

# 생활한복의 구매의사에 대한 영향요인 연구\*

- 생활한복 이미지, 추구혜택, 위험지각을 중심으로 -

A Study of the Effective Factors on the Purchase Intention of *Saenghwal-Hanbok*\*

- Focused on the Clothing Image, Benefit Sought and Perceived Risk -

세종대학교 생활과학부 의상학전공

교수 임영자

박사후 연수과정 류은정

Division of Home Economics, Sejong Univ.

Professor : Lim, Young Ja

Post-doc. : Ryou, Eun Jeong

## ◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 연구방법 및 절차

IV. 연구결과 및 논의

V. 결론

참고문헌

## <Abstract>

The purpose of this study was to investigate the effect of clothing image, benefit sought, perceived risk, demographic and consumer's characteristics on the Purchase Intention of *Saenghwal-Hanbok*. The questionnaire was administered to 227 women in Seoul. Data were analysed by factor analysis, correlation and multiple regression. The results of this study were as follows :

1. The clothing images of *Saenghwal-Hanbok* were composed of dignified, comfortable, conservative and innovative dimensions. The benefits sought of *Saenghwal-Hanbok* were identified to traditional aesthetics, contemporary aesthetics, comfortability. The perceived risk of *Saenghwal-Hanbok* was the only risk on the negative viewpoint of others.
2. The images of *Saenghwal-Hanbok* with the exception of innovative image have influenced on the benefit sought and the perceived risk of *Saenghwal-Hanbok*.

\* 이 논문은 2001년도 두뇌한국21사업에 의하여 지원되었음.

3. The positive effects of benefits sought and negative effect of perceived risk on the purchase intention of *Saenghwal-Hanbok* were found. There were also the significant effects of demographic and consumer's characteristics on the clothing image, benefit sought, perceived risk.

주제어(Key Words): 생활한복(*Saenghwal-Hanbok*), 의복이미지(clothing image), 추구혜택(benefit sought), 위험지각(perceived risk), 구매의사(purchase intention)

## I. 서론

21세기가 시작되는 우리 시대는 세계 부족의 시대라고 부를 만큼, 세계화와 다원주의, 지역주의 등이 동시에 가속화되고 있다. 세계는 국경의 의미가 없어지는 동시에 고립된 곳으로 변해가고 있으며, 세계 무역, 세계 여행이 증가하는 추세는 지역적, 종교적, 민족적 정체성이 강화되는 트렌드와 동시에 진행되고 있다(마이클 마자르, 2000).

이와 같은 현상의 영향은 1970년대까지 패션의 중심을 이루던 서구 패션이 아닌 다양한 민속복식이나 제3의 복식 문화가 주류 패션으로 부상되고, 민속풍(ethnic), 오리엔탈(oriental), 포클로어(folklore) 등의 패션트렌드가 꾸준히 등장하는 데서도 찾아볼 수 있다.

우리나라에서는 1980년대 이후 한국 패션의 새로운 도전과 방향 제시를 위해 전통적 디자인 요소들을 재해석하여 현대 패션에 적용시킨 한국적 디자인의 개발을 위해 많은 노력을 기울이고 있으며, 1993년부터는 파리의 프레타포르테 컬렉션에 참가하면서 한국적 디자인의 세계 시장 진출이 이루어졌다. 복식 학계에서도 한국적 디자인의 개발과 전개 과정에 관한 연구들(최세완과 김민자 1993, 김인경 1995, 강희경 1998)이 다양하게 이루어지고 있다.

한편 우리 전통복식을 현대화하고 생활화하기 위한 여러 가지 방안들이 적극적으로 모색되고 있으며, 정부에서는 1997년부터 매월 첫째주 토요일을 '한복입는 날'로 제정하여 한복에 대한 관심과 의식을 고취시키고 있다. 이러한 상황에서 가장 적극적인 대안으로 등장한 것이 생활한복이다. 생활한복은 1995년부터 본격적 유통이 시작되면서 전통 한복의 대용으로서 뿐 아니라 일상복, 교복, 공무원 근무

복, 단체복용으로 그 수요가 점차 확대되고 있다. IMF 이후에는 생활한복 유통대리점의 소자본 창업이 활발하게 이루어졌으며, 전국 유통망을 갖는 대기업이 생활한복 시장에 진출하게 되면서 전국적 확산이 이루어지고 있다.

그러나 이러한 현상은 전통에 대한 관심과 우리 것 찾기 의식을 고취시키는 사회문화적 분위기에 힘입은 바가 크며, 패션산업이나 한국 복식사에서 생활한복의 위상은 제대로 정립되지 못하였고, 또한 소비자 수요가 지속적인 만큼 대중화되지 못했기 때문에 생활한복 시장이 성장할 수 있는 기반은 확고하지 못하다.

