

논문접수일 : 2013.03.19

심사일 : 2013.04.04

게재확정일 : 2013.04.26

## 다이닝 패션소품의 사용실태와 디자인 선호

Usage and Design Preferences of Dining Home Fashion

**주저자 : 김순분**

대구대학교 패션디자인학과/조형예술연구소 교수

**Kim, Soon Boon**

Dept. of Fashion Design/Art & Design Institute, Daegu University

**공동저자 : 이영숙**

대구대학교 패션디자인학과 박사과정

**Lee, Yeong Suk**

Dept. of Fashion Design, Daegu University

**교신저자 : 최영립**

대구대학교 패션디자인학과/조형예술연구소 교수

**Choi, Young Lim**

Dept. of Fashion Design/Art & Design Institute, Daegu University

\* 이 논문은 2010학년도 대구대학교 학술연구비지원에 의한 논문임

## 1. 서론

## 2. 연구방법

- 2.1 측정도구
- 2.2 연구대상 및 자료수집

## 3. 연구결과

- 3.1 다이닝 패션 소품 사용 현황
- 3.2 다이닝 패션 소품에 대한 향후 사용 계획
- 3.3 다이닝 패션 소품의 구매
- 3.4 다이닝 패션 소품 디자인 선호

## 4. 결론 및 제언

### 참고문헌

### 논문요약

다이닝 패션소품의 개발에 있어 소비자들의 사용 실태와 디자인 선호도에 대한 조사는 소비자 중심의 제품 디자인 개발의 밑바탕이 되며 향후 디자인 전개 및 제품 개발의 방향을 제시해줄 수 있는 중요한 자료이다. 본 연구에서는 다이닝 패션소품의 사용 실태와 소비자들이 선호하는 디자인에 대한 조사를 통하여 다이닝 패션소품 제품 개발을 위한 기초자료로 삼고자 한다. 이를 위하여 다이닝 패션 소품의 사용 및 디자인 선호에 대한 설문지를 개발하여 25-59세 여성 총 417명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

식탁 사용 방식을 조사한 결과, 식탁 위에 식탁보, 탑클로스, 러너 등의 다이닝 소품 보다는 유리 또는 식탁 그대로를 사용하는 응답자가 많았다. 연령대가 높을수록 다이닝 패션 소품의 사용 빈도와 보유 수량이 높게 나타났다. 다이닝 패션 소품을 사용하지 않는 이유는 낮은 필요성, 세탁과 관리 어려움, 인테리어와의 부조화, 높은 가격 순으로 나타났다. 다이닝 패션 소품의 구매에 있어 중요하다고 생각하는 항목들은 연령대별로 큰 차이를 보이지 않았으나 연령대가 낮을수록 브랜드명과 유행성을 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 선호하는 제품 디자인을 조사한 결과, 원단에 있어서는 천연섬유와 면혼방섬유가 높은 선호도를 보였으며 에이프런과 식탁보, 1인용 플레이트매트, 냄비받침은 방수 코팅된 소재에 대한 선호도가 높게 나타났다.

### 주제어

다이닝 패션소품, 사용실태, 디자인 선호, 테이블 스타일링, 홈 인테리어 섬유 디자인 제품

### Abstract

In developing dining home fashion, research on consumers' usage and design preference provides important guidelines for the development of consumer-centric product designs and the future directions of product development. This study is to examine consumers' usage of dining home fashion and design preference in order to provide basic data for product development of dining home fashion. To this end, a survey was conducted by a questionnaire about the usage and design preference of dining home fashion, and participated by 417 women aged 25 to 59.

As for their use of tables, more respondents said that they use glass or a dining table as it is, than dining home fashion, like table cloth, top cloth or table runners. Older respondents tended to use dining home fashion more frequently and have more items than younger people. Reasons that people do not use dining home fashion are, in the order of, 1) little needs for them, 2) difficulty in cleaning and maintenance, 3) no match with home interior design and 4) expensive prices. As for key considerations when purchasing dining home fashion, there was little difference between age groups, but younger people tended to put less value on brands and trends than older groups did. As for design preference, natural textile and cotton-blended textile were most preferred, and water-proof materials were highly preferred for aprons, table cloth, personal placemats and pot stands.

