

남성복 정장 스타일 유형에 의해 세분된
소비자 집단간의 특성비교
— 생활양식, 의복행동 및 외모를 중심으로 —

김 영 인

연세대학교 생활과학대학 의생활학과

**Consumer Types Based on Style of Men's Business Suits and Their
Relationship to Lifestyle, Clothing Behavior and Appearance**

Young In Kim

Dept. of Clothing and Textiles, College of Home Economics, Yonsei University
(1990. 4.2 접수)

Abstract

Changes in male roles and lifestyle in recent years have brought about an increased interest in appearance and apparel for men.

The purpose of this study was to classify consumers into categories based on style of men's business suits and describe the resulting categories in terms of lifestyle, clothing behavior, appearance and demographic variables.

Data were obtained from questionnaires completed by 513 consumers 20-69 years of age living in Seoul, and analyzed by factor analysis, multiple discriminant analysis, one-way ANOVA, CROSSTAB, and S-N-K test.

Resulting categories of consumers were labeled as formal, semi-formal and casual. Descriptive profiles of the three categories were developed differently by 2 lifestyle factors (positive opinion leadership, social participation), 1 clothing factor (conformity), 2 appearance factors (conservative, energetic), and 2 demographic variables (age, marital status). The semi-formal type of man is significantly different from the two other types in his group activities that require social participation and opinion leadership. The formal type is significantly different from the two other types in his conformity in clothing and conservative appearance. The majority of formal and semi-formal types of men were 25-39 years of age and married, while the casual type was younger and unmarried.

I. 서 론

의복을 포함하는 개인의 외모는 다양한 개인적 욕구를

본 연구는 1989년 문교부 학술연구 조성비에 의한 것임.

충족시켜주는 자기표현 수단이며 인간의 사회적 상호 관계에서 하나의 중요한 시각적 상징으로서 사용된다. 특히 남성사회에서의 의복은 사회적 지위와 직업성취도를 나타내는 중요한 단서의 하나이며¹⁾, 육체노동자보다는 정신노동자들에 있어서 이러한 측면이 더 중요하게 나타

나고 있다²⁾.

생활양식은 개인의 외모와 함께 소비자행동에 직접적이며 인과적인 영향력을 미치는 요인으로서 소비자가 유행에 관한 정보를 추구 탐색하는 의사결정과정 및 의복스타일의 구매와 사용에 영향을 미치고 있다³⁾. 최근 사회 경제적 구조의 변화에 따른 생활양식 및 남성역할의 변화는 남성의 외모와 의복에 대한 관심의 증가를 가져왔으며 남성복에 있어서 스타일의 다양성과 유행의 중요성을 증가시키고 있다⁴⁾.

'90년도 기성화율이 50% 이상에 이르는 성장기로 전환되고 있는 국내 남성의류산업에 있어서 이러한 경향은 패션시장의 개방 및 사회의 정보화에 의하여 촉진되었으며 일부 의류업체들은 해외 유명 브랜드의 도입에 의해 기성복의 제품력 향상과 인지도를 상승시키고 있다. 또한 의복의 동조성보다는 심미성을 추구하는 남성들을 표적시장으로 하는 남성복 디자이너 캐릭터브랜드의 개발로 남성복 정장스타일에도 변화를 주어 개성을 찾는 소비자를 위해 편안하고 캐주얼한 느낌을 생산하게 되었다.

그러나 이러한 국내시장의 요구변화에 비하여 남성복 분야는 여성복 분야만큼 아직 연구가 많이 이루어지지 않고 있으며 무엇보다도 장기적인 안목에서 국내 남성의류산업이 다양해진 소비자의 욕구와 국내시장 여건에 부응하기 위해서는, 디자인의 해외의존도를 줄이고 국내 시장정보분석을 통한 합리적인 시장세분화와 상품기획을 통해 고유한 디자인을 개발할 수 있는 기초연구가 필요하다고 하겠다.

따라서 본 연구는 '89년 여름 남성복 정장스타일 분석을 토대로 소비자집단을 세분화하고 각 집단의 특성을 생활양식, 의복행동, 외모 및 인구통계적 측면에서 규명하여 남성복 정장 시장세분화 기준과 국내시장 요구에 부응하는 적절한 디자인 개발을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 생활양식 (lifestyle)

생활양식은 특정 개인이나 계층 또는 집단의 문화, 가치관, 생활의식 및 행동양식의 총화로서 특정상품이나 서서비스의 구매 및 소비행위를 통하여 반영되고 있다⁵⁾.

마케팅 영역에서는 시장세분화의 기준으로 사용되어 오던 인구통계적 변인만으로는 변화하는 가치관의 다양성이나 생활행동의 이질화 경향을 분석하는 것이 불충분해졌으므로 그에 대체하는 새로운 지표로 다차원적 구매행동모형을 이용하는 생활양식이 주목받게 되었다. 따라서 고객집단별 생활양식이 더 중요한 의미를 지니며 집단의 특유한 생활양식이 구성원의 생활양식 및 구매행동과 어떠한 상관관계를 갖게 되는가를 분석하여 각 고객집단에게 적절한 제품을 제공하려는 측면에서 생활양식세분화가 이루어지고 있다⁶⁾. 또한, 생활양식 연구 분석은 사람의 활동, 흥미, 의견과 관련된 수많은 특성을 총망라하기 때문에 구매자에 대한 넓은 시각을 제공하므로⁷⁾ 소비자에 대한 충분한 이해를 토대로 가장 적절한 제품포지셔닝, 커뮤니케이션, 매체선정, 프로모션등을 할 수가 있다⁸⁾.

의류산업의 경우 유행은 예측이 어려우며 의류 디자인과 제조결정이 실제 소매 판매보다 1년 또는 그 이상 앞서 이루어져야 하므로 일반제품에 사용되는 생활양식세분화의 적용이 의류 제조업자들에게는 폭 넓게 사용되지 못하였다. 그러나 최근 소비자가 선택하는 유행은 소비자의 생활양식과 관련되어 있음이 제시됨으로써 생활양식이 의류소비자를 세분화하는 개념으로 유행산업이나 소비자 연구에서 빈번하게 적용되고 있다⁹⁾. Sproles¹⁰⁾는 의복에 있어서 소비자는 생활양식과 일치하는 제품과 서비스를 선택하므로 의복스타일은 종종 특정 역할이나 활동에 적합하도록 선택될 수 있으며 따라서 의복은 생활양식의 상징으로서의 기능을 행한다고 하였다. Horn¹¹⁾은 개인의 생활양식과 수반되는 소비패턴들은 가장 눈에 잘 띄는 지위의 지표가 된다고 하였으며, 의복스타일에 있어서 개인의 선호의 차이는 한 개인의 생활경험들 안에서 하나의 중심적이고 통합된 스타일로 출현한 반응의 한 유형이 발전한 생활양식의 반영이라고 볼 수 있다고 하였다.

남성혁신자에 관한 선행연구^{8,9)}에서도 인구통계적 특성보다 생활양식이 더 나은 지침이 된다고 보고하고 있다. Havasy¹²⁾의 연구결과 남성 유행혁신자는 생활양식 특성에 있어 혼자서 활동하는 것을 즐기는 비혁신자에 비해 집단활동과 사회적 참여를 즐기는 젊은층이며 혁신적, 독립적 물건을 제공해 주는 전문점에서 구입을 하는 것으로 나타났다.

이와같이 의복은 사회 계급구조안에서의 이동을 촉진

은 개인 생활양식의 한 양상이라고 볼 수 있다. 따라 현재와 같이 고객을 단순한 물질적 욕구 충족의 소비에서 새로운 생활양식의 창조를 갈망하는 정신적 욕구 등에 더 많은 관심을 가진 생활자로 파악하는 생활자가 마케팅으로 전환되고 있는 시점⁴⁾에서 비슷한 유형의 추구매자 집단의 행동이유를 생활양식변인으로 해석하는 것은 타당하다고 생각된다.

