

물질주의 성향과 의복행동과의 관계 연구

A Study on Materialism and Clothing Buying Behavior

계명대학교 패션정보기획전공
조교수 박광희
계명대학교 의류학과
대학원생 서민애

Dept. of Fashion Buying and Merchandising, Keimyung Univ.
Assistant professor : Park, Kwanghee
Dept. of Clothing and Textiles, Keimyung Univ.
Graduate student : Soh, Min-ae

● 목 차 ●

- | | |
|----------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | V. 요약 및 결론 |
| III. 연구방법 및 절차 | 참고문헌 |

< Abstract >

The purpose of this study was to investigate the relationship between materialism and clothing buying behavior (clothing shopping orientation, clothing selection standards, use of information sources, store selection standards, purchase and purchase intention of imported clothing). The data were obtained from questionnaires completed by 400 women in the Taegu area whose age was 20 years and older. The SPSS/PC+ package was used for data analysis which included a test of reliability, frequency, percentage, factor analysis, t-test, and χ^2 test. There were significant differences in clothing buying behavior between groups who had a higher tendency and a lower tendency toward materialism. In other words, those who had a higher tendency toward materialism enjoyed their shopping and pursued the world-known brands, imported brands, the latest fashions, and conspicuous consumption more than those who had a lower tendency of materialism. The former put a greater focus on the latest fashion styles, brand image, and design than the latter when they bought clothing. Those who had a higher tendency toward materialism utilized more information sources than those who had a lower tendency. The former made purchases from the stores where they stock famous world-known brands and well-advertised stores, and had a greater purchase

intention of imported clothing than the latter. In the purchase of imported clothing there was no significant difference between two groups.

주제어(Key Words): 물질주의(materialism), 의복쇼핑성향(clothing shopping orientation), 수입의류(imported clothing)

I. 서론

가치관은 소비를 자극하는 요인으로 작용하기 때문에 소비행태를 설명하는데 중요한 역할을 하며, 특히 가치관 중 물질주의는 소비행동을 결정짓는 중요한 가치관의 하나로 일컬어지고 있다. 물질주의는 문화를 비교할 목적으로 또는 소비문화안에서 관습을 조사할 목적으로 문화적 또는 구조변수로 대부분의 연구에서 이용되고 있으며 개인의 차이를 설명하기 위해서도 이용된다. 그러나 물질주의에 대한 기존의 가설들은 문화적 수준보다는 개인적 차원에서 더 쉽게 검증될 수 있다. 이러한 물질주의 개념은 시대와 나라에 따라서 조금씩 다르게 이해되고 있지만 대체로 소비에 바탕을 두려고 하는 물질주의의 본질적인 경향에서는 차이가 없다.

물질주의는 재화에 대한 강한 욕망으로 삶의 중심을 물질에 두고 이것을 추구하는 가치로써, 자본주의 사회에서 금욕주의와 양극단적인 형태로 존재해 왔다. 그러나 생산력이 증대되어 다양한 소비재의 사용이 증가함에 따라 사회적 관심은 생산보다 소비에 집중되었고 소비지향적인 쾌락적 물질주의가 더 뚜렷한 사회현상으로 나타나게 되었다. 물질주의는 사람들이 재화의 소유나 소비를 통해 행복을 추구하려 하기 때문에 사회적으로 볼 때 필요 이상의 지나친 소비를 유발하게 된다.

우리 나라의 경우 급속한 경제 발전으로 소득수준이 높아지면서 소비자들의 욕구는 다양해지고 복잡해졌을 뿐만 아니라 1990년대 들어 거품경제가 극에 달하면서 소비자들 사이에 물질적 풍요가 행복의 일차적 조건이라는 물질만능주의가 만연하여 자신의 지위나 경제력을 과시하기 위한 소비행동이 증가하고 있다.

따라서 본 연구에서는 우리 나라 성인여성의 물

질주의 성향을 알아보고 물질주의 성향에 따라 집단을 분류하여 의복구매행동인 의복쇼핑성향, 의복구입기준, 정보원 활용정도, 점포선택기준 등에 있어서 차이가 있는가를 알아봄으로써 성인여성의 의류제품에 있어서 소비행동의 총체적인 모습을 파악하여 의류업체의 상품개발과 상품구성 및 광고 등의 마케팅 전략 수립에 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