### Keyword

Dining home fashion, Usage, Design preferences, Table styling, Home Interior Textile Design Product

## 1. 서론

경제 성장에 힘입어 주거 문화에 대한 가치관이 변화하면서 홈패션이나 인테리어에 대한 관심이 증가하고 있다. 경제적 생활수준이 향상되고 주 5일 근무제가 정착되어 소비자들이 가족과 공간을 공유할 시간이 증가되었고 이에 따라 주거 공간의 고급화와 웰빙을 추구하고 있다. 특히 식품업계를 휩쓴 웰빙 열풍은 식품 자체에 있어서는 푸드스타일링이라는 새로운 분야를 탄생시켰고, 식탁을 구성하는 식기와 다이닝 패션소품에까지 확장되고 있는 추세

이다. 다이닝 패션소품은 주방 및 식탁에서 사용되는 패션소품 전체를 포괄하며 본 연구에는 에이프런, 식탁보, 탑클로스, 러너, 플레이스매트, 냅킨(원단), 냅비장갑, 냅비받침, 의자방석커버, 등받이커버 등 섬유 소재로 제작된 제품들로 정의하였다. 이러한 다이닝 패션소품은 ‘홈스토랑’이라는 새로운 트렌드에 힘입어 최근 시장이 확대되고 있다. ‘홈스토랑’은 외식을 줄이는 대신, 집에서 레스토랑에 온 듯이 근사하게 차려먹는 트렌드로서 ‘홈스토랑’이 인기를 끌면서 관련 제품에 대한 소비자들의 관심도 증가하고 있는 것으로 분석되고 있다. 높은 비용을 들여 바꿔야 하는 가전이나 가구와 달리 침구류, 테이블웨어, 소품 등 인테리어 용품은 적은 비용으로도 집안 분위기를 바꿀 수 있어 불경기에 더욱 인기를 끌고 있다(염지은, 2012)

그러나 홈패션 제품에 대한 기존의 연구들은 침구 브랜드 제품의 디자인 표현 경향(박상오 & 박희란, 2011), 에이프런의 디자인 분석 및 개발(김희정 2006; 노운선, 2006), 전통 문양을 이용한 인테리어 제품 디자인(서옥경, 2009; 엄경희 & 최유미, 2011; 이수철 & 서지민, 2008)에 대한 연구가 대부분으로 다이닝 패션소품의 사용실태에 대한 연구는 매우 부족한 실정이다. 또한 소비자의 홈패션 제품 사용 실태에 대한 연구들은 주로 거주환경에 따른 홈패션 구매 행동에 대한 조사(김칠순 & 박수연, 2005)와 침구류 사용실태에 대한 조사(박광희, 2001)에 머물렀다. 테이블 스타일링이 공간 연출에 미치는 영향(조성호, 김영태, 김광수, 2009)에 대한 연구 결과가 발표되었으나 호텔 컨벤션으로 한정되어 개별 소비자의 다이닝 패션소품에 대한 사용실태 및 선호도 조사 결과는 찾아보기 어려웠다. 그러나 다이닝 패션소품의 개발에 있어 소비자들의 사용실태와 디자인 선호도에 대한 조사는 소비자 중심의 제품 디자인 개발의 밑바탕이 되며 향후 디자인 전개 및 제품 개발의 방향을 제시해줄 수 있는 중요한 자료이다.

따라서 본 연구에서는 다이닝 패션소품의 사용실태와 소비자들이 선호하는 디자인에 대한 조사를 통하여 향후 다이닝 패션소품 제품 개발을 위한 기초 자료로 삼고자 한다.

## 2. 연구방법

### 2.1 측정 도구

본 연구를 위하여 다이닝 패션 소품의 사용 및 디자인 선호에 대한 설문지를 개발하였다. 설문문항은 인적사항 11문항, 다이닝 패션 소품의 사용 현황 3

문항, 다이닝 패션 소품에 대한 향후 사용 계획 2문항, 다이닝 패션 소품의 구매 장소 및 주요 인자 2문항, 선호하는 다이닝 패션 소품 디자인 3문항으로 구성되었다. 선호하는 제품이나 구매 장소 등의 종류를 조사하는 문항은 명목 척도로, 선호도 및 중요도에 대한 문항은 5점 리커트 척도(1매우 그렇지 않다, 2별로 그렇지 않다, 3보통이다, 4그렇다, 5매우 그렇다)로 조사하였다. 설문에 앞서 표 1의 다이닝 패션 소품의 사진을 제시하여 명칭을 이해할 수 있도록 하였다.

에이프런	식탁보
	
탑클로스	러너
	
플레이스매트	냅킨(원단)
	
냅비장갑	냅비받침
	
의자방석커버	등받이커버
	

[표 1] 설문조사를 위해 제시된 다이닝 패션 소품 이미지

## 2.2 연구대상 및 자료수집

설문조사기간은 2012년 10월 15-21일이며, 조사대상은 여성 20대(25-29세) 108명, 30대(30-39세) 105명, 40대(40-49세) 101명, 50대(50-59세) 103명, 총 417명이다. 대학생 및 사회초년생은 조사대상에서 제외하기 위하여 20대 여성의 연령을 25세 이상으로 한정하였다. 설문조사 대상자의 기본 정보는 표2와 같다.

