

초등학생을 위한 실내화 디자인의 소비자 감성요소에 관한 연구

A Study on Customer Emotional Factors of Indoor Shoes Design for Elementary School Students

이정희

동양공업전문대학 시각디자인과 겸임교수

Yi, Jung Hee

Adjunct Professor. Dept, of Visual Design, Dongyang Technical College

1. 서론

- 1-1. 연구배경 및 목적
- 1-2. 연구방법 및 범위

2. 이론적 배경

- 2-1. 초등학생 발달단계의 특성
- 2-2. 성장기아동의 신발의 중요성

3. 국내 실내화제품의 일반적 현황

- 3.1 국내 실내화산업현황
- 3.2 실내화디자인 현황

4. 설문조사 및 결과 분석

- 4-1. 연구방법
- 4-2. 조사결과 및 분석

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

인간의 신체 중 발은 인간으로서의 의미를 갖게 하는 직립자세와 두발로 걷는 이족보행에 있어서 중요한 역할을 하고 있다. 신발 디자인은 기능적인 측면과 미용적인 측면 모두 만족해야한다. 하지만 최근 들어 기능적인 측면보다는 외형디자인 측면이 강조되는 경향이 두드러지고 있다. 그러나 신발은 의류에 비해 보다 성장단계에 영향을 끼치므로 필요요소를 확보할 필요가 있다.

본 연구의 목적은 학생들이 실내에서 장시간 신는 실내화 디자인의 소비자들이 원하는 감성요소에 대해 규명하는 것이다. 현재 유통 판매되고 있는 실내화의 구조와 특징에 대한 차이를 비교분석하기 위해 학령기 학생과 학부모를 대상으로 학교와 학원에서 사용하는 실내화라는 제품에 대한 소비자 감성을 상승시키기 위한 요소가 어떤 것인지 조사하여 현재의 실내화에 대한 만족도와 불편도, 실내화를 구입할 때 중요시 생각하는 감성요소에 대하여 살펴보고자 하였다. 이에 본 연구에서는 초등학교 1학년에서 6학년까지의 학령기 학생과 학부모를 대상으로 1:1 직접설문을 실시하였고 SPSS 12.0 통계 프로그램을 사용하여 요인분석과 군집분석을 하였다.

소비자 실증분석을 위한 최종 감성 형용사 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 옷과 어울리고 둘째, 감성적 스타일을 유지하며 셋째, 편안하고 기능적인 스타일을 선호한다는 결과로 분석되었다. 편안하고 든든

한 멋진 친구와 같은 실내화제품을 원한다는 결론이다. 본 연구의 실증분석 결과를 토대로 실내화 디자인 개발에 적용한다면 보다 실용적이고 차별화된 제품을 창조할 것으로 사료되며 본 논문은 실내화에 대한 실증 자료를 제시하기위한 자료로 의의가 있다고 사료된다.

주제어

실내화디자인, 초등학생, 소비자 감성요소

Abstract

One of human body, feet do the major role of standing erect and walking as two feet, which it makes human beings different from other species. The main purpose of shoes are needed for proper development of feet and protects from cold and injury. Shoes also should give feet move easier and freer. Therefore, shoe design should have functionality and beauty factor. These days, it tends to highlight in beauty than functionality. Nevertheless, shoes influence on students who are in the growing stage rather than clothes. That is why I seek for essential functions of shoes here.

The purpose of this study investigate the customer emotional factors of indoor shoes that students put on at their school for long time. In order to analyze comparatively the differentiation of structures and features of indoor shoes that have circulated and sold in present market, I surveyed students and their parents about what is the major factor of increasing customers' emotions of indoor shoes students use at school and institute, and what are satiable and uncomfortable factors when they buy indoor shoes. In this study, I researched face to face from the 1st grade elementary school students and their parents to 6th ones, and I analyzed factor analysis and cluster analysis using SPSS 12.0

The result of customer emotional analysis for customer demonstrative analysis is as below. Firstly, indoor shoes become suitable with clothes. Secondly, it must have emotional style. Lastly, customers prefer comfortable and functional style. In conclusion, customers buy more comfortable and friendlier products. The design of indoor shoes based on this demonstrative analysis result would create more Koran style and differentiated products. I think this thesis is significant to show the demonstrative reference of indoor shoes.

Keyword

Indoor Shoes Design, Elementary School Students, Customer Emotional Factors

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

신발은 정상적인 발의 발달을 위해 필요하고 발을 보호하는데 결정적인 역할을 하여 인간의 보행을 가능하게 할 뿐 아니라 인체의 모든 하중을 지지하고 있는 기능적 특징을 지니고 있다. 또한 신체의 손상과 한랭으로부터 발을 보호하면서 가능한 맨발상태의 자유성과 운동성을 부여하는 것이 신발의 주된 목적이다.

신발 디자인은 신발의 기능적인 측면과 미용적인 측면 모두 중요하다 하겠다. 이러한 기능을 도와주기 위한 신발류를 제작하기 위해서는 그들이 원하는 감성을 상승시키는 요소에 대하여 파악하고 있어야 한다. 특히 신발은 의류에 비해 보다 성장단계에 영향을 끼치고 또한, 가장 성장단계의 폭이 높은 학생들을 위한 실내화 디자인의 필요요소를 확보할 필요가 있다.

