The Research Journal of the Costume Culture
Vol. 21, No. 3 pp.413~430, June 2013

pISSN: 1226-0401 eISSN: 1266-0401
http://dx.doi.org/10.7741/rjcc.2013.21.3.413

# Construct validity and criterion-related validity of consumption value in preschooler clothing

**Joo Yun Lee and Young Ju Rhee†**

Dept. of Clothing, Sungshin Women's University, Korea

# 유아복 소비가치 척도에 대한 구성타당성과 기준관련 타당성 연구

이 주 연 · 이 영 주†

성신여자대학교 의류학과

## Abstract

Despite the recent sharp growth in the baby product market, previous studies on preschooler clothing have centered primarily on surveys regarding body size and consumer buying behavior, with little emphasis given to consumption value in preschooler clothing. This study aimed to assess the feasibility of using standards of consumption value to examine the behavior of those who buy preschooler clothing. The research subjects were mothers of preschoolers aged 1 to 6 years. They were asked to complete a questionnaire online at major parenting blogs found on portal sites (n=346). The questionnaire contained 41 questions based on a literature review, and 25 questions having convergent and discriminant validity were analyzed. By conducting a regression analysis of standards of consumption value in preschooler clothing and their perceived value, the feasibility of the standards was assessed. The results showed that consumption value in preschooler clothing was associated with 21 questions and 8 factors. The factors measuring consumption value included vicarious satisfaction, social value, functional value, convenience, financial value, aesthetic value, uniqueness, and circumstantial value. This study is significant in that it expands the scope of research on preschooler clothing, lays the groundwork for measuring consumption value in preschooler clothing, and predicts consumer behaviors by identifying the consumption value among mothers of preschoolers.

*Keywords: consumption value(소비가치), preschooler clothing(유아복), confirmatory factor analysis(신뢰도 분석), measurement validation(척도 검증)*

## I. Introduction

최근에 지속되고 있는 경제 불황과 저출산으로 인해 유아용품 시장이 축소될 것이라는 우려가 있었다(Go, 2013). 특히 우리나라는 OECD 회원국들 중 저출산국에 해당되며, 2005년과 2009년에 '초저출산국'으로 조사될 만큼 출산율이 줄고 있는 실정이

Received 14 May 2013, revised 13 June 2013, accepted 17 June 2013.
† Corresponding author (yrhee@sungshin.ac.kr)
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

다(Yu, 2013). 그러나 이러한 우려와는 달리 유아용품시장은 갈수록 규모가 커지고 있다. 한국경제에 따르면 국내 유아복시장의 규모는 2009년 5,300억원 규모에서 2011년 7,000억원 규모로 성장하고 있는 것으로 조사되었으며, 조선일보에서는 롯데백화점 유아동복 매출신장률이 점차 증가하고 있다고 보고하였다(Kim, 2012; Oh, 2011). 이러한 현상은 산모의 평균 출산 연령이 31.4세로 증가하였고, 출산율은 2년 연속 소폭 증가한 반면에 둘째 아이의 출산은 감소한 것으로 조사된 2012년 8월에 발표된 통계청의 인구동향조사를 보면 알 수 있다(2008~2011 Population Census, 2012). 즉, 이전 세대의 부모보다 연령이 높아짐과 동시에 경제력을 더 갖추게 된 현재의 부모들은 상대적으로 여유로운 소비가 가능해졌으며, 그에 따라 하나 혹은 둘 뿐인 자녀에 대한 관심과 투자 또한 날이 갈수록 증가하면서 자녀에 관련된 모든 소비지출 또한 아끼지 않기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 이러한 현상들을 살펴보았을 때 현재의 부모들은 자녀의 유아복 구매에 있어서 욕구 또한 다양화 되고 세분화 되고 있는 것을 알 수 있으며, 구매자들의 유아복 구매행동의 변화는 유아복 구매자들의 소비가치의 변화 때문이라 추측해 볼 수 있다.

기존 의복의 소비가치에 관한 Lim and Kim(2001)의 연구에서 의복의 소비가치는 의복가치의 구체적인 유형을 밝힐 수 있으며, 실제적인 의복구매행동을 설명할 수 있는 중요한 요소라 하였다. 의복가치에 관한 선행연구들은 Kim(1999), Jung and Choi (2008), Im and Han(2008), Kim and Shin(2011), Im (2010)의 연구와 같이 대부분 성인 남녀의 의복가치를 중심으로 진행이 되어왔다. 그러나 유아복에 대한 소비가치 연구는 유아복 구매시 의복추구혜택과 소비가치에 따라 소비자 집단을 세분화하여 집단별 유아복 구매 시 평가기준과 정보원 활용의 차이, 유아복 구매행동의 차이를 분석한 Lee(2010)의 연구와 유아복 구매비에 따른 유아복 구매자의 의복에 대한 가치관, 라이프스타일 및 구매실태에 대한 Shin, Ha, Rhee, Kim, and Kim (2005) 연구 정도로 미비한 실정이다. 또한 선행연구에서 사용된 소비가치는 구매자 본인의 의복가치로 유아복의 특성을 간과하고 있다. 유아복의 경우, 실소비자와 실구매자가 다르다라는 점에서 기존에 성인을 중심으로 구성한 의복소비가치를 그대로 유아복에 적용할 수 없다라고 판단된다. 특히 유아복 소비가치는 다양한 시장세분화의 지표가 됨에도 불구하고 이에 대한 척도가 없는 실정이다. 이에 Lee and Lee (2012)는 유아복 소비가치의 구성요인을 확인하기 위하여 만 1세에서 만 6세의 유아를 자녀로 둔 어머니들을 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 연구결과, 대리만족적 가치추구, 사회적 과시/이미지 가치추구, 안전성 가치추구, 편리성 가치추구, 경제적 가치추구, 차별적 가치추구, 상황적 가치추구, 표현적 심미 가치추구, 유행 가치추구와 같은 9가지 유아복 소비가치가 도출되었지만, 이를 일반화 하기에는 부족한 실정이다.

유아복 소비가치에 대해 구체적으로 측정한 실증 연구는 이루어진 바가 없었으며, 이에 적합한 도구 역시 없는 실정이므로 이에 관련한 구체적인 연구가 필요하다. 따라서 본 연구는 유아기 자녀를 둔 어머니들의 유아복 소비가치에 대해 질적연구를 수행한 Lee and Lee(2012)의 연구를 바탕으로 측정도구를 구성하고, 구성요인에 대한 구성 타당성과 신뢰성 및 기준관련타당성을 정량적으로 분석하고자 한다. 연구결과 제시된 유아복 소비가치 척도는 향후 이를 이용한 유아복 시장세분화 연구 및 유아복 소비자행동연구에 유용하게 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 유아를 자녀로 둔 어머니의 유아복 소비가치에 대해 살펴봄으로써 유아복 관한 연구의 지평을 확대시키는데 의의를 가진다. 또한 연구를 통해 유아복 소비가치에 대한 내용이 더욱 풍부해질 수 있으며, 유아복 관련기업에서 유아복 소비가치를 중심으로 시장세분화를 가능하게 하고, 이를 통한 마케팅 전략 수립에 유용하게 활용될 수 있는 기초자료를 제공할 수 있을 것이다.

## II. Background

### 1. Consumption value

Rokeach(1973)는 가치란 동기의 한 요소로서 삶의 지침이라고 하였으며, Holbrook(1999)은 소비자의 가치는 상대적이고 상호적인 선호경험이라고 정

의하였다. Paik and Lee(2000)는 시장을 선택하는데 있어 소비자들이 가장 큰 영향을 받는 것이 소비가치라 하였으며, 이는 개인의 제품에 대한 인지과정과 구매행동에 강력하고 포괄적인 영향을 미치는 것이라 하였다. Choi(2009)는 일반적으로 개인의 가치와 소비자가 제품을 구매한 후 평가하는데 사용하는 기준 사이를 연결하기 위한 것이 소비가치라 설명하였다. 즉, 소비자의 소비가치는 인간의 소비행동 및 소비선택 전반에 지속적으로 영향을 미치는 근본적인 동기이자 판단의 기준이 되는 개인적인 신념으로, 궁극적으로 소비활동을 통해 소비자가 이루고자 하는 목표라고 정의할 수 있겠다. 이에 경제학, 소비심리학, 임상심리학, 마케팅, 사회심리학 등 여러 학문 분야에서 소비가치의 중요성이 인식되어 연구되어 왔다.

Sheth, Newman, and Gross(1991)는 소비자의 선택행동에 영향을 미치는 소비가치를 경제학, 마케팅, 사회학, 소비자행동 등 다양한 학문분야의 이론들을 활용하여 소비가치 이론을 설명하였다. 이들은 소비가치가 특정제품의 구매선택, 제품유형 및 브랜드선택에 영향을 주는 중요한 요인이라고 강조하면서, 소비가치를 기능적 가치, 인식적 가치, 상황적 가치, 사회적 가치, 정서적 가치의 5가지 유형으로 분류하였다. 이러한 Sheth et al.(1991)의 소비가치 이론은 소비자의 소비행동에 대한 일반적인 이해와 함께 어떠한 동기로 소비자가 구체적인 선택을 결정하게 되는지를 이해하고 예측하는데 큰 기여를 하였다. 또한 소비자의 구체적인 브랜드 혹은 제품의 선택과 구매에 적용될 수 있는 가치측정도구라는 점에서 그 의미를 찾을 수 있겠다(Oh, 2006).

