

국내 여성전용신용카드의 비주얼이미지 선호도 연구

Study on Visual Image of Credit Cards Made Exclusively for Women

주저자 : 홍선미

성균관대학교 디자인사이언스 연구소

Hong, Sun-Mi

Design Science Institute

교신저자 : 이경현

성균관대학교 예술학부 디자인학과 교수

Lee, Kyoung-Hyeon

Sungkyunkwan University

1. 서론

1.1 연구목적 및 방법

2. 이론적 배경

2.1 신용카드의 정의

2.2 신용카드의 기능

2.3 신용카드 디자인

2.4 여성전용신용카드

3. 여성전용신용카드의 그래픽이미지 사례분석

3.1 분석대상 및 분석방법

3.2 분석기준

3.3 그래픽이미지 사례분석

3.4 사례분석결과

3.5 연구가설의 설정

4. 설문조사 방법 및 결과분석

4.1 조사대상 및 방법

4.2 일반적 특성 결과분석

4.3 선호하는 메인이미지 결과분석

4.4 선호하는 메인이미지 유형별 결과분석

4.5 선호하는 메인컬러 결과분석

4.6 선호하는 메인컬러 유형별 결과분석

5. 결론

5.1 연구의 한계

참고문헌

논문요약

지불수단으로서의 편리성과 효율성으로 신용카드 시장은 포화상태에 이르게 되었다. 카드사간 치열한 경쟁구도로 서비스의 차이에 한계를 보이고 있으며 이러한 상황에서 신용카드사의 디자인 영역이 크게 중요시되면서 하나의 경쟁요소로 자리잡았다. 시대가 변할수록 여성소비자들은 신용카드의 기능외에도 미적인 부분에 영향을 받으며 새로운 디자인을 추구하고 있다.

이에 본 연구는 국내 신용카드사의 여성전용신용카드 그래픽이미지에 따른 여성소비자의 태도를 분석

하였다. 국내 신용카드사의 여성전용신용카드 디자인 현황과 선호하는 디자인을 비교분석한 결과 서로 일치하지 않는 점들이 많은 것으로 나타났다. 여성소비자는 그래픽이미지에서 패턴강조 형태를 가장 선호하였으며 패턴중에서도 꽃잎을 반복적으로 사용한 자연 이미지패턴형에 대한 선호도가 높으며, 컬러는 붉은 계열을 가장 선호하였고 붉은계열중에서도 자주색을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 여성을 대상으로한 설문조사 분석결과 연령별과 직업별에서는 약간씩의 차이만 있을 뿐 크게 다르게 나타나지 않았다.

본 연구 결과를 통해 국내 신용카드사의 여성전용신용카드 그래픽이미지의 중요성을 인식하고 향후 제작방향과 디자인 발전에 필요한 참고 자료로 제공하고자 한다.

주제어

여성전용카드, 신용카드 디자인, 신용카드 컬러

Abstract

Marketing activities focused on corporate advertising are the most important element to banks, representative services enterprise. Corporate advertising of domestic banks has shown a relatively passive form compared with that of other industries in intervention and regulation of government before the financial crisis. However, After the financial crisis, advertising of banks has shown a significant change in message strategy. According to trends in M&A and the integration of holding companies between banks, corporate advertising of banks has become a more important position.

This study analyzed corporation advertising of domestic banks faced with rapid change in banking market. Comparison with consumer's minds before and after watching the advertising of banks revealed that the corporation advertising of domestic and foreign banks aimed for different images. The consumers preferred emphasizing on safety and profitability of bank and a mixed form of an emotional type and a rational type in corporation advertising of banks. In terms of expression case, it was demonstrated that consumers think positively emphasizing on using both model and symbolic materials in advertising. In addition, because of friendly image, consumers considered ordinary person more favorable for advertising model than famous person and using of new symbolic materials of each

bank was preferred. Age rarely influenced the results of poll due to distinctiveness of the bank industry.

It is expected that this study lead to positive impact on corporation image by suggesting appropriate direction of expression method and marketing.

keyword

Credit card for women, Credit card design, Color of credit card

1. 서론

1.1 연구목적 및 방법

신용카드는 20세기 최고의 발명품으로 꼽힌다. 신용사회의 정착을 위해 도입된 신용카드는 우리 생활에서 빼놓을 수 없는 지불수단의 하나로 자리잡았다.

카드사의 경쟁으로 인한 포인트나 할인혜택이 별반 다르게 없어지자 카드업계는 신용카드디자인에도 많은 노력을 기울이고 있다.

신용카드 소지자들은 디자인을 예술작품처럼 생각하며 소지하고 싶어하는 심리가 높아지고 있다. 모든 신용카드사에서는 여성들을 타겟으로 한 여성전용신용카드를 하나씩 내놓고 있지만 여심을 사로잡을 만한 디자인은 부족한 실정이고 지속적인 연구와 검토가 필요하다고 볼 수 있다.

2010년 여신금융협회에 따르면 우리나라 경제활동인구 1인당 4.7매의 신용카드를 보유하고 있고, 이는 신용카드사태 직전인 2002년 4.6매를 웃도는 사상최다기록으로 지난해 경제활동인구는 2,475만명, 발급카드는 1억1,659만장에 달했다고 한다.