이에 본 연구에서는 조사방법으로는 1:1 직접설문을 실시하였고 대상층은 반포 초등학교 1학년에서 6학년까지의 학령기 학생 50명과 학부모 25명을 대상으로 2009년 7월 18일-19일 동안 학교와 학원에서 사용하는 실내화라는 제품에 대한 소비자 감성을 상승시키기 위한 요소가 어떤 것인지 조사하여 현재의 실내화에 대한 만족도와 불편도, 실내화를 구입할 때 중요시 생각하는 감성요소에 대하여 살펴봄으로써 신발류 디자인을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

1-2. 연구방법 및 범위

본 연구는 실내화 디자인 개발과 관련한 실증분석 연구이며 소비자 감성에 기인한 브랜드 가치의 상승을 모색하기 위한 것으로서, 시중에 많이 유통되고 있는 일반적으로 교내에서 신는 실내화(indoor shoes)를 대상으로 하였다.

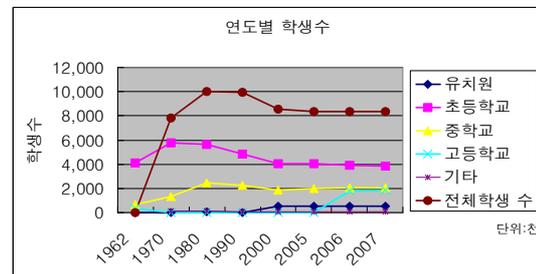
실험대상인 실내화는 총 10종류로 유통되고 있는 제품 중 판매도가 높은 제품을 위주로 선별하였다. 최종 샘플에 대한 감성형용사 20종의 문항으로 실제 구매 대상인 1학년에서 6학년까지의 학령기 학생 50명과 학부모 25명을 대상으로 1:1 직접설문을 실시하였고 SPSS 12.0 통계 프로그램¹⁾을 사용하여 요인분

석과 군집분석을 하였다. 이를 바탕으로 현재 우리나라에서 판매되고 있는 실내화 디자인에 대한 소비자 감성을 파악하고자 하였으며 이를 실증 분석하여 향후 한국 실내화 디자인 개발을 위한 디자인 실증자료를 제안하고자 한다.

2. 이론적 배경

2-1. 초등학생의 발달 단계의 특성

본 논문에서 실내화란 일반적으로 교내에서 신는 실내화(indoor shoes)를 지칭한다. 실내화를 사용하는 대상인 학생의 현황은 전체 학생 수가 감소하고 있다. 전년 대비 45,030명, 0.5% 감소되었으며 초등학교 학생 수는 역대 최대('72년 5,775,880명) 대비 66.3% 불과하다. 유치원, 초등학교, 중학교, 고등학교 학생 모두 학교와 학원에서 보편적으로 실내화를 사용하고 있다.[그림 1]참조



[그림 1] 유·초·중등 교육기본통계조사. 교육과학기술부 (2007.4.1)

초등학생 즉, 약 만7세부터 11세경에 이르는 시기를 학동기(School Age)라고 한다. 이 시기는 외형적으로, 특히 신체운동 발달이나 언어 발달에서 영아기나 유아기 혹은 청년기에 비하여 극적인 변화 없이 점진적인 발달이 이루어지기 때문에 조용한 과정을 거치는 것처럼 느껴진다. 그러나 이 시기에도 여러 가지 결정적인 변화가 일어나며, 이루어야 할 주요 과업이 있다.

피아제는 이 시기 동안에 구체적 조작(Concrete Operation)능력이 습득된다고 하였으며, 에릭슨(Ericsson)은 근면성(Industry)이 발달되어야 한다고 하였다. 이 시기 동안 기억 책략이 발달하여 뇌 속에 저장하는 지식의 양이 급격히 늘어나며, 팔목할 만한 인지능력이 발달한다. 지적 성장 및 지적 기술의 습득과 함께 일에 대한 관심이 증대된다. 이 시기 어린이의 생활의 중심이 가정에서 학교로 옮겨감에 따라

1) Statistical Package for the Social Sciences: 1969년 미국 시카고대학에서 데이터 관리 및 통계분석을 목적으로 개발된 통계분석 소프트웨어.

사회적 환경이 크게 확대된다. 어린이는 부모와 가족 구성원의 영향 뿐 아니라 교사, 친구, 책 그리고 TV 등의 영향을 크게 받으면서 성격적, 사회적 발달을 이루게 된다.²⁾

초등학생의 심리적, 성격적 발달단계특성을 알아보기 위해 그동안 연구된 인지발달 이론을 살펴보았다. 삐아제의 인지발달 이론과 콜버그의 도덕 발달이론, 바이고츠키(Vygotsky)의 사회, 문화적 인지 이론과 에릭슨, 프로이드의 성격발달 단계별 특징에 대해 정리하면 [표 1]과 같다.³⁾

[표 1] 초등학생의 발달단계특성

이론	특성	
삐아제	구체적 조작기 7-11세	논리적 사고가 가능하나 구체적 사실에 한정하여 사고함. 사회성 발달. 탈중심화, 보존성, 서열화
콜버그	2단계 7-12세	개인적 만족, 기회에 따라 다른 사람의 만족에 움직이기도 함. 행동들은 욕구들을 충족시키는 방법. "내가 나에게 잘 해주니까 나도 너에게 잘해줄 것이다" 라는 생각의 공평(Fairness)의 단계
바이고츠키	아동	인지기술은 발달의 차원에서 분석되고 해석될 때만 이해가 가능하다. 언어가 가장 중요한 도구이다. 인지기능은 사회적 관계와 문화에 그 기초를 둔다.
에릭슨	6-11세	주도성 대 죄책감(Industry Versus Inferiority) 타인과 함께 일하고 협동하는 능력을 발달시킴. 열등감은 부정적인 경험이 무능력감을 초래할 때 발달함.
프로이드	잠복기 6-12 (latent Period)	리비도가 무의식 속에 잠복함으로 성적 욕구를 무의식적으로 잊어버림. 가족 이외의 성인들로부터 또래와의 놀이로 새로운 사회적 가치를 획득함.

