청소년용 교복 및 패션제품 개발을 위한 학부모 및 청소년 패션 태도 조사 연구

추선행¹⁾ · 윤혜준^{2)*} · 안재상²⁾

¹⁾연세대학교 심바이오틱 라이프텍 연구소

²⁾한국생산기술연구원

A Study on the Fashion Attitudes of Adolescents and the Parents of Adolescents : Developing School Uniforms and Fashion Items

Sun-Hyung Choo¹⁾, Hye-Jun Yoon^{2)*} and Jae-Sang Ahn²⁾

¹⁾Symbiotic liftec of Yonsei University; Seoul, Korea

²⁾KITECH(Korea Institute of Industrial Technology); Seoul, Korea

Abstract : The purpose of this study is to analyze the differences in fashion attitudes between adolescents and the parents of adolescents. 562 adolescents and 163 parents' responses in South Korea are used for the analysis. Survey questionnaires specifically designed for the adolescents and parents are used to compare the differences of the two populations. The results suggest that adolescents and parents in South Korea have different evaluation values for adolescents' fashion goods and school uniforms. The Adolescents placed a premium on 'Comfort' and 'Design' for fashion goods and school uniforms. However, the parents placed a premium on 'Practicality' and 'Price' values for fashion goods and school uniforms. The school uniform items which were most accepted in Korean middle and high schools need the change in composition of items for four seasons. In purchasing behavior, the adolescents answered that they have more than one item of preferred fashion brand. The Korean adolescents prefer famous sportswear brand like Nike, Adidas and etc. The fashion market for adolescents in Korea is closely related with the parents in shopping behaviors. The comparison of the fashion attitude between parents and their children is more practical method for developing the adolescents' fashion items and young fashion market.

Key words : adolescent's fashion(청소년 패션), school uniform(교복), fashion item(의류 종류), parent's fashion attitude(학부모의 패션태도), adolescent's fashion attitude(청소년의 패션태도)

1. 서 론

최근 중고등학교에서는 교복과 더불어 생활복이라는 개념이 도입되어 교복과 마찬가지로 학교에서도 좀 더 일상복과 같은 의류를 착용하는 사례가 늘고 있다. 이는 교복에 학생들의 요구에 맞지 않는 요소가 있기 때문에 생활복을 도입하거나 기존의 교복을 학생들이 자의적으로 변형하는 사례가 나타나는 것으로 해석할 수 있다. 또한 가을 겨울철에 방한용으로 입는 외투에 대해서 특정 브랜드 제품이 청소년들 사이에 급속히 확산되어 사회문제로 다루어지기도 하였다('Republic of Northface', 2011). 이러한 현상은 청소년이라는 연령대의 심리적, 행동적 특성에 의한 것으로 또래 집단에 대한 동조성이 의복행동을 통해서도 나타났기 때문이다. 아울러 패션브랜드는 그 브랜드의 인지도에 따라 청소년뿐만 아니라 모든 패션 소비자에게 의류 소

비를 유발하는 요소로 분석되고 있다.

국내 청소년들은 대부분의 활동 시간동안 교복을 착용하며 자율복은 상대적으로 착용 시간이 짧다. 이러한 이유로 교복에 대한 착용감 개선이나 학생들의 만족도에 관한 연구결과들이 많이 발표되고 있다.

청소년들의 패션소비행동에 대한 관심은 점차 증대되어 1990년대 후반부터 교복 및 청소년 패션에 대한 다양한 연구가 진행되었다. 그러나 청소년기의 의복은 교복 및 자율복 모두 학부모의 경제적 지원없이 구매하는 것은 어려운 것이 현실이다. 따라서 학부모들은 또 다른 청소년 의류의 소비자 집단으로 고려하는 것이 타당하다. 그러나 선행연구에서는 청소년 의류 구매행동에 있어서 청소년집단과 부모 집단의 태도를 비교한 연구가 적다.

따라서 본 연구에서는 현재 대부분의 청소년들이 착용하는 교복에 대해서 청소년들과 학부모들의 평가를 비교 검토 하고 교복이외의 패션의류와 잡화에 대한 패션태도를 함께 조사하여 청소년들의 교복과 패션제품 개발을 위해 소비자인 청소년과 학부모들이 생각하는 중요 요인이 무엇인지 연구하고자 하였다. 아

*Corresponding author; Hye-Jun Yoon
Tel. +82-2-3406-3223, Fax. +82-2-2277-3211
E-mail: previa@kitech.re.kr

올려 청소년들과 학부모들이 교복과 패션제품에 대해서 어떤 태도를 갖는지 공통적인 요소와 차별적 요소를 알아보고 청소년용 패션 제품 시장에 있어서 실질적 구매자인 학부모 집단과 소비자인 학생 집단의 태도 차이를 검증해보고자 한다. 이를 바탕으로 앞으로 교복업계 및 청소년 의류업체들이 청소년 교복 및 패션제품 개발과 마케팅 전략 수립에 있어서 고려해야할 요소를 고찰해 보고자한다.