우리나라 20-30대 여성은 남성보다 카드 이용률이 높은 반면 연체율이 낮아 각 업계에서 최우량 고객으로 자리잡고 있다. 여성의 사회적 지위와 경제적 능력이 커졌을 뿐 아니라 소비시장, 나아가 사회문화의 특성이 점점 여성 선호형으로 변하고 있다. 정치, 사회, 경제, 문화 등 여러 영역에 걸친 여성의 역할 증대는 이미 마케팅의 한 축으로서 여성을 근본적으로 탐구하는 영역을 마련해 놓았다. 수직적, 권위적, 투쟁적인 남성적 문화가 수평적, 관계 중심적, 인간적인 여성적 문화로 변화하면서 여성전용상품, 가사노동을 도와주는 서비스 등이 등장하고 모든 상품이 감성화되고 기업문화도 여성화되고 있다.

신용카드업계도 여성전용신용카드를 출시하며 그 기능뿐만이 아니라 디자인 면에서도 사회와 시대에 맞게 발전되어 왔다. 국내에서 발급되고 있는 여성전용신용카드를 살펴보면 형태나 재료, 유명 디자이너

의 작품, 친근하고 유연한 느낌을 주는 캐릭터상품 등 여성의 눈을 유혹하고 감성을 자극하고 있다.

본 연구의 조사방법과 내용은 국내 신용카드사를 중심으로 신용카드의 그래픽 이미지를 조사, 분석하고 사용자 계층별 선호하는 그래픽 이미지를 파악하여 디자인함으로써 여성에게 선호도가 높은 여성전용신용카드의 그래픽이미지 유형을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 신용카드의 정의

신용카드라는 용어는 미국의 에드워드벨라미(Edward bellami)가 1888년 발간된 그의 저서 「Looking Backward」에서 화폐없이 모든 생필품의 구입 및 소비 생활을 위한 지불수단을 '신용카드(Credit Card)'라고 정의함으로써 처음 사용되었다.

우리생활에 깊숙이 파고든 신용카드는 신용사회의 기반을 조성하고 소비자의 금융편의를 도모함으로써 국민경제의 발전에 이바지할 목적으로 설립된 신용카드업자가 발행한 카드를 말한다. 신용카드 업법에서는 이를 상환함이 없이 제시함으로써 반복하여 물품의 구입 또는 용역의 제공을 받을 수 있는 증표로서 신용카드업자가 발행한 것을 신용카드라고 정의하고 있다.

또한 사전에 의하면, '고객이 상품이나 서비스를 먼저 받고, 나중에 그 값을 고객의 예금계좌에서 자동적으로 갚게하는 신용거래에서 고객의 신분과 계좌를 확인해주는 작은 플라스틱 조각'이라고 정의 내릴 수 있다.

요약해서 말하자면 신용카드란 '발급회사가 신청인 중 일정한 자격요건을 갖춘 신청인에게 카드를 발급해주고, 상품이나 서비스를 판매하는 가맹점과는 일정한 내용의 계약을 체결하며 이때 카드 소지자가 신용을 이용하여 가맹점에서 상품이나 용역을 구매하면 카드발급회사는 그 대금을 미리 결제해주고 일정기간 경과 후 카드회원으로부터 물품의 대금을 회수하는 것으로 신용보증과 동시에 지급수단'이라고 볼 수 있다.

2.2 신용카드의 기능

오늘날 '제 3의 통화' 또는 '플라스틱 머니'라고 불리는 신용카드의 기능은 크게 기본적인 기능과 부수적인 기능으로 대별된다. 기본적인 기능으로는 지불기능, 신분표시기능, 소비자신용기능 등이 있으며, 부수적인 기능으로는 정보수집기능, 우대기능, 외환기

능, 액세서리기능 등이 있다.

1) 지불기능

지불기능은 신용카드의 가장 기본적인 기능으로 신용카드의 지불기능은 현금이나 수표를 대체할 수 있으며 편리하게 지급할 수 있다.

현금을 사용할 시에는 도난이나 관리의 불편함이 따르지만 신용카드는 전국 어디에서나 간편하게 이용할 수 있고 분실 등을 최소화할 수 있다는 장점이 있다.

2) 신분표시기능

신용카드는 일정한 자격을 구비하고 있는 자에게만 발행되므로 카드의 정당한 소지자는 신분을 입증할 수 있다. 또한 사진과 개인의 모든 정보를 함께 입력한 카드의 등장으로 명의자의 신분 증명기능을 더욱 확대 시키고 있다.

최근에는 플래티늄 카드가 대중화되면서 인피니트카드나 다이아몬드카드 등 더 높은 가치의 카드를 만들기 위해 카드사들이 정성을 쏟고 있다. 이는 신용카드의 신분표시기능에 기인한 것이다.

3) 소비자신용기능

신용카드 업법의 목적에서와 같이 신용카드는 신용사회의 기반을 조성하기 위하여 도입된 제도이므로 물품의 구입이나 용역을 제공받은 후 일정기간이 지나면 회원과 은행이 정한 지급 결제 일에 결제하는 지급유예, 즉 일시적 외상거래를 회원에게 공여하는 신용창출의 기능이다.

4) 우대기능

신용카드의 우대기능은 신용카드를 이용함으로써 상품의 할인, 부가서비스 제공 등 일반 고객에 비해 유리한 서비스를 누릴 수 있는 기능이다.

또한 신용카드 소득공제 제도를 실시하는 등 카드 이용고객에게 많은 혜택을 주고 있다.

5) 외환기능

신용카드는 해외에서도 이용할 수 있기 때문에 외환으로서의 역할을 수행할 수 있다. 해외여행 시 현금이나 여행자수표를 표시통화 이외의 국가에서 이용하려면 그 국가의 통화로 교환해야 하지만, 신용카드는 사용국의 통화로 구매하고 이후에 원화로 결제하면 된다.

