

기혼여성의 라이프스타일 유형별 의복의 과시적 소비

신현아 · 조필교

경북대학교 대학원 가정학과

Married Women's The Difference of Conspicuous Consumption of Clothing according to Lifestyle

Hyun-A Shin and Pil-Gyo Jo

Dept. of Home Economics, Graduate School, Kyungpook National University, Daegu, Korea

Abstract : The purpose of this study was to investigate general conspicuous consumption tendency of married women and to identify differences of the conspicuous consumption according to their lifestyle and socio-demographic variables. The data were collected via self-administered questionnaires from 423 married women (20 to 60 years old) in Daegu Metropolitan City. Data were analyzed by factor analysis, reliability analysis, frequencies and one-way ANOVA. Main results of this study are as follows : (a) Married women's tendency of the conspicuous consumption of clothing was generally low, (b) The more consumption-, achievement-orientated they were, the higher was the tendency to the conspicuous consumption of clothing. The more economy-, family- orientated they were, the lower was the tendency to the conspicuous consumption of clothing. (c) The younger they were, the more fashion-oriented they were and they showed the tendency of spending their money excessively to acquire clothing. The higher educational qualifications and household income were, the higher was the tendency of spending disposable income on clothing.

Key words : conspicuous consumption of clothing, lifestyle

1. 서 론

최근 몇 십년 동안 우리나라는 산업의 발달과 함께 소득이 급격히 향상됨으로 인해 물질만능주의가 팽배해지고 과소비와 그로 인한 문제가 모든 계층에서 보여지는 하나의 보편적인 현상으로 여겨지고 있다. 또한, 과시적 소비는 과소비를 불러일으키는 원인으로 작용하여 자신의 지위나 부를 과시하기 위해 과소비를 행함으로써 심각한 사회문제를 유발하고 있다. 이런 사회적 현상에 따라 1990년대에 들어서면서부터 과시적 소비에 관한 연구가 이루어져 왔으나 대부분의 연구가 과시적 소비의 원인규명에만 치우쳐져 있고, 각 제품마다 과시적 소비성향의 정도가 다르게 나타날 수 있는데도 불구하고 일반적인 제품을 대상으로 하고 있다. 그러므로 본 연구에서는 과시적 소비성향을 자신의 부와 지위를 가시적으로 드러내는 가장 상징적인 수단으로 인식되고 있는 의복에 한정시키고 의복의 과시적 소비성향을 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매, 모조 유명상표 의복구매, 고가의 수입의복구매로 구체적으로 세분화시켜 조사하고자 한다.

한편, 라이프스타일은 소비자의 행동을 설명하는 중요한 변

수로 인식되어 의류학 분야에서도 의복 구매행동과 관련시킨 연구들이 행해져 왔지만 의복의 과시적 소비성향을 구체적인 의복행동의 하나로 보고 라이프스타일과 관련시킨 연구는 없었다. 이런 상황으로 볼 때 의복의 과시적 소비성향과 라이프스타일과의 관계를 체계적으로 분석해 볼 필요성이 있다고 보여진다. 요컨대 본 연구는 이론적으로 의복의 과시적 소비성향을 라이프스타일과 관련시켜 종합적으로 분석하고, 실증적으로는 본 연구의 이론적인 결과를 토대로 하여 집단별 특성에 맞는 차별화된 소비자 교육프로그램이나 정책의 기초자료를 제공하고 기혼여성을 대상으로 하는 패션 마케팅 전략 수립의 기반을 제공하는데 그 의의가 있다고 하겠다. 본 연구의 구체적인 목적은 첫째, 대구지역 기혼여성의 전반적인 의복의 과시적 소비성향을 밝히고 둘째, 기혼여성의 의복의 과시적 소비성향과 라이프스타일간의 관계를 분석하며 셋째, 사회적 구학적 변수에 따른 의복의 과시적 소비성향의 차이를 분석하는 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 라이프스타일과 의복의 과시적 소비

과시적 소비는 의복이 개인의 라이프스타일과 가치관을 나타내기 위해서 분명히 비싸야만 한다는 관념과 관계되는 개념

으로 라이프스타일에 따라 의복의 과시적 소비행동의 정도가 달라진다.(Kaiser,1985) 과시소비는 라이프스타일을 분류하는 한 요인으로 이용되어왔는데 채서일(1994)의 연구에서 진보적 패션추구형과 전통적 보수추구형이 의식주의 소비에 있어 과시적인 성향이 높은 것으로 나타났다. 추태귀(1995)의 노년층 여성들의 라이프스타일에 관한 의복 행동연구에서 물질추구형과 쾌락추구형이 과시적 소비성이 높은 것으로 나타났다. 김성환(1997) 연구에서도 감각적 패션추구집단이 다른 집단에 비해 의복의 과시적 소비성향이 높은 것으로 밝혀졌다. 라이프스타일에 따른 의복구매행동의 차이를 분석한 이부련(1998)의 연구에서도 소비지향형, 성취지향형, 가족지향형 '고' 집단과 보수지향형 '저' 집단에서 과시성이 높은 것으로 나타났다.