2. 선행연구 고찰

2.1. 교복에 대한 평가

그동안 진행된 교복과 관련된 선행연구들은 크게 교복에 대한 만족도와 교복 제작을 위한 청소년 신체 사이즈 연구로 나뉜다.

먼저 교복 만족도에 관한 선행연구(Bak & Oh, 2011; Lee, 2011; Lee & Koo, 2009)에 따르면 학생들이 기존의 교복에 만족하지 못하는 요소를 보완하기 위해 자율복을 교복과 같이 입는 행동 및 교복을 변형하는 행동을 자주 하는 것으로 나타났다. 동절기에는 후드티셔츠나 점퍼류를 함께 착용하고 하절기에는 반팔티셔츠를 대신 착용하는 빈도가 높게 나타났다. 특히 교복을 변형하는 이유로는 ‘사이즈가 맞지 않아서’와 ‘디자인이 맘에 들지 않아서’, ‘다른 친구들이 하나까’라는 답변이 많아서 주로 교복변형은 사이즈 개선과 심미적인 이유로 행해짐을 알 수 있다.

그러나 대부분의 청소년들은 교복 착용의 필요성을 인정하고 있으며 교복을 착용의 장점을 심리적 안정감과 신분상징성을 꼽았다(Lee, 2011).

치수에 관한 연구들을 살펴보면 Choi and Son(2012)의 연구에서 교복을 변형하는 이유 중 중학교 남학생은 ‘치수가 맞지 않아서’가 다른 집단에 비해 높게 나타났고 고등학교 남학생의 경우 ‘활동하는데 불편해서’와 ‘땀거나 찢어져서’라는 답변이 많았는데 이는 중학교 남학생이 가장 성장에 따른 변화가 높은 시기이므로 이를 고려한 사이즈가 필요한 것으로 해석되었고 고등학교 남학생의 경우 활동량의 증가로 착용감에 대한 불만족이 증가하는 것으로 해석되었다.

Lee and Cho(2012)의 연구에서도 중학생의 경우 급격한 성장을 하는 시기인데 반해 고등학생 시기에는 완만한 성장곡선을 이루기 때문에 학령별로 신체적 발달과 특징을 고려해야함에도 불구하고 대부분의 경우 중학생과 고등학생의 교복 치수는 큰 차이가 없어 사이즈에 불만족도가 나타난다고 분석하였다.

Ryu et al.(2011)의 연구결과에서도 남자 중학생의 급격한 신체성장을 고려할 때 장기적 착용이 요구되는 교복의 경우 착용기간 중 치수 적합성이 계속 변화하는 문제가 발생할 수 있으며 이를 교복 제작업체에서는 고려해야할 주요사항이라고 언급하였다.

이처럼 청소년들이 장시간 착용하는 교복은 앞으로 치수 적합성과 성장에 따른 가변성을 고려한 의복 설계에 대한 개선이 지속적으로 이루어져야함을 많은 연구결과들이 보여준다.

2.2. 청소년 패션

2000년대 이후 청소년들의 패션에 대한 선행 연구 결과(Chun & Ha, 2008)를 분석해보면 청소년들은 또래에 대한 동조성향이 강하고 새로운 스타일과 유행에 민감하며, 하위문화와 스포츠 스타일을 선호하는 것으로 나타났으며 청소년들의 패션 스타일중 가장 두드러지는 것은 스포츠 스타일로 실제로 스포츠 활동시 입는 액티브 스포츠 스타일과 일반적 스포츠웨어 스타일로 구분되며 실제 일상복으로 착용하는 스타일에 스포츠웨어적 요소를 많이 도입한 디자인을 선호한다고 하였다.

Lee and Yoo(2013)의 연구에서 청소년들의 브랜드 태도에 관해 연구한 결과 청소년들은 스포츠웨어 브랜드의 상징적 이미지와 기능적 이미지에 의해 재구매 의사가 변화되는 것으로 나타났다. 특히 브랜드 인지도가 높을수록 재구매율이 높으며 스포츠웨어 브랜드에서는 기능적 요소가 재구매 및 브랜드의 충성도를 높이는 요인으로 분석하였다.

