

## 의류 제품 구매시 소재의 영향과 소비자 소재 선호 구조 분석

### The Analysis of Fabric Impact and Consumer's Preference for Fabric on Clothing Purchase

금오공과대학교 신소재시스템공학부  
정인희

School of Advanced Material & System Engineering, Kumoh National University of Technology

Ihn-Hee Chung

(2001. 7. 4 접수)

#### Abstract

This study was intended to identify fabric impact on decision-making process for clothing purchase, to determine evaluation factors of clothing, and to analyze consumer's preference for fabric on clothing purchase. 396 questionnaires distributed to college students were analyzed by descriptive statistics, oneway ANOVA, correlation, factor analysis and multidimensional scaling. The results are as follows; (1) Fabric impacted on the pre-purchase evaluation and the post-purchase process. (2) 4 factors - physical properties, outer-consciousness, self-satisfaction, and appropriateness- were determined as evaluation factors. Though fabric was included in the physical properties, fabric presented high correlations with other evaluative elements. (3) The most preferred fabric was being composed of natural fiber in fiber contents and having softness in sensation. As a result of multidimensional scaling, 2 dimensions of fabric sensation were developed as 'soft-hard' and 'thin-thick'.

**Key words:** clothing purchase, fabric, evaluation of clothing, fabric preference, decision-making process;  
의류 제품 구매, 소재, 의류 제품 평가, 소재 선호, 구매 의사 결정 과정

#### I. 서 론

의류 제품에 사용되는 소재는 그 자체로써 최종 제품의 용도와 형태를 결정짓는 경향이 크므로<sup>1)</sup>의류 상품 기획시 소재의 선정은 매우 중요하다. 또한 디자인 형태의 복제가 매우 쉽게 이루어지는 의류 산업의 상

황에서 소재는 의류 제품에 고유성과 차별성을 줄 수 있는 요인으로 작용하게 된다.

최근 의류 업계에서는 소재의 차별화를 통해 제품 차별화를 꾀하려는 경향이 증대하고 있으며<sup>2)</sup> 아울러 교육계나 학계에서도 소재 디자인, 소재 기획, 소재 감성과학 등에 대한 관심이 높아지고 있다. 그러나 소재의 감성에 대해서는 아직 본격적인 연구가 이루어지지 않고 있다.

또한 소재는 스타일이나 색채와 함께 디자인의 주된 구성 요소로서 소비자들의 의류 제품 구매 과정에

\* 본 연구는 2000년도 금오공과대학교 학술연구비에 의하여 연구된 논문임.

도 영향을 미칠 것으로 기대되나, 소재와 의류 제품 구매의 관련을 보고자 하는 마케팅 관점의 연구는 찾기 힘든 실정이다<sup>3)</sup>.

본 연구에서는 의류 제품의 구매에 소재가 미치는 영향을 확인하고 소재 감성 연구의 토대를 마련하기 위해 몇 가지 접근 방법을 병행하여 의류 제품 구매와 소재의 관계를 조사하고자 한다. 먼저 의류 제품 구매 과정에 소재가 미치는 영향력을 구매 의사 결정 단계 별로 비교 분석해 보고, 의류 제품 구매 시 중요한 평가 기준에 대한 내용을 소재 중심으로 고찰해 보며, 의류 제품의 선택에 있어서 소비자들이 형성하는 소재에 대한 선호 구조를 섬유 성분과 재질감 중심으로 파악 할 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 소재와 의류 제품의 구매

#### 1) 구매 의사 결정 과정에서의 소재

Engel, Kollat, Blackwell은 1968년에 소비자 행동 모델을 제시한 후 여러 차례 수정·보완해 왔는데, 가장 중심이 되는 축은 의사 결정 단계로, 그 5단계는 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 선택, 구매 후 행동이다. Engel, Blackwell, Miniard<sup>4)</sup>는 욕구 인식(need), 탐색(search), 구매 전 대안평가(pre-purchase alternative evaluation), 구매(purchase), 소비(consumption), 구매 후 대안평가(post-purchase alternative evaluation), 폐기(divestment)의 7단계로 그들의 초기 모델을 수정 제시하고 있으나, 여전히 기존 5단계는 소비자 의사 결정 과정의 중심을 이룬다. Schiffman과 Kanuk<sup>5)</sup>도 소비자 의사 결정 과정을 욕구 지각, 구매 전 탐색, 대안 평가, 구매, 구매 후 평가의 다섯 단계로, Solomon<sup>6)</sup> 역시 문제 인식, 정보 탐색, 대안 평가, 제품 선택, 결과의 다섯 단계로써 소비자 의사 결정 모델을 제시하였다.

문제 인식은 “소비자가 어떤 욕구를 인지하고 구매를 통해 욕구 해결 동기를 갖게 되는 것”으로 정의되며 구매 의사 결정 과정의 출발점이다<sup>7)</sup>. 문제를 해결하고자 하는 동기는 주로 현재의 상황과 이상적 상황 사이의 차이에서 발생하게 되는데, 의류 제품의 구매에서 소재가 문제 인식 단계에 개입 가능한 경우는 현재 갖

고 있지 못한 소재의 제품을 이상적 상황에서 갖고 싶은 경우라고 할 수 있다.

정보 탐색은 소비자가 문제 해결을 위해 더 많은 것을 알고자 하는 의도적 노력이다. 소비자의 정보 탐색은 크게 내부 탐색과 외부 탐색으로 구분되는데<sup>8)</sup>, 소비자가 의류 제품을 구매하는 경우 이미 알고 있는 정보를 활용하는 것은 내부 탐색에 해당하고, 새로 외부로부터 소재에 관한 정보를 탐색하는 것은 외부 탐색에 해당될 것이다.

대안 평가는 정보 탐색 후, 구매 전에 이루어지는 과정으로, 구매에 직접적인 영향을 미치는 매우 중요한 단계라고 할 수 있다. 평가 단계에서 소비자들은 여러 가지 제품과 상표를 비교하기 위해 평가 기준을 사용하게 되는데, 평가 기준은 소비자의 구매 목적이나 구매 동기, 상황에 따라 달라지며, 객관적이거나 주관적일 수 있고, 여러 개의 평가 기준이 있을 경우 중요한 것이 결정적 평가 기준이 되며, 제품에 따라 평가 기준의 수가 다르다<sup>9)</sup>. 소재 역시 평가 기준의 하나로 작용할 수 있어서 특정 소재를 사용한 제품이 더 좋거나 나쁜 평가를 받을 수 있을 것이다.