2. 남성의 의복행동

외모는 다른 사람과의 상호관계의 기초를 형성하는 것과 도와주는 의사전달에 관련되는 시각적 표현형태들로 사회적, 심리적, 그리고 자신의 신체적 양상들과 관련되어 있다¹⁰⁾. Robert와 Hillestad¹¹⁾는 신체 및 의복 관련된 2가지 다른 시각적 특성이 외모의 전체 형태 만들어 내며 신체와 관련된 요인들은 피부색, 머리모양, 신체형태등이고, 의복과 관련된 요인들은 실루엣, 색상, 소재, 무늬등을 포함한다고 하였다. Jackson¹²⁾ 남성들의 외모가 뚜렷하게 구분될 수 있는 것은 아니지만 개인의 성격, 생활양식, 직업환경에 의거하여 Dramatic, Romantic, Natural, Classic, Gamin의 5가지 유형으로 분류될 수 있다고 보고 각 유형에 적합한 의복장식유형을 제시하였다.

남자들 사이에서 의복은 사회적 지위와 성공을 나타내며 남자들이 다른 사람들에 대하여 내리는 평가는 그가 띠는 옷을 입었는가에 기초한다¹³⁾. Hurlock¹⁴⁾은 중년 남성들은 직업적 지위가 낮고 젊었을 때보다 더 사회적 성공을 위한 의복의 중요성을 인식한다고 하였으며 Form과 Stone¹⁵⁾의 정신노동자와 육체노동자의 의복습관 조사결과 같은 수입수준일 경우 전자가 의복스타일과 외모에 더 관여하고 있었으며 그들의 의복이 사회적, 직업적 발전을 위한 기회에 영향을 준다고 더 믿고 있었다.

남성복에서 가장 중요하게 분석되어 왔던 의복행동중의 하나는 사회적 수용이나 소속감등을 포함하는 욕구를 충족시키는 동조성이다. 사회적 가입에 대한 개인의 욕구충족은 그의 의복이 집단이 적절한 것으로 인식하는 의복과 일치하느냐에 달렸으며 이 동조성은 육체노동자보다는 정신노동자에게 더 나타나는 성향이다¹⁶⁾. Latzke¹⁶⁾은 회사원의 유행에 대한 동조는 사업세계에서 안정감을 주고 그 세계밖의 사람들로 부터 우월감을 준다고 하였으며 Form과 Stone¹⁷⁾은 정신노동자들은 그들이 일상적으로 거래하고 있는 집단에 동조하고 이들의 승인을

을 얻는데 중요한 가치를 두고 있었다고 하였다. Jacobson¹⁸⁾에 의하면 동조의 욕구는 사회적 승인, 자기 주장등과 함께 유행지향적 행동의 기본동기가 된다.

개인의 가치관 역시 그사람의 소비자 행동에 영향을 미칠 수 있다. 부의 과시에 가치를 두는 신분상징성을 중요시하는 사람은 의복이나 유행에 대단히 관심이 많다. 반면에 경제적 가치관을 가진 사람들은 의복구입시 전통적이고 편안한 스타일을 선호한다. Latzke와 Hostetter¹⁶⁾는 의복으로서 권위를 나타내는 방법은 올바른 옷차림을 하거나, 유행을 충실히 따르거나, 많은 의복을 소유하거나, 아름답고 비싼 의복을 착용함으로써 가능하다고 하였다.

성인남성을 대상으로한 국내의 연구중 박은주¹⁹⁾의 연구결과에서 의복의 동조성은 관리직이 전문직보다 더 중요시하였으며 사무직이 전문직보다 의복으로 신분상징을 나타내려는 경향이 높았다. 또한 연령 및 교육수준이 높을수록 신분상징성을 중요시 하였으며 종사기간이 오래될수록 의복동조성이 높았다. 고애란²⁰⁾등의 연구에서 신분상징성 및 유행에 대한 관심은 사회경제적 지위가 높아질수록 높게 나타났다. 동조성은 연령에서만 관계가 있어서 40, 50대에서 더 높게 나타났으며, 유행에 대한 관심은 20대에서 가장 높고 50대에서 낮게 나타났다. 홍선옥²¹⁾에 의하면 사회적 내향성이 강한 성인남성은 동조성을 중시하는 반면 심미성과 과시성은 사회적 외향성이 강한 사람에게 더 중요시되는 것으로 나타났다. 이선화²²⁾의 연구에서는 심미성은 29세 이하의 젊은 남성들에게서 신분상징성은 50대 이상의 연령층에서 가장 높게 나타났으며 미혼이 기혼보다 심미성과 예의성을 더욱 중요시 하였다.

이상으로 의복의 동조성, 유행성, 신분상징성, 심미성, 예의성은 우리나라 성인 남성들의 의복행동에 관여되고 연구되었던 측면임을 알 수 있다. 또한 개인의 외모에 더 관여하는 남성들은 정신노동자들임을 알 수 있었으며 자신이 동일시하는 외모에 적합한 의복선택은 그 개인의 인구통계적 특성을 포함하는 생활양식의 반영이며, 한 개인의 특정한 의복 착용 이유를 설명하기 위해서는 외모, 의복행동 및 생활양식 특성의 통합적 접근이 요구되고 있음을 알 수 있다.

3. 남성복 스타일

의복의 스타일은 지배적 가치들의 영향을 받는 개인적

표현, 사회적 규범들이 결합된 의사전달의 한 형태이다. 남성복 스타일은 착용자들의 적절한 직업적 이미지를 투사하는 단서가 되며, 조직의 크기와 특성에 따라 남성복의 단서와 특성이 달라진다고 할지라도 남성복 정장은 일상의 관습으로 착용되는 회사원의 옷목록에서 중요한 항목이다²³⁾.

남성복 정장 스타일을 구성하는 세가지 주된 요인은 맞춤새, 적물, 실루엣이므로 계절에 따른 유행혁신이 거의 일어나지 않고 있다. 한편, 남성의 역할변화 및 활동 영역의 증가는 그들의 의복스타일에 영향을 주어 의복 선택범위가 증가되었고 그것이 남성들로 하여금 더욱 유행을 의식하도록 만들었다. 그러나 여성복과 비교하여 남성복 정장은 격식면에서 약간 편해졌으나 아직 클래식한 정장 스타일이 남성복을 대표한다고 볼 수 있다²⁴⁾. 고애란²⁵⁾의 연구에 의하면 조끼가 있거나 없는 싱글 양복이 국내 사무직, 관리직, 전문직등의 정신노동자들에게 넓게 수용되고 있었다. 따라서 남성복에 대한 요구 및 가치변화와 남성복 스타일의 상관성을 규명하는 것이 필요하다고 생각된다.

III. 연구방법 및 절차

1. 가설설정

본 연구는 남성복 정장 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단간의 특성차이를 검증하는 것이며 구체적 연구가설은 다음과 같다.

- 1) 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단은 생활양식특성에 차이가 있을 것이다.
- 2) 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단은 의복행동에 있어서 차이가 있을 것이다.
- 3) 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단은 외모의 특성에 있어서 차이가 있을 것이다.
- 4) 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단은 인구통계적 특성에 있어서 차이가 있을 것이다.
- 5) 착용 스타일 유형에 의하여 세분화된 집단은 기타 의복과 관련된 소비행동에 있어서 차이가 있을 것이다.

2. 용어정의

정장 : 본 연구에서 정장은 스타일과 색상이 보수적인 남성 business suit를 의미한다. 어깨와 허리선을 자연스럽게 강조한 실루엣에 single 또는 double-breasted

의 하나 또는 두개의 단추가 달렸으며 뒤 가운데 또는 양쪽 트임이 있는 스타일이다.

반정장 : 본 연구에서 반정장은 스타일과 색상에 약간의 유행성과 개성이 부가된 business suit를 의미한다. 어깨가 약간 넓고 허리선에 여유가 있는 실루엣으로 특히 바지 앞 허리 부분에 2개의 주름이 있고 상의 뒤트임이 가운데 있거나 없는 것이 특징이다. 셔츠나 넥타이와의 코오디네이트 효과가 중요하다.