Kim and Yang(2008)의 연구에서 청소년들의 패션은 미디어 문화의 영향을 많이 받으며 미디어 영향에 의해 형성된 대표적인 청소년 문화는 커뮤니티 문화, 펀(Pun) 문화, 가상 문화, 팬덤(fandom) 문화라고 하였다. 이러한 문화적 요인들은 청소년 패션에 각각 다른 영향을 주고 있으며 패션에 있어서는 가치 지향성, 개성 지향성, 속도 지향성, 디지털 지향성의 상징적 의미로 나타난다고 분석하였다. 다시 말하면 청소년들은 디지털 미디어의 빠른 변화에 맞추어 다양한 유행을 빠르게 수용하기도 하지만 금세 다른 유행을 쫓는 속도 지향성을 보이기도 하나 나만의 문화를 만들고 개성을 표현하는 개성 지향성 태도도 함께 보여준다는 것이다.

선행연구들에서 보여준 바와 같이 청소년들은 패션에 있어서도 새로운 것에 대한 호기심을 갖고 있으며 나만의 개성을 추구하면서도 또래 집단의 보편적 스타일에 대한 동조성향을 함께 갖고 있는 특징을 보인다. 이는 청소년들 대부분이 아직 자신만의 스타일을 완성한다기보다 다양한 탐색적 패션 태도를 보이는 특징을 갖는 집단이라고 해석할 수 있다.

2.3. 청소년의 소비행동과 부모의 영향

국내 선행연구에서는 부모가 청소년의 패션에 대한 태도나 인식에 관한 연구 결과가 매우 적으며 패션이 아닌 전반적인 청소년 행동과 부모와의 관계성 연구가 지배적이다. 자녀의 의복 행동에 대한 부모의 태도 연구는 주로 미취학아동의 의복이나 초등학생의 의복에 대한 평가 연구가 주를 이룬다. 이는 아직 의사표현이 정확하지 않은 어린이의 경우 대부분 부모의 의사에 의해 의류 구매와 착용이 이루어지므로 이 연령 집단에 대한 연구가 활발한 것이라 볼 수 있다.

한편 청소년의 경우 의류에 대한 분명한 의사표현이 가능한 연령대이므로 청소년들에게 선호도와 만족도를 직접 조사한 선행연구가 다양하게 이루어져 왔다. 그러나 현실적으로 Jang and Ko(2003)의 연구에서도 나타난 바와 같이 대부분의 청소년들이 부모와 동반하여 의류 구매를 하고 있었으며 중학생들

이 고등학생에 비해 부모와 함께 의류 구매를 하는 빈도가 높은 것으로 나타났다. 이처럼 실질적인 의류 소비 행동에 있어서는 청소년들이 부모와 함께 의사결정을 하는 것으로 나타나 부모들의 청소년 패션 태도에 대한 청소년 집단과의 인식 차이를 고찰해 볼 필요가 있다.

자녀와 부모사이의 의사소통 유형에 따라 자녀와 부모의 소비 패턴을 연구한 Carlson et al.(1994)의 연구에 따르면 부모와 자녀간의 의사소통의 유형에 따라 소비에 대한 판단과 정보 습득에 차이가 있었으며 이는 청소년들이 소비자로서 성장하는데 있어서 학교에서는 가르쳐줄 수 없는 중요한 소비자 교육이라고 지적하고 있다. 특히 어머니의 소비 태도가 어린 자녀의 소비 행동에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다. 이와 유사하게 의류 브랜드에 대한 청소년들의 민감도에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 Lachance et al.(2003)의 연구에서도 어머니가 가족의 소비에 있어서 중요한 영향 요인이라고 밝히고 있으며 아울러 남자 청소년들이 여자 청소년보다 부모의 의류 브랜드 인식에 더 영향을 받는 것으로 나타났다. 아울러 앞으로 전통적인 부모의 역할보다는 아버지의 양육참여가 늘어나는 사회 환경에서 과거 어머니의 영향보다 아버지의 영향도 증대될 것으로 예측하였다.

부모집단과 청소년 집단간의 가치관 차이를 연구한 Shon (2009)의 연구에 따르면 국내 가족 관계에 있어서 아이들의 생활양식이나 태도는 변화하고 있으나, 부모들은 변화를 인정하지 않고 있고, 아이들은 소극적 형태로 저항할 뿐 큰 틀에 대해서는 수동적으로 따르고 있다고 하였다. 이는 부모들이 자녀들의 학업성적에만 치중한 나머지 경제적인 지원을 아낌없이 하며 자녀들도 경제적인 지원에 대해서 당연시하는 문화가 확산되고 있다는 것이다. 청소년들의 건전한 사회화를 위해서는 의존성을 해결하려는 적극적 방안이 필요한데 그 방안 중의 하나가 청소년 집단과 부모 집단의 의견을 서로 교환하는 기회가 자주 필요하다고 하였다.