소비가치와 관련된 선행연구를 살펴보면 리조트의 소비가치를 상황적 가치, 사회/위신적 가치, 진귀적 가치, 기능적 가치, 감정적 가치로 분류한 Kwon, Kim and Yoon(2012)의 연구, 스마트폰의 소비가치를 쾌락적 소비가치와 차별화 상징 소비가치로 분류한 Han(2011)의 연구, 건강기능식품에 대한 소비가치를 집단에 따라 사회적 가치 Ⅰ, Ⅱ, Ⅲ와 기능적 소비가치, 감정적 소비가치, 인식적 소비가치, 상황적 소비가치로 분류한 Cha and Kim(2008)의 연구, 서울시 대학생의 소비가치를 물질중시, 체면중시, 쾌락중시, 가족중시로 분류한 Cho and Lee (2006)의 연구, 미용소비자들의 소비가치를 진귀적 가치와 기능적 가치, 주관적 가치를 분류한 Park and Park(2008)의 연구 등이 있다.

선행연구들을 살펴보았을 때 소비자가 소비하고자 하는 제품에 따라 소비자의 소비가치가 다르게 나타나는 것을 알 수 있으며, 이는 의복에 있어서 소비자의 소비가치 또한 다를 수 있음을 시사한다.

### 2. Clothing consumption value

의복은 문화적 상징성을 가지는 제품이며, 마케팅 전략 수립에 있어 가치개념을 보다 효과적으로 이용할 수 있다고 하여 의복에서 제품에 대한 가치의 중요성을 인정받은 바 있다(Lee, An, & Ha, 2006). 이에 의류학 분야에서 의류제품과 관련된 가치의 측정도구로 의복소비가치라는 개념이 제시되었으며, 학계와 업계에서 소비자의 소비가치를 분류하고 의미 있는 차원을 발견하는데 많은 관심을 가져왔다. 또한 그것을 측정할 수 있는 척도 개발을 위해 많은 노력을 기울여 왔다. 의복가치란 소비자가 의복을 구매하거나 착용할 때 중요하다고 생각하는 관점으로 개인의 의복선택과 착용방향을 결정하는 것이며(Shin et al., 2005), 특히 소비자 측면에서 가치관은 소비자의 기본적인 욕구와 제품에 대한 인지적 표현으로 구매행동에 커다란 영향력을 미치고 있다(Han & Chung, 2000; Kim, Forsythe, Gu, & Moon, 2002).

국내에서 최초로 의복소비가치 구조에 관해서 연구한 Kim(1999)은 이론적 고찰을 바탕으로 초점집단면접에서 추출된 문항을 가지고 수정 보완하여 의복소비가치 문항을 구성하였다. 서울시내 6개 대학에 재학 중인 대학생을 대상으로 설문을 실시한 결과, 의복소비가치는 유행성, 심리적, 외모 매력성, 기능적, 상황적, 진귀적, 사회성 요인들로 구성되어 있음을 밝혀내었다. 남자 대학생의 의복소비가치는 외모 매력성 가치, 기능적 가치, 심리적 가치, 유행성 가치, 진귀적 가치, 상황적 사회 가치 순으로 구성되어 있는 것으로 나타났으며, 여자 대학생의 경우 외모 매력성 가치, 기능적 가치, 심리적 가치, 상황적 가치, 사회적 가치, 진귀적 가치, 유행성 가치 순으로 구성되어 있다고 하였다.

자기애 성향과 의복소비가치에 관해 연구한 Kim (2008)은 Kim(1999)의 연구를 바탕으로 의복소비가치 문항을 구성하였으며, 여자 대학생의 의복소비가치 요인분석결과, 외모 매력성, 유행성, 심리성, 기능성, 사회성, 개성적, 상황적의 7개 요인으로 구성되어 있는 것으로 나타나, Kim(1999)의 연구결과와 일치하였다. Paik and Lee(2000)의 남녀 청소년의 의복소비가치에 대한 연구에서는 청소년의 의복소비가치가 유행적 가치, 유용성 가치, 정서적 가치, 기능적 가치, 탐색적 가치, 심리적 가치의 6개 요인으로 분류되었다.

소비자의 가치체계가 추구 의복 이미지와 의복소비가치에 미치는 영향에 대한 Lim(2007)의 연구에서 의복소비가치는 유행성, 기능성, 심리적/만족감, 사회적/상징성, 상황적합성, 개성표현, 외모/매력성 가치의 7개 요인으로 분류되었다. 여성소비자의 가치체계를 내적 지향성, 즐거움/지향성, 대인지향성, 안정지향성 가치로 분류하고, 의복소비가치에 미치는 영향을 알아본 결과, 내적 지향성은 기능성과 심리적 가치에 정적인 영향을 미쳤으며, 즐거움과 대인지향성은 기능성가치를 제외한 모든 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 안전지향성은 기능성가치에 대해 정적인 영향이 있음을 밝혀내었다.

Rha(2004)의 직장여성의 의복소비가치에 따른 패션 트렌드 선호경향에 관한 연구에서 의복소비가치를 구성하는 요인은 브랜드 이미지 가치, 자기 표현성 가치, 기능적 가치, 코디성 가치, 사회적 가치, 심리적 가치의 7개 요인으로 분류되었다. 연구에서는 7개의 요인으로 소비자를 유형화한 결과, 자기표현성 추구집단, 심리적 안정추구집단, 기능적 추구집단, 사회적 추구집단으로 분류하여 소비자의 특성을 살펴보았다. Moon and Choo(2008)의 의복소비가치가 양면적 의복소비행동에 미치는 영향에 대한 연구에서 의복소비가치를 구성하는 요인으로 표현적 가치, 진귀적 가치, 기능적 가치, 사회적 가치, 유행적 가치가 추출되었다. 연구결과, 표현적, 기능적, 사회적 가치가 양면적 의복소비행동에 유의한 예측력을 가지는 것으로 나타났다. 의복소비가치가 인터넷 의류쇼핑몰의 서비스품질 평가에 미

〈Table 1〉 Preliminary study on the clothing consumption value measurement

| Researchers | Scale | Subjects | Factors |
|---|---|---|---|
| Kim(1999) | Kim(1999) | Female, male university students. | Fashionable value, psychological value, appearance attractiveness value, functional value, situational value, rarity value, social value |
| Kim(2008) | Kim(1999) | Female university students. | Appearance attractiveness value, fashionable value, psychological value, functional value, social value, individuality, situational value |
| Paik and Lee(2000) | Paik and Lee(2000) | Female, male middle/high school students. | Fashionable value, usefulness value, emotional value, functional value, exploratory value, psychological value |
| Lim(2007) | Kim(1999) researchers modified | Female between the ages of 20 and 59. | Fashionable value, functional value, psychological/ satisfaction value, social/ symbolism value, situation compatibility value, personality expression value, appearance/attractiveness value |
| Rha(2004) | Yu(1995), Kim(1999), Rhee(2000) researchers modified | The office women between the ages of early 20s and late 30s. | Brand image value, self-expressiveness value, functional value, coordination value, social value, psychological value |
| Moon and Choo(2008) | Sheth, Newman and Gross(1991), Kim(1999) researchers modified | Female between the 20s and 30s. | Expressive value, rarity value, functional value, social value, fashionable value |
| Ryou(2002) | Kim(1999), Paik and Lee(2000) researchers modified | Female between the 20s and 30s. | Fashionable value, social value, functional value, individuality value, emotional value |

치는 영향에 관한 Ryou(2002)의 연구에서 유행성 가치, 사회적 가치, 기능적 가치, 개성추구 가치, 감정적 가치가 의복소비가치를 구성하는 요인으로 나타났다. 또한 의복소비가치는 인터넷 의류쇼핑몰의 서비스품질 평가에 직접적으로 영향을 미친다는 것을 밝혀내었다. 이상 선행연구들에서 사용되어진 의복소비가치 척도를 요약하면 〈Table 1〉과 같다.

유아복 소비가치에 관한 연구로는 Shin et al.(2005)의 유아복 구매비에 따른 의복가치관과 라이프스타일에 관한 연구가 있으나, 연구에서 나타난 심미적 가치관, 경제적 가치관, 사회적 가치관의 요인들은 유아복에 대한 가치가 아닌 어머니의 의복가치이다. 또한 Lee(2010)의 소비자가치, 쇼핑성향, 추구혜택의 집단 별 유아복 구매특성에 관한 연구에서 소비가치로 안정된 성취추구, 생활추구, 즐거움 추구의 3가지 가치차원을 도출했으나, 이 역시 유아복의 가치가 아닌 유아복 구매자인 어머니의 일반적인 가치로 유아복 구매자들의 유아복 가치에 대한 선행연구가 미흡한 상태이다.

Lee and Lee(2012)는 유아를 자녀로 둔 여성의 유아복 소비가치에 관한 질적 연구를 수행하였으며, 심층 면접 자료를 분석한 연구결과, 유아를 자녀로 둔 어머니의 유아복 소비가치를 9개의 요인으로 도출하였다. 기존 의복소비가치 선행연구 결과와 유사한 '경제적 가치추구', '차별적 가치추구', '상황적 가치추구', '표현적 심미 가치추구', '유행 가치추구' 요인 외에 유아복 구매에 있어 어머니들의 심리적 만족감을 중시하는 것으로 나타난 '대리만족적 가치추구'와 자녀에 대한 타인의 평가에 신경을 쓰며 자녀들을 표현함에 있어서 의복, 액세서리를 통하여 외모를 관리하는 것으로 나타나, 연구자가 명명한 '사회적 과시/이미지 가치추구', 유아복 착용시 자녀의 편안함, 소재 및 디자인의 안전성 등을 유아복 소비 가치에 있어 중시하는 '안전성 가치추구', 유아복 관리 용이성과 자녀의 유아복 탈착용시의 편리성을 중시하는 '편리성 가치추구'가 도출되었다. 그러나 이를 일반화하기에는 실증적으로 검증이 되지 않았으며, 유아복 소비가치에 대한 정성적 연구만이 이루어진 상태로 구체적으로 측정한 실증 연구는 이루어진 바가 없는 상황이다. 따라서 유아복 소비가치를 측정할 적합한 도구 역시 없는 실정이므로 이에 관련한 연구가 시급하다고 보여진다.