자료분석에는 SPSS 19.0이 사용되었다.

연령 분포	20대 (25~29세)	30대 (30~39세)	40대 (40~49세)	50대 (50~59세)	
	108 (25.9%)	105 (25.2%)	101 (24.2%)	103 (24.7%)	
자녀 수	없음	1명	2명	3명	4명 이상
	31 (7.4%)	75 (18.0%)	149 (35.7%)	27 (6.5%)	6 (1.4%)
학력	고등학교 졸업	전문대학 졸업	대학 졸업	대학원 재학	대학원 졸업 이상
	120 (28.8%)	66 (15.8%)	192 (46.0%)	11 (2.6%)	28 (6.7%)

[표 2] 조사 대상자 정보

## 3. 연구결과

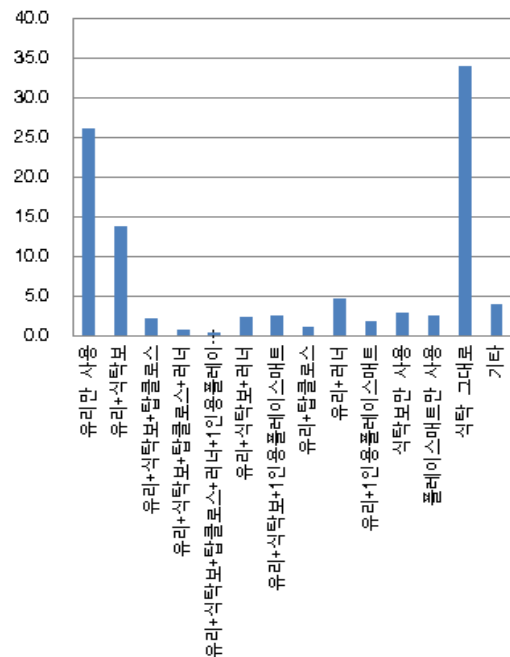
### 3.1 다이닝 패션 소품 사용 현황

다이닝 패션 소품이 현재 사용되고 있는 현황을 분석하기 위하여 각 가정의 식탁에서 사용하고 있는 소품 종류, 다이닝 패션소품의 사용 빈도 및 보유 현황을 조사하였다[표 3]. 먼저 식탁에서 사용하고 있는 소품의 종류는 유리, 식탁보, 탑클로스, 러너, 1인용 플레이스마트, 식탁 그대로 사용 여부를 조사하였다. 총 417명 중에서 유리를 사용하는 응답자는 전체의 57.6%, 식탁 그대로를 사용하는 응답자는 34.1%, 식탁보를 사용하는 응답자는 26.6%, 그 외에 러너, 1인용 플레이스마트, 탑클로스 순으로 나타났다.

항목	빈도(%)
유리	57.6
식탁보	26.6
탑클로스	5.5
러너	11.5
1인용 플레이스마트	10.3
식탁그대로	34.1

[표 3] 식탁에 사용하는 다이닝 패션소품 조사 결과(복수응답)

식탁에서 사용하고 있는 소품 종류를 복수응답한 결과를 토대로 각 가정에서 사용하고 있는 다이닝 패션 소품의 조합을 구성한 결과[그림 1], 식탁 그대로를 사용 34.1%, 유리만 사용 26.1%, 유리와 식탁보 사용 13.9%, 유리와 러너 사용 4.8%, 식탁보만 사용 2.9%, 1인용 플레이스 매트만 사용 2.6% 등으로 나타났다. 즉, 식탁 위에 유리나 다이닝 패션 소품을 사용하지 않고 식탁 그대로를 사용하는 경우와 유리만 사용하는 경우가 높은 비율을 보여 식탁에서 다이닝 패션 소품을 사용하는 비율이 높지 않음을 알 수 있다.



[그림 1] 식탁에 사용하는 다이닝 패션소품 사용의 조합(단위 ; %)

다이닝 패션 소품을 사용하고 있는 정도를 5점 척도(1전혀 사용하지 않는다, 2거의 사용하지 않는다, 3가끔 사용한다, 4자주 사용한다, 5꼭 사용한다)로 측정하였다. 연령대별 다이닝 패션 소품 사용 정도를 던컨 테스트로 비교한 결과 [표 4]와 같이 전반적으로 연령대가 높을수록 사용 빈도가 많은 것으로 나타났다. 에이프런, 식탁보, 탑클로스, 1인용 플레이스마트, 냅킨(원단), 식탁의자방석, 식탁의자 등받이 커버 항목에서 유의한 차이를 나타내었으며 연령대가 높을수록 사용 빈도도 높게 나타났다. 러너와 냅 비받침은 연령대별로 유의한 차이를 나타내지 않았으나 두 항목의 사용빈도에서는 다른 경향을 나타내었다. 러너는 전체 평균 1.77로 대부분 가끔 사용하

는 것으로, 냘비받침은 전체 평균 4.40으로 대부분 자주 사용하는 것으로 나타났다.

