

碩士學位論文  
指導教授 崔明奎

禮式文化變化에 따른 웨딩드레스  
마케팅에 관한 研究

- A Study on Marketing of Wedding Dress Under  
Changes in Marital Culture -

1996年2月日

漢城大學校 經營大學院

經 營 學 科

經 營 管 理 專 攻

金 永 祥

碩士學位論文  
指導教授 崔明奎

禮式文化變化에 따른 웨딩드레스  
마케팅에 관한 研究  
- A Study on Marketing of Wedding Dress Under  
Changes in Marital Culture -

위 論文을 經營學 碩士學位論文으로 提出함

1995年11月日

漢城大學校 經營大學院

經 營 學 科

經 營 管 理 專 攻

金 永 祥


金永祥의 經營學 碩士學位 論文을 認准함

1995年 12月 日


審査 委員長

민 성 기 

審査 委員

김 승 환 

審査 委員

崔 明 奎  印

# - 目 次 -

第1章 序 論 .....	1
第1節 研究의 目的 .....	1
第2節 研究의 方法 및 構成 .....	3
第2章 禮式文化에 대한 理論的 基礎 .....	5
第1節 結婚制度 및 婚禮의 意義 .....	5
第3節 禮式文化의 變化要因 .....	29
第3章 禮式場 및 웨딩드레스 市場의 概要 .....	42
第1節 禮式場의 機能 및 現況 .....	42
第2節 婚禮服의 變遷 및 웨딩드레스 市場現況 .....	48
第4章 웨딩드레스 마아케팅에 관한 實證分析 .....	68
第1節 調査의 概要 .....	68
第2節 說問分析 .....	69
第3節 調査結果의 示唆點 .....	87

第5章 研究結果의 要約 및 結論 .....	92
參 考 文 獻 .....	94
Abstract .....	99
附 錄(설문지) .....	101

## - 表目次 -

<표 2-1> 婚姻形態別 婚姻年齡 .....	15
<표 2-2> 教育정도에 따른 初婚年齡과 年齡差異 .....	16
<표 2-3> 世界 初婚年齡 比較 .....	17
<표 2-4> 世界 再婚年齡 比較 .....	18
<표 2-5> 世界 初婚年齡 比率比較 .....	18
<표 2-6> 成婚過程別 婚姻分布 .....	19
<표 2-7> 婚姻場所別 婚姻分布 .....	19
<표 2-8> 總 婚姻費用 .....	23
<표 2-9> 季節別 婚姻分析 .....	27
<표 3-1> 全國 市·道別 禮式場 數 .....	46
<표 4-1> 調查對象者의 人口統計的 特性 .....	69
<표 4-2> 結婚式 禮服의 形態 .....	70
<표 4-3> 웨딩드레스 準備 方法 .....	71
<표 4-4> 웨딩드레스 購入 場所 .....	72
<표 4-5> 웨딩드레스 情報 收集 源泉 .....	72
<표 4-6> 웨딩드레스 購入에 대한 意思決定 主體 .....	73
<표 4-7> 웨드레스 購買時 考慮事項 .....	73
<표 4-8> 웨딩드레스 價格에 대한 見解 .....	74

<표 4-9> 웨딩드레스에 대한 相談場所 .....	75
<표 4-10> 선호하는 웨딩드레스 색상 .....	75
<표 4-11> 웨딩드레스에 대한 디자인 選好 .....	76
<표 4-12> 웨딩드레스 價格에 대한 品質水準 .....	77
<표 4-13> 禮式場에서의 특정 웨딩드레스 강매 또는 勸誘에 대한 意見 ...	77
<표 4-14> 웨딩드레스 情報 收集 場所 .....	78
<표 4-15> 외국의 웨딩드레스 對比 國內製品의 水準 .....	79
<표 4-16> 웨딩드레스 對替品에 대한 見解 .....	79
<표 4-17> 웨딩드레스 市場에 대한 見解 .....	80
<표 4-18> 年齡 및 結婚與否別 웨딩드레스 比重 .....	81
<표 4-19> 웨딩드레스 價格에 대한 見解 .....	82
<표 4-20> 勤勞所得水準別 웨딩드레스 選擇에 대한 考慮事項 ..	83
<표 4-21> 學歷別 웨딩드레스 品質 水準에 대한 見解 .....	84
<표 4-22> 結婚費用 水準에 따른 웨딩드레스 디자인 選好度 ....	85
<표 4-23> 結婚費用 提供者에 따른 웨딩드레스 購入 決定者 ....	86

## - 그림목차 -

<그림4 -1> 웨딩드레스 業界의 마아케팅 戰略 .....	91
----------------------------------	----

# 第1章 序論

## 第1節 研究의 目的

過去 需要가 生産을 超過하여 市場이 販賣者 中心市場(seller's market)의 特性을 지니고 있었을 때 經營의 가장 중요한 요소로 대두되었던 것은 生産이었다. 그러나 技術의 진보와 함께 大量生産이 가능하게 되면서 生産이 需要를 超過하여 過剩生産이 이루어짐으로써 市場은 購買者 中心의 市場(buyer's market)의 성격을 지니게 되었고 이러한 狀況의 變化속에서 企業은 만들어진 製品을 파는 것이 아닌 '팔릴 수 있는 製品'을 만들어서 販賣해야 한다는 것으로 思考를 전환하는 것이 필요하게 되었다.

팔릴 수 있는 製品이 되기 위해서는 製品이 消費者의 必要와 慾求에 적합한 것이 되어야 하며, 消費者의 必要와 慾求를 充足시키려면 消費者의 必要와 慾求가 무엇인지를 알아내야 한다.

結婚市場의 한 부분을 이루고 있는 웨딩드레스 市場은 消費者 지향적인 商品이어야 함에도 불구하고 市場環境이 왜곡됨으로 말미암아 選擇을 강요받았던 過去의 慣行이 制度의 變化와 소비자 主權의 강화에 따라 점차 사라지고 이제는 消費者 選擇이 중요한 變數로 자리잡게 되었다. 따라서 본 論文은 웨딩드레스 購買行動을 實證적으로 分析·考察함으로써 마아케팅 管理者에게 市場細分化和 시장기회포착 및 마아케팅 믹스 決定을 위한 理論的 根據를 제시하고자 하며, 제한적으로는 該當企業이 효과적인 製品 소구를 함으로써 新製品의 실패로 인한 費用 및 資源의 낭비를 減少시킬 수 있도록 理論的 根據를 제공함을 目的으로 한다.

우리나라에서 1년동안 全國의 結婚 禮式件數는 약50만건 정도이며 서울시에서의 禮式만 15만건 정도로 推定되고 있다. 그 중 禮式件數의 72% 정도가 許可받은 禮式場에서 이루어지고 있다고 한다.1)

1995年 現在 全國의 許可받은 禮式場 수는 총 1,726개 업소인 것으로 나타났으며 서울시의 경우 총 166개의 結婚式場이 있다. 총 結婚式의 72%가 기존허가 禮式場에서 이루어지고 있으나 利用者의 다수가 告示價格 品目 및 自律價格 品目(드레스 이용요금, 미용요금, 부케, 비디오)이용에 있어서 不當한 強要를 당하고 있음을 볼 수 있다.2)

주요 結婚 禮式用品 및 서비스 利用料金 實態를 보면(조사대상자 165쌍) 平均 드레스 利用料金は 57만원으로 나타났으며, 禮式場 방문 후 利用料金 문의시 대부분의 禮式場에서 40~60만원대 정도의 드레스를 勸誘하고 있으나 실제로는 品質이나 디자인이 다소 떨어져 利用者들로 하여금 勸誘價格對 以上の 드레스를 이용하도록 誘導하는 禮式場도 있는 것으로 나타났다.3)

家庭儀禮에 관한 法律施行令에 의해서 利用者는 禮式場의 附帶施設 등의 使用 또는 利用을 자유롭게 選擇할 수 있어야 함에도 불구하고 서울 등 3개 도시 30개 禮式場을 대상으로한 實態調查 결과에 의하면 거의 대부분의 禮式場이 부대서비스(드레스, 新婦화장, 사진촬영 등)의 使用 또는 利用을 強要하는 것으로 나타났으며4) 一部 禮式場에서는 특정 서비스를 利用하지 않을 경우 禮式場 이용 契約 締結을 拒絕하고 있어 消費者不滿의 主要 要因이 되고 있다.

1993年末 法律改定때 政府, 地方自治團體, 政府投資機關, 社會團體, 學校,

---

주: 1) 일간스포츠, 1994.2.1.

2) 조선일보, 화려한 예식, 1994.4.1.

3) 한국소비자보호원, 예식품목별 불만도 조사, 1993.12.

4) 한국소비자보호원, 예식장 실태조사, 1993.3.

企業體 등을 結婚式場으로 제공한 경우 營業으로 보지 않도록 한데 이어 1994年 施行令에서는 利用料를 고시제로 變更하는 등 禮式場 관련 規制事項을 크게 緩和했다.

이와 같은 狀況變化와 더불어 禮式業 市場은 지금까지와는 다른 양상을 띠게 될 것이며 웨딩드레스 市場의 競爭도 深化될 것으로 期待된다. 따라서 消費者의 慾求도 지금보다 더 多樣해지고 選擇의 폭도 넓어질 것이다.

本 研究은 웨딩드레스의 購入實態와 選好度, 웨딩드레스에 대한 消費者들의 慾求, 目標市場의 特性 등 웨딩드레스 製品의 마케팅믹스 戰略을 수립하는데 도움이 될 수 있는 基礎資料를 제공하는데 그 目的이 있다.

## 第2節 研究의 方法 및 構成

本 研究은 마케팅 및 消費者行動에 관한 國內·外의 文獻과 論文 및 刊行物을 考察하여 關聯理論을 재정립하는 記述的 研究을 실시하였으며, 또한 우리나라의 웨딩드레스에 대한 消費者의 實態를 알아보기 위해 設問調査 方法에 의한 實證的 研究方法을 並行하였다.

設問調査의 대상이 되는 標本의 抽出은 서울특별시와 首都圈에 居住하는 女性으로 結婚한지 2年 이내인 新婚主婦와 結婚豫定인 豫備新婦로 制限하였으며, 미리 訓練된 조사원을 통하여 質問紙法으로 應答을 얻었다. 그러나 이러한 方法으로도 웨딩드레스 購買行動을 충분히 파악하기에는 많은 어려움이 있었으며 특히 체계화된 市場이 형성되어 있거나, 市場地位를 어느정도 확보하고 있는 大規模業體도 없고, 消費者들이 자주 대할 수 있는 廣告手段 또한 印刷媒體 정도에 그치고 있어 수집된 資料를 의미있게 分析하는데 많

은 어려움이 있었으며全體市場 보다 부분적인 요소만 파악했기 때문에 이러한 한계점을 극복하기 위해有名 웨딩드레스샵을 직접 방문하여 웨딩드레스 디자이너 및 經營者들과의 인터뷰를 통하여 최근 웨딩드레스의 경향 및 패턴변화를 質問하여 여기서 알게된 內容과 시사점들을 정리하여 資料로 活用하였다.

本 研究에 있어서의 研究對象 品目は 生活必需品이라기 보다는 거의 一回性에 그치는 感性的인 웨딩드레스로 정하였으며 이 또한 購買와 賃貸가 혼재되어 있으며, 製品의 특성상 實際 購買者의 役割을 수행하는 女性을 對象으로, 그리고 서울특별시와 首都圈에 居住하는 新婚主婦와 豫備新婦를 對象으로 說問調査를 실시하였다.

위와 같은 目的과 研究方法論에 의하여 本 論文은 크게 5개장으로 構成되어 있다. 第2章은 禮式文化에 관한 理論的 基礎로서 結婚制度 및 婚禮의 意義, 結婚 및 婚需現況, 禮式文化의 變化要因을 살펴보았다.

第3章에서는 禮式場 및 웨딩드레스 市場의 概要로서 禮式場의 機能 및 現況, 웨딩드레스 市場現況에 대해서 살펴 보았다. 第4章에서는 웨딩드레스 마케팅에 대한 實證分析으로서 說問調査를 실시·分析하고 第5章에서 結論을 맺었다.

說問調査 資料는 SPSS/PC<sup>+</sup>를 사용하여 分析하였으며 使用實態, 意思決定 과정, 購入態度를 調査하고자 頻度 分析을 이용하였다. 또한 豫備新婦와 新婚主婦의 年齡과 教育水準, 所得에 따른 購入態度에 대해서는 交叉分析을 실시하였다. 그 結課로 計算된  $\chi^2$ 값의 유의수준을 檢證基準으로 하여 유의수준이 0.05 이상인 경우 유의성이 없는 것으로 해서 分析하였다. 그리고 使用實態에 따른 웨딩드레스의 重要도, 價格 인식도, 만족도 등의 分析을 실시하였다.

## 第2章 禮式文化에 대한 理論的 基礎

### 第1節 結婚制度 및 婚禮의 意義

#### 1. 結婚制度的 意義

結婚이란 각기 상이한 生活背景과 環境 속에서 자란 독특한 個性을 지닌 두 男女의 結合으로<sup>5)</sup> 自然的으로 發生한 현상이 아니고 人間의 타고난 本能과 같은 것도 아닌 하나의 制度이며 儀禮이다.<sup>6)</sup> 婚姻은 男女의 結合을 社會的으로 認定받는 儀式으로 結婚의 儀禮인 婚禮는 사람의 一生에 중요한 계기가 되는 儀禮이고,<sup>7)</sup> 婚姻儀式이란 結婚式을 말하며 傳統的 婚姻에서는 婚禮라고 한다.<sup>8)</sup> 그러므로 婚禮란 婚姻의 意義를 具體的으로 명기한 儀式節次이며 婚禮儀式을 통하여 社會的으로 認定된 家庭이 形成된다.

結婚制度는 時代와 社會文化 여건에 따라 상당히 다르다. 現在 우리나라의 結婚制度는 人間尊嚴과 男女平等의 立場에서 一夫一妻制를 根本으로 한다. 그러나 이런 結婚制度가 法制化되고 받아들여진 歷史는 길지 않다. 가깝게는 구한말까지도 조선조 家族의 特徵인 家父長的 家族制度 속에 예속되어 온 一夫多妻制的인 結婚制度를 유지해 왔다. 즉, 普遍的으로는 一夫一妻制라 하더라도 축첩이 공인되었던 점, 女性에게만 要求되는 엄격한 정조, 사랑을 根據로 한 자유연애혼이 아닌 중매혼, 婚姻의 目的이 個人의 幸福追求에 있지 않았던 점, 그리고 家計의 유지와 가계계승을 위한 出産이 우선인 점 등은

주: 5) 이두현 외, 한국민속학개설, (서울:보성문화사), 1982, p.68.

6) 이광규, 한국가족의 구조분석, (서울:일지사), 1983, p.96.

7) 이길표, 가례를 통해 본 한국인의 의식구조 연구, 고려대 박사학위논문, 1982.

8) 한국문화재보호협회, 우리의 전통예절, (서울:계문사), 1988, p.156.

전통 婚姻制度의 特性을 갖는다.

그러한 結婚制度는 근대사상의 導入과 産業化에 따라 점차 變하였다. Kant는 近代의 婚姻關係는 주체적인 人格間의 契約關係이며 相互間에 自由意志를 媒介로 하는 行爲로 보았으며 一夫一妻制의 關係로서 排他的인 性格을 갖고 있다고 했다. 특히 성숙한 男女가 社會의 適法한 婚姻儀式을 통해 性的으로 結合할 수 있도록 制度化한 것이라 보았다.

김두헌은 婚姻制度를 다음과 같이 보았다.<sup>9)</sup> ① 婚姻은 性的 關係이다. 이것은 人間의 本能에 基礎한 것이다. ② 婚姻은 社會的 關係이다. 특정의 男女가 信賴와 愛情을 갖고 永續적으로 統合하려는 內的關係이다. 두 사람은 제3자의 介入을 許諾하지 않는 排他성을 갖고 제3자에 대해서는 社會的 關係를 發生시킨다. 또한 私的關係로만 끝나지 않고 社會의 公認을 받는 公的 關係이다. ③ 婚姻은 하나의 經濟制度이다. 財産을 所有하고 經濟活動을 하는 單位이다. ④ 婚姻은 法律制度이다. 國民生活의 安定과 統制의 필요상 法律로 婚姻制度를 규정한다. 法律要件을 갖추지 못한 婚姻은 正當한 結婚이라 볼 수 없다. ⑤ 婚姻은 宗教制度이다. 社會關係로만 끝나지 않고 婚姻을 신성하게 보며 宗教的 儀式 또는 儀禮로서 認定된다.

結論적으로 婚姻制度는 성의 조절체이며, 經濟制度의 基本이며 婚姻法을 통한 規範을 갖고 있으며 宗教 또는 信念을 內包하고 있으며 社會的 關係를 發生시킨다. 즉, 家族 속에 예속된 結婚이 아니라 家族을 形成하는 主體라는 立場에서 現代의 結婚을 살펴본다. 앞에서 정의한 바와 같이 現在 우리의 結婚制度는 人間존엄성과 男女平等을 基礎로 하며 一夫一妻制的 結合을 전제로 한다. 現代의 意味에서 結婚이란 適切한 年齡에 到達한 男女가 자유로운 異性交際를 통해 愛情과 信賴를 확인하고 自由意思에 의하여 精神的, 肉體的

주: 9) 김두헌, 한국가족제도연구, (서울:서울대학교 출판부), 1969, pp.29~35.

으로 結合하는 것을 意味한다. 制度的 側面에서 合法性을 認定받기 위해서는 婚姻申告를 통하여 法的으로 公認받는 節次가 必要하다. 우리나라는 과거의 結婚이 法律婚主義가 아니라 慣習婚主義였기 때문에 婚禮式이 곧 社會적으로 公포하는 儀式으로서 實際 結婚을 意味했다. 즉, 慣習婚의 잔재 때문에 結婚式이 매우 重要하게 取扱되어서 婚姻申告만 하면 夫婦關係가 成立되는 데도 불구하고 結婚生活을 몇년씩 하고난 후 뒤늦게 結婚式을 치르는 경우가 많다.

## 2. 婚禮의 意義

### 가. 傳統的 婚禮

원래 中國의 婚禮는 주나라 시대부터 납채, 문명, 납길, 납징, 청기, 친영의 대례를 갖추어야 했으나, 이것은 너무 번거로운 것이기 때문에 송나라 시대에 이르러 주자가 이를 줄여서 의혼, 납채, 납폐, 친영의 사례로 마련하였는데, 우리나라는 사례편람에서 이 주자가례를 본받아 사례로 치르기로 되었다. 즉, 조선의 婚姻風俗은 사례편람에 根源을 둔 것이고,<sup>10)</sup> 傳統的 結婚節次는 주자가례에 따라서 의혼·납채·납폐·친영 등의 事例를 通用하였다.

#### (1) 의 혼

의혼은 婚姻에 필요한 자격, 條件, 義理같은 것에 관하여 說明한 것으로, 婚禮의 節次이며 儀式은 아니다.<sup>11)</sup> 이때 반드시 中媒人(媒婆)을 넣어 이 中媒人이 兩家를 往來하면서 兩家의 意思疏通을 했고, 兩家에서는 서로 상대집

주: 10) 김일미, 조선의 혼속변천과 그 사회적 성격, 이대 사학연구 제4집, 이대사학연구소, 1969, p.5.

11) 보건복지부, 가정의례해설, 1993, p.5.

안에 대해 審問하기 시작하며 궁합을 본다든지 당사자의 사람됨됨이와 성행, 가법, 가문의 내역 등을 알아본다.<sup>12)</sup>

## (2) 납 채

當事者의 父母끼리 中媒人을 통해 일단 婚姻하기로 합의하여 請婚하게 되면 新郎집에서 新婦집에 사주와 청혼서를 보내는데 이를 납채라 한다.<sup>13)</sup>

## (3) 납 폐

납폐는 新郎집에서 新婦집에 대하여 婚姻을 許諾한데 대한 감사의 뜻으로 보내는 禮物로,<sup>14)</sup> 봉채라고도 하며 흔히 함이라 일컬어지는데 함 속에는 新婦의 치마저고리와 혼서지를 넣는데 이외에도 象徴的인 物件을 함께 넣기도 한다.<sup>15)</sup> 함은 함진아비라 부르는 하인이나 첫아들을 낳은 복많은 사람이 지고 初行 전일에 新婦집에 보내진다.

## (4) 친 영

친영은 新婦를 맞이해 온다는 뜻으로 婚禮중 가장 重要하면서도 복잡한 行事로<sup>16)</sup> 新郎이 婚禮를 치르기 위해 新婦집으로 가는 초행, 新郎이 안부를 대동하고 들어가서 기러기를 전하고 존안례를 행하는 소례, 婚禮式의 가장

---

주: 12) 최근덕, 조상숭배와 의례, 한국문화인류학 제18집, 한국문화인류학회, 1986, p.177.

13) 이두현 외, 전계서, p.69.

14) 조양제, 관혼상제, (서울:일신서적공사), 1987, p.26.

15) 최재석, 제주도의 혼인의례와 그 사회적 의의, 아세아여성연구 제16집, 숙대 아세아여성문제연구소, 1977, p.202.

16) 양재연 외, 한국풍속지, (서울:울유문화사), 1990, p.211.

重要한 부분으로 교배례와 합근례를 합쳐 초례라 부르는 대례, 新婦가 시집에 가는 친행으로 이루어진다. 친행은 新郎의 초행보다 더 성대하게 행해지며 新婦가 가마를 타고 新郎집에 오면 장만해온 폐백음식을 시부모 앞에 바치고 사배를 드리는데<sup>17)</sup> 이를 폐백 또는 구고례라고 하며, 이때 시댁어른께서 예물을 주시기도 하고 新婦는 친행한 다음 처음 친정에 가는 것을 관친이라 하는데 이때는 예물과 음식을 장만하여 가며, 근친간 신랑은 장모의 안내로 新婦親戚을 방문하고 그 곳에서 食事待接을 받는다. 이렇게 하여 近親에서 돌아옴으로써 婚禮가 완전히 끝나는 것이다.

#### 나. 婚禮의 現代的 경향

現代에 와서는 經濟體制의 近代化와 아울러 西洋의 近代史上文化가 밀려오면서 個人主義, 民主主義에 입각한 價値觀이 樹立되어 家族制度의 目標가 家門의 永續이나 繁榮보다 個人의 幸福과 自由로 바뀌어지게 되었으며, 특히 1960年代 이후의 급격한 産業化·都市化의 進行過程에서 婚禮의 양상도 많이 變化하였다.<sup>18)</sup>

따라서 婚禮의 現代的 경향을 종래 傳統的 경향과 比較하여 살펴보면 다음과 같다.

##### (1) 配偶者 選擇權

家門의 永續이나 繁榮을 目標로 하는 傳統社會에서는 중매혼을 행함으로 配偶者 選擇權은 전적으로 父母에게 있었으나 現代에 들어서는 어느 정도 自身의 자유로운 意思에 의하여 配偶者를 選擇하는 경향으로 기울어지고 있

---

주: 17) 새생활 백과사전, 단문당, 1992, p.71.

18) 최재석, 촌락사회에서의 혼인의 변화, 아세아 여성연구 제26집, 숙대 아세아 여성문제연구소, 1987, p.129.

다.19) 즉, 傳統社會에서는 制度的으로 父母나 집안어른들이 主婚자로서 子女들의 婚姻을 一方的으로 決定하는 權利를 행사하였으나 社會가 變化함에 따라 우리의 意識構造도 많은 變化를 겪게되어 父母가 主導的 役割을 하면서 子女들의 意思를 반영하는 形態로 變貌하다가 요즈음은 子女들이 配偶者를 選擇하고 父母의 승락을 받는 方向으로 바뀌어지고 있다.20)

또한 홍준숙21)의 研究에서는 配偶者 決定의 主體에 대한 質問에서 男女 모두 「自身이 결정후 父母 동의」가 가장 높게 나타났으며, 「全적으로 父母決定」에는 거의 反應을 나타내지 않았다.

## (2) 配偶者 選擇基準

傳統社會에서 配偶者의 選擇條件은 兩家의 門閥, 形便, 人品, 凡節, 외모 등을 보고 合當하면 정했으나,22) 現代 家族生活에서는 家門끼리의 婚姻을 重要시하기 보다는 두사람 사이의 關心과 趣味가 相通할 수 있는 비슷한 教育, 文化的 背景을 지닌 配偶者를 각자가 選擇하려고 함을 알 수 있다.

즉, 고영복23)의 研究에서는 配偶者의 選定基準으로 家門보다 人格을 더 重視한다고 했으며, 홍승직24)의 研究에서는 사위의 選定基準으로 家門과 資格들 중에서 資格을 더 重視한다고 하였다. 또한 유시중25)의 研究에서는 配偶

주: 19) 최재석, 한국가족연구, (서울:민중서관), 1986, p.438.