## III. Methods

### 1. Research methods

본 연구는 유아기 자녀를 둔 어머니의 유아복 소비가치를 측정하기 위하여 질적연구를 수행한 Lee and Lee(2012)의 연구내용과 선행연구들의 척도를 종합하여 분석 및 정리하였다. 유아복 소비가치 척도 개발을 위해 뽑힌 가치에 대해서는 조작화를 통해 여러 설문 문항을 작성하였다. 작성된 설문 도구는 신뢰성 검증과 타당성 검증을 통해 설문 도구로서의 적절성을 검토하였다.

이를 위해 유아기 어머니를 대상으로 설문조사

〈Table 2〉 Preschooler clothing consumption value items source

| PCCV | Source |
|---|---|
| Vicarious satisfaction value | Kim(1999), Lim(2007), Moon and Choo(2008), Lee and Lee(2012) modified by author |
| Social value | Park and Lee(2003), Ryou(2002), Rha(2004), Kim(1999), Lee and Lee(2012) modified by author |
| Functional value | Kim(1999), Lee and Lee(2012), Kim(2008) modified by author |
| Safety value | Lee and Lee(2012) |
| Convenient value | Kim(1999), Moon and Choo(2008), Lee and Lee(2012) modified by author |
| Economic value | Park and Lee(2003), Lee and Lee(2012) modified by author |
| Aesthetic value | Moon and Choo(2008), Rha(2004) modified by Author |
| Distinctive value | Moon and Choo(2008), Kim(2008) modified by author |
| Situational value | Kim(2008), Lim(2007), Moon and Choo(2008) modified by author |
| Fashionable value | Lim(2007), Moon and Choo(2008), Lee and Lee(2012) modified by author |

를 실시하여 요인분석을 실시하고, 신뢰도를 알아보았다. 또한 개발된 척도의 기준관련 타당도를 검증하기 위해 밀접하게 관련이 있을 것이라 판단되는 어머니의 전반적 유아복 가치 정도와의 상관관계를 살펴보았다. 각 가치영역별로 척도 제작에 이론적 틀을 제공한 연구들을 제시하면 〈Table 2〉와 같다.

### 2. Measurement tool and conceptual definition

본 연구를 위하여 질문지법을 사용하였으며, 설문지는 의복소비가치와 관련된 문헌들을 조사하여 얻은 자료와 Lee and Lee(2012)의 인터뷰를 통해 얻어진 내용을 토대로 총 59문항을 제작하였다.

내용 타당도를 검증하기 위해 3명의 의류학 전공자와 1명의 보조연구자의 검토를 거쳐 대리만족적 가치(VIV)는 5개 문항, 사회적 가치(SOV)는 5개 문항, 기능성 가치(FUV)는 4개 문항, 안전성 가치(SAV)는 3개 문항, 편리성 가치(COV)는 4개 문항, 경제적 가치(ECV)는 4개 문항, 표현적 심미 가치(ASV)는 4개 문항, 차별적 가치(DIV)는 5개 문항, 상황적 가치(SIV)는 3개 문항, 유행적 가치(FAV)는 4개 문항으로 총 41문항의 유아복 소비가치 척도가 구성되었다. 각 문항에 대해서 5점 리커트 척도(1점: 전혀 아니다; 5점: 매우 그렇다)로 체크를 하게 하였다. 본 설문에 앞서 유아를 자녀로 둔 어머니들 10명에게 예비 설문을 돌려 문항의 어휘나 이해가 어려운 문항들을 수정하였다. 이후 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 통해 설문지의 구성 타당도를 검증하였다. 인구통계적 변인으로는 연령, 자녀의 수, 자녀의 출생년월, 직업, 배우자의 직업, 최종학력, 유아복 구매횟수, 유아복 구입처, 거주지 등을 조사하였다. 본 연구에서 사용된 용어들의 개념적 정의를 살펴보면 다음과 같다.

- 유아복 소비가치: “어떤 유아복을 구매할 것인가 아닌가 또는 자녀에게 입힐 것인가 아닌가를 선택할 때 중요하게 생각하는 것으로, 특정 영역 가치 중에서 의복소비와 관련된 가치를 의미”(Kim, 1999, p. 54).
- 대리만족적 가치: “자녀와 자신을 동일시하며 이루지 못했던 자신의 욕구를 자녀의 의복을 구입하고 입힘으로써 얼마만큼 충족되는지에 대한 느낌과 감정에 의존하는 가치를 의미”(Lee & Lee, 2012, p. 1105).
- 사회적 가치: “타인의 시선에 관심을 가지는 가치를 의미”(Kim, 1999, p. 70).
- 기능성 가치: “유아복의 디자인 및 섬유의 기능적 성능에 관심을 가지는 가치를 의미”(Kim, 2008, p. 67).
- 안전성 가치: “유아복 안전에 관련한 제품의 물리적 성능 및 디자인에 관심을 가지는 가치를 의미”(Lee & Lee, 2012, p. 1106).
- 편리성 가치: “유아복의 착용 및 관리에 관한 제품의 편리성에 관심을 가지는 가치를 의미” (Lee & Lee, 2012, p. 1107).
- 경제적 가치: “유아복 구입시 경제성에 관심을 가지는 가치를 의미”(Shin et al., 2005, p. 117).
- 표현 심미적 가치: “유아복 구입시 아이의 외모와 이미지가 의복과 얼마만큼 잘 조화되는지에 대한 가치를 의미” (Shin et al., 2005, p. 117).
- 차별적 가치: “유아복을 통해 유아의 개성이나 특성을 표현하고 나타내기 위한 가치를 의미” (Kim, 2008, p. 67).
- 상황적 가치: “유아복 구입 시 때, 장소, 상황에 의존하는 가치를 의미”(Kim, 2008, p. 67).
- 유행적 가치: “유아복 구입시 유행에 관심을 가지는 가치를 의미”(Kim, 1999, p. 67).

### 3. Research subjects

본 조사는 만 1세부터 만 6세의 취학 전 자녀를 키우는 어머니들을 대상으로 실시하였다. 이에 국내 대표 포털 사이트에서 가족/육아 관련 카테고리에서 대표카페로 선정되어 있으며, 최대(2012년 12월 1일자 기준 1,885,323명) 회원을 보유한 “M”카페에서 온라인으로 설문이 진행되었다. 설문의 응답률을 높이고자 400부 이상의 설문이 수거되었을 때 추첨을 통해 1위 1명에게 20만원, 2위 2명에게 10만원, 3위 4명에게 5만원권 상당의 기프트카드를 사례한다고 공지하였으며, 400부 이상 설문지가 수거되었을 때 추첨을 통하여 추첨자 명단을 카페에 공지 및 7명에게 개별 연락하여 지급하였다.

본 연구에서 사용된 설문지는 국제적으로 많이 활용되고 있는 웹설문지 제작회사에서 제작하였으며, 제작된 설문지의 인터넷 주소(URL)를 해당 카

페에 게시하여 자발적으로 조사에 참여하는 응답자만을 대상으로 자료를 수집하였다. 또한, 본 연구에서는 온라인 설문을 실시함에 있어 몇 가지의 응답조건을 설정하였다. 첫째, 설문 페이지는 각각의 구성요인별로 작성하였으며, 모든 문항의 순서를 무작위화 하였다. 둘째, 해당 페이지에서 설문을 완료하지 못하면 다음 페이지로 이동할 수 없도록 설정하였으며, 설문에 대한 응답을 원하지 않는 응답자는 '설문종료'를 클릭하면 설문이 종료될 수 있도록 설정하여 불성실한 응답을 최소화하였다. 셋째, 한 명의 응답자가 중복적으로 응답하는 것을 방지하기 위해 1개의 IP 주소당 1번만 응답할 수 있도록 IP 주소를 통제하였다.

