

의복관여도에 따른 의복행동에 관한 연구

A Study on Clothing Behavior by Clothing Involvement

구 양 숙 · 추 태 귀*
경북대학교 의류학과 · 상주산업대학교 의상디자인학과*

Ku, Yang suk · Choo, Tae Gue*
Dept of Clothing & Textiles, Kyungpook National Univ.
Dept. of Clothing & Design. Sangju National Polytechnic Univ.*

Abstract

The purpose of this study was to investigate clothing involvement and clothing behavior of women and to identify the relationship between clothing behavior and clothing involvement..

The data were analyzed using percentage, frequency, factor analysis, ANOVA, Scheffe test, t-test, and Multiple Regression.

The results of the study were as follows:

1. Five dimensions of clothing involvement were derived by factor analysis such as fashion, interest, pleasure, symbolism, and perceived buying risk.

2. There were significant relationships between clothing involvement dimensions and demographic characteristics such as age, educational background and family income level. Those who were younger and not married showed positive relationship among fashion, interest and pleasure of clothing involvement dimensions. Those who had higher educational background showed positive relationship with clothing involvement. Those who were employed showed higher clothing involvement with symbolism and perceived buying risk.

3. Age, marital status, and educational background showed important variables as factors that exert influence on clothing behavior: Those who were younger and not married attached importance to interest, aesthetics, psychological dependence, and fashion. Those who were older and married attached importance to modesty and comfort. The more educated respondents were more concerned about interest, aesthetics, symbolism, psychological dependence, and fashion.

4. The fashion of clothing involvement showed positive relationship in fashion, interest, symbolism, and psychological dependence of clothing behavior, and negative relationship in modesty and comfort. The interest of clothing involvement showed positive relationship in aesthetics and interest, and negative relationship in modesty and comfort of clothing behavior. The pleasure of clothing involvement showed positive relationship in psychological dependence, management, interest, and pleasure of clothing behavior. The symbolism of clothing involvement showed positive relationship in symbolism, modesty, conformity, psychological dependence, and fashion of clothing behavior. The perceived buying risk of clothing involvement showed positive relationship in management, conformity, and comfort, and negative relationship in symbolism and fashion of clothing behavior.

I. 서론

의복은 인간에게 신체적, 심리적으로 가장 밀접한 관련을 가지며, 자기표현의 한 수단이 된다. 의복행동은 개인의 가치관, 성격, 욕구 등을 반영하며, 의복행동에 대한 많은 연구들이 이러한 요인들과 관련지어 매우 광범위하게 연구되어왔다. 소비자행동 연구에서 관여개념은 상품의 구매에 관련된 소비자관심으로서 소비에 관련된 태도와 행동을 결정짓는다는 점에서 중요한 설명변수가 되어왔다.(Bloch, 1981). 관여는 상품에 따라 특유한 측면이 있으므로 여러상품을 대상으로 한 관여의 측정보다는 의복의 특징을 고려한 의복관여의 개념화가 필요하며 이를 의복행동과 관련지어 의류의 소비자행동연구의 기초자료로 이용할 수 있을 것이다. 의류는 품목에 따라서 관여정도가 다른 상품이다. 의복 관여도에 대한 연구 중 박재은(1993)은 예복, 외출복, 평상복, 홈웨어, 속내의의 종류별로 관여도를 측정한 결과, 예복, 외출복은 관여의 정도가 높게 나타났고, 홈웨어, 속내의는 비교적 관여의 정도가 낮게 나타났다. 따라서 본 연구는 관여도가 높고, 의생활에서 중요한 위치를 차지하는 외출복에 대한 관여도와 의복행동을 조사한 후 의복관여도가 의복행동에 미치는 영향력을 규명하고자 한다.

II. 이론적배경

1. 의복관여도

관여도(Involvement)는 어떤 사람이 특정한 사물에 대해 가지는 관심의 정도나 느끼는 중요도를 뜻하며(Antil 1984), Robertson(1976)은 관여를 개입이라는 용어를 써서 제품이나 상표에 대한 개인의 신념체계의 강도라 하였고, Mitchell(1979)은 상황의 영향을 강조하여 특정한 자극이나 상황에 의해 불러일으켜진 각성 또는 흥미나 충동의 양을 표시해 주는 내적수준의 상태변수라 정의하였다. 일반 소비자가 어떤 대상이 자신에게 유효한 영향을 미친다고 지각하면 그것에 대하여 더 많은 생각과 추론을하고 더 많은 정보를 추구 탐색하며 상대적으로 최적의 선택을 지향하는 선택전략을

쓰는 경향이 있는 것으로 본다.