20) 이효재, 가족과 사회, (서울:경문사), 1983, pp.59~61.

21) 홍준숙, 미혼남녀의 결혼관에 관한 연구, 효성여대 석사학위논문, 1987, p.35.

22) 한남제, 한국도시 가족연구, (서울:일지사), 1993, pp.36~37.

23) 고영복, 한국 가족문화의 변천과정, 아세아연구 제5권 2호, 고대 아세아문제연구소, 1992, p.324.

24) 홍승직, 기혼여성의 결혼관과 그에 관련된 만족도, 대한가정관리학회지 제21권 2호, 1983, p.36.

25) 유시중, 한국 대학생의 결혼관, 효강 최문환 박사 기념논문집, 1993, pp.16~17.

者 選擇基準으로 男子의 경우 性格과 愛情, 健康, 혼전순결, 才能, 學歷의 순이었고, 女子의 경우는 愛情, 健康, 才能, 學歷 및 職業, 혼전순결의 순으로 나타났으며, 강은숙<sup>26)</sup>의 研究에서는 配偶者 選擇基準의 要素는 男女 모두 健康과 性格을 가장 優位에 두고 있는 것으로 나타났다.

### (3) 宮合·擇日

宮合과 擇日의 행사는 運命論에 의거한 傳統的인 慣習의 하나로서 오늘날 까지도 고수되어 왔으나, 점차로 時間의 경과와 더불어 소멸되어 가고 있다. 그런데 이효재의 研究에서는 時代的 變化에도 불구하고 이와같은 행사는 그대로 존속하는듯 하다고 했으나, 강은숙의 研究에서는 宮合 및 사주 등은 配偶者의 選擇基準으로서 중요도가 낮게 나타났으며, 홍준숙의 研究에서는 宮合은 「오래 交際하였다면 굳이 필요하지 않다」에 가장 높은 反應을 나타냈다.

### (4) 約婚

납체가 現代式 婚禮에서는 約婚式으로 대신되는데 19世紀末에서 20世紀 초에 基督教式 婚禮式이 流行할 때부터 이 節次는 없어지기 시작했으나 그래도 사주나 擇日을 交換하는 것은 오늘날까지 남아있다. 그런데 강은숙의 研究에서는 男女 모두 約婚을 「만드시 해야 한다」는 응답율은 매우 낮게 나타났다.

### (5) 婚需·예단

종래의 婚需는 衣類가 中心으로 며느리를 면할 때까지 입을 옷을 장만하

---

주: 26) 강은숙, 서울시와 제주시의 미혼남녀의 결혼관에 관한 연구, 고려대 석사 학위논문, 1989, p.56.

는 것으로 국한하였고,<sup>27)</sup> 예단은 시대어른께 인사드리는 선물로서 준비되어 왔으나, 요즘은 예단이 本人의 能力을 넘어 過多하게 보내지는 경우가 있으며,<sup>28)</sup> 초호화혼수의 경향이 일부에서 나타나고 있다.<sup>29)</sup> 그러나 이행숙, 이길표의 研究에서 一般的으로 結婚準備物과 예단의 購入에 있어 편리하며, 合理的으로 나타났다.

#### (6) 함

종래에는 함속에 보통 新婦 치마저고리와 혼서지를 넣어 보냈었는데,<sup>30)</sup> 近年에 와서는 함속에 지나칠 정도의 禮物과 옷감, 기타 값진 物件을 넣으며, 新郎 친구들이 지나친 태도로 社會의 물의를 일으키는 수가 있다. 그리고 傳統的으로 남폐의 形式이었던 함을 보내는 慣習이 전혀 弱化되거나 자취를 감춘 흔적이 보이지 않는다고 했다.

#### (7) 結婚式

結婚式은 재래로 여가에서 거행하였던 것이나 점차로 基督教人들은 教會에서 그리고 비기독교인들 사이에서는 禮式場에서 거행하는 경향이나 베타치기식의 혼잡스러운 結婚式을 치르고 있는 실정이다.

#### (8) 폐백

친영의 儀式인 폐백드리는 節次는 現代에도 大多數의 경우에 있어서 따르고 있으나 新婦의 폐백드리는 禮式에 대한 態度가 점점 形式的으로 흐르는

---

주: 27) 저축추진중앙위원회, 우리나라 혼인의 의식과 비용분석, 열매문고 제7집, 1988, p.11.

28) 이길표, 도시주부의 가정경영관과 가정의례와의 상관연구, 대한가정학회지 제27권 1호, 1989, p.154.

29) 동아일보, 1987년 11월 14일자 11면, 호화혼수는 위화감 조성.

30) 김성배, 한국의 민속, (서울:집문당), 1990, p.154.

듯하여 略式으로 하는 경향이 있지만 이 形式이 자취를 감출 것 같지는 않다. 즉, 폐백은 시대에서 모든 格式을 갖추어 정중하게 드리는 예도 있겠지만 便利爲主로 式場에서 방을 빌려서 한다.

## 第2節 結婚 및 婚需現況

### 1. 結婚의 동기

대부분 사람들은 왜 結婚을 하는가? 그에 대한 對答은 여러가지가 있을 수 있는데 그 內容을 살펴보면 다음과 같다.

① 사랑의 實現으로서 現代의 結婚慾求 중 강한 동기는 사랑하는 사람과 함께 살고 싶기 때문이다. 사랑의 實現을 위해서는 結婚이라는 關門을 통과해야 하며 實際 結婚生活을 통해 성숙한 사랑을 이룩해 나간다.

② 성의 合法性 부여로서 성숙한 男女는 生物學的으로 성욕구를 표현하게 되어 있는데 社會가 合法的으로 夫婦로 認定하고 성관계를 許容하는 制度가 結婚이다. 따라서 社會的·法的으로 認定된 성욕구 充足을 통하여 安定感을 갖는다.

③ 經濟的 安定추구로서 結婚을 하게됨으로써 經濟的 協力이 可能하다.

④ 子女出産의 機會로서 傳統社會는 子女出産과 家計繼承의 手段으로 結婚의 가장 큰 同期를 부여하였다. 적절한 시기에 子女를 갖고 싶은 慾求도 結婚을 決定하는 要因이 된다.

⑤ 情緒的 안정의 추구인데 結婚은 個人에게 情緒的·感情的 安정을 부여해 준다.

⑥ 成人으로서의 신분 획득인데 結婚을 한다는 것은 어느 社會에서나 成人

이 되는 身分을 부여한다.

⑦ 社會的 期待의 부합으로 대부분의 社會에서는 成人이 되면 으레 結婚을 해야 한다고 期待한다.

이외에도 日常生活相 편리하기 위하여, 名譽와 地位를 얻기위해, 貧困하고 不幸한 家庭으로부터 逃避하거나, 反對로 父母를 돕기 위하여 結婚을 하기도 한다. 어떤 경우는 혼전임신을 했기 때문에, 父母의 壓力때문에, 사랑에 失敗한 후 불행감과 고독감을 잊기 위하여 結婚을 하는 사람도 있다. 그러나 이러한 동기로 結婚을 하게 되면 진정한 結婚生活이 될 수 없다.

結婚의 同期를 手段으로 삼지 말고 幸福追求라는 目的에 根據해야 現實의 어려운 점을 헤치고 살 수 있다. 따라서 結婚의 동기와 기대감을 잘 생각해 보고 幸福한 結婚生活의 根據를 찾아보아야 할 것이다.

## 2. 結婚의 現況

社會마다 結婚에 대한 現況을 調査하고 있는데 주로 統計를 통하여 客觀的인 現況을 파악할 수 있다. 社會마다 期待되는 婚姻 적령기가 있는데 婚姻 年齡을 中心으로 살펴보면 다음과 같다.

### 가. 婚姻 年齡

혼인연령은 <표 2-1>에서 본 바와 같이 男性은 1972年 27.4세에서 1989년에는 28.6세로 1.2세가 增加했고, 女性은 22.9세에서 25.3세로 增加했다. 또한 남녀간의 婚姻年齡 差異는 1972年 4.3세에서 1989년에는 3.1세로 점차 줄어들고 있다. 그런데 婚姻 形態로 볼 때 男子 初婚-女子 再婚의 경향이 0.5%에서 1.8~1.9%로 增加했는데 이것은 家父長制 社會에서는 볼 수 없었던 경향이다. 또한 男女 모두 再婚인 경우는 2.4%에서 3.8%로 增加 추세를 보이

는데, 이것은 高年齡層의 死別男女, 離婚男女의 再結合이 增加하고 있기 때문인 것으로 보인다.

<표 2-1> 婚姻形態別 婚姻年齡

(단위 : 세)

혼인종류	혼인년도					
	1972	1975	1981	1985	1988	1989
남자:초·재혼	27.4	27.7	27.2	27.9	28.4	28.6
초혼	26.7	26.8	26.4	27.0	27.6	27.8
재혼	39.0	39.9	38.9	39.5	39.4	39.5
여자:초·재혼	22.9	23.3	23.6	24.7	25.2	25.3
초혼	22.6	22.8	23.2	24.1	24.7	24.8
재혼	33.7	33.7	33.9	34.7	34.8	34.9
남:초혼	26.7	26.8	26.4	26.9	27.5	27.7
여:초혼	22.4	22.6	23.0	23.9	24.5	24.6
차이(남~여)	(4.3)	(4.2)	(3.4)	(3.0)	(3.0)	(3.1)
남:재혼	36.7	37.4	36.3	36.3	36.3	36.3
여:초혼	27.6	28.9	28.7	29.3	29.8	29.9
차이(남~여)	(9.1)	(8.5)	(7.6)	(7.0)	(6.5)	(6.4)
남:초혼	31.8	32.0	30.9	30.8	31.2	31.8
여:재혼	29.8	29.9	28.9	29.3	29.9	30.3
차이(남~여)	(2.0)	(2.1)	(2.0)	(1.5)	(1.3)	(1.5)
남:재혼	41.7	42.7	41.9	42.6	42.2	42.1
여:재혼	34.6	35.9	35.9	36.9	37.0	37.0
차이(남~여)	(7.1)	(6.8)	(6.1)	(5.7)	(5.1)	(5.1)

혼인형태	혼인년도					
	1972	1975	1981	1985	1988	1989
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
남자 여자						
초혼 - 초혼	94.1	92.6	92.7	91.0	90.6	91.2
재혼 - 초혼	3.0	3.6	3.3	3.6	3.5	3.2
초혼 - 재혼	0.5	0.8	1.1	1.6	1.9	1.8
재혼 - 재혼	2.4	3.0	2.9	3.8	4.0	3.8

주: 괄호안의 숫자는 남녀 연령차이임.

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

그런데 教育水準別로 初婚年齡을 살펴보면 <표 2-2>와 같다. 즉, 男性이 無學인 경우 1970年代의 結婚年齡은 약 28세였으나 1989년에는 32세로 약 4년 增加한 반면 國民學校 卒業인 경우는 26.4세에서 29.1세로 2.7세, 中高等學校는 26.5세에서 27.6세로 1.1년이 增加하여 學歷이 낮을수록 初婚年齡이 높아지고 있다. 女性의 경우도 無學은 1970年代 23.4세에서 31.3세로 무려 8세가 增加했고 國卒은 21.9세에서 25.7세로 4세가, 中高等學校卒은 23.1세에서 24.5세로 1.4세가 增加되었는데, 이는 低學歷일수록 配偶者를 찾기 힘들기 때문인 것으로 보인다.

<표 2-2> 教育정도에 따른 初婚年齡과 年齡差異

교육 정도		혼 인 년 도					
		1972	1975	1981	1985	1988	1989
초 혼	남 자	26.7	26.8	26.4	27.0	27.6	27.8
	불 취 학	27.9	28.2	28.6	30.1	30.6	32.0
	국민학교	26.4	26.3	26.1	27.1	28.4	29.1
	중·고교	26.5	26.7	26.2	26.7	27.4	27.6
	대학이상	28.3	28.3	27.4	27.5	27.9	28.1
연 령	여 자	22.6	22.8	23.2	24.1	24.7	24.8
	불 취 학	23.4	24.6	25.6	28.3	30.8	31.3
	국민학교	21.9	22.1	22.3	23.6	25.1	25.7
	중·고교	23.1	23.1	23.2	23.9	24.3	24.5
	대학이상	24.8	24.9	24.9	25.3	25.7	25.8
혼인 연 령 차 이	남 자	26.7	26.8	26.4	27.0	27.6	27.8
	불 취 학	4.7	4.4	3.6	3.2	3.2	3.3
	국민학교	6.5	6.4	6.2	6.9	6.8	6.4
	중·고교	4.9	4.8	4.3	4.4	4.6	4.7
	대학이상	4.2	4.1	3.2	2.8	2.8	2.8
	여 자	22.6	22.8	23.2	24.1	24.7	24.8
	불 취 학	6.1	6.2	5.9	6.3	6.1	5.9
	국민학교	4.8	4.7	4.2	4.4	4.6	4.6
	중·고교	4.2	4.2	3.5	3.2	3.3	3.3
	대학이상	3.9	3.8	2.9	2.6	2.6	2.6

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

年齡差異는 教育水準이 낮을수록 많고 高學歷일수록 적게 나타났다. 즉, 1989年 無學인 男子의 경우 남녀간 年齡差異는 3.3세이나 國民學校 學歷의 男子인 경우는 6.4세, 中高等學校 學歷 男子인 경우는 4.7세, 대학 이상인 경우에는 2.8세로 나타나고 있다. 女子의 學歷을 기준으로 볼 때 男子의 경우와 비슷한 양상을 보이고 있다. 즉, 1989年 무학인 女子의 경우 남편과의 연령차이는 5.9세이며, 국민학교 學歷인 경우는 4.6세, 중고와 대학 이상 學歷인 경우는 3.3세 및 2.6세로 男子의 연령이 높은 것으로 나타나고 있다. 연도별 추이를 살펴보면 모든 교육수준에서 남녀간 연령차이는 감소세로 나타나고 있는데, 減少幅은 高年齡일수록 더 커 大學以上 學歷의 男子인 경우 남녀간 年齡差異는 1972年과 1989年 사이에 1.4세가, 그리고 女子의 경우에는 1.3세가 감소했다.

세계 結婚現況을 보면(<표 2-3>, <표 2-4>, <표 2-5> 참조) 우리나라는 초혼연령비율이 93.0%(남), 94.4%(여)인 반면 미국은 65.8%(남), 65.9(여)로 나타나 재혼이 많음을 알 수 있다. 또한 세계의 再婚傾向은 대체로 많은 傾向이 있음을 알 수 있고 再婚은 男子는 주로 40대 초반에, 女性은 30대 중반에 하는 것으로 나타났다.

<표 2-3> 世界 初婚年齡 比較

(단위 : 세)

국명 (연도)	한국 (1989)	일본 (1988)	대만 (1989)	싱가포르 (1989)	미국 (1986)	네덜란드 (1987)	덴마크 (1988)
남자	27.8	28.6	28.8	28.8	26.2	27.2	29.6
여자	24.8	26.0	25.5	26.0	24.3	25.0	27.1

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

<표 2-4> 世界 再婚年齡 比較

(단위 : 세)

국 명 (년도)	한 국 (1989)	일 본 (1988)	대 만 (1989)	싱가포르 (1989)	미 국 (1986)
남 자	39.5	41.3	39.4	40.0	40.1
여 자	34.9	37.7	34.2	34.0	36.2

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

<표 2-5> 世界 初婚年齡 比率比較

(단위 : 세)

국 명 (년도)	한 국 (1989)	일 본 (1988)	대 만 (1989)	싱가포르 (1989)	미 국 (1986)	네덜란드 (1987)
남 자	93.0	86.7	93.1	92.4	65.8	82.9
여 자	94.4	88.1	92.9	93.7	65.9	84.2

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

#### 다. 成婚別 婚姻 分布

婚姻申告에 의한 成婚過程別 婚姻分布를 보면 중매에 의한 혼인은 1981年 總婚姻의 58.4%에서 1985年 48.7%, 1989年 39.4%로 감소하는 반면에, 自由(연애)婚은 1981年 36.3%에서 1985年 45.5%, 1989年 54.7%로 증가하는 추세이다. 중매와 연애의 절충에 의한 혼인은 계속 5%대의 수준이다. 농촌에 비해 도시지역이 自由婚姻이 많고 중매에 의한 혼인 比率이 낮게 나타나고 있다(<표 2-6> 참조).

<표 2-6> 成婚過程別 婚姻分布

(단위 : %)

혼인과정	혼 인 년 도			
	1981	1985	1988	1989
전 국	100.0	100.0	100.0	100.0
자 유	36.3	45.5	53.6	54.7
중 매	58.4	48.7	40.6	39.4
절 충	5.3	5.8	5.8	5.9
시 부	100.0	100.0	100.0	100.0
자 유	42.3	50.5	57.9	58.6
중 매	51.1	42.7	35.6	34.9
절 충	6.6	6.8	6.5	6.5
군 부	100.0	100.0	100.0	100.0
자 유	28.6	36.9	44.0	44.6
중 매	67.9	59.1	51.7	51.1
절 충	3.5	4.0	4.3	4.3

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

<표 2-7> 婚姻場所別 婚姻分布

(단위 : %)

혼인과정	혼 인 년 도			
	1981	1985	1988	1989
전 국	100.0	100.0	100.0	100.0
자 택	7.4	4.6	3.4	2.8
예식장	82.1	82.9	83.7	85.2
기 타	10.5	12.5	12.9	12.0
시 부	100.0	100.0	100.0	100.0
자 택	5.0	3.8	3.1	2.5
예식장	82.0	81.6	82.2	84.0
기 타	13.0	14.6	14.7	13.5
군 부	100.0	100.0	100.0	100.0
자 택	10.6	5.8	4.1	3.5
예식장	82.1	85.3	87.0	88.4
기 타	7.3	8.9	8.9	8.1

주 : 시부·군부는 남녀주소지 기준임.

資料 : 통계청, 혼인·이혼통계작성 결과보고서, 1991.

### 다. 婚姻場所別 婚姻 傾向

婚姻申告 資料에 근거한 婚姻場所를 보았을 때 80% 이상이 禮式場에서 結婚을 한 것으로 나타났다. 禮式場에서 結婚式을 올리는 비율은 1981年 82.1%에서 1989年 85.2%로 증가 추세이다. 기타(교회, 사찰, 성당, 야외 등)도 1981年 10.5%에서 1989年에 12.0%로 다소 증가했다. 따라서 우리나라의 結婚 文化는 禮式場 文化라고 할 수 있겠다.

### 3. 婚需現況

오늘날 一般的으로 配偶者를 결정하게 되면 約婚式, 합들이, 結婚式 등의 의식을 행하는데 資本主義式 市場經濟의 발달과 더불어 점차 의식자체가 복잡하고 화려해지면서 商業主義化되는 경향이 있다. 합법적으로 혼인이 성립되기 위해서는 법적 婚姻申告만이 요구되나 전반적으로 혼인의식에 많은 시간과 費用을 들이고 있는데 이는 그러한 의식들이 갖는 본래의 의미보다는 상업주의적 부추김에 편승된 것으로 볼 수 있다. 하나의 예로써, 서구식 結婚式 후에 전통적인 폐백의식을 드리는 것 등은 혼례의식이 오히려 상업주의에 편승하여 이중화된 양상을 보여 준다. 婚需 외에 예단도 물질문명의 發達과 商品化로 인하여 과다장만, 호화의 경향을 보이고 있다.

특히 新郎新婦가 축복받고 행복해야 할 結婚式에 있어서 婚需問題로 상처를 주고 받거나 婚需禮緞의 교환과정에서 結婚이 깨지기도 하여 結婚의 본질이 왜곡되기도 한다. 또한 상속의 수단으로 등장하기도 하는 婚需는 사회의 악이라고까지 불려진다. 이러한 婚需에 대해 우리 세대는 새로운 자리매김을 시도해야 할 것이다.

### 가. 傳統社會의 婚需

結婚 과정에 있어서 社會的 地位, 經濟的 條件에 따라 禮物을 주고 받는 과정은 그 어느 시대에도 존재하여 왔다.

고구려·시대에는 結婚過程 자체가 자유로운 경향이 있었으므로 男子집에서 돼지고기와 술을 보낼뿐 다른 禮物이 없었다. 이러한 혼속은 고려초 후기까지 성행된 것으로 본다. 조선시대에는 혼례과정에서 납폐때 禮物(혼히 함이라고 함)을 보냈는데 일반적으로 新婦의 청혼단, 혼서지(또는 예장지), 집안과 지방에 따라 상징되는 物件 또는 폐물, 옷감 등을 보냈다.

이런 예물은 신랑집에서 新婦집으로 보내는 것이다. 신분계층이 높을수록 납폐에 폐물이나 돈을 많이 보내는 것은 격이 낮다고 보았다. 지방에 따라 나타나는 예물의 형태를 보면 경남 동래지방은 新婦의 상하 3벌, 이불감, 솜, 폐물, 조금돈(침선비)을 보냈다. 예물 안에는 팔, 수수와 같은 곡물, 목화씨 등을 넣어 다복함과 다산을 기원하기도 했다. 新婦側에서 후례인 폐백에 시댁식구들에게 선물을 하는 물품으로는 시부모의 옷장만 또는 버선, 토시 등이 있고 자신이 사용할 약간의 생활도구, 의류, 침구만을 준비했다.

대체로 전통사회에서는 婚需는 예단, 예물의 형태로서 예의나 공경, 축복의 상징의 의미를 갖는 것이었으며 현대와 같은 물질의 교환과 신분과시의 표상은 아니었다.

### 나. 現代社會의 婚需

現代結婚過程에 나타나는 婚需는 새로운 사회관계를 표현한다. 資本主義社會의 산물인 물질만능주의, 무직업자로 상징되는 女性, 경제력을 보장하는 男性의 직업과 사회적 지위의 교환관계로 성립되는 結婚過程 상의 성차별은 女性이 婚需를 해가야 하며 그것도 女性의 選擇보다 男性 집안의 選擇에 놓

이게 되는 사태를 야기시켰다.

結婚이 자유로운 의사에 의해 사랑과 믿음을 근거로 이루어지는 選擇的 결합이라고 했을때 과도한 婚需는 인격과 인격의 결합에 오히려 해가 될 수 있다. 婚需를 많이 해가야 시가에서 대우를 받고, 부모입장에서 볼 때 딸가진 죄를 면한다는 식의 婚需意識은 문제가 아닐 수 없다.

외국의 경우도 예물의 형태로 집안살림에 필요한 각종 도구, 현금 등을 주는 하나 우리나라 婚需의 의미와는 다른 시각에서 마련되었는데 현재 나타나고 있는 婚需의 樣相을 살펴보면 다음과 같다.

#### 다. 婚需樣相

① 婚需費用에는 配偶者 예물, 配偶者 가족예물, 신혼살림마련 費用이 포함되고 儀式費用에는 結婚式, 新婚旅行, 합값, 지참금의 費用이 포함된다. 한국소비자보호원의 조사를 보면 총 婚姻費用은 女性이 1,750만원대, 男性이 약 1,210만원 정도였다. 男性은 配偶者 禮物費用이 가장 많으며 女性은 살림마련 費用이 가장 많다.

婚需費用의 마련에 있어서는 총 費用의 75% 이상을 부모가 부담한 경우가 47.5%, 대부분 본인이 부담한 경우는 23.6%에 지나지 않았다. 教育水準別로는 대졸이 55.5%, 중졸이하인 경우 32.5%로 75% 이상의 費用을 부모에게 의존한 것으로 나타나 學歷이 높을수록 부모 依存度가 높게 나타났다.

실제 여기에 집값이 포함되어 있지 않기 때문에 집마련 費用을 포함한다면 男子쪽이 훨씬 더 많아진다. 현재 結婚을 해야 한다면 物價上昇率을 고려해 볼 때 費用은 더 많아질 것이다. 그러나 婚需費用은 結婚 당사자의 가치에 따라 충분히 가감할 수 있는 부분이므로 우리의 건전한 婚需意識이 요청된다.

<표 2-8> 總 婚姻費用

(단위 : 만원, %)

구 분	배우자 예불비용	예단비용	살림마련 비 용	결혼식 비 용	신혼여행 비 용	기 타	총혼인 비 용
남 자 (151명)	215.5 (17.8)	161.0 (13.3)	308.7 (25.5)	134.4 (11.1)	99.3 (8.2)	291.6 (14.1)	1,210.5 (100.0)
여 자 (429명)	266.0 (15.2)	306.2 (17.5)	787.4 (45.0)	187.2 (10.7)	71.7 (4.1)	131.2 (7.5)	1,749.7 (100.0)

資料 : 한국소비자보호원, 婚需實態 調査結果, 1994.

