

유아복 섬유소재에 대한 소비자의 관심도 연구

김 선 경 · 이 회 선*

경원대학교 의상학과 교수, 아동학과 부교수*

A Study on Consumer's Concerns on Textile Fabrics in Children's Clothings

Sun-Kyung Kim and Hee-Sun Lee*

Dept. of Clothing, Prof. of Kyungwon Univ.

Dept. of Child Studies, Associate Prof. of Kyungwon Univ.*

目 次

Abstract	1. 유아복 구매시 섬유소재의
I. 서론	확인노력
II. 이론적 배경	2. 유아복 구매시 섬유소재의
1. 유아복의 특성	판단방법
2. 유아복 구매행동과 정보탐색	3. 섬유소재에 대한 지식도
III. 연구방법	4. 평소 유아복 섬유소재에 대한
1. 연구의 모형 및 가설의 설정	정보탐색 원천
2. 측정도구 및 측정방법	5. 섬유소재 지식도와 구매시
3. 자료수집 및 분석방법	섬유소재 확인노력 간의 상관관계
IV. 결과 및 논의	V. 결 론
	참고문헌

Abstract

This study examined the effects of demographic characteristics(education, income level) on the relationships among knowledge of textile fibers, information searching behavior on textile fabrics, and information sources of textile materials in children's clothings. The subjects were 307 mothers with preschool children(4~6 years) in Seoul. Data were collected using a self-administered questionnaire and analyzed using T-test, analysis of variance, correlations, and crosstabulation analysis.

본 연구는 1996년도 경원대학교 학술연구비의 지원을 받아 이루어졌음.

The results indicated that: (1) Educational levels of consumers had significant influences on knowledge of textile fibers, information searching behavior on textile fabric, and information sources of textile materials in children's clothings. (2) There were significant relationship between consumer's knowledge of textile fibers and information searching behavior on textile materials in children's clothings.

I. 서 론

유아기는 신체발육이 급속히 이루어지며 그에 따라 활동량이 증가되는 시기이므로 유아복은 성인복과는 달리 유아의 성장과정에 알맞는 소재, 형태, 색상으로 구성되어야 한다. 현대의 의생활은 의복의 단순한 역할인 원초적인 차원 및 양적 성장을 벗어나 용도 및 기능에 따른 질적 평가가 의복 선택의 중요한 기준이 되고 있다. 최근에는 섬유산업의 발전에 따라 고도의 기능을 지닌 신소재가 계속적으로 출현하고 있으며, 이러한 섬유 소재의 고품질화는 의복의 디자인, 색상, 구성과 더불어 의류상품의 부가가치를 높이는 중요한 요소이다. 특히 유아복의 경우는 미적인 측면보다는 유아의 발달단계에 적합하도록 편안하고 기능적인 면이 중요시 되는데 이러한 성질과 밀접한 관련이 있는 것이 바로 섬유소재라 하겠다. 그러나 섬유소재는 디자인이나 색상과 같이 감각적으로 시각에 의해 즉각 파악되는 요소가 아니므로, 섬유의 조성을 확인한다 하더라도 다양한 섬유의 물성에 대한 기본적인 지식이 동반되지 않고서는 소비자 입장에서 적합한 소재의 의복을 선택할 수 없을 것이며, 이는 구매 후의 불만 요소와도 연관이 된다. 따라서 유아복 구매시 섬유소재에 대한 소비자의 관심도 및 실제 섬유소재에 대한 지식수준, 구매시와 평소의 정보탐색을 중심으로 한 구매행동에 대한 연구는, 유아복 구매에 대한 소비자 행동을 더욱 심도있게 파악하여 향후 유아복 제조 및 판매업자의 효과적인 의사소통 활동에 활용됨으로써 기업 성과를 향상시키는데 유용할 것이라 생각된다. 또한 적합한 기능의 의복선택을 위한 현명한 소비자 역할을 위한 소비자 교육의 기초자료로도 활용될 수 있다.

본 연구에서는 유아복의 실질 구매자인 만 4세~6세의 유아를 둔 주부를 대상으로 하여 인구통계특성 중 교육수준 및 소득수준에 따라, 유아복 구매시 섬유소재에 대한 확인노력과 판단방법, 섬유소재에 대한 지식도, 그리고 평소의 유아복 섬유소재에 대한 정보 원천 등에 어떠한 차이가 있는가를 분석하고자 하며, 또한 섬유소재에 대한 지식도와 유아복 구매시 소재 확인노력 간의 관련성에 대해서도 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 유아복의 특성

유아기는 신체적 발육 및 정서적, 지적 성숙이 급격히 이루어지는 시기로, 유아의 의복 착용 경험은 감각능력, 지각발달, 다양한 성격 및 사회적 행동에 영향을 주어 자신의 감정과 외부환경을 조절하는 능력을 기를 수 있게 한다. 따라서 유아의 적절한 의복 착용은 심리적 안정감, 만족감 및 자아 확장감들에 영향을 주어 바람직한 성격 발달에 도움을 주게 된다. 유아

복은 편안하고 기능적이며, 아동의 흥미를 높이고 독립성과 자아확신에 기여할 수 있도록 발달 단계에 적합하여야 한다. 부모들의 욕구를 충족시키기 위한 미적 측면 만을 강조한 의복은 유아에게 착용을 통한 만족감과 편안함을 주지 못하며 정서적으로도 불안하게 되어 사회성 발달에 나쁜 영향을 줄 수 있다. 그러므로 유아복은 성인복과는 달리 유아의 성장과정 특성에 맞게 다양하게 구성되어야 하며, 성인 취향보다는 유아에게 적합한 소재, 형태, 색상으로 구성되어야 전인적인 인격 발달에 도움을 줄 수 있다. 유아는 성인과 달리 신체적 균형이 이루어지지 않고 신체발달에 따라 운동기능 또한 증가하므로 활동량이 커져서 성인복과는 구성이나 소재의 효용성 면에서 달라야 한다.