Belk(1985)는 물질주의란 소비자가 소유를 중시하는 것으로, 물질주의 성향이 높으면 이러한 소유가 그 개인의 삶에 중요한 위치를 차지하며 그의 행복과 불행에 좌우하는 것으로 믿게 되며, 물질주의는 소유욕, 부러움, 비판용의 세 가지 차원으로 구성된다고 하였다. 소유욕은 물질을 소유하고 통제하려는 경향으로 개인의 경험에 대한 소유도 포함하며, 부러움은 다른 사람의 소유에 초점을 맞춘 것으로 다른 사람이 행복, 성공, 명성 또는 원하는 것을 소유하여 기분이 나쁘거나 상하는 것이고 비판용은 다른 사람과 물건을 공유하려 하지 않는 것을 의미한다. Richins와 Dawson(1992)은 물질주의란 물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 경향으로 소유중심적 물질주의(acquisition centrality), 행복추구적 물질주의(acquisition as the pursuit of happiness), 성공수단적 물질주의(possession-defined success)로 분류되며, 소유중심적 물질주의는 물질의 소유와 획득이 생활의 목표가 되는 가치관이며, 행복추구적 물질주의는 자신의 만족과 생활의 즐거움을 추구하는 물질주의이고, 성공수단적 물질주의는 축적된 물질소유의 양과

질에 의하여 자신과 타인의 성공을 판단하는 것을 의미한다.

물질주의는 재화의 소비와 소유를 통해 심리적 행복을 추구하려는 성향으로 이러한 성향은 소비자 개인의 측면에서는 소비행동의 의사결정 기준을 변화시킬 수 있으며 삶의 만족에 있어서도 영향을 미치게 된다. 물질주의가 바람직하지 못한 소비를 유도한다는 측면에서 물질주의와 관련된 소비행동연구 결과들에 의하면, 물질주의 성향이 높아지면 소유가 개인의 삶에서 중심을 차지하고 소비의 목적이 사용이나 필요에 의한 것이 아니라 소유 자체로 자신의 존재를 확인하려고 한다고 보았다. 그렇기 때문에 소비자는 물질주의 성향이 높아지게 되면 충동구매행동 및 과소비행동을 초래하게 될 가능성이 높아지게 된다(김민희, 1998).

물질주의 성향을 조사한 선행연구들의 결과를 요약하면 다음과 같다. 송인숙(1993)의 연구에서는 연령과 소득수준이 낮을수록 물질주의 성향이 높게 나타났으며 백경미(1995)의 연구에서도 주부의 연령이 낮을수록, 주부의 교육수준이 낮을수록, 남편의 교육수준이 대체로 낮을수록, 월평균 가계소득이 낮을수록 물질주의 성향이 높게 나타났고, 물질주의 성향이 과소비성향에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 석봉화(1997)의 연구에서는 청소년 소비자의 물질주의 가치는 소비지향적 태도와 과소비성향과 높은 정적 상관관계를 나타내어 물질주의 성향이 높을수록 과소비성향과 소비지향적 태도가 높은 것으로 나타났다. 이옥희(1997)는 물질주의와 준거집단 및 사회계층이 의복의 상징적 소비에 미치는 효과를 연구하였는데 특히 의복의 상징적 소비성향은 물질주의 성향에 따라 유의한 차이를 나타내어 물질주의 성향이 높을수록 의복의 상징적 소비성향이 높은 것으로 나타났다. Richins(1985)의 연구에서는 물질주의 성향이 높은 집단의 경우 삶의 만족도와 물질소유의 상관 정도가 물질주의 성향이 낮은 집단에 비해 더 높게 나타났다. 즉 물질주의 성향이 높은 사람의 경우 물질에 대한 만족도가 높을수록 자신의 삶이 행복하다고 느끼는 정도가 더 높은 것을 의미한다.

김미선(1996)은 서울시내에 거주하는 20~50대 여성을 대상으로 물질주의 성향을 조사한 결과, 조사대상자들의 물질주의 성향은 비교적 높게 나타났고, 연령이 낮을수록, 미혼일수록 물질주의 성향이 높은 것으로 나타났으며, 물질주의 성향이 충동구매 행동에 직접적인 영향을 가장 많이 미치는 변수로 나타났다. 또한 김민희(1998)의 연구에서는 물질주의 성향이 높을수록 친구, 가족의 조언, 거리에서 타인의 의복관찰, 유명인의 의복관찰, 패션쇼, TV광고, 라디오 광고, 신문광고, 잡지광고 등을 더 많이 활용하며 수입브랜드 구매경험이 더 많은 것으로 나타났으며 의복선택 기준에서는 디자인·스타일, 품질, 가격, 자아이미지 고양, 타인지향, 상표명, 이성에 대한 매력 등을 중시하였고, 점포선택 기준으로는 점포에서 취급하는 상품의 유명도, 주차시설 이용편리, 사은품제공 등이 중시되었다. 주섭중(1995)의 연구에 따르면 물질주의와 인구통계적 특성 그리고 물질주의와 정보탐색은 전반적으로 유의적인 관계를 나타내었다. 여성이 물질주의 성향이 더 높은 것으로 나타났고, 연령이 많을수록 소유중심적 물질주의 성향이 다소 강한 반면, 행복추구적 물질주의는 30대의 젊은 층에서 상대적으로 더 높은 것으로 나타났다.