Table 1. Composition of survey sheet

Classification	Question	Number of questions
Parents	Demographic characteristic	6
	Shopping behaviors for their child's fashion goods	12
	Evaluation of their child's school uniform	9
	Evaluation of their child's fashion goods	8
Students	Demographic characteristic	7
	Shopping behaviors for fashion goods	13
	Evaluation of school uniform	10
	Evaluation of their fashion goods	8

위의 결과와 같이 청소년들에게 소비행동도 사회화의 한 과정이며 이를 학습하는 과정에 있어서 부모가 중요한 요인으로 작용한다는 것이 선행연구들의 결과이다. 또한 부모의 평소 양육 태도 및 소비행동은 자녀들에게는 소비자 사회화 과정이라고 할 것이다.

3. 연구방법

3.1. 설문 조사 내용 및 대상 선정

1) 설문지의 구성 : 설문지는 청소년들의 교복 만족도 및 의복 행동에 대한 선행연구의 설문문항을 참고로 하여 구성하였다. 설문지는 학부모용, 청소년용설문지로 구분되면 각 설문지별 문항의 구성은 Table 1과 같다.

2) 대상 선정 : 설문 조사 실시 일자를 기준으로 중고등학교에 재학하는 재학생과 재학생을 자녀로 둔 학부모를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

3.2. 설문 조사 방법

인터넷 설문조사 프로그램을 활용하여 2013년 7월 26일~8월 2일 기간에 전국의 청소년 595명, 학부모 201명을 대상으로 교복 및 패션제품에 대해 인터넷으로 설문조사를 실시하였다. 이중 불성실 답변을 제외한 학부모 163명, 청소년 562명의 응답을 연구결과 분석에 활용하였다.

3.3. 응답자의 분포 및 결과 분석

학부모 및 청소년 응답자의 인구통계학적 분포는 Table 2와 같다. 표에서 보는 바와 같이 응답자의 대부분이 경기도와 서울에 살고 있으며 학부모 응답자는 아버지보다는 어머니가 많았으며 청소년 응답자의 경우 남녀 비율과 중고등학교의 비율이 거의 동일하게 분포하였다.

설문결과는 각 문항별로 빈도 분석을 실시하고 집단별로 비교 분석하였다.

Table 2. Distribution of respondents

	Parents(n)	Students(n)
Gender	Mother 67%(109)	Girl 50%(280)
	Father 33%(54)	Boy 50%(282)
Grade	Middle school child 58%(95)	Middle school 49%(279)
	High school child 42%(68)	High school child 51%(283)
Residence	Seoul 43%(70)	Seoul 46%(270)
	Gyeonggi prov. 49%(80)	Gyeonggi prov. 31%(183)
Living standard	Medium-high 34%(55)	Medium-high 20%(112)
	Medium-medium 33%(53)	Medium-medium 40%(225)
	Medium-low 18%(29)	Medium-low 15%(84)

4. 결과 및 논의

4.1. 패션제품 구매 행동

4.1.1. 학부모: 자녀용 패션제품 구매 행동

학부모들에게 자녀의 패션제품 구매에 대해 질문한 결과 가장 자주 구입하는 패션제품은 복수 선택으로 대답한 결과 의류, 신발, 속옷의 순서로 나타났다. 이들 패션제품을 주로 구매하는 장소는 아울렛매장, 백화점, 온라인쇼핑의 순서로 답하여 선행연구 결과들(Jang and Ko, 2003)에서 나타난 의류 구입 경로에 비해 온라인 쇼핑의 비중이 커지고 있음을 보여준다. 구매시 자녀를 동반한다는 응답이 전체의 89%로 나타나 선행연구 결과와 일치한다.

자녀의 패션제품 구입시 중요시하는 요소에 대해서 질문한 결과 실용성, 디자인, 가격의 순서로 답했으며 학부모들은 주로 계절이 바뀌어 필요한 의류가 생기면 구매한다는 답변이 가장 많았다.

아울러 패션제품 구매시 브랜드를 어느 정도 고려하는지 질문한 결과 브랜드가 중요한 품목으로는 신발, 의류, 가방의 순서로 답변하였고 브랜드가 중요하지 않은 품목으로는 양말, 스타킹 등의 잡화류, 속옷, 악세사리의 순서로 답변했다.

학부모들에게 가장 인지도가 높은 자녀용 패션 브랜드는 나이키, 아디다스, 폴햄의 순서로 나타났다. 이와 같이 자녀가 선호하는 브랜드를 하나이상 사주었다는 답변이 92%에 달해 학부모 응답자 대부분이 자녀가 선호하는 브랜드는 구매경험이 있는 것으로 나타났다.