캐주얼 : 본 연구에서 캐주얼은 구성면에서 부자재를 간이복과 같이 부드럽게 사용하여 반정장의 분위기에 활동성을 부가하였으며 소재와 세부장식이 자유로운 스타일이다. 어깨가 넓고 허리에 여유가 있는 실루엣으로 바지 앞허리부분에 주름이 있고 상의 뒤 트임이 가운데 있거나 없는 것이 특징이다.

3. 조사도구

생활양식, 의복행동 및 외모 변인에 관한 조사는 Likert형 5단계 평정척도로 실시하였다. Varimax 방법에 의하여 요인분석한 결과 생활양식변인 6개, 의복행동변인 5개, 외모변인 5개로 간추려졌으며 그 내용은 다음과 같다.

1) 생활양식

생활양식변인의 측정은 사람의 활동이나 인식과정에 영향을 주는 근본적 개념이나 전반적인 생활패턴을 결정하기 위한 활동, 흥미, 의견(A.I.O.)에 관한 문항으로 되어 있으며 국내 의복분야의 생활양식 연구²⁶⁻²⁸⁾에 사용되었던 문항과 C.I.M.²⁹⁾의 문항을 바탕으로 한 선행연구³⁰⁾의 문항중 신뢰도가 높고 국내 남성의 생활양식에 적합한 31개의 문항을 선정하여 실시하였다. 요인분석 결과 나타난 요인은 아래와 같으며 포함된 문항은 <표 1>과 같다.

적극적 의견선도성 : 자신을 능력있다고 믿으며 자신감을 갖고 적극적으로 사회에 참여해 리더쉽을 발휘하는 성향과 관련된다.

가정적 건실성 : 가정에 충실하며 계획을 세워 활동하는 건실한 성향과 관련된다.

형식적 가치추구성 : 물질적인 충족과 외부조건이나 겉보기에 중점을 두며 타인의 평가에 관심을 갖는 성향과 관련된다.

사회적 참여성 : 외부모임이나 스포츠 활동에 적극 참여하며 여유있는 생활에 관심을 두는 성향과 관련된다.

소극적 자기충실성 : 여가시간은 독서나 음악회등 지 활동에 소요하며 혼자 있기를 좋아하는 성향과 관련된

실용적 생활추구성 : 여성은 자기일을 갖고 집안일은 너가 서로 도우며 현대적으로 생활하는 것이 좋다고

<표 1> 생활양식변인 요인분석 내용

활양식 요인	PC 부하량	문 항 내 용
인 1 : 적극적 의견선도성	.752	모든 일에 항상 자신감을 갖고 일하고 있다.
	.661	나는 마음먹은 일이면 꼭 해내고 야 만다.
	.650	나는 모험심이 강한 사람인것 같다.
	.615	나는 여러 방면에 걸쳐 능력이 있다고 스스로 믿고 있다.
	.608	나는 새롭고 특이한 일을 시도하기를 좋아한다.
	.498	나는 모임에서 중심적인 역할을 하는 편이다.
인 2 : 가정적 견실성	.689	나는 확실한 예산하에서 돈을 지출한다.
	.643	나는 집안일을 스스로 찾아 도와 주는 편이다.
	.611	주말에는 대개 집에서 가족과 함께 보낸다.
	.604	식사나 여러 일들을 시간을 정해 놓고 하는 편이다.
	.580	인생에서 최고의 즐거움은 결혼하여 자녀를 양육하는 일이다.
	.284	나는 물건을 살때 모양보다는 내용을 보고 사는 경우가 많다.
요인 3 : 형식적 가치 추구성	.672	즐겁고 부름 누리는 생활을 원한다.
	.647	나는 모든 여성에게 매력적으로 보이고 싶다.
	.604	사회적인 권위나 명성이 높은 직업을 선호한다.
	.599	나에 대한 다른 사람의 평가에 신경을 쓴다.
	.513	새로 나온 자동차에 관심이 많다.
.383	나는 단독주택보다 아파트에 살고 싶다.	
요인 4 : 사교적 참여성	.592	테니스, 보울링, 골프등 기타 스포츠 활동을 자주 즐겨한다.
	.573	나는 믿을 수 있는 친구가 많다.
	.503	친구, 동창회, 직장등의 모임에는 적극 참여한다.
	.446	음악회, 전시회, 연극등을 남보다 자주 가는 편이다.

요인 5 : 소극적 자기 충실성	.634	남보다 독서하는 시간이 많은 편이다.
	.566	활동적, 모험적인 일보다는 지적인 일에 관심을 갖고 있다.
	.555	돈보다 여가가 더 필요하다.
	.433	한가한 시간에는 혼자 있기를 좋아한다.
	.327	집에 손님을 초대할 때 여러가지 를 준비하기 보다는 간편하게 접 대하는 것이 좋다.
요인 6 : 실용적 생활추구성	.643	남자도 집안일을 돕는 것이 좋다.
	.575	앞으로 여성은 자기일을 갖는 것이 좋다.
	.553	가정은 남편이 중심이 되어야 한다.
	.318	전통가구보다는 현대가구가 더 좋다.

생각하는 성향과 관련된다.

2) 의복행동

의복행동의 측정은 의복과 관련된 태도, 흥미, 의견의 5가지 측면을 측정한 선행연구(19,22,28,30)들을 토대로 신뢰도가 높고 국내 남성에게 적합한 것을 선정 보완한 22개의 문항으로 되어 있으며 요인분석 결과 나타난 요인은 다음과 같으며 포함된 문항은 <표 2>와 같다.

신분상징성 : 유명하고 비싼 상표를 신분평가의 기준으로 삼아서 타인에게 인정받으려는 성향과 관련되어 있다.

실미성 : 자신의 개성과 어울리는 디자인의 조화를 중시하며 때와 장소에 따라서도 적절하게 옷을 입으려는 성향과 관련되어 있다.

유행성 : 의복 구입시 유행을 고려하며 유행과 세련된 옷차림에 관심을 가지고 뒤떨어지지 않으려고 노력하는 성향과 관련된다.

동조성 : 친구나 직장동료등과 같은 기준으로 의복을 착용하여 그 집단에서 승인을 받으려는 성향과 관련된다.

점속성 : 신체를 노출시키는 의복에 대하여 보수적이며 예의에 벗어나지 않게 의복을 착용하려는 성향과 관련되어 있다.

3) 외모

외모에 관한 문항은 개인적 성격, 생활양식, 직업환경에 의거하여 외모를 돋보이게 하기 위한 의복선택에 영향을 줄 수 있는 유형들로서 머리모양, 얼굴, 걸음걸이,

〈표 2〉 의복행동변인 요인분석 내용

의복행동요인	PC 부하량	문항 내용
요인 1 : 신분 상징성	.754	나는 적어도 밖에 나갈때는 남이 인정해줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다.
	.723	나는 옷을 살 때 유명상표의 상점만 보러 돌아 다닌다.
	.686	나는 넥타이, 벨트, 시계등은 최고급품에 속하는 것을 착용한다.
	.680	낯선 사람을 만났을 때 그가 입은 옷이 비싼 상표라는 것을 알게 되면 관심을 더 갖게 된다.
	.613	나는 마음에 꼭 드는 옷이 있으면 당장 필요 없어도 사는 경우가 많다.
	.559	나는 옷차림이 멋있다는 평을 듣기 위해 노력한다.
	.521	만약 어떤 모임에서 내가 남들과 다른 옷을 입었다면 소외감을 느낄 것이다.
	.516	나는 유행이 지난 스타일의 옷은 입지 않는다.
요인 2 : 심미성	.723	의복을 때와 장소에 따라 적절하게 입는 것은 중요한 일이다.
	.695	나는 나에게 어울리는 스타일과 색깔이 어떤 것인지 잘 알고 있다.
	.676	나는 양복을 입을 때 와이셔츠, 넥타이, 양말등의 조화를 고려한다.
	.648	나는 직장동료(친구)들과 다른 나의 개성을 나타낼 수 있는 옷이 좋다.
	.458	나는 다른 사람이 입고 있는 옷이 그 사람에게 잘 어울리는지 민감하게 느낀다.
요인 3 : 유행성	.646	옷을 살때 나는 우선 유행을 고려한다.
	.638	나는 옷을 선택할때 가격보다 색상과 디자인의 조화를 본다.
	.616	나는 요즘 유행하는 옷을 한벌이나 그 이상 가지고 있다.
요인 4 : 동조성	.774	새옷을 살때는 직장동료(친구)들이 입는 것과 비슷한 스타일을 선택한다.
	.751	나는 될수 있으면 다른 사람과 보조를 맞춰 옷을 입는 것이 좋다고 생각한다.
요인 5 : 정숙성	-.778	더울때는 집 밖에서라도 셔츠의 앞단추를 두개쯤 열어 가슴이 좀 보여도 된다.
	.761	나는 여름에 가까운 거리라도 집 밖으로 나갈때는 반바지를 긴바지로 바꾸어 입는다.