이상의 선행연구 결과에 따르면 성별, 연령, 교육수준, 직업, 결혼여부, 소득수준 등이 물질주의에 영향을 미치는 변수이며, 물질주의는 과소비와 충동구매를 유발시키는 변인이며, 정보원활용, 점포선택 기준 등에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구

1) 물질주의

물질주의 성향을 측정하기 위하여 Richins와 Dawson(1992)에 의해 개발된 물질주의 척도(Materialism Scale) 문항 가운데 주섭중(1995)과 김민희(1998)의 연구에서 사용된 10문항으로 구성하여 5단계 Likert척도법으로 측정하였다.

2) 의복구매행동

① 의복쇼핑성향을 측정하기 위해서 선행연구(안소현, 1996; 구자명과 이명희, 1999; 박광희, 1997; 신수아와 이선재, 1999; 신수연과 박재욱, 1999)에서 사용된 문항을 선정하였으며 5점 척도(전혀 그렇지 않다-매우 그렇다)로 측정하였다. 의복구입기준, 정보원 활용, 점포선택기준 등을 측정하기 위하여 선행연구(장혜원과 임숙자, 1996; 김태연, 1995; 박광희, 1997; 신진경, 1997; 박혜경, 1997; 박혜원, 1990)에서 사용된 문항을 선정하였으며 5점 Likert 척도로 측정하였다.

② 수입의류에 대한 구매정도 및 구매의도

본 연구에서 조사한 수입브랜드는 2000년 4월 대구지역 백화점에 입점되어 있는 26개의 수입브랜드를 중심으로 각 브랜드마다 지난 1년간 구매 경험 여부와 앞으로의 구매의도를 조사하였다.

3) 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성은 연령, 교육수준, 결혼여부, 직업, 월평균 가계소득수준, 월평균 의복지출비 등에 관한 질문을 통해서 측정되었다.

2. 자료 수집 및 분석

조사대상자는 대구에 거주하는 20세 이상의 여성으로, 예비조사를 거쳐 수정 보완된 총 400부의 설문지를 2000년 4월에 배부하여 340부를 회수하여 자료분석에 이용하였다. 통계분석 방법은 조사대상자들의 물질주의 성향의 정도를 파악하기 위해서 평균값을 산출하였고, 이러한 성향의 정도에 따라 의복행동에 있어서 차이가 있는가를 알아보기 위해서 t검정을 실시하였으며, 척도들의 신뢰도를 검증하기 위해서 Cronbach의 alpha계수를 산출하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 특성

〈표 1〉에 제시된 조사대상자의 인구통계학적 특

성을 살펴보면, 20대가 전체의 43.2%로 가장 많았으며, 기혼여성이 미혼여성보다 약간 많았고, 61.9%가 전문대학 졸업이상의 학력을 갖고 있었으며, 월평균 가계소득이 250만원 이상이 49.9%로 나타났다. 월평

〈표 1〉 조사대상자의 인구통계학적 특성

속 성	구 분	빈도(명)	비율(%)
연 령	만 20~29세	147	43.2
	만 30~39세	107	31.5
	만 40~49세	66	19.4
	만 50세 이상	20	5.9
결혼여부	미혼	139	40.9
	기혼	201	59.1
학 령	중학교 졸업	5	1.5
	고등학교 졸업	50	14.7
	대학 재학	74	21.9
	전문대학 졸업	31	9.1
	대학교 졸업	133	39.2
	대학원 재학	18	5.3
월평균 가계소득	대학원 졸업 이상	28	8.3
	50만원 미만	6	1.8
	50~100만원 미만	17	5.1
	100~150만원 미만	35	10.4
	150~200만원 미만	72	21.5
	200~250만원 미만	38	11.3
	250~300만원 미만	56	16.8
	300~400만원 미만	50	14.9
월평균 의복지출비	400만원 이상	61	18.2
	5만원 미만	51	15.2
	5~10만원 미만	80	23.8
	10~15만원 미만	84	25.0
	15~20만원 미만	54	16.1
	20~25만원 미만	14	4.1
	25~30만원 미만	21	6.3
	30~35만원 미만	11	3.3
35만원 이상	21	6.2	
직 업	가정주부	113	33.3
	학 생	88	26.0
	전문직	85	25.1
	경영, 관리직	3	0.8
	전문 기술직	7	2.1
	사무직	13	3.8
	판매 서비스직	4	1.2
	기능직	5	1.5
기 타	21	6.2	

균 의복지출비는 10~15만원 사이가 25.0%로 가장 빈도가 높게 나타났으며 직업은 가정주부, 학생, 전문직 순으로 높게 나타났다.