2.2. 사회인구학적 변인과 의복의 과시적 소비

의복의 과시적 소비에 영향을 미치는 사회인구학적 변인에 관한 선행연구 결과를 살펴보면 Mammen과 Whan(1987)은 남편의 교육수준, 저축, 재정상황, 가족의 생활주기, 가구의 크기가 가족의 과시적인 소비성향에 영향을 미치는 변인임을 밝혔다. 이미용(1991)의 연구에서 소득과 학력, 가족생활주기가 높을수록, 20대를 제외하고 연령이 높을수록, 고급직이라고 생각되는 직업일수록 과시적인 소비성향이 커지며, 유명(1993)도 연령이 적을수록 자녀수가 적을수록 월평균 의복비가 많을수록 과시소비성향이 커지는 것으로 보았다. 계선자·김태은(1998)의 연구에서는 학력이 높을수록, 직업이 있는 경우, 월평균소득이 많을수록, 20대를 제외하고는 주부의 연령이 높을수록 과시적 소비성향이 커지는 것으로 나타났다. 손영은(2000)의 기혼 여성의 직업별 과시소비성향을 밝힌 연구에서 전문직이 가장 과시소비성향이 크며 그 다음이 전업주부, 사무직, 생산직의 순으로 나타났다.

3. 연구방법 및 절차

3.1. 연구모형 및 가설

본 연구를 실행하기 위해 다음과 같이 연구모형을 구성하고 연구가설을 설정하고자 한다.

• 가설 1: 라이프스타일의 유형에 따라 기혼 여성의 의복의

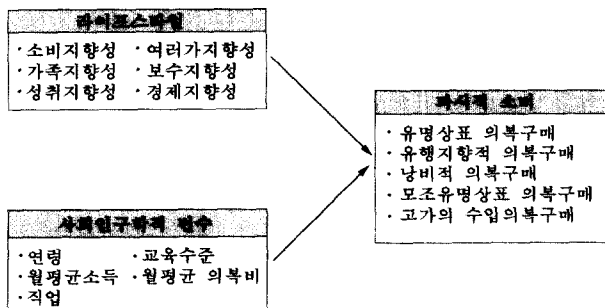


Fig. 1. Framework of this study.

과시적 소비성향의 정도에 차이가 있을 것이다.

가설 1-1: 여가지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 1-2: 경제지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 1-3: 성취지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 1-4: 소비지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 1-5: 보수지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 1-6: 가족지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

• 가설 2: 사회인구학적 변수에 따라 기혼여성의 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 2-1: 연령에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 2-2: 교육수준에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 2-3: 월평균 가계소득에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 2-4: 월평균 의복비에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가설 2-5: 직업에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

3.2. 측정도구

측정도구로는 자기기입식 설문지를 이용하였다. 설문지는 의복의 과시적 소비성향과 라이프스타일을 측정하는 문항 및 사회인구학적 변인을 묻는 문항으로 구성하였다.

의복의 과시적 소비 : 선행연구(유명, 1993; 이미용, 1991)들을 참고로 하여 Likert 5점 척도 15개 문항으로 구성하였다. 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매, 모조유명상표 의복구매, 고가의 수입 의복구매등을 포함하고 있다.

라이프스타일 : 선행연구(채서일, 1992; 이부련, 1998; 이완수, 1999)를 참고로 하여 Likert형 문항 14개를 이용하여 측정하였다.

사회인구학적 변인 : 의복의 과시적 소비현상에 영향을 미칠 것이라고 생각되는 연령, 교육수준, 월평균소득과 의복비, 직업을 측정하였다.

3.3. 자료의 수집 및 분석방법

대구광역시에 거주하는 20~60대 기혼여성 87명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 적절치 못한 문항을 수정 보완하여 본 조사를 실시하였다. 본 조사는 2000년 8월에 대구광역시내에 거주하는 기혼여성을 모집단으로 하여 한 지역에 편중되지 않도록 구별로 초, 중, 고등학교, 대학교를 각각 2개교씩 선정하

여 학모를 대상으로 설문지 500부를 배포한 후 회수된 435부 중 응답이 부실한 설문지를 제외하고 최종 423부를 분석하였다. 자료분석은 SPSS 9.0윈도우용을 이용하여 요인분석, 신뢰도분석, 빈도분석, 일원변량분석을 이용하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 조사대상자의 일반적인 특성