이처럼 학부모들의 자녀용 패션제품 구매 행동에 대해 분석해 보면 학부모들은 자녀를 위해 실용적인 패션제품을 구입하려고하며 주로 아울렛 매장을 이용하여 구입하고 신발의 경우 브랜드를 고려하여 구입하는 것으로 나타났다. 특히 자녀가 선호하는 브랜드는 구입할 의사가 매우 높은 것으로 나타나 앞으로 신발 잡화 브랜드들은 청소년 선호도를 높이기 위한 마케팅이 더욱 중요하다는 것을 시사한다.

4.1.2. 청소년: 자신의 패션제품 구매 행동

청소년들이 자주 구매하는 패션제품은 의류, 신발, 기타 악세사리의 순서로 나타났다. 주로 구매하는 장소는 패션상가밀집지역, 온라인쇼핑몰=백화점의 순서로 답변하였다. 구매시 동반자로는 부모님 및 가족, 친구 및 선후배의 순서로 비중이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 청소년들이 온라인 쇼핑을

주요 구매 방법으로 사용하고 있는 것을 보여준다.

청소년들이 패션제품 구입시 중요시하는 요소에 대해서는 디자인, 실용성, 가격 순이라고 답변하였고 브랜드 중요도에 있어서는 브랜드가 중요한 품목으로 의류, 신발이라고 답변하였고 브랜드가 중요하지 않은 품목에 대해서는 양말, 스타킹의 잡화, 속옷, 악세사리 순으로 답변하였다.

청소년들이 선호하는 브랜드로는 나이키, 아디다스, 뉴발란스의 순서로 나타나 대부분 전문 스포츠 브랜드를 선호하며 응답자의 86%가 본인이 선호하는 브랜드를 소유하고 있다고 답변하였다.

청소년들에게 선호하는 패션광고 모델과 패션정보 습득 경로에 대해서 추가적으로 질문한 결과 연예인들 중에서도 유명 아이돌(가수)을 모델로 가장 선호하며 인터넷과 친구들의 입소문을 통해 패션정보를 얻는다는 응답이 지배적이었다.

4.2. 교복에 관한 평가

4.2.1. 교복의 구성

학부모 및 중고등학생에게 현재 학교에서 공식적으로 인정하는 교복의 구성을 질문한 결과를 바탕으로 대부분의 학교에서 채택한 품목을 정리한 결과를 Table 3과 같이 제시하였다.

4.2.2. 학부모 : 자녀 교복에 대한 평가

학부모들에게 현재 자녀가 착용하는 교복에 대해서 평가하도록 한 결과 학부모들은 교복에 있어서 중요한 것은 편안한 착용감, 단정함, 실용성 순서로 답하였다.

현재 자녀가 착용하는 교복에 대해 불만족스러운 것은 가격, 원단부자재, 디자인 순으로 답하였다. 아울러 현재 학교가 지정한 교복 중에서 활용도가 떨어지는 품목을 질문한 결과 자켓, 조끼, 반팔셔츠나 블라우스의 순서로 활용도가 낮다고 답변하였다. 이에 비해 앞으로 추가되길 희망하는 품목에서는 반팔티셔츠, 반바지(남학생용, 여학생용 모두), 패딩점퍼 등의 캐주얼한 품목을 꼽았다.

앞으로 교복에 대한 의견 수렴 방법에 대해 질문한 결과, 학부모, 학교, 학생의 세 주체가 참여한 회의를 통해 결정하도록 하자는 응답이 학부모 응답자 전체의 38%로 나타났다.

4.2.3. 청소년 : 자신이 착용하는 교복에 대한 평가

청소년들은 자신이 착용하는 교복에 대해서 중요한 요소로 편안한 착용감, 디자인, 단정함의 순서로 평가했다. 현재 착용

Table 3. Items which were mostly adopted in middle and high schools

Male students			Female students	
Summer	Upper	Half sleeve shirt, Half sleeve t-shirt, Half sleeve gym suit	Upper	Half sleeve blouse, Half sleeve gym suit
	Bottom	Long pants	Bottom	Skirt
Spring, fall and winter	Upper	Long sleeve shirt, Vest, Jacket, Cardigan, Coat, Long sleeve gym suit	Upper	Long sleeve blouse, Vest, Jacket, Cardigan, Coat, Long sleeve gym suit
	Bottom	Long pants	Bottom	Skirt

하는 교복에 대한 불만족 요소로는 디자인, 가격, 사이즈 순서로 답변하였다.

현재 착용하는 교복 중에 활용도가 적은 품목으로는 자켓, 반팔셔츠 및 블라우스, 조끼의 순서로 답변하였다. 추가적으로 교복에 포함되길 희망하는 품목에서는 의류보다는 스카프, 모자, 머플러 등의 패션잡화를 더 희망하는 것으로 나타났다.