〈Table 3〉 Demographics distribution

| Variables | Categories | Frequency | Percent |
|---|---|---|---|
| District | Gyeonggi-do | 114 | 32.9 |
| | Seoul | 108 | 31.2 |
| | Jeju-do | 30 | 8.7 |
| | Gyeongsang-do | 19 | 5.5 |
| | Inchon | 17 | 4.9 |
| | Pusan | 13 | 3.8 |
| | Daegu | 11 | 3.2 |
| | Gangwon-do | 8 | 2.3 |
| | Gwangju | 6 | 1.7 |
| | Jeolla-do | 6 | 1.7 |
| | Chungcheong-do | 6 | 1.7 |
| | Daejeon | 5 | 1.4 |
| | Ulsan | 3 | .9 |
| Gender | Female | 346 | 100.0 |
| Income | 100-199 | 22 | 6.4 |
| | 200-299 | 77 | 22.3 |
| | 300-399 | 85 | 24.6 |
| | 400-499 | 56 | 16.2 |
| | 500-599 | 34 | 9.8 |
| | 600-699 | 27 | 7.8 |
| | 700-799 | 17 | 4.9 |
| | 800-899 | 11 | 3.2 |
| | 900-999 | 4 | 1.2 |
| | 1,000< | 13 | 3.8 |
| Age group | Twenties | 44 | 12.7 |
| | Thirties | 288 | 83.2 |
| | Over fourties | 14 | 4.0 |
| Education | Below middle school | 3 | .9 |
| | High school | 47 | 13.6 |
| | College | 76 | 22.0 |
| | Bachelor | 158 | 45.7 |
| | Master | 55 | 15.9 |
| | Doctorate | 7 | 2.0 |
| Job | Housewife | 224 | 64.7 |
| | Expert engineer | 45 | 13.0 |
| | Office worker | 39 | 11.3 |
| | etc | 19 | 5.5 |
| | Independent business | 8 | 2.3 |
| | Sales/service | 7 | 2.0 |
| | Management | 2 | .6 |
| | Manufacture | 2 | .6 |
| Spouse's job | Office worker | 145 | 41.9 |
| | Expert engineer | 67 | 19.4 |
| | Manufacture | 35 | 10.1 |
| | Independent business | 34 | 9.8 |
| | etc | 27 | 7.8 |
| | Sales/service | 17 | 4.9 |
| | Management | 13 | 3.8 |
| | Houswife | 5 | 1.4 |
| | Agriculture/fishery/livestock | 3 | .9 |

N=346

자료수집은 2012년 11월 19일부터 12월 30일까지 진행하였다. 수거된 설문은 총 478부였으나, 유아를 자녀로 두지 않았거나 온라인 설문지를 완성하지 못한 응답지 132부를 제거하여, 총 346부의 유효표본이 최종분석에 이용되었다.

응답자들의 인구통계학적 특성은 〈Table 3〉과 같다.

### 4. Analytical methods

타당성은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정했는가를 의미하는 것으로, 정량적 연구

에서는 일반적으로 내용타당성과 구성타당성, 기준관련 타당성으로 구분된다. 여기서 내용타당성은 측정도구를 구성하고 있는 항목들이 측정하고자 하는 개념을 대표하고 있는 정도를 의미하는 것으로 본 연구의 유아복 소비가치는 Lee and Lee(2012)에서 제시한 내용을 토대로 작성되었기 때문에 내용타당성은 충분한 것으로 가정할 수 있다. 또한 본 연구에서는 이러한 측정항목이 정량적 연구에서 활용되어질 수 있는 적용성을 확보하고자 구성타당성과 기준관련 타당성을 평가하고자 하였다.

한편, 구성타당성은 측정도구가 연구하고자 하는 구성개념을 측정하였는지의 여부를 검증하는 방법이다. 이러한 구성타당성은 기존 선행연구의 이론적 틀에 입각하여 측정하고자 하는 개념들 간의 이론적 관계가 성립되는 지의 여부를 평가하여 해당 개념의 추측 타당성을 평가하는 방법을 취하게 된다. 구성타당성의 평가방법으로는 수렴타당성, 판별타당성으로 구분되며, 탐색적 요인분석 및 확인적 요인분석, 상관분석 등의 다양한 방법을 사용하여 평가할 수 있다. 본 연구에서는 유아복 소비가치 척도에 대해 최초 탐색적 요인분석(EFA: exploratory factor analysis)을 실시하여 측정항목을 1차적으로 정제하고, 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하여 2차적으로 측정항목을 정제했다. 또한 정제된 항목들을 토대로 CFA를 실시하여 수렴타당성을 평가하였으며, 표준화 요인부하량 0.5 이상의 기준과 Fornell and Larcker(1981)가 제안한 AVE 0.5 이상 CCR 0.7 이상의 기준을 토대로 수렴타당성을 평가하였다. 그리고 상관분석 결과, 도출되는 상관계수의 제곱값과 AVE값을 비교하여 AVE가 높을 경우 판별타당성이 있는 것으로 평가하였다.

그리고 본 연구에서는 유아복 소비가치에 대한 구성요인들이 유아복 소비자들의 가치를 예측함에 있어 얼마나 타당한지를 알아보기 위해 4개 항목으로 구성된 지각된 가치(perceived value)와의 다중회귀분석을 실시하여 기준관련 타당성을 평가하였다. 기준관련 타당성은 크게 예측 기준관련 타당성(predictive criterion-related validity)과 동시적 기준관련 타당성(concurrent criterion-related validity)의 두 가지 방법이 있는데, 본 연구에서는 시차를 두고 응답자들에게 재측정을 하기 위해 응답자의 개인정보를 수집하는 것은 법률적인 문제로 불가능한 상황이기 때문에 동일 시점에서 예측변수에 대한 측정을 동시에 실시하는 동시적 기준관련 타당성을 평가하였다.

통계 패키지 PASW 18.0과 AMOS 18.0을 활용하여 통계분석을 실시하였으며, 구성타당성과 기준관련 타당성을 모두 충족하는 항목들을 토대로 최적의 요인구조를 산출하였다. 최종 선정된 항목들의 각 요인별 문항들의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha$ 계수를 산출하여 확인하였다.

## IV. Result and Discussion

### 1. Refined items of PCCVS

본 연구에서는 유아복 소비가치를 측정함에 있어 항목의 정제를 목적으로 탐색적 요인분석(EFA: exploratory factor analysis)을 실시했다. 고유값을 기초로 요인을 추출하는 주성분분석으로 요인을 추출하였으며, 사회과학에서 널리 활용되고 있는 배리맥스 직각회전법을 사용하여 요인을 회전하였다. 최초 실시한 EFA 결과에서 3개 항목(COV4, ECV1, SAV3)이 내용상 관련 없는 항목에 적재되어 이를 제거하고 EFA를 재실시하였다. 그 결과, 총분산 설명력이 72.6%로 최초 실시한 EFA 결과에서의 총분산 설명력(69.9%)보다 정보의 손실이 적은 것으로 나타나, 항목의 제거는 타당한 것으로 판단되었다. 또한 표본 적합도를 판단하는 KMO는 0.834로 나타났으며, 요인분석을 위한 측정항목 간의 상관행렬에 대한 단위행렬 여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검정 결과, Approx. $\chi^2$=8,859.756($df$=703, $p$=.000)으로 측정항목 간의 상관행렬은 단위행렬과 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타나, 수집된 데이터와 측정항목은 요인분석을 수행하기에 적합한 것으로 나타났다. 〈Table 4〉에서 보여지는 것처럼, 3개 항목을 제외한 유아복 소비가치의 EFA 결과, 고유값 1.0 이상으로 추출된 요인은 총 10개의 요인으로 구분되었다. 그리고 모든 항목이 0.4 이상의 요인 적재값을 나타내고 있었으며, 모든 항목의 공통성값이 0.4 이상으로 나타났다.

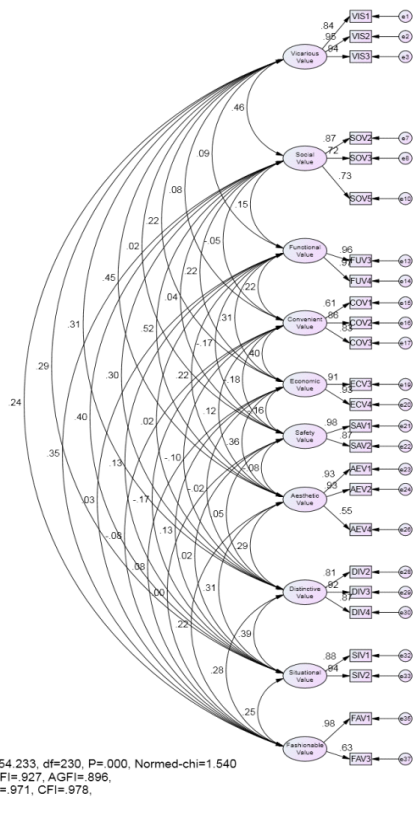
본 연구에서는 측정항목의 정제를 위해 EFA 결과를 토대로 정제된 38개의 항목으로 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하였