연령별로 조사대상자들을 나눈 결과 40대가 59.1%로 절반 이상을 차지하였으며 그 다음이 30대 25.1%, 50대 10.6%, 20대, 60대순으로 나타났다. 기혼여성의 교육수준은 고졸이 51.8%로 전체의 절반 정도였고 대졸이상이 30.7%, 중졸이하가 17.5%를 차지하였다. 월평균 소득은 100-200만원 미만인 경우가 28.8%, 100만원 미만이 8.7%로 전체 조사대상자 가정의 약 38%가 가계소득 200만원 이하였으며, 200-300만원 미만이 29.1%, 300만원 이상이 23.4%로 나타났다. 또한 월평균 의복비는 10만원 미만에 응답한 경우가 전체의 52.7%로 절반이상으로 나타났고 그 다음이 10~30만원 미만 (39.9%), 30만원 이상(8.4%)순으로 나타났다. 직업의 경우에는 가정주부가 60.3%로 직업을 가지지 않은 기혼여성이 절반 이상으로 높게 나타났으며 취업한 여성의 경우 사무직/전문기술직이 14.7%로 가장 높았으며 그 다음 판매서비스직 (11.3%), 생산·기능직(6.6%), 자영업자(4.5%), 경영관리직/전

문직, 단순노무직순이었다.

4.2. 척도의 타당도와 신뢰도 검증

타당도검증 : 척도의 타당도 검증을 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인의 추출은 주성분 분석을 사용하였고, 각 요인 간의 관계를 명확히 하기 위해 초기의 추출결과에 대해 베리맥스(vari-max)를 실시하고 의복의 과시적 소비성향요인은 고유값 1.0이상의 기준으로, 라이프스타일은 고유값을 1.0이상을 기준으로 했을 때 요인이 5개 밖에 추출되지 않아 요인수를 6개로 지정하여 확증적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 통해 요인을 추출하였다. 과시적 소비성향의 요인 5가지(낭비적 의복구매, 고가의 수입의복구매, 유명상표 의복구매, 모조 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매)가 전체 분산의 63.5%를 설명해주고 있고, 라이프스타일 변인에 대한 요인분석에서도(소비지향, 가족지향, 보수지향, 경제지향, 성취지향, 여가지향) 6개의 요인이 65.1%를 설명해주고 있는 것으로 나타나 설문문항의 개념 타당성은 입증되었다(Table 1, 2 참조).

신뢰도검증 : 척도의 내적 일관성 검증을 위해 Cronbach's Alpha 계수를 이용하였는데, 의복의 과시적 소비성향요인과 라이프스타일요인들에 대한 각각의 알파값은 .70이상이므로 이들 항목들이 각 요인에 관한 내적 일관성을 확보한 것으로 나타났다.

Table 1. Factor structure of clothing conspicuous consumption

설문항목	요 인 명				
	낭비적 의복구매 (I)	고가의 수입의복구매 (II)	유명상표 의복구매 (III)	모조유명상표 의복구매 (IV)	유행지향 의복구매 (V)
값비싼 의복이라도 갖고 싶으면 돈을 써서라도 산다.	.795	3.166E-02	.123	.230	.115
저축을 못하는 한이 있어도 옷은 비싼 것으로 입어야 한다.	.791	.163	.192	.215	4.860E-02
나는 값이 비싼 옷이라도 마음에 들면 산다.	.636	.367	.104	-3.989E-02	3.893E-02
유명수입의류는 비싼만큼 그 가치가 있다고 생각한다.	.164	.833	8.433E-02	.132	3.193E-02
수입의류가 국내 것에 비해 품질이 더 좋다고 생각한다.	.208	.725	.144	.111	3.781E-02
비싼 수입의류를 입으면 남들이 더 알아준다고 생각한다.	4.548E-02	.721	.153	.289	.162
나는 의복을 선택할 때 상표를 중시 여긴다.	.269	.107	.806	-6.337E-02	.143
나는 의복을 구입할 때 남이 알아주는 상표를 구입한다.	.362	.133	.773	.100	.113
유명상표의 옷을 입어야 자신감이 생긴다.	-9.322E-02	.147	.658	.193	-.127
나는 가짜라도 상표가 유명상표의 것과 동일하면 상관하지 않고 구입한다.	.195	5.302E-02	-1.240E-02	.773	9.563E-02
가짜라도 국산보다 남들이 알아주는 유명상표제품을 구입하는 것이 더 낫다.	2.290E-02	.244	.178	.670	-5.671E-02
나는 싼가격으로 유명상표 제품을 구입하기 위해 가짜인줄 알면서도 구입한 적이 있다.	.104	.135	4.83E-02	.631	6.481E-02
나는 한번 구입한 의복은 유행이 지나도 입는다. ^{*)}	4.011E-02	4.011E-02	2.439E-02	8.120E-02	.841
옷을 살 때 가능한한 지금 유행하는 의복을 구입한다.	.304	9.532E-02	4.054E-02	2.039E-02	.627
고유값 (Eigen Value)	4.144	1.432	1.229	1.074	1.009
누적 분산 비 (%)	29.598	39.824	48.601	56.271	63.481