지금까지 생활한복에 대한 연구는 주로 소비실태와 선호도 파악(최선형, 정인희, 강순제 1998, 조효숙, 김선경, 이희승 1998, 김선경, 조효숙, 정인희 1999, 양정은, 유송옥 2000)과 디자인 개발에 관한 연구(이태욱 1993, 고정민, 채금석 1999) 등이 이루어졌으나, 생활한복은 양장이나 전통한복에 비해 신상품이기 때문에 생활한복의 소비자 반응에 대한 정보는 매우 부족한 실정이다. 따라서 생활한복에 대해 소비자들이 가지고 있는 욕구와 태도를 파악하고, 이를 충족시켜 줄 수 있는 방안이 함께 논의된다면 생활한복 시장의 활성화를 위해 보다 효율적인 자료를 제공할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 생활한복에 대한 소비자의 욕구와 태도에 대한 이해를 제공하기 위하여 생활한복의 이미지, 추구혜택, 위험지각 등의 요인과 생활한복 구매의사와의 관계를 파악하고, 인구통계적 특성과 소비자 특성의 영향을 살펴봄으로써 생활한복 업체의 상품기획과 시장세분화를 위한 마케팅 전략에 도움을 주고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 생활한복의 개념

생활한복은 1980년대 이후 우리의 전통복식인 한복의 현대화와 생활화를 위한 대안 중의 하나로 정부나 사회단체의 적극적인 호응을 받으며 등장하였다. 그러나 여전히 전통복식과 현대복식 사이에서의 위상 정립이 명확히 이루어지지 못하고 있고, 일치되는 용어 정의조차 없으며, 특히 개량한복이라는 용어와는 서로 혼용되어 쓰이고 있는 실정이다.

이에 대해 고정민과 채금석(1999)은 '개량한복'은 재래의 모양을 부분적으로 변형, 개량하여 제작한 의복이며, '생활한복'은 전통한복에 근거하여 현대인의 생활에 편리하도록 기능적인 면에 중점을 두고 개발해 낸 형태의 의복이라는 정의에서 '개량'과 '개발'이라고 표현함으로써 둘의 개념을 구분하였다. 김선경, 조효숙, 이희승(1998)은 개화기 이후 사용된 개량한복의 개량이라는 단어는 한복에 대한 부정적 이미지가 강하기 때문에 1990년대부터 생활한복이라는 호칭으로 정착된 것이라고 하였다.

황의숙(1995)은 현재 새롭게 시도되고 있는 생활한복을 한복이 아닌 양복에 한국적인 복식 요소를 응용한 새로운 패션으로 보아야 할 것이라고 하였으나, 안명숙, 김은정, 양숙향(1998)은 전통한복을 현대인의 생활에 좀더 편리하고 기능적으로 대처하기 위해 약간 변형된 우리 옷을 말한다고 하였다. 양정은과 유송옥(2000)은 한국의 전통미를 유지하면서 활동성을 보완하는 동시에 현대적 감각을 살린 복식으로 정의하고, 개량한복은 물론 90년대의 한국적 전통을 지닌 서양복 디자인까지 포함시켜 생활한복의 개념을 매우 광범위하게 보고 있다.

위의 개념 정의들을 살펴 보면, 생활한복의 개념은 전통성과 현대성의 조화에 있어 어느 것에 중점을 두는가, 즉 양복에 한국적 요소를 응용한 것인가, 한복을 현대적으로 변형한 것인가에 따라 그 범위가 달라지고 있다. 그러나 생활한복의 근본적인 출발점은 어디까지나 전통한복이어야 하며, 이의 변화 과정이 사회발전 과정에 따라 단순한 형태적 개량

에서부터 현대 생활과 미의식에 적합한 형태의 개발로까지 이어진 것으로 보는 것이 타당하다고 생각된다.

생활한복은 포스트모더니즘이나 다원주의, 그로 인한 전통의 재발견 등으로 특징지워지는 최근의 문화 조류에 따라 형성된 패션트렌드인 민속풍, 오리엔탈리즘의 유행에 힘입어 패션의 한 분야로 정착되고 있다(양정은과 유송옥 2000). 앞으로도 생활한복은 현대적이면서 전통적이고, 한국적이면서 세계화될 수 있는 복식으로 그 중요성을 더해 갈 것임이 예측되며, 따라서 이에 대한 보다 심도깊은 연구가 계속되어야 할 것이다.

### 2. 생활한복의 이미지

의복이미지는 그 의복이 전달해 주는 전반적 느낌 또는 지각이다(정인희와 이은영, 1992). 의복을 보았을 때 그 의복에 대한 느낌의 내용과 정도는 개인에 따라 차이가 있으며, 소비자가 의복을 어떻게 지각하는지를 파악하는 것은 소비자의 의복구매 행동을 예측하는데 유용한 기초가 된다.

정인희 등(1992)은 의복이미지로 품위, 현대성, 활동성, 촌스러움, 드레시함, 젊음 등의 차원을 제시하였으며, 김칠순과 이훈자(1999)는 의복이미지를 개성적/화려한, 지적인/섹시한, 여성적/세련된, 활동적/실용적, 귀여운/젊은, 심플한/편안한 이미지 등의 차원으로 파악하였으나, 이상의 분류는 양복과 진의류 등에 대한 이미지 평가에 의한 것이다.