물질주의의 요인 추출을 위하여 주성분 분석과

Varimax회전을 실시하였다. 총 10문항 중 신뢰도 계수가 낮은 1문항을 제외한 9문항을 요인 분석한 결과 3개 요인이 추출되었으며 이는 Richins과 Dawson (1992)이 개발한 Materialism 항목 분석과 같은 결과

<표 2> 의복쇼핑성향의 요인분석 결과 및 신뢰도 계수

의복쇼핑성향 요인 및 문항	요인 부하량	설명량	신뢰도 계수
요인 1: 쇼핑의 즐거움 기본전환이 필요해서 쇼핑을 한다. 일상생활의 스트레스 해소방법으로 쇼핑을 한다. 쇼핑은 내 여가시간을 보내기에 좋은 방법이다. 특별한 쇼핑계획이 없어도 즐겨서 자주하는 편이다. 옷을 살 계획이 없어도 아이쇼핑을 즐긴다. 나는 쇼핑나들이를 되도록 빠른 시간내에 끝낸다. 옷을 살 계획이 없었으나 어떠한 옷들이 있는지 점포를 둘러보다가 구입하는 편이다. 옷을 사는 것 자체가 내게 즐거움을 준다.	0.79 0.75 0.74 0.71 0.58 -0.57 0.49 0.40	12.9	0.84
요인 2: 유명상표 추구 나는 좋은 제품이 많은 백화점이나 전문점에서 쇼핑하는 편이다. 나는 옷을 사기전에 상표를 많이 비교해 보는 편이다. 유명상표는 좋은 품질을 의미한다. 유명상표나 유명디자이너의 의류제품을 구입한다. 나는 평소에 늘 구입하던 상표를 습관적으로 애용한다.	0.71 0.67 0.62 0.53 0.50	8.6	0.70
요인 3: 과시성 가격이 비싼 제품을 구입한다. 나보다 소득이 높은 사람들이 구입할만한 의복을 구입한다. 비교적 값비싼 유명브랜드 전문점에서 의복을 구입한다. 나는 좋은 품질이면서 값싼 옷을 사기 위해서 기꺼이 더 많은 시간을 투자한다.	0.65 0.65 0.61 -0.50	8.5	0.67
요인 4: 유행추구 나는 나의 의류품이 유행경향에 앞서게 하려고 노력한다. 다른 사람들과 새로운 스타일에 대한 의견을 나누는 것을 좋아한다. 새로운 유행이나 신제품을 다른 사람보다 먼저 사곤한다.	0.74 0.64 0.52	6.9	0.65
요인 5: 유명수입상표 추종 싼 가격으로 유명 외국상표 의류를 구입하기 위해 가짜인줄 알면서 구입한 적이 있다. 유명 외국상표의 모조품을 자주 구매하는 편이다.	0.86 0.83	6.6	0.76
요인 6: 경제성 나는 옷을 사기 위해 외출할 때 미리 예산을 세운다. 나는 예산범위내에서 가장 적당한 의복을 고르기 위해 여러 점포를 둘러본다. 나는 의복의 가격에 대하여 정찰제가 아니면 판매원과 자주 흥정하는 편이다.	0.80 0.74 0.49	6.3	0.54
요인 7: 실용성 나는 아무 때나 입을 수 있는 옷을 선호한다. 나는 실용적인 의복을 입는다.	0.80 0.73	5.4	0.62
요인 8: 수입상표에 대한 호감 수입의류가 국산의류보다 품질이 우수하다고 생각한다. 외국상표 의류는 국내상표 의류보다 광고나 디스플레이가 뛰어나 눈길을 끈다.	0.80 0.63	5.4	0.60

이었으며, 전체 분산의 56.4%를 설명하였다. 9문항의 점수를 합산한 물질주의 성향의 총점수 범위는 11~36점이었으며, 평균점수는 23.1로 나타나 물질주의 성향이 그다지 높지 않은 것으로 나타났고 9문항에 대한 신뢰도 계수는 0.72로 나타났다. 추후분석을 위해 물질주의 총점수의 평균에 따라 조사대상자를 3등분하여 이에 따라 표본을 물질주의 성향이 낮은 집단(11~21점에 해당하는 122명, 37.2%), 중간집단(22~25점에 해당하는 101명, 30.8%), 물질주의 성향이 높은 집단(26~36점에 해당하는 105명, 32.0%)으로 분류하였다. 물질주의 성향이 높은 집단과 낮은 집단의 특성을 좀더 뚜렷하게 파악하기 위해서 세 집단 가운데 중간 집단을 제외하고 의복쇼핑성향, 의복구입기준, 정보원활용, 점포선택 기준, 수입의류 구매 및 구매의도, 인구통계학적 특성에 대해서 두 집단간의 차이를 알아보았다.