유아복의 섬유소재는 촉각적, 시각적 경험을 통하여 아동에게 의복착用に 대한 만족감을 제공하여야 한다. 아동의 활발한 활동에 따른 잦은 물세탁이 가능하고 피부 자극이 없으며 구김이 적은 섬유소재가 적합하다. 기온 변화에 따른 보온성, 흡습성, 통기성이 좋아야 하고 피부를 보호하고 청결함을 유지시킬 수 있는 소재이어야 하며, 유아의 경우 화재시 대피 능력이 떨어지므로 방염성 또한 유아복 소재가 지녀야 하는 중요한 물성이다. 촉감이 부드럽고 가벼운 질감으로 활동적인 움직임에 적합한 소재이어야 하며 오염이 쉽게 타지 않도록 방오처리되어야 하며 세탁이 용이하고 견고해야 한다. 면제품은 부드러우면서도 가볍고 세탁이 잘되며 흡습성도 좋아 유아복의 소재로 적합하나 구김이 많이 가고 쉽게 오염되므로 가공 처리된 것이 좋다. 모직물은 부드럽고 가벼우며 체온조절력이 뛰어나고 흡습성과 통기성, 내오염성이 좋으나 세탁이 힘든 단점이 있으므로 외출용 옷으로 적합하다 하겠다. 편성물은 조직 구성상 신장율이 높기 때문에 신축성 및 유연성이 커서 유아복 소재의 직조방법으로 적합하나 극단적으로 신장하는 동작을 반복하면 회복성에 손실을 가져와 모양의 변형을 초래하기 쉬우므로 소재의 본래 신축성에만 너무 의존하는 것은 바람직하지 못하다.

유아복의 형태는 급속한 신체 성장에 따른 인위적 폐기를 고려하여 옷 기장이나 품에 여유분을 두고, 특히 길이 항목의 성장이 상체나 흉위 발달보다 빠르므로 소매와 바지단에 충분한 여유분을 두어야 한다. 그러나 유아에게 지나치게 큰 의복을 착용하게 하는 것은 활동을 방해하거나 심리적 만족감에 나쁜 영향을 줄 수 있으므로 성장에 구애없이 오래 착용이 가능하도록 쉽게 변화를 줄 수 있는 형태가 적합하다. 또한 유아기는 가장 활동적인 시기이므로 활동하기 편리한 형태를 갖추기 위해 어깨선, 진동 들레, 소매 길이 및 엉덩이와 가랑이 부분에 충분한 여유를 두고, 바느질 솔기나 장식 부속품이 육체를 속박하거나 자극을 주지 않도록 디자인하는 것이 바람직하다. 유아기는 기본적인 동작기능이 발달하므로 가능하면 스스로 흥미롭게 착용할 수 있도록 형태를 갖추는 것이 아동의 자율성 발달에 도움을 준다. 여밈의 위치는 반 앞트임과 앞트임이 편리하며 트임의 길이가 착용하기에 편안하도록 충분히 길어야 하고 여밈의 방법은 단추나 지퍼로 손쉽게 착용할 수 있도록 하는 것이 좋다.

유아는 색상면에서 대부분 이차색이나 삼차색보다는 일차색을 선호하는 경향이 있으며, 충동성 집단은 빨강과 주황 등의 따뜻하고 화려한 색을 좋아하고, 사려성 집단의 남자는 파랑계 열을, 여자는 하늘색, 분홍색 등 파스텔 계열의 색상을 좋아하는 것으로 나타났다(신혜봉, 1987). 성별에 따른 색 선호경향을 보면 남자는 청록, 여자는 빨강을 선호하는데 이는 사회문화 환경에 의한 후천적 사회화의 결과로 해석된다. 유아들의 선호색과 행동과의 관계를 보면, 빨강이나 주황 등은 아동을 흥분시키거나 신경질적이 되도록 하는 반면 분홍이나 연두는 침

확하게 하는 성향이 있다고 지적하였다(Thomson & Red, 1949). 따라서 유아복은 아동이 선호하는 순색 계열의 색상이나 파스텔 계열의 색채를 선택하여 의복에 흥미를 느끼고 심리적 안정감을 가져 성격 형성에 도움을 줄 수 있는 것이 바람직하다. 아동복 실질 구매자인 어머니 집단의 선호색은 남아인 경우는 빨강, 노랑, 파랑 순으로 나타났으며, 여아인 경우는 노랑, 분홍, 흰색 계열의 순으로 나타났다(조명수, 1990). 아동복의 만족감에 대한 연구에 의하면 남아는 편안함, 의복형태, 색상 등을, 여아는 의복형태, 색상, 편안함 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났다.