^{*)}역으로 환산한 문항

Table 2. Factor structure of lifestyle

설문항목	요 인 명					
	소비지향 (I)	가족지향 (II)	보수지향 (III)	경제지향 (IV)	성취지향 (V)	여가지향 (VI)
옷이나 화장품에 돈을 많이 쓴다.	.788	-6.363E-02	-6.800E-02	-8.232E-02	6.882E-02	.137
새로운 상품이 나오면 남보다 먼저 구입한다.	.770	-7.248E-02	6.112E-02	6.855E-02	5.350E-02	1.912E-02
적어도 한철에 1벌은 옷을 사야한다.	.712	-5.738E-02	2.677E-02	-.130	.175	-4.555E-02
개인적인 일보다 가족 관련 일을 먼저 처리한다.	-.221	.744	3.691E-02	.130	-7.415E-03	-2.560E-02
가족들과 함께 보내는 시간이 많다.	7.830E-02	.674	-.117	4.031E-02	8.95555E-02	-7.108E-02
무슨 일에도 가정의 행복을 최우선으로 고려한다.	-9.614E-02	.665	.321	-1.982E-02	4.665E-04	3.148E-02
결혼하지 않아도 행복한 삶을 누릴 수 있다. ³⁾	2.149E-02	-.153	.782	3.088E-02	9.519E-02	-8.345E-02
여성에게 최대의 행복은 결혼하여 남편과 자녀 를 돌보는 일이다.	.148	.173	.723	.104	-.174	-3.533E-02
집에서 멀어도 선 대형할인매장이나 재래시장을 자주 이용한다.	-3.428E-02	8.658E-02	4.798E-02	.663	4.014E-02	7.279E-02
나는 싸게 사기위해 여러 상점의 가격을 비교한 뒤 구입한다.	-9.092E-02	4.719E-02	6.472E-02	.633	.175	2.751E-02
동창회나 클럽등에서 중심역할을 하고 싶다.	.189	6.134E-02	.144	4.567E-02	.795	-2.230E-02
나는 새로운 일을 항상 시도하려고 노력한다.	6.489E-02	3.091E-02	-.111	6.262E-02	.758	.149
건강을 위해 정기적인 운동을 한다.	-5.743E-03	-9.272E-02	7.696E-02	1.198E-02	-5.232E-03	.873
취미활동이나 레저활동을 즐기려고 노력한다.	.203	3.9142E-02	.180	.169	.357	.534
고유값(Eigen Value)	2.375	2.007	1.528	1.273	1.026	.900
누적분산비(%)	16.965	31.299	42.214	51.304	58.630	65.056

³⁾역으로 환산한 문항

Table 3. Married women's tendency of the conspicuous consumption of clothing

의복의 과시적 소비성향	평균(표준편차)	최고-최저점수
유명상표 의복구매	7.15(0.93)	3 - 15
유행지향적 의복구매	5.38(0.72)	2 - 10
낭비적 의복구매	5.51(0.65)	3 - 15
모조 유명상표 의복구매	6.40(0.92)	3 - 15
고가의 수입의복구매	7.26(0.83)	3 - 15

4.3. 대구지역 기혼여성들의 전반적인 의복의 과시적 소비성향

의복의 과시적 소비성향 요인의 평균값이 모두 중간수준 이하인 것으로 나타나 대구지역 기혼여성들의 의복의 과시적 소비성향은 대체로 낮은 편인 것으로 밝혀져 목포시 주부들이 과시적 소비성향이 비교적 높다는 백경미·이기춘(1995)의 연구와 차이가 있었지만, 전남지역 기혼여성들의 과시소비성향이 비교적 낮다고 한 손영은(2000)의 연구결과와 유사하였다 (Table 3 참조).

4.4. 가설의 검증

라이프스타일과 의복의 과시적 소비성향과의 관계: 가설검증을 위해 라이프스타일 요인분석을 통해서 밝혀진 여가지향적, 경제지향적, 성취지향적, 소비지향적, 보수지향적, 가족지향적 성향의 정도별로 고, 중, 저로 나눈 것을 독립변수로 두고 과시적 소비성향요인을 종속변수로 하여 일원변량분석(one-way

Anova)과 Duncan test 결과를 다음과 같이 제시하고 Table 4에 나타내었다.

