR의 선호도가 적고 G와 BG, PB의 선호도가 높게 나타나 고명도의 밝은 색상을 선호하는 것을 알 수 있었다. 친한 친구·지인과의 만남/자기계발활동 상황은 같은 사적인 상황인 이성과의 소개팅데이트 상황과 비교해봤을 때 상의의 선호색에서 PB, BG, GY의 색상 분포도가 줄어들었으며, 핸드백의 색도 YR과 Bk의 분포도가 증가하고 다른 색상의 분포도가 감소했다. 색조의 경우는 이성과의 소개팅·데이트 상황보다 상대적으로 고른 분포도를 보였다.

이 연구는 산업적 측면에서 보았을 때, 패션 및 핸드백 브랜드에 밀레니얼 세대 한국 여성을 대상으로 계절에 따라 일상 상황에 어울리는 패션과 핸드백의 색채 기획 및 패션스타일 컨설팅에 도움이 되는 색채 자료를 제공한 것에 의의가 있다. 학문적 측면에서는 일상 상황이라는 분석 틀 아래

에서 다양한 상황에 따른 핸드백 색채 연구를 한 것에 의의가 있으며, 앞으로 패션이미지와 핸드백과의 배색 연구의 기초 자료로 활용 가능할 것이다.

References

- Allen, P. (2004). Welcoming Y. *Benefits Canada*, 28(9), 51-53.
- Bang, S. Y. (2002). *A study on fashion accessory consumer's purchasing behavior: Focusing on women's shoes and handbags* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Republic of Korea.
- Hong, H. R. & Kim, Y. I. (2016). The preferred fashion style and self-image that Korean career women's seek according to daily situations. *Journal of the Korea Society of Costume*, 66(7), 50-68. doi:10.7233/jksc.2016.66.7.050
- Hong, H. R. (2016). *Korean career women's seeking self-image, preferred fashion style and fashion color according to daily situation* (Unpublished doctoral dissertation). Yonsei University, Seoul, Republic of Korea.
- Hong, Y. J. & Kim, Y. I. (2015). Preferred fashion style based on the men's self-image including fashion involved circumstances. *Journal of the Korea Society of Costume*, 65(8), 1-21. doi:10.7233/jksc.2015.65.8.001
- Im, D. Y. (2019). A study on fashion product purchasing behavior according to color preference. *Journal of Product Research*, 37(6), 153-160.
- Image. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9D%B4%EB%AF%B8%EC%A7%80>
- Kim, C. M., Koo, S. H., & Choo, S. H. (2006). A study on blue image in fashion: Focused on women's collection in the 1996 and 2006. *Journal of Korean Society of Color Studies*, 20(3), 29-37.
- Kim, K. W. (2011). A study on the gap in information consumption between generations. *Korean Public Management Review*, 25(4), 81-112.
- Kim, M. H. (2004). *Analytical studies on the preference and association of color of Y generation and Silver generation* (Unpublished master's thesis). Sookmyung Women's University, Seoul, Republic of Korea.
- Kim, R. R. & Kim, Y. I. (2018). The type and characteristics of fashion image and handbag design preferred by Korean women according to daily situations. *Journal of the Korea Society of Costume*, 68(6), 132-149. doi:10.7233/jksc.2018.68.6.132
- Kim, Y. I. & Jo, M. J. (2000). Color by clothing types

- used in Korean fashion industries. *Journal of Korean Society of color Studies*, 14(1), 9-19.
- Kim, Y. I., Koh, A. R., & Hong, H. S. (2000). Fashion image segmentation of 20's female apparel market and apparel color preferences. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(1), 3-14.
- Kim, Y. I., Moon, Y. Y., & Han, S. S. (2000). Color preference for clothing of Korean adults. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(7), 964-975.
- Kwon, J. H. & Kim, Y. I. (2008). The color characteristics of masculinity presented in modern women's suit. *Journal of the Korean Society of Costume*, 58(2), 62-77.
- Lee, H. J. & Yu, G. C. (2013). Work-life balance of generation Y: The meaning and the role in view of generational work value. *Quarterly Journal of Labor Policy*, 13(4), 1-31.
- Lee, S. B. (2019, February 4). Millennial generation "the mainstream"... "If you catch it, you live, if you miss it, you die.". *Maeil Business Newspaper*. Retrieved from <https://www.mk.co.kr/news/world/view/2019/02/71991/>
- Lancaster, L. C. & Stillman, D. (2010). *Millennial Generation* (Y. S. Yang, Trans.). Seoul, Republic of Korea: The Soup. (Original work published 2010)
- Min, J. H. (2020, September 22). Handbag brands that make clothes, jewelry, and packaging. *Hankyung Newspaper*. Retrieved from <http://plus.hankyung.com/apps/newsinside.view?aid=202009227768i>
- Minimalist life of Millennials: Lifestyle. (2019, May 14). *Samsungdesignnet*. Retrieved from <http://www.samsungdesign.net.access.yonsei.ac.kr:8080/Lifestyle/Report/Content.asp?an=40535&keyword=%B9%D0%B7%B9%B4%CF%BE%F3>
- Park, J. H. (2002). Generational conflicts in Korea: Power, ideological and cultural conflicts. *Journal of The Population Association of Korea*, 33(3), 75-99.
- Ryu, K. H., Park, S. J., & Shin, O. (2008). A Study on preferable colors in Korea's fashion market: With a focus on recent three years(2005~2007). *Journal of Korea Society of Color Studies*, 22(3), 65-78.
- Song, J. S. & Jo, E. Y. (2001). The visual identity of handbags designed for career woman in their twenties. *Journal of The Korean Society Of Design Culture*, 7(1), 477-488.
- Teenage Research Unlimited. (1999). *Teenage Marketing and Lifestyle Study*. Illinois, U.S.: TRU.
- Understanding the Millennials, the Most Influential Consumer Generation in History. (2019, December 13). *Amwayon*. Retrieved from <https://www.amwayon.co.kr/amwaynews>
- Yeo, G. H. & Park, M. J. (2014). A study on the local policy of Seoul city for social properties of baby-boomer and echo-generation. *Journal of National Association of Korean Local Government Studies*, 16(2), 31-55.