평가 단계를 거쳐 구매가 이루어지고 나면 소비자들은 구매 결과에 만족하기도 하고 불만족하기도 한다. 구매에 선행하여 형성된 기대에 제품 성과가 부합하면 만족하지만 그렇지 못한 경우에는 불만족하게 되는 것이다. 소재는 의류 제품 구매 후 만족을 증대시키거나 불만족을 유발하는 요인으로 작용할 수 있을 것이다.

#### 2) 의류 제품 평가 기준으로서의 소재

의류 제품의 구매 의사 결정 과정 중에는 특히 대안 평가 단계에서의 평가 기준에 관한 연구가 많이 이루어지고 있다. 소비자들은 여러 가지 평가 기준에 따라 대안을 종합 평가함으로써 각 대안에 대한 태도를 형성하며, 태도는 바로 소비자의 구매 의도를 예측하는 중요한 변수가 되기 때문이다<sup>10)</sup>.

의류 제품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인이 무엇인가에 대해 수행된 연구들을 김미영<sup>11)</sup>이 정리한 바에 의하면, 12개의 연구 중 직물과 옷감을 평가 기준 항목으로 제시한 것은 5개, 섬유의 경우는 4개에 불과

하여 대부분의 연구에서 소재 관련 변수를 응답 항목으로 포함시키지 않고 있음을 알 수 있다.

Eckman 등<sup>11)</sup>은 점포내 구매 의사 결정 과정을 연구하면서 의복 평가에 가장 중요하게 작용하는 평가 기준을 자유기술 응답으로 규명하였는데, 구체적인 의복을 고려하지 않은 평가에서는 스타일, 외관, 봉제 상태, 맞음새, 색채/무늬의 순서로 많이 응답되었으며, 구체적인 의복을 고려한 경우에는 스타일, 색채/무늬, 맞음새, 직물, 외관의 순서로 응답되었다. 즉, 구매 상황이 구체화될수록 의류 제품 평가에서는 색채/무늬, 직물 등 소재의 요소가 중요해짐을 알 수 있다.

프로토콜의 연구 방법을 사용한 이영선<sup>12)</sup>의 연구에서도 관념적 의복 평가 기준으로 가격, 디자인, 색채, 어울림 다음으로 소재가 언급된 바 있으며, 실제 대안 평가가 진행되는 동안 평가 기준으로서의 소재의 중요성이 더 커지는 것을 확인할 수 있었다.

김미영<sup>13)</sup>은 의복 평가 기준에 관한 이론적 틀을 구성하였는데, 그것은 상품 특성의 체계에 따른 구성 요소 수준의 평가 기준, 추구 이점 수준의 평가 기준, 중간적 연결 수준의 평가 기준이며, 이들은 상호 관계를 가지고 연결되어 있다고 하였다.

한편 오현정<sup>13)</sup>은 의복 품질 평가 경로를 연구하면서, 소비자가 지각하는 의복 품질을 물리적 의복 품질과 성과적 의복 품질로 구분하고, 물리적 의복 품질을 결정짓는 단서로 물리적 속성과 물리적 기능, 성과적 의복 품질에 대한 결정 단서로 도구적 성과와 표현적 성과를 들었다. 물리적 속성에는 디자인선, 색채와 무늬, 섬유 혼용율, 옷감의 조직, 재단 및 재봉, 부속품, 치수, 가격, 상표, 구매처 등을 포함하였다. 물리적 기능에는 신축성, 내구성, 내세탁성, 방오성, 보온성, 위생성, 내필링성, 내추성, 재질감을 포함하였다. 그리고 도구적 성과는 관리성, 실용성, 경제성 등으로, 표현적 성과는 심미성, 유행성, 사회심리성, 상징성 등으로 제시하였다.

김미영<sup>13)</sup>과 오현정<sup>13)</sup>이 각각 제시한 의복 평가 단서의 차원을 비교해 보면, 구성 요소 수준과 물리적 속성, 중간적 연결 수준과 물리적 기능, 추구 이점 수준과 도구적 성과 및 표현적 성과가 각각 대응하는 관계라고 할 수 있겠다.

이들의 연구에서 의복 평가 기준의 구성 요소나 물리적 속성으로 섬유, 조직 등이 포함되고 있으나, 소재는 단순히 섬유 및 조직으로 대체될 수 있는 것이 아닌 보다 폭넓은 개념의 것으로 이해되어야 한다. 또한 소재가 실용성뿐만 아니라 표현성에 미치는 영향 및 표현적 요소들과의 관계에 대해서도 관심을 가져야 할 것이다.

## 2. 의복 소재 선호

### 1) 소재의 개념

오늘날 섬유 패션 산업에서 소재의 중요성은 나날이 증대되고 있다. 일반적으로 영어의 패브릭(fabric)에 대한 대응어로 소재라는 말을 사용하고 있는데, fabric은 '천과 비슷한 재료(a material that resembles cloth)' 혹은 '텍스타일에서의 질감이나 성질(texture, quality-used chiefly of textiles)'을 가리킨다<sup>14)</sup>. 즉 의류 제품에서 말하는 소재란 옷을 만드는 데 사용될 수 있는 직물이나 편물, 부직포 등 모든 종류의 재료를 말하는 것으로, 구체적인 질감과 성질을 평가할 수 있는 것이다.

그런데 소재의 질감과 성질은 매우 다차원적인 요소에 의존하고 있다. 즉, 그것을 이루는 원재료, 즉 섬유의 성분은 무엇인지, 어떤 실로 구성되었는지, 어떤 방법에 의해 포로 구성되었는지, 어떤 가공을 거쳤는지, 어떤 색으로 염색되었는지, 그리하여 어떤 재질감과 어떤 이미지를 띠는지에 걸친 매우 복합적인 개념인 것이다.

김미영<sup>13)</sup>의 구성 요소 수준과 오현정<sup>13)</sup>의 물리적 속성에 포함된 내용 중, 색채, 무늬, 섬유(섬유혼용율), 조직(옷감의 조직), 가공방법은 실제로 소재를 이루는 차원들이며, 소재는 질감을 통해 지각된다. 그리고 여러 생산 단계에서의 소재 변형을 통해 차별화된 소재 기획이 가능하다.

### 2) 소재 선호와 평가

본 연구에서는 소재를 구성하는 여러 차원의 요인들 중 섬유 성분과 재질감을 중심으로 소재 선호를 분석할 것이므로 본 항에서도 섬유 성분과 재질감 중심으로 선행 연구를 살펴보고 연구의 기초로 삼을 것이다.