의복은 평가속성들이 다양하고 다른상품과 같이 규격화 될 수 없는 것으로 의복은 종류에 따라서 관여의 수준이 다르다. 선행연구에서의 의복관여 개념 및 차원은 Tigert 등(1976), Bloch(1982), 이영경(1986), 최은영(1990), 이영선(1991), 박재은(1993)의 연구를 종합해 볼 때 의복관여는 다차원적인 특성을 가지며 개념적으로는 의복이 개인의 가치나 신념체계와 관련됨으로 인해 발생하는 흥미, 관심, 감정적 집착 등을 반영하고 또한 의복제품의 특성상 유행은 다른 상품에서는 볼 수 없는 의복만의 특징적인 관여차원이다. 소비자의 의복관여차원은 대체로 5가지 차원 즉, 상징성, 관심, 유행, 즐거움, 위험지각으로 나눌 수 있는데 관여차원 중 '상징성'은 의복이 신체에 입혀져서 타인에게 직업, 행동양식, 취향과 같은 단서를 보여줌으로써 착용자와 지각자 사이에서 의미전달이 될 수 있게 하는것이 된다. 의복에 대한 '관심'이 많은 경우 옷과 용도에 관련하여 시간, 돈, 에너지를 많이 투자한다고 했다. 의복에서의 '유행'의 관여는 다른 상품과의 관여 차원에서 구별이 될 정도로 중요성이 크다고 볼 수있다. '즐거움'의 요인은 의복구매과정에서 사회심리적인 동기로 중요한 역할을 한다. 또한 옷의 구매결과에 대한 불확실성과 구매결과에 효과를 '위험지각'이라고 하였다(이영선, 1991).

관여의 수준에 대한 연구는 제품에 대한 흥미, 각성, 감정적 집착의 수준이 높은 내심의 상태인 고관여(High Involvement)와 그 수준이 낮은 저관여(Low Involvement)로 나누어지며, 관여수준이 높아짐에 따라 보다는 구매를 위한 정보탐색활동도 활발해지고, 대체안의 평가도 까다로와지며, 의견선도성, 혁신성도 커지며, 제품과 관련된 활동을 더 많이 하게 된다고 했다(이기업, 1984). 관여수준간의 비교연구영역은 정보탐색활동(이영경, 1986; 한주희, 1989), 상표충성에 대한연구(김인수, 1988)와 의사결정과정의 복잡성(Lastovicka & Gardner, 1978; Engel & Blackwell, 1982), 광고효과(Robertson, 1976) 등으로 관여수준을 중심으로 소비자 행동을 규명하기 위하여 이루어졌다.

이상의 연구결과를 살펴볼 때, 의복에 대한 관여는 소비자의 구매행동에서 구매의사 결정

과정의 중요한 변수가 됨을 알 수 있다. 또한 의복관여수준으로 소비자를 구분하여 마케팅 전략수립에 중요한 근거로 이용할 수 있다는 시사점을 제공하였는데 특히 고관여 소비자를 겨냥한 마케팅전략수립에 강조를 많이 하였다.

2. 의복행동

의복행동이란 의복에 대한 태도, 흥미, 관심, 관습, 선택 및 착용행위를 의미하는 것으로서(간문자), 의복을 통해서 착용자의 신분, 직업, 관심, 태도, 가치관 및 성격을 파악해볼 수 있다. 의복은 어느 연령층에서나 그들의 생활상을 반영하고있어 의복행동이 지닌 상징적인 의미는 크다고 할 수 있다. 의복행동 변인으로는 심리적 의존성, 상징성, 흥미성, 심미성, 관리성, 안락성, 정숙성, 동조성 및 유행성 등을 들 수 있다.

청소년을 대상으로 한 연구에서 심리적인 의존성은 자신이 의복을 잘입었다고 느낄 때는 만족감과 행복감이, 생계 매사에 관대해지며 활동에 적극적으로 참여하게 되며 소속감을 느끼는 반면(김수, 1985), 적당한 의복이 없어서 사회참여를 못하는 경우 좌절감을 느끼게되어 정신적인 스트레스가 쌓인다고 하였다(Kelly 등, 1970). 최혜선(1981)은 사회적으로 불안한 사람은 자신이 의복을 잘못입었다고 느끼면 심리적으로 불안하게되고 행동이 위축되어 활동에 소극적인 태도로 임하게된다고 하였다.

이금실(1979)은 신분상징성과 심미성은 정적인 관계를 가진다고 했고, 김미영(1989)의 연구에서는 주부들이 실용성을 가장중시했으며, 이금실(1992)의 연구에서도 사회계층에 관계없이 실용성에 가장 관심이 높았다고 하였다. 또한 신분상징성은 계층구분을 가장 잘 설명하지 못하는 의복변인이라 했다. 이는 우리나라에서는 신분성에 대한 개념이 불분명하고, 오히려 유행과 상표에 민감하기 때문에 신분상징성에 가장 낮은 관심을 보인것으로 해석하였다.

최혜선(1981)은 여고생을 대상으로 한 연구에서 연령이 증가할수록 의복에 대한 흥미성이 높아진다고 하였으며, 김순구(1993)의 연구에서는 노인여성집단을 성인여성집단보다 의복흥미성이 감소한다고 하였다. 김정호 등(1983)은 여대생을 대상으로 유행선수도 및

유행여론 선도력과 의복행동간의 연구에서 의복흥미도는 유행선수도 및 유행여론 선도력과 정적 상관관계를 나타내었다. 즉, 의복의 흥미도가 높은 사람이 새로운 유행스타일을 먼저 착용, 소유하고, 유행에 대해 다른 사람에게 충고나 자료를 주는것을 의미한다.

김정호(1978)는 교육수준이 높을수록 의복선택에서 미적인 면을 중요시하며 연령 및 사회경제적 지위와는 상관관계가 없다고했다. 이금실(1992)은 가계수입이 증가할수록 심미성에 관심이 높았다고 하였다. 또한 주부들을 대상으로 한 연구에서 관리성을 실용성이라 명명하여 의복태도변인 중 실용성의 점수가 가장 높았다. 이는 연구대상이 가정주부였고, 가계를 담당하기 때문에 의복의 가격 및 관리적인 측면인 실용성을 가장 중요시하는것으로 볼 수 있다.