이에 비해 전통한복이나 생활한복에 대한 이미지 평가를 살펴 보면, 강혜원과 고애란(1991)은 장식이 있거나 없는 전통한복, 장식이 있거나 없는 한복에 가까운 응용스타일, 양장과 한복이 같은 정도로 응용된 스타일, 양장에 가까운 한복 응용스타일 등의 6개 자극물 중에서 한복 응용스타일이 전통한복보다 보기 좋고, 품위있으며, 현대적이고, 실용적이라고 지각되었다고 하였다. 또한 이경희(1997)는 한국적 이미지의 구성 요인으로 우아성, 단정성, 여성성, 여유성 등의 차원을 도출하였다.

최은영(1999)은 생활한복 채택자와 비채택자 모

두에게 생활한복이 품위있고, 지적인 이미지로 평가된 반면에, 노숙해 보이는 이미지, 세련미의 부족, 유행에 민감하지 못한 이미지 등이 구매나 착용을 기피하게 하는 부정적 요인으로 작용한다고 하였다. 정인희, 김선경, 조효숙(1999) 등은 양복과 비교한 생활한복 이미지 평가에서 '편하다'와 '개성적이다'를 대표적 이미지로 생각한다고 확인하였다. 이상의 연구 결과에서 생활한복과 관련된 이미지는 주로 품위, 우아함, 편안함, 현대적, 개성적인 것으로 평가되며, 노숙해 보이고, 유행에 뒤떨어지는 것 등이 부정적 이미지로 자각됨을 알 수 있다.

### 3. 생활한복에 대한 추구혜택과 위험지각

혜택은 소비자들이 제품의 소비를 통하여 얻고자 하는 주관적 보상 또는 긍정적 결과라고 할 수 있다(이학식 외 1992). 소비자의 추구혜택은 기능적, 심리적, 사회적 혜택의 3개 차원 또는 제품 사용에서 직접 얻어지는 결과인 기능적 혜택과 간접적이며, 상징적 결과인 사회심리적 혜택으로 나누어진다.

의복추구혜택에 관한 선행 연구들은 양복을 대상으로 이루어졌는데, 예를 들면 홍희숙(1996)은 젊음/유행, 브랜드가치, 자기표현, 경제성, 품질 등의 5개 차원으로 의복혜택차원을 분류하고, 이러한 추구혜택들이 상점속성의 중요도, 지각된 위험, 상점선택 행동에 미치는 영향이 크다고 하였다. 류은정과 임숙자(1998)는 심리적 의복혜택으로 표현적 즐거움, 개성추구, 상표가치 추구, 어울림, 사회적 인정 등의 차원을, 기능적 의복혜택으로 편이성, 품질추구, 실용성, 경제성 등의 차원이 있음을 밝혔다. 그러나 소비자가 추구하는 혜택은 일정한 것이 아니라 그 제품을 사용하는 상황에 따라 달라질 수 있으며, 또한 같은 상황에서도 소비자 특성에 따라 달라질 수 있기 때문에 일반 의복이 아닌 생활한복 특유의 추구혜택을 밝힐 필요가 있을 것으로 보인다.

한편 생활한복의 추구혜택에 관한 선행연구는 거의 없는 반면에, 생활한복이 소재와 디자인면에서 양복이나 전통 한복과는 다른 특징을 가진 새로운 상품이고, 소비자들이 이에 대한 지식이나 착용 경

험이 없기 때문에 예측되는 위험지각을 파악하고자 하는 연구들이 주로 이루어졌다. 최은영(1992)은 생활한복의 위험지각으로 생활한복의 이점확신에 관한 위험지각, 타인의 부정적 시각에 대한 위험지각, 착장 및 관리의 복잡성에 관한 위험지각, 생활한복의 단점에 관한 위험지각 등의 4개 차원을 제시하였다. 그 중에서 이점확신에 관한 위험지각 차원같은 것은 소비자들이 생활한복의 구매나 착용으로 얻고자 하는 이점을 다른 측면에서 본 것이며, 따라서 추구혜택과 위험지각의 영향을 함께 파악할 필요가 있음을 시사하고 있다.

따라서 본 연구에서는 구매시에 고려하는 생활한복에 대한 추구혜택과 위험지각이 구매의사에 미치는 상대적 영향력을 함께 검증함으로써 생활한복 소비자의 태도에 대한 이해를 높이고자 한다.

## III. 연구방법 및 절차

### 1. 연구문제

생활한복의 의복이미지와 추구혜택 및 위험지각과 생활한복 구매의사와의 관계를 파악하고, 인구통계적 특성과 소비자 특성의 영향을 살펴보기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 1) 생활한복 이미지가 추구혜택과 위험지각에 미치는 영향을 밝힌다.
- 2) 생활한복에 대한 추구혜택과 위험지각이 구매의사에 미치는 영향을 밝힌다.
- 3) 인구통계적 특성과 소비자 특성(전통복식에 대한 관심, 지식, 착용경험)이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향을 밝힌다.