2. 유아복 구매행동과 정보탐색

의복 구매행동은 일반적으로 소비자 행동을 기초로 실질적 구매가 이루어지는 것으로, 소비자는 사회 문화적인 환경요인과 개인적 욕구인 동기유발로 인하여 필요한 상품을 지각하게 되고 정보를 탐색한 후 평가하여 선택하는 과정으로 제품을 구매하는 행동이다. 일반적으로 소비자의 의복 구매행동은 의복선택 요인, 점포선택 요인, 정보 탐색원, 의복 구매동기와 구매습관에 의해 영향을 받는다.

의복선택 기준은 소비자의 의복 구매의사 결정에 직접 영향을 미치는 요인으로 제품 구매시 차별화 되는 소비자의 특성과 행동을 나타낸다. 의복선택 기준은 크게 내적 기준과 외적 기준으로 분류하여 내적 기준은 유행, 색, 스타일의 미적 차원과 옷감소재, 바느질, 편안성, 관리성의 실용적 차원으로 나뉘며, 가격과 상표가 외적 기준에 포함된다(박은주, 1993). 점포선택 기준은 점포의 이미지 속성으로 상품, 서비스, 고객층, 시설, 편의성, 판촉 분위기, 거래 후 만족 등이 있다. 일반적으로 주부들은 의류 점포 선택시 제품의 품질과 가격을 중시하며 점포 판매원, 점포 광고와 판촉활동, 분위기 등은 구매에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다(홍병숙, 1986). 의복 구매동기란 개인이 자신의 요구를 충족시키기 위해 특정한 제품이나 서비스를 구매하는 이유를 말하며 대부분의 기혼 여성은 '소유하고 있는 옷과 조화'가 주된 의복 구매동기로 나타났고(홍병숙, 1986), 여대생의 경우 '진열된 상품이 마음에 들거나 새로운 유행을 따르기 위해 구입하는 것'으로 나타났다. 일반적으로 구매동기를 유행 추구적 요인, 경제 실리적 요인, 자기 과시적 요인으로 분류하는데 아동복 주요 구매자인 주부는 경제 실리적 요인에 의해 의복구매를 가장 많이 하는 것으로 나타났다.

의복 구매시 구매계획은 30대 주부는 29%가 '거의 계획'을 하며 54.7%가 구입시 '반 이상은 계획' 하는 것으로 나타났다(박혜원, 1997). 그러나 아동복의 경우 계획구매가 52.63%, 충동구매가 47.32% 나타났으며, 수입 수준이 낮은 집단일수록 계획구매를 많이 하고 높은 집단일수록 충동구매를 많이 하는 것으로 나타났다(조명수, 1990). 구매시 동반자 및 영향자에 대해서는 젊은 여성의 경우 혼자구매 경향이 높으며, 연령이 많을수록 동반구매가 많은 것으로 나타났다. 아동복 구매시 아동 동행은 47.3%로 나타났으며 어머니의 연령이 적고, 직업이 없으며, 수입이 낮은 집단일수록 다른 집단에 비해 상대적으로 아동 동행율이 높게 나타났다. 아동복의 구매처는 주로 유명 백화점(49.53%), 지역 쇼핑 센터(24.53%), 도매 시장(18.40%) 등으로 나타났으며, 구매처의 종류는 주로 유명 메이커의 아동복 직매장, 대리점(49.10%), 아동복 전문상점(21.70%), 의류 도매 상가(14.62%) 등으로 나타났다(조명수, 1990).

정보탐색은 기업의 마케팅 담당자들이 특히 관심을 갖는 분야로 구매의사 결정에 중요한

영향을 끼친다. 정보 탐색은 소비자가 제품 구매에 대해 더 많은 것을 알고자 하는 노력, 또는 제품을 구매할 목적으로 외부 환경으로 부터 관련된 지식이나 정보를 획득하기 위한 노력으로 정의된다. 정보탐색의 이유는 제품에 대한 적절한 평가기준을 확인하고, 상품의 성격을 알아보기 위한 것이다. 소비자 정보 탐색은 외적 정보탐색과 내적 정보탐색으로 나뉜다. 내적 탐색(internal search)은 소비자가 의류구매와 관련하여 자신의 기억 속의 정보를 이끌어 내는 것이며, 외적 탐색(external search)은 정보를 주변 환경으로부터 얻기 위해 기울이는 주의, 인지 및 노력을 뜻한다. 또한 정보탐색은 지속적 탐색(ongoing search)과 구매전 탐색(prepurchase search)으로 분류되어 지속적 탐색은 구매와 상관없이 제품에 대한 관심이나 정보탐색 그 자체의 즐거움에 수행되는 것이며, 구매전 탐색은 구매와 관련된 문제를 인식하고 그 문제를 해결하기 위해 수행되는 탐색이다. 의류 구매시 소비자가 사용하는 정보탐색의 원천은 언어적 토의, 시각적 관찰을 포함한 인적 정보와 소비자 교육용 신문, 잡지 기사, 영화, 매장 연출, 판매원 등을 포함하는 비인적 정보원(Sproles, 1979)으로 분류된다. 국내에서 가장 많이 활용하는 정보원은 광고, 진열대와 같은 비인적/상업적 정보원이며, 여대생에게 가장 영향력 있는 매체는 진열대(정혜영, 1983)이었으며, 그 다음은 친구나 가족 같은 인적/비사업적 정보였다. 또한 정보탐색에서 유행 혁신성이 높을수록 패션잡지의 사용도가 높고, 유행 의견 선도력이 높을수록 다양한 형태의 많은 정보를 사용하는 것으로 나타났다.