변기혜(1983)는 여고생을 대상으로한 연구에서 의복행동 중 안락성을 가장 중시하였으며, 김영인(1980)은 여학생들이 외출시 사복착용을 하게되는 가장 큰 이유는 교복의 불편성 때문이라고하여 청소년들이 의복의 안락성을 중시하고있음을 알 수 있다. 장경남(1980)은 저임금 근로여성의 의복행동 연구에서 안락성을 가장 중시한다고하여 하류계층은 의복의 심성보다는 실용성을 중시한다고 하였다. 홍금희(1982)의 연구에서는 기혼여성의 경우 연령이 증가할수록 안락성을 더 중시한다고 하였다.

정숙성에 대한 연구에서 강혜원(1979)은 의복의 정숙성을 중시하는 사람은 의복의 동조성도 중시하며, 여성의 역할에 대하여 보수적인 태도를 가진사람과 교육수준이 낮은 사람일수록 의복의 정숙성과 동조성을 더 중시하며, 연령이 높을수록 정숙성을 중요시한다고 하였다. 이금실(1992)은 사회계층에 따른 의복태도연구에서 계층간의 의복태도의 차이를 설명해주는 변인은 유행성, 심미성 및 정숙성으로 중상류층은 하류층에 비해 유행성과 심미성에 관심이 높은 반면, 하류층은 정숙성을 중시하며 계층에 따른 의복태도는 중상류층이 동일한 행위유형을 나타내는 집단이라하였다.

의복의 동조성에 영향을 미치는 요인으로는 개인의 성격, 사회문화적요인 등을 들 수 있으며, 연령에 따라서도 동조성은 큰차이를 보이고있다. 특히 학령기 아동과 청소년집단에서는

다른 모든 부분을 희생하고 동조를 하는 경우도 볼 수 있다. Swanson(1971)은 개인의 의복행동을 관찰한 결과, 자신이 인정하는 것보다 실제로는 더 많이 동조하고 있는 것으로 나타나 의복에서의 동조성을 낮게 평가하는 것으로 보고했다. 김순구(1993)의 연구에서는 노인집단의 동조성은 교육수준이 높을수록 감소하며, 남성이 여성보다 높게 나타났다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 의복관여의 유형을 분류한다.

연구문제 2. 인구통계적변인에 따른 의복관여도의 차이를 알아본다.

연구문제 3. 인구통계적변인에 따른 의복행동의 차이를 알아본다.

연구문제 4. 의복관여 유형에 따른 의복행동에 대한 영향력을 알아본다.

2. 측정도구

본 연구는 설문지를 사용한 조사연구로서 측정변인은 의복관여도 및 의복행동에 대한 내용을 포함하였다.

1) 의복관여도 변인

의복관여도에 대한 문항은 선행연구(이영선, 1991; 류은정, 1991)에서 사용되었던 내용 중 일부를 선정하여, 연구자가 수정, 보완하여 사용하였으며 유행성, 의상흥미도 및 관심, 의복으로 인한 즐거움, 상징성, 의복을 구매할 때 우려되는 위험지각에 대한 내용을 포함하였다. 총 26문항을 혼합하여 제시하였고, 아주 그렇지 않다(1점)에서 아주 그렇다(5점)의 5점척도로 측정하였다. 요인분석을 한 결과 요인 부하량이 낮은 두 문항을 제외한 24문항을 선정하여 사용하였다.

2) 의복행동 변인

의복행동에 관한 문항은 Creekmore(1966)의 8개 의복행동요인 중 심미성, 동조성, 안락성, 심리적의존성, 흥미성, 관리성, 정숙성의 7

개 변인과 국내의 선행연구에서 우리나라의 문화와 사회적실정을 고려하여 유행성과 신분상징성의 2개 변인을 취하여 총 53문항으로 된 예비조사용 설문지를 작성하였다. 1995년 9월 10-20일 사이에 경북대학교 의류학과 학생 42명을 대상으로 예비조사를 실시하여 내용이 중복된 문항과 Cronbach α 값이 0.5이하로 나타난 문항을 제외한 9개의 변인을 포함한 37문항으로 아주 그렇지 않다(1점)에서 아주 그렇다(5점)의 5점척도로 측정하였다. 전반적인 신뢰도는 Cronbach α 값이 0.67로 만족할 만하였다. 마지막으로 인구통계적 변인으로 연령, 결혼상태, 직업유무, 교육수준, 가계소득을 포함시켰다.

3. 조사대상 및 자료수집

본 조사는 1995년 11월에서 12월 사이에 시행되었다. 조사대상은 대구에 거주하는 20세 이상 50세미만의 여성을 대상으로 하였고 500부의 질문지 중 462부가 회수되었다. 이 중 사용할 만한 430부를 분석에 사용하였다. 조사대상자의 연령은 20-29세가 35.1%(151명), 30-39세가 30.2%(129명), 40-49세가 34.7%(149명)였다.

4. 분석방법

자료분석은 spss/pc+ 프로그램을 이용하여 백분율, 빈도분석, 요인분석, ANOVA, Scheffe test, t-test, 중다회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복관여도의 요인분석

의복관여도의 문항 중 최종적으로 선택된 24문항을 주성분분석법(PCA)을 이용하여 요인분석 하였으며 요인의 수는 고유값 1의 기준과 scree-test를 함께 이용하여 결정하였으며 Varimax에 의한 직교회전을 실시하였다. 이와같은 방법으로 요인분석을 한 결과 5개의 요인이 추출되었다. 5개 요인의 누적변량은 51.6%로 이는 요인이 의복관여의 모든 차원을 포괄하지는 못하는 것으로 볼 수있다. 각 요인

해당되는 문항 및 요인의 명칭은 <표1>과 같다.

