

# 뉴 실버세대의 자기효능감과 외모관심이 외모관리행동과 의복구매 행동에 미치는 영향

임 경 복

세명대학교 패션디자인학과 교수

## The Effect of Self-efficacy and Appearance Interest on Appearance Management and Clothing Purchase Behavior of New Silver Generation

Kyung-Bock Lim

Prof., Dept. of Fashion Design, Semyung University  
(2014. 3. 28. 접수; 2014. 5. 12. 수정; 2014. 5. 15. 채택)

### Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of self-efficacy and appearance interest on appearance management and clothing purchase behavior of new silver generation. The research method was a survey method using a questionnaire. The subjects were 300 new silver woman(aged from 50 to 64) living in the large city. Statistical analysis methods were factor analysis, Cronbach's  $\alpha$  and multiple regression analysis. The results of this study were as follows. The self-efficacy factor divided into three categories including self-control efficacy, social self-efficacy and physical self-efficacy. And appearance interests were divided into four categories including weight control interest, outfit management interest, interest in clothing and disinterest in appearance. Self-efficacy had significant effect on various appearance interests. Especially physical self-efficacy was the important factor which could describe the appearance interests more effectively. Self-efficacy and appearance interests had significant effect on appearance management and clothing purchase behavior. Social self-efficacy could describe more appearance management behavior, while on the other side self-control efficacy could describe the clothing purchase behavior more effectively.

**Key Words:** Self-efficacy(자기 효능감), Appearance interest (외모관심), Appearance management (외모관리), Clothing purchase behavior(의복구매 행동)

## I. 서론

현대사회에서 외모는 모든 사람에게 매우 중요한 관심사가 되고 있다. 복잡한 사회에서 우리는 외모를 통해 첫인상을 형성하고 또한 이를 통해 대인관계를 형성하게 되면서 성공을 위한 옷차림, 이미지 메이킹 전략 등으로부터 시작해서 취업성형이라는 어휘가 나올 만큼 외모의 중요성

은 나날이 그 의미를 더해가고 있다. 지금까지 외모에 대한 연구나 관심대상이 젊은 청년층 혹은 사회생활을 하고 있는 중년층에 집중되었던 것에 비해 최근 노년층에 대한 관심이 커져가고 있다. 이와 같은 경향은 2000년 이후 65세 이상의 인구비율이 7.2%로 고령화 사회로 진입하고 있는 우리나라에서 2018년에는 14.3%의 비중으로 고령사회에 들어서고 2026년에는 20.8%로 초

Corresponding author ; Kyung-Bock Lim

Fax. +82-43-649-1724

E-mail : bok303@semyung.ac.kr

고령 사회에 진입할 것이라는 예상(통계청, 2007)과 맥을 같이 한다. 이렇게 노년층의 인구비중이 지속적으로 증가하는 문제는 우리나라의 인구 구조상 변화를 일으키게 될 것이다. 즉 저 출산 등으로 인한 노동인구의 지속적 감소로 이어지면서 향후 은퇴시기가 늦어지고 이전시대보다 더 오랜 기간 사회활동을 하도록 유도될 것이며 이를 통해 소득 창출이 가능할 것으로 예상되면서 이전과 다른 사고와 생활 방식을 가지는 새로운 소비계층으로 대두되고 있는 것이다.

또한 이 시기에 노년기에 진입하게 될 현재의 젊은 노년층은 1960년부터 시작한 경제개발과 산업의 근대화에 따라 이전 세대에 비해 많은 부를 축적하였을 것으로 생각되며 자신의 삶에 적극적 성향을 갖고 있으며 독립적이고 신체적으로 건강할 것이라 하였다(홍경희, 이운정, 2010). 즉 이 세대는 자녀들에게 의존하는 것이 아니라 스스로 경제적으로 독립하여 자립적인 생활을 영위할 것이라는 의미이다. 향후 노년층은 의학과 과학 기술의 발달에 따른 도움을 받아 신체적으로 보다 건강하게 생활할 것으로 예상되며 이를 바탕으로 여가활동과 같은 사회활동 뿐 아니라 직접 경제활동을 하는 적극적 노년층으로 생활하게 될 것이다. 이 때 젊은 층과 동일하게 혹은 연령에서 오는 핸디캡을 보완하기 위해 보다 적극적으로 외모에 대한 관심이나 외모관리 행동이 나타날 것으로 생각된다.