인구 통계학적 특성과 정보 탐색원 간의 관계를 연구한 결과(김준희, 1991), 30대 초반은 TV를, 40대에서는 잡지를 정보원으로 더 많이 사용하였으며, 소득수준이 낮을수록 TV를, 소득수준이 높을수록 인쇄 매체의 영향을 더 받는 것으로 나타났다. 아동복의 경우, 구매시 정보원은 매장 진열 및 디스플레이를 포함한 구매시점의 광고(72.11%), TV 광고(11.05%)의 영향을 받는 반면 라디오 광고와 판매원의 권고는 전혀 영향을 받지 않는 것으로 나타났다(조명수, 1990). 아동복의 브랜드에 관한 정보원은 직접 구입해 보고 인지하는 경우(34.6%)가 가장 높고, 그 다음이 광고(31.8%), 매장진열(23%)로 나타나 구매시점의 광고가 아동복 브랜드 인지에 중요한 요인으로 나타났다. 특히 어머니의 연령과 소득이 낮고, 고졸 집단의 경우 광고를 통한 브랜드의 인지율이 높게 나타났다(박미애, 1991).

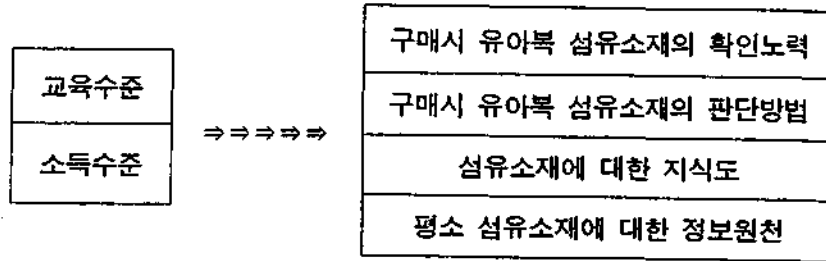
본 연구는 이러한 이론적인 배경하에서 구매전 정보탐색과 지속적 정보탐색에 인구통계적인 요인이 어떤 영향을 미치는지의 관계를 고찰하고자 한다. 또한 섬유소재에 대한 지식도와 구매전 정보탐색 간에는 어떠한 관련이 있는지도 연구하고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구의 모형 및 가설의 설정

유아복 구매자의 섬유소재에 대한 확인 노력, 지식도, 평소의 정보탐색노력은 여러 요인들과 그들 간의 상호작용에 의해 영향을 받게 되는데 그 중 하나로 구매자의 인구통계특성을 들 수 있다. 이러한 관점에 바탕을 두어 본 연구의 개념적 모형은 <그림 1>과 같이 작성할 수 있다.

<그림 1>의 모형에서는 소비자들의 유아복에 대한 정보탐색 노력이 소비자의 인구통계특성에 따라 어떻게 달라지는가를 나타내고 있다. 구체적으로 구매시 유아복의 섬유소재 확인



<그림 1> 연구의 모형

노력 및 판단방법, 섬유소재에 대한 지식도, 그리고 평소의 섬유소재에 대한 정보탐색의 원천 등이 교육수준과 소득수준에 따라 영향을 받을 것으로 보고 있다.

본 연구의 목적과 연구모형에 기초하여 제시되는 연구가설은 다음과 같다.

【가설 1】 소비자의 교육수준 및 소득수준에 따라 유아복 구매시의 섬유소재에 대한 확인 노력은 다르게 나타날 것이다.

【가설 2】 소비자의 교육수준 및 소득수준에 따라 유아복 구매시의 섬유소재에 대한 판단방법은 다르게 나타날 것이다.

【가설 3】 소비자의 교육수준 및 소득수준에 따라 유아복 섬유소재에 대한 지식 정도는 다르게 나타날 것이다.

【가설 4】 소비자의 교육수준 및 소득수준에 따라 평소 유아복의 섬유소재에 대한 정보탐색 원천은 다르게 나타날 것이다.

【가설 5】 소비자의 섬유소재에 대한 지식 정도와 구매시 섬유소재에 대한 확인노력 간은 상관관계가 있을 것이다.

2. 측정도구 및 측정방법

1) 유아복 구매시 섬유소재의 확인노력

유아복 구입시 어떤 종류의 섬유인가에 대한 확인을 어느 정도 하는지에 대한 다음의 3문항들을 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

- 매 구입시 마다의 확인 정도 (소재확인빈도)
- 자세히 확인하는 정도 (소재확인심도)
- 의문시 점원에게 질문 정도 (점원질문정도)

각 문항별로 '전혀 확인하지 않음'에 1점, '보통/반반 정도 확인'에 3점, '반드시/자세히 확인'에 5점을 주어 5점 척도로 측정하였다.

2) 유아복 구매시 섬유소재의 판단방법

유아복 구매시 어떤 섬유인가에 대한 판단을, 점원에게 문의하여 판단 (점원에게 문의), 옷에 부착된 라벨로 직접 확인(라벨로 확인), 촉감 등 본인의 경험으로 판단 (본인의 경험) 등 선택형으로 측정하였다.

3) 섬유소재에 대한 지식도

섬유소재에 대한 지식의 정도를 측정하기 위하여, 일반적인 섬유에 대한 기본 지식도를 측정할 수 있는 다음의 12문항을 개발하여 O, X로 답하게 한 후, 맞을 경우 1점, 틀리거나 모를 경우 0점을 부과하여 전체 합계를 산정하였다.

