

프리미엄급 신용카드의 디자인이미지 유형에 따른
성별 및 연령별 사용자 태도
- 국내 카드업계를 중심으로 -

According to the type of premium credit card design image
gender and age user attitudes
- Focusing on the domestic card industry -

주저자 : 임가현

성균관대학교 디자인사이언스 연구소

Lim, Ga-Hyun

Sungkyunkwan University Design Science Institute

교신저자 : 이경현

성균관대학교 예술학부 디자인학과 교수

Lee, kyung-Hyun

Sungkyunkwan University

1. 서론

1.1 연구목적 및 방법

2. 이론적 배경

2.1 신용카드의 고찰

2.2 신용카드의 디자인

2.3 프리미엄급 신용카드의 발달과정

2.4 프리미엄급 신용카드의 시장 환경

3. 프리미엄급 신용카드의 디자인 유형

3.1 조사대상

3.2 유형별 분류

3.3 유형별 사례조사

3.4 유형별 사례분석결과

3.5 연구가설 설정

4. 사용자 선호도 분석

4.1 조사대상 및 방법

4.2 디자인 중요도 분석

4.3 메인이미지 선호도 분석

4.4 메인색상 선호도 분석

5. 결론 및 논의

5.1 현황과 선호도 차이

5.2 연구결론

5.3 연구의 한계 및 제언

참고문헌

논문요약

제3의 통화 또는 플라스틱머니(Plastic money)라고 불리는 신용카드는 현대인들의 필수품으로 자리 잡고 있는 만큼 카드사들 간의 치열한 경쟁구도를 보이고 있다. 신용카드의 혜택과 서비스의 차이가 비슷해지면서 카드업계는 우량고객을 확보하기 위한 경쟁력을 키우고 있다. 선택의 폭이 넓어진 소비자들은 서비스와 혜택 외에 디자인을 중요한 요소 중 하나로 생각한다. 이에 카드사는 소비자의 선호도를 반영한 신용카드 디자인을 고려해야한다.

본 연구는 국내 신용카드사의 프리미엄급 신용카드의 디자인을 유형별로 분석하였고 총 200명을 대상으로 설문한 결과, 국내 프리미엄급 신용카드의 디자인현황과 소비자의 선호도는 대부분 일치하지 않은 것으로 나타났다. 소비자들은 신용카드의 디자인이 중요하다고 생각했으며 이미지보단 색상을 더 중요시 여기는 것으로 나타났다. 프리미엄급 신용카드의 디자인현황에서 두 번째로 낮은 비중을 차지했던 단순형은 소비자 선호도 조사에서 가장 높은 비중을 차지

하였다. 로고 및 심벌중심형은 현황에 가장 많은 비중을 차지했고 선호도조사에서도 두 번째로 높은 비중을 차지했다. 로고 및 심벌확대형은 현황과 선호도 조사에서 모두 가장 낮은 비중을 보였다.

색상계열은 디자인현황에서는 무채색계열이 가장 높은 비중을 차지했지만, 소비자 선호도 조사에서는 전체적으로는 붉은색계열에 가장 높은 비중을 차지했다. 그러나 남성 소비자들은 무채색계열을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 전체적으로 가장 선호하는 색은 금색으로 나타났다. 디자인현황에서는 낮은 비중을 차지했던 금색은 소비자 선호도 조사에서 높은 비중을 차지했다. 검은색은 현황에서 가장 높은 비중을 차지했고 선호도 조사에서도 두 번째로 높은 비중을 차지했다.

주제어

신용카드 선호도, 프리미엄 신용카드, 신용카드 디자인

Abstract

Credit card, known as the third currency or a plastic money, became a necessity among contemporaries that credit card corporations are showing fierce competition between themselves. They are developing competitiveness to secure the good customers since the differences of benefit and service between companies have been narrowed. Consumers regard the design as the important element besides service and benefit with the choices being widened. Thus, credit card companies need to pursue the card design reflecting consumer's preference.

In this study, the design of the premium credit cards among domestic credit card companies were analyzed, and the result demonstrate the discordance between the current status of the premium credit cards and the preference of consumers. Simple type took the highest percentage in the preference research while it took second low in the current status. Logo and symbol type took the second highest percent in the current status, it took high percentage in the consumer preference research. Black colors took the highest percentage in the current status while it took the second highest among preference research. Logo and symbol enlargement type took the lowest percentage both in the current status and preference research.

When preferred color was being examined, achromatic

colors took the highest percentage in the current status while red colors took the highest in overall in the preference research. The most preferred color was gold in overall. Despite of the low percentage gold colors took helpful in suggesting the direction of the credit card companies towards premium credit card design.

This study attempt to provide materials which are stage in the research while it took the highest in the current status.

Keyword

Preference of credit card, Premium credit card, Credit card design

1. 서론

1.1 연구목적 및 방법

신용카드 시장이 활발해지면서 신규고객 경쟁이 치열했던 카드사들이 최근 충성고객 확보에 적극 나서고 있다. 포화상태에 접어든 카드시장에서 충성고객이 곧 카드사의 경쟁력이라는 판단에서이다.