② 婚需品과 禮緞

정무 제2장관실의 婚需意識調査(대상 719명) 결과를 살펴보면 조사 대상자의 70%가 TV, 냉장고, 세탁기, 전기밥솥, 장농, 다리미는 婚需 必需品이라고 말하고 오디오, 전자레인지, 믹서기도 필수 婚需品으로 제시했다. 過多婚需의 대표적 품목이라 할 수 있는 아파트는 12.5%, 승용차는 5.1%, 지참금에 대해서는 11.3%가 각각 婚需品目으로 꼽았다.

婚需費用은 본인이 번 것과 부모가 합해서라는 답이 가장 높았으나, 처음부터 무리하게 준비할 필요없이 婚姻生活를 시작해야 한다는 응답자는 7.5%에 그쳤다. 부모의 도움으로 마련하는 婚需에 대해서는 新婦들은 부모의 성의 표현(74.7%), 부모로부터 독립 상징(14.2%), 상속(2%) 등 소박하고 가정적 次元의 것으로 생각하고 있었다.

禮緞의 範圍에 대해서는 형제자매까지가 46.7%, 부모까지가 26.6%, 사촌까지가 20.1%의 순으로 나타났으며 기혼응답자 중 6.7%는 시택요구대로 해야 한다고 답했다.

婚需品の 규모결정이나 개별적 商品選擇에 있어서 가장 많이 참고하고 비

교하는 집단은 가족내의 기혼한 형제자매의 사례가 36%, 친구나 선후배가 26.2%, 配偶者 집안의 結婚事例가 20% 등의 순으로 나타났고 본인 스스로 選擇한 경우는 4.9%에 지나지 않았다.

婚需마련에 있어서 女子는 男子보다 훨씬 많은 갈등을 겪게 된다. 配偶者 가족용 예단은 단순한 선물수준을 벗어나 양가족간 지위의 과시 수단으로 이용되기도 하고, 婚需는 結婚後 주변 사람들의 경우와 비교됨으로써 가정불화도 야기시킨다.

結婚前 女子가 婚需準備時, 자신이 사용할 生活用品 마련보다 예단 장만에 더욱 신경썼거나 감정적으로 조마조마했다고 응답한 경우는 자신의 처지에 비해 婚需를 과다하게 마련하는 경향을 보였고, 특히 中媒結婚이나 非就業 女性인 경우에 이러한 경향이 두드러졌다.

또한 자신의 혼수장만을 다른 結婚事例와 비교평가하는 정도에 있어서도 대졸의 경우, 중상류층의 경우, 시부모와 동거하는 자의 경우에 더 빈번한 것으로 나타나 婚需 準備過程에서 양가 가족간의 대화나 상호이해가 매우 부족하고, 配偶者側의 경제적 지위에 상당히 집착하는 것으로 나타났다.

신혼부부의 20% 가량이 婚需是非로 인한 가정불화를 경험하고 있다. 配偶者 家族 禮緞으로 시부모에게는 양복이나 한복을 하고, 신랑의 형제들에게는 계절에 맞는 양복이나 양장지를 공전과 함께 하는 것이 보통이다. 一家親戚의 경우, 新郎이나 시어머니 등과 의논하여 예단의 範圍와 規模를 결정하게 되고, 대개 가까운 친척들에게는 家族單位로 春秋用 이불이나 담요를 준비하거나 개인별로 와이셔츠나 넥타이, 내의, 양말이나 버선 등을 준비한다.

최근 一部階層에서는 高價의 禮緞을 준비하거나 요구하기도 하여 첫대면을 앞 둔 인사라는 예단 본래의 의미가 점점 퇴색되어 가고 있다. 심지어 5백만원~1천만원이나 하는 밉크코트, 5~6백만원짜리 홍콩제 자수이불과 보

료세트, 4~5백만원인 시부모 한복, 유명화가나 서예가의 그림이나 글씨로 만든 고가의 병풍 등도 예단 품목으로 등장하고 있어 놀랍기만 하다.

#### 라. 婚需의 方向

婚需의 의미는 새로운 結婚生活에 대한 기념과 생활품의 마련 및 선물의 개념이어야 한다. 그런 婚需가 結婚過程 및 結婚 후에도 계속 갈등의 요인이 된다면 큰 문제이다. 특히 일부 특수층의 과시적 소비풍조와 女性에 대한 상품가치로서 婚需品目이 결정되는 일부의 작태는 근절되어야 한다. 또한 젊은 층일수록 婚需品을 더 많이 해가고 재산증식의 기회와 재산상속의 기회로 만들려는 의식도 나타나고 있는데 이 의식도 바뀌어야 한다. 부모세대가 그들의 지위를 과시하려고 할지라도 우리는 건전한 혼인의식을 갖고 근면하고 성숙한 자세를 가져야 할 것이다.

### 4. 現代的 結婚式

#### 가. 結婚式

結婚禮式은 예로부터 인륜대사의 하나로 매우 중요하게 여겨졌다. 관혼상제의 “혼”에 대한 의식을 통하여 가문과 가문의 결속, 가계계승, 자녀의 성인지위 획득이 이루어졌다. 특히 관습주의 結婚慣行인 관계로 혼인식은 공표의 기능을 수행해야 했다. 전통혼례의식은 가례에 준하여 사례를 실행하는 것이 이상형으로 나타났다. 이러한 전통혼례가 西歐文化와 일제 식민지시대의 영향을 받고 새로운 변형을 이루게 된 것은 1920年 왕세자 이은과 방자여사의 結婚式 이후부터인데 이 結婚式은 동경에서 일본식으로 거행되었다. 인정전에서는 書名簿를 갖추어 축하방문객의 인사를 받았는데 거기에 참석할 사람은 男性의 의복이 양복인 경우 반드시 후록코트, 모닝코트를 착용해

야 한다고 하였다. 또한 그들 축하객을 위하여 동행각에 다과회를 마련하였다. 그 당시 이미 4개의 식탁에 오색 서양꽃 장식을 하였으며 다과회는 이화를 새긴 홍백의 과자 두 개와 차를 내었으니 이것이 바로 일본식 피로연이었던 것이다. 1920年代부터 혼례식 場所는 다양하게 변하게 된다. 예배당이라고 불리워지던 교회 이외에 절, 부민관, 동아·조선의 신문사 강당, 식도원·명월관과 같은 요리집 등에서 結婚式이 이루어졌다.

또한 피로연(모든 친구나 친지에게 공인받는 과정임)이나 答禮品(일본의 개자 떡에서 유래)의 根源도 일제 식민지시대의 잔재라고 볼 수 있다. 우리나라의 고유한 잔치의 概念은 혈연은 물론 지연을 바탕으로 한 共同體 의식을 강화시키는 기능을 한 것인데 이것이 일제시대를 거치면서 피로연으로 바뀐 것이다. 또한 西歐文化의 유입은 종교적 의례를 가증시켰고, 서구적 안목에서 비합리적으로 평가된 舊式婚禮를 기독교식으로 권장하는 방향으로 바뀌었다. 이러한 社會的 움직임이 한국문화에 접목되어 결국 禮式場이 출현하게 되었다. 1994년 현재 結婚式의 72%가 禮式場에서 거행되고 있다. 禮式場에서 거행되는 新式婚禮가 이제는 우리의 結婚禮式이 된 셈이다.

현대의 結婚禮式은 식민지문화와 서구문화의 접목형태이다. 傳統婚禮의 좋은 의미는 사라지고 의미있는 婚禮形式만이 西歐 結婚式에 접목된 형태로 나타나고 있다. 즉, 靑洪配色의 婚禮服은 女性의 순결을 상징하는 흰 웨딩드레스로 바뀌었고, 동등했던 신랑 新婦의 입장도 新婦가 아버지에 의해 신랑 손에 넘겨지는 형식을 통해 女性의 종속성 및 삼종지도의 격식이 오히려 강화된 모습으로 변화되었다. 피로연과 답례품, 청첩장 돌리기, 폐백의 형식화 등이 현대 結婚에 나타난다. 한편, 젊은 세대들은 새로운 양식의 전통혼례의 계승을 시도하거나 禮式場을 이용하지 않고 야외나 회관 등에서 結婚을 하기도 한다.

<표 2-9> 季節別 婚姻分析

(단위 : %)

혼 인 월		혼 인 년 도				
		1975	1985	1990	1992	1993
전국	3~5월	27.7	31.7	32.9	33.4	35.7
	6~8월	9.1	11.0	10.5	11.0	11.8
	9~11월	24.2	24.2	27.2	29.1	27.2
	12~2월	39.0	33.1	29.4	26.5	25.3
시부	3~5월	30.5	32.3	33.3	33.8	31.5
	6~8월	11.3	12.0	10.9	11.1	12.1
	9~11월	24.8	25.7	28.2	29.9	28.0
	12~2월	33.4	30.0	27.6	25.2	28.4
군부	3~5월	25.6	30.5	31.9	32.3	34.8
	6~8월	7.5	9.0	9.5	10.5	10.9
	9~11월	23.6	21.8	24.3	26.3	24.5
	12~2월	43.3	38.7	34.3	30.9	29.8

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1991.12.

現代結婚에서 일반적으로 수행되는 절차를 살펴보면 다음과 같다.

① 예식날짜 選定은 혼인할 當事者의 意思를 존중하고, 當事者, 양가의 직업, 禮式場의 사정, 新婦의 생리일, 초대객이 참석하기 좋은 날, 新婦집의 婚需, 신랑측의 입장을 고려하여 선정한다. 季節別 婚姻分布를 보면(<표 2-9> 참조) 1970年代 초반에는 전체 結婚의 40%가 겨울에 행해졌고, 다음으로 봄, 가을, 여름 순으로 나타났으나 최근에는 봄이 가장 많고 가을, 겨울, 여름의 순으로 나타난다.

혼인의 60% 이상이 봄과 가을에 집중되어 있는데, 都市에서는 봄철에, 농촌에서도 최근에는 봄철에 혼인을 가장 많이 한다. 1993年の 경우 월별로 보았을 때 도시에서는 4月과 10月에, 농촌에서는 1月과 3月에 가장 많은 것으

로 나타났다.

② 禮式場所 選定時에는 新婦집에서 禮式을 거행하던 풍습은 사라지고 80% 이상이 예약장에서 結婚을 한다. 양쪽이 종교가 같으면 教會, 성당, 법당 등에서 거행하고 그 외에 회관, 학교 강당, 야외, 호텔 등을 이용한다. 禮式場 選定은 교통편이 좋고 양가의 내빈이 거의 들어가는 장소를 選擇한다. 禮式場 費用은 양가가 함께 부담하는 것이 통례이다.

③ 主禮委囑은 宗教意識이 아닌 다음에야 主禮가 반드시 있어야 하므로 主禮할 사람을 交涉해야 한다. 主禮는 혼인 當事者가 잘 알고, 혼인 후에도 그들 부부를 염두에 두고 지도할 은사가 좋다. 주례부탁은 結婚式 2주일쯤 전에 본인이나 부모가 직접 찾아뵙고 부탁드리는 것이 예의이다.

④ 請牒狀에 招請人의 범위는 가까운 친척, 동료, 은사, 동창생, 직장의 상사로 미리 명단을 작성해 錯誤가 없도록 한다. 늦어도 일주일 전에 도착하도록 한다.

⑤ 피로연 및 답례시에는 사회자 선정, 내객접대, 답례 등을 의미한다. 특히 答禮의 방법은 보통 披露宴의 형태로 이루어지고 있으며 가까운 음식점에서 식사를 대접하고 있다. 식사대신에 부담없는 물건으로 하객에게 답례하는 경우도 있다.

禮式場 혼인과정은 대체로 開式(사회자진행)→新郎入場→新婦入場(아버지 인도하에 입장)→新郎新婦 맞절→新郎新婦 誓約→禮物增訂(반지교환)→成婚宣言→主禮辭→新郎新婦 내빈께 인사→新郎新婦 行進→閉式(사회자 선언)으로 약 15분에서 20분안에 끝난다. 기념촬영이 끝난 후 新郎新婦는 다시 폐백실에서 폐백을 드린 후 다시 옷을 新婚旅行服으로 갈아입고 피로연 장소에 나가 친지, 친척 등 하객에게 인사를 올리고 新婚旅行地를 향해 떠남으로써 現代式 結婚意識은 마감된다.

그러나 우리가 시행하고 있는 現代植 結婚에는 지적해 보아야 할 문제들이 있다. 結婚式은 인생에 한 번밖에 없는 중요한 행사이지만 結婚禮式의 규모나 내용이 과다하며 즐거워야 할 신혼부부에게 정신적, 경제적 부담이 되어서는 안된다. 또한 잘못된 전통혼례 형식의 전수와 서구식 結婚風習의 접목으로 나타나는 합들이 때 新郎側의 합값 경쟁, 그에 대한 新婦側의 꽃값 흥정, 부케던지기, 복잡한 폐백절차, 과다한 婚需, 女性의 종속성을 나타내는 혼인절차 등은 現代結婚의 폐단이다.

의식있는 젊은 층이라면 허례허식을 삼가하고 과다한 費用을 들이지 말고 절약되는 費用을 되도록이면 신혼살림 마련과 앞으로 家庭經濟計劃에 사용하는 지혜를 가져야 할 것이다.

### 制 3 節 禮式文化의 變化要因

#### 1. 配偶者 選擇要因의 變化

配偶者 選擇 및 決定에 관련되는 要因으로는 친구 및 부모의 지지도, 호감과 매력, 신체적 접촉과 개방성, 성과 사랑에 대한 의식, 이상적 配偶者의 부합도 등이 있는데, 이들 要因과 結婚 만족도와의 관계를 전반적으로 살펴 봄으로써 配偶者選擇 관련 변인에 따라 配偶者 選擇 현상이 어떻게 달라지는지를 살펴볼 수 있다.

##### 가. 친구 및 부모의 지지도

부모의 지지정도는 配偶者를 選擇하는 데 영향을 미친다. 특히 증매혼을 통하여 가정을 이루는 우리 사회에서는 父母의 영향력이 상당히 크다. 또한

자유연애혼 보다는 선교제 후 결정 또는 선결정 후 교제를 선호한다는 것은 곧 父母의 意思를 尊重하여 부모의 지지를 받는 結婚을 희망함을 보여주는 증거이다. 가끔씩 父母의 反對가 오히려 두사람 간의 관계를 강화시키기도 하지만 대체로 부모가 허락하는 配偶者를 選擇하는 경향이다. 또한 친구의 반응도도 영향을 준다. Robert Lewis<sup>31)</sup>(1973)에 의하면 친구나 친척에 의해 커플로 인정을 받을수록 그 관계는 持續的이며, 의미있는 사람들의 否定的인 태도는 그들의 關係를 惡化시키는 것으로 나타났다.

#### 나. 好感과 魅力

데이팅을 하게 되면 호감과 매력은 매우 중요하게 작용한다. 초기 魅力은 身體的 魅力, 年齡, 유사한 취미, 대화 등을 통해 形成된다. 서로의 만남에 장애만 없다면 서로의 見解와 價値觀의 수용, 自我尊重, 愛情·性格의 表現이 알맞을 때 이는 깊은 매력의 要素가 된다. Winch(1985)<sup>32)</sup>는 성격과 욕구의 相互補充性이 있어야 바람직하다고 본 반면에 Murstein(1965)<sup>33)</sup> 등 몇 학자들은 성격의 대조는 오히려 공격과 비난의 요인이 되므로 유사한 경우가 더 매력적이라고 주장했다. 가치론자는 宗教, 教育, 社會經濟的 背景이 유사하여 유사한 가치관을 갖는 것이 더욱 깊은 매력을 갖게 한다고 본다. 즉, 社會的 범주인 유사한 宗教, 學歷, 經濟的 背景 등은 어느 정도 가치일치, 신뢰감 형성, 상대방의 행동동기 이해의 기저가 되므로 유사할수록 매력적일 것이다.

---

주: 31) R. Lewis, Theories of Mate Selection, N.Y., The Free Press, 1973, p.5.

32) Winch, The Family, N.Y : Rand McNally College Publishing Company, 1985, pp.41~49.

33) Murstein, B.I., Mate Selection in the 1970S, Journal of Marriage and the Family, Vol.42, No.4, 1965, pp.65~67.

#### 다. 開放性과 性格의 類似性

開放性에 대해서는 研究가 부족한 편이다. 配偶者 選擇에 있어 초기의 개방적 만남은 서로를 잘 알 수 있어 좋은 영향을 주기도 하지만 때로는 나쁜 영향을 줄 수도 있다. 자기개방의 좋은 면은 信賴感 형성에 관한 한 서로의 유사성과 補完的 측면을 인식하게 해준다는 점이다. 서로를 포용할 정도의 개방성은 초기의 자극적인 매력 이상으로 관계를 지속시키기도 한다. 그러나 동거 등을 통한 과도한 개방은 結婚 慾求를 減少시키거나 없애기 조차 할 수 있다. 한편, 개방성의 정도가 높은 사람일수록 중매혼 보다 연애혼을 더 지지하기도 한다.

性格의 類似性 問題는 계속 論難의 對象이다. 配偶者 選擇에 있어 가장 중요한 요인의 제 1순위가 성격으로 지적되고 있는 것으로 보면 성격의 유사성 또는 메카니즘이 중요한 特性임에는 틀림없다. Winch(1983)<sup>34)</sup>의 연구는 서로에 대한 慾求와 性格에 있어서 보완성의 적절성에 대한 설명이 부족한 것으로 지적되고 있는데 Centers(1992)<sup>35)</sup>에 의하면 男性과 女性은 慾求分化의 質과 量이 다르다고 한다.

#### 라. 性과 사랑

配偶者 選擇의 통제는 가족의 기능 및 유대를 적절히 보장할 수 있는 범위내에서 이루어진다. 親族中心 사회에서 사랑과 성은 配偶者 選擇에 적합하지 않다. 자유로운 기회가 보장되고 정서적 매력을 기초로 하는 사회에서는 서로의 정서적 행동이 매력으로 드러나면서 성과 사랑은 配偶者 選擇의 중

---

주: 34) Winch, Marriage and Family Development, N.Y : Harper & Row, 1983, pp.35~57.

35) Centers, The Male Sex Role ; Definition Problems and Sources of Change, Journal of Social Issues, 1992, pp.112~113.

요한 要素로 작용한다. 우리나라도 점차 자유로운 이성교제를 하고 성과 사랑을 配偶者 選擇의 중요한 요인으로 받아들이는 추세이다.

#### 마. 理想的인 配偶者像

Jung(1976)<sup>36)</sup>에 의하면 인간은 누구나 무의식적인 원형을 추구하기 때문에 男性은 女性에게, 女性은 男性에게 本能的으로 일치감을 느낀다고 본다. 즉, 이상적인 配偶者像은 女性에게는 아니무스, 男性에게는 아니마로 나타난다. 그는 遺傳的으로 특별한 配偶者像을 갖고 있음으로써 만난 순간 서로에게 그런 일치를 갖는다고 주장한다. 그러나 생물학적으로 이러한 접근법을 채택한 연구는 없다. 정신분석학적 입장에서는 配偶者 選擇時에 부모의 대리로 부모의 이미지와 유사한 사람을 자신의 配偶者로 選擇한다고 본다. 즉 부모의 이미지가 좋은 경우 男性은 어머니와 유사한 女性을, 女性은 아버지와 유사한 男性을 이상적인 配偶者로 選擇한다는 것이다. 부모에 대하여 반감을 가진 경우는 그 반대 현상이 있을 수 있다. 그러나 과연 그러한지를 實證的으로 고찰한 결과는 없는 실정이다.

## 2. 配偶者 選擇 條件의 重要度

좋은 가정을 이루기 위하여 어떤 사람을 좋은 配偶者라고 생각하는 지는 중요한 문제이다. 傳統的인 한국가정은 가문이나 社會經濟的 地位, 身分 등의 비중이 컸었다. 그러나 현대로 오면서 개인적 資質을 중요시 하고 있는 실정이다. 配偶者 選擇 條件의 중요도에 대한 研究結果를 간단히 살펴보면 다음과 같다.

---

주: 36) Jung, Blood, Marriage, N.Y ; The Free Press, 1976, pp.29~34.

박인덕(1973)<sup>37)</sup>은 애정(37.5%), 건강(25.2%)을 男女 모두 중요하게 생각하는데 男性은 용모(20.7%)를, 女性은 才能(21.7%)을 건강 다음으로 중요하다고 보았다. 가정환경조건에서는 家族狀況(28%), 血統(26%)을 중요하다고 응답했다. 최충일(1976)<sup>38)</sup>은 고등학생을 대상으로 未來의 配偶者 조건에 대한 중요도를 본 결과 ① 性格 ② 健康 ③ 純潔 ④ 知能 ⑤ 外貌 ⑥ 職業 ⑦ 財産 ⑧ 家風 順位로 나타났다. 유영주(1978)<sup>39)</sup>의 研究結果에서는 大學生 男子는 ①成熟度 ② 外侮 ③ 教育 ④ 健康 ⑤ 信念 ⑥ 經濟力 順位인 반면에 女子大學生은 ① 成熟度 ② 健康 ③ 信念 ④ 教育 ⑤ 經濟力 ⑥ 外貌로 응답했다. 또한 既婚女性은 ① 健康 ② 經濟力 ③ 教育 ④ 成熟度 ⑤ 信念 ⑥ 外貌 순으로 결정했다. 대학생은 精神的 側面인 成熟도를 1위로 보았고 특히 男學生은 外貌를 중요시 여긴다. 既婚者들은 1위는 건강이고 6위는 外貌라고 말했다.

즉, 大學生은 性格을 1위로 노동자는 健康을 1위로 보았으며 男子 應答者는 모두 외모를 중요하게 여겼다. 김혜선(1983)<sup>40)</sup>의 研究에 의하면 여대생은 ① 性格(인격) ② 愛情 ③ 健康을 매우 중요하게 봄으로써 상대방의 內面的 · 個人的 條件을 고려한다. 또한 생활환경, 學歷, 수입, 양친찬성, 장래성을 비교적 중요하게 생각하는데 이는 경제적 안정과 친지 · 친척으로 부터의 지지를 받음으로써 姻戚關係의 安定을 추구한다. 반면, 집안, 연령, 취미, 종교 순결성, 시부모와의 동거는 거의 중요하게 생각하지 않는다.

주: 37) 박인덕, 서울시와 제주시의 미혼남녀의 결혼관에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문, 1973, pp.61~65.

38) 최충일, 고등학생들의 결혼관에 관한 조사연구, 경상대학교 석사학위논문, 1976, pp.33~39.

39) 유영주, 대학생의 결혼관에 관한 연구, 대한가정학회지, 제17권 2호, 1978, pp.78~79.

40) 김혜선, 우리나라 여대생들의 결혼관에 관한 연구, 덕성여자대학교 석사학위논문, 1983, pp.49~54.

강호철(1984)<sup>41)</sup>의 연구에서는 男子大學生은 性格(50.7%), 健康(24.2%), 外貌(11.9%)의 순으로, 女子大學生은 性格(38.6%), 將來性(29.0%), 健康(15.7%)의 순으로 중요하게 생각한다고 하였다. 즉, 현대로 올수록 個人的 特性을 중요하게 여기고 있음을 알 수 있다. 이외에도 가치관, 매력, 첫인상, 사랑 등도 중요한 요인으로 작용하리라 생각된다.

配偶者 選擇時 條件에 대한 重要度를 알아보기 위해 26개 요인을 종합적으로 고려하여 살펴보았을 때 重要度の 순을 平均 點數로 환산하여 2점(비교적 중요함)까지 나타내 보면 健康, 性格, 사랑, 生活力, 價値觀, 將來性, 純潔性, 成長環境, 職業, 學歷, 父母의 贊成 順位이다. 거의 중요하게 여기지 않는 것으로는 사주·궁합, 부모의 학벌, 출생순위, 출신지역, 종교의 순위로 나타났다.

### 3. 다양한 家族形態의 登場

#### 가. 多樣한 家族形態

##### (1) 同居夫婦

同居夫婦는 公式的으로 結婚式이나 婚姻申告를 하지 않고 사는 부부이다. 아직까지 한국에서는 同居夫婦를 사회적으로 잘 받아들이지 않지만, 법적으로는 보호를 받을 수 있는 根據가 마련되어 있다. 즉, 事實婚姻 관계에 있는 이들은 자녀를 가질 수 있고 정조의 의무 등에 문제가 있을 때는 법에 의해 판결을 요청할 수 있다. 미국사회에서는 주로 大學生 集團에서 행해지는 형태였으며 미국 부부의 약 4%가 同居夫婦로 나타난다.