각각의 이론을 바탕으로 초등학생에 대한 특성에 대한 특성을 종합해보면 초등학생의 지적 특성은 구체적 조작에 의하여 사물을 이해하는 구체적 조작기라고 할 수 있다. 또한 초등학생의 성격 특성은 자기에게 맞는 과업이 주어지고 이를 성취해서 근면감을 형성하는 것이라고 할 수 있다.

현대사회에서 어린이 소비자의 특징은 첫째, 경제성장으로 인한 가계 소득 수준이 높아지고, 가정에 있어서 자녀의 수가 감소되어 어린이의 지위가 향상되어 어린이 소비자가 쓸 수 있는 자유재량 소비량이 증가되었다. 둘째, 부모의 자녀 양육 태도가 과잉 보호적이고 지나치게 허용적이고 자녀의 충동적인 욕망

에 대해 관대함으로 어린이 소비자는 욕망의 절제를 잘 하지 못하여 구매욕구가 일어나면 당장에 그 상품이나 서비스를 소유하려하며 욕구 충족행동을 연기시키지 못한다.⁴⁾ 셋째, 현대의 어린이 소비자는 대중매체에 과다하게 노출되어 있으며 특히, 텔레비전에 의해 가장 큰 영향을 받으며 나이가 들면서 광고 상품을 소유하려고 소비욕구가 커지게 된다. 넷째, 현대의 어린이 소비자는 부모가 어린이 용품을 구매하는데 어린이 자신의 의사를 반영시킴으로써 영향을 미치며 기타 가족 전체를 위한 서비스의 구매에도 영향을 미침으로 직접, 간접으로 영향력을 행사한다. 다섯째, 현대의 어린이 소비자는 소비자 역할에 대한 준비가 되어 있지 못하며 소비자 능력을 향상시킬 수 있는 소비자 교육의 기회가 충분치 못하다.

2-2. 성장기아동의 실내화의 중요성

산업사회가 급속도로 발전해 가고 그에 따른 생활 전반의 질이 향상되면서 인간은 자신의 건강에 관해 큰 관심을 가지게 되고, 특히 발과 신체건강과의 관계에 대한 연구가 계속됨으로써 쾌적한 신발에 대한 수요도 점차 높아지고 있는 실정이다.

신발 착용에 의해 나타나는 생리반응 즉 체내의 열 발산과 말초혈관의 상호작용에는 신발의 역할이 대단히 중요하다. 더운 환경기후에서 발 부위는 다른 피부면 보다 수배에서 수십 배에 이르는 발한이 일어나며, 특히 발부위에서의 발한은 불감증설에 의하여 고온 다습하게 되고 지방, 표피의 박리에 의해 신체 부위 중에서도 가장 오염이 심한 부위이므로 위생성과 쾌적성에 관한 연구가 필요하다.^{5) 6)}

신발을 신는 것은 궁극적으로 보행을 하기 위함이다. 보행이란 전진하는 한쪽 발과 전진할 한쪽 발이 일체가 된 협동운동으로서 보행의 목적은 전진하는데 있으며 이러한 운동은 움직임 뿐만 아니라 신체구성의 완전한 협조아래 이루어진다. 더 정확히 말하면 다리운동 외에 호흡작용이나 심장박동 등의 신체 각 부분의 협동하에서 이루어진다는 뜻이다. 따라서 보행조건이 나쁜 경우에는 신체중심의 불안정성이 증가하므로 신체각부의 평형 및 자세의 유지, 호흡과 심장활동 등에 영향을 미쳐 에너지 소비증가의 원인이 되어 신체의 피로가 높아지게 된다.⁷⁾ 보행습관은 생

2) 이옥형, 「아동발달」, 서울 집문당, p.318, 1997.

3) R.M.Thomas, 백운학 역, 「아동발달의 제이론」, 교육과학사, pp.522-523, 1993.

정옥분, 「아동발달의 이론」, 서울 학지사, p.329, 2003. 강재태 외 「진로지도의 이론과 실제」, 교육과학사, pp.47-49, 2003. 본인 재정리

4) 이기춘, 「소비자 교육학」, 서울교문사, p.186, 1999.

5) 김철순, 정명희. 양말소재별 인체생리적 반응 및 주관적 감각평가, 한국의를학회지. 2001.

6) 정영옥, 박신정. 보행시 신발이 인체의 온열생리반응에 미치는 영향, 한국온열환경학회지. 1995.

7) 이정순, 신발과 보행과의 관계, 창원경상전문대학 논문집, 1982.