- 면직물은 땀을 잘 흡수하여 속옷감으로 좋다.
- 스판덱스는 신축성이 아주 좋아 몸동작에 편리하므로 운동복용으로 적당하다.
- 모직물 자켓은 가정에서 쓰는 일반세제로 세탁하여도 상관없다.
- 폴리에스터는 땀을 잘 흡수하는 소재이다.
- 여성용 스타킹이나 아동용 팬티스타킹의 소재는 대부분 나일론이 많다.
- 겨울용 스웨터의 털실 소재로 가장 많이 쓰이는 합성섬유는 아크릴이다.
- 레이온 와이셔츠는 세탁 후에도 형태변형이 없어 다림질이 거의 필요없다.
- 합성섬유 소재의 바지나 셔츠는 보풀이 잘 생겨 직물표면에서 동그랗게 뭉친다.
- 100% 천연섬유보다 합성섬유와 혼방된 직물은 구김이 덜 가고 세탁 등 관리가 편하다.
- 견직물로 된 블라우스는 물에 비벼 세탁하는 것이 좋다.
- TC(티씨) 직물이란 면과 나일론의 혼방직물이다.
- 아세테이트는 강하고 질긴 섬유이므로 아이들 놀이옷으로 좋다.

4) 평소 유아복의 섬유소재에 대한 정보탐색 원천

평소 유아복의 섬유소재에 대한 정보를 주로 어디서 얻는지에 대해 5문항을 제시하고 '전혀 그렇지 않다'에 1점, '보통이다'에 3점, '매우 그렇다'에 5점을 주어 5점 척도로 측정하였다.

- 신문이나 잡지의 의류 관련 기사로 부터 얻는다 (신문 등의 기사).
- 본인의 경험 및 시행착오를 통해 얻는다 (경험 및 시행착오).
- 소비자 단체나 기관의 실험 기사로 부터 얻는다 (소비자 관련기관).
- 학교 때 배웠던 지식을 활용한다 (학창시절 지식).
- 유아복 매장의 점원으로 부터 얻는다 (매장의 점원).

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 개인면접을 통한 설문조사의 방법을 이용하여 이루어졌다.

본 조사는 1996년 9월에 서울시 지역에서 실시되었으며, 연구대상은 유아복의 실질 구매자인 만 4세에서 만 6세의 자녀를 둔 주부로, 총 311부가 회수되었고 그 중 307부가 본 연구의 분석대상으로 사용되었다.

응답자의 나이, 교육수준, 소득수준, 직업, 유아의 나이와 성별은 <표 1>과 같다.

자료의 분석방법은 교육수준, 소득수준에 따른 차이분석을 위한 T-검정, 일원분산분석, 교차분리분석 등을 사용하였고, 지식도와 구매시의 확인노력 간의 관련성을 파악하기 위한

<표 1> 응답자의 인구통계적 특성분포 (%)

구매자(주부)나이	20~29세	7.2
	30~39세	89.3
	40~49세	3.5
교육수준(주부)	초등학교 졸	0.3
	중학교 졸	2.0
	고등학교 졸	50.7
	대학교 졸	44.3
	대학원 이상	2.7
소득수준	150만원 미만	21.1
	150~250만원	
	미만	56.1
	250만원 이상	22.8
주부직업	전업주부	71.2
	회사원	6.5
	사업	7.1
	전문직	5.9
	공무원	2.9
	기타	6.4
사용자(유아)나이	4세	13.0
	5세	42.5
	6세	44.5
사용자(유아)성별	남	51.1
	녀	48.9

상관관계분석을 사용하였다. 위의 통계분석은 통계패키지 프로그램인 SPSS를 사용하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 유아복 구매시 섬유소재의 확인노력 : [가설 1]의 검정

유아복 구매시 섬유소재에 대한 확인노력의 교육수준과 소득수준에 따른 차이가 있는가를 분석한 T-검정 결과를 <표 2>와 <표 3>에 나타내었다. 교육수준은 세분할 수도

<표 2> 유아복 구매시 섬유소재 확인노력과 교육수준

섬유소재 확인노력	고졸이하 대졸이상 (n=160) (n=142)		t
	집단평균	집단평균	
소재확인빈도	4.0938	4.2342	-1.28
소재확인심도	3.9625	4.1260	-1.90**
점원질문정도	3.8176	4.1268	-2.39**

** : p < 0.05

있으나 본 연구에서는 고졸 이하와 대졸 이상으로만 나누어 탐색적 분석을 시도하였다.

유아복 구매시 섬유소재에 대한 확인노력의 교육수준별 차이는 '소재확인심도'와 '점원질문정도'가 집단 간에 유의적인 차이를 보이고 있다. 즉 대졸 이상 집단일수록 매 구입시 어떤 종류의 섬유인가에 대해 확인하는 정도가 높으며, 잘 모르는 섬유소재인 경우는 점원에게 문의

<표 3> 유아복 구매시 섬유소재 확인노력과 소득수준

섬유소재 확인노력	150만원 미만 (n=60)	150~250만원 미만(n=160)	250만원 이상 (n=65)	총평균	F값 (유의수준)
소재확인빈도	3.9851	4.2012	4.2206	4.1572	1.4605(.2338)
소재확인심도	3.9851	4.1159	4.0294	4.0669	.5554(.5744)
점원질문정도	3.8636	3.9878	4.0000	3.9631	.3217(.7252)

하는 빈도가 많다는 것으로 나타났다. 반면에 소재확인빈도에서는 유의적인 차이를 보이고 있지는 않지만, 대졸 이상 집단이 섬유소재에 대한 확인 노력을 좀 더 많이 하는 것으로 나타났다.