同居의 이유는 共同起居 및 共同取捨, 性慾充足 및 經濟的 協力の 기능을 수행하기 때문인데, 때로는 求婚過程 중의 한 부분으로 實驗結婚의 성격을

---

41) 강호철, 배우자 선택과 성의식에 관한 연구, 아세아 여성연구, 제12호, 1984, pp.85~87.

갖는다. 즉, 結婚하기 전에 서로가 잘맞는지 시도해 보는 것으로, 實驗結婚 당시에는 두 남녀가 동등한 입장에서 출발하며, 대체로 役割分配 및 役割 共有現狀이 두드러진다.

同居夫婦로 지내다가 서로가 맞지 않으면 헤어지고, 계속 잘 맞으면 자녀를 낳고 가족을 형성한다.

## (2) 無子女 家族

結婚을 하면 子女를 갖는 것이 일반적인 현상이다. 과거에는 비자발적인 무자녀 가족(예를 들어 불임이나 교통사고에 의한 자녀사망 등)을 불행한 가족으로 받아들였으나 근래에는 自發的인 무자녀가족이 늘어나고 있다. 자발적인 무자녀가족은 이미 結婚前에 자녀를 갖지 않겠다고 약속을 하고 結婚을 하는 경우와, 처음에는 한정된 기간만 子女를 갖지 않겠다고 약속했으나 그 생활에 익숙해져 영원히 子女를 갖지 않는 쪽으로 結論을 내리고 갖지 않는 경우가 있다. 이들은 대체로 양쪽이 職業을 갖고 있거나 個人的, 社會的, 經濟的으로 子女 때문에 생기는 障礙나 不利益을 갖지 않고 자신과 두 사람만의 관계에만 충실하겠다는 사람들이다. 대체로 教育水準이 높고, 所得이 높고, 專門職을 가진 夫婦에게서 나타나며 미국의 경우는 40대 초반 女性(40~44세)의 8%가 여기에 해당된다. 대체로 이들은 社會의 이목때문에 입양을 하기도 한다. 즉, 적절한 시기에 자녀를 입양하여 자신들도 아이를 키울 수 있는 能力을 증명하기도 하며, 無子女家族의 協會를 만들어 그들만의 가족유형을 독려하기도 한다.

## (3) 實驗 또는 契約結婚

同居夫婦는 대체로 實驗結婚의 형태를 띠어 몇년 동안 同居生活을 하다가

남녀가 합의하면 법적인 夫婦가 되는 것이다. 이와 유사한 形態로 契約結婚이 있다. 이것은 일정기간 동안 동거를 하고 契約을 갱신하지 않으면 자동으로 이혼되는 것이다. 우리나라는 勤勞者階層 또는 大學街 등에 經濟的 公助體系 또는 性慾의 充足을 위해 이러한 형태의 結婚類型이 생기고 있다. 實驗結婚 또는 契約結婚의 형태는 현시대의 산물이기 보다 文化에 따라 있어 온 형태라고 본다. 아프리카의 부르키나파소지방의 사모(Samo)족에서는 女子가 結婚하기 전에 최고 3년까지 자기가 選擇한 애인을 갖는다. 그동안 자녀가 생기면 새로 정한 남편과 結婚을 하고 結婚한 후 그 자녀는 남편의 자녀가 된다. 자유로운 부부의 대표적인 예라 하면 시몬느 드 보봐르와 썬트루와 의 부부관계일 것이다.

#### (4) 편부모 家族

편부모 가족도 전세계적으로 增加하고 있는 가족의 형태이다. 편부모 가족은 死別, 別居, 未婚母 등의 이유로 한쪽 부모가 없거나, 법적으로 또는 現實的으로 父母의 役割을 하지 못하게 됨으로써 발생한다. 특히 이혼율의 增加는 편부모 가족을 양산시키는데, 대체로 女性이 家長이 될때 문제가 된다. 즉, 이런 경우 經濟的 貧困과 社會 관계상의 여러 불이익을 받게 된다. 女性의 家事活動과 生計扶養者의 役割, 결핍된 父母役割 提供 등으로 인하여 어려움을 겪는다. 따라서 國歌는 母子家庭을 보호하기 위한 特別法을 제정하여 國家次元에서 支援體系를 갖고 있으며 특히 未婚母 家族과 低所得層 母子家族의 子女養育과 生計獨立을 위한 各種 事業을 實施한다.

#### (5) 再結合 家族

離婚率이 높아지면 再婚率이 상승하게 된다. 특히 美國 등에서는 30대 이

혼율이 50% 이상이 되고 있으며 전 結婚의 1/3 이상이 再婚經驗을 갖는다. 또한 離婚男性의 84%, 女性의 74%가 再婚을 하고 이혼한 남녀가 각자의 자녀를 데리고 再婚을 함으로써 繼父繼母 家族을 형성한다. 대체로 그들 가족의 부부만족도는 全結婚에 비해 높거나, 차이가 없다. 그러나 자녀들은 心理적으로 갈등을 겪게 된다. 자신이 어느 家族에 충실해야 될지의 문제, 前父母와의 感情定理과 交流, 繼父繼母 子女와의 적응 등은 쉽지 않다. Giles-Sims(1988)<sup>42)</sup>의 再婚研究에 의하면 繼父母들은 子女養育과 社會化에는 참여하지만 親父母처럼 대해주지 않는다. 또한 십대 자녀가 있는 경우는 자녀의 가출이 생기기도 하고, 친부모보다 아동학대 비율이 높은 것으로 보고되고 있다. 繼父母 家族은 離婚과 再婚의 自由에 따른 부수적 가족형태로 등장하게 된 것이다.

#### (6) 군혼

군혼은 家族의 기원에서 보면 原始的인 結婚形態로 존재하였다고 주장되었지만 현대가족의 대안으로는 드문 편이다. 이는 2명 이상의 아내들 또는 남편들을 갖고 복수혼 내지는 복수의 結婚生活을 하는 경우이다. 이것은 오히려 제1의 물결이 만연해 있던 시대 즉, 가부장제 社會나 傳統社會에서 나타나는 家族의 유형이었다.

여기에는 一夫多妻制나 一妻多夫制가 포함된다. 그러나 오늘날 대부분의 국가에서 나타나는 結婚의 형태는 역시 一夫一妻制이다.

그런데 이러한 군혼의 잔재형식으로 나타나는 형태로 配偶者 교환관계가 있다. 주로 美國社會에서 비밀리에 이루어지고 있는 이 配偶者 교환은 친구

---

주: 42) Giles Sims, Marriage, Divorce and Children's Adjustment, Sage Publications, 1988, pp.71~79.

또는 비밀미팅을 통해 男子와 女子의 配偶者를 주말 또는 며칠간 바꾸어 생활하는 형태이다. 대체로 性を 공유하는 형태로서 어떤 경우에는 친구의 配偶者가 더 마음에 들어 약속을 깨고 離婚을 요구하기도 한다는 事例가 보고된다. 그러나 이것은 정확한 統計로 관찰될 수 없고 주로 事例研究로 나타나는 케이스이다.

### (7) 同性愛 關係

同性愛 關係를 맺고 있는 男性들 또는 女性들도 가족으로 보아야 하는가에 대한 論爭이 있어 왔다. 아직까지는 同性愛 關係는 夫婦도 아니며 家族도 아니라고 본다. DSM<sup>43)</sup>에 의하면 同性愛는 情緒的 障礙가 있는 問題의 盛行 動 범위에 속한다. 그러나 美國의 경우 男性의 3%, 女性의 1~3%가 전형적인 同性愛者라고 推定하고 있다. 그런데 그들도 社會生活 構造에 한몫을 하는데 동성애 바, 조직, 친구집단을 형성해 가고 있다. 특히 女性의 경우는 연대조직이 강하며 관계가 오래 지속된다. 또한 女性은 친밀하고 만족스런 관계를 유지하며 自律性과 平等關係를 갖고 있다. 同性愛 關係者들은 이전의 結婚에서 이미 자녀를 갖고 있는 경우가 男性 16%, 女性은 26%로서, 처음부터 同性愛者는 아닌 경우가 적지 않았다.

대체로 이들은 유사한 태도를 갖고 있으며 男性은 바깥에서 同性愛 關係를 맺기도 하지만, 女性의 경우는 철저하게 排他的이며, 높은 信賴感과 사회 지원, 공동의 意思決定을 하고 지내는 것으로 나타났다.

### (8) 共同體 居住

이 類型에 속하는 대표적 예로서 이스라엘의 키브츠, 과거 소련의 콜호츠,

---

주: 43) 미국의 동성애 전문연구기관

물론교의 共同體生活 등이 있다. 이것은 革命的 社會 또는 유토피아적 사회에 있어서는 가족이 지니는 기능들이 다른 기관에 위탁되거나 소속된 성원들의 공동책임분담과 분업적 役割로 나타난다는 전제하에 이루어진 것들이다. 家族의 기능이 개개의 가족내에서 실행되는 것이 아니고 분산되어 공동으로 수행되거나 전문기관에 이양된 형태였다. 예를 들어 식사는 밥공장에서, 빨래는 공동세탁장에서, 育兒는 專門 保育機關에서, 靑少年은 靑少年의 집 또는 寄宿舍에서, 生産은 共同으로 하고 生産物을 共同으로 사용하는 것 등이다. 이러한 형태를 실현하고자 하는 여러 시도가 있었으나, 이제는 자녀는 부모의 품으로 돌아갔고 기타 기관들은 夫婦와 子女를 중심으로 한 家族單位를 補助하는 體系가 되고 말았으며 家族은 하나의 단위로서 묶여지게 되었다.

#### (9) 獨身者

獨身生活를 選擇하는 要因은 대체로 직업과 일의 추구, 자아실현적이고 자유로운 生活, 의미있는 生活, 친밀한 친구관계 持續, 結婚에 대한 嫌惡 및 기대감 상실, 여권운동 등의 影響을 받는다. 이제는 獨身者에 대한 否定的 觀念이 많이 사라지고 있으며 지지적 이데올로기가 나타나기도 하는데, 아마도 結婚과 家族을 選擇하기 보다 個人生活를 選擇하고 오히려 동료그룹인 獨身女性 또는 獨身男性 組織에 참여하고 자유로운 異性關係를 즐기거나, 친밀한 친구 또는 가족과 함께하는 생활양식을 보인다. 엄밀한 의미에서 독신생활은 미래의 가족을 창출하지 않기 때문에 家族生活은 아니다. 단지, 자신의 과거 가족에 속해 있으면서 結婚과 가족의 대안으로 選擇한 삶의 유형이다.

#### 나. 未來家族의 方向

未來家族은 어떻게 行步할 것인가? 앞에서 다양한 結婚 및 家族生活 양식이 도입되리라고 보았는데 가장 두드러지게 될 것으로 예상되는 現狀은 다음과 같다.

첫째, 就業女性의 增加現狀에 따라 맞벌이 가족이 새로운 유형으로 뿌리를 내릴 것으로 보인다.

둘째, 앞에서 언급한 다양한 結婚形態를 시도하는 세대가 늘어가고 있다는 사실이다. 특히 科學의 發達과 人工授精, 卵子提供이라는 현상이 생기고 이것은 복잡한 현상을 갖게 된다.

셋째, 후기 산업사회의 산물인 컴퓨터는 부작용도 있지만 人間生活, 특히 職業役割의 領域에서는 생산을 위해 직장에 있는 시간을 줄여주고 餘暇活動 시간을 대폭 增加시켜 주며 職場과 家庭이 구별되지 않는 전자주택의 시대를 가능케 해줄 수도 있다. 따라서 職場에서의 對人關係와 出退勤 時間으로 인한 스트레스가 줄어들고 가족생활을 하면서 여가를 즐길 수 있는 시간이 늘어남에 따라 오히려 家族生活 및 夫婦關係는 더욱 뜨거운 관계가 될 것이며, 높은 質의 意思疏通을 추구하게 될 것으로 본다.

넷째, 科學이 발달할수록 과학의 인간화, 인간의 科學化는 상호작용을 할 것이다. 또한 동서양의 문화는 특수성과 보편성을 추구하여, 그동안 양 문화에서 결함이었던 것은 버리고 相互 長點을 찾아가고 있다.

다섯째 미래의 結婚과 家族制度는 계속 유지될 것인가라고 질문했을 때, 우리는 아마도 지금의 結婚 및 家族制度가 유력하게 지속될 것이라고 본다. 왜냐하면 생물학적으로 男性과 女性은 사랑을 근거로 결합할 것이며 그에 따른 자녀출산은 選擇的이기는 하나 자녀의 存在는 夫婦間의 만족한 결과이며 자녀를 통한 가족의 확대 및 인생을 통한 즐거움은 다른 어떤 대응물로

는 얻을 수 없을 것이기 때문이다. 또한 자녀의 사회화 속에서 우리는 건전한 가족규범과 인간성을 길러내는 부모로 존재할 것이다. 특히 心理的 친밀과 생활의 安定感 등은 현재의 結婚制度가 가장 적절하게 제공해 주고 있기 때문이다.

# 第3章 禮式場 및 웨딩드레스 市場의 概要

## 第1節 禮式場의 機能 및 現況

### 1. 禮式場의 機能

#### 가. 社會·文化的 機能

어느 社會集團에서나 結婚은 단순히 남녀 두 사람만에 관계된 사건이 아니다. 두 남녀가 속한 집단이나 사회와 밀접한 관계를 맺고 있다.<sup>44)</sup> 이처럼 結婚이란 두 남녀의 개인적인 관계나 私的契約만으로는 충분하지 않고 법이나 社會的 慣習 등의 公的인 認定을 요구하는 만큼<sup>45)</sup> 비교적 장기적인 협동 생활을 해나가기 위해 個人的으로나 社會的으로 매우 중요한 과정이다. 그러나 結婚에 관련된 모든 社會文化的 規範과 制度는 결국 두 남녀의 個人的 결속에 합리성과 가치를 부여하려는 인간의 보편적인 行爲志向인 것이다. 禮式場의 社會적 기능은 첫째, 두 사람의 관계를 여러 친지들에게 공고하는 성스러운 장소 둘째, 두 남녀간의 정상적인 結婚關係를 인정받는 종교적 의식을 수반하는 장소 셋째, 禮式場은 賃貸料 및 手數料를 받고 婚禮式場을 제공하는 곳이다.

이렇듯 어느 시대나 국가를 막론하고 結婚이란 기본적으로 한 男子와 女子와의 합법적인 結婚이어야 한다는 점은 공통적인 성격을 갖는다. 이때 합법적이란 용어는 社會的 認定을 의미하는 것이다.<sup>46)</sup> 여러가지 規範 및 制度

---

주: 44) E.A. Westermarck, The History of Human Marriage, 최달근, 정동호 공역 (서울:박영사, 1989), pp.15~40.

45) 이교재, 가족과 사회, (서울:진명문화사, 1989), p.111.

는 시대나 국가마다 다양함으로 해서 結婚에 대한 일반적인 정의는 하기가 어렵다. 이러한 관점에서 結婚禮式은 特定場所에서 식을 올려야 한다는 원칙은 없다. 따라서 禮式場을 넓은 의미로 본다면 結婚이 성스럽게 행해지는 장소가 禮式場이라고 정의 내릴 수 있을 것이다. 禮式場, 教會, 家庭, 절, 法律機關, 公共機關, 혹은 특별한 野外場所 등도 社會的 結婚禮式 장소로 행해진다. 그러므로 禮式場은 정상적인 結婚關係를 인정받는 場所는 사실이다.

#### 나. 都市的 機能

일반적으로 즐거운 經驗과 불쾌한 경험에 대한 個人的인 반응은 다양하여 文化的 집단 사이에서도 서로 다르다. 이러한 반응은 타의에 의해 영향을 받을 수 있으며 시간에 따라 변화될 수도 있다.

이러한 의미에서 보면 美的 價値는 便利性이나 快適性和 같은 어느정도 일반화 또는 計量化할 수 있다.<sup>47)</sup> 도시는 인간정주방식의 하나인 방법으로 도시공간을 보다 인간적인 공간으로 형성하려고 한다.

도시의 특색을 보면 ① 사람이 많이 모인다 ② 도시주변에 여러행사가 일어난다 ③ 정보교환이 활발하다 ④ 접근성이 좋은 편리한 장소이다 ⑤ 활동이 편리한 장소이다.

도시의 기능을 보면 ① 生産的 기능을 갖고 있다 ② 서비스 즉 소비성향이 높다 ③ 집회기능을 갖고 있다 ④ 휴식공간을 갖고 있다 ⑤ 문화적 성향이 높은 곳이다.

이렇듯 도시환경적으로 기능보다는 정신적 만족도가 강하며 도시생활(활

---

주: 46) John Beattie, Other Culture : Aims Method and Achievement in Social Anthropology, 일지사, 1979, p.152.

47) Bang George, Elements of Urban Form, New York : McGraw-Hill Inc., 1970.

동)에 필요한 시설이 禮式場이다. 도시지역에서도 접근성이 용이하며 시설 이용율이 좋은 곳에 禮式場이 분포되어 있다.

세분화하여 본다면 첫째, 禮式場의 교통편의시설이 좋으면 그만큼 찾는 이용인도 많다.

둘째, 禮式後 식당이용시설에 따라 사람들의 혼잡도도 알 수 있다.

셋째, 禮式場 周邊의 도로폭이 협소하여 차량과 보행자의 혼재문제와 주차면적의 절대부족으로 인도에까지 주차시켜 보행자에게 큰 불편을 주고 있다.

네째, 노선차량과 택시정차와 주차하려는 승용차간의 마찰, 이때 자동차 소음, 공해문제도 적은 것은 아니다.

다섯째, 禮式場의 입지상 교통이용 문제는 사람들에게 알려져 있는 유명세의 여파도 있겠으나 禮式場이 대로변에 위치하여 사람눈에 쉽게 들어온다면 그곳에 갈 수 있는 교통이용패턴 또한 여러 종류가 된다. 먼곳에서 부터 오는 친척도 찾기 쉬워야 한다.

여섯째, 주위기능과 조화문제는 禮式場 주변 업종별 형성이 조화를 이루는데 이 모든것이 도시에서 禮式混雜을 초래하는 현대도시의 성향이다.

#### 다. 建築的 機能

인간의 행위는 환경무대(장소)와 사용자 집단 그리고 행위 패턴에 따라 서로 다른 이미지를 형성하고 있다. 인간적이고 아름다운 禮式業 행위가 이루어지도록 배치하여야 한다. 집회장소로서 結婚式場의 형식에는 대략 4개 패턴으로 대별된다.

① 神前 結婚式 ② 크리스트교 結婚式 ③ 佛教 結婚式 ④ 結婚禮式場(人前 結婚式이란 주례앞에서 하는 結婚式)

禮式場의 패턴은 각각 교회사원 및 가정에서 거행하는 형식에 따르고 있

다. 禮式行爲는 이와같이 분류될 수 있지만 상업적인 手段과 目的으로 이용하고 禮式을 거행하는 경우가 대부분이다. 商業的 禮式場의 공간구성을 보면 기능에 따라 다음과 같이 분류될 수 있다. 結婚式場 地域과 新婦美容 地域, 폐백지역으로 나뉘며 별도로 피로연회장 지역을 들 수 있다. 참석자들의 흐름을 보면 近來 피로연을 호화롭게 연출하는 경향이 강하고 親戚 親知들의 대면은 대기실이 없는 관례로 홀에서 이루어지고 있다. 그렇기 때문에 禮式이 끝난 후에 식당으로 가는 사람과 시작시에 대화인파가 더욱 혼잡을 초래하고 있다.

商業的 禮式場의 경우 禮式場은 엄숙하고 경제성, 쾌적성, 환경적 조화를 위해서 건축적 규제사항이 있는데 그 목적은 일정규모 이상의 事業施行으로 교통에 심각한 影響을 초래할 수 있는 事業에 대하여 교통의 影響을 分析, 그 결과에 따라 事業計劃을 조정 또는 교통시설을 확충하여 교통문제점을 사전 예방하는데 있다. 평가대상으로 위치나 규모에 관계없이 선정된 대상사업으로 禮式場, 觀光호텔, 都賣市場, 百貨店, 쇼핑센터, 大學校 등 이미 이들의 공통점은 모두 일시에 혼잡을 초래할 수 있는 것들이다. 이들의 평가시간은 사업 완공후 1~5年이며 禮式場을 앞으로 허가할 경우 이 影響評價를 받아야 한다.

## 2. 禮式場 現況

### 가. 全國禮式場 分布變化

全國 禮式場 수를 보면 다음 <표 3-1>과 같다. 서울 및 부산은 꾸준한 증가세를 보이고 있으며 增加된 도를 보면 서울, 부산, 대구, 인천, 경기, 강원, 경남, 충북을 들 수 있으며 減少된 도는 경북, 제주 등이다. 이렇듯이 수도권에서 가까울수록 禮式場의 增加는 높다고 할 수 있다.

<표 3-1> 全國 市·道別 禮式場 數

(단위 : 개)

시 · 도	1985	1989	1993	1995
서울	137	133	131	166(21)
부산	48	44	72	84(19)
대구	19	17	14	35(21)
인천	24	26	28	36(6)
광주	23	29	31	42(1)
대전	25	27	29	50(16)
경기	167	175	198	233(13)
강원	112	100	96	216(11)
충북	92	97	100	112(5)
충남	156	159	161	166(4)
전북	126	125	123	126(2)
전남	170	160	157	171(5)
경북	156	120	107	109(10)
경남	126	112	123	149(18)
제주	32	25	26	31(5)
합 계	1,413	1,349	1,396	1,726(157)

資料 : 과천 보건복지부 제공  
 ( ) 내는 호텔禮式場數

나. 年度別 結婚禮式 現況

全國의 婚姻申告는 1993年末에 30만 8천으로 나타났다. 禮式을 한 수치를 보면 禮式協會에서는 40만쌍으로 나타나고 있으며 이중에서 서울은 10만쌍 정도 했다고 나왔다. 그 중에 6만쌍은 禮式場을 통하여 結婚을 했으며 나머지 4만쌍은 傳統婚禮를 하거나 教會 혹은 社會團體에서 한 것으로 추정하고 있었다. 그러나 사실상 서울에서 婚姻申告를 한 것에 따르면 7만 7천건으로 全國의 25.1%에 달하고 있다.

<표 3-2> 全國 婚姻 數

(단위 : 쌍)

연도 시·도	1985	1990	1991	1992	1993
서울	90,243	99,234	99,835	98,081	77,458
부산	29,043	31,123	31,553	31,553	23,482
대구	15,676	17,674	18,220	18,497	14,854
인천	13,070	17,537	17,881	18,036	14,489
광주	599	8,912	9,246	9,834	7,739
대전	169	8,519	8,788	9,584	8,039
경기	45,960	58,063	58,660	58,732	47,096
강원	14,534	13,307	13,251	13,030	9,856
충북	13,699	13,043	12,961	13,290	10,488
충남	27,416	17,635	17,232	16,485	12,610
전북	20,822	18,904	18,797	18,153	13,719
전남	34,092	24,894	24,079	22,521	15,362
경북	32,203	28,662	28,670	27,094	20,958
경남	33,582	33,967	34,279	34,767	26,012
제주	3,511	4,199	4,402	4,524	3,503
기타	1,823	2,189	2,095	2,862	2,827
합계	376,452	397,872	399,959	397,049	308,492

資料 : 통계청, 인구동태 통계연보, 1994.12.

大都市로 불리는 인구추세와 같이 禮式 또한 가능하면 도시에서 식을 올리하고자 한다. 수도권 중심으로 하여 대도시는 매년 증가되는 추세를 보인 반면, 農村地域에서는 每年 감소추세를 보이고 있다.

#### 다. 綜合的 分析

가와 나에서 나타나듯이 수도권에 가까울수록 禮式場의 증가가 높다. 서울 도심내 5km 반경에는 許可規制가 있어서 서울에서의 禮式場 設立이 까다롭

기 때문에 서울주변 도시에 禮式場이 증가하고 있다.

首都圈 周邊 時急別로 보면 안양이나 부천, 송탄 등 서울시 인구분산 정책에 따라 인구가 증가하고 있다. 이런 파생적 효과로 禮式場 이용인이 증가하고 있다고 볼 수 있다. 이는 지역간 結婚이 이루어질 때 수도권지역 혹은 가까운 곳에서 禮式을 하고자 하는 인식이 있기 때문이다. 結婚 연령별 인구수를 볼 때는 수도권 지역에 젊은 사람이 농촌이나 다른 지방보다 많은 비중을 차지하고 있기 때문이다.