• 가설 1-1: 여가지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

여가지향성이 클수록 유명상표 의복구매, 낭비적 의복구매, 모조유명상표 의복구매 성향이 높아지는 것으로 나타났다. Duncan Test결과, 여가지향성이 낮은 집단이 다른 집단에 비해 낭비적 의복구매 성향이 낮은 것으로 또, 여가지향성이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 유명상표 의복구매의 성향이 높고 모조 유명상표 의복구매성향은 낮은 것으로 나타났다.

• 가설 1-2: 경제지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

경제지향성의 정도에 따른 집단별로 모조유명상표 의복구매를 제외한 모든 의복의 과시적 소비성향의 변인에서 집단별로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 경제지향성이 클수록 유명상표의복구매, 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매, 고가의 수입 의복구매성향이 낮은 것으로 나타났다. Duncan Test결과, 낭비적 의복구매의 경우 경제지향성이 낮은 집단, 중간 집단, 높은 집단 모두에 차이가 큰 것으로 나타났고, 유명상표 의복구매와 고가의 수입의복구매의 경우에는 경제지향성이 낮은 집단과 높은 집단간에 유의적인 차이가 있는 것으로, 유행지향적 의복구매는 경제지향성이 낮은 집단과 다른 집단과의 차이가 커서 경제지향성이 낮은 집단이 다른 집단에 비해 유행지향적 의복구매 성향이 높은 것으로 나타났다.

• 가설 1-3: 성취지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비

Table 4. Differences of the conspicuous consumption of clothing according to lifestyle

라이프스타일	유형상표 의복구매			유형지향적 의복구매			남비적 의복구매			모조유명상표 의복구매			고가 수입의복구매		
	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun
여가 지향	저	2.20(.74)	B	2.61(.73)		B	1.65(.58)		B	2.93(.73)		A	2.35(.79)		
	중	2.42(1.09)	4.13*	AB	2.71(.72)	1.40	1.90(.60)	8.78***	A	2.25(1.05)	5.71*	B	2.42(.82)	1.04	
	고	2.50(.81)		A	2.77(.71)		2.96(.77)		A	2.20(.83)		B	2.51(.89)		
경제 지향	저	2.55(.86)	A	2.93(.85)		A	2.07(.81)		A	2.06(.71)		A	2.61(.88)		A
	중	2.45(.75)	3.36*	AB	2.68(.70)	5.37*	1.87(.59)	9.64***	B	2.19(1.12)	0.69	B	2.43(.82)	3.25*	AB
	고	2.38(1.07)		B	2.60(.68)		1.70(.59)		B	2.11(.81)		C	2.32(.99)		B
성취 지향	저	2.21(.75)	B	2.56(.76)		B	1.75(.71)		B	1.95(.73)		B	2.37(.78)		
	중	2.36(.66)	2.96*	AB	2.59(.64)	4.95*	1.76(.54)	2.88	B	2.03(.71)	5.13*	B	2.29(.74)	2.41	
	고	2.48(1.10)		A	2.80(.74)		1.91(.66)		A	2.27(1.05)		A	2.50(.87)		
소비 지향	저	1.88(.71)	C	2.23(.57)		C	1.35(.43)		C	1.62(.64)		C	1.81(.75)	39.06	C
	중	2.30(1.04)	23.30***	B	2.65(.68)	27.77***	1.71(.50)	65.55***	B	2.01(.71)	30.70***	B	2.38(.74)	***	B
	고	2.71(.77)		A	2.94(.73)		2.19(.68)		A	2.51(1.07)		A	2.74(.78)		A
보수 지향	저	2.37(.78)		2.72(.76)			1.88(.62)			2.05(.75)			2.48(.84)		
	중	2.40(.84)	0.03	2.70(.74)	0.45		1.86(.70)	1.99		2.12(.77)	1.54		2.36(.78)	0.85	
	고	2.38(1.19)		2.64(.71)			1.74(.64)			2.24(1.21)			2.38(.83)		
가족 지향	저	2.50(1.18)	A	2.71(.77)		A	1.89(.63)		A	2.20(.88)		A	2.46(.76)		
	중	2.36(.71)	2.47*	AB	2.66(.66)	0.15	1.88(.67)	4.69*	A	2.12(.96)	1.19		2.42(.88)	0.23	
	고	2.23(.87)		B	2.69(.75)		1.64(.62)		B	2.02(.94)		B	2.30(.84)		

*P<.05, ***P<.001/문자의 순서는 점수의 크기순서, A>B>C

Table 5. Differences of the conspicuous consumption of clothing according to socio-demographic variables