항목	20대		30대		40대		50대		F값
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	
에이프런	2.48	1.24	2.89	1.08	3.27	1.09	3.26	1.08	11.566
	A		B		C		C		***
식탁보	2.34	1.49	2.08	1.34	2.36	1.38	2.85	1.49	5.375
	A		A		A		B		**
탑클로스	1.37	0.72	1.43	0.76	1.61	0.81	1.83	0.82	7.290
	A		AB		BC		C		***
러너	1.70	1.24	1.65	1.04	1.77	1.10	1.98	1.20	1.683
1인용 플레이스매트	1.42	0.94	1.86	1.03	1.92	1.15	1.96	1.11	5.746
	A		B		B		B		**
냅킨(원단)	1.42	0.85	1.75	0.92	1.84	0.97	1.79	0.87	4.560
	A		B		B		B		*
냅비장갑	3.46	1.24	3.85	1.08	3.85	1.10	3.70	1.00	2.859
	A		B		B		AB		*
냅비받침	4.35	0.83	4.40	0.69	4.36	0.84	4.49	0.67	.700
식탁의자방석	2.07	1.38	2.17	1.24	2.38	1.36	2.54	1.32	2.686
	A		AB		AB		B		*
식탁의자 등받이 커버	1.63	1.05	1.75	1.07	1.92	1.17	2.04	1.09	2.794
	A		AB		AB		B		*

사후검증에는 Duncan test를 이용하였으며 크기는 A<B<C 임.

\* : P≤0.05, \*\* : P≤0.01, \*\*\* : P≤0.001

[표 4] 연령대별 다이닝 패션 소품 사용 현황 duncan 테스트

다이닝 패션 소품을 보유하고 있는 수량을 조사한 결과는 [표 5]와 같다. 연령대별 다이닝 패션 소품 보유 개수를 0부터 정수로 답하도록 하였으며 1인용 플레이스매트와 식탁의자방석, 식탁의자 등받이 커버 등은 세트로 답하도록 하였다. 연령대별 다이닝 패션 소품의 보유 수량을 던컨 테스트로 비교한 결과, 표와 같이 전반적으로 연령대가 높을수록 보유 수량도 많은 것으로 나타났다. 에이프런, 식탁보, 탑클로스, 러너, 1인용 플레이스매트, 냘비장갑, 냘비받

침, 식탁의자방석 항목에서 유의한 차이를 나타내었으며 연령대가 높을수록 보유 수량 역시 많은 것으로 나타났다. 냘킨(원단)과 식탁의자 등받이 커버는 연령대별로 유의한 차이를 나타내지 않았으며 전 연령대에서 보유 수량이 낮은 편에 속하였다. 이는 일회용 냘킨의 편리함으로 냘킨(원단)을 보유하는 가정이 매우 적으며 식탁의자에 있어서도 등받이 커버는 거의 하지 않는 것으로 나타났다.

항목	20대		30대		40대		50대		F값
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	
에이프런	1.17	0.84	1.54	0.92	1.90	0.93	2.13	0.99	21.570
	A		B		C		C		***
식탁보	0.75	0.81	0.74	0.83	0.93	0.85	1.50	0.99	16.959
	A		A		A		B		***
탑클로스	0.21	0.53	0.25	0.53	0.38	0.65	0.50	0.79	4.719
	A		A		AB		B		**
러너	0.34	0.62	0.42	0.66	0.60	0.92	0.54	0.70	2.775
	A		AB		B		AB		*
1인용플레이스매트	0.42	0.99	0.92	1.41	1.22	1.62	1.10	1.62	6.245
	A		B		B		B		***
냅킨(원단)	0.39	0.92	0.73	1.29	0.75	1.12	0.61	1.07	2.422
냅비장갑	1.39	0.81	1.66	0.82	1.76	0.85	1.90	0.86	7.163
	A		B		BC		C		***
냅비받침	2.12	0.87	2.43	0.89	2.40	0.98	2.85	0.83	11.918
	A		B		B		C		***
식탁의자방석	0.69	1.09	0.93	1.28	1.12	1.39	1.33	1.53	4.382
	A		AB		BC		C		*
식탁의자 등받이 커버	0.42	0.95	0.60	1.10	0.77	1.30	0.76	1.29	2.031

사후검증에는 Duncan test를 이용하였으며 크기는 A<B<C 임.