### 2. 측정도구

#### 1) 생활한복 이미지

생활한복 이미지는 생활한복에 대해 느껴지는 총체적 느낌의 의복이미지이다. 본 연구에서는 생활한복의 의복이미지에 대해 10명의 30대 여성을 대상으

로 자유기술을 통한 예비조사를 실시한 결과와 선행연구들에서 도출되었던 이미지 문항들을 참조하여 현대적 이미지, 여성적 이미지, 활동적 이미지, 품위있는 이미지 등과 관련된 문항들을 포함하였다. 총 25개의 이미지 문항들을 선정하여 5점 의미미분 척도로 측정하였다.

## 2) 생활한복 추구혜택과 위험지각

생활한복의 추구혜택과 위험지각 문항을 개발하기 위하여, 예비조사에서 생활한복의 구매나 착용시 얻고자 하는 이점이나 특히 우려되는 점 등에 대해 자유기술을 실시한 결과, 소비자들은 구매시에 혜택의 추구하고 위험지각을 거의 동시에 하는 것으로 나타났다. 예를 들면, 생활한복을 입어서 색다른 분위기를 나타내고 싶기는 하지만 그럼으로써 다른 사람에게 어떻게 보일지에 대해 지각되는 위험을 동시에 기술하였다. 이러한 문항들은 '색다른 분위기를 추구하고자 한다'와 '다른 사람에게 어떻게 보일지 걱정된다'를 분리하여 질문하였다. 이러한 방법으로 구성된 문항과 선행연구들을 참조하여 혜택 추구하고 위험지각에 관한 총 27문항들을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

## 3) 소비자 특성과 인구통계적 특성

생활한복 이미지와 추구혜택, 구매의사에 영향을 미치는 소비자 특성을 조사하기 위하여 전통한복이나 생활한복에 대한 관심, 주관적 지식, 착용경험 정도를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

또한 인구통계적 특성을 측정하기 위하여 연령, 학력, 가족소득, 직업 유무, 주관적 사회계층 등을 묻는 문항들이 포함되었다.

## 4) 구매의사

생활한복에 대한 구매의사는 향후에 생활한복을 구매할 의사가 있는지, 없는지를 5점 리커트형 척도로 측정하였다.

## 3. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사대상은 서울시에 거주하는 26세

이상 60세 미만의 여성들을 편의표본 추출하였다. 본 연구는 전통복식의 현대화, 생활화의 대안으로 제시된 생활한복을 보다 대중화시키기 위한 자료수집을 위한 것이므로 생활한복을 구입한 경험이 없어도 생활한복을 인지하고 있으며, 의복관여도가 비교적 높은 20, 30대의 젊은 층을 주 연구대상으로 하였으나, 20대 초반까지는 생활한복에 대한 인지도와 관심이 낮을 것으로 판단되어 26세 이상으로 한정시켰다. 자료수집을 위하여 2001년 3월에 총 300부의 설문지를 배부하였으며, 그 중에서 응답이 성실한 227부의 설문지를 분석자료로 사용하였다. 자료 분석을 위하여 요인분석, 상관관계분석, 다중회귀분석 등을 실시하였다.

연구 대상자의 연령분포는 20대가 37.1%, 30대가 30.5%, 40대가 29.1%, 50대가 5.5%를 차지하였으며, 교육 수준은 고졸 이하가 36.4%, 대졸이 42.4%, 대학원졸 이상이 9.7%를 차지하였다. 수입분포는 100만원대 이하가 38.2%, 200만원대가 22.8%, 300만원대가 12.7%, 400만원대 이상이 14.8%를 차지하였으며, 주관적 사회계층은 중하층 이하, 중류층, 중상층 이상을 하류, 중류, 상류층으로 재구성한 분포가 각각 36.7%, 43.2%, 16.1%인 것으로 나타났다. 직업분포는 직업이 없는 경우가 69.1%, 있는 경우가 30.9%를 차지하였다.

## IV. 연구 결과 및 논의

### 1. 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각의 유형

#### 1) 생활한복 이미지

생활한복에 대해 소비자들이 지각하고 있는 의복 이미지 차원을 밝히기 위하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과 <표 1>과 같이 4개의 요인이 추출되었으며, 총 설명력은 67.39%로 나타났다.

요인 1은 생활한복을 품위있고, 고급스러우면서 세련된 이미지로 지각하는 것으로 '품위있는 이미지'로 명명하였으며, 요인 2는 신체적으로 편안하고

〈표 1〉 생활한복의 의복이미지

요 인	이미지 문항	요인 부하량	고유치 누적변량	신뢰도 계수
품위있는 이미지	· 품위있는	.898	6.345 37.324	.8315
	· 우아한	.863		
	· 고급스러운	.857		
	· 단정한	.801		
	· 지적인	.795		
	· 멋있는	.773		
	· 세련된	.754		
	· 부드러운	.647		
· 자연스러운	.588			
편안한 이미지	· 편안한	.819	2.039	.6847
	· 기능적인	.794	49.320	
보수적 이미지	· 보수적인	.792	1.727	.6511
	· 노숙한	.767	59.480	
	· 전원적인	.716		
혁신적 이미지	· 혁신적인	.770	1.345	.6534
	· 강렬한	.768	67.393	
	· 대담한	.731		

기능적인 의복으로 인지하는 것으로 '편안한 이미지'로 명명하였다. 요인 3은 보수적이고, 노숙해 보이

고, 전원적인 의복으로 인지하는 것으로 '보수적 이미지'로, 요인 4는 혁신적이고, 대담한 의복스타일로 인지하는 것이므로 '혁신적 이미지'로 명명하였다.

