

한국안광학회 – 이달의 학술논문 소개

*본 논문은 한국안광학회지 제24권 2호(2019년 6월 30일 발행) 게재 논문으로 저자는 학회의 동의하에 요약 발췌본을 제출하였습니다.

*논문의 판권은 한국안광학회에 있습니다.

연령대별 선호 안경테와 안경원 인테리어에 대한 연구

한선희, 김봉환, 김소희, 주지윤, 황슬아, 박소연, 서현정, 구수연(춘해보건대학교)

◆ 목적 : 요즘 유행하는 연령대별 선호 안경테와 안경원 인테리어에 대해 알아보고자 하였다.

◆ 방법 : 울산지역 안경원의 고객 164명을 대상으로 선호 안경테에 대한 설문 조사를 실시하였다. 그리고, 울산 중구, 울산 북구, 울산 남구, 울산 동구에 위치한 총 40곳의 안경원을 방문하여 안경사 40명을 대상으로 안경원 인테리어에 대한 설문 조사를 실시하였다.

◆ 결과 : 금속테는 10대와 20대, 50대에서 선호하는 것으로 나타났으며, 플라스틱테는 30대와 40대에서 가장 선호하는 것으로 나타났다. 선호하는 안경테 렌즈 스타일에서는 동그란 스타일을 10대와 50대에서 선호하는 것으로 나타났으며, 렌즈가 큰 스타일은 20대와 30대, 렌즈가 작은 스타일은 40대에서 선호하는 것으로 나타났다. 또한, 안경원 인테리어 설문조사 결과에서는 울산 동구는 진열장을, 울산 남구와 울산 북구는 휴식공간을, 울산 중구는 검안실을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

◆ 결론 : 안경원을 방문하시는 고객의 연령층에 맞게 선호 제품을 미리 구비해서 고객에게 추천을 해드리고, 안경원의 선호 인테리어에 투자를 한다면 안경원 매출상승 및 판매 전략에도 도움이 될 것으로 기대된다.

- 서론 -

최근 빠르게 변화하고 있는 안경테의 디자인과 안경테 재료의 다양성에 맞추어 소비자의 구매성향도 더욱 빠르게 변화하며 다양해지고 있다. 근래의 안경 산업은 시력교정의 생활필수품에서 유행과 패션을 주도하는 제품으로의 접근으로 발전하고 있어서, 안경은 선택에 따라 첫인상 결정과 외적인 개성 연출의 도구로써 활용도가 다양화되고 급증하고 있다.

이에 소비자들의 구매성향의 다양성과 구매 결정의 형태 등 소비자의 욕구를 만족시키고 안경 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 소비자들의 구매 요구에 대한 분석이 선행되어야 할 것이다. 이러한 시대의 흐름에 따라 본 연구에서는 고객의 연령대별 선호 안경테와 안경원 인테리어 선호도 조사를 통하여 고객 입장에서 시각을 알 수 있는 계기와 구매 행태를 분석하고자 하였다.

- 대상 및 방법 -

본 연구는 2종류의 설문조사를 각각 실시하였다. 첫 번째, 울산지역 안경원의 고객 164명을 대상으로 인터넷 설문조사를 실시하였으며, 선호하는 안경렌즈와 안경테, 구매 가격대, 안경을 착용하는 목적, 안경의 선택 기준에 대하여 답하도록 하였다. 두 번째, 울산 남구, 울산 중구, 울산 동구, 울산 북구

에 위치한 총 40곳의 안경원을 직접 방문하여 안경사 40명을 대상으로 안경원 인테리어에 대한 설문조사를 자기 기입 방식으로 실시하였다. 조사한 자료는 Excel 프로그램을 통하여 백분율(%)로 나타내고 표준편차를 구했다.

- 결과 및 고찰 -

1. 선호 안경테 설문조사

연령에 따른 안경 착용 목적에서의 설문조사 결과를 살펴보면, 10대에서는 시력교정용 21명(12.8%), 20대에서는 시력교정용 50명(30.5%), 30대에서는 시력교정용 17명(10.4%), 40대에서는 시력교정용 15명(9.1%), 50대에서는 시력교정용 16명(9.8%)으로 가장 높게 나타났다. 전체적인 안경 착용의 목적으로는 시력교정용이 119명(72.6%)으로 가장 높았으며, 미용 및 패션 23명(14.0%), 스포츠 9명(5.5%), 도수 없는 단순 눈 보호 기능 8명(4.9%), 기타 5명(3.0%)의 순으로 나타났다(표준편차 29.71)(표 1).