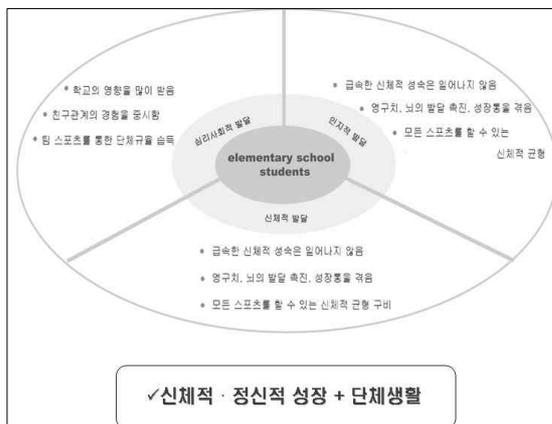
활동관, 골격구조, 성격, 체형의 영향을 받아 이루어지며 유아기부터 이루어진 보행습관은 중학생시기를 지나면서 바꿀 수 없는 습관이 되어 버린다. 그러나 우리는 보행에 대하여 소홀히 생각하고, 특히 급격한 성장으로 신체적인 불안정을 안고 성장하는 어린이들은 보행시 신체의 안정을 유지하기 위하여 신발이 큰 요인으로 작용한다. 신발은 인체를 바치는 중요한 기반이며 맞지 않는 신발은 발의 변형을 일으킬 뿐만 아니라 최종적으로 체형변화에도 지대한 영향을 미친다. 미국의 발보호 기구인 Ameridan Foot Care Institute에 의하면 '발의 질병 중 85%는 신발을 잘못 신은 때문'이라고 보고되고 있다.⁸⁾ 성인의 발에 대한 질병은 성장기동안 발과 신발에 대한 무관심과 소홀함의 습관으로부터 생긴 것이다. 신발의 구조나 상태로 형성된 보행의 형태는 한번 정해지면 바꿀 수 없는 습관이 되어진다고 볼 때 성장기 아동들의 실내화 디자인을 조사, 검토하는 일은 중요한 의의가 있다고 할 수 있다.

단순히 기능성만을 강조한 지금까지의 실내화제품의 한계성을 극복하기 위해서, 제품을 소구하는 초등학생이 원하는 감성요소들을 추출하여 그 요소들을 파악하는 것이 실내화디자인에 대한 기초자료가 될 것이므로 중요하다 생각한다.

3. 국내 실내화제품의 일반적 현황

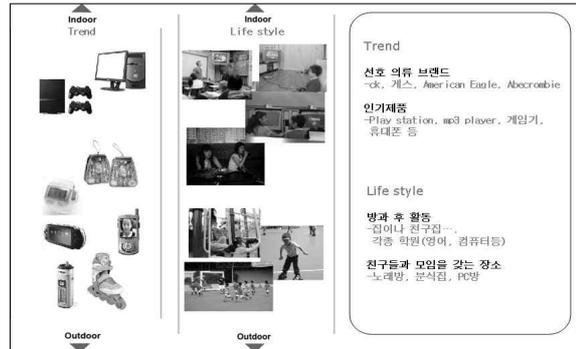
3.1 초등학생의 트렌드 조사

실내화에 대한 Market Trend Analysis를 알아보기 위하여 초등학생의 특징을 심리사회적 발달, 인지적 발달, 신체적 발달로 정리하면 [그림 2]와 같다.



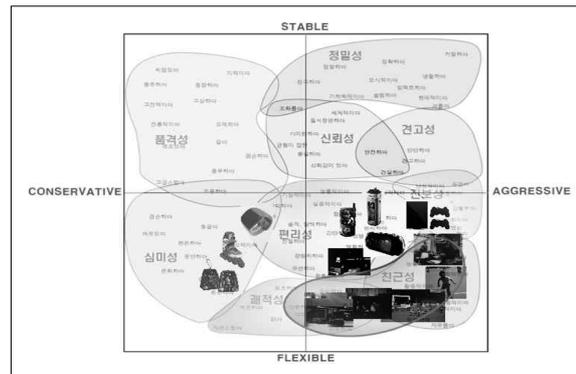
[그림 2] 초등학생의 심리사회적, 인지적, 신체적 특징

심리사회적 발달로는 학교의 영향을 많이 받으며, 친구관계의 경험을 중시하고 단체규범을 습득한다. 인지적, 신체적 발달측면으로는 신체적인 균형이 구비되는 시기이다.



[그림 3] 초등학생에 대한 Trend & Life Style

[그림 3]은 초등학생의 선호하는 브랜드와 Life Style을 정리하였다. 특징을 정리하면 첫째, 디지털 문화를 보다 쉽게 접근하고 있다. 둘째, 인터넷의 사용으로 많은 경험을 지니고 있다. 셋째, 소비 영향력이 크다. 그 외에 웰빙 시대에 맞추어 부모에 의해서 식생활, 패션에 영향을 받고 있다. 어른 따라 하기, 친구 따라 하는 모방심리 경향이 있다. 캐릭터에 관심이 많으며, 유행에 민감하다. 놀이적 요소를 찾는다.



[그림 4] 초등학생의 특성

[그림 4]의 초등학생들의 특성을 이미지맵으로 정리하면 다음과 같다. 진보성과 편리성, 친근성과 쾌적성에 분포도가 높았다.

3.2 실내화 제품 특징 및 디자인 현황

실내화는 밑창과 내피로 이루어져 있으며, 밑창 (Out-Sole)은 [그림 5]와 같이 일반적으로 고무 재질이 주류를 이루고 있다.