6) 액세서리기능

현대사회는 물건들이 기능적 의미를 넘어 가치를 갖는다고 생각한다. 이렇듯 유명한 디자이너가 디자인한 카드를 소지함으로 유명디자인 상품을 소장할 수 있고, 단순한 결제수단을 넘어 본인의 개성을 표시하는 도구로 활용되고 있다.

2.3 신용카드 디자인

신용카드업에서 디자인은 무형의 상품 내용을 유형의 시각적 수단을 활용하여 보기 좋게 전달하는 것으로 1차원 디자인의 수준에서 벗어나 소비자를 의식하기 시작하면서 2차원 디자인으로의 일보를 내딛고자 하는 움직임을 볼 수 있다.

신용카드의 사용 확대에 따라 고객의 선호도, 라이프스타일, 제휴업체의 성격 및 소비자 특성을 분석해야 하며 색채, 재질, 조형원리등을 활용한 다양한 디자인의 이미지를 형성해 나갈 필요가 있다. 정확한 소비자 취향에 대한 예측 및 그에 어필 가능한 국제적 감각의 디자인이 필수적이 되었다.

신용카드디자인을 통하여 상품의 이미지와 기업의 아이덴티티를 타사와 차별화 하므로써 단순한 지불수단이 아닌 지갑속을 장식할 수 있는 새로운 미의 매개물이 되어야 한다.

우리나라도 공업진흥원에서 신용카드의 KS규격을 제정해 놓고 있으며 카드디자인은 앞면 우측부분에 마스터 및 비자로그와 홀로 그램, 카드사로그, 하단부분에 양각되는 문자등을 제외한 공간에는 제휴사 로고 및 브랜드 이름과 이미지를 이용한 디자인이 가능하다.

2.4 여성전용신용카드



[그림 1] 최초의 여성전용신용카드, LG레이디카드

여성전용신용카드는 여성들의 소비패턴에 맞게 서비스를 제공하는 카드를 말한다. LG카드에서 1992년 최초로 여성전용카드인 'LG레이디카드'를 출시하였지만 부가서비스나 혜택이 다양하지 않았으며 제휴카드가 급격히 늘어나면서 환영받지 못하였으나 1999년 'LG레이디카드'는 여성들을 위한 혜택을 패키지화하며 여성고객에게 많은 비중을 두게 되었다.

여성들의 사회참여 활동이 활발해지면서 소비의 주역으로 떠오르며 소비주체이자 유행을 창조하는 경제활동의 주체로서 여성이 부상하고 있다.

최근에도 각 카드사들마다 다양한 여성전용신용카드를 선보이고 있으며, 주로 여성의 소비가 많은 백화점의 할부혜택이나 서비스 분야의 할인 혜택을 강조하고 있다.

3. 여성전용신용카드의 그래픽이미지 사례분석

3.1 분석대상 및 분석방법

분석대상은 국내 신용카드회사의 전업계카드사와 겸영은행으로 분류하여 전업계카드사중 여성전용신용카드를 발급하는 비씨, 신한, 하나SK, KB국민, 삼성, 현대를 선정하였고 겸영은행카드사로는 경남, 기업, 농협, 대구, 우리, SC제일, 전북, 광주, 외환을 선정하였다. 총 80개의 여성전용신용카드 중 중복되는 디자인의 신용카드 17개를 제외하였으며 총 63개의 여성전용신용카드의 이미지와 컬러를 분석하였다.

분석방법은 2011년 10월 각 신용카드사의 홈페이지에 나와있는 여성전용신용카드 카테고리의 이미지를 기준으로 신용카드사 별로 나누어 특징을 파악하고 디자인 현황을 분석하여 설문조사를 통한 그래픽 이미지와 컬러의 선호도를 연구하였다.

3.2 분석기준

국내 여성전용신용카드사의 그래픽이미지 표현방법을 알아보기 위해 [표 1]의 메인이미지와 [표 2]의 메인컬러를 기준으로 세분화하여 분석한다.

본 연구에서 사용된 조작적 정의는 문헌연구를 토대로 하여 연구내용의 특성에 맞게 수정하였다.

메인 이미지	그래픽강조형	심볼이미지형	
		단순그래픽이미지형	
	패턴강조형	자연이미지패턴형	
		그래픽패턴형	
		기하학적패턴형	
	일러스트강조형	자연물이미지형	
캐릭터 이미지형		여성테마형	캐릭터형

[표 1] 메인이미지 분류

메인 컬러	붉은색계열	보라, 자주, 빨강, 주황, 노랑
	푸른색계열	연두, 초록, 청록, 파랑, 남색
	무채색계열	명도(N1, N5, N7, N9, N9.5)
	파스텔계열	자주, 노랑, 초록, 남색, 보라

[표 2] 메인컬러 분류

3.3 그래픽이미지 사례분석

1) 메인이미지

그래픽 강조형	심볼이미지형	
	단순그래픽 이미지형	

[표 3] 메인이미지 - 그래픽강조형

그래픽강조형에는 기업의 이미지를 나타내는 심볼이미지형과 원과 선을 사용하여 단순한 그래픽을 표현한 단순그래픽이미지형의 두가지 형태로 구분하였다.

패턴 강조형	자연이미지 패턴형	
	그래픽 패턴형	
	기하학적 패턴형	

[표 4] 메인이미지 - 패턴강조형


패턴강조형에는 꽃잎을 사용한 자연이미지패턴형과 추상적인 그래픽을 사용한 그래픽패턴형, 기하학적인 도형을 사용한 기하학적패턴형 세가지형태로 구분하였다.