4.3. 패션제품에 대한 인식

4.3.1. 학부모: 청소년 패션제품에 대한 인식

학부모들은 청소년을 위한 패션브랜드가 있다는 질문에 59%의 응답자가 '있다'고 답변하였다. 특히 청소년용 패션제품의 중요한 요소에 대한 질문에 (복수응답) 가격, 디자인, 사이즈 순서로 답변하여 교복과는 다른 평가 요소를 패션제품에서는 기대한다는 것을 보여주었다. 아울러 청소년에게 교복과 자율복에 대한 중요성을 질문한 결과 두 가지 의복 모두 중요하다는 답변이 68%, 교복이 더 중요하다는 답변이 23%로 나타나 학부모들도 청소년들에게 교복과 자율복이 모두 중요한 의복 행동이라고 판단하는 것으로 나타났다.

자녀의 패션인식에 대해서 질문한 결과 자신의 자녀가 패션에 대해 관심이 높다는 응답이 64%, 자녀가 몸매관리를 하고 있다는 응답이 56%로 나타나 전반적으로 자녀들이 패션에 대해 관심도가 높다는 응답이 많았다.

4.3.2. 청소년: 패션제품에 대한 인식

청소년을 위한 패션브랜드가 있다고 생각하는냐는 질문에 57%가 '있다'라고 답변하였다. 아울러 청소년용 패션제품에서 중요한 요소로는 복수 응답으로 디자인, 가격, 브랜드 순서로 답변하였다.

옷맵시를 위해 몸매관리를 해본 경험이 있는냐는 질문에는 52%의 청소년들이 있다고 답변하였고 자신이 구매하고 있는 의류 브랜드의 사이즈 체계를 이해한다는 답변은 43%로 나타났다.

아울러 청소년에게 교복과 자율복은 동등하게 중요하는 답변이 55%, 자율복이 더 중요하다는 답변이 28%로 나타났다.

4.4. 학부모와 청소년 집단간 비교

4.4.1. 패션제품 구매 행동 비교

Fig. 1. General fashion items.

청소년들과 학부모들의 패션제품 구매행동에 대한 결과를 비교해 보면 가장 차이를 보이는 것은 패션제품 구입시 중요하게 생각하는 요소이다. Fig. 1과 같이 학부모들은 실용성에 대해서 더 중요시하는 반면 청소년들은 디자인에 대해서 더 중요시 하는 것으로 나타났다.

브랜드 인식에 있어서 의류와 신발에 대해서 브랜드를 중요시하는 점과 양말, 스타킹 등의 잡화와 속옷은 브랜드를 중요시 하지 않는다는 답변은 동일했으나 브랜드 선호도에 있어서 청소년들은 나이키, 아디다스, 뉴발란스와 같이 전문 스포츠 브랜드를 선호하고 학부모가 생각하는 브랜드 선호도 1, 2순위는 동일한 브랜드이나 3순위는 폴햄으로 다르게 나타났다.

패션 정보원 활용에 있어서도 학부모집단은 TV, 잡지, 광고 등과 같이 전통적인 정보매체를 주로 활용하는 것으로 나타난 반면 청소년집단은 또래의 인적 정보와 인터넷 같은 정보를 더 활용하는 것으로 나타나 두 집단이 활용하고 있는 패션정보원이 다르게 나타났다.

구매 장소에 있어서도 학부모들은 아울렛매장을 선호한 반면 청소년들은 패션상가 밀집지역을 선호하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

4.4.2. 교복에 대한 평가 비교

교복에 대한 평가 부분에 있어서 Fig. 2와 같이 학부모와 청소년들 모두 교복에 있어서 가장 중요한 요소로 편안한 착용감을 꼽았으나 학부모들이 생각하는 2순위는 단정함인 반면 청

Fig. 2. Evaluative criteria for adolescents' fashion items.

Fig. 3. Evaluative criteria for school uniform.

소년들은 디자인이라고 답변하여 차이를 보였다. 특히 학부모들이 교복 디자인에 대해 중요도를 다른 요소보다 낮게 여기는 것과는 대조되는 결과이다. 또한 교복에 대한 불만족 요소에서 학부모들이 가격을 불만족한다고 답한 반면 청소년들은 디자인이라고 답변하여 가장 큰 의견 차이를 보인 부분이었다.

현재 착용하는 교복의 활용도에 대한 질문에서 학부모와 청소년 모두 자켓, 반팔 셔츠 및 블라우스, 조끼의 활용도가 떨어진다는 답변을 해서 현재 대부분의 학교에서 기본적으로 채택하고 있는 교복 품목에 대한 변화가 필요하다는 것을 보여준다. 아울러 추가적으로 필요하다고 생각하는 품목의 경우 반팔 티셔츠, 반바지(남녀 모두)와 같이 캐주얼한 품목이 남녀학생 모두에게 필요하다는 답변이 지배적이어서 현재의 교복 보다는 좀 더 간편한 복장을 원하는 것으로 분석되었다.