지금까지 의류학 분야에서 이루어진 대부분의 연구는 전개 과정에서 기본적으로 인구통계적 변인에 연대기적 연령을 사용하였다. 그러나 같은 연령이라 하더라도 살아온 환경이나 여러 가지 요인들에 의해 실제 체감하는 혹은 자신이 인지하는 연령은 달라질 것이다. 특히 노년층의 경우 살아온 기간이 긴 만큼 젊은 층에 비해 더 많은 차이가 있을 것으로 생각된다. 노년층이 되면서 겪는 가장 큰 변화는 신체적, 심리적 변화일 것인데 이러한 내용은 결국 본인에게 자신이 얼마나 가치 있는 사람인가 혹은 능력 있는 사람인가를 느끼도록 할 것으로 예상되는데 이때 변화의 정도 차이가 개인에 따라 달라질 것이라는 의미이다. 또한 이는 결과적으로 모든 구매행동이나 소비행동에서 변화를 일으키게 될 것으로 유추된다. 전체 인구 중 노년층의 비

중이 커지고 사회활동이 증가하고 구매력 있는 노년층이 늘면서 의류학에서도 이들에 대한 연구가 많이 진행되고 있다. 특히 과학과 의학 기술의 발달이 진행되면서 사람들이 스스로 연대기적 연령보다 젊다고 생각하고 이를 지키기 위해 많은 노력을 하게 되면서 지각된 연령 혹은 인지 연령이라는 어휘를 사용하여 노년층의 실제 구매행동들을 확인하고자 한 연구가 많이 있다. 이들은 연구대상자들에게 인지하는 연령을 질문하고 선호 디자인, 라이프스타일 등을 측정하여 실제 연령과 인지연령이 어떤 영향력을 가지는지에 대한 차이점을 규명하거나 확인하였다(김정실, 이선재, 2008; 강은미, 박은주, 2009; 홍경희, 이운정, 2010). 이는 동일 연령이라도 개인적으로 신체적, 심리적 능력이나 성향에 따라 외모관리 혹은 의복행동 등에서 차이가 나타날 것으로 생각되기 때문에 필요한 연구이지만 이렇게 차이가 나타난다는 사실에 대한 설명이 필요할 것으로 생각된다. 따라서 본 연구에서는 사람들이 인지 연령에 차이를 느끼고 있는 이유 중의 하나로 유추되는 자신에 대해 가치 있다고 느끼는 정도를 의미하는 자기 효능감을 변인으로 사용하여 외모관리 행동과 의복행동에서 어떤 차이가 있는지 알아보려고 하였다.

지금까지 이루어졌던 노년층 연구는 대상 연령층이 다양하게 분류되어 있고 연구자와 연구목표에 따라 상이하게 이루어져왔다. 대개 정년을 전후한 50세 이상, 55세 이상 혹은 실제 퇴직 이후의 연령은 65세 이상을 대상으로 하였는데 본 연구에서는 우리나라의 베이비 붐 세대이면서 2018년 이후 본격적 고령사회의 구성원이 될 것으로 예상되는 50세부터 64세까지의 여성을 대상으로 이들의 외모관심, 외모관리 행동, 의복 구매 행동 등에 대하여 파악하고자 하였다. 특히 50대 이상의 여성 소비자는 안정된 경제력과 패션 관심으로 향후 실버패션 시장을 이끌어 갈 것(강은미, 박은주, 2009)이라는 전제 하에 연구를 진행하였다. 본 연구에서는 예비 실버 세대의 자기 효능감 정도에 따라 외모관련 행동과 의복행동에 어떠한 차이가 있는지 알아보려고 하였으며 이러한 결과는 사회생활이나 신체적 여가활동 등을 통해 자신에 대하여 어떠한 느낌을 가지는 사람들이 어떤 행동을 하게 될지를

예측할 수 있도록 할 것이다. 또한 이들의 구매 욕구를 만족시킬 수 있는 방법이 무엇이며 외모에 대한 관심과 외모관리행동까지 파악하도록 하여 향후 마케팅 전략에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 노년층 여성의 자기 효능감

자기효능감은 어떤 결과를 이루기 위해 필요 행동을 얼마나 성공적으로 수행할 수 있는가에 대한 자기능력의 판단으로 구체적인 자신감의 정도(유태순, 김성희, 2001)를 의미한다. 사람들에게는 생활하면서 지속적으로 새롭거나 규칙적으로 수행되어야 하는 과제가 주어지는데 이러한 상황을 얼마나 효과적으로 수행하는가의 느낌은 스스로에게 자신이 얼마나 능력 있는 사람인지 느끼게 하거나 그 반대의 느낌을 가지도록 한다. Wood et al.(1987)에 따르면 과제 상황을 이루기 위해 요구되는 특별한 행동을 수행하는 자신의 능력에 대한 개인적 평가를 자기효능감이라 하였다. 이러한 자기효능감은 주관적 느낌이지만 개인이 어떤 과제가 주어졌을 때 스스로 움직이도록 하는 원동력이 되므로 많은 행동을 설명할 수 있는 요인이 될 수 있다. 노년층이 자신이 노년임을 인지하게 되는 계기는 신체적 변화, 다음으로 사회적 변화, 그리고 심리적 변화의 순서를 따른다(김정실, 이선재, 2008)고 하였다. 이러한 변화란 먼저 신체적 능력이 떨어지고 사회적 대처능력이 감소하게 되면서 모든 행동에 변화가 있음을 느끼게 되고 이것이 개인의 심리상태에까지 영향을 미치는 것으로 연결된다는 의미로 해석할 수 있을 것이다. 이는 곧 개인의 효능감에 대한 평가는 자신의 신체적 효능감, 사회적 효능감 등의 저하에서 비롯되는 많은 상황을 통해 만들어진다고 설명 될 것이다. 또한 자기효능감은 연대기적 연령이 객관적 기준인데 비해 상대적으로 매우 주관적 감정이어서 같은 상황에서도 개인에 따라 다르게 인지하겠지만 실제 행동에 미치는 영향이 객관적 요

인보다 클 것으로 기대한다.