옷차림, 자세 및 인상을 포함하며, Carole Jackson¹²⁾

이 구분한 5개의 의복성격유형 : Dramatic, Romantic, Natural, Classic, Gamin에 관한 설명을 토대로 연구자가 23개의 문항을 작성하여 사용하였다. 요인분석 결과 나타난 요인은 다음과 같으며 포함된 문항은 〈표 3〉과 같다.

치장형 : 유행과 걸치레에 관심이 있어서 화려한 옷차림과 최신형의 머리모양을 하며 의복의 세부장식에도 신경을 쓰는 외모를 지닌 부류이다.

보수형 : 새로운 것보다는 재래의 것을 유지하려는 권위적이며 신뢰감을 주는 외모를 지닌 부류이다.

청년형 : 항상 소년같이 젊어보여 날렵하고 말쑥하며 얼굴표정이 풍부하고 섬세한 외모를 지닌 부류이다.

활동형 : 정력적이고 사교적이며 자신있게 걷고 건장한 체격을 지닌 부류이다.

소박형 : 정장보다는 편안한 옷차림을 하며 꾸밈이 없는 수수한 외모를 지닌 부류이다.

4) 남성복 스타일

국내 남성복업계 자료를 토대로 크게 정장성향 브랜드, 반정장성향의 D.C. 브랜드(Designer character brand), 캐주얼 성향의 D.C. 브랜드의 3부류로 나누어 각각 3개, 6개, 6개의 총 20개 브랜드를 대상으로 business suits, shirts 및 코오디네이트된 necktie, 구두 스타일에 대하여 시장조사 및 카탈로그조사를 하였다.

조사자료를 분류하여 3부류를 대표하는 스타일을 선정하였으며 색, 소재, 착용모델에 의한 조사대상의 반응을 제거할 수 있는 line drawing으로 suits와 shirts는 6스타일, 구두는 5스타일을 작성하여 각각에 대하여 가지고 있다, 없다, 6개월내에 구입하겠다는 문항과 그중에서 평소에 가장 많이 입는것에 관한 문항을 작성하였다. 그외에 직장에서 착용하는 의복유형, 의복 구입자 및 장소, 의복정보원 유형, 의복구입시 고려점에 관하여 묻는 문항이 포함되었다.

5) 인구통계적 및 신체특성

인구통계적 문항으로는 연령, 학력, 경제적수준, 결혼여부, 직업을 포함시켰으며, 신체에 관하여는 키, 몸무게, 허리둘레, 가슴둘레의 치수를 묻는 문항을 작성하였다.

4. 자료수집 및 처리

본 연구는 서울시내에 거주하는 20대에서 60대까지의 남성을 대상으로 하였다. 자료수집은 3명에게 1차조사

를 실시하여 수정보완한 설문지로 114명에게 2차 예비조사를 하여 요인분석을 실시하였다. 본 설문지는 1989년 12월 편의 표본추출방법에 의하여 600부를 배부하여 회수된 것과 2차 예비조사에서 회수된 것을 합한 총 513부를 통계처리에 사용하였다.

본 연구의 자료처리는 요인분석, 다변인 판별분석, CROSSTAB, One-way ANOVA, S-N-K test를 사용

하였으며 통계처리를 위해 SPSS* 프로그램을 이용하였다.

5. 조사대상

조사대상의 연령분포는 20대(43.1%), 30대(45.4%), 40대(6.7%), 50대(3.9%), 60대(0.9%)이었다. 교육수준은 고등학교졸업 이하가(13.2%), 전문학교(5.3%), 대학교(63.1%), 대학원이상(18.3%)으로 나타났다. 경제수준은 상류(6.1%), 중류(88%), 하류(5.9%)로 나타났으며 대부분이 중중 및 중상에 포함되어 있었다. 직업에 있어서는 사무직(39.9%), 전문직(19.0%), 관리직(8.9%)이었고 그밖에 서어비스직, 경영직, 기능직, 자유직, 판매직, 생산직으로 나타났으며 대학생(14.1%)이었다. 결혼여부는 미혼(40.2%), 기혼(58.6%), 이혼 및 기타(1.2%)이었다.

IV. 결과 및 논의

1. 남성복 착용 스타일 유형에 의한 집단분류

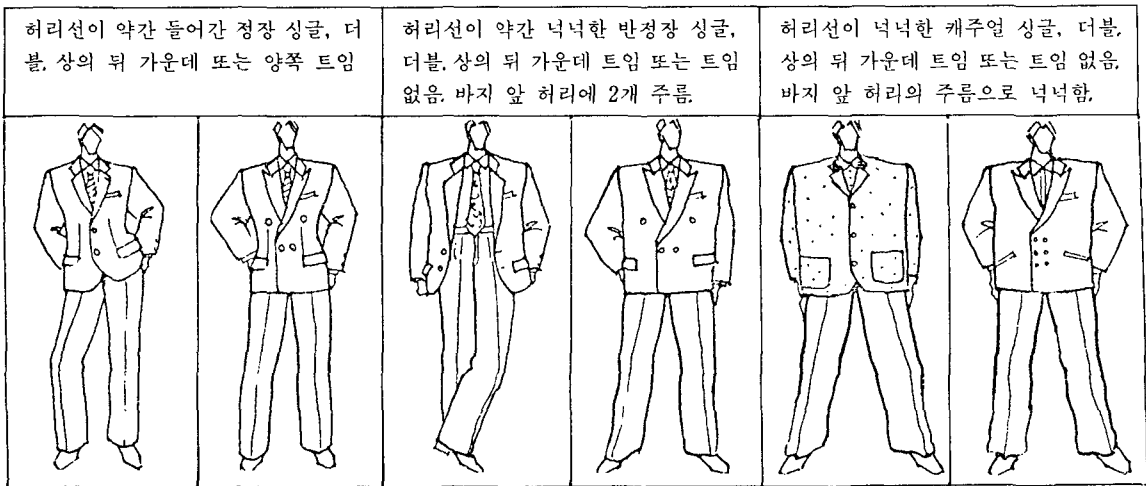
집단은 (그림 1)과 같이 '89년 여름 국내 남성복 정장 스타일 분류에 의해 선정된 6개의 스타일에 대하여 평상시 외출복으로 가장 많이 입는 것 하나를 선택하게 한 결과, 6개로 세분되었으나 double 단추여밈의 경우 빈도수가 적게 나타나 전체 대상자를 정장, 반정장, 캐주얼의 세 집단으로 분류하였다. 6개의 스타일에 대하여 각 집단이 소유한 의복수의 차이 검증 결과 <표 4>와 같이 싱글 또는 더블을 착용하는 사람은 그 유형의 의복을 다른 집단보다 더 많이 소유하고 있는 것을 알 수 있었으며 따라서 6개의 스타일 유형에 대한 평상시 착용여부에 의해 세범주의 소비자 집단으로 분류하는 것은 타당하고 생각된다.