2. 물질주의 성향에 따른 의복구매행동의 차이

의복쇼핑성향의 유사한 문항끼리 묶기 위해서 요인분석 및 Varimax 회전을 실시한 결과, 8개의 요인이 추출되었으며 그 내용은 <표 2>와 같다. 추출된 요인은 쇼핑의 즐거움, 유명상표 추구, 과시성, 유행 추구, 유명수입상표 추종, 경제성, 실용성, 수입상표에 대한 호감 등이었다. 각 문항의 요인부하량은 0.40 이상이었으며 8요인의 설명력은 61%이었고 내

<표 3> 물질주의 성향에 따른 의복쇼핑성향

의복쇼핑성향 요인	물질주의		t값
	높은 집단	낮은 집단	
경제성	3.34	3.38	-0.46
쇼핑의 즐거움	3.33	2.83	7.20**
실용성	3.31	3.72	-4.86**
수입상표에 대한 호감	3.30	2.71	5.56**
유명상표 추구	3.23	2.94	3.50**
유행추구	3.16	2.51	7.56**
과시성	2.95	2.37	9.48**
유명수입상표 추종	2.60	2.05	4.13**

적일치도를 나타내는 신뢰도계수는 0.54 이상으로 나타났다.

조사대상자들이 가장 중요시하는 의복쇼핑성향 요인은 '경제성'과 '쇼핑의 즐거움', '실용성'이었으며, 가장 중요시하지 않는 요인은 '유명수입상표 추종', '과시성', '유행추구'인 것으로 나타났다. 물질주의 성향이 높은 집단과 낮은 집단간의 의복쇼핑성향의 차이를 살펴보기 위해서 t검정을 실시한 결과 '경제성'을 제외하고 모든 요인에게 있어서 유의한 차이가 나타났다(<표 3> 참조). 다시 말해서 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 쇼핑을 즐기며 유행, 유명상표와 유명수입상표에 대한 관심이 많으며 과시성이 높고 실용성은 더 낮은 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 물질주의 성향이 높은 사람이 과시소비성향이 높다는 석봉화(1997)와 백경미(1995)의 연구결과와 일치한다.

의복구입기준에 관한 질문에서 조사대상자들은 의복구입시 '디자인', '색상', '맞음새 또는 치수'를

<표 4> 물질주의 성향에 따른 의복구입기준

의복구입시 고려사항	물질주의		t값
	높은 집단	낮은 집단	
디자인	4.71	4.45	3.20**
색상	4.60	4.52	1.04
맞음새 또는 치수	4.40	4.55	-1.78
재질	4.35	4.33	0.26
바느질 상태	4.19	4.30	-1.07
입어서 편안함	4.17	4.55	-3.90**
다른 의복과의 조화	4.11	4.04	0.60
가격	4.02	4.15	-1.28
상황에의 적절성	3.91	3.88	0.18
착용용도의 다양성	3.80	3.90	-0.95
세탁 및 관리의 용이성	3.74	4.11	-3.10**
고객관리 및 서비스	3.69	3.85	-1.26
유행	3.59	3.28	2.62**
브랜드 이미지	3.39	2.89	4.14**
제조국	2.85	2.69	1.18

** p<0.01

가장 고려하는 반면 '제조국,' '브랜드 이미지,' '유행'은 가장 중시하지 않는 것으로 나타났다(〈표 4〉 참조). 이러한 결과는 민신기(1997)의 연구에서 소비자들은 의류구입시 외재적 단서(가격, 상표명, 구입점포, 제조국)보다는 내재적 단서(색상, 디자인, 품질, 입어서 편안함)를 더 중요하게 생각한다는 결과와 일치한다고 볼 수 있다.