8) National Shoe Retailers Association, Professional Shoe Fitting, 1984

제품의 종류	특 성	적용 분야
NBR 아크릴 도나뮬터 부타디엔	내유, 내마모성, 내노화성, 내열성, 내수성 우수	오일실, 가스켓, 내유호스, 인쇄물, 방직용 top roll, 신발out-sole, 브레이크라이닝
NR 천연 고무	내마모성, 탄성, 인장강도 우수 속감이 좋으며 기계적 성질이 우수	자동차 타이어, 신발, 호스, 벨트, 일반용 및 공업용품
SBR 스틸렌 부타디엔	천연고무보다 내마모성, 내노화성 우수	자동차 타이어, 고무방수포, 운동용품, 방진고무, 항동고무

[그림 5] 실내화 밑창 재질

내피는 [그림 6]과 같은 재질을 일반적으로 사용하고 있다.

제품의 종류	특 성	적용 분야
MESH (아쿠아슈즈)	구멍이 많은 메쉬 소재를 사용해 통기성과 통기성이 뛰어나며 밑바닥에 고무 양을 덧대 미끄러짐도 방지해준다.	
COCONUT	칼라 마르는 천연 코코넛 소재 신발 발코닥이 뛰어나 보습성을 막아주고 땀을 배출하는 기능과 통기성이 뛰어나 겹은 후에도 발이 건조된다.	
 Gore-TEX	안쪽에 고어텍스 소재를 사용한 신발은 습기는 통과시키고 열은 바깥 으로 배출시켜 발을 항상 건조하게 유지시켜 준다.	
CROCS	이 신발은 체온에 의해 따뜻해지고 무드러워지는 특성을 지니며 발의 모양에 따라 형태가 달라지는 특성을 가지고 있다.	

[그림 6] 실내화 내피 재질

최근에는 창업 2년 만에 1100% 성장한 기록을 갖고 있는 신발제조업체 크로스(Crocs)가 세계 시장을 석권하고 있고 국내에도 많은 판매고를 나타내고 있다. 미국·유럽·싱가포르 등 주요국에서 문화 아이콘으로 자리 잡아가고 있다.9) 이 제품은 가볍고 부드러운 눈 마킹 소재로서 미끄러짐 및 냄새를 방지해주는 특징을 가지고 있다.

신발의 재료로서 반드시 구비해야 할 특성은 편안한 착용감(정교하고 얇은 조직, 부드러운 감촉), 습기의 흡수 및 발산이 용이, 양호한 보온성, 우수한 탄성, 강한 내후성(쉽게 변하지 않는 성질), 내수성 및 내열성, 가공 및 염색이 용이, 아름다운 외관과 내구성, 균등한 재질이다.

현재 유통되고 있는 실내화를 기능과 특징별로 10 그룹으로 나누어 [표 3]과 같이 총 10종류의 형태로 분류하였다.

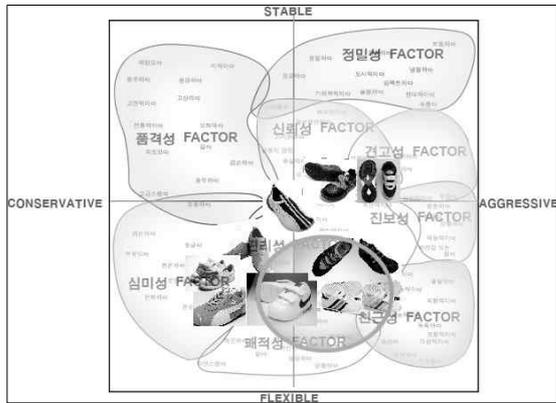
[표 3] 실내화 디자인 현황

제품	형태	특징
Basic		백색의 가장 기본적인 형태의 실내화
Color & Character		기본 형태에 색상과 캐릭터를 첨부
Function		유동성을 위해 벨크로나 밴드를 추가
끈		리본을 묶어 조이는 스타일 (여아 신발)
벨크로		벨크로로 신고 벗는 불편함을 해결
밴드		밴드로 발을 조여준다 (발의 형태에 맞게 디자인됨)
기능성 실내화 (무술화)		소프트하고 통풍이 잘되는 재질. 고려 유연성, 편안한 착용감. 쉽게 떨어지지 않는 내구성
기능성 실내화(아쿠아슈즈)		소재가 Cross 되는 형태로 신고 벗기 간편한 유연함. 통풍이 잘되는 메쉬 소재
기능성 실내화(발레슈즈)		유동적인 소재로 발에 fit 되는 덧신과 같이 편안한 착용감과 부드러움
튜닝 실내화		자신의 개성을 표출하고자 하는 욕구

튜닝실내화는 기존의 백색의 실내화에 자신만의

9) 매경이코노미 제 1523호(09년 9월 16일자)

그림을 그려 넣거나 장식을 하는 것으로 10대들 사이에서 유행하고 있다.



[그림 7] 실내화 현황 이미지맵

분류한 제품의 특징별로 이미지맵 작업을 후 많은 발생분포를 나타내는 것은 친근성과 쾌적성, 편리성이다. [그림 7]참조

4. 설문조사 및 결과 분석

4-1. 연구방법

실험대상인 실내화는 총 10종으로 유통되고 있는 제품 중 판매도가 높은 제품을 위주로 선별하였다. 최종 샘플에 대한 감성형용사 12종의 문항으로 실제 구매 대상인 1학년에서 6학년까지의 학령기 학생 50명과 학부모 25명을 대상으로 1:1 직접설문을 실시하였고 SPSS 12.0 통계 프로그램을 사용하여 요인분석과 군집분석을 하였다. 이를 바탕으로 현재 우리나라에서 판매되고 있는 실내화 디자인에 대한 소비자 감성을 파악하고자 하였으며 이를 실증 분석하여 향후 한국 실내화 디자인 개발을 위한 디자인 실증자료를 제안하고자 한다.