이는 학부모들과 청소년들 모두 교복에서 가장 중요한 요소는 편안한 착용감이라 인식하고 있으나 학부모들은 좀 더 저렴하고 실용적인 교복을 원하고 청소년들은 좀 더 디자인이 세련된 교복을 원하는 것으로 해석된다.

4.4.2. 패션제품에 대한 인식 비교

학부모와 청소년들 모두 청소년을 위한 브랜드가 있다는 답변의 비중이 높았으나 그렇지 않다는 답변도 40%를 넘어 아직은 청소년 전문 브랜드의 정착이 확실하다고 하기에는 어려운 것으로 해석된다.

아울러 Fig. 3과 같이 학부모들은 청소년용 패션제품에서 가격이 중요하다고 답한 반면 청소년들은 디자인이라고 답변하여 두 집단의 패션제품에 대한 평가 요소가 다르다는 것을 보여주었다. 이는 앞서 분석한 바와 같이 학부모들은 패션제품에 대해 실용성을 중요시하는 것과 일치하는 결과이며 이에 반해 청소년들은 패션제품의 유행성을 더 중요시하는 결과로 해석된다.

5. 결 론

청소년들의 패션제품 소비 행동, 교복에 대한 평가, 전반적인 패션태도로 구분하여 청소년집단과 학부모집단으로 구분하

여 설문조사를 실시한 결과 청소년 패션제품 개발을 위해서는 두 집단의 요구에 대한 보다 복합적인 분석이 요구된다는 것을 보여주었다. 특히 청소년용 패션제품은 청소년과 부모들의 의사가 함께 반영되는 제품이라는 마켓의 특성상 두 집단의 청소년용 패션제품에 대한 패션태도를 비교 분석하는 것이 앞으로 청소년용 제품 개발에 있어 보다 실질적인 소비자 요구를 반영하는 방법이 될 수 있음을 밝히고자 하였다. 본 연구의 조사 결과는 다음과 같다.

첫째, 청소년을 위한 패션제품 구매행동에서 자주 구매하는 품목은 의류, 신발의 순서로 나타났다. 특히 신발의 경우 브랜드 선호도가 높게 나타났으며 청소년이나 학부모 모두 자신이 선호하는 브랜드 혹은 자녀가 선호하는 브랜드를 대부분 구매한 것으로 나타났다. 특히 청소년용 패션제품에 있어서 전문 스포츠 브랜드들에 대한 높은 선호도를 보였다. 이에 비해 양말 스타킹 등의 패션잡화와 속옷은 브랜드가 중요하지 않다는 답변이 두 집단 모두에서 높게 나타나 브랜드 인지도가 낮은 소규모 패션업체가 공략하기에 비교적 유리한 품목으로 분석되었다.

둘째, 패션제품에 대한 중요 요소 평가에 대해서 학부모들은 실용성을, 청소년들은 디자인을 중요한 요소로 평가하여 차이를 보였다. 특히 패션정보의 습득 경로에 있어서도 청소년들이 친구들의 입소문과 인터넷매체 정보를 더 많이 활용하는 반면 학부모들은 전통적인 TV, 잡지 등을 더 활용한다고 답변하여 차이를 보였다. 이는 청소년들과 학부모 집단에 대한 마케팅 수단에 있어서 차별화가 이루어져야함을 보여주는 결과이다.

셋째, 청소년과 학부모들의 교복에 대한 평가요소가 서로 다른 것으로 나타났다. 청소년들은 교복의 디자인과 착용감을 중요시한 반면 학부모 집단은 착용감과 단정함을 중요시하는 것으로 나타났다. 특히 교복에 대해서 불만족 요소로 청소년들은 디자인, 학부모는 가격이라는 답변이 지배적이어서 두 집단의 교복에 대한 평가가 다르게 나타났다. 이처럼 교복에 대해서 두 집단간 의견 차이가 존재하므로 이를 해소할 수 있도록 현재 대부분 학교에서 학교장 재량으로 변경할 수 있는 교복에 대해서 학교, 학부모, 학생 집단의 대표자가 참여한 의견 수렴 절차가 필요한 것으로 조사되었다.