일러스트 강조형	자연물 이미지형	
	캐릭터 이미지형	여성테마형
캐릭터형		

[표 5] 메인이미지 - 일러스트강조형


일러스트강조형에서는 꽃과 식물 등의 일부분을 사용한 자연물이미지형과 캐릭터를 사용한 캐릭터이미지형으로 구분되며 캐릭터이미지형에는 여성의 이미지를 나타낸 여성테마형과 귀여운 캐릭터를 나타낸 캐릭터형으로 구분하였다.

2) 메인컬러

붉은색계열	
-------	---


[표 6] 메인컬러 - 붉은색계열

붉은색계열에서 세부적인 컬러로 분류하면 보라, 자주, 빨강, 주황, 노랑의 5단계로 구분할 수 있다.

푸른색계열	
-------	---

[표 7] 메인컬러 - 푸른색계열

푸른색계열에서 세부적인 컬러로 분류하면 연두, 초록, 청록, 파랑, 남색의 5단계로 구분할 수 있다.

무채색계열	
-------	---

[표 8] 메인컬러 - 무채색계열

무채색계열에서 세부적인 컬러로 분류하면 검정, 저명도회색, 중명도회색, 고명도회색, 흰색의 5단계로 구분할 수 있다.

파스텔계열	
-------	---

[표 9] 메인컬러 - 파스텔색계열

파스텔계열에서 세부적인 컬러로 분류하면 자주, 노랑, 초록, 남색, 보라의 5단계로 구분할 수 있다.

3.4 사례분석결과

메인 이미지	그래픽강조형(16)	심볼이미지형(10) > 단순그래픽강조형(6)
	패턴강조형(16)	기하학적패턴형(7) > 자연이미지패턴형(5) > 그래픽패턴형(4)
	일러스트강조형(31)	자연물이미지형(17) > 여성테마형(10) > 캐릭터형(4)

[표 10] 분석결과표 - 메인이미지

메인 컬러	붉은계열(24)	자주(8) > 주황(7) > 빨강, 보라(4) > 노랑(1)
	푸른계열(9)	남색(3) > 청록, 파랑(2) > 연두, 초록(1)
	파스텔계열(18)	자주(7) > 노랑(6) > 초록(2) > 보라, 남색(1) (주황(1)제외)
	무채색계열(12)	흰색(5) > 검정(4) > 저명도회색, 중명도회색, 고명도회색(1)

[표 11] 분석결과표 - 메인컬러

분석결과 메인이미지에서는 일러스트강조형이 가장 많이 사용하고 있었으며 그래픽강조형과 패턴강조형은 동일하게 나타났다. 일러스트강조형중에서도 자연물이미지형 > 여성테마형 > 캐릭터형의 순서로 가장 많았으며 그래픽강조형은 심볼이미지형 > 단순그래픽강조형의 순서로, 패턴강조형은 기하학적패턴형 > 자연이미지패턴형 > 그래픽패턴형의 순서로 가장 많이 나타났다.

메인컬러에서는 붉은계열을 가장 많이 사용하고 있었으며 파스텔계열 > 무채색계열 > 푸른계열의 순서로 나타났다. 붉은계열에서는 자주 > 주황 > 빨강, 보라 > 노랑, 파스텔계열에서는 자주 > 노랑 > 초록 > 보라, 남색, 무채색계열에서는 흰색 > 검정 > 저명도회색, 중명도회색, 고명도회색, 푸른계열에서는 남색 > 청록, 파랑 > 연두, 초록의 순서로 가장 많이 나타났다.

그래픽강조형	심볼이미지형(10)	우리카드(3) > 하나SK카드(2) > 삼성카드, 외환카드, 현대카드, 전북카드, KB국민카드(1)
	단순그래픽강조형(6)	KB국민카드(2) > 삼성카드, 신한카드, 외환카드, 하나SK카드(1)
패턴강조형	기하학적패턴형(7)	하나SK카드(3) > 기업카드(2) > 삼성카드, 우리카드(1)
	자연이미지패턴형(5)	기업카드(4) > 삼성카드(1)
	그래픽패턴형(4)	하나SK카드(4)
일러스트강조형	자연물이미지형(17)	KB국민카드(7) > 기업카드, 비씨카드, 삼성카드, 신한카드, 하나SK카드(2)
	여성테마형(10)	KB국민카드, 농협카드(2) > 광주카드, 비씨카드, 외환카드, 우리카드, 전북카드, 하나SK카드(1)
	캐릭터형(4)	우리카드(2) > 기업카드, 하나SK카드(1)

[표 12] 카드순위별 분석결과표 - 메인이미지

붉은계열	보라(3)	기업카드, 하나SK카드, KB국민카드(1)
	자주(9)	KB국민카드(3) > 외환카드(2) > 비씨카드, 삼성카드, 우리카드, 하나SK카드(1)

	빨강(4)	외환카드, 삼성카드, 신한카드, 하나SK카드(1)
	주황(6)	하나SK카드(3) > KB국민카드(2) > 기업카드(1)
	노랑(2)	KB국민카드, 기업카드(1)
푸른계열	연두(1)	기업카드(1)
	초록(1)	하나SK카드(1)
	청록(2)	KB국민카드, 기업카드(1)
	파랑(3)	하나SK카드, 기업카드, KB국민카드(1)
파스텔계열	남색(3)	우리카드(2) > 광주카드(1)
	자주(7)	삼성카드(3) > 비씨카드, 우리카드, 전북카드, 하나SK카드(1)
	노랑(6)	하나SK카드(4) > 신한카드, 우리카드(1)
	초록(2)	농협카드, 하나SK카드(1)
	남색(1)	KB국민카드(1)
무채색계열	보라(1)	농협카드(1)
	검정(4)	기업카드, 삼성카드, 신한카드, KB국민카드(1)
	저명도회색(1)	우리카드(1)
	중명도회색(1)	기업카드(1)
	고명도회색(1)	KB국민카드(1)
	흰색(5)	하나SK카드(2) > 비씨카드, 우리카드, 현대카드(1)