생활한복 이미지는 이와 같이 품위, 편안함, 보수적, 혁신적 이미지로 구분되면서, 양복을 대상으로 한 정인회(1992)의 연구에서 분류된 품위, 현대성, 활동성, 촌스러움, 드레시함, 젊음 등의 의복이미지 차원을 대부분 포함하고 있다. 양복의 의복이미지 유형보다 세분화되지 못한 것은 그만큼 생활한복의 디자인이 다양하지 못하고 정형화된 형태가 많기 때문인 것으로 보인다.

## 2) 생활한복에 대한 추구혜택과 위험지각

생활한복에 대해 추구하는 혜택과 위험지각을 밝히기 위하여 요인 분석을 실시하였다. 그 결과 〈표 2〉와 같이 위험지각은 1개 요인, 추구혜택은 3개 요인으로 총 4개의 요인이 추출되었으며, 총 설명력은 53.09%로 나타났다.

요인 1은 위험지각 차원으로, 생활한복을 입었을 때 유행과 동떨어지거나 독특한 사람으로 보이지 않

〈표 2〉 생활한복에 대한 추구혜택과 위험지각

요 인	문 항	요인부하량	고유치누적변량	신뢰도계수	
위험 지각	부정적 평가	· 현재의 유행과 동떨어져 보일까 걱정된다	.781	3.235 17.028	.7955
		· 보수적이고 고루한 인상을 줄 것 같다	.781		
		· 다른 사람에게 어떻게 보일지가 신경쓰인다	.711		
		· 실제 연령보다 나이들어 보일까 꺼려진다	.699		
		· 남과 다른 독특한 사람으로 보일지 걱정된다	.662		
		· 다른 사람이 알아주는 고급상표인지가 중요하다	.491		
추구 혜택	전통성 추구	· 우리 전통복식의 미를 충분히 살려야 한다	.797	3.175 33.740	.7548
		· 전통성과 민족성이 반영되어야 한다	.767		
		· 우리 민족 고유의 정서가 느껴져야 한다	.735		
		· 저고리나 소매선, 색상 등에서 전통성을 유지해야 한다	.661		
		· 입은 차림새가 우아하고 멋스러워야 한다	.481		
	심미성 추구	· 생활한복으로 나의 세련된 패션감각을 강조하고 싶다	.729	2.240 45.530	.6571
· 평소와는 다른 분위기와 이미지를 연출하고 싶다		.639			
· 생활한복이 유행인 것 같이 한번쯤 입고 싶다		.605			
편안함 추구	· 다양한 용도로 착용할 수 있는지가 중요하다	.492	1.435 53.085	.4234	
	· 몸매를 드러내지 않는 디자인으로 편하게 입고 싶다	.726			
	· 품새가 넉넉하고 여유있는 것이 좋다	.589			
	· 체형과 외모와 어울리는가가 가장 중요하다	-.481			

을까, 또한 나이들어 보이지 않을까 등 타인에게 부정적 평가를 받는 것에 대한 위협을 지각하는 것이므로 '부정적 평가에 대한 위협지각'으로 명명하였다. 이와 같이 단일 요인으로 추출된 위협지각 차원은 생활한복이 다른 복식에 비해 신상품이고 소비자들이 착용경험과 지식이 별로 없다는 것을 감안할 때 가장 설명력이 큰 요인이라는 것을 알 수 있다.

나머지 3개의 요인들은 생활한복에 대한 추구혜택을 설명하고 있으며, 그 중에서 요인 2는 생활한복에서 전통의 미와 민족 정체성을 찾고자 하는 것이므로 '전통성 추구'로 명명하였다. 요인 3은 생활한복으로 세련된 패션감각과 분위기를 연출하고자 하는 것으로, 전통성 추구에 대비되는 현대적 아름다움을 추구하고자 하는 '심미성 추구'로 명명하였으며, 요인 4는 여유있는 디자인으로 편안하게 입고자 하는 것이기 때문에 '편안함 추구'로 명명하였다.

**2. 생활한복 이미지가 추구혜택과 위협지각에 미치는 영향**

생활한복에서 지각되는 이미지가 구매시의 추구혜택과 위협지각에 미치는 영향을 밝히기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

부정적 평가의 위협지각에 유의하게 영향을 미치는 생활한복 이미지는 품위있는 이미지( $\beta = -.167$ )와 보수적 이미지( $\beta = .264$ )로 나타났다. 즉 생활한복을 품위있고, 세련된 이미지로 지각할수록 타인의 부정적 평가에 대한 위협지각은 적고, 보수적이고 노숙한 이미지로 지각할수록 부정적 평가에 대한 위협

지각이 크며, 이는 최은영(1999)의 연구 결과와 일치하고 있다.