소득수준에 따른 분산분석 결과인 <표 3>으로 미루어 볼 때 유아복 구매시 섬유소재 확인 노력은 소득수준별로는 유의적인 차이를 보이지 않고 있다. 따라서 섬유소재 확인노력과 소득수준은 상호관련성이 있다는 가설은 기각된다.

2. 유아복 구매시 섬유소재의 판단방법 : [가설 2]의 검정

유아복 구매시 섬유소재 판단방법과 교육수준, 소득수준에 따른 차이분석을 위하여 교차분리분석을 한 결과를 <표 4>와 <표 5>에 나타내었다.

교육수준과의 교차분리분석 결과는 유의도가 0.0010으로 나타나, 두 변수 간의 상호관련성

<표 4> 유아복 구매시 섬유소재 판단 방법과 교육수준 간의 교차분리분석

도수 (기대치)	점원에게 문의	라벨로 확인	본인의 경험	행 합계
고졸 이하	6 (6.3)	85 (99.1)	60 (45.6)	151 52.4%
대졸 이상	6 (5.7)	104 (89.9)	27 (41.4)	137 47.6%
열 합계	12 4.2%	189 65.6%	87 30.2%	288 100.0%

(Chi-Square /DF /p): 13.77930 /2 / .00102

(Min E.F. /Cells with E.F. <5): 5.708 /None

<표 5> 유아복 구매시 섬유소재 판단방법과 소득수준 간의 교차분리분석

도수 (기대치)	점원에게 문의	라벨로 확인	본인의 경험	행 합계
150만원 미만	5 (2.5)	38 (39.6)	17 (17.9)	60 21.1%
150~250만원 미만	5 (6.7)	109 (105.5)	46 (47.7)	160 56.1%
250만원 이상	2 (2.7)	41 (42.9)	22 (19.4)	65 22.8%
열 합계	12 4.2%	188 66.0%	85 29.8%	285 100.0%

(Chi-Square /DF /p): 3.78582 /4 / .43577

(Min E.F. /Cells with E.F. <5): 2.526 /2(22.2%)

이 있다는 가설은 채택된다. 이는 교육수준에 따라 섬유소재의 판단방법은 다르다는 것을 의미하는 것으로, 구체적으로 살펴보면, 교육수준이 높을수록 옷에 부착된 라벨로 구매자가 직접 확인하는 방법에 유의적으로 더 높은 분포를 보임을 알 수 있다. 반면에 교육수준이 낮을수록 촉감 등 본인의 경험에 의지하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 한편 두 집단 모두 점원에 대해 문의하는 정도는 낮게 나타났다.

<표 5>의 소득수준과 섬유소재 판단방법 간의 교차분리분석 결과는 유의도가 0.4357로 나타나, 두 변수 간에는 상호 관련성이 없다고 볼 수 있다.

3. 섬유소재에 대한 지식도 : [가설 3]의 검정

섬유소재에 대한 지식의 보유 정도에 있어서의 교육수준, 소득수준별 차이에 대한 T-검정 및 분산분석 결과는 <표 6>, <표 7>과 같다. 여기서 지식의 보유 정도에 대한 측정은 섬유소재에 대한 12가지 문항을 개발하여 맞은 갯수로 그 지식의 정도를 객관적으로 측정하고자 하였다.

<표 6>에서 알 수 있듯이, 집단 간 섬유소재에 대한 지식의 정도는 유의적인 차이를 보이고 있다. 즉 대졸 이상 집단이 더 많은 지식을 보유하고 있는 것으로 나타났고 그 점수는 100점 만점 기준으로 보았을 때, 72점 수준의 지식도를 응답자들이 갖고 있음을 나타내고 있다.

<표 7>에 나타난 바와 같이, 소득수준별 섬유소재에 대한 지식의 정도는 유의적인 차이를 보이고 있지 않다. 즉 섬유소재 지식도와 소득수준과의 상호관련성은 없는 것으로 나타났다.

<표 6> 섬유소재 지식도와 교육수준(0점~12점)

섬유소재 지식도	고졸이하(n=160)	대졸이상(n=142)	t 값
	집단평균	집단평균	
	7.4813	8.5986	-5.07***

*** : p<0.01

<표 7> 섬유소재 지식도와 소득수준(0점~12점)

섬유소재 지식도	150만원미만 (n=60)	150~250만원 미만 (n=160)	250만원이상 (n=65)	총평균	F 값 (유의수준)
		7.6866	8.1463		

4. 평소 유아복 섬유소재에 대한 정보탐색 원천 : [가설 4]의 검정

<표 8>의 T-검정 결과에서 알 수 있듯이 교육수준에 따른 평소 섬유소재에 대한 정보탐색 노력은 유의적인 차이를 보이고 있다. 교육수준이 높을수록 평소 여러 원천으로 부터 섬유소재에 대한 지식습득에 관심을 보이고 있음을 짐작할 수 있다. 신문이나 잡지의 의류관련 기사나 소비자 단체의 관련 실험기사, 구매시의 경험이나 시행착오 등을 심분 참고로 하며, 특히 학창시절 배운 지식을 많이 활용하고 있음을 알 수 있다. 반면에 유아복 매장의 점원으로 부터의 섬유소재에 대한 정보습득 면에서는 교육수준에 따른 차이를 보이지 않았다.