실내화의 샘플 선정은 33개 업체 가운데 상품으로 유통되고 있는 33점을 대상으로 하였으며, 최초 대상 샘플은 산업디자인을 전공한 전문가 7인¹⁰⁾에 의해 동질성분석을 실시하여 10개 그룹으로 분류, 대표적인 10개의 최종 샘플을 선정하였다. [그림 8] 참조



[그림 8] Sampling-10Items

10) 교수 1인, 디자인 박사학위 전공자 2인, 디자인연구소 연구원 4인

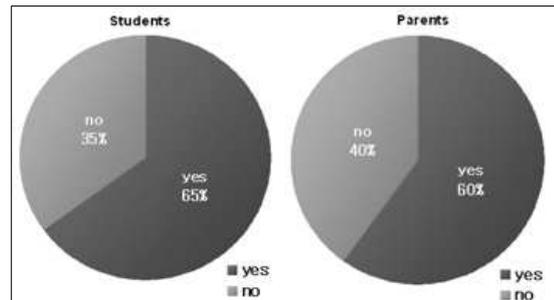
또한, 실증 분석의 변수 설정을 위한 형용사의 추출은 상표를 삭제하여 최대한의 객관성 확보를 유지한 10개의 샘플 이미지를 토대로 최초 50개의 형용사 항목이 선정되었으며, 그 중 공통적 요소의 형용사를 제외한 12개의 최종 형용사 항목을 선정하였다. [표 4]참조

[표 4] 소비자 실증분석을 위한 최종 감성 형용사

NO	형용사	NO	형용사
1	편안하다 ↔ 불편하다	7	울동적 ↔ 비울동적
2	튼튼하다 ↔ 튼튼하지 못하다	8	개성적 ↔ 일반적
3	멋지다 ↔ 멋지지 않다	9	친근 ↔ 비 친근
4	단조롭다 ↔ 복잡하다	10	독특 ↔ 무난
5	기능적 ↔ 비 기능적	11	화려 ↔ 수수
6	옷과 조화롭다 ↔ 조화롭지 못하다	12	감성적이다 ↔ 감성적이지 않다

4.2. 조사결과 및 분석

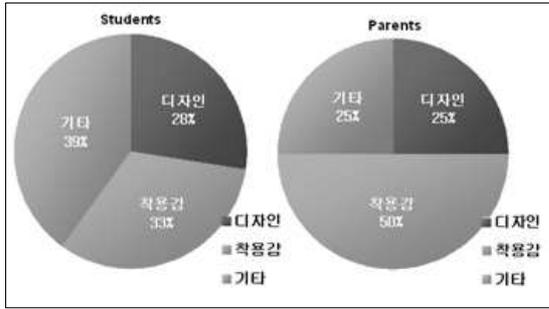
1. 현재 사용하고 있는 실내화에 대해 만족도를 알아보기 위한 항목에서는 학생의 65%가 만족하고, 학부모의 60%가 만족한다는 응답이 나왔다. 평균 63%정도의 만족율을 얻을 수 있었다. [그림 9]참조



[그림 9] 현재의 실내화에 대한 만족도

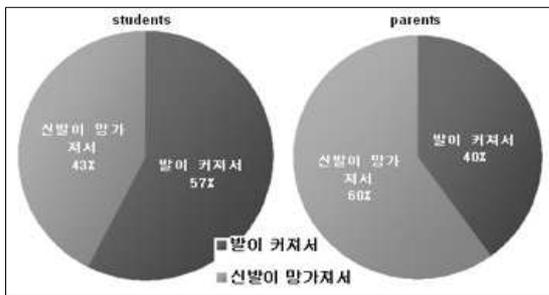
2. 마음에 들지 않는다면 어떤 부분이 마음에 들지 않는지 디자인, 착용감(기능성), 기타부분에 대하여 조사하는 항목에서는 학생의 33%가 기능성에 대한 불만을, 학부모의 50%가 기능성에 대한 불만을 가지고 있었으며 두 집단 모두 27%이상 디자인에 대한 불만을 두 번째로 제시하였다. 기타의견으로는 학생은 휴대가 불편하다. 발 냄새 (위생)미끄럽다. 무겁다. 전부 흰색이라 구별이 안 된다. 남녀 성별 구별 불가 (특정브랜드의 문제). 바닥에 끌리는 소리가 싫다. 겨울철에 신발이 얼어서 부러지는 일이 있다(실내화 자체의 습도조절 문제)였으며 학부모의 기타의견으로는 외관에 대한 학생들의 의견과는 다른 형태에서 보장되는 착용감 및 안전성에 대한 의견. 통풍이 잘 되었

으면 좋겠다. 세탁시에 품질이 저조한 경우 쉽게 헤지는 경우가 빈번하다라는 세탁에 관련된 내용과 착용감과 안전성에 관한 문제가 제시되었다. [그림 10] 참조