〈Table 4〉 EFA results of PCCV scale

| Items | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Commu-nalities | Mean | Std. deviation |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VIS3 | .897 | .113 | .189 | .058 | .051 | .061 | .061 | .029 | .022 | .022 | .868 | 3.440 | .906 |
| VIS2 | .892 | .116 | .148 | .122 | .016 | .041 | .042 | .086 | .040 | .043 | .861 | 3.450 | .954 |
| VIS1 | .844 | .167 | .164 | .145 | .012 | .104 | −.005 | .033 | −.003 | .010 | .801 | 3.390 | .973 |
| VIS4 | .674 | .149 | .275 | .207 | −.011 | .191 | −.034 | .225 | .174 | −.010 | .713 | 3.550 | .962 |
| VIS5 | .633 | .125 | .257 | .256 | −.009 | .201 | −.026 | .158 | .204 | −.086 | .662 | 3.750 | .948 |
| DIV3 | .154 | .872 | .127 | .025 | .026 | .115 | −.017 | .135 | −.032 | .055 | .838 | 2.580 | .957 |
| DIV2 | .062 | .867 | .097 | .068 | .033 | .058 | −.040 | .054 | −.082 | .047 | .788 | 2.290 | .932 |
| DIV4 | .143 | .844 | .103 | .001 | −.001 | .161 | −.003 | .109 | −.001 | .000 | .781 | 2.580 | .978 |
| DIV1 | .080 | .831 | .095 | .147 | −.046 | −.018 | −.097 | .016 | −.016 | .006 | .741 | 2.490 | .898 |
| DIV5 | .255 | .610 | .245 | .150 | −.044 | .221 | −.047 | .312 | −.039 | −.067 | .676 | 2.890 | .988 |
| AEV2 | .216 | .082 | .840 | .165 | .068 | .144 | .041 | .076 | .122 | −.025 | .834 | 4.060 | .728 |
| AEV1 | .204 | .110 | .822 | .171 | .074 | .084 | .056 | .045 | .172 | −.030 | .807 | 4.090 | .709 |
| AEV3 | .195 | .205 | .812 | .201 | .049 | .074 | .054 | .122 | .042 | −.054 | .811 | 3.740 | .835 |
| AEV4 | .237 | .185 | .651 | .097 | .149 | .056 | .045 | .102 | .039 | −.019 | .563 | 3.520 | .842 |
| SOV4 | −.011 | .024 | .092 | .796 | .195 | .172 | −.127 | −.019 | −.047 | −.051 | .732 | 2.720 | 1.150 |
| SOV3 | .202 | .067 | .130 | .792 | .009 | .038 | .063 | .021 | −.031 | .011 | .697 | 3.150 | .881 |
| SOV2 | .253 | .102 | .251 | .765 | .062 | .119 | −.008 | .158 | .002 | .051 | .768 | 3.410 | .913 |
| SOV5 | .246 | .181 | .216 | .625 | .104 | .307 | −.117 | .124 | .154 | .026 | .689 | 3.130 | .929 |
| SOV1 | .319 | .157 | .370 | .448 | .005 | .075 | .046 | .321 | .008 | .021 | .575 | 3.730 | .800 |
| FUV3 | .047 | −.026 | .128 | −.021 | .877 | .042 | .062 | .159 | .109 | −.111 | .844 | 3.820 | .777 |
| FUV4 | .017 | −.041 | .127 | −.001 | .861 | .011 | .047 | .167 | .115 | −.122 | .817 | 3.840 | .745 |
| FUV2 | −.064 | .055 | .045 | .236 | .705 | −.019 | .030 | −.111 | −.030 | .041 | .578 | 3.370 | 1.093 |
| FUV1 | .080 | −.002 | −.020 | .085 | .596 | .009 | .294 | −.157 | .109 | .094 | .502 | 4.180 | .683 |
| FAV3 | .088 | .001 | .042 | .063 | .017 | .861 | −.032 | −.031 | −.022 | .050 | .760 | 2.770 | .835 |
| FAV1 | .149 | .148 | .069 | .070 | −.038 | .786 | −.030 | .098 | .031 | .011 | .685 | 2.860 | .902 |
| FAV2 | .091 | .226 | .143 | .103 | .046 | .605 | .056 | .161 | −.051 | −.158 | .515 | 3.240 | 1.136 |
| FAV4 | .063 | .055 | .086 | .315 | .020 | .584 | −.195 | .072 | .015 | .016 | .499 | 2.790 | 1.109 |
| COV3 | −.010 | −.028 | .029 | −.008 | .068 | −.029 | .862 | −.098 | .136 | −.087 | .786 | 4.200 | .738 |
| COV2 | .040 | −.032 | .010 | .035 | .084 | −.030 | .838 | .005 | .232 | −.039 | .769 | 4.170 | .684 |
| COV1 | .011 | −.099 | .118 | −.134 | .160 | −.108 | .688 | −.024 | .092 | −.052 | .564 | 3.880 | .812 |
| SIV2 | .148 | .217 | .154 | .157 | .018 | .089 | −.119 | .839 | .046 | .037 | .847 | 2.880 | 1.105 |
| SIV1 | .050 | .221 | .143 | .189 | −.031 | .055 | −.207 | .814 | .049 | .028 | .821 | 2.680 | 1.084 |
| SIV3 | .207 | .012 | .034 | −.135 | .112 | .165 | .245 | .483 | −.094 | −.097 | .414 | 3.350 | 1.025 |
| ECV4 | .118 | −.054 | .153 | .093 | .172 | .047 | .164 | .085 | .854 | −.052 | .847 | 4.100 | .784 |
| ECV3 | .148 | −.034 | .109 | .094 | .175 | .014 | .166 | .109 | .846 | −.118 | .844 | 4.160 | .768 |
| ECV2 | −.009 | −.071 | .066 | −.191 | −.039 | −.079 | .185 | −.175 | .593 | .026 | .471 | 3.880 | .939 |
| SAV2 | .011 | .055 | −.045 | .012 | −.004 | −.030 | −.067 | −.005 | −.068 | .949 | .916 | 1.960 | 1.130 |
| SAV1 | .010 | .009 | −.040 | .006 | −.084 | −.006 | −.096 | −.003 | −.047 | .945 | .914 | 2.210 | 1.116 |
| Eigen values | 3.897 | 3.750 | 3.240 | 3.075 | 2.584 | 2.496 | 2.341 | 2.184 | 2.098 | 1.930 | | | |
| % of variance | 10.256 | 9.868 | 8.527 | 8.093 | 6.800 | 6.568 | 6.161 | 5.748 | 5.521 | 5.080 | | | |

다. 최초 실시한 CFA 결과, 측정모델의 적합도에서 자료의 공분산행렬과 추정모수의 공분산 행렬을 비교한 적합도 지수인 $\chi^2$ 검정 결과, $\chi^2$=1,702.490 (*df*=620, *p*=.000)로 두 행렬 간에 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며, 따라서 모형이 적합하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 $\chi^2$ 검정의 경우 표본 수 및 자유도에 따라 값은 매우 민감하게 반응하기 때문에 표본크기에 따른 민감성과 영가설의 엄격성 등의 이유로 본 연구에서의 모형적합에 대한 판단은 검정에만 의존하지 않았으며, 절대적합지수(normed-$\chi^2$, GFI, AGFI, RMR, RMSEA)와 증분적합지수(NFI, CFI)를 토대로 모형의 적합도를 판단하였다. normed-$\chi^2$는 $\chi^2$값을 자유도로 나눈 것이며, 2 이하인 경우 매우 적합한 모형, 3 이하인 경우 수용할 만한 수준으로 볼 수 있다. 그리고 GFI, AGFI, NFI, CFI는 0.9 이상이면 적합한 모형으로 볼 수 있다 (Woo, 2012; Kim, 2008). 또한 RMR, RMSEA는 0.05 이하이면 매우 적합한 모형이라고 할 수가 있으며, 0.05 이상에서 0.08 이하이면 수용 가능한 모형으로 볼 수 있다(Woo, 2012; Kim, 2008). 그리고 이러한 모형의 적합도는 한 개의 지수로만 평가하는 것이 아니라, 여러 개의 지수들을 복합적으로 분석하여 평가하였다(Baumgartner & Homburg, 1996).

최초 실시한 초기 측정모델의 적합도에서 normed-$\chi^2$=2.746, RMR=.070, GFI=.789, AGFI=.747, NFI=.815, TLI=.856, CFI=.873, RMSEA=.071로 normed-$\chi^2$를 제외한 대부분의 적합도 지수가 기준을 충족하지 못하는 것으로 나타나, 항목의 정제가 필요한 것으로 판단되었다. 요인부하량을 살펴본 결과, 4개 항목(FUV1, FUV2, ECV2, SIV3)의 요인부하량이 0.5 이하로 나타나, 항목의 제거가 필요한 것으로 판단되었으며, 수정지수를 살펴본 결과, 오차 항목들 간에 공분산 설정을 실시하면 적합도를 어느 정도 향상시킬 수 있는 것으로 나타났다. 그러나 그 경우 해당 항목들의 판별타당성과 단일차원성을 저해시키게 되며, 향후 후속연구에서의 적용성을 고려하였을 때 타당성 확보에 문제가 발생될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 수정지수에서 나타나는 수정량(M.I.)을 고려하여 9개 항목(VIS4, VIS5, SOV1, SOV4, AEV3, DIV1, DIV5, FAV2, FAV4)을 추가적으로 제거하고 CFA를 재실시하였다. 그 결과, 〈Fig. 1〉에서 보여지듯 측정모델의 적합도에서 normed-$\chi^2$=1.540, RMR=.035, GFI=.927, AGFI=.896, NFI=.940, TLI=.971, CFI=.978, RMSEA=.040으로 모두 기준치를 충족시키는 것으로 나타났다.




〈Fig. 1〉 CFA model fit of PCCV scale.

## 2. Construct validity of PCCVS

본 연구에서는 다음의 기준을 적용하여 수렴타당성과 판별타당성을 평가하였으며, 이를 토대로 유아복 소비가치 척도의 구성타당성을 평가하였다. 첫째, 수렴타당성은 각 구성개념에 적재된 표준화 요인부하량이 0.5 이상이며 통계적으로 유의하면 수렴타당성이 있는 것으로 판단하였으며, 보다 정밀한 판단을 위해 Fornell and Larcker(1981)가 제안한 평균분산추출(AVE: average variance extracted)과 합성구성신뢰도(CCR: convergent construct reliability)를 산출하고, 그 값이 AVE는 0.5 이상, CCR은 0.7 이상이면 수렴타당성을 갖는 것으로 판단하였다.

둘째, 판별타당성은 AVE값이 각 구성요인 간의 상관관계의 제곱보다 높게 나타나면 판별타당성을 갖는 것으로 판단하였다.