### ① 섬유 성분에 대한 선호와 평가

섬유 성분은 면, 마, 모, 견 등의 천연섬유와 폴리에스터, 나일론, 폴리우레탄, 아세테이트, 레이온 등의 화학섬유 및 여러 가지 조합에 의한 이들 섬유간의 혼방으로 이루어질 수 있다. 그러나 일반 소비자들은 개별적인 섬유를 구별하고 비교하는 능력이 떨어지며, 실제로 최근 소재 개발 기술의 발전으로 말미암아 섬유 성분만으로 소재를 구분하는 데에는 한계가 있으므로, 만약 소비자들이 섬유 성분을 의식하여 평가 기준으로 사용한다면 그것은 섬유 성분에 대한 선입견에 영향을 받을 가능성이 크다. 따라서 섬유 성분에 대한 소비자 선호와 평가를 조사하는 연구에서는 크게 천연섬유, 화학섬유, 혼방섬유의 세 가지 유목을 사용하는 것이 더 보편적이다.

Forsythe와 Thomas<sup>15)</sup>는 천연섬유, 합성섬유, 혼방섬유에 대한 소비자 선호와 지각을 조사하였는데, 블라우스와 스커트 용으로 면과 견, 폴리에스터, 폴리에스터/면 혼방을 제시한 결과, 폴리에스터/면 혼방섬유가 가장 선호되었다. 면은 안락하고 어느 정도 관리가 용이하며 쉽게 구김이 생기는 것으로, 폴리에스터/면 혼방은 매우 관리가 용이하고 실용적인 것으로, 폴리에스터는 매우 실용적이고 잘 구김이 가지 않는 것으로,

그리고 견은 매우 사치스럽고 안락하며 비싼 것으로 지각되었다.

김미영<sup>16)</sup>이 주부들의 생활 양식 유형 집단에 따라 섬유 선호도를 조사한 결과 천연섬유는 고가와 고급스러움의 신분상징성, 혼방섬유는 실용성과 활동성, 화학섬유는 실용성과 경제성을 갖는 것으로 소비자들에게 지각되고 있다는 결과를 얻을 수 있었다.

### ② 재질감 요인과 소비자 선호 및 평가

재질감은 여러 감각이 혼합되어 종합적으로 지각되는 것으로, 시각에 의한 재질감과 촉각에 의한 재질감으로 표면의 특성과 태의 특성을 들 수 있다<sup>17)</sup>. 현재 섬유과학 분야에서는 직물에 대한 기계적 성능 분석 외에 소비자들을 대상으로 한 주관적 감성 연구가 다수 시도되고 있으며 이들을 <표 1>에 정리하였다.

홍경희 등<sup>18)</sup>은 여성용 춘추복지의 태에 관한 주관적 평가 척도를 개발하고 70명의 조사대상에게 평가하게 한 후 그 결과를 요인분석 하여, 표면특성, 무게, 온냉감, 신축성, 강경성, 처짐성, 회복특성의 7개 요인을 얻었다.

신혜원·이정순<sup>19)</sup>은 인조피혁의 촉감에 대한 연구를 통해, 촉감에 영향을 미치는 요인을 표면특성, 신축성, 두께 및 무게, 온냉감, 수분특성으로 규명하였다.

<표 1> 선행 연구에서의 재질감 관련 요인 분석 결과

연구자	홍경희 등 (1994)	신혜원·이정순 (1999)	김춘정·나영주 (1999)	김경애·이미식· 김정희(1999)	박성혜·유효선 (1999)
조사대상	전문가 205명, 비전문가 265명 (20대에서 50대 여성)	605명(천공관련자 및 일반 학생, 여성)	남녀대학생 56명	대학생(여학생 60명과 남학생 60명)	전문가 102명, 비전문가 100명
자극물	여성복지(면, 모, 견, 합성섬유) 110종	33종의 인조피혁	넥타이용 견직물 20종	셀룰라아제 처리된 데님 직물 2종	마직물, 마흔방, 마직 외관으로 만든 신합섬 54종
결과 요인	표면 특성 무게 온냉감 신축성 강경성 처짐성 회복특성 — —	표면 특성 두께 및 무게 온냉감 신축성 — — — 수분특성 —	표면 특성 — 온냉감 — 유연성 — — 건조감 —	표면 특성 중량감 — — — — 형태 회복성 수분 특성 내구성	표면 성질 중량감 — 신축성/드레이프 강연성 신축성/드레이프 회복성 수분특성 —

한편, 선호도 요인을 따로 분석한 결과 표면특성, 신축성, 고급스러움의 3개 요인을 얻었으며, 인조피혁의 선호도는 고급스럽다, 싸구려 같다, 촉감이 좋다, 부드럽다의 문항에서 큰 차이가 나타나 고급스러움과 표면특성 요인에 의해 선호도가 좌우된다고 하였다.

김춘정 · 나영주<sup>19)</sup>는 넥타이용 견직물의 태와 감성 차원을 각각 규명하였는데, 태는 표면특성, 온냉감, 유연성, 건조감의 4개 요인으로, 감성은 모던, 클래식, 캐릭터, 내추럴의 4인자로 추출되었다.

김경애 · 이미식 · 김정희<sup>20)</sup>는 셀룰라아제 처리된 데님 직물의 태에 관한 연구에서 태를 이루는 요인으로 표면 특성, 내구성, 중량감, 수분 특성, 형태회복성의 요인을 규명하였다.

박성혜 · 유효선<sup>21)</sup>은 마직물의 태를 표면성질, 신축성/드레이프, 중량감, 강연성, 회복성, 수분특성의 요인으로 규명하였다. 이 연구에서 의복 유형별로 선호 내용을 분석해 본 결과, 20대가 선호하는 마직물 재킷 감은 표면이 까칠하고 거칠며 성글고 차가운 촉감이 있는 것이었다.

이상의 연구들을 종합해 보면, 태와 촉감이라는 용어 사용에 차이가 있더라도 실제 조사에 투입한 이미지 형용사들은 서로 유사하며, 결과 요인도 상호 교차 중복되어 나타난다. 특히 표면 특성은 모든 연구에서 요인으로 추출되었고, 중량감과 신축성, 강연성, 수분 특성, 형태회복성 등도 중요한 요인이라 할 수 있겠다. 그러나 소재의 물리적 속성 뿐만이 아닌 표현적 감성 속성이 보다 중요해지고 있는 시점에서 직물의 재질 감에 대한 선호 내용의 구체적 분석과 감성 요인의 추출이 요구된다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구 문제

1. 구매 의사 결정 각 단계에서 소비자들이 인식하는 소재의 중요도를 비교해 본다.
2. 구매 의사 결정의 평가 단계에서 다른 평가요인들과 소재의 중요도를 비교해 보고 여러 평가요인들 간의 관계 요인을 분석해 본다.
3. 섬유 성분과 재질감에 대한 소비자 선호 패턴을 통

해 소재 선호 구조를 분석해 본다.