이 때문에 카드이용이 많은 우량고객 위주로 경영 전략을 변화시키고 있다. 이렇듯 우량고객을 확보하기 위한 다양한 테마와 혜택에 관한 경쟁력뿐만 아니라 디자인에 관한 경쟁력을 키우기 위한 카드사들의 디자인마케팅이 활발하게 이루어지고 있다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 프리미엄급 신용카드를 카드사 별로 현황과 디자인을 분석하고 그에 반영된 디자인 표현에 대해 알아본다. 둘째, 프리미엄급 신용카드에 나타난 디자인 표현 형식을 분석한다. 셋째, 분석요인을 기준으로 소비자의 선호도를 측정한다. 넷째, 프리미엄급 신용카드에서 성별, 연령에 따른 디자인 유형의 차이를 분석한다.

2. 이론적 배경

2.1 신용카드의 고찰

신용카드의 개념에 대한 정의는 각국의 입법 취지에 따라 차이가 있으나 이요섭의 신용카드 경제론에 따르면 "신용카드란 카드회원의 가입신청에 따라 신용카드사가 카드를 발행하고, 카드회원은 이 카드를 이용하여 현금지급 없이 계속적·반복적으로 카드사의 가맹점에서 물품구입 또는 용역제공을 받을 수 있고 또한 카드사나 그와 제휴한 제3자로부터 신용을 제공 받을 수도 있음을 증명하는 하나의 증표이다."라고 정의할 수 있다.

오늘날의 경제활동에서 신용카드가 기능하는 범위는 점점 확대되고 있으며 신용카드가 담당하는 거래의 비중도 증가하고 있는 추세이다. 제3의 통화 또는 플라스틱머니(Plastic money)라는 신용카드는 디지털 경제시대를 살아가는 소비자에게 떼어놓기 힘든 필수품이 되어버렸다.

2.2 신용카드의 디자인

우리나라는 공업진흥원에서 신용카드의 KS규격을 제정해 놓고 있으며 카드디자인은 앞면 우측 부분에 마스터 및 비자로고와 홀로그램, 카드사로고, 하단 부분에는 양각되는 문자 등을 제외한 공간에는 제휴사 로고 및 브랜드 이름과 이미지를 이용한 디자인이 가능하다.

오늘날 신용카드의 디자인은 무형의 상품 내용을 유형의 시각적 수단을 활용하여 보기 좋게 전달하는 것으로서 1차원적인 디자인 수준에서 벗어나 소비자를 의식하기 시작하면서 2차원 디자인으로의 일보를 내딛고자 하는 움직임을 볼 수 있다.

20세기 플라스틱 혁명이라고 불리는 신용카드는 현대 소비자에게 필수품이 되어버렸다. 과거 신용카드는 기본적인 기능인 신용증명, 신분증명, 지불기능이 전부였지만, 현대에선 부수적인 기능이 나날이 중요해지고 있다. 액세서리 기능과 더불어 신용카드의 디자인은 소비자의 선택을 받을 때 중요한 역할이 되었다.

과거엔 신용카드 디자인을 통해 기업의 이미지와 카드별 기능을 식별하는 역할을 해왔지만, 현대에는 카드별 부가서비스의 내용이 비슷해지고 카드업계는 포화상태에 이르렀기 때문에 디자인으로 차별화를 주려는 업계가 늘어나고 있다.

2.4 프리미엄급 신용카드의 발달과정

우리나라도 1969년 국내 최초로 신세계 백화점에서 신세계카드를 발행하였으며, 1974년에 미도파 백화점이 카드를 발행하였다. 1978년 전문계 카드가 생겨 'Korea Card(KOCA 카드)'가 한국 신용카드(주)에서 발행되고, 같은 해 코리안 익스프레스사는 '코리안 익스프레스 카드'를, 한국 외환은행은 해외여행자와 외국인을 대상으로 '비자카드'를 발행하였다. 이후 1980년 국민은행에서 최초로 은행계 카드인 '국민카드'를 발행하였고, 2년 후 5개 시중은행이 연합하여 은행 신용카드인 'BC카드'를 발행하였으며 그 후 은행 카드는 마스터카드와 제휴하여 국내 외 검용 카드로 활용되었다. 1988년 은행계 카드가 독립 법인화(국

민, BC, 환은신용카드)되고, 장은카드 LG카드, 위너스 카드가 발족되었으며, American Express 카드와 Diners Club 카드의 국내 진출과 비자카드, 마스터카드의 복수발행 체계의 이행 등이 나타나고 있다.

2.4 프리미엄급 신용카드의 시장 환경

국내에서는 1998년 외환카드 등에서 플래티늄카드를 처음 출시한 후 거의 모든 카드사가 플래티늄카드를 발급하고 있다. 플래티늄카드는 실버나 골드카드에 비해 이용률이 높았지만, 플래티늄카드가 제공하는 고가의 골프서비스나 부가서비스 등의 이용률은 높지 않으면서 일반적으로 이용하는 신용판매 매출은 월등히 높게 나타났다. 이는 최고의 카드라는 상징적 권위만으로 이용되었다는 것이다.

여기서 착안하여 카드사들은 서비스와 연회비를 대폭 낮춘 저가형 플래티늄카드를 개발했다. 효과는 폭발적이었으며 연회비에 대한 부담이 없을뿐더러 상류층에서 사용하는 카드를 누구라도 만들 수 있었기 때문이다. 저가형 플래티늄카드 또한 이용률과 매출액이 실버나 골드카드에 비해 높았다. 오히려 기존의 플래티늄카드 보다 높게 나오는 경우도 있었다. 이는 상류층 따라 하기 효과라 할 수 있다.