1) Convergent validity

유아복 소비가치 척도의 수렴타당성을 평가하기 위해 앞서 실시한 CFA를 토대로 각 잠재변수에 대한 측정항목의 요인부하량과 AVE 및 CCR은 〈Table 5〉와 같이 나타났다. 각 잠재변수에 적재된 관측변수에 대한 표준화 요인부하량은 모두 0.5보다 높고 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 대리만족적 가치의 AVE=.841, CCR=.941, 사회적 가치의 AVE=.649, CCR=.846, 기능적 가치의 AVE=.959, CCR=.979, 편의성 가치의 AVE=718, CCR=882, 경제적 가치의 AVE=905, CCR=950, 안전성 가치의 AVE=827, CCR=905, 표현심미적 가치의 AVE=762, CCR=902, 차별적 가치의 AVE=767, CCR=908, 상황적 가치의 AVE=804, CCR=891, 유행적 가치의 AVE=752, CCR=853으로 나타났다. 이것은 앞서 설명한 AVE의 기준치인 0.5보다 모두 높게 나타났으며, CCR 역시 모든 요인에서 0.7 이상으로 높게 나타나고 있어 16개의 항목을 정제하고, 25개의 항목으로 구성된 유아복 소비가치 척도의 측정항목들은 수렴타당성을 갖고 있는 것으로 평가할 수 있다.

〈Table 5〉 Convergent validity test of PCCV scale

| Latent variable | Indicators | Std. $\lambda$ | Error variance | Raw $\lambda$ | S.E. | C.R. | AVE | CCR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Vicarious satisfaction value | VIS1 | .840 | .278 | 1.000 | - | - | .841 | .941 |
| | VIS2 | .950 | .088 | 1.109 | .046 | 24.122*** | | |
| | VIS3 | .936 | .102 | 1.038 | .044 | 23.662*** | | |
| Social value | SOV2 | .873 | .198 | 1.000 | - | - | .649 | .846 |
| | SOV3 | .718 | .374 | .794 | .059 | 13.500*** | | |
| | SOV5 | .728 | .404 | .850 | .062 | 13.697*** | | |
| Functional value | FUV3 | .964 | .043 | 1.000 | - | - | .959 | .979 |
| | FUV4 | .966 | .037 | .962 | .054 | 17.943*** | | |
| Convenient value | COV1 | .610 | .413 | 1.000 | - | - | .718 | .882 |
| | COV2 | .860 | .122 | 1.188 | .107 | 11.127*** | | |
| | COV3 | .827 | .171 | 1.233 | .111 | 11.116*** | | |
| Economic value | ECV3 | .914 | .097 | 1.000 | - | - | .905 | .950 |
| | ECV4 | .931 | .081 | 1.039 | .062 | 16.834*** | | |
| Safety value | SAV1 | .979 | .051 | 1.000 | - | - | .827 | .905 |
| | SAV2 | .870 | .309 | .900 | .116 | 7.771*** | | |
| Aesthetic value | AEV1 | .928 | .070 | 1.000 | - | - | .762 | .902 |
| | AEV2 | .930 | .071 | 1.029 | .044 | 23.559*** | | |
| | AEV4 | .551 | .492 | .705 | .063 | 11.240*** | | |
| Distinctive value | DIV2 | .807 | .302 | 1.000 | - | - | .767 | .908 |
| | DIV3 | .916 | .148 | 1.164 | .061 | 19.231*** | | |
| | DIV4 | .870 | .232 | 1.130 | .061 | 18.481*** | | |
| Situational value | SIV1 | .880 | .263 | 1.000 | - | - | .804 | .891 |
| | SIV2 | .940 | .142 | 1.088 | .073 | 14.978*** | | |
| Fashionable value | FAV1 | .979 | .033 | 1.000 | - | - | .752 | .853 |
| | FAV3 | .635 | .415 | .600 | .102 | 5.899*** | | |

*** $p$<.000

### 2) Discriminant validity

본 연구에서는 판별타당성을 평가하기 위하여 구성요인 간의 상관분석을 실시했으며, 보다 정확한 판별타당성을 위해 각 구성요인의 AVE값과 구성요인간의 상관관계의 제곱값을 비교하였다. 그 결과, 〈Table 6〉과 같이 나타났다.

모든 구성요인 간의 상관계수의 절대값에서 최소 .001에서 최대 .481로 상관관계가 모두 보통 이하로 나타났으며, 이에 대한 제곱값은 최소 .000에서 최대 .231로 AVE의 최소값 .649보다 작은 것으로 나타났다. 따라서 25개 항목으로 구성된 유아복 소비가치 척도는 판별타당성이 확보된 것으로 판단할 수 있다.

## 3. Criterion-related validity of PCCVS

본 연구에서는 유아복 소비가치 척도와 지각된 가치 척도와의 회귀분석을 토대로 유아복 소비가치 척도의 기준관련타당성(criterion-related validity)을 평가하였다. 기준관련타당성이란 특정 평가기준에 의한 측정의 효과성을 제시하는 방법으로 크게 예측타당성과 동시적 타당성으로 구분된다. 예측타당성이란 예측 요인에 대한 자료 수집 후 일정기간이 경과한 뒤 기준 요인 자료를 수집하여 그 관계를 분석하는 것으로 예측변인에 관한 정보를 수집하고, 이 정보를 기준수행을 예측하기 위해 사용하는 것이다. 이와 유사하게 동시적 타당성은 예측요인 자료와 기준 요인 자료를 동일 대상자에게 동시에 수집하여 그 관계를 타당성의 근거로 제시하는 것으로 동일 시점에서 특정 예측변수가 기준변수를 어느 정도 예측할 수 있는 가를 나타낸다. 이러한 목적에 의해 본 연구에서는 유아복에 대한 지각된 가치를 4개 항목으로 측정하였으며, 신뢰도 분석을 통하여 지각된 가치 4개 항목의 평균을 산출하여 기준변수로 설정하였다.

이러한 기준변수인 지각된 가치와 예측변수인 유아복 소비가치 척도와의 다중회귀분석을 실시한 결과, 〈Table 7〉과 같이 나타났다.

유아복 소비가치 척도와 지각된 가치와의 다중회귀분석 결과, 결정계수는 .321로 유아복 소비가치 척도는 지각된 가치를 약 32.1% 정도 설명하는 것으로 나타났으며, $F$=15.847, $p$=.000으로 나타나 유아복 소비가치 척도는 지각된 가치를 예측함에 있어 유의한 역할을 하는 것으로 판단되었다. 각 하

〈Table 6〉 Discriminant validity test of PCCV scale

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .841[c)] | .182[b)] | .006 | .003 | .041 | .000 | .212 | .084 | .068 | .056 |
| 2 | .427**[a)] | .649 | .018 | .005 | .040 | .001 | .231 | .070 | .122 | .101 |
| 3 | .077 | .135* | .959 | .053 | .084 | .023 | .055 | .000 | .013 | .001 |
| 4 | .051 | −.071 | .231** | .718 | .112 | .027 | .013 | .010 | .035 | .011 |
| 5 | .202** | .201** | .290** | .334** | .905 | .025 | .108 | .001 | .013 | .003 |
| 6 | .022 | .029 | −.153** | −.163** | −.158** | .827 | .007 | .004 | .001 | .000 |
| 7 | .460** | .481** | .234** | .114* | .329** | −.081 | .762 | .094 | .102 | .045 |
| 8 | .290** | .264** | .014 | −.100 | −.024 | .061 | .306** | .767 | .122 | .049 |
| 9 | .261** | .349** | .116* | −.187** | .113* | .024 | .320** | .349** | .804 | .037 |
| 10 | .236** | .318 | .033 | −.104 | .054 | .001 | .212** | .221** | .192** | .752 |
| Mean | 3.43 | 3.23 | 3.83 | 4.08 | 4.13 | 2.09 | 3.89 | 2.49 | 2.78 | 2.82 |
| Std. deviation | .89 | .77 | .75 | .63 | .75 | 1.08 | .65 | .87 | 1.05 | .78 |

* $p$<.05, ** $p$<.01.

a) Bottom tri-angle coefficients are bivariate correlation

b) Upper tri-angle coefficients are squared coefficients of bivariate correlations

c) Diagonal coefficients are AVE

1. Vicarious satisfaction value, 2. Social value, 3. Functional value, 4. Convenient value, 5. Economic value, 6. Safety value, 7. Aesthetic value, 8. Distinctive value, 9. Situational value, 10. fashionable value

〈Table 7〉 Criterion-related validity test of PCCV scale

| Independent variables | Regression coefficients | *t*-values | Significant |
|---|---|---|---|
| Vicarious satisfaction value | .178 | 3.946 | .000 |
| Social value | .227 | 5.038 | .000 |
| Functional value | .190 | 4.231 | .000 |
| Convenient value | .157 | 3.481 | .001 |
| Economic value | .304 | 6.744 | .000 |
| Safety value | −.012 | −.270 | .787 |
| Aesthetic value | .176 | 3.909 | .000 |
| Distinctive value | .188 | 4.182 | .000 |
| Situational value | .119 | 2.650 | .008 |
| Fashionable value | .066 | 1.468 | .143 |

$R^2$=.321, $F$=15.847($df_1$=10, $df_2$=335), $p$=.000, DW Statistics=2.024

Dependent variable: Perceived value

위요인에 대해 세부적으로 살펴보면, 대리만족적 가치($\beta$=.178, $t$=3.946, $p$=.000), 사회적 가치($\beta$=.227, $t$=5.038, $p$=.000), 기능적 가치($\beta$=.190, $t$=4.231, $p$=.000), 편의성 가치($\beta$=.157, $t$=3.481, $p$=.001), 경제적 가치($\beta$=.304, $t$=6.744, $p$=.000), 표현심미적 가치($\beta$=.176, $t$=3.909, $p$=.000), 차별적 가치($\beta$=.188, $t$=4.182, $p$=.000), 상황적 가치($\beta$=.119, $t$=2.650, $p$=.008)는 지각된 가치에 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 기준관련 타당성이 충분한 것으로 평가되었다. 그러나 안전성 가치($\beta$=−.012, $t$=−.270, $p$=.787)와 유행적 가치($\beta$=.066, $t$=1.468, $p$=.143)는 지각된 가치에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 요인으로 나타나, 기준관련 타당성을 확보하지 못하였다.