## 第2節 婚禮服의 變遷 및 웨딩드레스 市場現況

### 1. 婚禮服의 變遷

#### 가. 조선조 초기 - 갑오경장 이전의 婚禮服

婚禮服이란 婚姻式때 입는 옷으로 「事例便覽」에 의하면 신랑은 단령포를 입고 사모를 쓰고 품대를 하고 흑화를 신는다고 하였으며, 增補事例便覽에 의하면 초취에는 흑단령이고 재취에는 흑단령을 입고 관대를 한다고 하였다.

婚禮服은 왕가와 사대부가나 민가로 구분하여 혼례시 입었던 의복을 살펴볼 수 있으나 문헌상에는 국혼정례의 가례복식이 주로 언급되어 있고, 민가에서의 婚禮服은 「事例便覽」, 「거가잡복고」, 「민속종합조사보고서」 등을 통하여 부분적으로 알 수 있을 뿐이었다.

여기서는 조선조의 사대부와 민가에서의 婚禮服을 중심으로 살펴보고자 한다.

### 1) 新郎의 婚禮服

新郎의 禮服은 사모, 단령이었는데 조선조에서 사모, 단령은 유관자의 상복이었는데 혼례는 인륜의 대사라 하여 반상을 가리지 않고 이를 착용하는 것을 허용하였다. 단령이란 원래 옷깃의 형태를 지칭하는 것으로 직령이 곧은 직선기인데 비하여 목이 등글게 되어있기 때문에 붙여진 이름이다.

婚禮服으로 착용하였던 것은 당상관의 관복인 붉은색<sup>48)</sup>이라는 見解와 남(북청)색 관복을 입고 각 띠를 띠고 그 집안 벼슬과 품계에 따라 맞추어 흉배를 달았다<sup>49)</sup>고도 하며 新郎禮服의 흉배는 당상관과 같이 쌍학의 흉배를 달았다는 등 견해가 다양하다. 이러한 주장을 보면, 신랑의 禮服은 아마도 당상관의 복장인 홍단령의 쌍학흉배 착용이 허용되었으나, 일반서민은 감히 당상관의 복장을 한다는 것은 무리가 있었을 것을 이순홍<sup>50)</sup>은 分析하고 있다.

따라서 일반적인 서민의 婚禮服으로는 청단령을 착용하였고, 흉배는 문무관의 상복에서 홍단령에는 쌍학이나 쌍호, 청단령에는 단학이나 단호가 원칙이나 혼례시는 쌍학이나 단학흉배를 사용한 것으로 볼 수 있다. 아직 벼슬에 나가지 않은 신랑은 대개 문관 당상관의 단학흉배를 했을 것이다. 그러나 실제 실행에서 문무관의 집안에서는 그 집안의 품계에 맞는 胸背를 착용했을 것으로 추측된다.

또 단련에 품대(또는 관대)를 띠었는데 경국대전엔 확정된 대의 制度를 유희경<sup>51)</sup>의 저서를 통해 살펴보면 일품 서대, 정이품 은금대, 종이품 소금대, 정삼품 금은대, 종삼품 소은대, 사품이하 구품 黑刻帶였는데, 혼례시 신랑은 단령을 착용하고 대는 일품과 같은 서대를 띠었다.<sup>52)</sup>

주: 48) 조효순, 한국의 복식, 한국문화재보호협회, 1982, p.364.

49) 유송옥, 사례복식, 한국의 복식, 한국문화재보호협회, 1982, p.238.

50) 이순홍, 한국전통혼인고, 학연문화사, 1992, p.324.

주: 51) 유희경, 조선조 초기의 복식, 문화재보호협회, 1982, pp.117~132.

혼례시 신었던 신랑의 목화는 검은 흑색 羽緞이며 안은 흰 문을 대었고 밑창은 가죽인데 솔기에는 붉은 선을 두른 것이다. 이것은 조선조에서 백관 상복으로 신었던 것인데, 이와같은 것은 혼례시에 新郎禮服으로 신었던 것이다.<sup>52)</sup>

한편 지방별 민가의 혼례시 江原道에서는 紗帽를 쓰나 복두를 쓰는 경우도 있었으며, 춘천에서는 목화와 수혜자를 같이 신었고, 경상도 안동지방에서는 사모에 자단두 자세 창의를 받쳐 입고, 서대에 쌍학 흉배를 하는 것이 제격식으로 당상관에 해당하는 차림이었다.

## 2) 新婦의 婚禮服

新婦의 婚禮服으로는 활옷(華衣), 원삼, 당의 등이 있었다. 활옷은 공주의 大禮服으로 외명부일품에 해당되는 大君王子妻의 婚禮時 착용되었고, 회례시 비모, 시녀, 유모에게도 예복으로 착용되던 것인데 일반 서민들에게도 혼례 당일과 견비고례시 착용이 허용되었다.

사례편람에도 「옛날에는 婚禮服에 당의를 착용하였는데 이것은 현의(현장)에 훈복을 두른 것이다. 이에는 뜻이 있어 그리했던 것인데, 지금 속용되고 있는 洪長衫에 대하여는 할말이 없다. 예를 차리는 집안에서는 당의를 만들어 쓰고 있다고 하니 습속이 변하여 다시 점차 예로 돌아가는 것이다.」

여기서 의의 당자가 '활옷장'이니 사례편람이 편람된 숙종대 전후에는 홍진삼과 함께 사대부가에서 당의 즉, 활옷이 착용되었음을 알 수 있다.

또한 거가잡복고에는 「..... 홍진삼 있어 붉은 배단으로 바탕을 하고, 연꽃으로 수를 놓아서 그 제도는 비록 화려하고... 이것으로 교려하고 견비고하니.... 우리나라 대군왕자복이고 부인이 단장과 홍삼을 입는 것은 대군왕자

52) 이순홍, 전계서, p.332.

53) 이효재, 이조예복에 관한 고찰, 상명여자대학 논문집, 1987, p.169.

의 명부일품복이니 혼례에 성대하게 행하는 것은 고례대로 하는 것으로, 모두 고례대로 이 옷을 입는 것은 사서인의 예의에 어긋나는 것이 아닙니다.....」<sup>54)</sup>라고 되어 있다.

이는 혼례때 士大夫의 처와 서민의 처가 婚禮服 또는 見具古禮時 연꽃이 수놓인 공진삼을 입었음을 알 수 있는 바이다.

한편 원삼은 고려시대부터 조선조 말까지 황후, 비, 빈의 소례복으로 내외 명부의 대례복으로 착용되었으며, 황후의 황원삼, 왕비의 홍원삼, 비빈의 자적원삼, 공주와 옹주의 초록원삼 등이 있었다. 이중 초록원삼은 서민층의 혼례식에도 그 사용이 허용되었다.

또한 성조사설에 「오늘날의 혼례에 新婦의 예복으로 입는 활수와 대대장군은 중국의 대수 또는 원삼이라고 한다.」를 보면 원삼을 혼례를 비롯하여 상복제복으로도 예를 갖추는 혼녀의 복식이었다고 할 수 있다.

한편 女子婚禮服으로 당의가 착용되었는데, 당의는 궁중에서 상복으로 착용되었고, 명확한 시기는 알 수 없으나 一般 婦女子들의 禮服으로 허용되기 시작하였다.

김중명의 한국의 「婚俗研究」에 보면 「幣帛意識이 끝난 뒤 시어머니는 연두결마기 다홍치마 12폭 대무지기 8폭 풀무지기 6폭 연봉무지기, 소무지기, 모시 분홍 속적삼, 노랑 속저고리와 저고리 삼작과 당의, 원삼을 준비하였다가 입히고 시댁에서 주는 것은 예물 대삼작, 소삼작을 차고 처음으로 남자족두리를 하고 인사를 하게 한다. 이때 어른께는 원삼을 입고, 동향에게는 당의를 입고 절을 한다」<sup>55)</sup>고 하여 시부모에 대한 폐백이 끝난 뒤 원삼 다음가는 예복으로 입혀졌음을 알 수 있다.

---

주: 54) 이순홍, 전계서, pp.203~204.

주: 55) 김종오, 한국의 혼속연구, 대성문화사, 1981, p.141.

또한 朝鮮朝 後期 行政 서유본의 아내 빙허각이씨(영조 35년~순조 24년, 1759~1824년)의 저서의 일부인 「규합취서」에는 「길이 본제는 자가웃 [일척오촌]이지만 색씨[新婦] 당의는 자 세치 「일척삼촌으로 하라」라고 되어 있어, 사대부, 민가에서 조선조 후기에 이르기까지 당의는 婚禮服으로 활용되었음을 간접적으로 알 수 있다.

이외에 婚禮服에는 대란이나 양란치마를 입었다. 단 스란단의 넓이나 단과 단 사이, 文樣 등이 宮中과 민가와는 차이가 있어, 사대부에서는 글자나 화문으로 넓이는 대개 15~20cm 정도이고 단과 단 사이는 15cm 정도로 전한다. 또한 활옷에 착용하는 도투락 땡기(또는 주렴), 용장 등이 활용되었다.

#### 나. 甲午更張 以後~經濟開發 以前의 婚禮服

이 시기는 西洋服飾 문화의 영향을 받아 韓服과 洋服의 이중생활을 하였으며 婚禮服에도 같은 영향을 받았다. 그러나 이 시기의 婚禮服 관련 연구는 부족하므로 본 연구에서는 박경자의 “우리나라 婚禮服에 관한 일 연구”를<sup>56)</sup> 중심으로 하여 당시의 婚禮服 착용에 대하여 살펴보기로 한다.

그의 研究에 의하면 1986年 論文作成時 調査對象者(10~20대:72.7%)의 부모, 조부모가 혼인할 시기에 입었던 婚禮服에 대한 응답을 통하여 갑오경장 이후 경제개발이전 시기까지의 婚禮服 착용을 추측해 보았다.

조사대상의 조부모(대략 1900년대 혼인한 것으로 추정)들은 대부분 한국식 婚禮服(88.1%)을 착용한 것으로 나타나 대부분이 전통적인 婚禮服을 착용했던 것으로 보인다. 그들의 부모(대략 1930~1940년대 혼인)도 대다수가 한국식 婚禮服(78.7%)을 착용하였다. 한편 新婦는 한국식, 신랑은 서양식 예복을

---

56) 박경자, 우리나라 혼례복에 관한 연구, 이화여자대학교 교육대학원, 석사학위논문, 1986, pp.12~26.

착용(11.1%)하는 과도기적인 예도 찾아볼 수 있다.

한편 자신의 婚禮服은, 結婚式에는 서양식 禮服과 페백드릴 때는 한국식 예복을 착용하였고, 자녀 혼인때도 자신과 비슷하게 입힐 것이라고 하였다. 이는 1960년대 이후로부터 婚禮服에 대한 인식이 크게 바뀌었음을 나타내준 연구 결과라 하겠다.

그러면 1930~1940年代의 婚禮服으로 新婦는 韓國式, 新郎은 서양식의 예복착용이 조사결과 11.1%로 나타난 것은 어떤 까닭에서인지 그 이유를 신정의례편람에서 찾아볼 수 있었다.

치마저고리의 韓服을 禮服으로 착용하도록 권장했던바를 알 수 있다. 더욱이 傳統婚禮服을 우리의 고유혼례복으로 인정치 않는 바도 기술되어 民族의 文化的 유산에 대한 오인을 유도하고 있다고 판단된다. 종래의 사모관대나 원삼, 활옷 등을 혼례시 필수 예장으로 사용했었으나 그것은 당송문관명부의 제복을 모방한 것에 불과하므로 무의미한 것으로 오히려 치마저고리를 禮服으로 착용하는 것이 나올 것이라 하였다.

그러므로 이러한 권장에 따라 30~40年代는 특히 치마저고리의 韓服을 婚禮服으로 착용한 것으로 보인다. 따라서 갑오경장이후 경제개발이전까지의 婚禮服은 서구문화, 일본문화 등의 영향을 받은 혼례식이나 혼례행례절차의 다양함만큼이나 여러가지의 형태가 혼재되어 사용되어 왔다고 하겠다. 이는 당시의 가치관 혼재의 현상을 나타내주는 외형적인 표현이 아니었겠는가 생각된다.

#### 다. 經濟開發 以後의 婚禮服

經濟開發 이후 婚禮式의 양태가 西歐式 婚姻禮式을 위주로 진행되고 있어 혼인을 하는 新郎新婦는 대다수가 양복과 웨딩드레스를 착용하고 있다.

박혜인<sup>57)</sup>은 이런 서구문화의 영향으로 인한 웨딩드레스의 착용에 나타난 상징성에 대해 다음과 같이 비판하고 있다.

「음양을 나타내는 靑·洪의 傳統婚禮服과는 달리 흰웨딩드레스로 상징되는 서양식의 新婦는 순결을 의미한다는 점에서도 중세적 가치를 반영하고 있다. 개화기의 신식혼례식을 행한 사람들은 주로 선각자들이라고 자타가 인정하는 사람이었음에도 불구하고 男性에 대한 女性의 종속을 구조화하는 전근대적 서양 혼인의례를 그대로 모방한 것이다. 이런 점에서 신식 혼례의 상징은 舊式婚禮라 불리는 傳統婚禮보다 오히려 男女關係에서는 保守的 性格이다.」

1968年 박경자<sup>58)</sup>의 研究에서 우리나라 婚禮服에 대한 희망을 조사한 바에 따르면 한국고유의 혼례복입기를 장려해야 한다(14.5%)는 응답은 소수에 불과하고, 한국식예복과 서양식예복을 절충하여 새로운 것을 구상제작(35.2%)하거나 한국식 婚禮服을 현대적으로 변화시켜야 한다(29.6%)고 하여, 전통婚禮服의 착용이 점차 감소될 것임을 예견하였다.

1970年代의 婚禮服에 대한 일반인들의 의식을 김종오<sup>59)</sup>는 男子는 단정하고 정결하면 좋다(72%), 혹은 禮式服을 입어야 한다(13%)라고 여기는 반면, 女子는 빌려서 입어도 좋다(41%), 韓服을 입어도 좋다(37.5%), 웨딩드레스를 입어야 한다(21.5%)고 하였다. 이러한 의식은 차츰 변화하여, 이길표·주영

---

주: 57) 김혜선·박혜인, 한국가정생활사, 방송통신대학, 1993, p.147.

58) 박경자, 전계논문, p.45.

59) 김종오, 전계서, pp.406~407.

에(1989)<sup>60</sup>)의 연구에서는 혼례때의 옷차림은 새로 만들거나(61%), 입던 옷을 깨끗이 입는다(31.5%)라고 하여, 그 이전시기에 빌려 입어도 좋다는 의견과는 대조를 보였다. 또한 婚禮服은 전통한복으로 입는 것에 대해서도 경우에 따라 다르다고 하거나 그렇게 하지 않는다고 하여 상대적으로 서구식 婚禮服인 웨딩드레스를 입는 것을 당연시 하는 것으로 보인다.

박경자는 이렇듯 한국식 婚禮服을 거부하고, 서구식 婚禮服을 착용하는 이유에 대하여 실태조사를 통해 다음과 같이 분석하였다. 한국식 婚禮服은 입은 모양이 우아하고 아름다우며 고유의 의상으로 입어야 한다고 생각하나, 실제로는 시대적으로 뒤떨어지거나(25.8%) 입는 절차가 복잡해서(22.7%) 착용하지 않는다고 하였다.

그러나 서구식 婚禮服은 현대적인 예복을 입기 위해서(60.8%), 주위사람이 권해서(20%) 착용하는 것으로 지적되었다. 이러한 결과에서도 보듯이 婚禮服에 대한 주체적인 자긍심이나 고유문화에 대한 의미를 부여하지 못하고 있는 것을 단적으로 알 수 있다.

정무장관실<sup>61</sup>)에서의 연구를 보면 조사대상자들은 바람직한 신랑 婚禮服은 양복(73%), 한복(11.8%), 연미복(8.2%), 사모관대(6.5%)라고 하고 있고, 新婦 婚禮服은 흰웨딩드레스(52%), 화사한 한복(19.1%), 미색웨딩드레스(17.4%), 흰한복(5.3%), 활옷(4.6%) 등이라고 하였다. 女性의 웨딩드레스에 대한 찬성 수준은 男性보다 女性이, 農村보다 都市出身에게서, 既婚보다 未婚層에서 壓倒的으로 높게 나타났고, 이에 비해 農村出身의 男性은 相對的으로 화사한 한복과 활옷을 바람직하게 여겼다고 分析하였다. 이러한 最近 경향은 안정

---

주: 60) 이길표·주영애, 가족사회학, 광주:전남대학교 출판부, 1989, p.126.

61) 정무장관실, 한국 전통혼례의 창조적 계승과 건전혼례문화 정책을 위한 실천 방안 연구, (정책자료 90-5), 1990, p.86.

남<sup>62)</sup>의 研究에서도 보여준다.

「오늘의 結婚式은 대개 30分未滿, 길어야 1時間에 끝나는 禮式이나, 그 날 하루 종일 新郎新婦는 의례외적인 실행으로 몹시 바쁘다. 특히 新婦에게 있어서는 ‘드레스 입는 날’이기 때문에 입기 위한 준비와 또 입은 김에 ‘기록으로 남기는’ 일에 많은 時間과 經費가 할애된다. 아침일찍 일어나서 샤워나 목욕을 하고 미리 豫約된 드레스를 입고 美粧院으로 찾아온 新郎과 함께 野外撮影을 나간다.」

이러한 실행으로 인하여 禮式場이나 웨딩드레스 맞춤, 대여하는 곳은 일생에 한번인 結婚禮式을 하는 新婦가에 많은 費用 부담을 안겨주게 된다.

최근 「결혼 풍조」는 대단히 우려할 狀況으로 묘사되고 있다. 「禮式場의 문어발식 經營 橫暴」라 하여 드레스에서 부터 피로연까지가 식장의 수입을 높여주는 것으로 지적되고 있으며, 일반 禮式場의 호화장식으로 인한 과도한 施設投資로 婚姻하려는 사람들에게 시설이용에 비싼값을 요구하는 실정이다. 또한 「터무니 없는 웨딩드레스 값」이라 하여 맞춤대여 한시간에 최고 100만원까지이며, 보석장식, 외제품은 부르는게 값인 실정을 각종 매스컴을 통해 경계해 오고 있다. 禮式場 자영점 것을 안입으면 예약을 안받기도 하는 상황은 실상 많은 사람들이 경험했던 바라고 할 수 있다.

이러한 실태는 고유의 文化的 遺産에 대한 주체적 자긍심의 상실과 함께 의식없이 표류하는 새로운 혼속이 물질추구의 價値觀 속에서 확산되는 商業主義가 빚어낸 하나의 사회적 문제로 인식되고 있다.

---

주: 62) 안정남, 최근 결혼풍조와 결혼관에 관한 연구, 대한가정학회지 제38권 7호, 1993.

## 2. 웨딩드레스 市場 現況

### 가. 웨딩드레스의 特性과 變遷

#### 1) 웨딩드레스의 特性

웨딩드레스란 서양식으로 結婚式을 거행할때 新婦가 착용하는 의상의 총칭으로 흰색드레스, 베일, 오렌지꽃으로 구성된다.

르네상스까지 유럽新婦는 빨간색 또는 진홍색의 드레스를 착용하였으나 프랑스 루이XII세의 結婚式에 新婦인 오브 브리태니가 흰색 새틴가운을 처음으로 착용하였다. 그 이전에는 흰색의상은 喪服으로 사용되었지만 Anne여왕 이후 흰색의상은 結婚式날 新婦服으로 가장 인기있는 의상이 되었다.<sup>63)</sup>

서양에서는 結婚式이 주로 교회의식으로 거행되어져 노출을 피하도록 만들어졌으며 디자인의 변화가 거의 없는 장중한 스타일에 중점을 두었으나 配偶者 選擇의 권한에 당사자의 의견을 중요시 하게된 19세기는 教會結婚의 엄숙하고 딱딱한 종교성 대신 新婦의 의상 그 자체의 미적형식을 중요시 하게 되었다.

19세기부터 純潔의 象徴으로 흰색 웨딩드레스가 新婦衣裳으로 일반화되었고 이것은 근대에 이르러 의상도 패션화라는 사조에 밀려 패션경향에 영합하면서 20세기까지 일정한 격식을 갖춘 의상미를 나타내며 발전되었다.

結婚 베일은 역사적으로 드레스보다 좀더 상징적이다. 베일은 중국·한국·만주·버마·페르시아·러시아·불가리아 뿐만 아니라 서양문명에서 중요시 되었고 고대에서 현재까지 상징적 의미로 베일을 착용한 사례를 볼 수 있다.

---

주: 63) Hurlock, The Psychology of Dress, Amo, 1976, p.76.

원시사회에서는 新婦를 악령으로부터 지켜주는 수단으로 이용되었고<sup>64)</sup> 옛 기독교인에게 있어서는 베일은 신랑을 위한 新婦의 매력을 더욱 돋보이게 나타내고 다른 모든 타인과는 하나의 구획을 짓는 상징적인 매개물로 사용되었다.

19世紀에 이르러 新婦만이 結婚式을 위해 특별히 사용하게 됨에 따라 정식으로 結婚式에 사용하는 풍습이 보편화 되었다.

베일에는 오렌지꽃의 花冠을 쓰는데 오렌지꽃은 '열매'라는 의미를 가지고 있어 女子의 출산을 회구하는 상징으로 사용되었으나 현재에는 오렌지꽃 대신 다른 꽃을 사용하기도 하며 화관 대신 웨딩햇(wedding hat)이나 관을 사용하고 있다.

## 2) 우리나라 웨딩드레스의 變遷

우리나라는 갑오경장 이후부터 모든 制度가 개편되면서 혼례에 있어서도 과거의 육례, 사례의 절차가 간소화되기 시작하였으며 基督教의 전파와 더불어 서구식 혼례식인 예배당 結婚式이 선을 보이기 시작하였으며 불식화혼식, 改良婚禮式 등이 생겨났다.<sup>65)</sup>

최초의 신식 結婚式은 1890年 정동교회에서 올린 여신도 박신실과 남신도 강신성의 結婚式으로 舊式 婚禮服을 착용했다.<sup>66)</sup> 이러한 結婚式的 변천과 더불어 新婦의 婚禮服은 원삼, 활옷, 당의, 화관, 족두리에서 웨딩드레스-흰색, 치마·저고리, 베일, 부케로 바뀌어 갔다.

1920年 4月 8日에 거행된 造船王朝의 마지막 황태자비 방자여사의 結婚式

---

주: 64) Horn & Gurel, *The Second Skin*, Houghton Mifflin Co., 1981, p.88.

65) 한상숙, 근대이후 한국의 혼례복에 대한 연구, 숙명여대 대학원 의류학과, 1985, p.68.

66) 현선진, 웨딩드레스의 디자인에 관한 연구, 홍대 산업미술 대학원, 1986, p.45.

에서 新婦는 머리에 타조의 깃을 장식한 다이아몬드가 박힌 금관을 썼으며<sup>67)</sup> 베일은 관에서 길지않게 늘어뜨렸다.

목은 라운드로 깊게 파였으며 소매는 보레로 형태의 길이에 긴 장갑을 끼었다. 드레스의 뒷자락에 달린 테일은 길고 폭이 넓었다. 이 結婚式은 일본에서 거행됐는데 이와 같은 結婚式은 1950年代까지 거행되지 않았다.

1920年代에서 1950年代 초반까지 新婦의 婚禮服은 흰색 치마·저고리에 베일을 쓰는 형태가 계속된다.

1950년 6·25사변의 발발과 더불어 잠시 평상복 차림으로 結婚式이 거행되기도 했으나 휴전이 되어 平和를 되찾자 전쟁중 西歐化의 유입에서 오는 사회적 여건으로 전통양식의 혼례식은 줄어들고 서구식 婚禮式이 일반화 되었다.

1930年代 등장한 禮式場은 1950年代末 서구양식의 웨딩드레스를 대여하기 시작하였고, 1956年 최초의 國內 패션쇼를 통해서 웨딩드레스가 디자이너에 의해 디자인 되었고, 禮式場 뿐만 아니라 미장원에서 여러종류의 드레스를 비치하고 대여하기 시작하면서 더욱 널리 보급되었다.

초기의 웨딩드레스는 흰색의 장식없는 단순한 원피스 스타일로 긴 치마부분이 페티코우트(petticoat)를 着用하여 부풀려진 형태였고 베일은 짧고 허리에 긴 테일(tail)이 늘어져 있는 형태로 1960年代 중반까지 계속되었다.

1960年代 중반이후부터 웨딩드레스는 양장의 스타일 변화와 밀접한 관계를 가지면서 변천되었다. 1970年代 긴베일의 등장과 함께 테일이 사라지고 H-Line, A-Line 등 스타일의 다양화에 따라 개성이 중시되었고, 섬유 발달에 따라 소재가 다양화되었고, 일반패션의 영향을 받아 웨딩드레스에도 미니가 나타났다.