#### 2. 조사 대상 및 내용

서울 및 대구 · 경북 지역의 남 · 여 대학생과 석사 과정 대학원생을 대상으로 하여 자기 기입식 질문지 조사를 하였다. 내용은 구매 의사 결정 단계별 소재의 중요성, 구매 결정 시 중요시하는 평가 기준, 섬유 성분 선호, 재질감 선호, 그리고 인구 통계 문항으로 구성되었다. 구매 의사 결정 단계별 소재의 중요성을 제외하고는 모두 가을 학기 등하교용 재킷이나 점퍼로 응답 범위를 한정시키고 응답에 임하도록 하였다.

구매 의사 결정 과정의 각 단계별로 소재가 미치는 영향력을 비교하기 위해 이론적 배경에서 논의한 바와 같이 문제 인식, 정보 탐색, 대안 평가, 구매 후 평가의 각 단계에 따라 소재의 중요성을 측정하는 두 문항 쌍을 개발하여 '아주 그렇다', '약간 그렇다', '보통이다', '별로 그렇지 않다', '전혀 그렇지 않다'의 5점 척도로 조사하였다. 정보 탐색에서는 내부 탐색과 외부 탐색을 포함하도록 하였고, 구매 후 평가에서는 만족과 불만족을 포함하도록 하였다.

구매 결정 시 중요한 평가 기준은 오현정<sup>13)</sup>의 연구에서 제시한 물리적 속성, 물리적 기능, 도구적 성과, 표현적 성과 측정 문항을 참고로, 각 속성을 골고루 포함시켜 응답하기 쉽고 보편적인 기준을 16개로 제시하고 중요성의 정도를 '매우 중요하다', '약간 중요하다', '그저 그렇다', '별로 중요하지 않다', '전혀 중요하지 않다'의 5점 척도로 응답하게 하였다.

섬유 성분 선호도를 측정하기 위한 문항 제시에 있어, 면, 마, 나일론, 폴리에스터 등 구체적인 섬유를 제시하고 예비조사를 해 본 결과 피험자들이 제대로 섬유를 구별하여 응답할 수 없다는 사실을 확인하였으므로, 본 조사에서도 선행 연구들처럼 천연섬유, 화학섬유, 화학섬유와 천연섬유의 혼방으로만 분류하였다. 재질감 문항은 여러 소재들을 대상으로 재질감을 측정한 선행 연구들<sup>17~21)</sup>에서 사용한 문항을 참고로 하여 본 연구 대상 및 자극 의복에 적합한 15개 문항으로 구성하였다. 섬유 성분과 재질감에 대한 선호는 '아주 좋다', '좋다', '보통이다', '싫다', '아주 싫다'의 5점 척도로 측정하였다.

인구 통계 문항은 성별, 연령, 거주지, 학년 및 계열로 조사하였다.

### 3. 자료 수집 및 분석

2000년 8월 3일에서 9월 5일까지 총 443부를 조사하였으며, 한 문항이라도 누락이 있는 모든 질문지를 제외하고 최종적으로 396부를 분석에 투입하였다. 분석은 SPSSWIN 10.0을 사용하여, 빈도 및 백분율, 평균 등의 기술 통계치를 얻고 요인분석, 일원분산분석, 상관관계 분석, 다차원척도분석을 하였다. 응답자는 남자 160명(40.4%), 여자 236명(59.6%)이었으며, 서울 거주자 134명(33.8%), 대구·경북 지역 거주자 262명(66.2%)이었다. 또한, 연령별로는 만 18세에서 33세까지의 분포를 보였으며, 19세에서 21세까지가 50.5%로 과반수에 달했다. 1학년이 33.3%로 다른 학년에 비해 큰 비중을 차지했으며, 인문·사회 계열 32.3%, 자연·공학 계열 56.6%, 예능 계열 8.1%이었다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 구매 의사 결정 과정 각 단계별 소재의 영향

구매 의사 결정 과정 각 단계별 소재의 영향에 대한 조사 결과는 <표 2>에 제시하였다. 먼저 측정 도구의 타당성을 확인하기 위해 주성분 분석과 베리맥스 회전에 의한 요인 분석을 실행해 본 결과 구매 의사 결정 단계별로 개발한 두 문항씩이 모두 같은 요인에 포함되고 각 단계별로는 다른 요인으로 추출되어 측정 도구 개발시 의도한 바와 같은 4개의 요인을 그대로 얻을 수

있었다.

요인 1은 문제 인식으로 전체 분산의 21.6%를 차지하였으며, 요인 2는 구매 후 평가로 전체 분산의 19.2%를 차지하였다. 요인 3은 대안 평가로 전체 분산의 19.1%를 차지하였으며, 요인 4는 정보 탐색으로 전체 분산의 16.3%를 차지하였다. 4개 요인에 의한 전체 설명 변량은 76.24%였고, 각 요인별 신뢰도는 요인 순서대로 0.74, 0.64, 0.59, 0.60이었다.

응답값은 '아주 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 부여하였으므로 평균이 높을수록 각 단계별 소재의 영향력이 큰 것이라고 할 수 있으며, 3점을 기준으로 소재의 영향력이 작용하거나 작용하지 않음을 판별할 수 있었다.

<표 2>의 문항 평균을 살펴보면, 문제 인식 단계와 정보 탐색 단계에서 소재는 그나지 중요한 역할을 하지 못하고 있으나, 대안 평가와 구매 후 평가 단계에서는 소재를 의식하는 정도가 높아짐을 확인할 수 있었다. 특히 구매 후 평가에서는 불만족 요인보다 만족 요인으로 작용하고 있었다.