[표 13] 카드사별 분석결과표 - 메인컬러

카드사별 메인이미지 분석결과 그래픽강조형의 심볼이미지형에서는 우리카드, 단순그래픽강조형에서는 KB국민카드가 가장 많이 나타났다. 패턴강조형의 자연이미지패턴형에서는 기업카드, 기하학적패턴형과 그래픽패턴형에서는 하나SK카드에서 가장 많이 나타났다. 일러스트강조형의 자연물이미지형과 여성테마형에서는 KB국민카드, 캐릭터형에서는 우리카드가 가장 많이 나타났다.

메인컬러 분석결과 붉은계열의 보라는 기업카드, 하나SK카드, KB국민카드, 자주는 KB국민카드, 빨강은 외환카드, 삼성카드, 신한카드, 하나SK카드, 주황은 하나SK카드, 노랑은 KB국민카드, 기업카드에서 가장 많이 나타났다. 푸른계열의 연두는 기업카드, 초록은 하나SK카드, 청록은 KB국민카드, 기업카드, 파랑은 하나SK카드, 기업카드, KB국민카드, 남색은 우리카드에서 가장 많이 나타났다. 파스텔계열의 자주는 삼성카드, 노랑은 하나SK카드, 초록은 농협카드, 하나SK카드 남색은 KB국민카드, 보라는 농협카드에서 가장 많이 나타났다. 무채색계열의 검정은 기업카드, 삼성카드, 신한카드, KB국민카드, 저명도회색은 우리카드, 중명도회색은 기업카드, 고명도회색은 KB국민카드, 흰색은 하나SK카드에서 가장 많이 나타났다.

3.5 연구가설의 설정

본 연구에 앞서 여성전용신용카드 그래픽이미지를 메인이미지와 메인컬러로 나누어 분석하였고 카드사마다 디자인이 디자이너의 주관에 따라 천차만별인 것을 알 수 있었다. 여성소비자들은 신용카드디자인에 매우 민감하며 신용카드사의 특수성을 고려하여 여성소비자들이 선호하는 여성전용신용카드 그래픽이미지는 무엇인지에 관한 연구가설을 설정한다.

여성의 연령과 직업별 선호도의 차이를 분석하여 현재 발급되는 여성전용신용카드 그래픽이미지의 선호도와 일치하는가에 관해 알아보려고 한다.

<연구가설 1> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 메인이미지에서는 일러스트강조형을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 2> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 그래픽강조형 그룹에서는 심볼이미지형을 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 3> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 패턴강조형 그룹에서는 기하학적패턴형을 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 4> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 일러스트강조형 그룹에서는 자연물이미지형을 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 5> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 메인컬러 중 붉은계열을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 6> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 붉은계열의 컬러에서는 자주/red-purple : vivid를 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 7> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 푸른계열의 컬러에서는 남색/purple-blue : vivid를 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 8> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 무채색계열의 컬러에서는 흰색/N9.5을 더욱 선호할 것이다.

<연구가설 9> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 파스텔계열의 컬러에서는 자주/red-purple : pale를 더욱 선호할 것이다.

4. 설문조사방법 및 결과분석

4.1 조사대상 및 방법

본 연구의 분석대상은 20대에서 50대이상의 여성을 대상으로 여성전용신용카드 그래픽이미지의 선호

도를 알아보고자 한다.

본 설문은 성인 210명을 대상으로 하여 설문을 실시하였고 본인이 직접 설문지의 항목을 체크하는 자기기입식으로 실시한다. 조사기간은 2011년 11월 11일부터 2011년 11월 18일까지 약 1주일간 실시되었으며, 수집결과 총 210부로 분석을 실시하였다. 설문조사의 대상은 20대 72부, 30대 35부, 40대 60부, 50대 이상 43부로 집계되었다.

응답자의 설문내용을 분석하기 위해 빈도분석(frequency analysis)과 교차분석(crosstabulation)을 이용해 분석하였으며, 연구의 실증분석은 모두 유의수준 $p < .05$ 에서 연구검증을 채택하도록 하였다. 통계처리는 SPSS (PASW) Statistics 18 프로그램을 사용하여 분석하였다.

본 설문조사는 여성전용신용카드 이미지 선호도와 컬러 선호도를 분석하여 여성소비자의 심리상태를 검증하기로 한다.

구분	분류		
일반적사항	연령		
	직업		
	신용카드 소지여부		
	여성전용신용카드 소지여부		
	여성전용신용카드의 그래픽이미지 중요도		
메인이미지 지 선호도	메인이미지 지 선호도	그래픽강조형	
		패턴강조형	
		일러스트강조형	
	메인이미지 지 유형별 선호도	그래픽 강조형	심볼이미지형
			단순그래픽이미지형
		패턴 강조형	자연이미지패턴형
			그래픽패턴형
			기하학적패턴형
		일러스트 강조형	자연물이미지형
	여성테마형		
캐릭터형			
메인컬러 선호도	붉은색계열		
	푸른색계열		
	무채색계열		
	파스텔계열		
메인컬러 유형별 선호도	붉은색 계열	보라	
		자주	
		빨강	
		주황	
	푸른색 계열	노랑	
		연두	
		초록	
		청록	

무채색 계열	파랑
	남색
	검정
	저명도회색
	중명도회색
	고명도회색
파스텔 계열	흰색
	자주
	노랑
	초록
	남색
	보라

[표 14] 설문조사 항목

4.2 일반적 특성 추정결과

위에서 보는 바와 같이 응답자의 일반적 사항에 대해 살펴보면 연령대는 20대 34.3%, 30대 16.7%, 40대 28.6%, 50대이상 20.5%로 20대가 가장 많았으며 30대가 가장 적게 구성되어 있다. 직업별 구성은 직장인이 51.9% 가장 높게 나타났으며 대학원생이 17.1%로 가장 적게 나타났다. 이어서 주부 18.6%와 기타가 12.4%로 집계되었다.