요인 1은 유행과 관련되는 문항이 많아서 '유행성'으로 명명하였고, 요인 2는 의복에 대

<표 1> 의복관여의 요인분석

요 인	요인부하량	고유값	누적변량(%)	Cronbach α
요인 1. 유행성		6.57	27.4	0.79
나는 어떠한 옷이 유행인가 늘 관심을 갖는다	.71432			
옷을 살 때 유행이 어떠한지 신경을 쓴다	.69858			
유행은 변화하기 때문에 그 새로움이 나에게 기쁨을 준다	.63425			
친구들과 옷에 대해 자주 대화를 나눈다	.59953			
나는 옷에 대하여 자주 생각한다	.59569			
주위사람과 비교해 볼 때 새로 유행하는 옷을 일찍 구입한다	.58456			
요인 2. 흥미 및 관심		2.06	35.9	0.76
나는 옷에 대하여 신경을 쓰지않는다 (R)	.67645			
옷은 생리적 목적이나 신체보호를 위한것에 불과하다(R)	.60107			
나는 옷에 관련된 여러가지 일에 흥미를 느낀다	.55843			
어떤옷을 선택하든 나에게는 문제가 되지않는다(R)	.54832			
나는 옷차림을 연출해볼 때 즐거움을 느낀다	.53938			
옷은 나에게 중요하다	.50388			
옷을 살 계획이 없어도 어떤 옷들이 있는지 점포를 가끔 둘러보고 싶다	.40334			
요인 3. 즐거움		1.57	42.5	0.70
옷을 잘못 구입하면 정신적으로 스트레스를 느낀다	.65828			
남이 나의 옷차림에 대해 칭찬할 때 기쁨을 느낀다	.62003			
옷을 잘 입는것이 중요하다고 생각한다	.60926			
멋있는 옷은 나에게 기쁨을 줄 수 있다	.55419			
옷이 사람을 달리 보이게 할 수 있기때문에 즐거움을 느낀다	.49974			
요인 4. 상징성		1.15	47.3	0.64
옷은 그 사람의 신분을 나타낸다고 생각한다	.76877			
옷은 그 사람의 생활수준을 나타낸다고 생각한다	.70518			
옷은 그 사람의 미적 감각을 나타낸다고 생각한다	.45219			
다른 사람들이 나를 평가할 때 나의 옷차림을 중요시 한다고 생각한다	.44187			
요인 5. 위험지각		1.03	51.6	0.48
옷을 살 때 그 옷이 값에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 생각해 본다	.81024			
옷을 살 때 그 옷이 나의 일상적인 타입과 맞을지 생각해 본다	.62642			

R: 역으로 환산된 문항

한 '흥미 및 관심'의 문항으로 구성되었으며 요인 3은 의복에 대한 '즐거움'이라 하였다. 요인 4는 '상징성'으로, 요인 5는 의복을 구매했을 때의 느끼는 '위험지각'이라 명명하였다. 요인 별 고유값과 누적변량을 살펴보면, 유행성 요인이 고유값이 6.57이고 전체변량의 27.4%를 차지하여 의복관여개념을 구성하는

가장 중요한 요인으로 나타났다. 이러한 결과는 상징성이 가장 중요한 요인으로 나타났다는 이영선(1991)의 의복관여차원의 연구결과와 김미영(1989)의 의복평가기준 차원분석의 연구결과와는 다르게 나타난 것으로 의복관여 차원 중 '유행성'이 가장 중요한 차원으로 변화하는 것을 보여주었다. 따라서 앞으로 유행차원에 대한 독자적인 연구가 필요하다고 생각된다. 흥미 및 관심의 인자는 고유값이 2.06, 전체변량이 8.5%였다. 나머지 세 요인인 즐거움, 상징성, 위험지각은 고유값과 전체변량이 낮게 나타났다. 요인별 신뢰도는 위험지각을 제외한 4개요인은 모두 0.6이상으로 만족할 만 하였으나 위험지각은 Cronbach α 값이 0.48로 낮게 나타났다. 이는 단지 2개의 문항으로 요인이 구성되어 있어서 위험지각에 관계되는 문항을 더 보완하여야할 것으로 생각된다.

2. 인구통계적 변인과 의복관여도

인구통계적 변인에 따른 의복관여도의 차이를 알아보기 위하여 t-test, ANOVA 및 Scheffe test를 실시하였다.

<표 2> 연령에 따른 의복관여도

		n = 430			
연령 의복관여		20-29세 (n=151)	30-39세 (n=130)	40-49세 (n=149)	분산분석 F
		유행성	M 3.0927 S A	2.9664 A/B	
흥미 및 관심	M 3.7275 S A	3.5077 B	3.4765 B	11.0155***	
	M 3.7907 S A	3.7262 A/B	3.6027 B		
상징성	M 3.3643	3.4000	3.2869	1.3509	
위험지각	M 3.8312	3.9616	3.9430	2.6964	

M: 평균 S: Scheffe test
** p<.01 *** p<.001

연령에 따른 의복관여도<표2>를 살펴보면, 연령이 낮을수록 흥미 및 관심, 유행성, 즐거움의 순으로 더 높게 관여하는 경향이 있었다.