1980年代 초반 영국왕실의 다이애너비의 웨딩드레스의 影響으로 어깨와

주: 67) 경향신문, 세월이여 왕조여, 1984. 6. 1, p.9.

스커트는 부풀리는 형태로, 자락은 길게 늘어지고 7부의 퍼프(puff)소매로 목선을 대담하게 드러내었다. 1982년에는 1981년에 유행했던 다이애너 스타일이 다시 새롭게 나타나는데 원단에 같은 색상의 자수를 넣어 화려하고 장식적으로 보이게 한다. 허리의 주름이 포인트가 되며 주름분량이 많아진다.

전반적으로 드레스 길이는 뒤가 넓어지면서 베일은 단순해지고 짧아졌다. 머리장식 역시 단순해져 생화를 꽂기도 하고 진주관 형태를 쓰기도 한다.

1987년 웨딩드레스는 인어 스타일이 유행되었다. 新婦를 위한 전문잡지인 '新婦'는 1987년 9월에 창간되어 웨딩드레스 정보에 도움을 주게 되었다.

1988년에 유행한 웨딩드레스는 지금까지의 복잡한 디테일(detail)에서 탈피하고 전체적인 실루엣을 크게 강조했다. 또한 양장의 레이스장식이 부각되고 있는 반면 웨딩드레스에서도 레이스장식보다 액센트장식으로 꽃장식과 새로 선보이기 시작한 리본장식이 더욱 과장된 형태로 등뒤나 허리에서 포인트를 주고 있다. 특히 리본장식 드레스는 귀여운 맛을 더해줄 뿐 아니라 女性스러움을 강조해 큰 인기를 얻었다.

각 디자이너마다 자기의 스타일을 갖고 흰색 드레스의 신성한 개념을 바꿔보려는 시도로 푸른색, 녹색, 붉은색, 여러가지 나염된 드레스, 검은색 드레스를 내놓고 있지만 별다른 반응이 없으며 흰색드레스가 가장 많이 주문되었다.

1989년에는 新婦의 純潔을 상징하는 흰색드레스만을 고집하던데서 벗어나 아이보리색을 찾는 新婦가 더 많은 추세이며 허리선은 약간 내려간 언벨런스형으로 선이 깔끔하면서도 주름이 많이 들어가는 것이 특징이다.

1990년대 이후는 計量韓服, 平常服 대응 등 실용성을 가미한 스타일과 직접 구입해서 보관이 가능하고 그렇게 비싸지 않은 기성제품의 웨딩드레스가

등장하기 시작하여 베아띠나 2~3개의 業體가 본격적인 웨딩드레스 業體로 자리잡아 가고 있다.

#### 다. 웨딩드레스 市場 現況

##### 1) 웨딩드레스 業體의 特性

消費者들의 趣向이 날로 고급화, 다양화되고 있는 가운데 각 웨딩드레스 전문업체들은 디자인 개발에 총력을 기울이고 있으며 특히 人件費 上昇과 人力難에 편승, 기계주름 및 원단을 이용한 장식이 크게 늘고 있다. 웨딩드레스 소비층은 강남일대의 전문 웨딩샵을 통한 고가의 맞춤과 禮式場을 통한 대여로 크게 이원화되어 왔다.

이렇게 이원화된 웨딩드레스 流通을 백화점으로 끌어들이고자 일부 백화점에서 웨딩드레스의 입점을 조심스럽게 시도하고 있으나 아직 국내서는 시기상조라는 평가다. 우선 옷의 부피가 일반 의류의 2~3배에 달하는 등 매장 면적이 넓어야하고 密閉된 空間을 필요로 하는 웨딩드레스의 특성 때문이다. 대부분의 業體들은 역시 클래식한 디자인을 고수하고 있다.

지난 2~3年間 크게 유행한 아이보리컬러가 퇴조하고 백아이보리가 부상하고 있으며 장식은 샤프레이스와 케미칼 모티브가 많이 이용된다. 불망계통과 함께 심플한 디자인에 원단으로 디자인을 살리는 스타일도 늘고 있다. 국내 웨딩드레스 業體는 3백여 업체로 추정되는데 워낙 영세한 業體가 많고 부침이 심해, 생기고 없어지는 예가 허다한 실정이다. 最近에는 美容業體들의 이 부문 진출도 늘고 있으며 輸入完製品도 늘고 있어 한정된 市場에 치열한 競爭이 예상된다. 보통 웨딩드레스 업체들의 성수기는 봄, 가을이나 점차 계절 개념이 없어져가는 추세이고 여름방학을 이용한 遊學新婦도 새로운 풍속으로 자리잡아가고 있다고 한다.

현재 웨딩드레스의 內需市場 規模는 연간 2천억원으로 추산되는데 실상 렌탈을 감안할 때 이 부문의 시장규모산출은 어렵다고 본다. 그러나 매년 배출되는 新婦들 중 70~80%에 달하는 절대포션이 禮式場의 웨딩드레스를 대여받고 있기 때문에 이를 무시할 수 없었으나 이제 市場變化가 가장 두드러질 부분이기도 하다.

드레스 1착당 대여횟수도 1~2회로 한정된 일류급에서부터 2~30회까지 대여하는 禮式場에 이르기까지 다양하다. 대여횟수의 증가는 중소도시로 갈수록 심해 소규모 貸與業에 의존하고 있는 경우가 많다. 웨딩드레스 業體들 중 디자이너 및 제작진을 보유하고 직접 생산에 참여하는 業體는 고작해야 전체업체중 10% 안팎에 불과하다. 나머지는 專門業體에서 공급받아 대여만을 專門으로 하고 있다. 이들 웨딩드레스 전문업체들은 보통 3가지 부류로 나눌 수 있다.

직접 消費者를 상대로 원하는 디자인의 맞춤을 전문으로 하는 부티스타일, 주문제작후 사용하고 반납하는 맞춤대여업체, 禮式場 納品을 위주로 하면서 순수대여를 병행하는 業體 등이다. 이밖에 다수 업체들이 생산하지 않고 대여만을 행하고 있다.

이중 A급 업체는 서울 명동이나 강남지역에 자체 전문시장을 갖고 전문 제작팀 및 자체 디자이너를 통해 드레스를 生産한다. 禮式場 納品을 위주로 하는 업체들 중에서도 거래 禮式場에 따라 級數가 나뉜다.

같은 대여라도 禮式場 貸與는 기존 디자인중 고르는 純粹貸與가 있는 반면 A그레йд 業體의 貸與는 일단 基本 骨格이 있는 디자인에 新婦의 骨格에 맞춰 재가봉해 대여한다는 점에서 크게 다르다.

전문브랜드를 갖고 있는 대표적인 웨딩드레스 전문업체들로는 랑유 김정아, 박정혜 웨딩, 라스포샤 등 강남일대의 일류급 전문업체와 웨딩조희, 브라

이드흠, 백악관, 박지에 웨딩, 로즈마리, 석드레스 등 명동에 소재한 업체들이 있다.

## 2) 웨딩드레스 市場의 變化

1993年 기준 국내 年間 結婚인구는 전체인구의 약 2.2%에 해당되는 50만 쌍으로 추산되고 있으며 人口의 증가와 더불어 結婚人員의 규모도 조금씩 증가되는 추세에 있다.

현재 국내에는 약 1,500여개의 禮式場, 회관 등 結婚을 목적으로 하는 장소와 약 500여개의 웨딩드레스샵이 있으며, 禮式場 자율화 조치의 입법예고에 따라 그 수는 더욱 증가될 것으로 예상된다. 1993年 12月 定期國會에서 입법예고된 禮式場 自律化 조치의 주요내용은 禮式業 許可條件을 대폭 완화하며 누구든 일정 요건만 갖추면 結婚式場 대여업을 할 수 있도록 하고 지역별 禮式場 대여료를 자율화하여 禮式場 상황에 따라 차등화시키고, 웨딩드레스, 사진촬영, 新婦化粧 등 부대품목은 소비자에게 강매할 수 없도록 하는 것이다.

따라서 웨딩드레스, 사진 등의 부대품목 등을 취급하는 市中業體들이 그동안 禮式場의 횡포로 인한 거래부진에서 탈피하여 공정경쟁 체제로 전환될 여지가 많아질 것으로 기대된다.

현재 국내 웨딩드레스의 流通은 90% 이상이 賃貸이며, 價格도 터무니없이 높게 책정되어 있는바 이는 웨딩드레스 文化의 根源인 서양에서 合理的인 가격으로 販賣하는 것과는 크게 대조된다. 국내 웨딩드레스가 판매가 아닌 임대로 보편화된 배경에는 “禮式場 結婚 文化”와 “禮式場의 利潤追求”라는 현실적인 문제가 내재하는 바 즉, 結婚式의 장소가 아직까지 대부분 禮式場에 한정되는 현실에서 禮式場은 판매보다 부가가치가 훨씬 큰 임대로 웨딩

드레스의 유통을 유도해 왔다. 따라서 피해를 보는 측은 당연히 結婚 당사자들이며 이들은 다른 選擇의 여지가 없이 禮式場의 횡포에 끌려다니는 형태가 되어 왔다.

국내 웨딩드레스 시장의 規模는 연간 약 2,000억원으로 추산되며 지금까지 80% 이상을 禮式場에서 점유하고 있었으나 최근 소비자들의 탈 禮式場 結婚, 政府의 규제완화, 그리고 신세대 예비부부들의 結婚式 觀念 變化 등으로 인하여 禮式場의 影響力이 차츰 약해지고 있다.

### 3. 新世代 結婚觀의 變化

우리 경제가 어느 정도 성장하여 1인당 國民總生産(GNP)이 5,000불이 되기전까지만 해도 豪華婚需 문제가 사회문제화 되지는 않은 것 같다. 豪華婚需 문제는 核家族化가 급진전되면서 이전의 共同體 가족에서는 필요없던 물건까지 다 있어야 하고 부의 과시를 통해 자기 存在를 알리려는 金錢萬能主義까지 가미되어 結婚이 두사람간의 인격이 결합된 작은 사랑공동체가 되어야 함에도 불구하고 地位와 金錢이 융합된 물질지상주의로 향해 나아가는 시발점이 되어버린 것이다.

최근 신세대들의 특징을 간단히 요약하면 자기개성은 강하지만 부모로부터 독립하지 못한 세대들로서 結婚에 있어서도 자기만의 個性을 중요시해 結婚用品도 구세대인 부모에게 맡겨놓지 않고 자기들 스스로 어느 結婚式場에서 어느 집의 웨딩드레스를 입고, 어느 아파트에 어떤 가구를 놓고 살지 끊임없이 연구하기도 한다. 또한 모범적으로 공부를 잘하고 성공한 男子일수록 어머니에게서 벗어나지 못한 마마보이가 많아져서 女子에 대한 어머니의 豪華婚需 요구를 말리지도 못하고 때로는 어머니에게 동조해 버린다는 사실

이다.

결국 이러한 婚需問題로 結婚破鏡에 이른 경우도 종종 있는데 이것은 물질 지향적인데다가 정신적으로 독립하지 못한 젊은이들이 문제를 스스로 해결하지 못하고 자존심만 앞세운 결과라 하겠다.<sup>68)</sup>

그러나 위와 같은 豪華婚需 대신 알차고 여유있는 新世代 실속파들도 만만치 않는것 같다. 이들은 기존의 스타일인 어울리지도 않는 요란한 화장과 사진촬영 등 끼워팔기 덤터기를 쓰지 않아도 된다는 것이다.

結婚費用중 적잖은 몫을 차지하는 것이 結婚式 費用으로서 꽃, 드레스, 화장 등 禮式場의 과소비 조장과 禮式場의 과점에 따른 횡포를 피할 수 있는 간소한 禮式으로 회사의 강당시설, 학교공간이용, 구청회관이용 등의 형태가 있다.

이렇게 간소한 禮式을 거행함으로써 一般禮式場보다 더 많은 객석과 화려한 실내장식, 넓은 주차공간, 쫓기듯 진행되는 一般禮式場과는 비교가 안된다는 것이다.

또한 어떤 이들은 하객을 30여명만 초청해 주례대신 현악삼중주와 사랑의 노래가 자리했으며 新婦는 웨딩드레스 대신 자신이 만든 한복을 입고 나온 경우도 있고 新婚旅行도 혼한 제주도와 海外新婚旅行 대신 동해안 일주라든가, 한려수도 일주 등 어느 특정지역을 선정 배낭과 텐트를 짊어지고 돌아보는 국토순례를 단행, 수박 걸 활기식 해외여행 보다는 조용하고 알찬 여행을 했다는 것이다.

---

주: 68) 조선일보, 다같이 생각해 봅시다(결혼문화 란에서), 내용 재구성, 1994.4.16.

#### 4. 專門婚需 企業의 登場

婚需 規模가 커지면서 婚需專門 기업이 초고속 성장세이다. 업계가 추산하는 婚需市場 규모는 연 2~3조원, 한해 結婚이 50여만쌍 고객개발이나 수요 걱정은 아예 제쳤다. 럭키금성, 롯데, 신세계 백화점, 나산 등 재벌, 준재벌급 기업까지 「얼마나 많이, 남보다 고급스런 물건을 묶어 파느냐」는 경쟁에 팔 걷어 붙이고 나섰다. 여기에다 「평생에 한번인데…」 바리바리 싸가는 婚需문화가 結婚商品 市場을 살찌우고 있다.

체인망을 갖춘 웨딩드레스점이 등장하고, 禮式場도 대형화하면서 주식회사로까지 성장했다. 백화점 婚需상담센터도 婚需相談부터 新혼旅行까지 한자리서 해결하는 綜合結婚商品店으로 확대됐다. 현악 3중주단에 군대에서 사용하는 禮式用 칼까지 동원한 結婚 이벤트업체가 성황이다.

大企業들은 資金力과 組織力을 내세워 綜合 결혼서비스를 상품으로 내걸고 있다. 엘지신용카드가 1992年 서울 강남에 「웨딩프라자」를 열고 婚需市場을 주력 상품으로 뛰어들었고, 신세계백화점이 서울 강남 역삼동에 「신혼생활관」을 역시 같은 시기에 열었다. 롯데그룹은 아예 대형예식장 운영을 겸한 혼수센터를 운영한다. 바늘쌈지부터 폐백음식, 新혼旅行까지 다 해결한다. 나산실업도 올해 大型婚需專門店을 열었다.

大企業先發走者들이 제법 재미를 보자, 다른 곳들도 너나 없이 준비중이다. 비씨카드는 서울에 結婚商品店을 열기로 방침을 정하고 구체적인 작업에 들어가고 있다. 삼성과 대우는 직접 나서지는 않고 結婚代行業體를 내세워 結婚商品市場에 참여할 계획으로 알려져 있다.

대기업의 結婚市場 進出이 이처럼 적극적인 것은 무엇보다 일생 최대로 한 번에 큰 돈을 쓰는 기회인데다 가구, 가전제품, 심지어 아파트까지 신혼

부부가 필요로하는 모든 상품이 이들 재벌기업의 공급품이기 때문이다.

지금까지 자기 물건을 사주기만 하면 되는 것이었지만 이제 아예 기업이 적극적으로 소비자가 구입할 상품목록을 제시, 選擇過程에 개입함으로써 시장을 독점하겠다는 전략이다.

結婚代行業體의 성업도 대기업만큼 자본은 없지만 역시 활기다. 최근 우후죽순격으로 생겨나는 結婚代行業體는 현재 서울에서 허가받은 곳만 수십개가 있다. 적으면 서너명에서 많으면 20~30명의 직원이 野外結婚式 등 結婚式 이벤트를 주로 한다. 일부 대형대행업체는 품목별로 전문업체와 손잡고 婚需마련부터 結婚式, 新婚旅行에 이르기까지 소개하고 있다.

## 第4章 웨딩드레스 마케팅에 관한 實證分析

### 第1節 調査의 概要

본 設問은 우리나라 女性들을 대상으로 웨딩드레스 購買行動 實態를 파악하기 위하여 응답자의 웨딩드레스 購入實態와 선호도, 웨딩드레스에 대한 소비자들의 慾求, 目標市場의 特性 등 웨딩드레스 製品의 마케팅믹스 戰略을 수립하는데 도움이 되는 기초자료를 제공하는데 있다.

本 設問은 특성상 결혼한지 2年 이내의 新婚主婦와 결혼 예정인 豫備新婦들을 대상으로 실시하였으며 설문지의 구성은 웨딩드레스의 구매실태와 선호도, 웨딩드레스에 대한 소비자의 욕구에 관한 질문, 인구통계학적 특성에 관한 질문으로 이루어졌다. 설문지는 選擇問項이 제시되는 한정식 설문기법을 사용하였고, 명목척도를 質問類型에 적합하게 사용하였다.

본 조사는 便宜標本抽出方法을 사용하였으며 資料收集은 미리 훈련을 받은 調査員을 통해 設問紙 총 300부를 배포하여 설문지의 應答內容中 中心化 現狀이 심하거나 불성실한 설문지를 제외한 213부의 標本으로 본 研究의 分析資料로 삼았다.

1995年 10月 10日부터 10月 20日까지 豫備調査를, 1995年 10月 28日부터 11月 7日까지 10日間에 걸쳐 본 調査를 실시하였으며 調査方法으로는 應答者와 직접 면담하는 대인면접법을 사용하였다.

## 第 2 節 說問分析

### 1. 調查 對象者의 人口統計的 特性

본 조사에서 사용된 자료는 총 213부 로서 조사대상자를 인구통계적 변수에 의해 분류해 보면 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 調查對象者의 人口統計的 特性

구	분	빈도(명)	비율(%)
1. 연령 및 결혼여부	미혼 25세 이하	66	31.0
	미혼 26~30세 미만	14	6.6
	미혼 30세 이상	2	0.9
	기혼 27세 이하	123	57.7
	기혼 28~31세 이하	8	3.8
2. 직 업	주 부	36	16.9
	회 사 원	43	20.2
	기 능 직	29	13.6
	자영업, 판매업	19	8.9
	학 생	25	11.7
	전문직업인, 기타	61	28.6
3. 매월평균 근로소득	백 만 원 이 하	8	3.7
	백만원~백오십만원	141	66.2
	백오십만원~이백만원	16	7.5
	이백만원~이백오십만원	24	11.3
	이백오십만원 이상	24	11.3
4. 학 력	중 졸 이 하	48	22.5
	고 졸	87	40.8
	전 문 대 졸	54	25.4
	대 졸	12	5.6
	대 학 원 이 상	12	5.6
5. 결혼비용 정도	천 만 원 이 하	2	0.9
	천만원~천오백만원	118	55.4
	천오백만원~이천만원	13	6.1
	이천만원~이천오백만원	78	36.6
	이천오백만원 이상	2	0.9

6. 결혼비용 제공자	자 신	39	18.3
	자 신 + 부 채	64	30.0
	부 모 님	62	29.1
	부 모 님 + 부 채	33	15.5
	자신+부모님+부채	15	7.0
7. 선호하는 예식 장소	예 식 장	109	51.1
	공 공 장 소	26	12.2
	회 사 강 당	31	14.6
	야 외 결 혼	3	1.4
	종 교 시 설	44	20.7

## 2. 웨딩드레스 購入 實態와 選好度에 관한 質問

### 가. 結婚式 禮服의 形態

結婚式 禮服의 形態에 대해서는 <표 4-2>에서 보는 바와 같이 서구식 웨딩드레스가 절대적으로 비중이 높은 85.0%를 나타내 보였고 개량한복은 5.6%, 傳統婚禮服은 4.7%를 나타내 보여 웨딩드레스에 대한 홍보와 소비자 등의 의식만 바뀐다면 전통적인婚禮服에 대한 마케팅도 활성화 되리라 예상되며, 禮式服 업계도 시대적 상황을 考慮, 보다 실용화되고 간편하며, 禮式後에도 입을 수 있는 드레스가 製作, 普及되어야 할 것이다.

<표 4-2> 結婚式 禮服의 形態

구 분	빈도(명)	비율(%)
서구식 웨딩드레스	181	85.0
전통 혼례복	10	4.7
일반 한복	1	0.5
개량한복	12	5.6
정장양장	8	3.8
기 타	1	0.5
계	213	100.0

나. 웨딩드레스 準備 方法

웨딩드레스 準備方法에 대해서는 <표 4-3>에서 보는 바와 같이 맞춤대여가 제일 많은 50.7%, 대여가 38.5%를 나타내 보여, 웨딩드레스의 특성상一回性的의 의미와 기능때문에 貸與가 많았으나 購入의 경우는 小數에 불과한 8.0% 밖에 안되었으나 禮式文化 變化에 따라 맞춤대여가 구입으로 변화할 가능성이 높다.

<표 4-3> 웨딩드레스 準備 方法

구 분	빈도(명)	비율(%)
대 여	82	38.5
맞 춤 대 여	108	50.7
구 입	17	8.0
물 려 받 음	1	0.5
본인이 제작	2	0.9
기 타	3	1.4
계	213	100.0

다. 웨딩드레스 購入 場所

웨딩드레스 購入場所에 대해서는 <표 4-4>에서 보는 바와 같이 일반 드레스샵이 제일 많은 70.4%, 禮式場이 17.8%를 나타내 보였으며 高價格과 璽포가 있는 유명 디자이너 드레스샵과 미용실은 7%를 넘지 못하였다. 따라서 웨딩드레스 기술수준의 向上과 有名 디자이너의 배출을 위해서는 均소업체의 난립에 대한 대책과 有名 디자이너 製品의 代理店등 유통망을 통한 보급가정도의 販賣가 活性化 되어야 한다고 본다.

<표 4-4> 웨딩드레스 購入 場所

구 분	빈도(명)	비율(%)
예 식 장	38	17.8
미 용 실	3	1.4
일반드레스샵	150	70.4
유명디자이너	11	5.2
기 타	11	5.2
계	213	100.0

라. 웨딩드레스 情報 收集 源泉

웨딩드레스 情報 收集 源泉에 대해서는 <표 4-5>에서 보는 바와 같이 신문 잡지나 新聞을 통해서가 26.8%, 直接製品을 보고서 하는 경우가 22.6%, 주위사람들의 권고가 21.6%를 나타내 보여 웨딩드레스는 성격상 정보수집 경로가 매우 사람에 依存的이고 專門的이면서도 다양하다는 사실을 알 수 있다.

<표 4-5> 웨딩드레스 情報 收集 源泉

구 분	빈도(명)	비율(%)
직접제품을 보고서	48	22.6
주위사람들의 권고로	46	21.6
광 고 를 통 해 서	19	8.9
매 장 을 방 문 해 서	42	19.7
잡 지, 신 문 통 해	57	26.8
기 타	1	0.5
계	213	100.0

마. 웨딩드레스 購入에 대한 意思決定 主體

웨딩드레스 購入에 대한 意思決定 主體에 대해서는 <표 4-6>에서 보는 바와 같이 본인이 92.0%로 壓倒的인 비중을 차지하고 기타 신랑, 형제 및 친척, 친구 등의 순으로 나타났다. 따라서 웨딩드레스 업계에서는 보다 活

性化된 판매를 위해서는 本人에 대한 제품이미지와 事務管理 등의 수단을 통해 마케팅 능력 제고를 기하여야 할 것이다.

<표 4-6> 웨딩드레스 購入에 대한 意思決定 主體

구 분	빈도(명)	비율(%)
본 인	196	92.0
신 랑	5	2.3
형제 및 친척	4	1.9
친 구	3	1.4
기 타	5	2.3
계	213	100.0

바. 웨딩드레스 購買時 考慮事項

웨딩드레스 구매시 考慮事項에 대해서는 <표 4-7>에서 보는 바와 같이 웨딩드레스의 강한 패션화 경향을 반영, 디자인이 52.1%, 女性들의 처음이자 마지막 기회, 그리고 自尊心을 반영하여 자신과의 조화를 중시한 경우가 33.3%로 나타났다. 하지만 가격은 12.7%, 유행 0.9%, 색상 0.5%로 큰 고려 사항은 되지 못하였다.

<표 4-7> 웨드레스 購買時 考慮事項

구 분	빈도(명)	비율(%)
디 자 인	111	52.1
가 격	27	12.7
색 상	1	0.5
유행	2	0.9
자신과의 조화	71	33.3
기 타	1	0.5
계	213	100.0

### 사. 웨딩드레스 價格에 대한 見解

웨딩드레스 價格에 대한 見解에 대해서는 <표 4-8>에서 보는 바와 같이 적당하다가 69.5%, 저렴하다는 편이 17.4%, 매우 고가이다가 11.3%를 나타내, 一般的으로 웨딩드레스에 대한 觀念이 하루 단 한번 입는 전문품으로서 소비자들이 생각하고 있는 다소 비싸다라는 인식은 많지 않은 것으로 나타났지만 구입이 아닌 禮式場 이용의 경우는 다소 비싸다라는 인식은 여전히 높을 것 같다.