[그림 10] 실내화의 불만족 요소

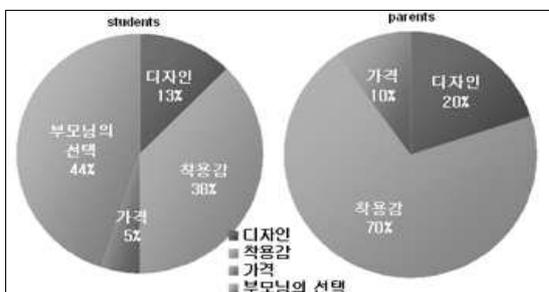
3. 실내화를 다시 구입하는 이유에 대한 항목에서는 학생은 성장으로 인한 이유를 57%로, 학부모들은 제품의 파손에 의한 재 구입을 60%로 조사되었다. [그림 11]참조



[그림 11] 실내화의 재 구입 이유

4. 실내화를 구입할 때 중요하게 생각하는 요소에 대한 항목에 대한 답변은 학생의 44%는 부모님의 선택을 38%는 착용감을 13%는 디자인으로 조사되었고, 학부모의 70%는 착용감으로 대표하는 기능성을 최고 요소로 꼽았으며 디자인을 20%로 조사되었다. [그림 12]참조

위 항목은 저학년은 부모님이 구입하는 비율이 지배적이었으나 고학년일수록 실내화를 구입하는데 관여도가 높게 조사되었다.



[그림 12] 구입 시 중요하게 생각하는 요소

5. 실내화를 착용하는 이유로는 실내 환경 청결함

유지가능(실외화로 인해 발생하는 먼지 줄임), 미끄럼 방지(실내화 밑창으로 인해 학생들의 안전 유지), 차가운 바닥과 유해물질로 발 보호, 학생들 간의 통일감 조성으로 조사되었다.

6. 실내화를 착용 시 단점으로는 신발 보관이 어려우며 들고 이동 시 무겁다(휴대의 불편함). 실내화, 실외화 구분이 철저히 이루어지지 않아 청결치 못함(먼지). 사계절용 실내화로 인해 여름에는 답답하고 겨울에는 온도 차이를 느낄 수 있다 라는 의견이 조사되었다.

7. 소비자 실증분석을 위한 최종 감성 형용사 분석 결과는 [표 4]와 같다. 감성적 스타일을 유지하며 멋지고, 편안하고 튼튼하며, 기능적인 스타일을 선호한다는 결과가 유출되었다.

[표 4] 최종 감성 형용사 분석

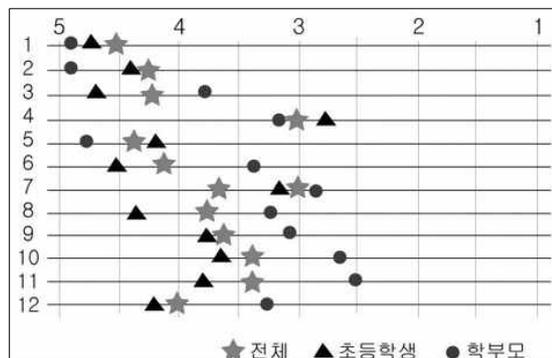
5점 척도: 0 3.90이상, △ 3.8-3.4, X 3.30이하

	형용사	전체	학생	학부모
1	편안하다	0	0	0
2	튼튼하다	0	0	0
3	멋지다	0	0	△
4	단조롭다	X	X	X
5	기능적	0	0	0
6	웃과 조화롭다	0	0	X
7	울동적	X	X	X
8	개성적	△	0	X
9	친근	△	△	X
10	독특	△	△	X
11	화려	△	△	X
12	감성적이다	0	0	△

총 12개의 감성 형용사 중 편안하다, 튼튼하다, 멋지다가 초등학생 조사결과 중 가장 많은 비중을 차지하였다. [표 4]의 내용을 도표로 정리하면 [표 5]와 같다.

[표 5] 실내화의 감성 형용사 5점 척도

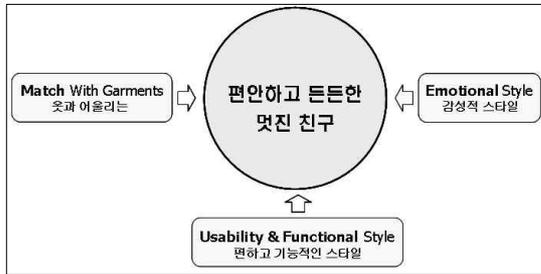
0 3.90이상, △ 3.8-3.4, X 3.30이하



전체적으로 높은 선호도를 나타내는 감성 형용사는 편안하다, 튼튼하다, 멋지다, 기능적이다, 감성적이

다이며, 초등학생의 높은 선호도의 감성 형용사는 편안하다, 튼튼하다, 멋지다, 개성적이다, 감성적이다였다. 학부모의 결과는 편안하다, 튼튼하다, 기능적이다 등 실내화의 기능성에 높은 결과가 분석되었다.

기능성은 사계절용의 통풍이나 흡수성이 관한 기능의 개선을 실내화 자체에 흥미요소를 부여하기를 또, 단순한 기능의 추가로 활동성 강화를 원하였으며 디자인 측면에서는 개인이 꾸며가는 실내화 페인팅으로 교육효과, 실내화만 생각하기보다는 패키지 디자인을 고려하기를, 접합부 부분의 구조적인 문제가 개선되기를 바라는 결과가 나왔으며, 기타사항으로는 휴대성에 대한 제고와 학생과 부모가 요구하는 적정치에 대한 고찰, 부모는 기능성과 자녀의 건강을 바라고 학생은 미관을 중요시하는 서로의 needs를 잘 파악하였으면 하는 결과가 도출되었다.