안경착용의 목적은 대부분 시력교정용으로 사용되고 있지만, 교정용 외 미용 및 패션의 한 부분으로 자리 잡고 있다. 20대에서 9명(5.5%), 30대에서 5명(3.0%), 10대와 40대에서 4명(2.4%)으로 나타난 결과를 살펴볼 때 20대에서 가장 미용 및 패션에 관심이 많은 것으로 보여진다.

표 1. 안경 착용의 목적(명(%))

연령	시력교정용	미용 및 패션	스포츠	눈 보호 기능	기타	합계
10대	21(12.8)	4(2.4)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	25(15.2)
20대	50(30.5)	9(5.5)	1(0.6)	2(1.2)	1(0.6)	63(38.4)
30대	17(10.4)	5(3.0)	3(1.8)	1(0.6)	1(0.6)	27(16.5)
40대	15(9.1)	4(2.4)	3(1.8)	3(1.8)	0(0.0)	25(15.3)
50대	16(9.8)	1(0.6)	2(1.2)	2(1.2)	3(1.8)	24(14.6)
합계	119(72.6)	23(14.0)	9(5.5)	8(4.9)	5(3.0)	164(100.0)

표 2. 연령별 선호하는 안경테 렌즈 스타일(명(%))

연령	동그란 스타일	렌즈가 큰 스타일	완전 원형 스타일	렌즈가 작은 스타일	직사각형 스타일	합계
10대	13(7.9)	7(4.3)	4(2.4)	1(0.6)	0(0.0)	25(15.2)
20대	32(19.5)	22(13.5)	4(2.4)	1(0.6)	4(2.4)	63(38.4)
30대	8(4.9)	8(4.9)	4(2.4)	2(1.2)	5(3.1)	27(16.5)
40대	6(3.7)	2(1.2)	4(2.4)	8(4.9)	5(3.1)	25(15.3)
50대	9(5.5)	4(2.4)	5(3.1)	4(2.4)	2(1.2)	24(14.6)
합계	68(41.4)	43(26.2)	21(12.8)	16(9.8)	16(9.8)	164(100.0)

표 3. 연령별 선호하는 안경테 재질(명(%))

연령	금속테	플라스틱테	반무테	무테	기타	합계
10대	16(9.8)	3(1.8)	3(1.8)	2(1.2)	1(0.6)	25(15.2)
20대	32(19.5)	19(11.6)	8(4.9)	2(1.2)	2(1.2)	63(38.4)
30대	8(4.9)	11(6.7)	3(1.8)	0(0.0)	5(3.1)	27(16.5)
40대	6(3.7)	12(7.3)	4(2.4)	2(1.2)	1(0.6)	25(15.3)
50대	7(4.3)	5(3.1)	5(3.1)	3(1.8)	4(2.4)	24(14.6)
합계	69(42.1)	50(30.5)	23(14.0)	9(5.5)	13(7.9)	164(100.0)

연령별 선호하는 안경테 렌즈 스타일에 대한 설문조사 결과를 살펴보면, 10대에서는 동그란 스타일 13명(7.9%), 20대에서는 동그란 스타일 32명(19.5%), 30대는 동그란 스타일 8명(4.9%), 40대에서는 렌즈가 작은 스타일 8명(4.9%), 50대에서는 동그란 스타일 9명(5.5%)으로 가장 높게 나타났다. 전체적인 선호 안경테 렌즈 스타일로는 동그란 스타일 68명(41.4%), 렌즈가 큰 스타일 43명(26.2%), 완전 원형 스타일 21명(12.8%), 렌즈가 작은 스타일 16명(9.8%), 직사각형 스타일 16명(9.8%)의 순으로 나타났다(표준편차 13.75)(표 2).

연령별 선호하는 안경테 재질에 대한 설문조사 결과를 살펴보면, 10대에서는 금속테 16명(9.8%), 20대에서는 금속

테 32명(19.5%), 30대에서는 플라스틱테 11명(6.7%), 40대에서는 플라스틱테 12명(7.3%), 50대에서는 금속테 7명(4.3%)으로 가장 높게 나타났다. 전체적인 선호 안경테 재질로는 금속테 69명(42.1%), 플라스틱테 50명(30.5%), 반무테 23명(14.0%), 기타 13명(7.9%), 무테 9명(5.5%)의 순으로 나타났다(표준편차 15.74)(표 3).