따라서 유아복 소비가치를 평가함에 있어 안전성 가치 및 유행적 가치는 유아복 소비자들이 지각

〈Table 8〉 Reliable PCCV scale

| Dimensions | Items | Statements | Cronbach's $\alpha$ |
|---|---|---|---|
| Vicarious satisfaction value | VIS1 | This preschooler clothing helps in changing my mood. | .932 |
| | VIS2 | This preschooler clothing makes me feel happy. | |
| | VIS3 | This preschooler clothing gives me a sense of pleasure. | |
| Social value | SOV2 | This preschooler clothing lets others know that my child has a good upbringing. | .812 |
| | SOV3 | This preschooler clothing represents my standard of living. | |
| | SOV5 | This preschooler clothing is trendy and fashionable. | |
| Functional value | FUV3 | This preschooler clothing is discoloration resistant. | .964 |
| | FUV4 | This preschooler clothing is bleach resistant. | |
| Convenient value | COV1 | This preschooler clothing is easy to maintain. | .796 |
| | COV2 | This preschooler clothing is easy to put on and take off. | |
| | COV3 | This preschooler clothing provides comfort for a wide range of motions. | |
| Economic value | ECV3 | This preschooler clothing matches well with my already existing wardrobe. | .920 |
| | ECV4 | This preschooler clothing go well with my baby clothes. | |
| Aesthetic value | AEV1 | This preschooler clothing is a good fit for my kid's image. | .820 |
| | AEV2 | This preschooler clothing goes well with my kid's appearance. | |
| | AEV4 | This preschooler clothing makes up for the shortcomings of my kid's looks and body figure. | |
| Distinctive value | DIV2 | This preschooler clothing's style has never been seen before. | .899 |
| | DIV3 | This preschooler clothing's uniqueness distinguishes my baby from others. | |
| | DIV4 | This preschooler clothing's design, fabric, and color are unique. | |
| Situational value | SIV1 | This preschooler clothing is well suited for special occasions(wedding, school festival, field day). | .905 |
| | SIV2 | This preschooler clothing is well suited for special occasions(family gathering). | |

하는 가치를 예측하지 못하고 있기 때문에 본 연구에서는 이러한 2개 차원의 유아복 소비가치 4항목을 추가적으로 제거하였으며, 〈Table 8〉과 같은 유아복 소비가치 최종 항목들을 제시하였다. 본 연구에서는 Lee and Lee(2012)의 연구를 기초로 구성타당성과 기준관련 타당성을 평가하여 최종 정제된 21개 항목을 제시하였으며, 이러한 항목들은 유아복과 관련된 소비자 행동 연구에서 지속적으로 검증이 되어야 할 필요가 있다.

## V. Conclusion

유아복 소비가치에 대한 연구는 제대로 연구되어진 바가 없으며, 유아복 구매자의 특성을 파악할 수 있는 타당성과 신뢰성 있는 측정도구가 필요한 실정이다.

이에 본 연구에서는 유아복 소비가치에 대한 질적연구를 수행한 Lee and Lee(2012)의 연구에서 도출되어진 요인들을 토대로 성인들의 의복소비가치에 대한 선행연구들을 참고하여 유아복 소비가치 척도를 개발하였으며, 만 1세부터 만 6세까지 미취학 자녀를 둔 어머니들을 대상으로 유아복 소비가치 척도의 신뢰성과 타당성을 알아보았다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 타당성을 검증하기 전에 항목의 정제를 실시하였다. 총 41개 문항 10개의 요인으로 구성되어진 유아복 소비가치 문항은 탐색적 요인분석을 통해 3개 문항이 삭제되었다. 또한 확인적 요인분석을 통해서 4개 문항이 삭제되었으며, 수정지수에서 나타나는 수정량을 고려하여 9개의 문항이 추가적으로 제거되었다. 그 결과, 총 25개 문항이 측정모델 적합도에서 normed-$\chi^2$=1.540, RMR=.035, GFI=.927, AGFI=.896, NFI=.940, TLI=.971, CFI=.978, RMSEA=.040으로 모두 기준치를 충족시키는 것으로 나타났다.

둘째, 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 통해 16개 문항이 정제된 유아복 소비가치 척도의 구성타당성을 평가하였다. 먼저, 수렴타당성을 평가하기 위해 평균분산추출(AVE: average variance extracted)과 합성구성신뢰도(CCR: convergent construct reliability)를 산출한 결과, 25개 문항으로 구성된 유아복 소비가치 척도의 측정 항목들은 AVE의 기준치인 0.5보다 모두 높게 나타났으며, CCR 역시 모든 요인에서 0.7 이상으로 높게 나타나고 있어 수렴타당성을 갖고 있는 것으로 나타났다. 이에 판별타당성을 평가하기 위해 10개의 구성요인 간의 상관분석을 실시하였다. 그 결과, 모든 구성요인 간의 상관계수의 절대값과 제곱값이 AVE의 최소값보다 작은 것으로 나타나, 유아복 소비가치 척도는 판별타당성이 확보된 것으로 나타났다.

셋째, 유아복 소비가치 척도의 기준관련 타당성을 평가하기 위해 유아복에 대한 지각된 가치를 4개 항목으로 측정하였으며, 신뢰도 분석을 통하여 지각된 가치 4개 항목의 평균을 산출하여 기준변수로 설정하였다. 유아복 소비가치 척도와 유아복의 지각된 가치 척도와의 다중회귀분석을 실시한 결과, $F$=15.847, $p$=.000으로 나타나, 유아복 소비가치 척도는 지각된 가치를 예측함에 있어 유의한 역할을 하는 것으로 판단되었다. 하위 요인으로는 대리만족적 가치, 사회적 가치, 기능적 가치, 편의성 가치, 경제적 가치, 표현 심미적 가치, 차별적 가치, 상황적 가치는 유아복의 지각된 가치에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 기준관련 타당성이 충분한 것으로 나타났다. 그러나 유행적 가치와 안전성 가치는 기준관련 타당성을 확보하지 못하여 누락되었다. 따라서 유아복 소비가치 측정도구는 최종적으로 21개의 문항, 8개 요인으로 구성되었다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, 학계에서 유아복 구매자들의 유아복에 대한 연구들이 간간히 진행되어 왔지만, 대부분의 연구들은 치수조사와 구매행동에 대한 실태조사에 그치는 연구로 진행되어 왔다. 그러나 본 연구는 유아복 소비가치를 포괄적으로 측정할 수 있는 측정항목을 개발하고, 구성타당성과 기준관련 타당성을 통해 정량적으로 측정도구의 타당성을 확보하였다는데 그 의의가 있다. 둘째, 유아복 소비가치 척도를 개발하고, 유아복 소비가치 연구를 활성화시켜 다양한 측면에서 유아복 구매자의 유아복에 대한 소비가치를 설명하는데 그 의의가 있다. 셋째, 연구결과 도출된 유아복 소비가치는 유아복을 구매할 때 어떠한 가치에 따라 제품을 구매하는지에 대한 지표가 될 수 있다. 예를 들어 소비자의 연령, 성별, 학력, 수입

등과 같은 인구통계적인 변수나 소비자의 구매목적, 혹은 일반적인 심리적 변수들에 따라 유아복 소비가치를 측정할 수 있다. 이에 유아복 소비가치 척도는 구매만족, 쇼핑성향, 관여도, 패션성향 등의 다양한 변수들과 함께 유아복 구매행동을 연구하는데 유용하게 활용될 수 있을 것으로 사료된다. 본 연구는 그 동안 성인 남녀를 대상으로 연구되어진 의복소비가치에 비해 상대적으로 관련 연구가 부족하였던 유아복을 대상으로 유아복 구매자들의 상황과 특성에 맞게 유아복 소비가치 측정도구 개발의 기반을 마련하는데 그 의의가 있다.

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 측정대상자들을 만 1세부터 만 6세의 미취학 자녀를 둔 어머니들만을 대상으로 한정하여 조사하였다. 둘째, 인터넷을 기반으로 한 설문조사가 이루어졌다. 이에 국내 유아복 구매자들을 대표할 수 있는 표본을 구성하지 못했다는 한계점을 가지고 있다. 이에 한국을 대표하는 유아복 구매자의 소비가치로 일반화하기 위해서는 좀 더 다양하고 넓은 표본을 대상으로 하는 조사를 진행해야 할 것이다. 그러나 유아를 자녀로 둔 어머니들이 유아복을 가장 많이 소비하는 계층이고, 유아복을 구입할 때의 자신의 생각, 느낌, 행동 등을 비교적 정확하게 표현할 수 있는 대상인 것을 감안한다면 이 연구 결과는 유아복 소비가치의 구성 요소를 규명할 때에 사용할 수 있는 기본적인 틀을 마련하는데 도움이 되어질 것으로 사료된다.