전통성 추구에 대한 영향을 살펴보면, 편안한 이미지( $\beta = .154$ )와 보수적 이미지( $\beta = .182$ )가 유의하게 영향을 미쳤으며, 생활한복을 편안하고, 보수적인 이미지로 지각할수록 생활한복 구매시에는 전통 복식을 추구한다는 것을 알 수 있다.

심미성 추구에 대해서는 품위있는 이미지( $\beta = .429$ )의 영향이 매우 크게 나타나, 품위있고 세련된 이미지로 지각할수록 생활한복 구매시에는 현대적 패션감각과 세련됨을 추구하는 것을 알 수 있다. 보수적 이미지( $\beta = .171$ )는 심미성 추구에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 앞의 결과에서 보수적 이미지로 지각할수록 부정적 평가에 대한 위협지각이 크기 때문에 전통성이나 심미성 등의 혜택추구가 증가하는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

혁신적 이미지는 생활한복의 추구혜택이나 위협지각에 전혀 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

**3. 생활한복의 구매의사에 대한 추구혜택과 위협지각의 영향**

생활한복에 대한 추구혜택과 위협지각이 구매의사에 미치는 영향을 밝히기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>의 결과를 보면, 부정적 평가의 위협지각( $\beta = -.345$ )과 심미성 추구( $\beta = .522$ ), 편안함 추구( $\beta = .193$ )의 영향력이 생활한복 구매의사의 43.6%를

<표 3> 생활한복의 추구혜택과 위협지각에 대한 생활한복 이미지의 영향

종속변수		독립변수	B	$\beta$	t	F	R <sup>2</sup>
위험 지각	부정적 평가	품위있는 이미지	-.169	-.167	-2.524*	11,389***	.200
		보수적 이미지	.267	.264	3.796***		
추구 혜택	전통성 추구	편안한 이미지	.153	.154	2.263*	5,913**	.155
		보수적 이미지	.183	.182	2.682**		
	심미성 추구	품위있는 이미지	.437	.429	6.930***	28,252***	.316
		보수적 이미지	.171	.169	2.727**		

〈표 4〉 생활한복의 구매의사에 대한 추구혜택과 위험지각의 영향

독립변수		B	$\beta$	t	F	R <sup>2</sup>	
추구혜택	위험지각	부정적 평가	-.399	-.345	-6.29***	53.682***	.436
	편안함 추구	심미성 추구	.599	.522	10.019***		
		편안함 추구	.222	.193	3.715***		

설명하고 있다. 전통성 추구는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 생활한복 착용시 부정적 평가의 위험지각은 생활한복의 구매의사를 감소시키며, 현대적인 심미성과 편안함의 추구는 생활한복의 구매의사를 증가시킨다는 것을 알 수 있다.

또한 전통성 추구가 생활한복의 구매의사에 유의한 영향을 미치지 않은 결과는 전통 복식미의 추구는 현대적인 생활한복 보다는 아예 전통한복에 대한 선호로 이어지기 때문인 것으로 보인다.

이상과 같이 현대적 심미성의 혜택이 생활한복 구매의사를 크게 증가시키고, 전통성의 혜택이 생활한복 구매의사와 관계가 없다는 것은 생활한복의 나아갈 바가 전통성을 고수하기 보다는 현대적인 패션감각과 세련됨을 추구해야 한다는 것을 시사하는 것으로 보인다.

#### 4. 인구통계적 특성이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향

연구 대상자의 인구통계적 특성이 생활한복 이미지 및 추구혜택과 위험지각에 미치는 영향을 살펴

보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 〈표 5〉와 같다.

먼저 생활한복 이미지에 대한 영향을 살펴보면, 품위있는 이미지에 대한 영향에서는 사회계층( $\beta = -202$ )과 연령( $\beta = -188$ )이 부정적 영향을 미쳤으며, 사회계층과 연령이 높을수록 생활한복은 품위있거나 세련된 이미지로 지각하지 않는 것으로 나타났다.

생활한복의 보수적 이미지에는 학력( $\beta = .257$ )이 유의하게 영향을 미쳤으며, 혁신적 이미지 지각에는 연령( $\beta = .264$ )이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 학력이 높을수록 생활한복을 보수적 이미지로, 연령이 높을수록 혁신적 이미지로 지각한다는 것을 알 수 있다.

생활한복의 추구혜택과 위험지각에 미치는 영향을 살펴보면, 부정적 평가에 대한 위험지각에는 학력( $\beta = .250$ )과 사회계층( $\beta = .215$ )이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타나, 학력이 높고 사회계층이 높을수록 생활한복에 대한 타인의 부정적 평가의 위험을 많이 지각한다는 것을 알 수 있다. 또한 편안함의 추구에는 연령( $\beta = .403$ )과 학력( $\beta = -.183$ )이 유의하게 영향을 미쳐, 연령이 높고 학력은 낮을수록

〈표 5〉 인구통계적 특성이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향

종속변수		독립변수	B	$\beta$	t	F	R <sup>2</sup>
이미지	품위있는 이미지	사회계층	-.296	-.202	-2.161*	4.569*	.179
		학력	-.219	-.188	-2.010*		
	보수적 이미지	학력	.372	.257	2.752**	7.572**	.166
	혁신적 이미지	연령	.270	.264	2.836**	8.044**	.170
위험지각	부정적 평가	학력	.339	.250	2.680**	7.185**	.162
		사회계층	.276	.215	2.430*		
추구혜택	편안함 추구	연령	.445	.403	4.656***	13.235***	.298
		학력	-.263	-.183	-2.120*		



편안한 생활한복을 추구하는 결과를 나타내고 있다.