응답자들의 성별에 따라 구매 의사 결정 단계별 소재 중요성 지각에 차이가 나는지를 일원분산분석으로 알아본 결과 유의수준 0.05에서는 문제 인식( $F=10.288$ ), 정보 탐색( $F=7.848$ ), 구매 후 평가( $F=6.680$ )에서, 유의수준 0.10에서는 대안 평가( $F=3.304$ )에서도 남녀의 차이가 나타났다. 즉, 모든 단계에서 여학생이 남학생보다 더 소재를 의식하는 정도가 높았다. 이는 남녀의 의복 흥미 차이에 따른 결과인 것으로 판단된다. 그러나, 남녀 모두 단계별 소재 고려 정도는 전체 경향과 유사

<표 2> 구매 의사 결정 단계별 소재의 영향

구매 의사 결정 단계	측정 문항	문항 평균	요인 부하량	요인 순서 (설명변량)	신뢰도 ( $\alpha$ )
문제 인식	어떤 소재의 옷이 너무 입고 싶어서 옷을 구입하기도 한다	2.80	.844	요인 1	.74
	옷을 사려고 할 때 어떤 소재로 된 것을 사겠다고 먼저 결정한다	2.45	.748	(21.6%)	
정보 탐색	어느 브랜드에서는 어떤 소재를 주로 사용한다는 정보를 알고 있다	2.39	.878	요인 4	.60
	새옷을 사기 위해 요즘 유행하는 소재가 무엇인지 알아본다	2.45	.594	(16.3%)	
대안 평가	옷을 살 때 어떤 섬유로 만들어졌는지 알기 위해 품질표시라벨을 살펴본다	3.18	.840	요인 3	.59
	옷을 살 때 질감이 어떤지 옷감을 유심히 만져본다	3.49	.759	(19.1%)	
구매 후 평가	새로 옷을 사고 난 후 생각보다 소재가 좋지 않을 때는 구입을 후회한다	3.84	.864	요인 2	.64
	새로 옷을 사고 난 후 생각보다 소재가 좋으면 구매가 더 만족스럽다	4.26	.795	(19.2%)	

하므로 소재의 영향력이 확인된 대안 평가와 구매 후 평가 과정에 대해 더 논의해 보도록 하겠다.

이영선<sup>12)</sup>은 의복 구매시 소비자들의 정보 획득과 처리, 평가 과정을 일련의 연계된 행동으로 보고 그 과정에서 사용되는 정보 즉 평가 기준을 규명한 바 있다. 그 결과에서 흥미, 탐색, 평가, 보류 및 거부, 상호 비교, 최종 결정의 단계로 소비자들의 구매 결정 단계를 구분하였으며, 이를 단계에서 사용된 의복 평가 기준들 중 디자인이 가장 중요한 기준으로, 그리고 색채와 소재는 흥미와 탐색 및 상호 비교 단계에서 특히 중요한 기준으로 활용되고 있다고 하였다. 이영선의 구매시점 연구에서 제시한 모든 단계는 본 연구 관점에서의 대안 평가에 속한다고 할 수 있으므로, 문제 인식이나 정보 탐색보다 대안 평가 단계에서 소재의 중요성이 더 크게 보고된 본 연구 결과와 같은 맥락이라고 할 수 있겠다.

한편 이은영<sup>13)</sup>은 의류 제품의 물리적 성질이 항상되어 도구적 성과가 모든 제품에서 어느 정도 충족된다면 도구적 성과는 만족의 결정 요인으로 작용하지 못하므로, 의복에 대한 불만족은 제품의 도구적 기능에

문제점이 있을 때 갖게 되며, 만족은 제품의 표현적 기능이 좋을 때 갖게 된다고 하였다. 본 연구 결과에서 소재는 불만족보다 만족에 더 영향을 미치는 요소로 밝혀졌다. 즉, 소재가 도구적 성과에 기여하는 요소로서 만족보다 불만족 요소로 작용하리라는 기대를 벗어나 오히려 표현적 속성으로서 만족에 영향을 미친다고 할 수 있는 것이다. 즉 오늘날 의류 제품의 소재는 단순한 제품의 재료라기보다 의외의 즐거움을 주는 표현적 속성을 가지므로, 현재 소재 감성에 대한 연구에 많은 주목을 하고 있는 학계 및 업계의 연구 경향이 타당함을 보여준다.

## 2. 의류 제품 평가 기준

의류 제품 평가 기준에 대한 분석 결과는〈표 3〉에 제시한 바와 같다. 문항 평균이 높을수록 대학생들이 가을 학기 등하고용 재킷이나 점퍼를 구매할 때 더 중요하게 고려하는 요인이다.

가장 중요한 평가 기준은 나에게 어울리는 정도였으며, 다음이 의복 스타일, 색상과 무늬 및 웃이 봄에 잘 맞는 정도(피트성), 활동성, 바느질 상태, 가격, 촉감, 세

〈표 3〉 의류 제품 평가 기준

요인	문항	문항 평균			요인 부하량	설명변량	신뢰도( $\alpha$ )
		남	여	전체			
요인1 물리적 속성	바느질 상태	4.21	4.42	4.34**	.787	18.1%	.77
	단추 등 부속품의 품질	3.92	4.01	3.97	.772		
	섬유 성분	3.65	3.78	3.73	.673		
	세탁 및 관리의 편리성	3.86	4.08	3.99**	.610		
	소재	3.56	3.69	3.64	.583		
요인2 타인 의식	유행	3.30	3.34	3.32	.833	13.1%	.69
	상표	3.00	3.20	3.12*	.735		
	다른 사람들의 반응	3.73	3.89	3.83	.645		
요인3 자기 만족	나에게 어울리는 정도	4.81	4.85	4.83	.732	12.6%	.62
	의복 스타일	4.71	4.81	4.77*	.713		
	색상과 무늬	4.56	4.55	4.55	.619		
	웃이 봄에 잘 맞는 정도(피트성)	4.49	4.59	4.55	.512		
요인4 적합성	촉감	4.10	4.08	4.09	.660	11.4%	.44
	등하고용 용도 적합성	3.73	3.90	3.83	.653		
	활동성	4.41	4.44	4.43	.352		
-	가격	4.19	4.19	4.19	—	—	—

\* p<.10 \*\* p<.05

탁 및 관리의 편리성, 단추 등 부속품의 성질, 등하교용 용도 적합성 및 다른 사람들의 반응, 소재, 유행, 상표의 순이었고, 제시된 16개 문항은 모두 보통 이상으로 고려되고 있었다. 김미영<sup>10)</sup>의 연구 결과에서 주부들은 구성요소 수준에서 스타일, 색채, 옷감, 무늬, 재단과 재봉, 부속품 순서로 중요성을 평가하였는데, 이는 본 연구 결과에서 제시된 의복 스타일, 색상과 무늬의 순서와도 유사한 것이다.

성별에 따라 색상과 무늬 및 촉감에 대한 평균에서는 남학생이 더 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 일원분산분석 결과 여학생의 평균이 높았던 나머지 문항들 중에서도 바느질 상태( $F=6.589$ ), 세탁 및 관리의 편리성( $F=6.673$ )에서만 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 있었다. 이는 일반적으로 여성의 남성보다 섬세한 성격을 가진 데 기인한 결과일 것이다. 또 의복 스타일( $F=3.329$ )과 상표( $F=3.421$ )는 유의수준 0.10에서 유의한 차이가 나타나 역시 여학생이 이를 변수를 더 중요하게 평가하였다.