2. 생활양식변인, 의복행동변인, 외모변인의 요인분석 및 상관관계

요인분석결과 그 특성에 있어서 선행연구들과 비교적 다르게 나타난 요인은 의복행동의 신분상징성으로 그 내용을 보면 <표 2>와 같이 비싸고 유명한 상표에 관한 것 이외에 멋있는 옷차림, 남들과 다르지 않은 옷, 유행인 스타일의 옷 등에 관한 것이 포함되었다. 이는 Latzke¹⁶⁾가 의복으로 권위를 나타내는 방법은 올바른 옷차림을 하거나, 유행을 충실히 따르거나, 많은 의복을

<표 3> 외모변인 요인분석 내용

외모요인	PC 부하량	문항 내용
요인 1 : 치장형	.807	나는 원래 유행과 몸 치장에 관심이 있으며 부드러운 직물과 화려한 색상을 좋아한다.
	.729	나는 최신형의 머리모양을 한다.
	.716	나는 원래 옷입는데 매우 꼼꼼하며 의복의 세부장식에 관심이 많다.
	-.398	나는 자신에 솔직해 보이는 꾸밈이 없는 외모를 지녔다.
요인 2 : 보수형	.674	나에게는 보수적인 머리모양이 잘 어울리며 항상 잘 빗겨져 있다.
	.630	나는 권위적이고 신뢰감을 주는 외모를 가지고 있다.
	.460	나는 항상 세련되고 절제있게 보이고 균형잡힌 걸음걸이로 걷는다.
	.421	나는 실제로 그렇지 않으나 보수적이고 까다로와 보인다.
	.288	나는 코나 뺨등이 각이져서 얼굴 윤곽이 뚜렷하다.
요인 3 : 청년형	.772	나는 항상 소년같이 젊어보이는 외모를 가지고 있다.
	.630	나는 외모가 날렵하고 말쑥해 보인다.
	.456	나는 눈이 아름답고 피부가 깨끗하며 표정이 풍부하다.
	.419	나는 예술가나 시인같이 온화하고 섬세한 분위기를 지녔다.
요인 4 : 활동형	-.680	나에게 정력적이고 활동적인 차림은 잘 안맞는다.
	.644	나는 큰 걸음으로 성큼성큼 자신있게 걷는다.
	.596	나는 운동을 한 사람처럼 건장한 체격을 가지고 있다.
	.551	나는 매우 사교적이다.
요인 5 : 소박형	.763	나에게는 캐주얼이나 편안한 옷차림이 가장 잘 어울린다.
	.759	나는 정장을 입으면 불편하다.
	.376	나는 캐주얼하며 꾸미지 않은 머리모양이 잘 어울린다.



설문지에 제시된 그림 자극물

(그림 1) '89 여름 남성복 정장스타일 분류

<표 4> 집단에 따른 정장스타일 유형 소유 빈도

(n=433)

스타일	정 장				반 정 장				캐 주 얼			
	싱 글		더 블		싱 글		더 블		싱 글		더 블	
집 단	있다	없다	있다	없다	있다	없다	있다	없다	있다	없다	있다	없다
1	204 (91.1)	20 (8.9)	28 (12.5)	196 (87.5)	48 (21.4)	176 (78.6)	7 (3.1)	217 (96.9)	36 (16.1)	188 (83.9)	5 (2.2)	219 (97.8)
2	76 (45.2)	92 (54.8)	6 (3.6)	162 (96.4)	159 (94.6)	9 (5.4)	21 (12.5)	147 (87.5)	38 (22.6)	130 (77.4)	10 (6.0)	158 (94.0)
3	18 (43.9)	23 (56.1)	3 (7.3)	38 (92.7)	17 (41.5)	24 (58.5)	5 (12.2)	36 (87.8)	36 (87.8)	5 (12.2)	5 (12.2)	36 (87.8)
계	298 (68.8)	125 (28.9)	37 (8.5)	384 (88.7)	224 (51.7)	182 (42.0)	33 (7.6)	381 (88.0)	110 (25.4)	304 (70.2)	20 (4.6)	339 (78.3)
df	2		2		2		2		2		2	
X ²	107.774***		9.922*		207.825***		13.139**		100.565***		7.873**	

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

소유하거나, 아름답고 비싼 의복을 착용하므로 가능하다고 한 내용과 일치하고 있었다. 또한 신분상징성에 남과 다르지 않은 옷을 착용한다는 것과 심미성에서 때와 장소에 따라 적절한 옷을 입는 것에 관한 문항이 포함된 것은 주어진 규범안에서 적절한 의복을 착용해야 하는 정성노동자의 특성을 잘 나타내고 있다고 볼 수 있다.

외모변인은 <표 3>과 같이 미국남성들을 대상으로 한 Carole¹²⁾ 분류와는 조금 다른 특성의 5개 유형으로 분류되었으며 비교적 우리나라 남성의 외모 유형을 잘 나타내고 있다고 볼 수 있다. 그러나 얼굴 생김새에 관한

문항의 부하량이 적게 나타났으며 앞으로 이에 관한 적절한 문항이 보충되고 검증되어야 할 것이다. 세 변인의 특성을 더 자세히 알아보기 위하여 세변인간의 상관관계와 연령, 경제수준, 결혼여부와와의 F 검증 및 뉴만 윌슨 범위검증을 실시하였다.

세 변인간의 상관관계는 <표 5>와 같이 외모의 다섯요인이 다른 변인들과 비교적 높은 상관관계를 나타내고 있다. 다섯요인중에서치장형은신분상징성과가장높은정적상관관계를 보이고 있으며 형식적 가치추구성, 유행성, 심미성과 정적상관을 나타내고 있다. 활동형은 적극적

<표 5> 생활양식, 의복행동, 외모요인의 상관관계

요 인	신분 상징성	심미성	유행성	동조성	정숙성	치장형	보수형	청년형	활동형	소박형
적극적 의견선도성	-.088	.263***	.097*	-.176***	-.003	.015	.156**	.221***	.414***	.071
가정적 견실성	-.014	.034	.035	.137**	.141**	-.008	.260***	-.057	.033	-.201***
형식적 가치추구성	.470***	.207***	.127**	.174***	-.077	.391***	.096*	.104*	.084	-.251***
사교적 참여성	.143**	.179***	.144**	-.037	-.109*	.143**	-.003	.091	.266***	.052
소극적 자기충실성	.089	.079	.017	-.063	.149**	-.016	.120*	.140**	-.182***	.089
실용적 생활추구성	.023	.102*	.062	.062	-.058	.123**	.021	.007	-.037	.075
치 장 형	.548***	.230***	.241***	.071	-.061					
보 수 형	.116*	.224***	.016	.041	.150**					
청 년 형	.094*	.173***	.094*	-.038	.011					
활 동 형	-.033	.245***	.106*	-.066	-.095*					
소 박 형	-.056	-.070	.013	-.122**	-.078					

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

의견선도성과 가장 높은 정적 상관관계를 나타내며 사교적 참여성과 심미성과 정적 상관을 보이고 있다. 보수형은 가정적 견실성과 심미성에서 정적 상관을 나타내며 청년형은 적극적 의견선도성과 정적상관을, 소박형은 형식적 가치추구성과 가정적견실성에서 부적상관을 나타내고 있다. 이상의 결과로 치장형은 의복행동과 더 많이 관련되어 있으며 활동형과 보수형은 생활양식과 의복행동에 관련되어 있고 청년형과 소박형은 생활양식에 더 많이 관련되어 있음을 알 수 있었다.

연령에 따른 유의한 차이는 60세 이상을 제외하고 연령이 높아질수록 평균값이 크게 나타난 요인중 가정적 견실성은 20~24세 집단과 그 이상의 집단이 유의하게 구분되었고, 동조성은 20~24세와 25~29세, 30대가 유의하게 구분되었다. 정숙성은 20, 30대와 40대로 유의하게 구분되었으며, 보수형은 20대와 50대로 구분되었다. 60세이상을 제외하고 연령이 높아질수록 평균치가 낮게 나타난 요인중 실용적 생활추구성은 20대와 30, 40대 집단으로 구분되었으며, 소박형은 20대와 30, 40, 50대가 구분되고 있었다. 청년형은 20~24세와 30, 40대가 구분되었다. 이상으로 60대는 그 특성에 있어서 다른 높은 연령층과는 다르다는 것을 알 수 있었으며 이는 정년퇴직등 여러가지 생활환경의 변화로 인한 것이라고 볼 수 있다.