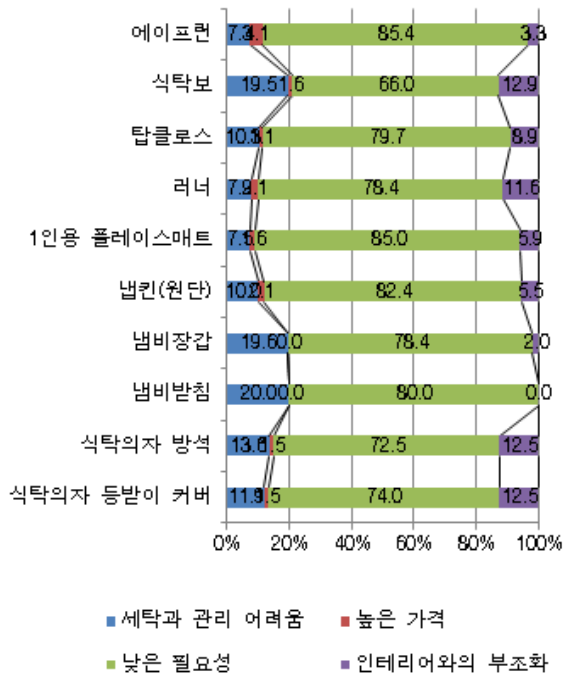
\* : P≤0.05, \*\* : P≤0.01, \*\*\* : P≤0.001

[표 5] 연령대별 다이닝 패션 소품 보유 현황 duncan 테스트

### 3.2 다이닝 패션 소품에 대한 향후 사용 계획

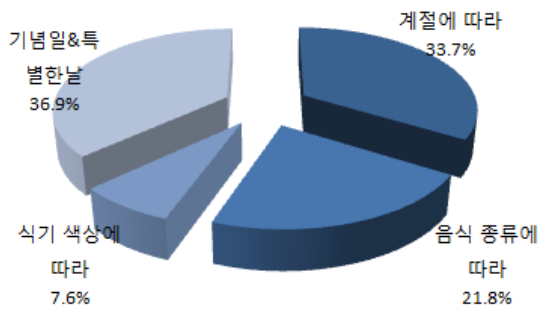
다이닝 패션소품 사용 현황 조사에서 거의 사용하지 않는다는와 전혀 사용하지 않는다고 답변한 응답자들을 대상으로 다이닝 패션소품을 사용하지 않는 이유를 조사하였다(그림 2). 다이닝 패션 소품별로 제품을 사용하지 않는 이유는 낮은 필요성, 세탁과 관

리 어려움, 인테리어와의 부조화, 높은 가격 순으로 나타났다. 대부분의 응답자가 다이닝 패션 소품의 필요성이 낮아 사용하지 않는다고 답변하였으므로 다이닝 패션 소품의 필요성에 대한 홍보가 필요할 것이다.



[그림 2] 다이닝 패션소품을 사용하지 않는 이유

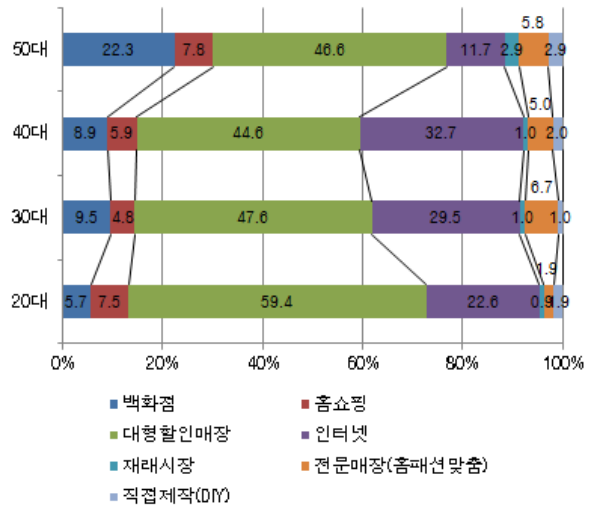
설문 응답자들은 여벌의 다이닝 소품은 어떤 목적에 맞춰 필요한지에 대하여 기념일&특별한 날(크리스마스, 이벤트 등), 계절에 따라, 음식 종류에 따라(한식, 일식, 양식 등), 식기의 색상에 따라 순으로 나타났다[그림 3]. 이러한 결과로 다이닝 패션 소품이 기념일, 계절, 음식 종류 등 다양한 목적에 따라 상품화될 필요가 있음을 알 수 있다.



[그림 3] 여벌의 다이닝 소품이 필요한 목적(단위; %)

### 3.3 다이닝 패션 소품의 구매

다이닝 패션 소품을 구매하는 장소를 분석한 결과, [그림 4]와 같이 대형할인매장이 가장 높은 비율을 나타내었다. 연령대별 구매 장소는 20, 30, 40대는 인터넷이 각각 22.6%, 29.5%, 32.7%로 상당한 비율을 차지하였으나 50대는 11.7%로 낮게 나타났다. 50대 응답자들은 다른 연령대와 달리 백화점에서의 구매 비중이 22.3%로 두 번째로 높은 비율을 보였다.