상위 20% 고객이 수익의 80%를 차지한다는 전통적인 마케팅 이론이 있다. 이 이론은 어느 정도 신빙성이 인정되어 은행이나 기업체마다 수익성 높은 고객을 잡기 위해 PB센터를 따로 설립하는 등 전담팀을 두어 적극적으로 마케팅을 펼치고 있다.

카드사 역시 정도의 차이는 있지만, 대부분 일치한다. 그런데 카드사의 경우 수익이 높은 상위 20%의 고객을 자세히 들여다보면 일반 기업과는 다른 모습을 알게 된다. 일반 기업의 경우 상위 20%는 소비자가 많고 자금력이 우수한 상류층을 의미하지만, 카드사의 상위 20%는 어찌 보면 잠재 부실가능 고객이다.

이들은 현금서비스를 많이 쓰고 가끔 길지 않게 연체도 한다. 따라서 적극적인 마케팅보다는 오히려 장래의 부실을 미리 막기 위하여 디마케팅을 해야 하는 것이 아닌지 고민을 하게 하는 집단이다.

VVIP카드는 연회비가 100만~200만 원 정도로 일반 카드에 비해 비싸지만, 연회비의 몇 배에 달하는 프리미엄 서비스를 누릴 수 있는 것이 특징이다.

3. 프리미엄급 신용카드의 디자인 분석

3.1 조사대상

본 연구에서는 2013년 10월을 기준으로 신용카드사의

의 홈페이지를 참고로 프리미엄급 신용카드를 발취하였다. 총 21개사의 신용카드사 중에 프리미엄급 신용카드를 취급하지 않는 산은캐피탈을 제외한 20개사의 카테고리를 기준으로 삼았으며 카테고리를 구분하지 않는 3개사는 직접 문의하여 파악할 수 있었다.

카드사 별로 나누어 신용카드의 특징을 파악하고 디자인 현황을 분석하고 설문조사를 통해 메인이미지와 메인색상의 선호도를 연구한다.

3.2 유형별 분류

국내 프리미엄급 신용카드사의 디자인 표현방법을 알아보기 위해 메인이미지[표 1]와 메인색상[표 2]을 기준으로 세분화하여 분석한다.

메인 이미지	로고 및 심벌중심형	단순한 배경에 로고 및 심벌을 강조한 디자인
	로고 및 심벌확대형	카드 전면에 로고나 심벌을 확대한 디자인
	곡선그래픽형	곡선을 이용한 그래픽디자인
	직선그래픽형	직선을 이용한 그래픽디자인
	패턴형	아이콘이나 이미지를 이용해 패턴을 이용한 디자인
	사진·일러스트형	사진이나 그림을 이용한 디자인
	단순형	이미지나 로고를 강조하지 않고 색감을 이용한 디자인

[표 1] 메인이미지 유형별 분류

메인 색상	무채색계열	검은색, 저명도 회색, 중명도 회색, 고명도 회색, 흰색
	푸른색계열	남색, 파란색, 청록색, 초록색, 연두색
	붉은색계열	보라색, 자주색, 빨간색, 주황색, 갈색
	금속색계열	금색, 은색

[표 2] 메인색상 유형별 분류

3.3 유형별 사례조사

1) 메인이미지

로고 및 심벌중심형	
------------	--------------------------------------------------------------------------------------

로고 및 심벌확대형	
곡선그래픽형	
직선그래픽형	
패턴형	
사진·일러스트형	
단순형	

[표 3] 메인이미지 유형별 사례

2) 메인색상

무채색 계열	
푸른색 계열	
붉은색 계열	
금속색 계열	

[표 4] 메인색상 유형별 사례

메인색상은 크게 무채색계열과 푸른색계열, 붉은색계열, 금속색계열로 총 4가지로 나누었다.

무채색계열에는 검은색(명도 N1), 저명도 회색(명도 N4), 중명도 회색(명도N6), 고명도 회색(N9), 흰색(9.5)으로 총 5가지 색상으로 세분화하였고 푸른색계열은 남색(PB:V), 파란색(B:V), 청록색(BG:Dp), 초록색(G:V), 연두색(GY:V)로 총 5가지 색상으로 세분화 하였다. 붉은색계열은 보라색(P:P), 자주색(RP:P), 빨간색(R:V), 주황색(YR:V), 갈색(YR:DI)으로 총 5가지 색상으로 세분화하였고 금속색계열은 금색과 은색으로 2가지 색상으로 세분화하였다.

색상(Hue) 명도(Value) 채도(Chroma) 3속성에 의

한 색채표현을 색상(Hue)과 색조(Tone)로 단순화 시켜 색채 분포 분석을 보다 용이하게 한 색표이다. 이 120색은 110개의 유채색과 10개의 무채색으로, 110개의 유채색은 10개의 색상과 11개의 색조로 이루어져 있다. 본 연구에선 I.R.I Hue & Tone 120 System을 메인색상의 기준으로 하였다.