결혼여부에 있어서 유의한 차이가 나타난 요인 중 가정적 견실성은 기혼의 평균치가 높게 나타났고, 실용적 생활 추구성, 청년형, 소박형은 미혼의 평균치가 더 높게 나타났다.

경제수준의 차이에 있어서는 형식적 가치추구성, 사교적 참여성, 신분 상징성, 심미성, 치장형은 수준이 낮아질수록 낮은 평균치를 나타냈으며 형식적 가치추구성은 상상(.258)보다 상중(.861)의 평균치가 더 높게 나타났다.

3. 남성복 착용스타일에 의해서 세분화된 집단간의 특성 차이

세집단간의 생활양식, 의복행동, 외모의 차이를 검증하기 위하여 표준점수를 사용한 일원변량분석과 뉴만쿨즈 범위 검증을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 생활양식 특성의 차이

<표 6>와 같이 적극적 의견선도성과 사교적 참여성에 서만 유의있는 차이가 나타났으며 두 요인의 평균치를 비교하여보면, 모두 반정장집단이 정장집단이나 캐주얼 집단보다 상대적으로 높은 점수를 나타내었다. 따라서 반정장집단은 정장집단이나 캐주얼집단에 비하여 자신을 능력 있다고 믿으며 자신감을 갖고 적극적으로 사회

<표 6> 세집단간의 생활양식 차이

집단	생활양식요인		적극적 의견선도성		가정적 견실성		형식적 가치추구성		사교적 참여성		소극적 자기충실성		실용적 생활추구성	
	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D
정장집단 (n=199)	-.163 ^b	.902	.166	.920	-.014	.942	-.129 ^b	.969	.052	.100	-.121	.983		
반정장집단 (n=161)	.320 ^a	1.003	.001	1.032	.082	.991	.264 ^a	.992	-.058	1.024	.026	1.047		
캐주얼집단 (n=39)	-.033 ^b	1.090	-.079	1.016	.220	.967	-.088 ^b	1.085	.116	1.047	.129	1.041		
전체 (n=513)	.044	.988	.076	.978	.047	.965	.034	1.005	.014	1.014	-.037	1.016		
F 값	11.351***						7.319***							

전체 수에는 집단 분류 항목에서 빠진 사람도 포함됨. a, b : S-N-K 검증 ***P<.001

<표 7> 세집단간의 의복행동 차이

집단	의복행동 요인		신분상징성		심미성		유행성		동조성		정숙성	
	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D
정장집단 (n=199)	-.000	1.012	-.106	.932	-.064	.976	.202 ^a	.995	.153	.991		
반정장집단 (n=161)	-.030	.968	.195	1.023	.148	1.051	-.152 ^b	-.997	-.169	1.035		
캐주얼집단 (n=39)	-.017	1.204	.184	.875	-.026	.895	-.023 ^b	1.160	-.061	.938		
전체 (n=513)	-.013	1.013	.039	.972	.022	1.001	.042	1.024	.007	1.013		
F 값							5.813***					

a, b : S-N-K 검증 **P<.01

활동에 참여하여 리더쉽을 발휘하며 스포츠 활동등 여유 있는 생활에도 관심을 두는 집단인 것을 알 수 있었다. 이는 Havasy³⁾의 연구 결과와 비교해 볼 때 집단활동과 사회적 참여를 즐기는 혁신자의 특성에 가깝다고 볼 수 있다. 그 이외의 요인에 있어서는 평균치를 비교하여 보면 정장집단은 가정적 견실성이 타집단보다 높아 가정에 충실하며 계획을 세워 활동하는 성향이 있는 것을 알 수 있으며 캐주얼집단은 형식적 가치추구성 및 실용적 생활 추구성이 타집단보다 높아서 물질적 외부조건에 관심을 두며 실용적, 현대적 생활을 원하는 경향이 있다는 것을 알 수 있었다. 따라서 연구가설 1은 부분적으로 수락되었다.

2) 의복행동의 차이

<표 7>과 같이 동조성에서만 유의한 차이가 나타났다. 정장집단은 동조성에서 다른 두 집단보다 상대적으로 높은 점수를 나타냈다. 따라서 반정장집단이나 캐주얼집단에 비하여 정장집단이 친구나 직장동료들과 같은 기준

으로 의복을 착용하여 집단의 승인을 얻으려는 성향이 있는 집단임을 알 수 있었다. 그 이외의 요인에 있어서는 평균치를 비교하여보면 반정장집단은 타 집단에 비해 정숙성이 높게 나타났고 반정장집단은 심미성과 유행성이, 캐주얼집단은 심미성이 높음을 알 수 있었다. 반정장 집단은 생활양식의 특성에서 비교적 외향적인 집단으로 볼 수 있으므로 홍선옥²⁾⁾의 연구결과 사회적 외향성이 강한 사람이 동조성은 덜 중시하고 심미성이 높았다는 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다. 따라서 연구가설 2는 부분적으로 수락되었다.

3) 외모의 차이

<표 8>과 같이 보수형과 활동형에 있어서만 유의한 차이가 나타났다. 캐주얼집단은 보수형에 있어서 타집단보다 낮은 평균치를 나타내었고, 반정장집단은 활동형에서 타 집단보다 높은 평균치를 나타내었다. 따라서 반정장집단은 타집단보다 더 정력적, 사교적인 집단이며 캐주얼집단은 타 집단에 비해 보수적이고 권위적이지 않

<표 8> 세집단간의 외모 차이

외모요인 집 단	치 장 형		보 수 형		청 년 형		활 동 형		소 박 형	
	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D
정장집단(n=199)	-.073	.945	.095 ^b	.986	-.105	.927	-.167 ^b	.961	-.101	1.011
반정장집단(n=161)	.079	.950	.099 ^b	.935	.071	1.079	.319 ^a	.921	.001	.953
캐주얼집단(n=39)	-.041	1.409	-.312 ^a	.999	.167	1.079	.049 ^b	1.123	.118	.847
전체(n=513)	-.011	1.001	.057	.973	-.010	1.007	.043	.987	-.040	.974
F 값			3.297*				11.736***			

a, b : S-N-K 검증 *P<.05 ***P<.001

<표 9> 세집단을 판별하는 변인에 대한 상대적 기여도

변인 명칭	F 값	변인 명칭	F 값
사회적 참여성	4.798	보수형	1.854
결혼여부	3.923	의복구입시 고려점 1	1.804
연 령	3.349	치장형	1.793
몸 무 게	3.084	적극적 의견선도성	1.691
동 조 성	2.059	키	1.425
경제적 수준	1.914	활동형	1.341
직장복 유형	1.870		

P<.001

으며, 젊고 날렵하고 꾸미지 않은 외모에 더 가까운 집단으로 볼 수 있다.

신체변인인 키, 몸무게, 허리둘레, 가슴둘레에 있어서는 세집단간에 유의있는 차이가 나타나지 않았다. 따라서 연구가설 3은 부분적으로 수락되었다.

4) 인구통계적 차이

세집단간의 인구통계적 특성의 차이를 검증하기 위하여 분할표에 의한 X² 검증과 일원변량분석을 실시한 결과 <표 9>와 같이 연령에 있어서는 .01 수준에서 유의있는 차이가 있어 정장집단은 30대가 많았고 반정장집단은 20대 후반 캐주얼집단은 20대 전반이 많은 것으로 나타났다. 결혼여부는 .001수준에서 유의한 차이가 나타나 정장집단 및 반정장집단은 기혼이 많았고 캐주얼집단은 미혼이 많은 것으로 나타났다. 따라서 앞의 의복행동 결과를 고려할 때 이선희²²⁾의 미혼이 심미성을 더 중시하였다는 결과를 지지하고 있다. 경제수준과 직업에 있어서는 집단간에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 경제수준은 3개 집단의 70% 이상이 중중 및 중상에 속하고 있었다. 직업은 3개 집단이 모두 사무직이 35%이상으로

가장 많았고, 전문직, 대학생으로 구성되어있으며 캐주얼 집단만 전문직보다 대학생의 구성비율이 높게 나타났다. 근무년도는 정장집단 7년, 반정장집단 6년, 캐주얼 집단 5년으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 따라서 연구가설은 4는 부분적으로 수락되었다.