<표 3> 결혼상태에 따른 의복관여도

		n = 430		
결혼상태 의복관여		미혼 (n=143)	결혼 (n=287)	t
		유행성	M 3.1550	
흥미 및 관심	M 3.7662	3.4783	5.67***	
즐거움	M 3.8252	3.6467	3.54***	
상징성	M 3.3846	3.3302	.90	
위험지각	M 3.8287	3.9495	-2.28*	

M: 평균 * p<.05 *** p<.001

<표 4> 직업 유무에 따른 의복관여도

		n = 430		
직업유무 의복관여		유 (n=200)	무 (n=230)	t
		유행성	M 2.9675	
흥미 및 관심	M 3.5957	3.5553	.81	
즐거움	M 3.7230	3.6913	.66	
상징성	M 3.4113	3.2935	2.06*	
위험지각	M 3.9650	3.8609	2.08*	

M: 평균 *: p<.05

결혼상태에 따른 의복관여차원 <표3>은 미혼의 집단이 유행성, 흥미 및 관심, 즐거움에 더 많은 관여를 하였고, 결혼한 집단이 의복을 구매할 때 위험지각을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 성인여성의 연령이 증가할수록 의복의 흥미나 유행보다는 실용적이 됨을 알 수 있다. 직업 유무에<표4>에 따라서 유행성, 흥미 및 관심, 즐거움의 차원에서는 차이가 없었으나 직업을 가진 여성이 상징성과 위험지각에 더 많은 관심을 가졌다. 이는 직업이 있는 여성은 집단의복 규범에 더 중요성을 부여하기 때문인 것으로 보인다. 학력에 따른 의복관여<표5>의 차이에서는 학력이 높을수록 흥미 및 관심, 즐거움, 유행성, 상징성, 위험지각의 순으로 관여를 하였다. 소득에 따른 의복관여<표6>의 차이는 보이지 않았다.

<표 5> 학력에 따른 의복관여도

n = 430

학력 의복관여	고졸이하 (n=165)		대학생 (n=99)	대졸이상 (n=166)	분산분석 F
	M				
유행성	M	2.8141	3.0758	2.9990	7.2641***
	S	B	A	A	
흥미 및 관심	M	3.4182	3.7056	3.6506	13.4396***
	S	B	A	A	
즐거움	M	3.5879	3.7717	3.7843	7.7807***
	S	B	A	A	
상징성	M	3.2667	3.2879	3.4654	5.4285**
	S	B	A/B	A	
위험지각	M	3.9334	3.7778	3.9639	4.3238*
	S	A/B	B	A	

M: 평균 S: Scheffe test 결과, p<.05
수준에서 유의한 차이가 나타나는 집단들은 서로다른 문자로 표시하였으며 문자의 순서는 점수의 크기순서와 같다.
*: p<.05 **: p<.01 ***: p<.001

<표 6> 가계소득에 따른 의복관여도

n = 430

의복관여	월가계 소득	100만원 미만 (n=52)	100-200만원 (n=173)	200-300만원 (n=126)	300만원 이상 (n=79)	분산분석 F
		M				
유행성	M	2.9812	2.8911	2.9167	3.0844	2.1144
흥미 및 관심	M	3.4093	3.5400	3.6111	3.6980	3.8676**
즐거움	M	3.5808	3.6798	3.7286	3.8101	2.5151
상징성	M	3.2596	3.3526	3.3115	3.4557	1.4221
위험지각	M	3.9423	3.8931	3.8849	3.9771	.4875

M: 평균 **: p<.01

3. 인구 통계적 변인과 의복행동

인구 통계적 변인에 따른 의복행동의 차이를 살펴보면 연령, 결혼상태, 학력에 따라서는 차이가 있었으나, 직업유무<표9>와 가계소득 <표11>에 다른 차이는 없었다. 따라서 연령, 결혼상태, 학력은 의복행동을 설명해주는 중요 변수가 됨을 보여준다. 연령에 따른 의복행동 <표7>은 연령이 낮을수록 흥미성, 심미성, 심리적인존성과 유행성을, 연령이 높을수록 정숙성과 안락성을 더 중시하였다. 이는 강혜원(1979), 홍금희(1982)의 연구결과와 같은 경향을 보여주었다. 결혼상태에 따른 의복행동<표8>에서는 미혼의 집단이 흥미성, 심미성, 심리적인존성, 유행성과 상징성에, 결혼한 여성은 정숙성과 안락성을 더 중시하였다. 이는 나이가 들에 따라 의복에 대한 흥미성, 심미성 등은 줄어드는 대신 실용적이되며, 연령과 결혼상태는 의복행동을 설명함에 있어서 비슷한 경향을 보여주고있다. 학력에 따른 의복행동 <표10>은 관리성, 동조성을 제외한 7개 요인에서 차이를 나타내었다. 학력이 높을수록 흥미성, 심미성, 상징성, 심리적인존성과 유행성의 순으로 관심이 더 높았다. 특히 대학생은 정숙성과 안락성에 가장 낮은 관심도를 보였다. 의복행동 변인 중 관리성과 동조성은 모든 인구통계적 변인에서 관리성에는 높은 점수를 동조성에는 낮은 점수를 보여주었으나 인구통계적변인에 따른 차이는 보이지 않았다. 이는 동조성은 자신이 인정하는것보다

실제로는 더 많이 동조하고 있으나 평가할 때는 낮게평가한다는 Swanson(1971)의 연구와 비슷한 경향을 나타내었다. 그러나 동조성이 아주 중요한 의복행동 변인으로 차지하고 있는 학령기 아동 및 청소년 집단과 성인여성 과 큰 차이를 보여주고있다.