<표 4-8> 웨딩드레스 價格에 대한 見解

구 분	빈도(명)	비율(%)
매우 싸다	37	17.4
싸 다	4	1.9
적당 하다	148	69.5
매우 비싸다	24	11.3
계	213	100.0

### 아. 웨딩드레스에 대한 相談場所

웨딩드레스에 대한 相談場所에 대해서는 <표 4-9>에서 보는 바와 같이 웨딩드레스에 대한 流行性和 구입에 필요한 情報등을 고려하여 專門婚需賣場이 제일 많은 56.3%, 그리고 女性들의 특성상 자주는 미용실에서가 38.5%를 나타내 기업에서 마아케팅 戰略樹立과 商品弘報時 이점을 각별히 유념해 有名 專門婚需賣場과 미용실에 대한 마아케팅 弘報戰略을 강화해야 할 것이다.

<표 4-9> 웨딩드레스에 대한 相談場所

구 분	빈도(명)	비율(%)
예식장	5	2.4
일반드레스샵	5	2.3
전문혼수매장	120	56.3
미용실	82	38.5
기타	1	0.5
계	213	100.0

### 3. 웨딩드레스에 대한 消費者의 慾求에 관한 質問

#### 가. 選好하는 웨딩드레스 色相

選好하는 웨딩드레스 색상에 대해서는 <표 4-10>에서 보는 바와 같이 최근 신혼부부들로부터 인기를 더해가고 있는 핑크색이 49.3%로 단연 많고, 약간은 classic한 분위기에 흰색이 22.1%를 차지하였다. 그러나 요즘 프랑스를 중심으로한 유럽에서 유행하고 있는 백아이보리색상은 5.2%에 불과했다.

<표 4-10> 선호하는 웨딩드레스 색상

구 분	빈도(명)	비율(%)
흰색	47	22.1
크림색	6	2.8
핑크색	105	49.3
백아이보리색	11	5.2
연은색	5	2.3
노란색	6	2.8
기타	33	15.6
계	213	100.0

#### 나. 웨딩드레스에 대한 디자인 選好

웨딩드레스에 대한 디자인 選好에 대해서는 <표 4-11>에서 보는 바와 같이 품격이 있어 보이는 우아한 디자인이 53.1%, 클래식한 디자인이 29.1%, 심플한 디자인이 14.1%를 나태내 보여, 아직은 流行은 얹고 있지만 복고풍의 디자인과 화사하면서도 실용적인 단출한 형태의 웨딩드레스에 대한 잠재적 소비형태를 고려하여 조금은 시대를 앞질러 개발, 시판도 고려해 보아야 할 것이다.

<표 4-11> 웨딩드레스에 대한 디자인 選好

구 분	빈도(명)	비율(%)
우아한 디자인	113	53.1
심플한 디자인	30	14.1
화사한 디자인	4	1.9
클래식한 디자인	62	29.1
복고풍의 디자인	2	0.9
기 타	2	0.9
계	213	100.0

#### 다. 웨딩드레스 가격에 대한 品質水準

웨딩드레스 價格에 대한 品質水準에 대해서는 <표 4-12>에서 보는 바와 같이 웨딩드레스에 대한 일반인들의 通念 水準인 價格에 비해 품질이 떨어진다. 69.0%인 반면, 價格에 비해 品質이 좋은 반응은 24.0%에 불과해 우리 웨딩드레스 업계 종사자들의 대소비자에 대한 認識轉換이 필요하며 技術開發과 유통서비스 개선을 통한 품질의 고급화에 좀더 노력하여야 할 것이다.

<표 4-12> 웨딩드레스 價格에 대한 品質水準

구 분	빈도(명)	비율(%)
품질이 매우 좋은편	4	1.9
품질이 좋은편	47	22.1
보 통	14	6.6
품질이 좋지 않다	1	0.5
품질이 매우 떨어진다	147	69.0
계	213	100.0

라. 禮式場에서의 특정 웨딩드레스 强賣 또는 勸誘에 대한 意見

禮式場에서의 특정 웨딩드레스 강매 또는 권유에 대한 의견에 대해서는 <표 4-13>에서 보는 바와 같이 상황과 사정상 어쩔 수 없이 받아들인 경우가 52.6%, 고가이면서 選擇幅도 좁았지만 어쩔 수 없다는 견해가 27.7%, 심지어는 禮式場의 횡포라는 見解가 7.5%를 나타내 보여 이에 대한 소비자들의 반응은 반자의로 意思決定을 했다는 것을 알 수 있어 이에 대한 禮式場 業界의 마케팅 방식의 전환이 요청된다.

<표 4-13> 禮式場에서의 특정 웨딩드레스 강매 또는 勸誘에 대한 意見

구 분	빈도(명)	비율(%)
관행이라고 생각	5	2.3
서비스라고 생각	21	9.9
어쩔 수 없어 받아들임	112	52.6
고가격, 선택폭좁음	59	27.7
예식장의 횡포	16	7.5
계	213	100.0

마. 웨딩드레스 情報 收集 場所

웨딩드레스 情報 收集 場所에 대해서는 <표 4-14>에서 보는 바와 같이 가까운 드레스샵이 55.9%로 많은 편이고, 특정지역으로는 웨딩드레스가를 이루고 있는 이대부근이 28.6%, 최근 많은 확장이 되고 있는 강남지역은 8.0%를 나타냈다. 따라서 웨딩드레스 購入場所와 情報收集 場所는 큰 차이 없이 대동소이 함이 드러나 消費者의 웨딩드레스 情報 收集時 구입에까지 연결될 수 있는 total marketing strategy가 필요하다 하겠다.

<표 4-14> 웨딩드레스 情報 收集 場所

구 분	빈도(명)	비율(%)
유명백화점 혼수전문점	11	5.1
명동의 드레스샵	3	1.4
강남지역 드레스샵	17	8.0
이대부근 드레스샵	61	28.6
가까운 드레스샵	119	55.9
기 타	2	0.9
계	213	100.0

바. 외국의 웨딩드레스 대비 國內製品の 水準

外國의 웨딩드레스 대비 國內製品の 水準에 대해서는 <표 4-15>에서 보는 바와 같이 전반적으로 國內製品보다는 外國製品에 대한 선호사상이 많음을 나타내 보였다. 따라서 외국제품이 재질면에서 앞선다가 43.2%, 가격은 비싸나 디자인이 앞선다가 18.8%로 조사되, 국내제품과 차이가 없다 9.9%, 국내제품이 저렴하고 實用的이다 라는 입장 8.9%와는 대조를 보였다.

<표 4-15> 외국의 웨딩드레스 對比 國內製品の 水準

구 분	빈도(명)	비율(%)
외국제품이 가격이 고가이나 디자인이 앞섬	40	18.8
큰차이 나지 않는다	21	9.9
품질차이없이 가격이 비싼 편이다.	12	5.6
외국제품이 재질면에서 앞섬	92	43.2
국내제품이 저렴하고 실용적	16	7.5
기 타	32	15.0
계	213	100.0

사. 웨딩드레스 對替品에 대한 見解

웨딩드레스 대체품에 대한 견해에 대해서는 <표 4-16>에서 보는 바와 같이, 이것은 하나의 가정이지만 結婚 정장복 形態에 대한 선호가 18.8%, 한복 계통선호가 12.7%를 나타내 보여 기존의 흰색계통의 웨딩드레스 選好의 10.3%나, 실용복차림의 5.6%에 비해 다소높게 나타났다.

<표 4-16> 웨딩드레스 對替品에 대한 見解

구 분	빈도(명)	비율(%)
흰색계통의 웨딩드레스 선호	22	10.3
한복 계통 선호	27	12.7
결혼정장복 선호	40	18.8
실용복차림 선호	12	5.6
기 타	67	31.5
missing	45	21.1
계	213	100.0

아. 웨딩드레스 市場에 대한 見解

웨딩드레스 市場에 대한 見解에 대해서는 <표 4-17>에서 보는 바와 같이 유명브랜드가 없다 38.5%, 유럽풍으로 模倣 製作 하다가 16.9%를 나타내 보여 우리 고유의 브랜드 開發 및 商品化가 시급함을 알 수 있었고 웨딩드레

스가 패션화 경향을 반영해서인지 유행이 너무 자주 변한다고 27.2%를 나타내 어떤 정형화된 형태와 이미지 Make-up 된 브랜드개발이 요청되어 진다.

<표 4-17> 웨딩드레스 市場에 대한 見解

구 분	빈도(명)	비율(%)
유명브랜드가 없다	82	38.5
유행이 너무자주 변함	58	27.2
군소업체들의 난립	32	15.0
유럽식으로 모방제작	36	16.9
우리고유의 디자인 브랜드 없음	1	0.5
기 타	4	1.9
계	213	100.0

#### 4. 人口統計的 特性에 따른 交叉分析

##### 가. 年齡 및 結婚與否別 웨딩드레스 比重

年齡 및 結婚與否別 웨딩드레스 比重에 대해서는 <표 4-18>에서 보는 바와 같이 유의수준(P)  $0.05 \leq 0.0859$ 로서 統計적으로 유의한 差異를 나타내 보이고 있지 않아 年齡 및 結婚與否別로 웨딩드레스에 대한 比重의 견해차이는 없는 것으로 나타났다. 반면, 미혼중에서 25세 이하와 미혼 30세 이상은 반응도면에서 대조적이었으며, 기혼역시 27세 이하와 28세 이상간에는 비중에 대한 차이가 있어 未婚 25세 이상에 대한 market segmentation이 필요함을 알 수 있었다.

또한 未婚者中에서 25세이하는 웨딩드레스의 比重이 중요하다가 81%, 26~30세 미만은 100%로 나타난 것은 結婚이 임박한 층에서 웨딩드레스의 重要

比重이 크다고 볼 수 있고, 기혼자 중에서는 27세이하가 중요비중이 84%, 28~31세 이하가 50%로 나타난 것은 最近에 結婚 또는 新世代 新婚主婦들이 웨딩드레스의 중요함을 인식하고 있다고 할 수 있다.

<표 4-18> 年齡 및 結婚與否別 웨딩드레스 比重

단위 : 명

구 분	미혼25세 이하	미혼26~30세미만	미혼30세 이상	기혼27세 이하	기혼28~31세 이하	계
매우 중요	21	10	1	36	1	69
중 요	32	4	1	67	3	107
보 통	11	0	0	20	2	33
중요치 않음	2	0	0	0	2	4
계	66	14	2	123	8	213

$\chi^2$	유 의 도
22.9197	0.0859

나. 職業別 웨딩드레스 價格에 대한 見解

職業別 웨딩드레스 가격에 대한 見解에 대해서는 <표 4-19>에서 보는 바와 같이 크게 두 부류로 分類가 되었는데 하나는 주부 및 專門職業人 모두 망라하여 가격에 상관없이 품질 좋고 개성있는 것을 選擇하는 것으로 나타났으며, 다른 하나는 값이 싸면서도 實用的이어야 한다는 것이었다. 전반적으로 회사원들이 經濟的 사정을 고려, 저렴한 價格을 원하고 있었으며, 專門職

業人들은 品質과 個性이 반영된 적정가격 수준의 것을 원했다. 또한 유의수준(P)  $0.05 \leq 0.2974$ 로서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 보이고 있지 않아 직업별로 웨딩드레스 價格에 대해 견해차이가 없는 것으로 나타났다.

이를 직업별로 세분하여 보면, 거의 모든 직업에서 價格에 상관없이 품질 좋고 개성있는 것을 선택했으며 값이 비싸더라도 과시하기 위해서 선택하는 경우는 많지 않았다. 또한 응답자들은 값이 싸면서 실용적인 것과 적정가격대의 것도 선호하였는데 會社員과 專門職業人들이 모든 사항들을 고려해서 구입하는 경향을 보였다.

<표 4-19> 웨딩드레스 價格에 대한 見解

단위 : 명

구 분	주 부	회사원	기능직	자영·판매업	학 생	전문직업	계
가격 상관없이 품질 좋고 개성있는 것으로 선택	18	19	17	9	16	31	110
값이 비싸더라도 과시하기 위해 선택	0	1	1	0	0	0	2
적정가격대에서 결정	5	8	0	1	3	17	34
반드시 값이 저렴해야 함	2	2	0	0	0	0	4
값이 싸면서 실용적이어야 함	11	13	11	9	6	13	63
계	36	43	29	19	25	61	213

$\chi^2$	유 의 도
33.5931	0.2974

다. 勤勞所得水準別 웨딩드레스 選擇에 대한 考慮事項

勤勞所得水準別 웨딩드레스 選擇에 대한 考慮事項에 대해서는 <표 4-20>

에서 보는 바와 같이 전체적으로 유의수준 (P)  $0.05 \leq 0.7741$ 로서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 보이지 않고 있어 勤勞所得水準別로 웨딩드레스 選擇時 考慮事項에 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 所得이 백만원에서 백오십만원 수준의 경우는 디자인에 대한 比重이 35.2%를, 자신과의 조화가 23.5%를 나타냈다.

勤勞所得別로 볼때 月所得이 백만원~백오십만원사이에서 디자인과 자신과의 調和를 매우 중요시하고 있었으나 全所得水準別에서 色相이나 流行은 그다지 중요하지 않게 생각하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-20> 勤勞所得水準別 웨딩드레스 選擇에 대한 考慮事項

단위 : 명

구 분	백만원이하	백만원~ 백오십만원	백오십만원 ~이백만원	이백만원~ 이백오십만 원	이백오십만 원이상	계
디 자 인	5	75	7	16	8	111
가 격	1	14	2	3	7	27
색 상	0	1	0	0	0	1
유 행	0	0	1	0	1	2
자신과의 조화	2	50	6	5	8	71
기 타	0	1	0	0	0	1
계	8	141	16	24	24	213

$\chi^2$	유 의 도
23.9552	0.7741

라. 學歷別 웨딩드레스 品質 水準에 대한 見解

學歷別 웨딩드레스 品質 水準에 대한 見解에 대해서는 <표 4-21>에서 보는 바와 같이 전반적으로 반응이 좋지 않은 것으로 나타났으며 유의수준(P)  $0.05 \leq 0.7081$ 로서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 보이지 않고 있어 學歷別로 웨딩드레스 가격에 대비한 品質水準에 대해서 見解差異가 없는 것으로 나타났다. 그리고 學歷別로 볼때 學歷이 낮을수록 품질수준에 대해 불만족이 높은 것으로 나타났지만, 學歷이 높을수록 좋은 반응이 있는 것도 아니었다.

학력별로 볼때 전반적으로 品質水準은 그다지 좋은 반응이 나타나지 않았지만, 특히나 고졸이하계층에서 더욱 불만을 나타내 보였으며 대졸이상의 경우는 그래도 肯定的인 반응을 보였다. (여기서 중졸이하는 고졸 미만을 말함)

<표 4-21> 學歷別 웨딩드레스 品質 水準에 대한 見解

단위 : 명

구 분	중졸이하	고 졸	전문대졸	대 졸	대학원이상	계
매우좋은 반응	2	1	1	0	0	4
좋은 반응	13	20	7	5	2	47
보 통	0	6	7	1	1	15
좋지 않음	32	59	38	6	9	144
매우좋지 않음	1	1	1	0	0	3
계	48	87	54	12	12	213

$\chi^2$	유 의 도
16.1364	0.7081

마. 結婚費用 수준에 따른 웨딩드레스 디자인 選好度

結婚費用 수준에 따른 웨딩드레스 디자인 선호도에 대해서는 <표 4-22>에서 보는 바와 같이 유의수준(P) 0.05  $\geq$  0.0000으로서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 보이고 있어 結婚費用 수준에 따라 웨딩드레스 디자인에 대한 선호도가 다르게 나타난 것으로 조사되었다. 結婚費用이 천만원에서 천오백만원 사이에서 우아한 디자인과 클래식한 디자인에 대한 선호도가 높게 나타났으며, 이러한 현상은 結婚費用이 이천만원과 이천오백만원인 계층에서도 동일하게 드러났다.

結婚費用別로 볼때 천만원~천오백만원사이와 이천만원~이천오백만원사이에서 品格있고 고상한 스타일인 우아한 디자인을 選好했으며, 심플하고 화사한 디자인은 選好도가 비교적 적게 나타났다. 또한 中世的인 傾向을 풍기면서 과거에 流行했던 스타일인 復古風의 경우는 다른 의상 및 패션제품과는 달리 웨딩드레스에서는 디자인선호도가 비교적 적게 나타났다.

<표 4-22> 結婚費用 水準에 따른 웨딩드레스 디자인 選好度

단위 : 명

구 분	천만원 이하	천만원~천오백만원	천오백만원~이천만원	이천만원~이천오백만원	이천오백만원 이상	계
우아한 디자인	1	69	7	47	2	126
심플한 디자인	0	3	0	2	0	5
화사한 디자인	0	3	0	2	0	5
클래식한 디자인	1	41	5	25	0	72
복고풍의 디자인	0	1	1	1	0	3
기 타	0	1	0	1	0	2
계	2	118	13	78	2	213

$\chi^2$	유 의 도
116.9130	0.0000

바. 結婚費用 提供者에 따른 웨딩드레스 購入 決定者

結婚費用 제공자에 따른 웨딩드레스 구입 결정자에 대해서는 <표 4-23>에서 보는 바와 같이 유의수준(P)  $0.05 \leq 0.9682$ 로서 통계적으로 유의한 차이를 나타내 보이지 않고 있어 結婚費用 제공자에 따른 웨딩드레스 구입 결정자에 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 대부분이 본인이 자신과 부모의 도움을 받아 結婚費用을 調達하고 있는 것으로 調査 되었다.

結婚費用提供者 면에서 볼때 웨딩드레스 구입결정자는 본인이 대부분을 차지했고 신랑이나 형제 및 친척, 친구는 거의 영향을 미치지 않음을 알 수 있었다.

<표 4-23> 結婚費用 提供者에 따른 웨딩드레스 購入 決定者

단위 : 명

구 분	자 신	자신+부채	부모님	부모님+부채	자신+부모님+부채	계
본 인	38	56	56	32	14	196
신 랑	0	3	1	1	0	5
형제 및 친척	0	2	2	0	0	4
친 구	0	2	1	0	0	3
기 타	1	1	2	0	1	5
계	39	64	62	33	15	213

$\chi^2$	유 의 도
13.6065	0.9682

## 第3節 調査結果의 示唆點

### 1. 設問結果 分析에 대한 示唆點

서울에 거주하는 女性중 기혼주부 및 職場人과 結婚을 2~3년 앞둔 미혼 女性들을 대상으로 하여 웨딩드레스 購買 環境 變化에 따른 웨딩드레스 마케팅 戰略樹立을 위한 基礎資料를 수집하기 위해 총 213명에 대한 設問 內容을 分析하여 나타난 調査結果의 示唆點을 정리해 보면 다음과 같다.

#### 가. 웨딩드레스 購入實態와 選好度에 관한 內容

첫째, 結婚式 禮服의 형태에 대해서는 서구식 웨딩드레스가 85.0%를 나타내 절대적인 比重을 차지하고 있으며 傳統婚禮服 보다는 개량한복, 정장양장에 대한 選好度가 增加될 수 있도록 웨딩드레스 업계에서 제반 마케팅 노력을 강화할 때 웨딩드레스를 둘러싼 소비자와의 각종 마찰이나 불만족을 줄여 나갈 수 있는 하나의 방법이라고 생각된다.

둘째, 웨딩드레스 準備面에서 맞춤대여 50.7%, 대여 38.5%로 나타나 보다 디자인이 세련되면서 自身과 조화된 웨딩드레스를 소비자가 언제든지 맞춤식으로 貸與할 수 있는 조립된 상태에서 相談後 바로 Ready Made가 가능한 형태의 대형전문 드레스샵이 체인화되어 大量 流通이 되면 웨딩드레스 마케팅 업계는 더욱 활성화 되어질 것이다.

셋째, 웨딩드레스 구입시 각종 相談 및 情報面에서는 專門雜誌나 신문, 直接製品을 보고서, 주위 사람들의 권고를 통해서 등의 방법으로 웨딩드레스에 대한 情報收集 源泉을 통해 웨딩드레스 相談場所인 專門婚需賣場과 미용실에서 相談을 통해 정보를 확인한 후 일반 드레스샵에서 웨딩드레스를 구매

하는 것으로 나타나 이 세가지가 서로 구별되는 것이 아닌 하나의 패키지화 되고 동일한 連續線上의 구매행동임을 감안할때 웨딩드레스 業界에서는 토 달적인 마케팅 노력이 요구되어 진다.

네째, 消費者의 웨딩드레스 購入과 관련된 사항에 대해서는 먼저, 購買時 우선시 하는 고려사항으로는 디자인(52.1%) 및 자신과의 조화(33.3%)를 중 요시 했다. 購入에 대한 의사결정자로서는 본인이(92.0%) 제일 많은 가운데 結婚費用은 본인과 부모님의 財源으로 충당했고, 購買時 考慮되는 價格에 대 해서는 적당한 편이다가 69.5%로 나타났지만 품질면에서는 불만족이 큰 것 을 감안, 소비자들이 品質도 좋고 自身과 조화된 꼭 필요한 웨딩드레스를 입 을 수 있도록 賣場에 모의 웨딩드레스를 다양한 形態로 두거나, 規格別, 釋 數別, 各種 形態別로 적합한 드레스를 바로 입을 수 있는 과학적인 분석프로 그램의 도입 등도 고려해 보아야 할 것이다.

#### 나. 웨딩드레스에 대한 消費者의 慾求에 관한 內容

첫째, 웨딩드레스의 색상에 대해서는 핑크색이 49.3%, classic한 분위기인 흰색이 22.1%를 나타냈고, 디자인 選好에 있어서는 우아한 디자인이 53.1%, classic한 디자인이 29.1%를 보여, 업계에서는 마케팅 전략수립시 핑크색 계통의 우아하면서도 classic한 분위기를 자아낼 수 있는 디자인 형태의 웨 딩드레스가 소비자의 욕구임을 감안해야 할 것이다.

둘째, 價格과 品質에 대한 반응에서 엿볼 수 있듯이 가격면에서 앞에서는 적당하다 하였지만 價格對比 품질과의 비교에서는 다소 不滿足이 69.0%를 나타내 웨딩드레스 업계 종사자들의 技術開發과 유통서비스 개선을 통한 고 급화를 위한 노력이 좀더 필요한 것으로 보였으며, 外國製品과 品質面에서의 비교에서도 단연 재질면에서나 디자인이 앞선다가 대부분이어서 외국제품

에 대한 선호사상이 아직도 여전하였다. 따라서 業界에서는 무엇보다도 우리 체질과 우리 文化에 적합한 우리기술화된 디자인과 색상으로 웨딩드레스 업계를 한차원 level-up 시킬 수 있는 인재의 확보 및 교육, 투자에 보다 배전의 노력을 기울여야 할 것이다.

세제, 消費者의 慾求에 대한 업계의 기타대응책으로서, 禮式場에서의 특정 웨딩드레스 강매 또는 권유에 대해서는 禮式場 업계 스스로의 자성도 필요하겠지만 사회전반적으로 學校, 教會, 會社講堂, 區民會館 등 公共場所를 통한 結婚이 더욱 활성화 될 수 있도록 사회 분위기의 전환이 필요하며, 웨딩드레스의 대체품은 웨딩드레스의 패션화 경향 때문에 어떤 방향으로 전개 될지 설령 전문가라 할지라도 예측하기 힘든 상황이므로 業界 스스로 市場 및 消費者의 반응 등의 環境變化를 예의 주시하여 기민하게 대처하여야 할 것이다.