**5. 소비자 특성이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향**

전통복식에 대한 관심과 지식, 착용경험 등과 같은 소비자 특성이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 6>과 같다.

먼저 생활한복 이미지에 대한 영향을 살펴보면, 품위있는 이미지에 대해서는 관심( $\beta=263$ )과 착용경험( $\beta=-217$ )이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전통한복에 대한 관심이 많을수록 생활한복 이미지는 품위있게 지각되었으나, 전통한복을 착용한 경험은 많을수록 품위있는 이미지의 지각은 감소한다는 것을 알 수 있다.

편안한 이미지에 대해서는 관심( $\beta=202$ )이 유의하게 영향을 미쳤으며, 혁신적 이미지에 대해서는 착용경험( $\beta=.181$ )이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 전통한복에 대한 관심이 많을수록 생활한복을 편안해 보이는 이미지로 지각하며, 전통한복을 많이 착용하는 사람은 그만큼 생활한복 이미지를 혁신적으로 지각한다고 할 수 있다.

생활한복의 추구혜택과 위험지각에 대한 영향을 살펴 보면, 부정적 평가의 위험지각에는 관심( $\beta=$

$-275$ )이 유의한 영향을 미쳐, 전통한복에 대한 관심이 많을수록 생활한복 착용시 부정적 평가를 받을 것이라는 위험지각이 낮은 것으로 나타났다.

또한 전통성 추구에는 지식( $\beta=.163$ )이, 심미성 추구에는 관심( $\beta=.559$ )과 지식( $\beta=-.192$ )이, 또한 편안함의 추구에는 경험( $\beta=.181$ )이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 전통한복에 대한 관심이 많을수록 생활한복에서는 현대적 심미성을 추구하고, 전통한복에 대한 주관적 지식이 많은 경우에는 현대적 심미성 추구는 감소한다는 것을 알 수 있다. 전통한복의 착용 경험이 생활한복에서는 편안함의 혜택에 긍정적 영향을 미치는데, 이는 강혜원과 이주현(1990)의 연구에서 전통한복의 단점으로 지적된 활동의 불편함에 대한 보상을 추구하고자 때문인 것으로 보인다.

**V. 결론**

본 연구는 생활한복의 의복이미지와 추구혜택 및 위험지각과 생활한복 구매의사와의 관계를 파악하고, 인구통계적 특성과 소비자 특성의 영향을 살펴봄으로써 생활한복에 대한 소비자의 욕구와 태도에 대한 이해를 제공하고, 이를 토대로 생활한복 업체의 상품기획과 마케팅 전략에 도움을 주기 위해 수행되었다.

<표 6> 소비자 특성이 생활한복 이미지와 추구혜택 및 위험지각에 미치는 영향

종속변수		독립변수	B	$\beta$	t	F	R <sup>2</sup>
이미지	품위있는 이미지	관심	.128	.263	3.412**	6.606**	.159
		경험	-.183	-.217	-2.805**		
	편안한 이미지	관심	.171	.202	3.016**	9.095**	
	혁신적 이미지	경험	.155	.181	2.691**	7.241**	
위험지각	부정적 평가	관심	-.228	-.275	-4.414***	17.067***	.176
추구혜택	전통성 추구	지식	.139	.163	2.382*	5.763*	.127
	심미성 추구	관심	.458	.559	7.598***	30.827***	.329
		지식	-.161	-.192	-2.610*		
	편안함 추구	경험	.154	.181	2.651**	7.029**	.133

본 연구의 결론을 다음과 같이 제시해 볼 수 있다.

첫째, 생활한복 이미지는 품위있는 이미지, 편안한 이미지, 보수적 이미지, 혁신적 이미지의 4개 유형으로 지각되었으며, 이 차원들이 전체 변량의 약 67%를 설명하였다. 그 중에서 품위있는 이미지는 전체 변량에 대한 설명력이 가장 크면서, 심미성 추구혜택과의 관련이 크고, 부정적 평가의 위험지각을 가장 적게 하는 것으로 나타나 생활한복 이미지 중에서 소비자들이 가장 선호하며, 추구하는 이미지라는 것을 알 수 있다. 반면에 노숙해 보이는, 전원적이라는 의미가 포함되어 있는 보수적 이미지는 부정적 평가를 받을 것이라는 위험지각을 크게 하여 결국 구매의사에도 부정적 영향을 미치므로 생활한복 착용시 가장 기피하는 이미지라고 할 수 있다.