의복 구입기준에 대한 물질주의 성향이 높은 집단과 낮은 집단간의 차이를 알아본 결과, '디자인,' '입어서 편안,' '세탁 및 관리의 용이성,' '유행,' '브랜드 이미지' 문항에서 유의한 차이를 나타냈다. 다시 말해서 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 의복 구입시 디자인, 유행, 브랜드 이미지를 중시하며 입어서 편하고 세탁 및 관리가 용이한 의복을 덜 고려하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 물질주의 성향에 따른 집단간에는 품질, 디자인·스타일, 상표명, 타인지향, 자아이미지 고양 등에서 유의한 차이가 나타난 김민희(1998)의 연구결과와 부분 일치하는 것으로 볼 수 있다.

의복 구입시 활용하는 정보원에 관한 질문에서 조사대상자들은 '구매경험,' '상점안의 진열장'을 통해 얻어진 정보를 가장 많이 활용하는 반면 '우편광고'와 '상점점원의 충고'를 가장 적게 활용하

는 것으로 나타났다(〈표 5〉 참조). 이는 가장 많이 활용되는 정보원이 광고와 진열대로 나타난 백민숙(1986)의 연구 결과와 어느 정도 일치한다고 볼 수 있다.

정보원 활용에 있어서 13개 문항 가운데 6개 문항에서 두 집단간에 유의한 차이가 나타났다. 다시 말해서, 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 '구매경험,' '상점안의 진열장,' '다른 사람이 입은 옷을 관찰,' '패션잡지의 유행경향,' '신문, 잡지, TV의 의류브랜드 광고,' '유명인의 의복관찰' 등을 더 많이 사용하는 것으로 나타나 물질주의 성향이 높은 사람이 다양한 정보원을 더 적극적으로 활용하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 '거리에서 타인의 의복관찰,' '유명인의 의복관찰,' 'TV, 라디오, 신문, 잡지 광고,' '패션쇼' 등을 더 많이 사용하였다는 김민희(1998)의 연구결과와 물질주의 성향과 정보탐색의 관계가 유의하게 나온 주섭중(1998)의 연구결과와 일치한다.

의복구입시 점포를 선택하는 기준 가운데 조사대상자들은 '가격이 적당한 점포'와 '제품의 교환과 반품이 편리한 점포'를 가장 중요한 선택 기준으로

〈표 5〉 물질주의 성향에 따른 정보원 활용정도

정보원	물질주의		t값
	높은 집단	낮은 집단	
구매경험	3.76	3.45	-3.15**
상점안의 진열장	3.65	3.27	-3.68**
다른 사람이 입은 옷의 관찰	3.50	3.11	-3.49**
패션잡지의 유행경향	3.41	2.72	-5.84**
친구나 주위사람들의 의견	3.28	3.08	-1.84
신문, 잡지, TV의 의류브랜드 광고	3.18	2.76	-3.83**
유명인의 의복관찰	3.13	2.50	-5.35**
상점의 카탈로그	2.79	2.61	-1.72
상점점원의 충고	2.71	2.72	0.12
우편광고	2.18	2.12	-0.59

** p<0.01

〈표 6〉 물질주의 성향에 따른 점포선택 기준

점포선택기준	물질주의		t값
	높은 집단	낮은 집단	
가격이 적당한 점포	4.03	4.07	-0.34
제품의 교환과 반품이 편리한 점포	3.97	4.07	-0.77
세일중인 점포	3.93	3.99	-0.51
상품의 종류가 다양한 점포	3.92	3.79	1.23
매장의 분위기가 좋은 점포	3.66	3.54	1.01
판매원이 친절한 점포	3.61	3.74	-1.11
교통이 편리한 점포	3.40	3.53	-0.95
단골점포	3.30	3.11	1.53
유명상표의 점포	3.20	2.76	3.75**
의류광고가 좋은 점포	2.75	2.39	3.15**
집에서 가까운 점포	2.30	2.41	-0.94

** p<0.01

삼은 반면 '집에서 가까운 점포'와 '의류광고가 좋은 점포'를 점포 선택기준으로 중시하지 않는 것으로 나타났다(〈표 6〉 참조). 의복구입시 점포 선택기준 가운데 '유명상표의 점포'와 '의류광고가 좋은 점포'에 있어서 유의한 차이가 나타났다. 다시 말해서, 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 유명상표를 취급하거나 의류광고가 좋은 점포를 더 선호하는 것으로 나타났다. 이는 물질주의 성향이 높은 사람들이 상표의 유명도가 높은 점포를 선택한다는 김민희(1998)의 연구결과와 과시적 소비성향이 높다는 석봉화(1997)의 연구결과를 지지하는 것으로 볼 수 있다.