16개 평가 기준의 요인 구조를 살펴보기 위해 주성분 분석과 베리맥스 회전에 의한 요인 분석을 실행하였는데, 분석 과정 중 가격 변수는 독립성이 너무 큰 요인으로 다른 문항들과 상관이 낮았으므로 분석에서 제외하였다. 최미영<sup>29)</sup>은 소비자들이 제품속성에 의해 품질을 지각한 후 지불되는 가격에 의한 희생을 고려해서 가치지각을 하게 되고 이에 따라 구매의도가 생긴다고 하였으므로, 가격이란 제품 평가 단서로 활용되기보다는 제품 평가와 무관하게 구매 자체를 결정하는 변수라 할 수 있다. 따라서 본 요인 분석에서 가격을 제외시킨 데 대한 타당성을 찾을 수 있으며, 가격의 경우 평가 기준으로 보다는 다른 평가 기준과는 독립적인 영향력을 가지는 별도의 구매 영향 변수로 투입하여 구매 과정 모델을 연구할 수 있을 것이다.

최종적으로 15개 문항에서 4개의 요인을 추출하였으며, 그 결과는 <표 3>에 함께 제시되어 있다. 요인 1은 바느질 상태, 단추 등 부속품의 품질, 섬유 성분, 세탁 및 관리의 편리성, 소재를 포함하여 요인명을 '물리적 속성'으로 하였으며 전체 변량의 18.1%를 차지하였다. 요인 2는 유행, 상표, 다른 사람들의 반응을 포함하여 요인명을 '타인 의식'이라고 하였으며 전체 변량의

13.1%를 차지하였다. 요인 3은 나에게 어울리는 정도, 의복 스타일, 색상과 무늬, 옷이 몸에 잘 맞는 정도(페트성)를 포함하여 요인명을 '자기 만족'이라 하였으며 전체 변량의 12.6%를 차지하였다. 요인 4는 촉감, 등하교용 용도 적합성, 활동성을 포함하여 요인명을 '적합성'이라 하였으며, 전체 변량의 11.4%를 차지하였다.

이상의 4개 요인으로써 전체 변량의 55.2%를 설명하였으며, 각 요인별 신뢰도는 0.77, 0.69, 0.62, 0.44였다. 요인 4에 속한 문항들의 내용은 적합성의 개념을 중심으로 하고 있으나, 문항간 일관성이 다소 부족하다고 판단되므로 이후의 연구에서는 척도의 문항을 보충하여 정교화시켜야 할 것이다.

한편, 본 요인 분석 결과에서 소재는 바느질 상태, 단추 등 부속품의 품질, 섬유 성분, 세탁 및 관리의 편리성과 함께 물리적 속성 요인에 포함되었다. 그러나 앞에서 논의한 바와 같이 소재는 섬유 성분, 표의 구성 방법, 염색·가공 등을 거쳐 형성된 후 실용성과 표현성에 함께 기여하는 요인으로, 소재의 이러한 다차원성을 확인하기 위해 다른 평가 속성들과의 상관 계수를 피어슨의 적률상관계수로 구해보았다.

<표 4>에 제시된 바와 같이, 소재는 가격을 제외한 모

<표 4> 소재와 다른 평가 기준들과의 상관 관계

평가기준	소재와의 상관계수
섬유 성분	.565**
촉감	.496**
세탁 및 관리의 편리성	.396**
단추 등 부속품의 품질	.363**
바느질 상태	.297**
상표	.274**
등하교용 용도 적합성	.232**
나에게 어울리는 정도	.205**
활동성	.194**
옷이 몸에 잘 맞는 정도	.190**
색상과 무늬	.186**
다른 사람들의 반응	.177**
유행	.136**
의복 스타일	.116*
가격	.061

\* p<0.05 \*\* p<0.01

든 변수와 유의한 상관 관계를 보였으며, 소재의 차원을 형성하는 섬유 성분 및 촉감과 가장 높은 상관 관계를 나타냈다. 그러나 소재를 이루는 요인으로 높은 상관관계를 기대했던 색상과 무늬는 유의하기는 하나 예측했던 바의 높은 상관관계를 나타내지 못했다.

본 연구에서는 5점 척도를 사용하였고 일반적으로 응답자들은 양극단보다는 중앙에 응답하려는 경향이 강하므로, 응답자들이 응답을 선택할 범주가 넓지 않았다는 점을 감안해 볼 때 이러한 결과는 신중하게 해석되어야 하며, 이후 더 세분화된 척도를 사용하여 검증되어야 할 것이다.

### 3. 소재 선호 구조

#### 1) 섬유 성분 선호

가을 학기 등하교용 점퍼나 재킷에 대한 성별 섬유 성분 선호도는 <표 5>에 제시하였다. 일원분산분석 결과 성별에 따른 유의한 차이는 나타나지 않았으며, 남녀 공통으로 천연섬유에 대한 선호가 가장 높았고 화학섬유에 대한 선호가 가장 낮았다. 특히 여학생의 경우 화학섬유에 대해서는 기피하는 경향을 보이고 있는데, 이는 실물 자극이 아닌 언어 자극으로 섬유 성분 선호를 측정함으로써 천연섬유나 화학섬유에 대한 선입견이 선호에 그대로 반영된 결과라고 여겨진다.

그러나 실제 최근 섬유 소비 현황을 살펴보면, 화학섬유의 소비가 지속적으로 증가하고 있고<sup>24)</sup>, 화학섬유의 1인당 소비량은 천연섬유의 거의 2배에 달하고 있으며<sup>25)</sup>, 화학 섬유의 소비 비중 확대는 천연 섬유의 성질을 부과한 신소재 개발로 더욱 가속화되고 있다<sup>26)</sup>. 그러므로 이 결과를 의류 제품 마케팅에 활용해 본다면, 화학섬유로 된 의복을 입으면서도 천연섬유를 선호하는 소비자들을 위해 화학섬유일자라도 천연섬유의 성질을 갖고 있다는 점을 강조하는 홍보 및 광고 전략이 유효할 것으로 기대된다.

<표 5> 섬유 성분 선호

	남(N=160)	여(N=236)	전체(N=396)
천연섬유	4.24	4.19	4.21
화학섬유	3.03	2.92	2.96
혼방섬유	3.52	3.63	3.59

#### 2) 재질감 선호

가을 학기 등하교용 점퍼나 재킷에 대한 재질감 선호도는 <표 6>에 제시하였다. 전체적으로 가장 선호한 재질감은 부드러움이었으며, 가벼움, 보송보송함, 튼튼함에도 높은 선호를 표하였다. 기피하는 재질감은 까칠까칠함, 묵직함, 빳빳함, 부피감, 광택의 순으로 나타났다.