[그림 4] 연령대별 다이닝 패션 소품 구매 장소(단위; %)

다이닝 패션 소품의 구매에 있어 중요하다고 생각하는 항목을 연령대별로 비교하였다. [표 6]과 같이 디자인, 색상, 가구와의 조화, 기능성, 소재, 세탁용이성, 가격에 있어서는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았으며 전체 응답자의 평균은 색상 4.23, 세탁용이성 4.22, 디자인 4.19, 가구와의 조화 4.17, 가격 4.16, 기능성 4.05, 소재 3.93로 대부분 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 브랜드명과 유행성에 있어서는 평균 2.86(유행성)과 2.69(브랜드명)로 중요도를 낮게 평가하는 것으로 나타났으며 특히 연령대가 낮을수록 유행성과 브랜드명을 중요하게 생각하지 않았다.

항목	연령대	20대		30대		40대		50대		F값
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	
디자인		4.21	0.79	4.22	0.71	4.22	0.63	4.15	0.77	.238
색상		4.25	0.70	4.30	0.63	4.26	0.72	4.13	0.81	1.090
브랜드명		2.43	0.95	2.61	0.94	2.91	0.83	2.84	0.87	6.215
		A		AB		BC		C		***
유행성		2.50	0.93	2.78	1.00	3.14	0.82	3.09	0.89	10.991
		A		B		C		C		***
가구와의조화		4.10	0.79	4.23	0.71	4.19	0.74	4.15	0.82	.516
기능성		4.09	0.71	4.03	0.77	4.06	0.72	4.03	0.80	.182
소재		3.88	0.69	3.94	0.76	3.94	0.61	3.97	0.75	.331
세탁용이성		4.18	0.81	4.34	0.69	4.24	0.67	4.14	0.80	1.499
가격		4.24	0.75	4.18	0.81	4.15	0.74	4.11	0.80	.515

다이닝 패션소품 구매시 항목별로 중요하다고 생각하는 정도를 5점척도(1매우 그렇지 않다, 2별로 그렇지 않다, 3보통이다, 4그렇다, 5매우 그렇다)로 조사.

사후검증에는 Duncan test를 이용하였으며 크기는 A<B<C 임.

\* : P≤0.05, \*\* : P≤0.01, \*\*\* : P≤0.001

[표 6] 연령대별 다이닝 패션 소품 구매시 주요 인자 duncan 테스트

### 3.4 다이닝 패션 소품 디자인 선호

다이닝 패션 소품을 현재 사용하고 있거나 향후 사용할 경우 가장 선호하는 원단(소재)을 조사한 결과[표 7], 면으로 대표되는 천연섬유와 면혼방섬유에 대한 수요가 가장 높았다. 특히 입에 직접 닿을 확률이 높은 냅킨에 있어 면 천연섬유 선호도는 70.3%라는 압도적인 비율을 보였다. 그 외에 에이프런과

식탁보, 1인용 플레이트매트, 냅비받침과 같이 음식물이 묻을 가능성이 높은 소품류는 방수 코팅된 소재에 대한 선호도도 높게 나타났다. 러너는 다른 제품과 달리 레이스 소재에 대한 선호도가 21.1%로 나타났다으며 이는 러너의 제품 특성상 장식적인 기능이 중요하기 때문으로 해석되었다.

빈도 (%)	에이프런	식탁보	냅클로스	러너	1인용 플레이트매트	냅킨(원단)	냅비장갑	냅비받침	식탁의자 방석	식탁의자 등받이커버
천연섬유(면)	39.8	33.6	30.0	25.9	23.5	70.3	48.7	27.8	47.0	45.8
폴리+면	32.6	28.1	30.0	29.3	23.0	18.0	31.7	15.8	29.7	30.5
폴리100	7.2	8.2	10.6	10.6	11.0	5.8	10.1	12.5	6.7	6.5
폴리벨벳	1.4	1.9	3.6	6.7	4.8	1.4	2.9	2.6	5.5	4.8
레이스	4.8	11.8	13.2	21.1	3.8	1.2	1.7	1.9	7.0	9.8
코팅(방수)	14.1	16.5	12.7	6.5	33.8	3.4	5.0	39.3	4.1	2.6

[표 7] 다이닝 패션 소품으로 선호하는 원단 종류

다이닝 패션 소품으로 선호하는 색상을 조사한 결과, [표 8]과 같이 브라운/베이지, 핑크, 그린, 흰색 등 화사하고 열은 계열의 색상에 대한 선호도가 높았다. 특히 식탁보, 러너와 같이 테이블 위의 넓은 공간을 차지하는 제품에 있어서는 브라운/베이지, 흰