수입의류 구매정도 및 구매의도에 따른 물질주의 성향의 차이를 알아보기 위해서 t검정을 실시한 결과는 〈표 7〉과 같다. 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 수입의류 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 이는 물질주의 성향이 높을수록 수입브랜드 경험이 더 많은 것으로 나타난 김민희(1998)의 연구 결과와 일치한다고 볼 수 있다. 그러나 실제 구매정도에 있어서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이는 수입의류 실제구입의 경우 물질주의 성향뿐만 아니라 경제력이 뒷받침되어야 하기 때문에 두 집단간의 차이가 유의하지 않았지만, 구매의도에 있어서는 상당한 차이를 나타내어 물질주의 성향이 높은 집단이 수입의류구매에 많은 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있다.

물질주의 성향에 따른 인구통계학적 특성의 차이를 살펴본 결과 월평균 가계소득수준, 월평균 의복지출비에 따라서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 반면, 연령($x^2=60.64$, $p=0.001$), 교육수준($x^2=23.44$, $p=0.001$), 결혼여부($x^2=41.24$, $p=0.001$), 직업

($x^2=41.24$, $p=0.001$)에 따라 유의한 차이를 나타내어 20대 여성이 물질주의 성향이 높은 반면 30·40대 여성은 물질주의 성향이 낮았으며, 전문대학 졸업 학력자는 물질주의 성향이 높은 반면 고등학교 졸업 이하 및 대학졸업 이상의 학력자는 물질주의 성향이 낮은 것으로 나타났다. 미혼의 경우 물질주의 성향이 높은 반면 기혼의 경우 낮은 것으로 나타났으며, 학생의 경우 물질주의 성향이 높았으나 주부와 직장인의 경우 물질주의 성향이 낮은 것으로 나타났다. 다시 말해서 물질적인 풍요속에서 성장한 미혼 젊은 여성 특히 대학생의 경우 물질주의 성향이 높게 나타난 반면, 연령이 증가함에 따라 가정을 갖거나 사회적 활동을 하는 경우 물질주의 성향이 상대적으로 낮게 나타났다. 이러한 결과는 연령이 낮을수록, 기혼보다는 미혼의 경우, 전문대학 졸업 학력자의 경우 물질주의 성향이 높았다는 김민희(1998)와 김미선(1996)의 연구 결과와 일치하였다.

V. 요약 및 결론

조사대상자들의 물질주의 성향을 조사한 결과 그다지 높지 않은 것으로 나타났으며, 물질주의 성향 점수에 따라 물질주의 성향이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여 이 두 집단간 의복구매행동의 차이를 살펴본 결과는 다음과 같다.

첫째, 의복쇼핑성향에 있어서는 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 쇼핑을 즐기며 유행, 유명상표와 유명수입상표에 대한 관심이 많으며 과시성이 높으며 실용성은 더 낮은 것으로 나타났다. 둘째, 의복구입기준에 있어서는 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 의복 구입시 디자인, 유행, 브랜드 이미지를 중시하며 입어서 편하고 세탁 및 관리가 용이한 의복을 덜 중시하는 것으로 나타났다. 셋째, 정보원 활용에 있어서는 물질주의 성향이 높은 사람이 정보원을 더 적극적으로 활용하는 것으로 나타났다. 넷째, 점포선택 기준에 있어서는 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 유명상표를 취급하거나 의류광고가 좋은 점포를

〈표 7〉 물질주의 성향에 따른 수입의류 구매 및 구매의도

수입의류 구매 및 구매의도	물 질 주 의		t값
	높은 집단	낮은 집단	
수입의류 구매	3.08	2.15	1.71
수입의류 구매의도	7.33	2.71	6.34**

** p<0.01

더 선호하는 것으로 나타났다. 다섯째, 물질주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 수입의류 구매의도가 더 높은 것으로 나타났으나 실제 구매정도에 있어서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 여섯째, 물질주의 성향에 따른 인구통계학적 특성의 차이를 살펴본 결과 연령, 교육수준, 결혼여부, 직업에 따라 유의한 차이를 나타내었다.