3.4 유형별 사례분석결과

메인이미지	신용카드 현황
로고 및 심벌중심형	외환(13)> 하나SK(10) > 롯데(7) > 비씨, 신한(6) > NH농협, 우리(5) > 삼성, 제주(3) > KB국민, 기업, 전북(2), 경남(1)
로고 및 심벌확대형	하나SK, 씨티(4) > 신한, SC제일, 외환(1)
곡선 그래픽형	외환(6) > 비씨(5) > 기업(3) > 롯데, NH농협(2) > 삼성, 경남, KB국민, 우리(1)
직선 그래픽형	롯데(9) > 신한(6) > 비씨(4) > KB국민, 기업(2) > 경남, NH농협, 부산, 우리(1)
패턴형	대구(8) > 롯데(6) > 삼성, 외환(2), 신한, KB국민, 씨티, 현대(1)
사진·일러스트형	외환(11) > KB국민(10) > 삼성(7) > 비씨, 하나SK(3) > 신한, 롯데, 경남, 기업, NH농협, 부산, 씨티, 수협, 광주(1)
단순형	삼성(7) > 현대(2), 기업(2) 비씨, KB국민, 우리, SC제일(1)

[표 5] 메인이미지 유형별 사례결과

프리미엄급 신용카드의 메인이미지의 현황을 조사한 결과, ① 로고 및 심벌중심형 > ② 사진·일러스트형 > ③ 직선그래픽형 > ④ 곡선그래픽형 > ⑤ 패턴형 > ⑥ 단순형 > ⑦ 로고 및 심벌확대형 순이었다.

메인색상	신용카드 현황	
무채색 계열	검은색	롯데(15) > KB국민(8) > 비씨(7) > 하나SK(6) > 신한, 삼성, 외환(5) > 기업(4) > NH농협, 제주(3) > 경남, 우리, 씨티(2) > 현대, 부산, SC제일, 수협, 전북, 광주(1)
	저명도 회색	신한, 삼성(3) > 비씨, 기업, 우리, 전북(1)
	중명도 회색	롯데(4) > NH농협(3) > 삼성(2) > 씨티(1)
	고명도 회색	대구(4) > 삼성(1)

	흰색	비씨(6) > 하나SK, 삼성(3) > 기업(2) > 부산, 씨티(1)
푸른색 계열	남색	신한(4) > 비씨, KB국민, 우리(2) > 기업, NH농협(1)
	파란색	외환(4) > 신한, 롯데(3) > 삼성(2) > 비씨(1)
	청록색	하나SK, KB국민(1)
	초록색	외환(5) > 우리(1)
	연두색	외환(1)
붉은색 계열	보라색	대구(4) > 롯데(2) > 현대, 우리(1)
	자주색	KB국민(3) > 외환(2)
	빨간색	외환(6) > 삼성, 현대, 경남(1)
	주황색	KB국민(2) > 외환(1)
	갈색	하나SK(4) > 외환(2) > KB국민, SC제일(1)
금속색 계열	금색	외환(6) > 삼성, 롯데(1)
	은색	하나SK, 우리(3) > 비씨, 삼성, 기업, NH농협, 씨티(2)

[표 6] 메인색상 유형별 사례결과

메인색상 현황을 조사해 본 결과, 색상계열의 출현 빈도는 ① 무채색계열 > ② 푸른색계열 > ③ 붉은색계열 > ④ 금속색계열 순이었다. 그러나 선호도 조사 결과 ① 붉은색계열 > ② 무채색계열, 금속색계열 > ④ 푸른색계열 순이었다.

3.5 연구가설 설정

프리미엄급 신용카드의 디자인 선호도 분석에서는 메인이미지와 메인색상으로 나누어 연령과 성별 상관없이 전체적으로 가장 선호하는 메인이미지와 메인색상의 선호도 및 20~30대 남녀 소비자와 40~50대의 남녀 소비자의 차이점을 알아보려고 한다. 이를 위한 연구문제별 연구 가설은 다음과 같다.

<연구가설 1-1> 20~30대 여성소비자 > 30~40대 남성소비자 > 40~50대 여성소비자 > 40~50 남성소비자 순서일 것이다.

<연구가설 1-2> 성별과 연령과 상관없이 소비자는 프리미엄급 신용카드의 메인이미지를 중요하게 생각할 것이다.

<연구가설 2-1> 20~30대 여성소비자 > 30~40대 남성소비자 > 40~50대 여성소비자 > 40~50 남성소비자 순서일 것이다.

<연구가설 2-2> 프리미엄급 신용카드의 메인색상 <연구가설 3-1>> 20~30대 여성소비자는 단순형을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 3-2> 20~30대 남성소비자는 단순형을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 3-3> 40~50대 여성소비자는 곡선그래픽형을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 3-4> 40~50대 남성소비자는 로고 및 심벌중심형을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 3-5> 연령과 성별에 상관없이 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 단순형일 것이다.

<연구가설 4-1> 20~30대 여성소비자는 붉은색계열을 가장 선호할 것이고 그중 자주를 가장 선호할 것이다.

<연구가설 4-2> 20~30대 남성소비자는 무채색계열을 가장 선호할 것이고 그중 검은색을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 4-3> 40~50대 여성소비자는 금속색계열을 가장 선호할 것이고 그중 금색을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 4-4> 40~50대 남성소비자는 무채색계열을 가장 선호할 것이다. 그중 검은색을 가장 선호할 것이다.

<연구가설 4-5> 연령과 성별에 상관없이 가장 선호하는 색상계열은 무채색계열일 것이다.