사회 인구학적변수	유형상표 의복구매			유형지향적 의복구매			남비적 의복구매			모조유명상표 의복구매			고가 수입의복구매		
	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun	M(SD)	F값	Duncun
연령															
20대	2.56(.92)		A	3.13(.93)		A	2.27(.61)		A	2.60(.85)		A	2.80(.87)		
30대	2.40(.76)		A	2.68(.81)		A	1.89(.69)		AB	2.20(1.29)		AB	2.33(.81)		
40대	2.35(.80)	0.42	A	2.65(.66)	2.62 *	A	1.82(.64)	2.74 *	B	2.04(.74)	2.36	B	2.41(.83)	1.49	
50대	2.49(1.75)		A	2.81(.73)		A	1.67(.55)		B	2.30(.67)		B	2.53(.78)		
60대	2.24(.69)		B	2.21(.95)		B	1.66(.43)		B	2.38(1.02)		B	2.67(.90)		
교육 수준															
중졸이하	1.96(.68)		C	2.57(.71)		B	1.67(.52)		B	2.23(1.15)		B	2.50(.74)		
고졸	2.37(1.06)	13.69 ***	B	2.68(.73)	1.99 *	AB	1.76(.64)	13.60 ***	B	2.03(.78)	2.87	B	2.34(.83)	2.18	
대졸이상	2.65(.74)		A	2.78(.72)		A	2.07(.67)		A	2.25(.97)		A	2.51(.86)		
월소득															
100만원미만	1.96(.80)		C	2.46(.71)		B	1.44(.50)		C	2.09(.84)		C	2.26(.83)	1.823	
100-200만원	2.28(.75)	5.84 *	B	2.70(.68)	1.45	A	1.73(.58)	11.78 ***	B	2.10(.94)	0.19	B	2.34(.81)		
200-300만원	2.46(1.15)		AB	2.71(.74)	*	A	1.91(.63)		AB	2.16(.99)		AB	2.52(.73)		
300만원이상	2.62(.89)		A	2.74(.79)		A	2.07(.72)		A	2.17(.83)		A	2.49(.88)		
월평균 의복비															
10만원미만	2.18(1.03)		C	2.59(.73)		B	1.63(.55)		C	2.21(.94)		C	2.42(.84)	B	
10-30만원	2.54(.68)	14.37 ***	B	2.54(.68)	4.63 *	AB	2.03(.62)	33.67 ***	B	2.27(.90)	3.18	AB	2.54(.72)	8.09 *	A
30만원이상	2.92(1.01)		A	2.92(1.01)		A	2.38(.80)		A	2.38(.84)		A	2.75(.99)		A
직업															
가정주부	2.36(0.78)	0.86		2.70(.69)			1.84(.60)			2.18(.79)			2.46(.80)		
경영관리/ 전문직	2.37(0.95)			2.56(.88)			1.96(.54)			2.48(1.03)			2.33(.76)		
사무직	2.56(0.72)			2.65(.75)	1.15		2.02(.66)	1.74		2.08(1.03)	1.06		2.23(.80)	0.79	
생산직	2.50(2.11)			2.43(.79)			1.45(.67)			2.19(1.61)			2.44(.78)		
판매서비스직	2.31(0.88)			2.84(.81)			1.81(.80)			1.91(.76)			2.42(.92)		
자영업자	2.19(0.88)			2.79(.73)			1.77(.65)			1.93(.77)			2.44(.99)		

*P<.05, ***P<.001/문자의 순서는 점수의 크기순서, A>B>C

비성향에 차이가 있을 것이다.

성취지향성이 높을수록 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 모조유명상표 의복구매의 성향도 높은 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 성취지향성이 높은 집단이 다른 집단에 비해 유행지향적 의복구매와 모조 유명상표 의복구매성향이 더 큰 것으로 밝혀졌다. 또한, 성취지향성이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 유명상표 의복구매 성향이 큰 것으로 나타났다.

• 가설 1-4: 소비지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

소비지향성이 높아질수록 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매, 모조 유명상표 의복구매, 고가의 수입의복구매 등 의복의 과시적인 소비성향도 높아지는 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 6개 의복의 과시적 소비성향변인 모두 소비지향성이 낮은 집단, 중간집단, 높은 집단간에 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 이와 같은 결과는 새로운 상품이 나왔을 때 남보다 먼저 구입하며 화장품이나 의복을 자주 구입하고 비용을 많이 쓰는 등 소비 성향이 높을수록 의복에서도 과시적인 소비성향이 높아진다는 이부련(1998)의 연구와 일치한다.

• 가설 1-5: 보수지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

의복의 과시적 소비성향의 모든 변인에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않아 가설 1-5는 0.5% 유의수준에서 기각되어 보수지향성과 의복의 과시적 소비성향간에는 관계가 없는 것으로 나타났다.

• 가설 1-6: 가족지향성의 정도에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이다.