이러한 결과로 살펴볼 때 10대와 20대는 금속테를 선호하고, 30대와 40대는 플라스틱테를 선호하는 경향이 있는 것을 알 수 있었다. 플라스틱테 재질의 안경은 가격 측면에서 우수하고, 금속 재질의 안경은 디자인 측면에서 우수하기 때문에 소비자들의 만족도가 높은 것으로 여겨진다.

안경을 선택할 시 중요하게 생각하는 사항으로는 10대에서는 편안한 착용감과 선명함이 12명(7.3%), 20대에서는 디

표 4. 안경을 선택할 시 중요하게 생각하는 사항(명(%))

연령	편안한 착용감과 선명함	디자인과 연예인 착용 안경	가격	브랜드	안경사의 추천	합계
10대	12(7.3)	10(6.1)	2(1.2)	0(0.0)	1(0.6)	25(15.2)
20대	21(12.8)	30(18.3)	9(5.5)	2(1.2)	1(0.6)	63(38.4)
30대	11(6.8)	8(4.9)	3(1.8)	4(2.4)	1(0.6)	27(16.5)
40대	17(10.4)	4(2.4)	1(0.6)	0(0.0)	3(1.8)	25(15.3)
50대	14(8.6)	4(2.4)	2(1.2)	1(0.6)	3(1.8)	24(14.6)
합계	75(45.7)	56(34.1)	17(10.4)	7(4.3)	9(5.5)	164(100)

자인과 연예인 착용 안경 30명(18.3%), 30대에서는 편안한 착용감과 선명함 11명(6.8%), 40대에서는 편안한 착용감과 선명함 17명(10.4%), 50대에서는 편안한 착용감과 선명함 14명(8.6%)으로 가장 높게 나타났다. 전체적인 안경 선택 시 중요사항으로는 편안한 착용감과 선명함 75명(45.7%), 디자인과 연예인 착용 안경 56명(34.1%), 가격 17명(10.4%), 안경사의 추천 9명(5.5%), 브랜드 7명(4.3%)의 순으로 나타났다(표준편차 18.76)(표 4).

II. 안경원 인테리어 설문조사

울산지역 각 구별로 방문하는 고객의 연령층에 대한 조사 결과를 살펴보면, 울산 중구는 20대 4명(10.0%)으로 가장 많았으며 30대 3명(7.5%)의 순으로 나타났다. 울산 동구는 30대 5명(12.5%), 50대 2명(5.0%), 40대 2명(5.0%)으로 나타났다. 울산 남구는 20대 5명(12.5%), 30대 4명(10.0%)으로 나타났다. 그리고, 울산 북구에서는 10대 4명(10.0%)과 40대 4명(10.0%)의 순으로 많이 방문하는 것으로 나타났다(표 5).

표 5. 울산지역 각 구별로 방문하는 고객의 연령층(명(%))

연령	울산 동구	울산 남구	울산 중구	울산 북구	합계
10대	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(10.0)	4(10.0)
20대	1(2.5)	5(12.5)	4(10.0)	1(2.5)	11(27.5)
30대	5(12.5)	4(10.0)	3(7.5)	0(0.0)	12(30.0)
40대	2(5.0)	1(2.5)	2(5.0)	4(10.0)	9(22.5)
50대	2(5.0)	0(0.0)	1(2.5)	1(2.5)	4(10.0)
합계	10(25.0)	10(25.0)	10(25.0)	10(25.0)	40(100.0)

표 6. 안경원 인테리어 중 선호하는 공간(명(%))

인테리어 공간	울산 동구	울산 남구	울산 중구	울산 북구	합계
진열장	5(12.5)	1(2.5)	2(5.0)	0(0.0)	8(20)
조제가공실	2(5.0)	2(5.0)	1(2.5)	3(7.5)	8(20)
검안실	2(5.0)	1(2.5)	4(10.0)	0(0.0)	7(17.5)
휴식공간	1(2.5)	5(12.5)	3(7.5)	5(12.5)	14(35)
기타	0(0.0)	1(2.5)	0(0.0)	2(5.0)	3(7.5)
합계	10(25.0)	10(25.0)	10(25.0)	10(25.0)	40(100.0)