<연구가설 4-6> 연령과 성별에 상관없이 가장 선호하는 색상은 검은색일 것이다.

4. 사용자 선호도 분석

4.1 조사대상 및 방법

응답자의 설문내용을 분석하기 위해 빈도분석(frequency analysis)이용해 분석하였으며, 통계처리는 spss 18.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 본 연구는 프리미엄급 신용카드의 디자인 선호도를 조사하고자 한다.

이에 설문조사를 통해 이미지와 설명을 제시하여 결과를 추출하였다. 이미지와 색상의 특성별로 분리하여 추출된 요인을 사용했다. 실증분석을 위해 20~50대 성인남녀 200명을 대상으로 설문을 하였다.

응답자 구성은 남녀 20~30대, 남녀 40~50대 각각 50명씩 할당하여 설문조사를 진행하였으며 설문방법은 설문지에 항목을 응답자가 직접 체크하는 자기기입식으로 진행하였다. 조사지역은 서울 일대를 중심으로 진행하였으며 조사 기간은 2013년 12월 6일부터 2013년 12월 10일까지 약 5일간 진행하였다.

구분	분류		
일반적 사항	성별		
	연령		
	프리미엄급 신용카드의 메인이미지 중요도		
	프리미엄급 신용카드의 메인색상 중요도		
메인이미지와 메인색상 선호도 분석	메인이미지 유형별 선호도	로고 및 심벌중심형	
		로고 및 심벌확대형	
		곡선그래픽형	
		직선그래픽형	
		패턴형	
		사진·일러스트형	
		단순형	
	무채색계열	검은색(N9.5)	
		저명도(명도 N4)	
		중명도(명도 N6)	
		고명도(N9)	
		흰색(9.5)	
		푸른색계열	남색색(PB:V)
			파란색(B:V)
			청록색(BG:Dp)
			초록색(G:V)
			연두색(GY:V)
	붉은색계열	보라색(P:P)	
		자주색(RP:P)	
		빨간색(R:V)	
		주황색(YR:V)	
		갈색(YR:DI)	
	금속색계열	금색	
		은색	

[표 7] 설문조사 항목

4.2 디자인 중요도 분석

구분	남자	여자	합계(명)
전혀 중요하지 않다	6	4	10
중요하지 않다	12	9	21
보통이다	30	34	64
중요하다	43	39	82
매우 중요하다	9	14	23
합계(명)	100	100	200
평균	3.37	3.50	3.44

[표 8] 성별에 따른 메인이미지 중요도 결과

구분	20~30대	40~50대	합계(명)
전혀 중요하지 않다	5	5	10
중요하지 않다	6	15	21
보통이다	32	32	64
중요하다	45	37	82
매우 중요하다	12	11	23
합계(명)	100	100	200
평균	3.53	3.34	3.44

[표 9] 연령별에 따른 메인이미지 중요도 결과

<연구가설 1-1> 성별과 연령에 따라 프리미엄급 신용카드의 메인이미지의 중요도는 20~30대 여성소비자 > 30~40대 남성소비자 > 40~50대 여성소비자 > 40~50대 남성소비자 순서일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 20~30대 여성 > 40~50대 남성 > 20~30대 남성 > 40~50대 여성 순으로 나타났다. 따라서 <연구가설 1-1>은 기각되었다.

<연구가설 1-2> 성별과 연령 상관없이 소비자는 프리미엄급 신용카드의 메인이미지를 중요하게 생각할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 중요하게 생각하는 응답자가 전체 52.5%로 나타났으며, 중요하지 않다고 생각하는 응답은 전체 15.5%로 과반수의 응답자들이 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 따라서 <연구가설 1-2>는 채택되었다.

구분	남자	여자	합계(명)
전혀 중요하지 않다	5	3	8
중요하지 않다	10	8	18
보통이다	28	32	60
중요하다	52	43	95

매우 중요하다	5	14	19
합계(명)	100	100	200
평균	3.42	3.57	3.50

[표 10] 성별에 따른 메인색상 중요도 결과

구분	20~30대	40~50대	합계(명)
전혀 중요하지 않다	4	4	8
중요하지 않다	6	12	18
보통이다	28	32	60
중요하다	55	40	95
매우 중요하다	7	12	19
합계(명)	100	100	200
평균	3.55	3.44	3.50

[표 11] 연령별에 따른 메인색상 중요도 결과

<연구가설 2-1> 성별과 연령에 따라 프리미엄급 신용카드의 메인색상의 중요도는 20~30대 여성소비자 > 30~40대 남성소비자 > 40~50대 여성소비자 > 40~50 남성소비자 순서일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 20~30대 여성 > 40~50대 남성, 40~50대 여성 > 20~30대 남성 순으로 나타났다. 따라서 <연구가설 2-1>은 기각되었다.

<연구가설 2-2> 성별과 연령과 상관없이 소비자는 프리미엄급 신용카드의 메인색상을 중요하게 생각할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 중요하게 생각하는 응답자가 전체 57.0%로 나타났으며, 중요하지 않다고 생각하는 응답은 전체 13.0%로 과반수 이상의 응답자들이 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 따라서 <연구가설 2-2>는 채택되었다.