<표 7> 연령에 따른 의복행동

n = 430

의복행동	연령	20-29세 (n=151)		30-39세 (n=130)		40-49세 (n=149)		분산분석 F
		M						
심리적 의존성	M	3.6305		3.4985		3.4040		7.9992***
	S	A		A/B		B		
상징성	M	2.9586		2.8558		2.7836		3.6506*
	S	A		A/B		B		
흥미성	M	3.4868		3.2019		3.1275		15.1805***
	S	A		B		B		
관리성	M	3.6333		3.6750		3.6326		.3983
유행성	M	2.5447		2.4366		2.3658		3.7570*
	S	A		A/B		B		
안락성	M	3.2169		3.4385		3.5185		14.0522***
	S	B		A		A		
동조성	M	2.8510		2.7616		2.7852		1.1377
정숙성	M	2.8146		3.2161		3.4111		39.3895***
	S	C		B		A		
심미성	M	3.4950		3.1942		3.1980		12.8254***
	S	A		B		B		

M: 평균 S: Scheffe test

*: p<.05 **: p<.01 ***: p<.001

<표 8> 결혼상태에 따른 의복행동

n = 430

의복행동	결혼상태	미혼 (n=143)		결혼 (n=287)		t
		M				
심리적 의존성	M	3.6755		3.4307		4.91***
상징성	M	3.0088		2.7962		3.71***
흥미성	M	3.5769		3.1263		7.65***
관리성	M	3.6514		3.6429		.19
유행성	M	2.6049		2.3728		4.03***
안락성	M	3.1766		3.4939		-6.16***
동조성	M	2.8584		2.7729		1.61
정숙성	M	2.8269		3.2979		-7.62***
심미성	M	3.5734		3.1655		7.01***

M: 평균 **: p<.01 ***: p<.001

<표 9> 직업 유무에 따른 의복행동

n = 430

의복행동	직업유무		t	
	유 (n=200)	무 (n=230)		
심리적 의존성	M	3.4890	3.5322	-.89
상징성	M	2.8975	2.8402	1.04
흥미성	M	3.3050	3.2511	.91
관리성	M	3.6650	3.6288	.83
유행성	M	2.4675	2.4348	.59
안락성	M	3.4350	3.3478	1.72
동조성	M	2.8088	2.7946	.28
정숙성	M	3.1738	3.1131	.98
심미성	M	3.3275	3.2783	.85

M: 평균

<표 10> 학력에 따른 의복행동

n = 430

의복행동	학력		F		
	고졸이하 (n=165)	대학생 (n=99)		대졸이상 (n=166)	
심리적 의존성	M	3.4255	3.6465	3.5181	6.2002**
	S	B	A	A/B	
상징성	M	2.7364	2.9899	2.9232	7.7486***
	S	B	A	A	
흥미성	M	3.0955	3.4950	3.3253	14.9111***
	S	B	A	A	
관리성	M	3.6803	3.6123	3.6310	.8540
유행성	M	2.3636	2.5631	2.4684	3.9439*
	S	B	A	A/B	
안락성	M	3.5091	3.1692	3.3991	13.8297***
	S	A	B	A	
동조성	M	2.7409	2.8384	2.8389	1.7983
정숙성	M	3.3212	2.8308	3.1476	19.5846***
	S	A	C	B	
심미성	M	3.1212	3.5051	3.3584	14.7927***
	S	B	A	A	

M: 평균 S: Scheffe test
 *: p<.05 **: p<.01 ***: p<.001

<표 11> 가계소득에 따른 의복행동

n = 430

의복행동	월 가계소득		100-200만원 (n=173)	200-300만원 (n=126)	300만원 이상 (n=79)	분산분석 F
	100만원 미만 (n=52)	M				
심리적 의존성	M	3.4615	3.5087	3.5397	3.5089	.3068
상징성	M	2.8125	2.8324	2.9068	2.9146	.7648
흥미성	M	3.1442	3.2428	3.2937	3.4082	2.2490
관리성	M	3.5625	3.6792	3.6160	3.6741	1.1206
유행성	M	2.3798	2.4046	2.5060	2.5063	1.1297
안락성	M	3.4375	3.4600	3.3413	3.2753	2.8111*
동조성	M	2.7212	2.7645	2.8750	2.8165	1.5686
정숙성	M	3.0481	3.1474	3.1171	3.2279	.9064
심미성	M	3.1491	3.2977	3.3115	3.3924	1.7474

M: 평균 *: p<.05

4. 의복관여에 따른 의복행동

의복행동에 가장 영향을 미치는 의복관여 변인들의 영향력을 파악하기 위하여 의복행동을 종속변수로하고 5가지 의복관여차원을 독립변수로하여 중다회귀분석을 실시한 결과를 <표12>에 제시하였다.