이러한 결과를 종합해 볼 때 대구 성인 여성의 물질주의 성향은 의복쇼핑성향, 의복구입기준, 정보원 활용정도, 점포선택 기준, 수입의류 구매의도 등 그들의 의복구매행동에 다각적으로 영향을 미치는 것을 알 수 있으나, 물질주의 성향은 그다지 높지 않은 것으로 나타났다. 이는 본 연구에서 사용된 물질주의 측정도구가 미국에서 개발된 것으로 한국 소비자들의 물질주의 성향을 과약하는데 있어서 미흡하였을 가능성이 있으며 또한 조사대상자들이 그들의 행동이나 가치를 합리화하려고 주관적인 입장에서 자신의 행동을 판단하여 예상과 달리 물질주의 성향이 낮게 나타났으리라 추측된다. 그러므로 이러한 문제를 해결할 수 있는 방안이 모색되어야 할 것이다. 또한, 물질주의성향과 의복구매행동과의 관계를 조사한 연구가 거의 없었기에 본 연구에서는 물질주의성향이 의복구매행동의 차이에 영향을 미치는 가를 알아보는 탐색적 조사를 하였지만, 앞으로의 연구에서는 물질주의 성향을 Richins와 Dawson이 분류하였던 것과 같이 각 구성요인(소유 중심적, 행복추구적, 성공수단적 물질주의)과 관련 변인과의 관계를 알아봄으로써 물질주의 성향이 의복구매행동의 다각적 측면에서 미치는 영향을 밝혀 줄 수 있는 연구들이 필요하리라 생각된다.

물질주의 성향이 높은 집단의 경우 높은 과시성과 유행추구, 유명상표 및 유명수입 상표 선호, 브랜드 이미지, 의류 광고가 좋은 점포 및 유명상표 취급점을 선호하는 것으로 나타나 물질주의 성향이 과시적 소비성향을 증가시키고 있는 것으로 볼 수 있다. 특히 본 연구에서는 미혼 여성인 여대생들의 물질주의 성향이 높게 나타나 앞으로 물질주의 성향은 더 높아질 것으로 예상된다. 이와 같이 경제력이 뒷받침되지 않은 소비자들의 높은 물질주의 성

향은 올바르지 않은 소비형태를 유발시킬 수 있는 큰 요인이 될 수 있기에 이에 대한 좀 더 광범위한 조사가 이루어져야 할 것이다.

또한 앞으로의 연구에서는 보다 다양한 지역에 거주하는 소비자들을 대상으로 다른 물질주의 측정도구를 사용한 연구가 이루어져서 본 연구 결과와의 비교가 이루어져야 하겠으며, 물질주의와 관련이 예상되는 다른 변인들을 다각적으로 포함하는 종합적인 조사가 실시함으로써 물질주의에 대한 이해의 폭을 넓힐 수 있을 것이며 이러한 물질주의가 소비자들의 의복행동에 미치는 영향에 대한 좀 더 정확한 결론을 얻을 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 구자명, 이명희(1999). 성인여성의 가치의식과 의복쇼핑성향 및 의복만족에 관한 연구. 한국의류학회지, 23(3), 459-470.
- 김미선(1996). 물질주의 성향과 충동구매 행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민희(1998). 물질주의 성향에 따른 의복구매행동에 관한 연구-중상층 성인여성을 중심으로-. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김태연(1995). 수입브랜드 정장의류 구매경험유무에 따른 여성소비자의 구매행동 비교. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 민신기(1997). 가격과 원산지가 의류상품평가에 미치는 영향. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 박광희(1997). 의복쇼핑성향에 따른 소비자의 유형 분석 - 대구 여성 거주자를 중심으로. 한국의류학회지, 21(1), 10-18.
- 박혜원(1990). 외국상표 기성복의 구매실태에 관한 연구 - 직수입 여성 정장을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박혜정(1997). 수입의류와 국산의류의 구매동기, 평가기준에 관한 비교연구. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 백경미(1995). 도시주부의 과시소비성향과 영향요인. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

- 백민숙(1986). 청소년층의 의복구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 석봉화(1997). 청소년 소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과소비성향에 미치는 영향. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 신수아, 이선재(1999). 백화점 카드 소지자의 의복구매행동 연구. *한국의류학회지*, 23(2), 250-261.
- 신수연, 박재욱(1999). 백화점 주고객층의 쇼핑성향, 점포속성 중요도, 자기이미지에 따른 의복 구매성향. *한국의류학회지*, 23(6), 841-852.
- 신진경(1997). 수입브랜드 선호도 분석을 이용한 국내기업의 마케팅 전략수립에 관한 연구. 상명대학교 대학원 석사학위논문.
- 안소현(1996). 외국상표 의류에 대한 소비자 쇼핑성향 연구 - 의복관여, 자민족중심주의, 원산지효과와의 관련을 중심으로. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 이옥희(1997). 물질주의와 준거집단 및 사회계층이 의복의 상징적 소비에 미치는 효과. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 주섭중(1995). 소비행동에 있어서 물질주의 성향과 정보탐색행동의 관계에 관한 연구. *광고연구*, 26, 257-285.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265-280.
- Richins, M. L. (1985). Media, materialism, and happiness. In M. Wallendorf & P.F. Anderson (Eds.). *Advances in Consumer Research*, 14, 352-356.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-315.