4.3 메인이미지 선호도 분석

구분	남자	여자	합계(명)
로고 및 심벌중심형	23	9	32
로고 및 심벌확대형	3	4	7
곡선그래픽형	13	14	27
직선그래픽형	6	2	8
패턴형	6	18	24
사진·일러스트형	11	11	22
단순형	38	42	80
합계(명)	100	100	200

[표 12] 성별에 따른 메인이미지 선호도 결과

구분	20~30대	40~50대	합계(명)
로고 및 심벌중심형	16	16	32
로고 및 심벌확대형	3	4	7
곡선그래픽형	5	22	27
직선그래픽형	5	3	8
패턴형	14	10	24
사진·일러스트형	11	11	22
단순형	46	34	80
합계(명)	100	100	200

[표 13] 연령별에 따른 메인이미지 선호도 결과

<연구가설 3-1> 20~30대 여성소비자가 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 단순형일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 20~30대 여성소비자는 단순형을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 따라서 <연구가설 3-1>은 채택되었다.

<연구가설 3-2> 20~30대 남성소비자는 단순형을 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 20~30대 남성소비자는 단순형을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 따라서 <연구가설 3-2>는 채택되었다.

<연구가설 3-3> 40~50대 여성소비자가 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 곡선그래픽형일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 40~50대 여성소비자가 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 단순형으로 나타났다. 따라서 <연구가설 3-3>은 기각되었다.

<연구가설 3-4> 40~50대 남성소비자가 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 로고 및 심벌중심형을 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 40~50대 남성소비자가 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 단순형으로 나타났다. 따라서 <연구가설 3-4>는 기각되었다.

<연구가설 3-5> 연령과 성별과 상관없이 가장 선호하는 메인이미지 그룹은 단순형일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과, 성별과 연령에 차이 없이 가장 선호하는 메인이미지는 단순형인 것으로 나타났다. 따라서 <연구가설 3-5>는 채택되었다.

4.4 메인색상 선호도 분석

구분	남자	여자	합계(명)
무채색계열	32	21	53

푸른색계열	15	19	34
붉은색계열	19	41	60
금속색계열	34	19	53
합계(명)	100	100	200

[표 14] 성별에 따른 메인색상계열 선호도 결과

구분	20~30대	40~50대	합계(명)
무채색계열	40	13	53
푸른색계열	8	26	34
붉은색계열	26	34	60
금속색계열	26	27	53
합계(명)	100	100	200

[표 15] 연령별에 따른 메인색상계열 선호도 결과

구분		남자 20~30	남자 40~50	여자 20~30	여자 40~50
무채색계열	검은색	30.0%	10.0%	10.0%	2.0%
	저명도 회색	8.0%	2.0%	12.0%	4.0%
	중명도 회색	4.0%	-	4.0%	6.0%
	고명도 회색	-	-	4.0%	-
	흰색	8.0%	-	2.0%	2.0%
푸른색계열	남색	2.0%	10.0%	4.0%	6.0%
	파란색	-	6.0%	6.0%	4.0%
	청록색	6.0%	-	-	10.0%
	초록색	-	6.0%	2.0%	4.0%
	연두색	-	-	-	6.0%
붉은색계열	보라색	2.0%	4.0%	6.0%	16.0%
	자주색	-	4.0%	12.0%	6.0%
	빨간색	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%
	주황색	-	6.0%	14.0%	12.0%
	갈색	14.0%	2.0%	-	-
금속색계열	금색	14.0%	22.0%	12.0%	14.0%
	은색	8.0%	16.0%	6.0%	2.0%

합계(%)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
-------	--------	--------	--------	--------

[표 16] 성별과 연령별 따른 메인색상 선호도 결과

<연구가설 4-1> 20~30대 여성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 붉은색계열을 가장 선호할 것이고 색상은 자주를 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 20~30대 여성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 붉은색계열이고 가장 선호하는 색상은 주황색으로 나타났다. 따라서 <연구가설 4-1>은 기각되었다.

<연구가설 4-2> 20~30대 남성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 무채색계열을 가장 선호할 것이고 색상은 검은색을 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 20~30대 남성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 무채색계열이고 가장 선호하는 색상은 검은색으로 나타났다. 따라서 <연구가설 4-2>는 채택되었다.

<연구가설 4-3> 40~50대 여성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 금속색계열을 가장 선호할 것이고 색상은 금색을 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 40~50대 여성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 붉은색계열이고 가장 선호하는 색상은 보라색으로 나타났다. 따라서 <연구가설 4-3>은 기각되었다.

<연구가설 4-4> 40~50대 남성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 무채색계열을 가장 선호할 것이고 색상은 검은색을 가장 선호할 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 40~50대 남성소비자가 가장 선호하는 색상계열은 금속색계열로 가장 선호하는 색상은 금색으로 나타났다. 따라서 <연구가설 4-4>는 기각되었다.

<연구문제 4-5> 연령과 성별 상관없이 가장 선호하는 색상계열 무채색계열일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 연령과 성별 상관없이 가장 선호하는 색상계열은 붉은색으로 나타났다. 따라서 <연구문제 4-5>는 기각되었다.

<연구문제 4-6> 연령과 성별 상관없이 가장 선호하는 색상은 검은색일 것이다. 라는 가설은 조사한 결과 연령과 성별 상관없이 가장 선호하는 색상은 금색으로 나타났다. 따라서 <연구문제 4-6>은 기각되었다.