구분	분류	빈도(명)	백분율(%)
연령별	20대	72	34.3
	30대	35	16.7
	40대	60	28.6
	50대이상	43	20.5
직업별	직장인	109	51.9
	대학원생	36	17.1
	주부	39	18.6
	기타	26	12.4
합계		210	100.0

[표 15] 조사대상의 일반적 특성

4.3 선호하는 메인이미지 결과분석

<연구가설 1> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 메인이미지에서는 일러스트강조형을 가장 선호할 것이다.

[표 17]의 여성소비자가 선호하는 메인이미지 강조형 그룹 선호도 중 패턴강조형 39.0%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 일러스트강조형 36.7%와 그래픽강조형 24.3%의 순으로 나타났다.

따라서 <연구가설 1>를 검증해보면 여성소비자는 일러스트강조형을 가장 선호할 것이라는 가설은 채택

되지 않았다. 여성전용신용카드 그래픽이미지 표현에 있어서 소비자가 선호하는 표현소재는 패턴을 강조한 형태이다.

구분		빈도수	비율(%)
메인이미지 디자인현황	그래픽강조형	16	25.3
	패턴강조형	16	25.3
	일러스트강조형	31	49.2
	합계	63	100.0

[표 16] 메인이미지강조형 디자인현황

구분		빈도수	비율(%)
메인이미지 선호도	그래픽강조형	51	24.3
	패턴강조형	82	39.0
	일러스트강조형	77	36.7
	합계	210	100.0

[표 17] 메인이미지강조형 디자인선호도

4.4 선호하는 메인이미지 유형별 결과분석

<연구가설 2> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 그래픽강조형 그룹에서는 심볼이미지형을 더욱 선호할 것이다.

[표 19]의 여성소비자가 선호하는 그래픽강조형 그룹 선호도 중 심볼이미지형이 66.5%, 단순그래픽 이미지형이 33.5%로 심볼이미지형이 더 선호되는 표현으로 선정되었다.

따라서 <연구가설 2>를 검증해보면 여성소비자는 심볼이미지형을 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되었다. 여성전용신용카드 그래픽이미지 표현에 있어서 소비자가 선호하는 표현소재는 심볼이미지형을 강조한 형태이다.

구분		빈도수	비율(%)
그래픽강조형	심볼이미지형	10	62.5
	단순그래픽 이미지형	6	43.8
	합계	16	100.0

[표 18] 메인이미지 유형별 디자인현황

구분		빈도수	비율(%)
그래픽강조형	심볼이미지형	140	66.5
	단순그래픽 이미지형	70	33.5
	합계	210	100.0

[표 19] 메인이미지 유형별 디자인선호도

<연구가설 3> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 패턴강조형 그룹에서는 기하하적패턴형을 더욱 선호할 것이다.

[표 21]의 여성소비자가 선호하는 패턴강조형 그룹 선호도 중 자연이미지패턴형 61.4%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 그래픽패턴형 26.6%와 기하하적패턴형 12.1%의 순으로 나타났다.

따라서 <연구가설 3>를 검증해보면 여성소비자는 기하하적패턴형을 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되지 않았다. 여성소비자는 기하하적패턴형보다 꽃잎 이미지를 반복적으로 강조한 자연이미지패턴형을 더 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분		빈도수	비율(%)
패턴강조형	자연이미지 패턴형	7	43.8
	그래픽패턴형	5	31.3
	기하하적패턴형	4	25.0
	합계	16	100.0

[표 20] 메인이미지 유형별 디자인현황

구분		빈도수	비율(%)
패턴강조형	자연이미지 패턴형	129	61.4
	그래픽패턴형	56	26.6
	기하하적패턴형	25	12.1
	합계	210	100.0

[표 21] 메인이미지 유형별 디자인선호도

<연구가설 4> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 일러스트강조형 그룹에서는 자연물이미지형을 더욱 선호할 것이다.

[표 23]의 여성소비자가 선호하는 일러스트강조형 그룹 중 자연물이미지형 46.2%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 여성테마형 31.9%와 캐릭터형 21.9%로 나타났다.

따라서 <연구가설 4>를 검증해보면 여성소비자는 자연물이미지형을 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되었다. 여성전용신용카드 그래픽이미지 표현에 있어서 소비자가 선호하는 표현소재는 자연물이미지형을 강조한 형태이다.

구분		빈도수	비율(%)
일러스트강조형	자연물이미지형	17	51.6
	여성테마형	10	32.3
	캐릭터형	4	12.9
	합계	16	100.0

[표 22] 메인이미지 유형별 디자인현황

구분	빈도수	비율(%)
----	-----	-------

일러스트강조형	자연물이미지형	97	46.2
	여성테마형	67	31.9
	캐릭터형	46	21.9
	합계	210	100.0

[표 23] 메인이미지 유형별 디자인선호도

4.5 선호하는 메인컬러 결과분석

<연구가설 5> 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 메인컬러 중 붉은계열을 가장 선호할 것이다.