5) 기타 의복과 관련된 소비행동의 차이

세집단간의 직장복 유형, 의복 구입자, 구입장소, 정보원 유형 및 의복구입시 고려점에 있어서 차이를 검증하기 위하여 분할표에 의한 X²검증을 실시하였다. 그 결과 직장복 유형과 의복구입시 고려점의 2번째 순위에 있어서만 유의한 차이가 나타났다. 직장복 유형은 .05 수준에서 유의한 차이가 있어 남성복 정장착용은 정장집단(79%), 반정장집단(71%), 캐주얼집단(59%)으로 나타나 캐주얼집단이 자유복을(39%) 가장 많이 착용하고 있음을 알 수 있었다.

의복 구입시 세집단 모두 유행의 영향을 덜 받으며 오래 입을 수 있는 점을 가장 먼저 고려하고 있었으며, 정장집단과 반정장집단은 두번째로 모양이 단순하며 활동하기 편한 점, 세련되고 남성다운 품위가 있는 옷을 고려하고있는 반면 캐주얼집단은 모양이 단순하며 활동이 편한 점을 고려하고 있었다.

그밖에 의복구입은 세집단 모두 60% 이상이 본인이 하는 것으로 나타났으며 구입장소는 전체의 50% 이상이 백화점에서 하고 있었고 정장집단은 남성의류전문점과 맞춤형점에서, 반정장집단은 남성 의류전문점과 남성복 직영점이나 대리점에서, 캐주얼집단은 시장에서 구입하는 순으로 나타났다.

정보원의 유형에 있어서는 세집단 모두 36%가 상점의 진열장으로 나타났으며 친구나 동료, 거리행인의 옷차림 순이었다. 반정장집단과 캐주얼집단은 패션잡지 판

고도 참고하고 있었다.

소유하고 있는 셔츠의 경우 세집단 모두 정장용 셔츠, 줄무늬 셔츠 순으로 많이 보유하고 있었으며 칼라에 단추가 있는 스타일은 캐주얼집단이 많이 보유하고 있었다. 5개의 구두 스타일 유형에서는 집단간에 유의한 차이가 발견되지 않았으며 이는 미국 소비자를 대상으로한 Havasy³⁾의 결과와 비교하여 볼 때 국내 남성들은 아직 액세서리에 대한 관심이 적다고 볼 수 있다.

4. 세집단에 대한 판별분석

착용스타일에 따라 분류된 세집단간의 특성 차이를 가

<표 10> 판별함수에 의한 세집단의 분류유형과 명중률

실제 집단	응답자수	예측되는 집단		
		정장집단	반정장집단	캐주얼집단
정장집단	181	103(56.9)	37(20.4)	41(22.7)
반정장집단	144	36(25.0)	78(54.2)	30(20.8)
캐주얼집단	36	6(16.7)	8(22.2)	22(61.1)
ungrouped cases	63	23(36.5)	14(22.2)	26(41.3)
전체합계	424			

명중률 : 56.23%

장 잘 판별할 수 있는 변인을 알아보기 위해 집단분류 항목 및 하나 이상의 판별변인 항목에 응답이 없었던 응답자를 제외한 361명에 대하여 다변인 판별분석을 실시하였다. 판별분석에 사용된 생활양식변인, 의복행동변인, 외모변인은 요인점수를 사용하였고, 인구통계적변인, 신체 및 기타의복과 관련된 변인들은 원점수를 사용하였다. 단계적 판별분석에 의해 세집단을 판별하는데 기여도가 높은 변인부터 차례로 추가시킨 결과 총 13개의 변인이 기여하는 것으로 나타났으며 그 상대적 기여도는 <표 9>와 같다. 세집단을 판별하는데 사교적 참여성이 가장 높게 기여하고 있어 생활양식으로 집단간의 차이가 가장 잘 설명될 수 있다는 것을 알 수 있었으며 결혼여부 및 연령의 상대적 기여 순위를 볼 때 국내 남성들이 특정 의복을 착용하는데 인구통계적 영향이 크다는 것을 알 수 있었다. 의복행동에 있어서는 동조의 정도로 세집단을 판별할 수 있었고, 외모변인의 상대적 기여도는 크지 않았지만 보수형, 치장형, 활동형에 의해서 세집단이 판별될 수 있음을 알 수 있었다.

단계적 판별분석 결과 도출된 판별함수의 타당도를 검증하기 위하여 분류행렬법을 사용하였으며 <표 10>은 판별함수에 의해 각 집단에 속할 것으로 예측되는 집단 구성원의 수와 판별함수에 의해 올바르게 분류될 확률을

<표 11> 남성복 정장스타일 유형에 의해 세분된 집단의 특성 비교

(n=399)

집단 내용	정장집단 n=199	반정장집단 n=161	캐주얼집단 n=39
연령*	20대 후반(22%) 30대 초반(28%) 30대 후반(22%)	20대 후반(33%) 30대 초반(29%) 30대 후반(13%)	20대 초반(34%) 20대 후반(24%) 30대 초반(22%)
결혼여부*	미혼(35%) 기혼(64%)	미혼(42%) 기혼(58%)	미혼(61%) 기혼(34%)
경제수준	중상(20%) 중중(52%) 중하(17%)	중상(26%) 중중(48%) 중하(14%)	상하(12%) 중상(26%) 중중(48%)
직업	사무직(42%) 전문직(19%) 관리직(10%)	사무직(38%) 전문직(19%) 대학생(16%)	사무직(35%) 대학생(28%) 전문직(17%)
학력	대학원(20%) 대학(59%) 고등학교(14%)	대학원(16%) 대학(69%) 고등학교(11%)	대학원(20%) 대학(66%) 전문대학(7%)

환양식	가정적견실성(+) 적극적 의견선도성(-)* 사교적 참여성(-)* 소극적 자기충실성(+) 실용적 생활추구성(-)	적극적 의견선도성(+++)* 사교적 참여성(++)*	형식적 가치추구성(++) 실용적 생활추구성(+)
1부행동	동조성(++)* 정숙성(+) 심미성(-)	심미성(+) 정숙성(-) 동조성(-)* 유행성(+)	심미성(+)
2모	활동형(-)* 청년형(-) 소박형(-)	활동형(+++)*	보수형(---)* 청년형(+) 소박형(+)
키	170 cm	172 cm	173 cm
몸무게	66 kg	66 kg	68 kg
허리둘레	80 cm	80 cm	80 cm
가슴둘레	99 cm	99 cm	99 cm
착용의복	정장싱글(62%) 반정장싱글(15%) 캐주얼싱글(11%)	정장싱글(25%) 반정장싱글(51%) 캐주얼싱글(12%)	정장싱글(21%) 반정장싱글(20%) 캐주얼싱글(43%)
남성복*	정장용(40%) 줄무늬(24%) 체크무늬(18%)	정장용(25%) 줄무늬(26%) 체크무늬(18%)	정장용(30%) 줄무늬(23%) 칼라에 단추가 있는 것(18%)*
의복구입처	본인(64%)	본인(69%)	본인(61%)
구입장소	백화점(51%) 남성의류전문점(14%) 맞춤양복점(11%)	백화점(53%) 남성의류전문점(12%) 기성복 직영점, 대리점(11%)	백화점(56%) 시장(12%)
정보원	상점의 진열장(36%) 친구나 동료(21%) 거리행인의 옷차림(15%)	상점의 진열장(37%) 친구나 동료(26%) 거리행인의 옷차림(11%) 패션잡지 광고(10%)	상점의 진열장(37%) 친구나 동료(29%) 거리행인의 옷차림(16%) 패션잡지 광고(13%)
의복구입시 고려점	1. 유행의 영향을 덜 받으며 오래 입을 수 있는 옷(57%) 2. 모양이 단순하며 활동이 편한 옷(41%)* 세련되고 남성다운 품위가 있는 옷(33%)*	1. 유행의 영향을 덜 받으며 오래 입을 수 있는 옷(45%) 2. 모양이 단순하며 활동이 편한 옷(36%)* 세련되고 남성다운 품위가 있는 옷(33%)*	1. 유행의 영향을 덜 받으며 오래 입을 수 있는 옷(49%) 2. 모양이 단순하며 활동이 편한 옷(46%)* 세련되고 남성다운 품위가 있는 옷(10%)*
직장복*	남성복 정장(79%) 자유복(16%)	남성복 정장(71%) 자유복(26%)	남성복 정장(59%) 자유복(39%)
직장근무년수	7년	6년	5년