색과 같은 색감이 강하지 않은 색상에 대한 선호도가 높았다. 냅킨(원단)은 흰색 선호도가 28.5%에 달하였는데 이는, 전통적으로 흰색이 주로 사용되었고 흰색 제품이 많기 때문으로 해석되었다. 냅비장갑과 냅비받침은 다른 제품과 달리 블루의 비율도 상당히



높게 나타났으며 이는 블루 컬러의 기성 제품에 익숙하기 때문으로 해석되었다. 전통적으로 여성이 사

용하는 비율이 높은 에이프런은 핑크색상에 대한 선호도가 높은 비율로 나타났다.

빈도 (%)	에이프런	식탁보	탑클로스	러너	1인용 플레이스 매트	냅킨 (원단)	냅비장갑	냅비받침	식탁의자 방식	식탁의자 등받이커버
핑크	20.1	10.3	9.8	10.6	9.6	7.4	12.9	7.9	17.7	17.5
오렌지	13.4	7.0	9.4	8.9	12.9	6.7	10.1	7.2	7.0	5.8
옐로우	4.8	5.8	10.3	8.2	9.6	8.9	8.2	7.4	3.8	6.5
그린	21.8	18.7	18.0	13.9	20.6	19.9	17.0	18.0	11.8	11.8
블루	11.8	9.1	13.2	10.1	7.9	8.6	17.0	15.8	10.8	10.1
보라/자주	8.6	2.9	6.2	11.8	8.2	3.6	14.1	8.9	9.1	9.6
브라운/베이지	12.0	21.6	19.4	19.7	14.6	12.9	12.2	17.7	23.7	22.8
흰색	5.3	23.0	11.5	14.4	13.2	28.5	2.6	3.1	13.4	13.7
회색	0.5	1.4	1.2	1.7	1.7	2.4	2.6	5.8	1.2	1.2
검정	1.7	0.2	1.0	1.0	1.7	1.0	3.1	8.2	1.4	1.2

[표 8] 다이닝 패션 소품으로 선호하는 색상

다이닝 패션 소품으로 선호하는 문양을 조사한 결과, [표 9]과 같이 거의 모든 제품에 있어 단색이 가장 높은 비율을 보였다. 또한 대부분의 제품에 있어 식물 문양이 두 번째로 높은 비율을 보여 거실과 부엌으로 구성되는 다이닝 공간에서 식물 문양에 대한 선호도가 높음을 알 수 있다. 그 외에 식탁보와 탑

클로스는 격자문양의 비율도 각각 16.3%와 18.0%로 상당히 높은 선호도를 나타내었다. 이는 테이블에서 넓은 공간을 차지하는 식탁보와 탑클로스는 규칙적인 문양으로 정돈된 이미지를 제공할 수 있기 때문으로 해석되었다.

빈도 (%)	에이프런	식탁보	탑클로스	러너	1인용 플레이스 매트	냅킨 (원단)	냅비장갑	냅비받침	식탁의자 방식	식탁의자 등받이커버
식물	23.5	16.5	16.5	23.7	11.5	12.9	19.7	15.3	16.1	16.3
기하학	3.8	3.1	5.0	5.8	5.5	3.6	5.8	6.2	4.1	3.6
추상	1.9	2.6	6.0	6.0	3.6	3.1	5.3	5.0	3.8	4.8
줄무늬	10.6	6.2	6.0	5.0	5.0	6.0	8.2	6.0	6.7	7.2
격자	8.9	16.3	18.0	9.6	9.8	9.4	10.1	7.7	12.5	11.0
물방울	10.1	7.0	8.4	5.8	5.8	4.6	9.6	6.0	7.0	7.4
페이즐리	4.8	4.3	4.3	6.0	2.2	2.4	2.6	4.1	4.1	3.4
캐릭터	7.9	1.7	1.0	2.2	6.0	3.1	15.3	14.4	3.4	2.9
전통	5.8	8.4	8.4	10.8	6.7	7.0	4.3	3.6	9.4	8.6
단색	22.8	33.8	26.4	25.2	43.9	48.0	19.2	31.7	33.1	34.8

[표 9] 다이닝 패션 소품으로 선호하는 문양

#### 4. 결론 및 제언

본 연구에서는 다이닝 패션소품의 사용실태와 소비자들이 선호하는 디자인에 대한 조사를 통하여 다이닝 패션소품 제품 개발을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 이를 위하여 다이닝 패션 소품의 사용 및 디자인 선호에 대한 설문지를 개발하였으며 25-59세 여성 총 417명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