둘째, 소비자들은 생활한복에서 전통적 복식미, 현대적 감각의 심미성, 편안함 등의 혜택을 추구하면서, 타인의 부정적 평가에 대한 위험지각도 많이 하는 것으로 나타났다. 전통적 복식미와 현대적 심미성은 서로 상반되는 요소로서 함께 포함되어 있지만, 생활한복이 우리의 전통복식을 현대화, 생활화하기 위해 개발된 복식인 만큼 디자인 개발시에는 현대적 패션감각에 맞는 심미성의 추구가 더욱 중요할 것으로 보인다. 또한 타인의 부정적 평가에 대한 위험 지각을 감소시키기 위하여 생활한복이 품위있고 우수한 디자인이라는 인식과 선호도를 최대한 증가시킬 수 있는 광고 및 홍보 전략을 강구해야 할 것이다.

셋째, 소비자들의 사회계층과 학력이 높을수록 생활한복에서 품위있는 이미지 지각이 낮고, 부정적 평가의 위험지각이 높았기 때문에 이들 계층은 생활한복의 구매의사가 매우 낮음을 예측할 수 있다. 따라서 이들을 표적 소비자로 하기 위해서는 보다 고급스럽고 품위있는 이미지를 강조하는 상품기획과 주위의 평가에 대한 인식을 전환시키는데 힘써야 할 것이다. 또한 연령이 높을수록 생활한복의 혁신적 이미지가 부정적인 것으로 나타났으므로 중년층 이상을 대상으로 하는 경우에는 전통성과 편안함을 강조해야 할 것이다.

넷째, 전통한복에 대한 관심, 주관적 지식, 착용경

험 정도 등이 생활한복 이미지와 추구혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중에서 전통한복에 대한 관심이 많을수록 생활한복을 품위있고 편안한 이미지로 지각하였으며, 부정적 평가의 위험 지각이 적고, 생활한복에 대한 선호도와 구매의사는 높았다. 그러나 전통한복에 대한 지식과 착용경험이 많을수록 생활한복에 대해 품위있는 이미지가 아닌 부정적 이미지를 더 많이 형성하고 있었다.

본 연구는 한정된 지역에 거주하는 소수의 사람들을 대상으로 한 것이므로 연구 결과의 확대, 적용에는 신중을 기해야 한다. 후속 연구에서는 생활한복의 이미지와 추구혜택, 위험지각의 유형을 더욱 세분화시킬 필요가 있으며, 그 외의 소비자행동에 대한 구체적이고 심도깊은 연구 또한 계속되어야 할 것이다.

## ■ 참고문헌

- 강혜원, 고애란(1991). 여자한복의 인상형성 연구-디자인의 변형과 배색을 중심으로. 한국의류학회지, 15(2), 211-227.
- 강희경(1998). 한국적 의상에 표현된 자연주의에 관한 연구-1990년 이후의 디자인을 중심으로-. 복식, 38, 213-321.
- 고정민, 채금석(1999). 생활한복에 대한 의식구조와 선호도에 따른 디자인 연구. 한국의류학회지, 23(5), 654-666.
- 김선경, 조효숙, 정인희(1999). 생활한복 경험자들의 소비실태 및 의식 연구(1)-소유 및 착용, 불만족 지각을 중심으로-. 한복문화, 2(1), 121-143.
- 김승욱 역, 마이클 마자르 저(2000). 트렌드 2005. 서울: 경영정신사.
- 김인경(1995). 한국적 패션디자인의 특성에 관한 연구-1980년대 이후 한국 패션디자이너의 작품을 중심으로. 한국의류학회지, 19(3), 536-547.
- 김찬주, 장인우(1999). 한국 현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. 복식, 48, 5-24.

- 류은정, 임숙자(1998). 소비자 가치체계와 의복행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 22(6), 749-759.
- 안명숙, 김은정, 양숙향(1998). 현대 생활한복 형성의 배경과 방향. *복식*, 39, 91-98.
- 양정은, 유송옥(2000). 생활한복의 디자인 현황과 고급화 방안 연구. *복식*, 50(3), 145-159.
- 정인희, 이은영(1992). 의복이미지의 구성요인과 평가차원에 관한 연구. *한국의류학회지*, 16(4), 379-391.
- 정인희, 조효숙, 김선경(2000). 생활한복의 이미지와 가격 평가에 관한 연구. *복식*, 50(6), 33-46.
- 조효숙, 김선경, 이희승(1998). 생활한복의 구매실태 연구. *한복문화*, 1(2), 67-81.
- 최세완, 김민자(1993). 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미-1980년대 이후 한국디자이너 작품을 중심으로-. *한국의류학회지*, 17(1), 103-117.
- 최은영(1999). 생활한복의 채택 영향요인에 관한 연구-위험지각과 자기이미지를 중심으로-. *복식*, 42, 43-58.
- 홍희숙(1996). 상황과 소비자 특성의 추구혜택과 선호 브랜드 유형에 대한 영향. *한국의류학회지*, 20(5), 738-752.
- 황의숙(1995). 한국여성 전통복식의 양식변화에 관한 연구. *복식*, 26, 289-310.