<표 8> 평소 섬유소재 정보탐색의 원천과 교육수준

섬유소재 정보원천	고졸이하(n=151)	대졸이상(n=140)	t 값
신문 등의 기사	2.9667	3.2464	-2.04**
경험 및 시행착오	4.0795	4.2786	-1.98**
소비자 관련기관	2.1517	2.5036	-2.53**
학창시절 지식	3.0748	3.7971	-5.58***
매장의 점원	2.6821	2.5652	.90

** : p < 0.05. *** : p < 0.01

<표 9> 평소 섬유소재 정보탐색의 원천과 소득수준

	150만원 미만	150~250만원 미만	250만원 이상	총평균	F 값 (유의수준)
신문 등의 기사	2.7937	3.2115	3.1194	3.0979	2.9074 (.0563)

Scheffe 결과

150~250만원 미만 = 250만원 이상 > 250만원 이상 = 150만원 미만

경험 및 시행착오	4.0156	4.2038	4.2388	4.1701	1.3550 (.2596)
소비자 관련기관	2.0000	2.4968	2.2656	2.3357	4.1599 (.0166)

Scheffe 결과

150~250만원 미만 = 250만원 이상 > 250만원 이상 = 150만원 미만

학창시절 지식	3.2097	3.4231	3.6615	3.4311	2.4540 (.0878)
매장의 점원	2.5079	2.7296	2.4923	2.6272	1.5308 (.2181)

한편, 소득수준에 따른 평소 섬유소재에 대한 정보탐색 노력의 분산분석결과 <표 9>에 나타난 바와 같이 '신문이나 잡지의 관련기사'와 '소비자단체나 기관의 실험기사'에서 집단 간에 따라 유의적인 차이를 보이고 있다. 즉 소득이 150~250만원 미만인 중간 정도의 주부들이 의류관련 기사에 평소 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있다. 반면에 다른 항목들에서는 유의적인 차이를 보이고 있지는 않다.

5. 섬유소재 지식도와 구매시 섬유소재 확인노력 간의 상관관계 : [가설 5]의 검정

소비자의 섬유소재에 대한 지식 정도와 유아복 구매시의 소재 확인노력 간의 상관관계를 파악하기 위하여 Pearson 상관관계 분석을 실시한 결과를 <표 10>에 나타내었다. 분석결과

<표 10> 섬유소재 지식도와 구매시 소재 확인노력과의 상관관계 분석

	소재 확인빈도	소재 확인심도	점원질문정도
섬유소재 지식도	.1666***	.2005***	.1615***

*** : p < 0.01

섬유소재에 대한 지식도와 유아복 구매시의 소재 확인노력 간에는 통계적으로 유의적인 정적 상관관계가 있으나 전반적으로 그 정도는 낮게 나타났다. 이는 섬유소재에 대해 많이 알고 있을수록 구매시에 적극적인 확인노력을 하지만 그 관련성은 그리 크지는 않다고 볼 수 있다. 이상의 가설검정 결과는 <표 11>과 같이 요약할 수 있다.

<표 11> 가설검정 결과 요약표

가 설	채택 여부
【가설 1】 유아복 구매시 섬유소재 확인노력의 차이	
‘교육수준’의 차이	채택
‘소득수준’의 차이	기각
【가설 2】 유아복 구매시 섬유소재 판단방법의 차이	
‘교육수준’의 차이	채택
‘소득수준’의 차이	기각
【가설 3】 섬유소재 지식도의 차이	
‘교육수준’의 차이	채택
‘소득수준’의 차이	기각
【가설 4】 평소 유아복 섬유소재 정보탐색 원천의 차이	
‘교육수준’의 차이	채택
‘소득수준’의 차이	채택
【가설 5】 섬유소재 지식도와 구매시 정보탐색 간의 상관 관계	
	채택

V. 결 론

첫째, 유아복 구매시 섬유소재에 대한 확인노력은 교육수준이 높을수록 많이 하고 있음을 알 수 있다. 즉 교육수준이 높은 집단이 더 자세히 소재확인을 하였으며, 잘 모르는 소재인 경우 점원에게 문의를 많이 하는 것으로 나타났다. 반면 소득수준에 따른 차이는 보이지 않았다.

둘째, 유아복 구매시 섬유소재를 판단하는 방법은 교육수준에 따라 차이를 보였다. 교육수준이 높을수록 구매자가 직접 옷에 붙은 라벨의 섬유조성 등으로 판단하는 경향이 높았으며 교육수준이 낮을수록 소재의 촉감 등 본인의 경험에 의한 판단을 하는 비율이 많다는 것을 알 수 있었다. 반면 학력과 무관하게 점원에게 문의하여 소재 판단을 하는 경향은 매우 낮았으

며, 소득수준은 섬유소재의 판단방법에 영향을 미치지 않았다.

셋째, 섬유소재에 대한 지식도는 교육수준이 높은 대졸 이상의 집단이 더 많은 지식을 보유하고 있었으며, 그 정도는 100점을 기준으로 하였을 때 72점 정도의 지식수준을 갖고 있음을 알 수 있었다. 그러나 소득수준에 대한 지식도 차이는 보이지 않았다.