가족 지향성이 클수록 유명상표 의복구매의 성향과 낭비적 의복구매성향은 낮아지는 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 유명상표 의복구매성향은 가족지향성이 높은 집단과 낮은 집단간에 유의한 차이가 있는 것으로, 낭비적 의복구매는 가족지향성이 높은 집단이 다른 집단에 비해 의복의 과시적 소비성향이 낮은 것으로 나타났다.

사회 인구학적 변인과 의복의 과시적 소비와의 관계: 연령, 교육수준, 월평균소득과 월평균 의복비, 직업등의 사회 인구학적 변인과 의복의 과시적인 소비성향과의 관련성 검증에 위해 일원변량분석(one-way Anova)과 **Duncan test**를 실시하였고 그 결과는 다음과 같다(Table 5).

• 가설 2-1: 연령에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

기혼여성의 연령에 따라 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이라는 연구가설 검증결과, 연령이 적을수록 유행지향적 의복구매와 낭비적 의복구매의 성향이 높은 것으로 나타나 백경미(1995)의 연구결과와 일치하였다. 그러나 본 연구에서는 유행지향적 의복구매 성향의 경우 50대가 20대 다음으로 높은 것으로 나타나 선행연구결과와는 상당한 차이를 보였다. **Duncan Test**를 실시한 결과, 유행지향적 의복구매는 60대가 다

른 연령층에 비해 특히 낮으며 낭비적 의복구매성향은 20대가 40대 이상의 집단과 유의한 차이를 보여 특히 높았다.

• 가설 2-2: 교육수준에 따라 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

교육수준이 높을수록 유명상표 의복구매와 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매의 성향이 높은 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 유명상표 의복구매는 중졸이하, 고졸, 대졸이상 집단별로 유의한 차이가 나타났다. 유행지향적 의복구매의 경우에는 중졸이하 집단과 대졸 이상의 집단간 유의한 차이를 보였으며, 낭비적 의복구매는 대졸이상 집단이 다른 집단과 유의한 차이를 보여 다른 집단에 비해 낭비적 의복구매의 성향이 특히 높은 것으로 밝혀졌다. 이와 같은 결과는 주부의 학력이 과시소비성향과 관련이 있다는 선행연구(계선자·김태은, 1998; 이미용, 1991; 백경미, 1995)결과와 일치하는 것이다.

• 가설 2-3: 월평균 가계소득에 따라 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

월평균 가계소득이 높을수록 유명상표의 의복구매와 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매의 성향이 높은 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 유명상표 의복구매와 낭비적 의복구매의 경우, 월평균 가계소득이 300만원 이상인 집단은 200-300만원 집단과는 큰 차이가 없었으나 그 이하인 집단과는 유의한 차이를 보였고, 월평균 가계소득 100만원 미만인 집단이 다른 집단에 비해 유행지향적 의복구매 성향이 특히 낮았다. 낭비적 의복구매는 300만원이상인 집단이 다른 집단에 비해 특히 높았다. 이와 같은 결과는 과시적 소비성향을 분석한 대부분의 선행연구를 구체적으로 지지하는 것으로 소득이 높을수록 과시적 소비성향이 높다는 연구결과(Mammen & Whan, 1987; 이미용, 1991; 손영은, 2000)와 일치한다.

• 가설 2-4: 월평균 의복비에 따라 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

월평균 의복비가 많을수록 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 낭비적 의복구매, 모조 유명상표 의복구매, 고가의 수입의복구매성향이 높아지는 것으로 나타났다. **Duncan Test** 결과, 유명상표 의복구매와 낭비적 의복구매는 월평균 의복비가 10만원 미만, 10-30만원 미만, 30만원 이상인 집단 모두가 유의한 차이를 보였으며 유행지향적 의복구매와 고가의 수입의복구매의 경우에는 월평균 의복비가 10만원 미만인 집단이 다른 집단과 차이가 크게 나타나 유행지향적 구매성향이 다른 집단에 비해 낮았다. 또한, 모조 유명상표 의복구매는 월평균 의복비가 30만원이상인 집단이 10만원미만인 집단과 큰 차이를 보였다.

• 가설 2-5: 직업에 따라 기혼여성의 과시적 소비성향에 차이가 있을 것이다.

직업에 따라 기혼여성들의 의복의 과시적인 소비성향에 차이가 있을 것이라는 가설 검증결과, 직업에 따라서 의복의 과시적인 소비성향은 집단별로 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타나 0.5% 유의수준에서 가설은 기각되었다. 이와 같

은 결과는 직업이 있는 경우 과시적인 소비성향이 높아진다고 한 계선자·김태은(1998), 고급직에 속할수록 과시적 소비성향이 큰 것으로 나타난 이미용(1991)의 연구결과와 일치하지 않았다.

5. 결론 및 제언

본 연구를 통해 대구지역 기혼여성들의 의복의 과시적 소비성향은 대체로 낮은 편이라 볼 수 있었다.