의복관여차원 중 유행성변인은 의복행동에서 유행성, 흥미성, 상징성과 심리적의존성에 정적인 영향을, 정숙성과 안락성의 의복행동 변인에는 부적인 영향력을 미쳤다. 흥미 및 관심은 심미성과 흥미성에 정적인 관련성을, 정숙성과 안락성에 부적인 관련성을 가졌다. 이는 김정호 등(1983)과 이금실(1992)의 연구 결과를 지지했다. 즉 유행성과 흥미성은 념을 의복의 정숙성과 안락성과는 반대되는 개 보 여주고있다. 즐거움의 의복관여차원은 심리적 의존성, 관리성, 흥미성과 즐거움에 정적인 영향력을 미쳤다. 상징성의 의복관여변인은 의복행동변인 중 상징성, 정숙성, 동조성, 심리적의존성과 유행성에 정적인 관련성을 보였다. 위험지각요인은 관리성, 동조성과 안락성에 정적인 영향력을, 상징성과 유행성에는

부적인 영향력을 미쳤다. 의복관여의 5가지 변인은 의복행동의 심리적의존성40%, 상징성 26%, 흥미성49%, 관리성 22%, 유행성40%, 안락성10%, 동조성 7%, 정숙성 13%, 심미성 42%를 설명해 주는것으로 나타났다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 20 - 40대의 여성을 대상으로 의복관여도와 의복행동 변인을 조사한 후 인구통계적특성에 따른 의복관여와 의복행동의 차이와 의복관여에 따른 의복행동의 영향력을 밝히는데 그 목적이 있다. 본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 의복관여도는 5개의 요인으로 분류되었다. 요인 1은 유행성, 요인 2는 의복에 대한 흥미 및 관심, 요인 3은 즐거움, 요인 4는 상징성, 요인 5는 위험지각으로 분류되었다. 다섯 개의 의복관여 요인 중 유행성이 가장 높은 비중을 차지하였다.

둘째, 인구통계적 변인에 따른 의복관여도의 차이는 미혼이면서 연령이 어릴수록 유행

<표 12> 의복관여에 따른 의복행동

종속변인	독립변수	B	β	R ₂
심리적 의존성	유행성	.0988	.1410**	.40
	흥미 및 관심	.0673	.0967	
	즐거움	.3201	.3189***	
	상징성	.1621	.1536**	
	위협지각	.1410	.0586	
상징성	유행성	.1915	.3014***	.26
	흥미 및 관심	-.0059	-.0093	
	즐거움	.0320	.0351	
	상징성	.2833	.2959***	
	위협지각	-.3631	-.1664***	
흥미성	유행성	.2344	.3413***	.49
	흥미 및 관심	.2527	.3703***	
	즐거움	.1339	.1360**	
	상징성	-.0180	-.0174	
	위협지각	-.0108	-.0046	
관리성	유행성	.0060	.0120	.22
	흥미 및 관심	.0299	.0600	
	즐거움	.1361	.1894***	
	상징성	.0607	.0804	
	위협지각	.5234	.3038***	
유행성	유행성	.4236	.6602***	.40
	흥미 및 관심	-.0313	-.0490	
	즐거움	-.0711	-.0773	
	상징성	.0971	.1004*	
	위협지각	-.3549	-.1610***	
안락성	유행성	-.0833	-.1418*	.10
	흥미 및 관심	-.1054	-.1806**	
	즐거움	.0144	.0171	
	상징성	.0383	.0433	
	위협지각	.3641	.1805***	
동조성	유행성	.0067	.1144	.07
	흥미 및 관심	-.0774	-.1334*	
	즐거움	.1093	.1308*	
	상징성	.1442	.1641**	
	위협지각	-.1930	-.0963	
정숙성	유행성	-.1085	-.1507**	.13
	흥미 및 관심	-.1450	-.2027***	
	즐거움	-.1450	-.2027	
	상징성	.2178	.2008***	
	위협지각	.4446	.1798***	
심미성	유행성	.1491	.2220	.42
	흥미 및 관심	.2578	.3861***	
	즐거움	.0797	.0828	
	상징성	.1051	.1038	
	위협지각	.0025	.0011	

*: p<.05 **: p<.01 ***: p<.001

성, 흥미 및 관심, 즐거움에 더욱 관여하는 경향이 있었고, 교육수준이 높을수록 총 관여 수준과 정적인 관계를 보였다. 직업을 가진 여성은 상징성과 위협지각에 더 많이 관여하는 것으로 나타났다.

세째, 인구 통계적 변인에 따른 의복행동의 차이에서 연령, 결혼상태, 학력은 의복행동을 설명해주는 중요변수가 됨을 보여준다. 연령이 낮을수록 흥미성, 심미성, 심리적의존성과 유행성을, 연령이 많을수록 정숙성과 안락성을

더 중시하였다. 미혼의 집단이 흥미성, 심미성, 심리적의존성, 유행성과 상징성에, 결혼한 여성은 정숙성과 안락성을 더 중시하였다. 학력이 높을수록 흥미성, 심미성, 상징성, 심리적의존성과 유행성의 순으로 관심이 더 높았다.

내재, 의복관여차원 중 유행성변인은 의복행동에서 유행성, 흥미성, 상징성과 심리적의존성에 정적인 영향을, 정숙성과 안락성의 의복행동변인에는 부적인 영향력을 미쳤다. 흥미 및 관심은 심미성과 흥미성에 정적인 관련성을, 정숙성과 안락성에 부적인 관련성을 가졌다. 즐거움의 의복관여차원은 심리적의존성, 관리성, 흥미성과 즐거움에 정적인 영향력을 미쳤다. 상징성의 의복관여변인은 의복행동변인 중 상징성, 정숙성, 동조성, 심리적의존성과 상징성에 정적인 관련성을 보였다. 위험지각요인은 관리성, 동조성과 안락성에 정적인 영향력을, 상징성과 유행성에는 부적인 영향력을 미쳤다.