[표 25]의 여성소비자가 선호하는 메인 컬러 중 붉은계열 56.7%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 푸른계열 18.1%와 파스텔계열 18.1%, 무채색계열 7.1%로 나타났다.

따라서 <연구가설 5>를 검증해보면 여성소비자는 메인컬러 중 붉은계열을 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되었다. 여성소비자는 푸른계열과 파스텔계열보다 붉은계열을 더 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분		빈도수	비율(%)
메인컬러 디자인현황	붉은계열	24	38.0
	푸른계열	9	14.0
	무채색계열	12	19.0
	파스텔계열	18	28.6
	합계	63	100.0

[표 24] 메인컬러 유형별 디자인현황

구분		빈도수	비율(%)
메인컬러 디자인선호도	붉은계열	119	56.7
	푸른계열	38	18.1
	무채색계열	15	7.1
	파스텔계열	38	18.1
	합계	210	100.0

[표 25] 메인컬러 유형별 디자인선호도

4.6 선호하는 메인컬러 유형별 결과분석

[표 27]의 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 붉은계열의 컬러에서는 자주/red-purple : vivid를 더욱 선호할 것이다.

여성소비자가 선호하는 붉은계열의 컬러 중 자주/red-purple : vivid 35.7%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 주황/yellow-red : vivid 24.3%과 빨강/red : vivid 20.5%, 보라/purple : vivid 12.9%, 노랑/yellow : vivid 6.7%로 나타났다.

따라서 <연구가설 6>를 검증해보면 여성소비자는 자주/red-purple : vivid를 가장 선호할 것이라는 가설은 채택되었다. 여성소비자는 자주/red-purple : vivid를 더욱 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분		빈도수	비율(%)
붉은계열	보라	4	16.7
	자주	8	33.3
	빨강	4	16.7
	주황	7	29.1
	노랑	1	4.2
	합계	24	100.0

[표 26] 메인컬러 유형별 디자인현황

구분		빈도수	비율(%)
붉은계열	보라	27	12.9
	자주	75	35.7
	빨강	43	20.5
	주황	51	24.3
	노랑	14	6.7
	합계	210	100.0

[표 27] 메인컬러 유형별 디자인선호도

[표 29]의 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 푸른계열의 컬러에서는 남색/purple-blue : vivid를 더욱 선호할 것이다.

여성소비자가 선호하는 푸른계열의 컬러 중 연두/green-yellow : vivid 49.5%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 초록/green : vivid 18.1%과 파랑/blue : vivid 16.7%, 남색/purple-blue : vivid 9.5%, 청록/blue-green : deep 6.2%로 나타났다.

따라서 <연구가설 7>를 검증해보면 여성소비자는 남색/purple-blue : vivid 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되지 않았다. 여성소비자는 남색/purple-blue : vivid 보다 연두/green-yellow : vivid를 더 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분		빈도수	비율(%)
푸른계열	연두	1	11.1
	초록	1	11.1
	청록	2	22.2
	파랑	2	22.2
	남색	3	33.3
	합계	9	100.0

[표 28] 메인컬러 유형별 디자인현황

구분	빈도수	비율(%)
----	-----	-------

푸른계열	연두	104	49.5
	초록	38	18.1
	청록	13	6.2
	파랑	35	16.7
	남색	20	9.5
	합계	210	100.0

[표 29] 메인컬러 유형별 디자인선호도

[표 31]의 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 무채색계열의 컬러에서는 흰색/N9.5을 더욱 선호할 것이다.

여성소비자가 선호하는 무채색계열의 컬러 중 고명도회색/N9 23.8%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 검정/N1 22.9%과 중명도회색/N7 21.9%, 흰색/N9.5 19.5%, 저명도회색/N5 11.9%로 나타났다.

따라서 <연구가설 8>를 검증해보면 여성소비자는 흰색/N9.5 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되지 않았다. 여성소비자는 흰색/N9.5 보다 고명도회색/N9을 더 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분	빈도수	비율(%)	
무채색계열	검정	4	25.0
	저명도회색	1	6.3
	중명도회색	1	6.3
	고명도회색	1	6.3
	흰색	5	31.3
	합계	12	100.0

[표 30] 메인컬러 유형별 디자인현황

구분	빈도수	비율(%)	
무채색계열	검정	48	22.9
	저명도회색	25	11.9
	중명도회색	46	21.9
	고명도회색	50	23.8
	흰색	41	19.5
	합계	210	100.0

[표 31] 메인컬러 유형별 디자인선호도

[표 33]의 여성소비자가 선호하는 여성전용신용카드의 파스텔계열의 컬러에서는 자주/red-purple : pale를 더욱 선호할 것이다.

여성소비자가 선호하는 파스텔계열의 컬러 중 보라/purple : pale 42.9%로 가장 선호되는 표현으로 선정되었다. 그 뒤를 이어 자주/red-purple : pale 22.9%와 남색/purple-blue : pale 18.6%, 초록/green : very-pale 11.0%, 노랑/yellow : very-pale 4.8%로 나타났다.

따라서 <연구가설 9>를 검증해보면 여성소비자는 자주/red-purple : pale 더욱 선호할 것이라는 가설은 채택되지 않았다. 여성소비자는 자주/red-purple : pale 보다 보라/purple : pale를 더 우선적으로 선호하는 것으로 해석된다.