* : 세 집단간 유의한 차이가 나타난 요인
+, - : 평균치의 높고 낮은 정도를 나타냄

나타낸다. 이 명중률은 적합도 검증결과 우연에 의해 올바르게 분류될 확률 41.99%보다 높은 56.23%를 나타내어 판별함수에 의한 명중률이 우연에 의해 올바르게 분류될 확률보다 유의적으로 더 높다는 것을 알 수 있었다.

이상의 결과를 <표 11>과 같이 요약할 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 남성복 정장 스타일 유형에 의해 세분될 수 있는 소비자 집단의 존재여부를 확인하였다. 또한 세분된 집단간에 생활양식, 의복행동, 외모, 인구통계적 특성 및 의복과 관련된 소비행동에 차이가 있는가를 규명하여 각 세분집단에 적절한 디자인 개발에 도움을 줄 수 있는 기초 자료를 제시하였다.

1. 연구결과 조사대상은 보수적 business suit 스타일의 정장, 약간의 유행성과 개성이 부가된 반정장, 활동성이 부가되고 소재와 세부장식이 자유로운 캐주얼 유형을 주로 착용하는 3개의 집단으로 유의하게 구분되어졌으며 정장시장이 50.1%로 가장 큰 것을 알 수 있었다.

2. 집단간의 유의한 특성의 차이는 생활양식의 적극적인 의견선도성과 사교적 참여성, 의복행동의 동조성, 외모의 보수형과 활동형, 인구통계적변인의 연령과 결혼여부에서 나타났으며 그 외에 직장복 유형과 의복 구입시 고려점에 있어서 차이를 보이고 있었다.

3. 집단간의 특성은 반정장집단이 가장 뚜렷하게 나타났으며, 세 집단을 판별하는데는 사교적 참여성이 가장 많이 기여하고 있었다. 따라서 사회활동 및 여가생활에 대한 관심과 활동에 관한 생활양식 특성이 세 집단을 구별하는데 중요함을 알 수 있었으며 연령 및 결혼여부의 인구 통계적 요인의 영향도 높게 기여하고 있었다.

이상의 결과로 남성복 정장 시장이 소비자 특성에 따라 세분될 수 있음이 확인되었고 이러한 특성을 남성복 상품 기획에 반영하는 것이 바람직하다고 생각된다.

참 고 문 헌

- 1) Hurlock, E.B., *Developmental Psychology* (4th ed.), Tata McGraw-Hill Pub. Co. Ltd., New Delhi, 212, 272, (1978)
- 2) Sproles, G.B., *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, Burgess Publishing Company, 163, 41-54 (1979)
- 3) Havasy, J.B., *Male Fashion Innovators: Sex-role Type and Lifestyle Characteristics*, Ohio State University, 1-2, 61-63, (1985)
- 4) 김동기, 현대 마케팅 원론, 박영사, 177, 177-179, 174, (1980)
- 5) Pride, W.M., Ferrel, O.C., *Marketing: Basic Concepts and Decisions*, Houghton Mifflin Company, Boston, 51, (1985)
- 6) Plummer, J.T., *The Concept and Application of Lifestyle Segmentation*. *J. of Marketing*, 38, 33-37 (Jan. 1974)
- 7) Horn, M.J., Gurel, L.M., *The Second Skin* (3rd Ed. Houghton Mifflin Company, Boston, 269, 156, (1985)
- 8) Rogers, E.M., Shoemaker, F.F., *Communication Innovations*, New York: The Free Press, (1971), 1
- 9) Havasy, J.B., *Male Fashion Innovators: Sex-role Type and Lifestyle Characteristics*, Ohio State University, 8, (1985)
- 10) King, C.W., Ring, L.J., *The 1975 Toronto Male Fashion Research Project: A Descriptive Overview* (Paper No. 526). Krannert Graduate School of Industrial Administration, Purdue University, University Park, in Havasy, J.B., *Male Fashion Innovators: Sex-role Type and Lifestyle Characteristics*, Ohio State University, 14, (1985)
- 11) Kaiser, S.B., *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, MacMillan Pub. Co., New York, 153, 8, (1985)
- 12) Hillestad, R., *The Underlying Structure of Appearance*. *Dress*, 5, 117-125, (1980) in Kaiser, S.B., *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*, MacMillan Pub. Co., New York, 168, (1985)
- 13) Jackson, C., *Color for Men*, Ballantine Books, New York, 174-193, (1984)
- 14) Houlst, T.F., *Clothing and The Status Ratings of Man: An Experiment*, in Roach, M.E., and Eicher, R., (Eds), *Dress, Adornment and the Social Order* John Wiley and Sons, Inc., New York, 250-255 (1965)
- 15) Form, W.H., Stone, G.P., *The Social Significance of Clothing in Occupational Life*, *Technical Bulletin*, 247, (Jun. 1955) in Horn, M.J., Gurel, L.M., *The Second Skin* (3rd Ed.), Houghton Mifflin Company, Boston, 285, (1986)
- 16) Eicher, J.B., and Williams, M.C., *Teen-Agers Appearance*

- ance and Social Acceptance*. J. of H.E., 58, 6, 457, (1966)
- 3) Latzke, A., Hostetter, H.P., *The Wide World of Clothing*, The Ronald Press Company, New York, 20, 57, (1968)
- 7) Form, W.H., Stone, G.P., *The Social Significance of Clothing in Occupational Life*. Technical Bulletin, 247, (Jun. 1955) in Sproles, G.B., *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, Burgess Publishing Company, 162, (1979)
- 8) Jacobson, W.E., *Human Motive Underlying Fashion Changes*, Practical Home Economics, 14, 230-231 (1936) in Sproles, G.B., *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, Burgess Publishing Company, 142, (1979)
- 9) 박은주, 직장남성의 의복행동과 지각형성 및 직업만족도와와의 상관관계 : 정신노동자 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1984
- 10) 고애란등, 성인 남자의 연령 및 사회 경제적 지위와 의복행동과의 상관 연구, 대한가정학회지, 25, 1, 1-10, (1987)
- 21) 홍선옥, 성인남자의 의복행동과 사회적 내향성-외향성 성격과의 관계, 이화여자대학교 석사학위논문, (1983)
- 22) 이선화, 성인 남자의 의복행동에 관한 연구 : 가치관과 사회 경제적 배경을 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, (1983)
- 23) Solomon, M.R., *The Psychology of Fashion*, Lexington Books, 6-7, 388, (1985)
- 24) Frings, G.S., *Fashion: from concept to consumer*, 32, 133, (1982)
- 25) 고애란, 성인남자의 의복행동과 강화통제 및 신체적만족과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사학위 논문, (1982)
- 26) 제일기획, 제 2 부 라이프스타일 자료, 77 광고자료집, 제일기획조사부편, (1977)
- 27) 김동진, 마케팅 전략을 위한 라이프스타일에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, (1985)
- 28) 원 선, 의복변인에 관한 시장세분화 및 라이프스타일 변인과의 관련연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, (1984)
- 29) C.I.M./C.C.A., *Etude Socio-Mode*, (1985)
- 30) 김영인, 선호 디자인 감각에 따른 의복구매자유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구 (I), 생활과학논집 제 2 집, 연세대학교 생활과학연구소, 17-29, (1988)