이상과 같이 본 연구의 결과를 살펴볼 때 의복관여 차원 중 선행연구와는 달리 유행성이 가장 많이 관여하는 차원으로 나타났으므로 다른 상품과는 달리 의복의 특수성을 고려한 유행차원의 연구가 계속되어야 한다고 생각된다. 인구통계적 특성에서 미혼이면서 젊은 연령층은 의복에 대한 유행 및 흥미에 관여하는 정도가 높기때문에 이들에게 적합한 마케팅 전략을 따로 세워야할 것이며, 특히 직업을 가진 여성은 직업에 맞는 상징성과 구매에 따른 위험도를 낮추어 안심하고 구매할수 있도록 다른 계층의 소비자들과는 차별화시킨 설득력있는 전략을 세워야할 것으로 생각된다. 후속연구로서 본 연구의 의복관여와 의복행동의 특성을 기초로하여 의복 구매행동과 관련을 시킨 연구도 필요하다고 본다.

참 고 문 헌

1. 간문자(1981), 여성의 직업과 의상흥미 영역간의 상관성 연구, 대한가정학회지, 19(4), 15.
2. 강승희(1992), 의복동기 및 의복구매태도와 자아개념과의 관계: 성인 남자를 중심으로, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
3. 강혜원(1979), 한복에 대한 태도를 중심으로 한 사회심리학적 의복연구, 대한가정학회지, 17(3), 1-11.
4. 김미영(1989), 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
5. 김수(1985), 청소년의 의복행동과 문제성향과의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
6. 김순구(1993), 성인 및 노인집단의 인구통계적, 심리적변인과 의복행동과의 관계, 부산대학교 대학원 박사학위논문.
7. 김영인(1980), 여자 중 고등학생들의 의복행동에 관한연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
8. 김인수(1988), 소비자의 제품몰입이 상표선택에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
9. 김정호(1978), 사회계층과 의복행동-가정주부를 중심으로, 한국의류학회지, 2(2), 45-52.
10. 김정호, 김민자(1983), 패션리더쉽에 관한 연구-제2보: 서울과 대전여대생의 패션리더쉽의 비교, 대한가정학회지, 21(2), 1-6.
11. 류은정(1991), 의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
12. 박재은(1993), 의복종류별 관여수준과 정보탐색활동-서울시 거주 주부를 중심으로-, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
13. 변기혜(1983), 여고생의 의복행동과 자아개념과의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
14. 이금실(1979), 의복의 신분상징성과 사회심리적 변인과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
15. 이금실(1992), 사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
16. 이기엽(1984), 소비자행동 모델에 있어서의 자아몰입에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
17. 이명희(1982), 예의, 정숙성과 심미성을 중심으로 한 대학생의 의복행동과 관련

- 된 심리적 변인연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
18. 이영경(1986), 의복품목에 따른 제품관여 수준과 유형 및 정보탐색활동에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
 19. 이영선(1991), 소비자의 의복관여와 외적 정보탐색, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
 20. 장경남(1980), 저임금 근로여성의 의복행동에 관한연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 21. 최은영(1990), 의복에 대한 소비자 관여 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
 22. 최혜선(1981), 의복행동과 사회적 안전감-불안감의 관계에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 23. 한주희(1989), 소비자의 생활양식과 의복 구매정보 탐색활동에 관한 연구, 동아대학교 대학원 논문집(14)
 24. 홍금희(1982), 수용성, 경직성의 성격특성과 의복행동간의 관계연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 25. Antil, J.H.(1984), Conceptualization and Operationalization of Involvement, Advances in Consumer Research, 11, 203-213.
 26. Bloch,P.H.(1981), An Exploration into the Scaling of Consumer Involvement with a Product Class, Advances in Consumer Research, 8,
 27. Creekmore,A.M.,(1966), Methods of Measuring Clothing Variables, Michigan Agricultural Experiment, Station Project, No. 783, Michigan State Univ., 92-97.
 28. Engel,J.F. & Blackwell,R.D.(1982), Consumer Behavior, 4th(ed.), New York:Dryden Press.
 29. Grubb,E.L., & Grathwhohl,H.L.(1967), Consumer self-concept, Symbolism, and Market Behavior: A Theoretical Approach, Journal of Marketing, 31(4), 22-27.
 30. Kelly,E.A. & Eicher,J.B.(1970), Popularity, Group Membership, and Dress, Journal of Home Economics, 62(4), 246-250.
 31. Lastovica,J.N., & Gardner,D.M.(1978), Low Involvement versus High Involvement Cognitive Structure, Advances in Consumer Research, 5.
 32. Mitchell,A.A.(1979), Involvement: A Potentially Important Mediator of Consumer Behavior, Advances in Consumer Research, 6, 191-196.
 33. Robertson,T.S.(1976), Low commitment consumer behavior, Journal of Advertising Research, 6 19-24.
 34. Swanson,L.A.(1971), Male and Female Conformity in Dress: A Study in Perception and Behavior, Master's Thesis, Univ. of Nevada..
 35. Tigert,D.J., Ring,L.J. & King,C.W.(1976), Fashion Involvement and Buying Behavior: A Methodology Study, Advances in Consumer Research, 3.