넷째, 평소 유아복 섬유소재에 대한 정보 원천은 교육수준에 따라 차이를 보였다. 교육수준이 높을수록 평소 다양한 원천으로 부터 정보를 얻고 있었다. 즉, 신문이나 잡지의 섬유 관련 기사나 소비자 관련 기관의 실험기사 등에 많은 관심을 가지고 있으며, 구매시의 경험이나 시행 착오도 많이 참조하고 있는 것으로 나타났다. 특히 대졸 이상 집단일수록 학창시절에 배운 지식의 활용면에서 적극적임을 보였다. 반면에 유아복 매장의 점원으로부터의 섬유소재에 대한 정보습득 면에서는 교육수준에 따른 차이를 보이지 않았다. 한편 소득수준에 따른 평소 유아복 섬유소재에 대한 정보습득의 원천은 소득이 150~250만원 미만인 중간 계층이 신문이나 잡지의 의류관련 기사나 소비자 단체 및 기관의 실험기사에 가장 많은 관심을 가지고 있음을 보였다.

다섯째, 섬유소재에 대한 지식도와 유아복 구매시 섬유소재에 대한 확인 노력 간에는 상관관계가 있으며, 섬유소재에 대한 지식이 많을수록 구매시 더 많은 확인노력을 하는 경향을 보였다.

이상의 결론에서 볼 때 유아복 섬유소재에 대한 관심도 및 지식도는 교육수준에 따라 여러 가지 면에서 차이가 많다는 것을 확인할 수 있었으나, 그에 비해 소득수준은 그리 큰 차이를 보이지 않고 있다.

본 연구는 의생활이 목적별, 용도별로 다양해지는 현실에서 의복 구매 선택시 고려되는 디자인, 색상, 가격 등 여러 요소들 중에서, 소재에 비교적 많은 비중을 두리라 예상되는 유아복으로 한정하여, 소비자의 섬유소재에 대해 관심도와 지식도가 어느 정도인지를 파악하고자 시도하였다. 그러나 섬유소재의 종류는 매우 다양하며 그의 물리적, 화학적, 기계적 성질도 상이할 뿐 더러, 또 최근에는 가공기술의 눈부신 발전에 따라 원래의 성능을 능가하는 소재의 출현이 끊임없이 이루어지고 있다. 이러한 시점에서 소비자들도 보다 수준높은 의생활을 영위하기 위하여는 여러 매체를 통한 다양한 정보를 얻도록 하는 것이 필요하며, 섬유 및 의류 생산업체들도 소재에 대한 보다 정확한 정보를 소비자에게 가깝게 제공하는 것이 필요하다고 본다. 따라서 이러한 분야의 연구도 앞으로 소재별, 품목별로 보다 심도있게 이루어져야 한다고 사료된다.

참고문헌

1. 김연주, 국민학교 아동의 의복행동에 관한 연구, 인기도, 자아개념을 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991.
2. 김준희, 성인 여성의 성격과 의복 구매행동과의 상관 연구, 상명여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1991.
3. 박미애, 아동복 광고가 구매행위에 미치는 영향에 관한 연구, 숙명여자대학교 산업대학원 석사학위 논문, 1991.

4. 박은주, 의복구매에 관련된 상황 변수 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, 1993.
5. 섬유저널, 90년대 아동복 시장 변화의 물결, 섬유저널사, 3, 146-157, 1990.
6. 섬유저널, 판매전략 90년대 맞아 유아복이 변신하다, 섬유저널사, 1, 196, 1990.
7. 신혜봉, 취학전 아동의 의복디자인 선호성과 사려성, 충동성 성향과의 관계 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1987.
8. 윤은경, 성장기 특성을 고려한 유아복 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991.
9. 이미숙, 아동복의 선호 디자인 특성 및 성격과의 상관연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1994.
10. 이영선, 소비자의 의복 관여와 외적 정보 탐색, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1991.
11. 임숙자, 여대생의 의복 행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위 논문, 1992.
12. 임종원, 김재일, 홍성태, 이유개, 소비자 행동론, 경문사, 1994.
13. 조명수, 아동복 구매실태에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사 학위논문, 1990.
14. 지소영, 유아복의 치수 적합성에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1993.
15. 홍병숙, 기혼여성의 의복구매 의사결정과정에 대한 실증적 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위 논문, 1986.
16. Assael, H., *Consumer Behavior and Marketing Action*, 3rd ed., PWS-KENT, 1987.
17. Belk, R. W., "Situation Variables and Consumer Behavior", *Journal of Consumer Research*, 2(December), 157-164, 1975.
18. Hurlock, E. B., *The Psychology of Dress*, New York: Arno Press Inc., 1976.
19. Kelly, Eleanor A. and Turner, Deanna N. "Clothing Awareness and Feeling of Deprivation and Satisfaction among Lower Social Class First-Grade Children", *Journal of Home Economics*, 62(6), 396-400, 1970.
20. Lesile, L. D., *Clothing and Human Behavior*, New York: McGraw-Hill, 1984.
21. Ryan, M. S., *Clothing : A Study in Human Behavior*, N. Y. : Holt, Rinehart & Winston Inc., 1966.
22. Shim, S. & Drake, M. F. Apparel Selection by Employed Women: A Typology of Information Search Patterns, *Clothing and Textile Research Journal*, 6(2), 1-9, 1988.
23. Sproles, G. B., *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, Burgess Pub. Co., 1979.
24. Sproles, G. B. & Kendall, E. L. A Methodology for Profiling Consumer's Decision-Making Styles, *Journal of Consumer Affairs*, 20, 267-279, 1986.
25. Thomson, H. M. & Rea, L. E. *Clothing for Children*, N. Y. John Wiley and Sons Inc., 1949.