5. 결론

5.1 현황과 선호도 차이

구분	디자인현황	소비자 선호도
----	-------	---------

로고 및 심벌중심형	65	31.4%	32	16.0%
로고 및 심벌확대형	11	5.3%	7	3.5%
곡선그래픽형	22	10.6%	27	13.5%
직선그래픽형	27	13.0%	8	4.0%
패턴형	22	10.6%	24	12.0%
사진·일러스트형	45	21.7%	22	11.0%
단순형	15	7.2%	80	40.0%

[표 17] 메인이미지 현황과 선호도 차이

메인이미지 유형별 차이는 카드사에서는 로고 및 심벌중심형 > 사진·일러스트형 > 직선그래픽형 > 곡선그래픽형 > 패턴형 > 단순형 > 로고 및 심벌확대형 순으로 나타났지만, 소비자는 단순형 > 로고 및 심벌중심형 > 곡선그래픽형 > 패턴형 > 사진·일러스트형 > 직선그래픽형 > 로고 및 심벌확대형 순으로 선호하였다.

구분	디자인현황		소비자 선호도	
무채색계열	115	55.6%	53	26.5%
푸른색계열	35	16.9%	34	17.0%
붉은색계열	33	15.9%	60	30.0%
금속색계열	24	11.6%	53	26.5%
합계	207	100%	200	100%

[표 18] 메인색상계열 현황과 선호도 차이

메인색상 색상계열 차이는 카드사에서는 무채색계열 > 푸른색계열 > 붉은색계열 > 금속색계열 순으로 나타났지만, 소비자는 붉은색계열 > 무채색계열 > 금속색계열 > 푸른색계열 순으로 선호하였다.

구분	디자인현황		소비자 선호도		
무채색계열	검은색	73	35.3%	26명	13.0%
	저명도 회색	10	4.8%	13명	6.5%
	중명도 회색	10	4.8%	7명	3.5%
	고명도 회색	5	2.8%	2명	1.0%
	흰색	17	8.2%	6명	3.0%
합계	115	55.6%	54명	27.0%	
푸른색계	남색	13	6.3%	11명	5.5%
	파란색	13	6.3%	8명	4.0%

열	청록색	2	1.0%	8명	4.0%
	초록색	6	2.9%	6명	3.0%
	연두색	1	0.5%	3명	1.5%
합계		35	16.9%	36명	18.0%
붉은색계열	보라색	8	3.9%	14명	7.0%
	자주색	5	2.4%	11명	5.5%
	빨간색	9	4.3%	14명	7.0%
	주황색	3	1.4%	16명	8.0%
	갈색	8	3.9%	8명	4.0%
합계		33	15.9%	63명	31.5%
금속색계열	금색	8	3.9%	31명	15.5%
	은색	16	7.7%	16명	8.0%
합계		24	11.6%	47명	23.5%

[표 19] 메인색상현황과 선호도 차이

무채색계열의 색상 선호도는 카드사에서는 검은색 > 흰색 > 저명도 회색 > 중명도 회색 > 고명도 회색 순으로 나타났지만, 소비자는 검은색 > 저명도 회색 > 중명도 회색 > 흰색 > 고명도 회색 순으로 선호하였다.

푸른색계열의 색상 선호도는 카드사에서는 남색, 파란색 > 초록색 > 청록색 > 연두색 순으로 나타났지만, 소비자는 남색 > 파란색, 청록색 > 초록색 > 연두색 순으로 선호하였다.

붉은색계열의 색상 선호도는 카드사에서는 빨간색 > 보라색, 갈색 > 자주색 > 주황색 순이었지만, 소비자는 주황색 > 보라색, 빨간색 > 자주색 > 갈색 순으로 선호하였다.

금속색계열의 색상 선호도는 카드사에서는 은색 > 금색 순이었지만, 소비자는 금색 > 은색 순으로 선호하였다.

5.2 연구결론

연구가설1을 토대로 보면 소비자들은 프리미엄급 신용카드의 디자인의 메인이미지와 메인색상을 평균보다 중요하다고 생각하고 메인이미지보다는 색상을 약간 더 중요시 여기는 것으로 나타났다.

현황에서는 7순위 중 비교적 낮은 6순위의 비중을 차지한 단순형은 선호도에서 모든 연령과 성별에서 가장 높은 순위를 차지했다. 이러한 소비자의 선호도

를 가장 잘 이용한 카드사는 삼성카드와 현대카드 정도였다. 20개사 중 13개사가 단순형의 프리미엄급 신용카드를 취급하지 않고 있었으며 카드사들은 단순형의 신용카드가 더 많이 필요한 것으로 나타났다. 로고 및 심벌중심형은 현황에서 가장 많은 비중을 차지했고, 소비자 선호도 조사에서도 두 번째로 많은 비중을 차지했다. 로고 및 심벌확대형은 현황과 소비자 선호도 조사에서 모두 가장 낮은 비중을 차지했다.

이 모든 것을 종합해 보았을 때 국내 카드사 중 가장 활발한 아트마케팅을 하고 있는 현대카드와 삼성카드가 소비자의 선호도 또한 잘 반영하고 있다고 볼 수 있다. 단순형을 보유하지 않은 13개사는 소비자의 선호도를 반영한 디자인으로 단순형의 형태의 카드가 더 많이 필요한 것으로 나타났다.