성별에 따라 선호에 차이가 나타난 것은 유연함, 빳빳함, 부피감, 까칠까칠함, 묵직함, 가벼움이었다. 유연함은 남학생이, 가벼움과 신축성이 여학생이 더 선호하였으며, 묵직함과 부피감은 여학생이 더 기피하였고, 빳빳함은 남학생이 더 기피하는 경향을 보였다. 즉, 여학생은 남학생보다 무게감과 부피감에서 가볍고 작은 것을 추구하는 반면 남학생은 여학생보다 빳빳하지 않고 유연한 재질감을 선호하는 것으로 나타났다. 여학생의 선호 · 기피 경향은 현대의 간소화 · 경량화 트렌드로, 남학생이 여학생보다 더 유연함을 선호한다는 결과는 남성의 여성화라는 트렌드로 설명할 수 있겠다.

한편, 재질감의 선호 구조를 파악하기 위해 다차원 척도법으로 다차원 공간을 구해 보았다. 유클리드 거

<표 6> 재질감 선호

	남 (N=160)	여 (N=236)	전체 (N=396)	F
가볍다	4.29	4.41	4.36	3.033*
광택이 있다	2.96	2.88	2.91	0.763
신축성이 있다	3.63	3.76	3.71	2.781*
묵직하다	2.41	2.28	2.33	3.126*
빳빳하다	2.31	2.52	2.43	6.067**
따뜻하다	3.85	3.92	3.89	0.706
보송보송하다	4.14	4.24	4.20	1.629
부드럽다	4.44	4.41	4.42	0.312
부피감이 있다	2.87	2.66	2.74	4.440**
까칠까칠하다	2.16	2.33	2.27	3.256*
유연하다	4.08	3.87	3.95	7.404**
튼튼하다	4.14	4.21	4.18	0.894
촘촘하다	3.85	3.99	3.93	2.535
푹신하다	3.84	3.82	3.83	0.049
매끄럽다	3.69	3.83	3.78	2.432

\* p<0.10 \*\* p<0.05

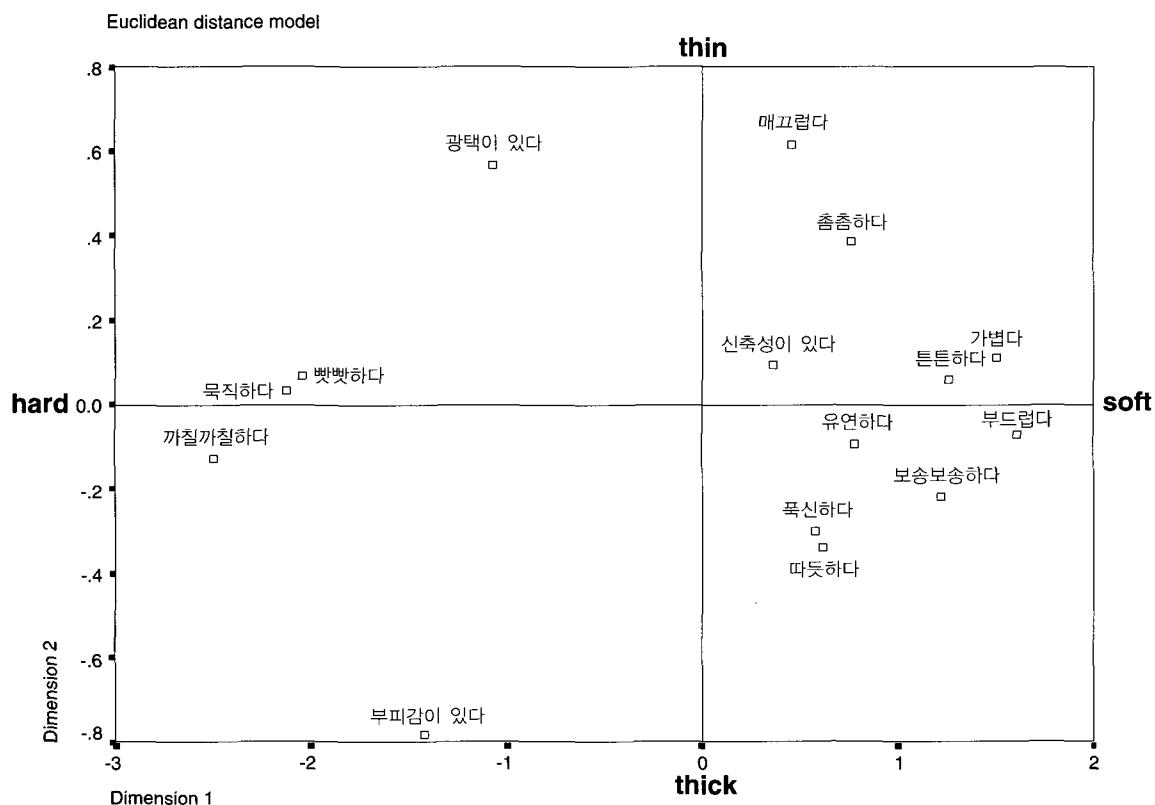
리로 재질감 문항들 사이의 거리를 구했으며 SPSS의 ALSCAL 프로그램에서 유클리드모델을 이용하였다. 해석의 용이성을 위해 2차원을 선택하였는데, 이 때 부적합도 스트레스는 0.087로 보통보다 펜찮은 편이며, 설명변량은 0.977로 높은 편이므로 비교적 좋은 결과 자료라고 할 수 있다.

[그림 1]에서 가까이 있는 대상들일수록 서로 유사하게 지각되고 있다고 할 수 있어서 훌륭한 것은 곧 따뜻한 것이고, 묵직한 것은 빛빠한 것으로 인식되고 있었다. 또한 두 개의 축의 의미는 축의 양 끝에 배열된 대상을 검토하여 명명해야 하는데, 본 결과에서 1차원 축은 '부드러운-거친(soft-hard)'으로, 2차원 축은 '얇은-두꺼운(thin-thick)'으로 해석할 수 있겠다. 이는 선행 연구들<sup>17~21)</sup>에서 제시한 재질감 요인들 중 표면 특성과 중량감 요인에 해당하는 것으로, 재질감 평가에 가장

중요한 기준이 되는 것은 표면 특성과 중량감이며, 표면 특성 중에서는 부드럽고 거친의 감성이, 중량감에서는 얇고 두꺼움의 감성이 재질감 선호도를 좌우한다고 할 수 있겠다. 선호도가 높았던 부드러움, 가벼움, 보송보송함, 튼튼함의 위치를 찾아보면 대학생들의 가을용 점퍼나 재킷의 재질감에 대한 선호는 부드러우면서 너무 얇지도 너무 두껍지도 않은 범위 내에서 형성되고 있었다.