넷째, 현재 대부분의 학교에서 채택하고 있는 교복 구성에 변화가 필요한 것으로 분석되었다. 대부분의 학교에서 채택하고 있는 자켓, 반팔셔츠 블라우스, 조끼와 같은 품목은 활용도가 떨어지는 반면 남녀학생용 반바지나 여학생용 긴바지와 같은 아이টে를 필요로 하는 것으로 나타나 교복을 구성하는 품목에 변화가 필요한 것으로 나타났다. 특히 생활복을 도입하거나 교복을 변형하는 이유가 현재 교복에 대한 불편함 때문인 것으로 나타나 기존의 품목 구성에 변화가 필요한 것으로 나타났다. 추가되기를 희망하는 품목이 반팔티셔츠나 반바지, 여학생용 긴바지와 같은 아이টে이라는 것도 교복에 대한 간편화 요구로 해석할 수 있다. 따라서 간편복으로써의 장점을 지니면서도 디자인을 개선한 교복 품목들이 개발되어야 할 것으로 분석되었다.

다섯째, 청소년용 패션제품에 있어서는 디자인과 가격이 중요한 요소로 분석되었다. 청소년들은 디자인이 우수한 패션제품을, 학부모들은 가격이 합리적인 패션제품을 원하는 것으로 조사되어 두가지 요소를 갖춘 청소년용 패션제품들이 개발되어야 함을 시사한다. 특히 아직 청소년 전문 패션브랜드와 마켓 영역이 확립되어 있지 않은 국내 시장에서 보다 차별화된 세분시장을 추진하는데 있어서 중요한 요소로 분석되었다.

본 연구에서는 교복을 비롯한 다양한 패션제품에 대한 패션태도를 조사하고자 복수응답으로 설문을 실시하여 실제 패션제품 구매에 있어서 의류와 잡화에 다르게 적용되는 브랜드 충성도와 구매 결정 요인이 반영되지 못한 제한점을 지닌다. 아울러 부모와 학생들의 인구통계학적 수준별로 그룹을 세분화하여 각 그룹간 부모세대와 자녀세대의 패션태도를 비교한다면 더 소비자층 분석에 심도있는 연구가 될 것으로 생각되며 이 또한 본 연구의 한계점으로 생각된다. 앞으로 이런 점들을 보완하여 청소년들이 선호하는 패션 브랜드들의 특징과 평가 요소에 대한 분석을 실시한 연구를 지속한다면 보다 실질적인 청소년 대상 패션브랜드 개발방향을 제시할 수 있을 것이라 생각된다.

References

- Bak, Y. E., & Oh, K. W. (2011). Response of the adolescents to the school uniform regulations according to personal character and clothing needs. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 13(4), 499-510.
- Carlson, L., Walsh, A., Laczniak, R. N., & Grossbart, S. (1994). Family communication patterns and marketplace motivations, attitudes, and behaviors of children and mothers. *Journal of Consumer Affairs*, 28(1), 25-53.
- Choi, M. W., & Son, M. Y. (2012). A study on school uniform modification behavior and school uniform fitting evaluation of middle and high school students. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 50(7), 37-48. doi : 10.6115/khea.2012.50.7.037
- Chun, J. H., & Ha, J. S. (2008). Adolescent's fashion reflecting the features of modern adolescents - Focused on 'sport & street' from 2001 to 2006. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(1), 65-76.
- 'Here is the republic of Northface'. (2011, April 11). *The Hankyoreh*, from <http://h21.hani.co.kr>
- Jang, N. K., & Ko, E. J. (2003). Suggestions for fashion marketing strategy based on a study of adolescents' body image and clothing behavior by the age and gender. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 41(12), 13-26.
- Kim, S. Y., & Yang, H. Y. (2008). A symbolic meaning of youth fashion in media culture. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 10(3), 73-88.
- Lachance, M. J., Beaudoin, P., & Robitaille, J. (2003). Adolescents' brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents. *International Journal of Consumer Studies*, 27(1), 47-57.
- Lee, H. J., & Cho, J. H. (2012). Research on the middle & high school student's satisfaction and fitness of sizing system for summer school uniform. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 14(6), 1001-1009. doi : 10.5805/KSCI.2012.14.6.1001
- Lee, J. M., & Koo, Y. S. (2009). Comparison of actual status and satisfaction of school uniform of between middle and high school students. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 11(5), 753-763.
- Lee, K. A. (2011). A study on a development of the school uniform satisfaction by diverse school uniform items. *Korean Living Science Association*, 2011(one volume), 97-98.
- Lee, S. I., & Yoo, H. S. (2013). The effects of the sportswear brand property on the teenager purchase satisfaction and repurchase intention. *The Journal of Sports Science*, 22(3), 791-801.
- Ryu, E. J., Choi, H. S., & Lee, K. H. (2011). A study on the wearing conditions of middle school boys' uniform. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(10), 1175-1187.
- Shon, S. Y. (2009). Socialization of adolescent children in Korean families : Parental expectations and involvement. *Studies on Korean Youth*, 20(1), 57-84.

(Received 28 November 2013; 1st Revised 28 December 2013; 2nd Revised 7 January 2014; Accepted 10 March 2014)