구분	빈도수	비율(%)	
파스텔계열	자주	7	38.9
	노랑	6	33.3
	초록	2	11.1
	남색	1	5.6
	보라	1	5.6
	합계	18	100.0

[표 32] 메인컬러 유형별 디자인현황

구분	빈도수	비율(%)	
파스텔계열	자주	48	22.9
	노랑	10	4.8
	초록	23	11.0
	남색	39	18.6
	보라	90	42.9
	합계	210	100.0

[표 33] 메인컬러 유형별 디자인선호도

5. 결론

결과비교		
메인이미지 선호도	카드사 분석결과 일러스트강조형 > 그래픽강조형, 패턴강조형의 순이었으나 여성소비자는 패턴강조형 > 일러스트강조형 > 그래픽강조형의 순으로 선호함	
메인이미지 유형별 선호도	그래픽강조형과 일러스트강조형은 카드사 분석결과와 여성소비자 선호도가 일치하였으나 패턴강조형의 카드사분석결과 기하학적패턴형 > 자연이미지패턴형 > 그래픽패턴형이었으나 여성소비자는 자연이미지패턴형 > 그래픽패턴형 > 기하학적패턴형의 순으로 선호함	
메인컬러 선호도	카드사 분석결과 붉은계열 > 파스텔계열 > 무채색계열 > 푸른계열의 순이었으나 붉은계열 > 푸른계열, 파스텔계열 > 무채색계열의 순으로 선호함	
메인컬러 유형별 선호도	붉은색계열	가장 높은 선호도를 보인 자주와 가장 낮은 선호도를 보인 노랑은 시장현황과 어느정도 일치함
	푸른색계열	가장 높은 선호도를 보인 연두는 가장 적은 반면 가장 많은 현황을 보인 남색을 가장 적게 선호함
	무채색계열	가장 높은 선호도를 보인 고명도회색이 가장 낮은 현황을 보임

	파스텔계열	가장 높은 선호도를 보인 보라가 가장 적게 제작됨
--	-------	-----------------------------

[표 34] 카드사 제작현황과 설문조사 선호도 결과 비교

현재 카드사의 여성전용신용카드 그래픽이미지를 분석한 결과 여성소비자가 선호하는 그래픽이미지와 상당한 차이가 있음을 알 수 있었다.

여성소비자는 일러스트를 강조한 형태보다는 패턴을 강조한 형태를 더 선호하였고, 컬러에서의 붉은 색계열 선호도는 시장현황과 어느정도 일치하였지만 푸른색계열, 무채색계열, 파스텔계열에서는 일치하지 않는 것으로 나타났다. 여성소비자들은 무채색계열보다는 푸른색계열을 더 선호하였다.

카드사는 일러스트를 강조한 형태보다는 패턴을 강조한 형태를 더 많이 강조해야 할 것이며, 푸른색계열에서는 연두를 무채색계열에서는 고명도회색을 파스텔계열에서는 보라를 선택하여 추구하는 것이 필요하다.

5.1 연구의 한계

본 연구에서는 여성전용신용카드 그래픽이미지 표현에 대해 알아보고자 국내신용카드의 시장현황과 더불어 그래픽이미지 현황을 분석한 후, 정립된 가설의 상관관계를 분석하기 위해 소비자의 선호도를 조사하였다. 그러나 연구문제를 조사하여 결과를 검증하는 과정에서 다음과 같은 몇 가지 한계점을 발견하게 되었다.

첫째, 본 연구에서는 설문조사에 참여한 대상이 서울, 경기지역의 여성을 대상으로 하였으나 연령별, 직업별 분포도와 지역적인 한계성으로 인한 편차가 높기 때문에 연구의 결과가 전체 소비자의 특성으로 동일하게 적용될 수 있는 일반화 된 결과로는 보기 어렵다.

둘째, 본 연구에서는 설문조사에 참여한 여성들이 여성전용신용카드를 인지하지 못하는 경우도 발생하였으며 여성전용신용카드를 소유하고 있지 않은 비율이 58.1%로 없는 응답자가 많았으며 여성전용신용카드 상품의 인지 여부를 묻는 비교질문이 필요했음을 알 수 있었다.

셋째, 본 연구에서는 기존의 선행연구에서 사용된 척도를 일부 참고하여 그래픽이미지 표현의 분류기준을 정하였기 때문에 측정정도가 다소 미비한 점이 있다고 할 수 있다.

향후 여성전용신용카드 그래픽이미지는 매출에는

크게 영향을 미치지는 않겠지만 여성소비자의 선호도를 반영하여 디자인을 제작해야 할 것이다. 또한, 여성전용신용카드 그래픽이미지의 활용이 카드사뿐만 아니라 여성전용상품에 얼마나 긍정적으로 작용하는가에 관해 객관적으로 규명할 수 있는 연구가 필요하며 국내 디자인 사례뿐만 아니라 해외 우수한 디자인 사례를 비교하여 국내 카드사의 문제점을 파악하고 개선방안을 제시해주는 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

- 강경모.(1996) '알기쉬운 신용카드', 선영사.
- 박명환.(1999) '도시 속 컬러를 읽다 COLOR DESIGN BOOK', 길벗.
- 이재연.(2010) '우리나라 신용카드 거래구조의 문제점 및 개선방안', 한국금융연구원.
- 이재연.(2011) '국내신용카드 시장의 영업현황과 건전성 방안', 여신금융협회.
- 이건호.(1999), '한권으로 배우는 디자인 이야기', 유림문화사.
- 최동원.(2006) '한국형 신용카드 마케팅', 고려원 북스.
- 김서영.(2010), "신용카드 디자인 분류 유형에 관한 연구", 한국기초조형학회.
- 박승배·신서영.(2010), "신용카드디자인의 차별화와 성공사례연구", 한국디자인포럼.
- 김영필.(2010), "금융트렌드 女心を 잡아라", 서울서울경제신문사, 2010. 12.