식탁 사용 방식을 조사한 결과, 식탁 위에 식탁보, 탑클로스, 러너 등의 다이닝 소품 보다는 유리 또는 식탁 그대로를 사용하는 응답자가 많았다. 이러한 결과는 다이닝 패션 소품이 오염될 경우 세탁을 해야하는 부담이 있으나 유리 또는 식탁 자체는 닦는 행위만으로 청결을 유지할 수 있기 때문으로 보인다. 또한 다이닝 패션 소품의 사용 빈도 및 보유현황을 조사한 결과, 연령대가 높을수록 다이닝 패션 소품의 사용 빈도와 보유 수량이 높게 나타났다. 다이닝 패션 소품을 사용하지 않는 이유는 낮은 필요성, 세탁과 관리 어려움, 인테리어와의 부조화, 높은 가격 순으로 나타났다. 대부분의 응답자가 다이닝 패션 소품의 필요성이 낮아 사용하지 않는다고 답변하였으므로 다이닝 패션 소품의 필요성에 대한 홍보가 필요할 것이다. 특히 키친타올, 종이냅킨 등과 같은 일회용품의 범람으로 세탁하여 사용해야하는 다이닝 패션 소품에 대한 선호도는 낮을 수 밖에 없다. 그러나 환경오염과 자원보호의 차원에서 일회용품 사용을 줄이고 문화로서의 다이닝 패션 소품을 사용할 수 있도록 소비자 교육이 필요하다. 다이닝 패션 소품의 구매에 있어 중요하다고 생각하는 항목들은 연령대별로 큰 차이를 보이지 않았으나 연령대가 낮을수록 브랜드명과 유행성을 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 선호하는 제품 디자인을 조사한 결과, 원단에 있어서는 천연섬유와 면혼방섬유가 높은 선호도를 보였으며 에이프런과 식탁보, 1인용 플레이스매트, 냄비받침은 방수 코팅된 소재에 대한 선호도가 높게 나타났다. 이들 제품은 음식물이 묻을 가능성이 높은 소품이므로 방수 코팅된 소재에 대한 선호도도 높은 것으로 해석되었다. 다이닝 패션 소품의 색상에는 있어서는 브라운/베이지, 핑크, 그린, 흰색 등 화사하고 옅은 계열의 색상에 대

한 선호도가 높았으며 문양에 있어서는 거의 모든 제품에 단색과 식물 문양이 높은 선호도를 보였다.

본 연구에서는 다이닝 패션 소품의 보유 및 사용 현황과 선호하는 디자인에 대하여 조사하였다. 앞에서 제시한 다이닝 패션소품 사용 현황과 보유 수량, 다이닝 패션소품 구매 현황, 선호하는 색상 및 소재 등에 관한 설문조사의 분석 결과는 다이닝 패션 소품에 대한 소비자 태도와 요구를 나타내고 있다. 따라서 이러한 결과를 활용하면 소비자 취향과 다이닝 패션소품 활용에 적합한 제품 기획 및 디자인 개발에 도움이 될 것이다.

#### 참고문헌

- 김칠순, 박수연. (2005). 거주평형에 따른 소비자 홈 패션 구매 행동 및 선호도 연구. 『복식문화연구』, 13(1), 34-46.
- 김희정. (2006). 민속복에 표현된 에이프런의 특성에 관한 연구-유럽 민속복을 중심으로-. 『패션과 니트』, 4(2), 12-27.
- 노운선. (2006). 아트 에이프런 디자인 개발 연구. 『패션비즈니스』, 10(1), 20-30.
- 박광희, (2001). 침구류의 사용실태에 대한 연구. 『대한가정학회지』, 39(10), 29-37.
- 박상오, 박희란. (2011). 국내 침구브랜드제품 디자인의 자연주의 연구. 『한국디자인문화학회지』, 17(2), 173-180.
- 서옥경. (2009). 색동을 응용한 문화상품 디자인 연구. 『한국디자인문화학회지』, 15(3), 153-160.
- 엄경희, 최유미. (2011). 조선시대 조각보문양을 활용한 홈 인테리어 제품디자인 연구. 『한국디자인문화학회지』, 17(2), 345-357.
- 염지은. (2012). 인테리어 용품, 불황 속 매출 '효자' (2012.10.25.), <http://news1.kr/articles/865854>.
- 이수철, 서지민. (2008). 한국 전통침구의 현대화된 제품디자인 사례연구. 『한국디자인문화학회지』, 14(2), 367-377.
- 조성호, 김영태, 김광수. (2009). 호텔 컨벤션에서의 양식메뉴, 푸드 스타일링, 테이블 웨어 조화, 테이블 스타일링이 식 공간 연출에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 18(6), 71-89.