## V. 결 론

의류 제품의 기획에서 소재가 점점 중요한 자리를 차지해 가고 있는 시점에서 본 연구는 의류 제품의 구매와 관련하여 몇 가지 축면에서 소재를 살펴보았다. 우선 소재는 구매 의사 결정 과정의 다른 단계보다 구



[그림 1] 재질감 선호의 다차원 공간

매 후 평가 단계에서 가장 중요하게 인식되었으며, 대안 평가시에도 중요하게 고려되고 있었다. 그러나 '의복 유형별로 구매 의사 결정 단계별 소재의 영향에 차이가 날 수 있을 것'으로, 의복 유형을 한정한 후속 연구의 검증이 필요하다.

의류 제품 평가 기준의 요인은 물리적 속성, 타인 의식, 자기 만족, 적합성으로 추출되었다. 소재는 물리적 속성에 포함되었으며, 소재와 다른 평가 요인의 상관 관계로 소재 개념의 다차원성을 확인할 수 있었으나, 기대했던 바와 차이나는 결과를 얻었으므로 다른 접근 방법으로 소재 개념 구조를 확인할 필요성이 제기된다.

대학생들이 가을학기 등학교용 재킷이나 점퍼로 선호한 섬유 성분은 천연 섬유였다. 다차원 공간에서 재질감의 차원은 '부드러운-거친'과 '얇은-두꺼운'으로 해석되었으며, 선호 재질감들의 위치는 부드러우면서 얇지도 두껍지도 않은 범위에 걸쳐 있었다.

본 연구 결과로부터 천연 섬유와 부드러운 재질감에 대한 선호가 확인되었으므로 업계에서는 이러한 점에 유의하여 제품 개발과 홍보·광고 등 마케팅 전략에 활용할 수 있을 것이다. 또한 소재 개념의 다차원성 및 소재 관련 속성들에 대한 후속 연구들을 통해서는 소재의 물리적 속성과 표현성의 관계 구조를 파악해 볼 수 있을 것이다.

본 연구는 의류 제품의 구매와 소재의 관계를 다각적으로 검토하는 탐색적 성격을 띠는 것으로 연구 설계가 일관된 논리에 따라 체계적으로 이루어지지 못했다는 한계점을 갖는다. 측정 도구의 정교화 측면에서도 후속 연구에서의 보강이 필요하다. 또한 섬유 성분과 재질에 차이가 나는 재킷과 점퍼를 등학교용이라는 용도의 일치성을 이유로 함께 자극물로 제시했다는 문제도 결과 해석이나 후속 연구에서 고려되어야 할 점이다.

의류 산업에서 신소재 개발과 소재 기획의 중요성은 점점 크게 부각되고 있다. 소비자 기호에 부합되는 소재 개발과 기획만이 의류산업을 유지 확장시킬 수 있기 때문이다. 의류 제품 구매와 소재의 관계를 여러 가지로 검토한 본 연구 결과를 계기로 삼아 앞으로 소재가 구매에 미치는 영향을 체계적으로 밝혀 나간다

면, 소재를 개발하고 기획하는데, 그리고 패션 산업내 커뮤니케이션을 원활하게 하는 데 기여할 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

1. 라사라고육개발원 (1993). 어패럴소재기획. 서울: 라사라패션정보.
2. 김은애 외 7인 (2000). 패션소재기획과 정보. 서울: 교문사.
3. 안춘순 외 5인 (2001). 한국과 미국의 여성 정장용 소재에 대한 한·미 소비자 선호도 비교연구. *한국의류학회지*, 25(2), 217-227.
4. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. TX: Dryden Press.
5. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. NJ: Prentice Hall.
6. Solomon, M. R. (1994). *Consumer Behavior*. MS: Allyn and Bacon.
7. 임종원·김재일·홍성태·이유재 (1994). 소비자행동론. 서울: 경문사.
8. 홍병숙 (1998). 패션상품과 소비자행동. 서울: 수학사.
9. 임종원 (1988). 현대마아케팅원론. 서울: 법문사.
10. 김미영 (1989). 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
11. Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a Model of the In-Store Purchase Decision Process: Consumer Use of Criteria for Evaluating Women's Apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
12. 이영선 (1997). 의복구매시의 정보처리와 평가과정. *한국의류학회지*, 21(8), 1323-1333.
13. 오현정 (1997). 의복품질의 개념구조와 평가경로. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
14. 웹스터 사전 홈페이지: [www.webster.com](http://www.webster.com).
15. Forsythe, S. M., & Thomas, J. B. (1989). Natural, Synthetic and Blended Fiber Contents: An Investigation of Consumer Preferences and Perception. *Clothing & Textiles Research Journal*, 7(3), 60-64.

16. 이은영 (1993). 복식의장학. 서울: 교문사.
17. 홍경희 외 5인 (1994). 여성복 춘추복지의 태에 관한 연구 (제1보)－태의 주관적 평가척도 개발을 중심으로－. 한국의류학회지, 18(3), 327－338.
18. 신혜원 · 이정순 (1999). 인조피혁의 촉감 및 선호도－주관적 평가－. 한국의류학회지, 23(4), 541－550.
19. 김춘정 · 나영주 (1999). 견직물의 태와 감성 차원의 이미지 스케일에 관한 연구－넥타이용 직물을 중심으로－. 한국의류학회지, 23(6), 898－908.
20. 김경애 · 이미식 · 김정희 (1999). 셀룰라아제 처리된 데님 직물의 태에 관한 연구(제1보)－주관적인 태 평가를 위한 척도 개발－. 한국의류학회지, 23(8), 1139－1148.
21. 박성혜 · 유효선 (1999). 마직물의 태에 관한 연구－주관적 평가척도 개발과 선호도를 중심으로－. 한국의류학회지, 23(8), 1194－1205.
22. 이은영 (1997). 패션마케팅. 서울: 교문사.
23. 최미영 (1997). 의류제품의 품질평가에 있어서 가격단서의 영향. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
24. 한국섬유산업연합회 (2000). 한국섬유산업통계월보, 14(12).
25. 한국섬유산업연합회 (2000). 한국섬유산업의 물동분석, 2000－10.
26. “합성섬유인가? 천연섬유인가?”. 패션인사이트, 2000년 2월 21일자.