소비자에게 가장 높은 비중을 차지했던 붉은색 계열은 여성소비자에게 압도적인 비중을 차지했지만, 남성소비자에게 비교적 낮은 비중을 차지했다. 남성 소비자는 무채색계열을 가장 선호하는 것으로 나타난 것으로 보아 카드사들은 남녀의 선호도 차이를 고려하여 신용카드의 주 타겟에 알맞게 색상을 정해야 할 것이다.

또한, 성별과 연령 상관없이 가장 선호하는 색상은 금색으로 나타났으며 예로부터 VIP마케팅에 자주 이용됐던 금색은 현재 소비자에게 좋은 반응을 보이고 있다. 무채색계열의 색상 중 검은색을 제외한 색상은 현황에서 많은 비중을 차지했지만, 소비자 선호도 조사에서는 낮은 비중을 차지했다. 검은색은 현황에서 가장 많은 비중을 차지했고 소비자 선호도 조사에서도 두 번째로 높은 비중을 차지했다. 연두색은 현황과 소비자 선호도 조사에서 모두 낮은 비중을 차지했다.

본 연구를 조사하면서 가장 흥미로웠던 점은 2013년 10월을 기준점으로 조사한 카드업계의 현황과 그 이후에 출시한 신규 프리미엄급 신용카드의 형태가 단순형의 카드 많았다는 점이다. 결론을 내고 있는 12월과 비교해 보았을 때 불과 2달의 차이지만, 소비자의 선호도를 반영한 단순형의 카드를 출시하고 있다는 점이다. 이러한 점을 보았을 때 신용카드 업계가 점점 소비자의 선호도를 잘 반영하려고 하는 움직임을 볼 수 있다.

이러한 연구의 한계성이 있으나, 향후 프리미엄급 신용카드의 활용이 신용카드 시장에 얼마나 영향을 미치는가에 관해 객관적으로 규명할 수 있는 연구의 필요함을 알 수 있었다.

5.3 연구한계 및 제언

본 연구는 프리미엄급 신용카드의 디자인 선호도에 대해 알아보려고 했다. 국내신용카드의 시장과 현 프리미엄급 신용카드의 디자인 현황을 분석한 후, 정립된 가설과 선호도 조사의 상관관계를 분석하여 결과를 검증하는 과정에서 다음과 같은 한계점을 발견하게 되었다.

본 연구에 참여한 대상이 서울이라는 지역의 한계성 때문에 연구의 결과가 동일하게 적용된 결과로 보기 힘들다. 본 연구에서는 기존의 선행연구에서 사용된 척도를 일부 참고하여 디자인 표현의 분류기준을 정하였기 때문에 측정 정도가 다소 미비할 수 있다.

이러한 연구의 한계성이 있으나, 향후 프리미엄급 신용카드의 활용이 신용카드 시장에 얼마나 영향을 미치는가에 관해 객관적으로 규명할 수 있는 연구의 필요함을 알 수 있었다.

참고문헌

- 강경모 (1996). 『신용카드』 서울 : 선영사
- 김은숙 (2004). 「바른 신용카드사용을 위한 공익포스터 연구」, 계명디자인대학원 석사학위논문.
- 기업카드. (2013.10.3), <http://www.ibk.co.kr>
- 경남카드. (2013.10.3), <http://www.knbank.co.kr>
- 광주카드. (2013.10.3), <http://www.kjbank.com>
- 대구카드. (2013.10.3), <http://www.dgb.co.kr>
- 롯데카드. (2013.10.3), <http://www.lottocard.com>
- 부산카드. (2013.10.3), <http://www.busanbank.co.kr>
- 비씨카드. (2013.10.3), <http://www.bccard.com>
- 산은캐피탈. (2013.10.3), <http://www.kdbcapiatal.co.kr>
- 삼성카드. (2013.10.3), <http://www.samsungcard.com>
- 송현수 (1993). 『신용카드와 고객만족』. 서울 : 을지서적
- 수협카드. (2013.10.3), <http://www.suhyup-bank.com>
- 신한카드. (2013.10.3), <http://www.shinhancard.com>
- 여신금융협회. (2013.9.25), www.crefia.or.kr
- 외환카드. (2013.10.3), <http://www.yescard.com>
- 우리카드. (2013.10.3), <http://www.wooricard.com>
- 장슬기 (2013). 「카드사, VIP 대상 부자마케팅으로 152억원 지출」 서울 : 아주경제
- 전북카드. (2013.10.3), <http://www.jbbank.co.kr>
- 제주카드. (2013.10.3), <http://www.e-jejubank.com>
- 최동원 (2006). 『한국형 신용카드 마케팅』 서울 : 고려원북스

- 하나SK카드. (2013.10.3),
<http://www.hanaskcard.com>
- 한국씨티카드. (2013.10.3),
<http://www.citibank.co.kr>
- 현대카드. (2013.10.3),
<http://www.hyundaicard.com>
- 홍선미 (2011). 「여성전용신용카드 디자인
표현연구」, 성균관대학원 석사학위 논문
- KB국민카드. (2013.10.3), <http://www.kbcard.com>
- NH농협카드. (2013.10.3),
<http://www.nonghyup.com>
- SC제일카드. (2013.10.3),
<http://www.standardchartered.co.kr>