이와 같은 결과를 바탕으로 후속연구를 위한 방향을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 유아복 소비가치와 유아복 관련 소비자 행동 연구에서의 이론과 관련성에 대한 연구가 미흡한 실정이다. 유아복 구매자가 유아복 소비가치에 따라 어떻게 의사결정을 하며, 구매행동을 하는지 연구할 필요가 있다. 둘째, 결론적으로 유아복 소비가치 척도 요인 중 구성타당성과 기준관련 타당성을 확보한 8개의 가치요인이 도출되었으나 기준관련 타당성에서 누락된 안전성 가치와 유행성 가치는 유아복 소비가치에 있어 다시 한번 연구해 볼 필요가 있다. 셋째, 구성 타당성 및 기준관련 타당성 검증을 거친 경제적 가치 문항들을 살펴 보았을 때 정제되고 남은 문항이 경제성 요인보다는 조화성 요인으로 명명되어야 될 것으로 판단된다. 이는 Lee and Lee(2012)의 질적연구에서 어머니들이 “보유하고 있는 옷과 맞춰 입힐 수 있음”과, “코디 하기 쉬움”이 또 다른 유아복 구매를 방지하는 것으로 나타나 경제성 요인으로 제시하였으나, 결과적으로 조화성 요인에 맞는 것으로 판단된다. 이에 후속 연구에서는 조화성 요인 및 경제성 요인에 해당하는 보다 정확한 문항을 제작, 첨가한다면 보다 나은 가치 척도가 완성될 것으로 사료된다.

## References

2008-2011 Population Census.(2012, August). Statistics Korea. Retrieved January 30, 2013, from http://kosis.kr/gen_etl/start.jsp?orgId=101&tblId=DT_1B81A03 &conn_path=I2&path=.

Baumgartner, H., & Homburg, C.(1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, *13*(2), 139-161.

Cha, M. H., & Kim, Y. K.(2008). Moderating effect of health motivation, health concern and food involvement on the relationship between consumption value and purchasing intentions of healthy functional food. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition*, *37*(1), 1435-1442.

Cho, S. H., & Lee, Y. S.(2006). Types of consumption values and art appreciation of university students in Seoul. *Korean Family Resource Management Association*, *10*(1), 83-105.

Choi, P. W.(2009). Analysis of the snowboard wear consumer's selection standards and purchase types according to their consumption values. Unpublished master’s thesis, University of Ulsan, Ulsan, Korea.

Go, S. Y.(2013, February 1). VIB, Do anything worth for you! Premium Kids craze. Chosun Fashion Beauty Megazin 69. Retrieved January 30, 2013, from http://fashion.chosun.com/site/data/html_dir/2012/01/27/2012012701747.html.

Han, M. S., & Chung, M. H.(2000). A study on cloting purchasing behavior and value of college

students. *The Research Journal of the Costume Culture*, *8*(4), 602-610.

Han, S. H.(2011). A study on the consumption value and the consumption satisfaction of smart phone users. *Journal of Consumer Studies*, *22*(3), 233-260.

Holbrook, M. B.(1999). *Consumer value: A framework for analysis and research.* New York: Routledge.

Im, S. K.(2010). A cross-cultural study on the clothing value between Korean and American college students. *The Research Journal of the Costume Culture*, *18*(5), 1048-1061.

Im, S. K., & Han, M. S.(2008). A cross-cultural study on the clothing value-focusing on Korea and the United States-. *The Research Journal of the Costume Culture*, *16*(4), 619-633.

Jung, S. J., & Choi, S. K.(2008). Study on clothing value and influencing factors of women. *Korean Journal of Science of Emotion & Sensibility*, *11*(1), 23-37.

Kim, D. E.(2008). *AMOS A to Z: A structural equation model analysis in accordance with the process of creating thesis*. Gyeonggi: Hakhyunsa.

Kim, H. J.(2008). A study on the appearance involvement and clothing consumption value depending on narcissism. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul, Korea.

Kim, J.(2012, February 18). Reduced birth... 20-fold increase in 10 years stroller income. *Chosun Ilbo* Retrieved January 25, 2013, from http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2012/02/18/2012021800278.html.

Kim, J. H., & Shin, S. Y.(2011). Clothing values and casual wear purchase behaviors according to 20's and 30's male lifestyles. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry*, *13*(4), 487-498.

Kim, J. O., Forsythe, S., Gu, Q., & Moon, S. J.(2002). Crosscultural consumer values, needs and purchase behavior. *Journal of Consumer Marketing*, *19*(6), 481-502.

Kim, S. H.(1999). A study on the structure of clothing consumption values and the relation between clothing consumption values and, clothing involvement and fashion leadership. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul, Korea.

Kwon, Y. G., Kim, Y. J., & Yoon, H. H.(2012). The influence of consumption value and service quality in resort on the consumer satisfaction. *Journal of Hospitality Business Studies*, *21*(3), 69-85.

Lee, H. S., An, G. H., & Ha, Y. W.(2006). *Consumer brhavior*. Seoul: Bobmunsa.

Lee, J. N.(2010). A study on the purchase characteristics of infants wear according to a group of consumer value, shopping orientation and pursuit benefits. Unpublished doctoral dissertation, Kyungsung University, Busan, Korea.

Lee, Y. J., & Lee, J. Y.(2012). A qualitative study on the consumption value of preschooler clothing by mothers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *36*(10), 1100-1116.

Lim, K. B.(2007). The influences of consumers value systems on pursued clothing images and consumption values. *The Research Journal of the Costume Culture*, *15*(5), 810-824.

Lim, S. J., & Kim, S. H.(2001). A study on clothing consumption value: A qualitative approach. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *25*(9), 1621-1632.

Moon, H. K., & Choo, H. J.(2008). The effects of clothing consumption values on ambivalent clothing consuming behavior. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, *58*(2), 1-14.

Oh, H. J.(2006). Consumption values and components of self-image and self-evaluation. *Journal of the Korean Home Economics Association*, *44*(11), 67-78.

Oh, S. H.(2011, November 7). Rise in fertility rates and trend of Gold Kids. Fashion powerhouse "Bout" in preschooler clothing market. *The Korea Economic Daily* Retrieved January 25, 2013, from http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2011110618491.

Paik, S. Y., & Lee, S. J.(2000). The effect of ado-

lescents' consumption values on the clothing products evaluation. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, *50*(6), 59-72.

Park, O. K., & Park, E. J.(2008). Effects of consumption values, service quality, and consumer satisfaction on store loyalty for beauty consumers. *The Research Journal of the Costume Culture*, *16*(6), 1008-1018.

Park, T. H., & Lee, M. H.(2003). Clothing consumption value and consumer satisfaction of buyers at department store and market. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, *53*(7), 83-94.

Rha, S. I.(2004). Fashion trend preferences according to clothing consumption values - Focusing on career women. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, *6*(3), 67-81.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.

Ryou, E. J.(2002). A study on the effect of clothing consumption value on service quality of internet apparel shopping mall. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, *52*(3), 161-169.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L.(1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, *22*(2), 159-170.

Shin, H. W., Ha, O. S., Rhee, J. U., Kim, H. R., & Kim, T. I.(2005). Clothing values, lifestyles, and purchasing situations of purchaser groups classified by purchasing price for preschool children's wear. *Journal of Fashion Business*, *9*(4), 113-126.

Woo, J. P.(2012). *Professor woojongpil's concept and understanding of the structural equation model*. Seoul: Hannatae.

Yu, G. H.(2013, January 26). 'Ultra-low birth country' 11years to escape. *Dong-A Ilbo* Retrieved April 08, 2013, from http://news.donga.com/3/all/20130228/53357692/1.

# Appendix

본 연구에서 개발 검증된 유아복 소비가치 척도의 국문 문항은 다음과 같다.

| Dimensions | Items | Statements | Cronbach's $\alpha$ |
|---|---|---|---|
| 대리만족 가치 | VIS1 | 이 유아복은 나의 기분을 전환시킨다. | .932 |
| | VIS2 | 이 유아복은 나에게 행복한 기분을 느끼게 한다. | |
| | VIS3 | 이 유아복은 나에게 즐거움을 느끼게 한다. | |
| 사회적 가치 | SOV2 | 이 유아복은 나의 아이를 좋은 환경을 가진 아이로 보이게 한다. | .812 |
| | SOV3 | 이 유아복은 나의 생활 수준을 나타내준다. | |
| | SOV5 | 이 유아복은 남들이 알아주는 스타일이다. | |
| 기능성 가치 | FUV3 | 이 유아복은 쉽게 변색되지 않는다. | .964 |
| | FUV4 | 이 유아복은 쉽게 탈색이 되지 않는다. | |
| 편리성 가치 | COV1 | 이 유아복은 관리와 손질이 쉬운 옷이다. | .796 |
| | COV2 | 이 유아복은 입히고 벗기기에 편한 옷이다. | |
| | COV3 | 이 유아복은 아이가 활동하기에 편안하다. | |
| 경제적 가치 | ECV3 | 이 유아복은 가지고 있는 옷과 맞춰 입힐 수 있다. | .920 |
| | ECV4 | 이 유아복은 보유하고 있는 내 아이의 옷과 코디하기 쉽다. | |
| 표현 심미적 가치 | AEV1 | 이 유아복은 내 아이의 이미지와 어울린다. | .820 |
| | AEV2 | 이 유아복은 내 아이의 외모와 잘 어울린다. | |
| | AEV4 | 이 유아복은 아이의 외모 및 체형 결점을 잘 보완해준다. | |
| 차별적 가치 | DIV2 | 이 유아복은 이전에 보지 못한 새로운 스타일이다. | .899 |
| | DIV3 | 이 유아복은 다른 아이들과 달라 보이는 개성적인 옷이다. | |
| | DIV4 | 이 유아복은 디자인, 소재, 색상 등이 독특하다. | |
| 상황적 가치 | SIV1 | 이 유아복은 특별한 행사(결혼식, 학예회, 운동회 등)에 어울리는 옷이다. | .905 |
| | SIV2 | 이 유아복은 특별한 모임(가족모임 등)에 어울리는 옷이다. | |