[그림 13] 실내화의 핵심 소비자 감성 요소

위의 조사 결과를 토대로 핵심 감성요소를 정리하면 [그림 13]과 같다. 옷과 어울리고 감성적 스타일을 만족시키며 편하고 기능적인 스타일로 편안하고 튼튼한 멋진 친구로 함께 할 수 있는 감성요소들을 원하였다.

5. 결론 및 제언

현재의 실내화에 대해 만족도는 평균 63% 정도의 만족율을 얻을 수 있었다. 학생의 33%가 기능성에 대한 불만을, 학부모의 50%가 기능성에 대한 불만을 가지고 있었으며 두 집단 모두 27%이상 디자인에 대한 불만을 두 번째로 제시하였다. 실내화를 다시 구입하는 이유에 대한 항목에서는 학생은 성장으로 인한 이유를 57%로, 학부모들은 제품의 파손에 의한 재 구입을 60%로 조사되었다. 실내화를 구입할 때 중요하게 생각하는 요소에 대한 항목에 대한 답변은 학생의 44%는 부모님의 선택을 38%는 착용감을 13%는 디자인으로 조사되었고, 학부모의 70%는 착용감으로 대표 하는 기능성을 최고 요소로 꼽았으며 디자인을 20%로 조사되었다. 실내화를 착용하는 이유로는 실내 환경 청결함 유지가능, 미끄럼 방지, 차가운 바닥과 유

해물질로 발 보호, 학생들 간의 통일감 조성으로 조사되었다. 실내화를 착용 시 단점으로는 신발 보관과 휴대의 불편함, 실내화, 명확한 구분사용 부족으로 청결상태미비, 사계절용 실내화로 계절에 따른 온도 차이를 느낄 수 있다 라는 의견이 조사되었다.

소비자 실증분석을 위한 최종 감성 형용사 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 옷과 어울리고, 둘째, 감성적 스타일을 유지하며 셋째, 편안하고 튼튼한 기능적인 스타일을 선호한다는 결과로 분석되었다. 편안하고 튼튼한 멋진 친구와 같은 실내화제품을 원한다는 결론이다. 초등학생의 높은 선호도의 감성 형용사는 편안하다, 튼튼하다, 멋지다, 개성적이다, 감성적이다이고, 학부모의 결과는 편안하다, 튼튼하다, 기능적이다 등 실내화의 기능성에 높은 결과가 분석되었다.

본 연구를 통해 실내화디자인은 기능적인 측면과 미용적인 측면 모두 중요하며 또한 감성적요소를 추구한다는 것을 알 수 있었다. 이러한 기능을 도와주기 위한 신발류를 제작하기 위해서는 그들이 원하는 감성을 상승시키는 요소에 대하여 정확하게 파악하고 있어야 됨을 확인할 수 있었다.

본 연구의 실증분석 결과를 토대로 실내화 디자인 개발에 적용한다면 보다 실용적이고 차별화된 제품을 창조할 것으로 사료되며 본 논문은 실내화에 대한 실증 자료를 제시하기위한 자료로 의의가 있다고 사료된다.

참고문헌

- 1) 강재태 외.(2003). '진로지도의 이론과 실제', 교육과학사.
- 2) 김영기.(1987). '시각디자인론', (미간행), 제4부.
- 3) 김상률.(2001). 전략적 브랜드 네이밍 개발에 관한 연구, 경희대학교 석사학위 청구논문.
- 4) 김정구 역.(1999). '필립고틀러의 미래형 마케팅', 세종연구원.
- 5) 김철순, 정명희.(2001). 양말소재별 인체생리적 반응 및 주관적 감각평가, 한국의류학회지.
- 6) 박규원, 구진순.(2003). '브랜드와 패키지디자인', 한양대학교 출판부.
- 7) 이기춘.(1999). '소비자 교육학', 서울: 교문사.
- 8) 이옥형.(1997). '아동발달', 서울: 집문당.
- 9) 이순종, 한국적 전통조형미의 세계화 방향, 한국공예 19호.
- 10) 이정순.(1982). 신발과 보행과의 관계, 창원경상전문대학 논문집.
- 11) 장옥선.(2005). 포장디자인의 브랜드이미지에 관한 연구, 한국패키지디자인학회.
- 12) 정영옥, 박신정.(1995). 보행시 신발이 인체의 온

- 열생리반응에 미치는 영향, 한국온열환경학회지.
- 13) 정옥분.(2003). '아동발달의 이론', 서울: 학지사.
 - 14) 한석우.(1991). '입체조형', 미진사.
 - 15) Langlois, Judith H. and Lori A. Roggman. (1990). Attractive Faces Are Only Average, 1(March).
 - 16) National Shoe Retailers Association, Professional Shoe Fitting, (1984)
 - 17) R.M.Thomas, 백운학 역.(1993). '아동발달의 제이론', 교육과학사.
 - 18) 매일경제신문(www.mk.co.kr), 마케팅 뉴스, 2006.
 - 19) 매경이코노미 제 1523호(09년 9월 16일자)