1. 여가지향성, 경제지향성, 성취지향성, 소비지향성, 가족지향성등 라이프스타일 유형별로 의복의 과시적 소비성향에 차이가 있었다. 본 연구결과에서 밝혀진 경제지향성과 성취지향성의 정도에 따른 의복의 과시적 소비성향의 차이에 관한 결과는 의류제품에 중요한 마케팅관리에 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 예로, 경제지향성이 높을수록 의복의 과시적인 소비성향이 낮아지는 것으로 나타났으므로 경제지향성이 높은 여성들을 표적시장으로 하는 중저가 브랜드의 경우 유행을 타지 않는 단순한 디자인과 색상의 의복을 생산하는 것이 바람직해 보인다. 또한, 성취지향성이 높아질수록 유명상표, 유행지향적, 모조유명상표의 의복구매 성향이 높아지는 것으로 보아 전문직 여성을 주고객으로 하는 브랜드의 경우 브랜드의 이미지를 고급화시키기 위해 노력하고 유행을 선도할 수 있는 디자인 개발과 해외의 트렌드를 분석하여 우리나라의 실정에 맞게 변화시키는 전략이 필요할 것이다.

2. 연령이 적을수록 유행지향적 의복구매와 낭비적 의복구매의 성향이 커지는 것으로 나타나 연령별로 기혼여성의 소비자 교육프로그램을 차별화하여야 할 것이다. 교육수준, 월평균 가계소득, 월평균 의복비 모두 의복의 과시적인 소비성향과 대체로 정적인 관계를 보였다.

여성의 사회적 참여증가와 함께 경제적 지위가 향상되고 있고 또 이러한 추세는 소비생활에 많은 영향을 주어 과시적 소비성향이 높아질 가능성이 항상 잠재되어 있으므로 가계부기록이나 쇼핑시 목록작성, 구매방법등의 교육과 가계자산을 잘 관리할 수 있도록 재테크 교육과 같은 체계적인 소비자교육이나 관련자료제공 등이 필요할 것으로 보인다. 또한, 학력이나 가계소득이 높을수록 자신의 지위를 과시하기 위한 소비행동보다는

소비에 대한 올바른 가치관을 확립하고 다른 집단에 모범이 되고자 하는 인식을 가질 수 있도록 해야할 것이다. 소비자 자신들의 노력도 중요하지만 과시적 소비성향은 무엇보다 자신의 경제적인 부나 사회적인 지위가 남보다 앞선다는 사실을 남에게 보여주거나 하는 바람직하지 못한 가치관에서 나오게 되므로 사회 전반적인 분위기를 유도하는 정부나 공공단체는 가치관 교육이나 매체를 통한 공익광고등을 통해 소비자들이 올바른 소비생활을 할 수 있도록 관심을 기울여야할 것이다. 본 연구에서는 기혼여성을 대상으로 하였지만 기혼과 미혼여성의 의복의 과시적인 소비성향의 차이 분석과 라이프스타일과의 관련성에 관한 후속연구도 유용할 것이다.

참고문헌

김성환 (1997) 라이프스타일 유형에 따른 쇼핑성향에 관한 연구. *경영논총*, 18, 23-53.

계선자·김태은 (1998) 도시주부의 과시소비성향과 영향요인에 관한 연구. *한국가족자원경영학회지*, 2(1), 33-46.

백경미 (1995) 과시소비성향의 내용 및 그 원인에 대한 고찰. *소비자 문제연구*, 16, 22-47.

백경미·이기춘 (1995) 도시주부의 과시소비 성향에 관한 분석. *한국가정관리학회지*, 13(4), 85-99.

손영은 (2000) 기혼여성의 직업별 과시소비 현황. 전남대학교 대학원 석사학위논문.

유명의 (1993) 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문.

이미용 (1991) 과시소비영향 요인분석. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.

이부연 (1998) 라이프스타일과 의복구매행동과의 관계 연구. *복식*, 37, 17-32.

이완수 (1999) 가정주부들의 국산품 애용 문제점과 의제품 선호심리에 관한 연구(III). *연세경영연구*, 36(1), 3-30.

추태귀 (1994) 노년층 여성들의 라이프스타일 유형에 따른 의복행동. 경북대학교 대학원 박사학위논문.

채서일 (1992) 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. *소비자학연구*, 3(1), 46-63.

Kaiser, S. B. (1990) "The Social Psychology of Clothing". 3rd Ed., Macmillan Publishing Company, N. Y., pp.432-433.

Mammen, S. and Whan, H. M. (1987) Family Conspicuous Consumption and Its Determinants. *American Council on Consumer Interest*, p.318. (2001년 7월 24일 접수)