안경원 인테리어 중 선호하는 공간에 대한 조사결과를 살펴보면, 울산 동구에서는 진열장 5명(12.5%), 조제가공실 2명(5.0%), 검안실 2명(5.0%)의 순으로 나타났으며, 울산 남구에서는 휴식공간 5명(12.5%), 조제가공실 2명(5.0%), 검안실 1명(2.5%)의 순으로 나타났다. 그리고, 울산 중구에서는 검안실 4명(10.0%), 휴식공간 3명(7.5%), 진열장 2명(5.0%)의 순으로 나타났으며, 울산 북구에서는 휴식공간 5명(12.5%), 조제가공실 3명(7.5%), 기타 2명(5.0%)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다(표 6).

안경원에서 소비자의 만족도를 향상시키기 위해서는 정확한 시력교정을 통한 안경 본연의 기능에 대한 욕구를 충족시켜 주어야 할 것이며, 안경과 눈에 관한 충분한 지식을 통해 만족스러운 설명이 이루어져야 할 것이다. 또한 조제가공과 사후관리, 친절한 서비스를 중시하는 현대인의 구매 특성을 고려하여 소비자들의 요구에 더 가깝게 다가가야 할 것이다.

매장 환경 등이 소비자의 긍정적 감정이 유도될 수 있도록 구축되어야 한다면, 이렇게 유도된 소비자의 긍정적 감정이 구매의사 결정에 더 큰 영향력을 미칠 수 있도록 해야 한다. 따라서, 안경원을 인테리어 할 경우 소비자의 긍정적 감정 창출을 증강시키며 소비자의 선호공간을 고려하여 결정하는 것도 안경원 수익창출의 하나의 방법이 될 수 있다고 사료된다.

- 결 론 -

본 연구에서는 울산지역 고객의 연령대별 선호 안경테와 안경원 인테리어 선호도 조사를 통하여 고객 입장에서 시각을 알 수 있는 계기와 구매 행태를 분석하고자 하였다.

연령별 선호하는 안경테 렌즈 스타일에서는 10대와 20대, 30대와 50대에서 동그란 스타일, 40대에서는 렌즈가 작은 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 연령별 선호하는 안경테 스타일에서는 10대와 20대는 금속테를 선호하고, 30대와 40대는 플라스틱테를 선호하는 경향이 있는 것을 알 수 있었다. 플라스틱테 재질의 안경은 가격 측면에서 우수하고, 금속 재질의 안경은 디자인 측면에서 우수하기 때문에 소비자들의 만족도가 높은 것으로 여겨진다. 안경을 선택할 시 중요하게 생각하는 사항으로는 10대와 30대, 40대와 50대에서는 편안한 착용감과 선풍함, 20대에서는 디자인과 연예인 착용 안경을 선호하는 것으로 나타났다.

안경원 인테리어 설문조사 결과에서는, 울산 북구와 울산 남구의 인테리어 선호공간은 휴식공간으로 주방문 고객의 연령층은 10대~20대로 나타났다. 휴식공간이 잘 되어 있을수록 학생들 또는 휴식이 필요한 10대~20대가 많이 방문하는 것으로 나타났다. 울산 중구의 인테리어 선호 공간은 검안실로 주방문 고객의 연령층은 20대~40대로 나타났다. 검안실이 잘 되어 있을수록 시력검사에 대한 고객의 신뢰도가 높아져 다양한 연령층이 방문하는 것으로 나타났다. 울산 동구의 인테리어 선호공간은 진열장으로 주방문 고객의 연령층은 30대로 나타났다. 편안한 안경 착용감과 디자인을 우선시하는 30대에게는 진열장이 잘 되어 있는 곳을 더 많이 방문하는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 안경원을 방문하시는 고객의 연령층에 맞게 선호 제품을 미리 구비해서 고객에게 추천을 해드리고, 안경원의 선호 인테리어에 투자를 한다면 안경원 매출상승 및 판매 전략에도 도움이 될 것으로 기대된다. ☎

논문 원문보기: 한국안광학회 홈페이지

<http://www.koos.or.kr> 또는 <https://koos.jams.or.kr>