## 2. 設問結果의 示唆點에 따른 業界의 마아케팅 戰略

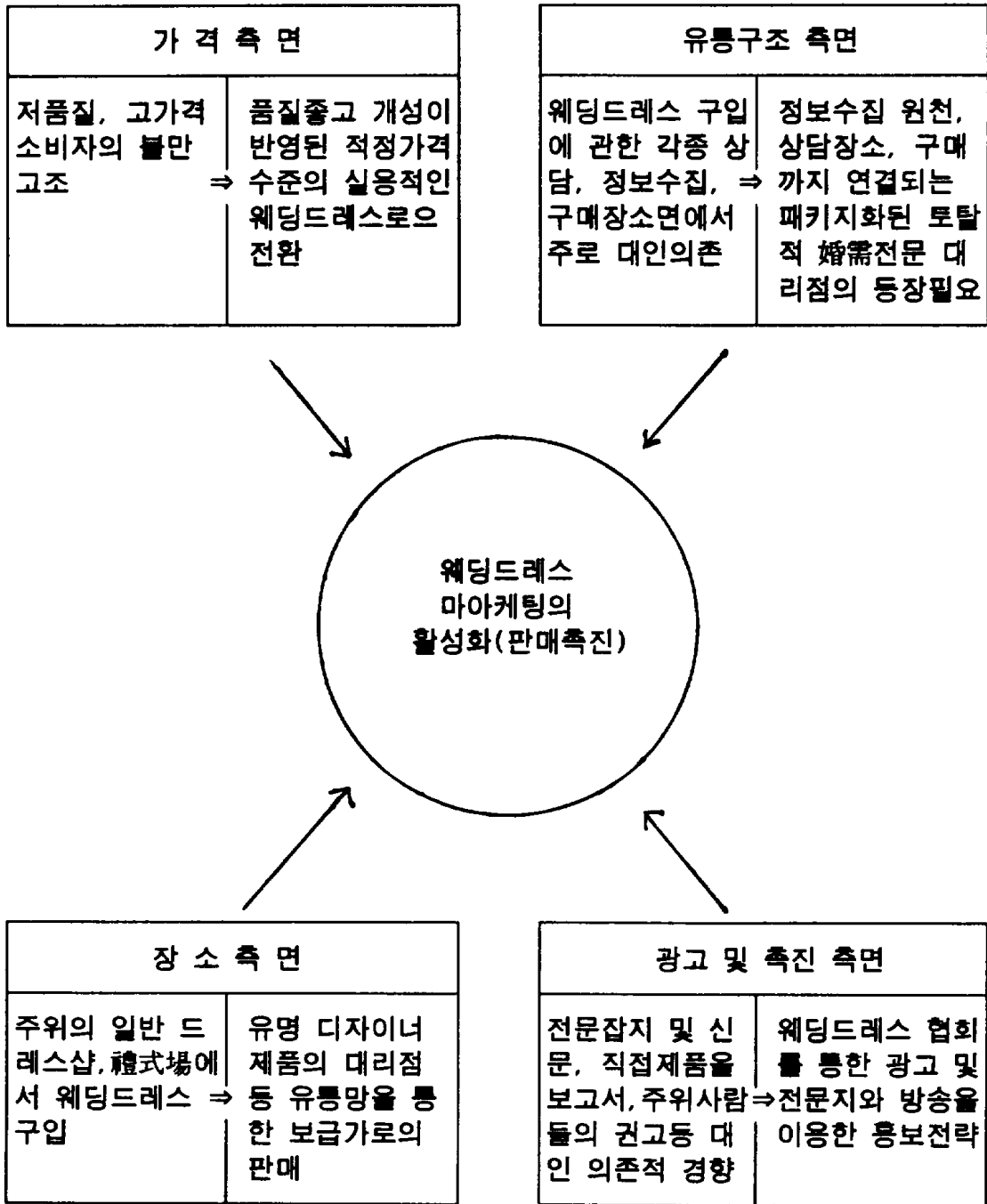
앞에서 제기한 웨딩드레스 시장 여건 변화 및 設問調查 결과 나타난 문제점을 토대로 우리나라 웨딩드레스 業界의 마아케팅 戰略을 4P의 觀點에서 수립하여 보면 다음과 같다.

먼저 基本戰略을 웨딩드레스 마아케팅의 활성화와 판매촉진으로서 첫째, 價格側面에서는 지금까지의 低品質, 高價格으로 인한 消費者들의 不滿足을 품질 좋고 개성이 반영된 적정가격 즉, 보급가 수준의 실용적인 웨딩드레스로의 전환이 요청되어진다. 둘째, 장소적인 측면에서 최근 거의 대부분이 주위의 일반 드레스샵과 禮式場에서 웨딩드레스를 구입했었으나 앞으로는 유명 디자이너 제품의 대리점등 流通網을 통한 보급가로의 판매가 요구되어진다.

세제, 流通構造側面에서 웨딩드레스 구입에 관한 각종 상담, 정보수집, 구매장소 면에서 지금까지 주로 對人 依存的 이었는데 차후에는 정보수집 원천과 상담장소 및 구매까지 연결되는 패키지화된 토탈적 婚需專門 代理店의등장이 있어야 되겠다.

네제, 廣告 및 促進 側面에서는 현재 거의 대부분이 웨딩드레스에 대한 정보 수집을 專門雜誌 및 新聞, 直接 製品을 보고서, 주위 사람들의 권고등 대인 의존적 경향이었으나 이러한 군소업체들의 과당경쟁을 피하고 보다 집중적인 광고 및 홍보를 위해서는 웨딩드레스 協會를 통한 광고 및 전문지와 방송을 이용한 弘報戰略이 有效하리라 본다.

<그림4 -1> 웨딩드레스 業界의 마아케팅 戰略



## 第5章 研究結果의 要約 및 結論

과거 需要가 生産을 초과하던 販賣者 중심의 市場에서 生産이 需要를 초과하는 過剩生産이 되어 購買者 중심의 市場이 됨에 따라 이제는 팔릴 수 있는 製品을 만들어서 販賣해야 하는 사고로의 전환과 마아케팅 전략의 변화가 요청되어지게 되었다.

그러기 위해서는 製品 自體가 消費者의 慾求와 필요를 알고 市場 環境 변화 등을 감안하여 원가우위든 기술우위든 어떤 특유의 優位要素로 製品을 消費者에게 선보여야 한다.

本 研究은 우리나라에서 1年동안 全國의 結婚 禮式件數가 약 50만건 정도 추산되는 市場 규모를 가지고 있는 웨딩드레스 業계의 마아케팅 活性化를 위해서 먼저 禮式環境 변화를 주로 理論的인 觀點에서 기존의 선행 研究들을 참고로 하여 記述的 研究方法論을 사용 分析하였다.

또한 서울에 거주하는 既婚女性들과 結婚을 2~3年 앞둔 豫備 新婦들을 대상으로 웨딩드레스 購入實態와 선호도에 관한 質問, 웨딩드레스에 대한 消費者의 慾求에 관한 質問 및 人口 統計的 特性에 관한 사항들에 대하여 213명의 설문내용을 분석하는 기술적 研究方法論을 사용하였다. 본 研究結果에서 제기된 우리나라 웨딩드레스 市場 環境과 마아케팅 특성등을 감안한 주요 問題點과 設問調査 결과로 나타난 示唆點을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 웨딩드레스의 購入實態와 선호도면에서는 우리나라 웨딩드레스업계는 아직도 우리기술과 디자인으로 開發한 우리교유의 브랜드가 없이 西歐式 웨딩드레스가 대부분을 이루고 있고 價格이나 品質面에서도 소비자의 慾求 充足이 안됨은 물론 서비스 부재 현상까지 보여 이의 回復을 위한 業界의 努力과 技術 開發, 대형투자를 통한 품질 좋고 補給價 수준의 웨딩드레스

補給과 유통망 改善에도 앞장서야 할 것이다.

둘째, 웨딩드레스에 대한 消費者의 慾求에 대해서는 價格對比 품질면에서의 개선이 시급한 課題로 드러났고, 여전히 웨딩드레스에 대하여 유럽풍의 외제제품 선호사상이 남아 있어 우리 체질과 우리 문화에 적합한 우리 기술화된 디자인과 색상으로 웨딩드레스 業界를 한차원 level-up 시킬 수 있는 인재의 확보 및 교육, 투자에 보다 배전의 노력을 기울여야 할 것이다.

끝으로 이러한 示唆點을 토대로한 우리나라 웨딩드레스 業界의 마케팅 전략을 4P적인 관점에서 살펴보면 다음과 같다.

먼저 기본전략은 웨딩드레스 마케팅의 活性化와 판매촉진으로서 첫째, 가격측면에서는 지금까지의 저품질, 고가격으로 인한 消費者들의 不滿足을 品質 좋고 개성이 반영된 適正價格 즉, 補給價 수준의 실용적인 웨딩드레스로의 轉換이 요청되어진다. 둘째, 장소적인 측면에서 최근 거의 대부분이 주위의 일반 드레스샵과 禮式場에서 웨딩드레스를 구입했었으나 앞으로는 유명 디자이너 제품의 대리점등 유통망을 통한 보급가로의 販賣가 要求되어진다.

세째, 流通構造 側面에서 웨딩드레스 購入에 관한 각종 相談, 情報收集, 購買場所 面에서 지금까지 주로 대인 依存的이었는데 此後에는 情報收集 원천과 상담장소 및 구매까지 연결되는 패키지화된 토달적 婚需專門 代理店の 등장에 있어야 되겠다.

네째, 廣告 및 促進 側面에서는 현재 거의 대부분이 웨딩드레스에 대한 情報 收集을 專門雜誌 및 신문, 직접 제품을 보고서, 주위 사람들의 권고등 대인 의존적 경향이었으나 이러한 群小業體들의 過當競爭을 피하고 보다 집중적인 광고 및 홍보를 위해서는 웨딩드레스 協會를 통한 廣告 및 전문지와 방송을 이용한 弘報戰略이 유효하리라 본다.

## 參 考 文 獻

### I. 國內文獻

1. 강은숙, 서울시와 제주시의未婚男女의結婚觀에 관한 研究, 고려대 석사학위논문, 1989.
2. 강호철, 배우자 선택과 성의식에 관한 연구, 아세아여성연구 제12호, 1984.
3. 고영복, 한국 가족문화의 변천과정, 아세아연구 제5권 2호, 고대 아세아문제연구소, 1992.
4. 김두현, 한국가족제도연구, (서울:서울대학교 출판부), 1969.
5. 김성배, 한국의 민속, (서울:집문당), 1990.
6. 김일미, 조선의 혼속변천과 그 사회적 성격, 이대 사학연구 제4집, 이대사학연구소, 1969.
7. 김종오, 한국의 혼속연구, 대성문화사, 1981.
8. 김혜선·박혜인, 한국가정생활사, 방송통신대학, 1993.
9. 김혜선, 우리나라 여대생들의結婚觀에 관한 研究, 덕성여자대학교 석사학위논문, 1983.
10. 박경자, 우리나라婚禮服에 관한 연구, 이화여자대학교 교육대학원, 석사학위논문, 1986.
11. 박인덕, 서울시와 제주시의 미혼남녀의結婚觀에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문, 1973.
12. 안정남, 최근 결혼풍조와 결혼관에 관한 연구, 대한가정학회지 제38 권 7호, 1993.

13. 양재연 외, 한국풍속지, (서울:을유문화사), 1990.
14. 유송옥, 사례복식, 한국의 복식, 한국문화재보호협회, 1982.
15. 유시중, 한국 대학생의 結婚觀, 효강 최문환 박사 기념논문집, 1993.
16. 유영주, 대학생의 結婚觀에 관한 연구, 대한가정학회지, 제17권 2호, 1978.
17. 유희경, 조선조 초기의 복식, 문화재보호협회, 1982.
18. 이광규, 한국가족의 구조분석, (서울:일지사), 1983.
19. 이교재, 가족과 사회, (서울:진명문화사), 1989.
20. 이길표, 가례를 통해 본 한국인의 의식구조연구, 고려대 박사학위논문, 1982.
21. 이길표, 도시주부의 가정경영관과 가정의례와의 상관연구, 대한가정학회지 제27권 1호, 1989.
22. 이길표·주영애, 가족사회학, 광주:전남대학교 출판부, 1989.
23. 이두현 외, 한국민속학개설, (서울:보성문화사), 1982.
24. 이순홍, 한국전통혼인고, 학연문화사, 1992.
25. 이효재, 가족과 사회, (서울:경문사), 1983.
26. \_\_\_\_\_, 이조에복에 관한 고찰, 상명여자대학 논문집, 1987.
27. 조양제, 관혼상제, (서울:일신서적공사), 1987.
28. 조효순, 한국의 복식, 한국문화재보호협회, 1982.
29. 최근덕, 조상숭배와 의례, 한국문화인류학 제18집, 한국문화인류학회, 1986.
30. 최재석, 제주도의 혼인의례와 그 사회적 의의, 아세아 여성연구 제16집, 숙대 아세아여성문제연구소, 1977.
31. \_\_\_\_\_, 촌락사회에서의 혼인의 변화, 아세아 여성연구 제 26집, 숙대 아세아 여성문제 연구소, 1987.

32. \_\_\_\_\_, 한국가족연구, (서울:민중서관), 1986.
33. 최충일, 고등학생들의 結婚觀에 관한 조사연구, 경상대학교 석사학위논문, 1976.
34. \_\_\_\_\_, 촌락사회에서의 혼인의 변화, 아세아 여성연구 제26집, 숙대 아세아여성문제연구소, 1987.
35. \_\_\_\_\_, 한국가족연구, (서울:민중서관), 1986.
36. 한남제, 한국도시가족연구, (서울:일지사), 1993.
37. 한상숙, 근대이후 한국의 婚禮服에 대한 연구, 숙명여대 대학원 의류학과, 1985.
38. 현선진, 웨딩드레스의 디자인에 관한 연구, 홍대 산업미술 대학원, 1986.
39. 홍승직, 既婚女性の 結婚觀과 그에 관련되 만족도, 대한가정관리학회지 제21권 2호, 1983.
40. 홍준숙, 미혼남녀의 結婚觀에 관한 연구, 효성여대 석사학위논문, 1987.
41. 보건복지부, 가정의례해설, 1993.
42. 새생활백과사전, 단문당, 1992.
43. 정무장관실, 한국 전통혼례의 창조적 계승과 건전혼례문화 정책을 위한 실천 방안 연구, (정책자료 90-5), 1990.
44. 저축추진중앙위원회, 우리나라 혼인의 의식과 費用分析, 열매문고 제7집, 1988.
45. 한국소비자보호원, 禮式品目別 불만도 조사, 1993.12.
46. \_\_\_\_\_, 예식장 실태조사, 1993. 3.
47. \_\_\_\_\_, 혼수 실태조사 결과, 1994.
48. 한국문화재보호협회, 우리의 전통예절, (서울:계문사), 1988.
49. 일간스포츠, 1994. 2. 1.

50. 조선일보, 화려한 예식, 1994. 4. 1.
51. 조선일보, 다같이 생각해 봅시다, 1994. 4. 16
52. 동아일보, 호화혼수는 위화감 조성, 1987. 11. 14.
53. 경향신문, 세월이여 왕조여, 1984. 6. 1.
54. 통계청, 인구동태통계연보, 1991. 12., 1994. 12.
55. \_\_\_\_\_, 혼인·이혼통계 작성 결과보고서, 1991.

## II. 外國文獻

1. Bang George, Elements of Urban Form, New York : McGraw-Hill Inc., 1970.
2. Centers, The Male Sex Role : Definition Prblems and Sources of Change, Journal of Social Issues, 1992.
3. E.A. Westermarck, The History of Human Marriage, 최달곤, 정동호 공역(서울:박영사), 1989.
4. Giles Sims, Marriage, Divorce and Children's Adjustment, Sage Publications, 1988.
5. Hurlock, The Psychology of Dress, Amo, 1976.
6. Horn & Gurel, The Second Skin, Houghton Mifflin Co., 1981.
7. John Beattie, Other Culture : Aims Method and Achievement in Social Anthropology, (서울:일지사)1979.
8. Jung, Blood, Marriage, N.Y. : The Free Press, 1976.

9. Murstein, B.I., Mate Selection in the 1970S, Journal of Marriage and the Family, Vol.42, No.4, 1965.
10. R. Lewis, Theories of Mate Selection, N.Y., The Free Press, 1973.
11. Winch, The Family, N.Y : Rand McNally College Publishing Company, 1985.
12. \_\_\_\_\_, Marriage and Family Development, N.Y. : Harper & Row, 1983.

# ABSTRACT

## A Study on Marketing of Wedding Dress Under Changes in Marital Culture

Kim, Young - Sang

Major in Business Management

Graduate School of Business Management

Hansung University

As the market has changed, due in part to overproduction, into the buyer's market where the customer is the focus of a corporation's marketing activities from the seller's market in which demand exceeds production, the wedding dress industry in Korea has tried to improve effectiveness of its marketing activities under changes in marital culture and wedding dress style. However, the industry could not meet the changes in the customers' needs in such a changing era because of its small size and management by rule of thumb. The industry is just in the step in which it simply imitates European designs and techniques of wedding dress.

This study attempted to find out some methods for improving effectiveness of marketing activities of the wedding dress industry of our country through examining the customers' needs and actual purchases of wedding dress then suggesting implications derived from the study for development of the industry.

Two hundred thirteen married housewives and unmarried women who were expected to be married in two or three years all of whom lived in Seoul participated in the study as the respondents of the

survey. The implications of the study are summarized as follows:

First, an analysis of actual purchases of and preferences for wedding dress shows that the customer's needs are not satisfied in terms of price and quality of the wedding dress due to the lack of our own techniques, designs, and brands. Thus, it would be desirable for the wedding dress industry to try to develop its own techniques, designs, and brands of wedding dress.

Second, in terms of the customers' needs and wants for the wedding dress, the respondents thought that quality of Korean-made wedding dress should be improved in consideration of its price and they preferred the foreign-made wedding dress to the domestic product. Therefore, a wedding dress that fits well with our culture and is designed with our techniques and colors should be developed as soon as possible.

Finally, on the basis of the results of the study, some appropriate marketing strategies for our country's wedding dress industry are suggested as follows: 1) a high quality wedding dress that could reflect personality of the user should be made and priced at a reasonable level, 2) a wedding dress priced at a popular price level should be sold through a distribution network such as the agents for the products made by famous designers, 3) in terms of the distribution channel, it is urgent to develop an agent system specialized in articles essential to a marriage ceremony in which the customer could receive a packaged total service consisting of information search, consultation, and purchase, and 4) advertising strategies through the association of wedding dress businesses and publicity strategies using magazines specialized in wedding and broadcasting should be developed.

# 설문지

안녕하십니까?

귀중한 시간을 내주셔서 감사합니다.

본 설문지는 웨딩드레스에 관한 소비자의 구입실태와 선호도 및 소비자들의 의견을 수집 웨딩드레스 마케팅 전략을 수립하기 위한 기초자료로 사용하고자 합니다.

응답하신 내용은 컴퓨터에 의하여 일괄처리되며 연구목적으로만 사용되어 귀하의 신상에는 절대 영향을 미치지 않을 것을 확인하오니 귀하의 솔직하고 성의있는 답변을 부탁드립니다.

본 연구에 협조해 주신데 대하여 다시 한번 감사드리며 언제나 행운이 함께 하시길 기원합니다.

1995. 10.

지도교수 : 한성대학교 경영대학원 경영학박사 교수 최 명 규

작 성 자 : 한성대학교 경영대학원 경영관리전공 김 영 상



7. 웨딩드레스 선택시 가장 우선으로 고려할 점은 무엇입니까?(복수응답가능)

- ① 디자인                      ② 가격                      ③ 색상                      ④ 유행  
⑤ 자신과의 조화              ⑥ 소재                      ⑦ 기타(                      )

8. 귀하는 가격이 웨딩드레스 선택시 어떤 영향을 준다고 생각합니까?

- ① 값과 상관없이 품질 좋고 개성있는 것으로 선택한다.  
② 값이 비싸더라도 과시하기 위해서 선택한다.  
③ 구입할 수 있는 적절한 가격내에서 결정한다.  
④ 반드시 값이 싸야 한다.  
⑤ 값이 싸면서 실용적이어야 한다.

9. 귀하는 평소 웨딩드레스 가격에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 아주 싸다    ② 싸다    ③ 적당하다    ④ 비싸다    ⑤ 아주 비싸다

10. 웨딩드레스에 대한 상담은 주로 어디에서 하고 있습니까?

- ① 예식장                      ② 유명디자이너 드레스샵                      ③ 일반 드레스샵  
④ 전문혼수매장              ⑤ 미용실                      ⑥ 토탈혼수 대행점  
⑦ 친구                      ⑧ 가족                      ⑨ 기타(                      )

가장 알맞다고 생각되는 문항에 “V”표를 해주십시오

## II. 웨딩드레스에 대한 소비자의 욕구에 관한 질문

1. 귀하가 좋아하는 웨딩드레스 색깔은?

- ① 흰색            ② 크림색            ③ 핑크색            ④ 백아이보리색  
⑤ 연은색            ⑥ 노란색            ⑦ 기타(            )

2. 웨딩드레스에 대한 디자인 선호는?

- ① 우아한 디자인            ② 심플한 디자인            ③ 화사한 디자인  
④ 클래식한 디자인            ⑤ 복고풍의 디자인            ⑥ 기타(            )

3. 웨딩드레스 디자인에서 제일 중요한 부분은 어디라고 생각하십니까?

- ① 망사부분            ② 목부분            ③ 허리부분            ④ 팔부분  
⑤ 전체적인 균형            ⑥ 기타(            )

4. 웨딩드레스는 가격에 비해 품질수준은 어떠하다고 생각하십니까?

- ① 품질이 매우 좋은 편이다            ② 품질이 좋은 편이다            ③ 보통이다  
④ 품질이 좋지 않다            ⑤ 품질이 매우 떨어진다.

5. 예식장에서 특정 웨딩드레스 강매 또는 권유에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 관행이라 생각한다            ② 일종의 서비스라 생각한다  
③ 어쩔 수 없어서 예식장의 권유를 받아 들였다  
④ 가격도 비쌀 뿐더러 웨딩드레스 선택폭도 좁았다  
⑤ 예식장의 횡포라 생각한다            ⑥ 기타(            )

6. 웨딩드레스 정보를 얻기 위해 주로 가는 곳은?

- ① 서울시내 유명백화점의 혼수전문점            ② 명동의 드레스샵  
③ 압구정동 등 강남지역 드레스샵            ④ 아현동 등 이대부근 드레스샵  
⑤ 동네, 직장 가까운 드레스샵            ⑥ 기타(            )

7. 외국의 웨딩드레스는 국내 드레스에 비해 가격, 품질면에서 수준을 비교한다면?

- ① 외국제품이 가격은 고가이나 디자인면에서 월등이 앞선다
- ② 큰 차이가 나질 않는다
- ③ 국내제품 품질과 별차이는 없으나 가격은 비싼 편이다
- ④ 외국제품이 재질면에서 훨씬 앞선다
- ⑤ 국내제품이 가격면에서 저렴하고 실용적이다
- ⑥ 기타( )

8. 현재의 웨딩드레스 대체품(예:한복, 결혼정장복, 실용복 차림의 정장 등)이 유행된다면 귀하의 생각은?

- ① 흰색계통의 웨딩드레스를 선호할 것이다      ② 한복계통을 선호할 것이다
- ③ 결혼정장복을 선호할 것이다                      ④ 실용복 차림을 선호할 것이다
- ⑤ 기타( )

9. 웨딩드레스 시장에 대한 견해는?

- ① 유명브랜드가 너무 없다                              ② 유행이 너무 자주 변한다
- ③ 군소업체들이 너무 난립한다                        ④ 유럽식의 모방이 너무 많다
- ⑤ 우리 고유의 디자인, 브랜드가 없다              ⑥ 기타( )

10. 우리의 결혼문화 중 결혼비용에 대한 견해는?

- ① 너무 호화롭다고 생각한다
- ② 남과의 형평유지상 어쩔 수 없다
- ③ 자신 또는 가문의 체면상 필요하다
- ④ 과소비의 한 단면으로서 지나친 면이 많다
- ⑤ 분수에 맞게 지출하고 있다 생각한다

## 感謝의 글

지난 學業의 시간들을 돌아보면서 오늘의 작은 結實을 맺을 수 있도록 지켜 주신 우리 하나님께 먼저 감사를 드립니다.

이 論文의 研究 시작부터 완성에 이르기까지 세심하게 지도 해주신 崔明奎 교수님, 날카로운 비평으로 本 論文의 問題點과 개선 방향을 제시해 주시고 가르쳐 주신 閔聖基 교수님과 정승환 교수님께 깊은 감사를 드립니다.

항상 研究하고 생각하는 사람이 되며, 근면 절약과 자림심을 일깨워 주시고 늘 사랑과 염려로 보살피 주신 아버지께 말할 수 없는 感謝의 마음을 드립니다.

또한 事業과 學業을 동시에 수행하고 전념할 수 있도록 온갖 정성과 마음의 위안이 되어준 사랑하는 아내 강승숙, 아들 병주, 딸 보경이에게도 고마운 마음을 전합니다.

끝으로 나를 낳으시고 길러주신 어머니, 이 세상에서 제일이셨던 우리 어머니! 이제는 고인이 되신 우리 어머니님 영전에 이 論文과 영광을 올립니다.

1995년 12월

金永祥 拜