선행 연구에서 대학생의 자기효능감이 외모 관리 행동에 미치는 영향을 연구한 김현정과 이명희(2012)에 따르면 자기조절 효능감이 높을수록 의복과 피부 관리를 많이 하고 사회적 효능감이 높을 때에도 사회에서의 성공과 원만한 관계를 위한 투자와 노력의 관점에서 역시 의복과 피부 관리를 많이 한다고 하였다. 또한 일반적으로 자기효능감이 높을수록 외모관리비도 많이 지출한다고 하였다. 특히 남자와 비교할 때 여학생에게서 이러한 경향이 많이 나타났고 남학생과는 다른 양상을 보인다고 하여서 일반적으로 자기효능감이 여성의 외모관리 행동과 보다 밀접한 관계임을 확인하였다.

20-40대 여성을 대상으로 한 문혜경, 유태순(2001)의 연구에 따르면 사회적 자기효능감이 높은 집단이 화장을 더 많이 하였는데 이는 사회활동을 적극적으로 하기 때문에 성공과 긍정적인 피드백을 위해 자신을 꾸미는데 더 많은 투자를 하는 것이라고 해석하였다. 또한 이들의 의복행동을 볼 때 사회적 자기효능감이 높은 집단은 의복 흥미성과 유행에 대한 관심이 높고 낮은 집단은 의복 동조성을 추구한다고 하였다. 동시에 외모에 만족한 사람들은 자기효능감이 증가하면서 대인관계가 원만하고 적극적으로 사회활동에 참여한다(이현옥, 구양숙, 2009)는 결과도 있다. 이는 자기효능감이 외모관련 행동에 영향을 미치고 외모에 대한 자신감은 자기효능감으로 연결될 수 있다는 결과를 보여주고 있는 것이기도 하다.

이와 같이 자신에 대해 어떻게 느끼는가를 설명할 수 있는 변인인 자기효능감은 자신에 대한 주관적 평가이며 연대기적 연령과 상관없이 어떤 상황에서 자신을 어떻게 인지하는지에 따라 변화된다는 것을 알 수 있었다. 노년층의 경우 오랜 기간의 생활을 통해 개인차가 보다 크게 나타날 것이며 더불어 더 많은 행동의 차이를 보여줄 것으로 생각된다.

### 2. 노년층 여성의 외모관심도와 외모관리행동

외모는 외적으로 보여 지는 모든 것을 의미하는 것으로 얼굴이나 신체의 생김새부터 그 이외

에도 신체에 부착된 의복까지를 포함하게 된다. 외모는 타인을 지각할 때 단서로 사용되는 신체 특성으로 인상형성에 매우 중요하게 작용한다 (Kaiser, 1990) 외모에 이러한 커다란 의미가 주어지므로 사람들은 보다 좋은 인상을 타인에게 주기 위해 다양한 행동들을 하게 된다. 특히 사회생활을 하는 사람이라면 그러할 것인데 Stone(1963)에 따르면 외모는 자기개념을 명확히 하는 결정적 요인으로 작용하며 성별, 연령에 관련된 사회적 역할을 타인에게 투사함으로써 자신의 정체감 형성에 기여한다고 하였다. 즉 외모관리를 통해 자신의 다양한 정보가 전달될 수 있다면 의지에 따라 자신을 좀 더 젊게 보이도록 관리하는 것이 가능하다는 의미이기도 하다. 현대 사회에서 항 노화를 추구하면서 자신의 연령을 실제 연령보다 10세 이상을 낮게 인지하는 추세를 고려한다면 이들은 자신에 대한 인지연령에 맞추고 노화를 늦추기 위해 다양한 활동을 할 것으로 예측된다. 강은미와 박은주(2009)에 따르면 60세 이상 여성의 72%가 자신을 남에게 보이는 방법으로 패션을 중시한다고 하였고 65세 이상의 실버도 47%가 자신을 꾸미는데 필요한 노력을 아끼지 않는다고 하였다. 이를 통해 노년층의 외모관심도와 관리 행동이 매우 높고 활발하게 이루어질 것임을 예측할 수 있다. 특히 평균수명의 증가와 함께 일생에서 노년으로 보내는 시간이 길어짐에 따라 이러한 경향은 앞으로 보다 더 강해질 것이다. 노년층의 경우 젊은 층에 비해 시간적 여유가 있을 것으로 생각되므로 경우에 따라 더 많은 관리행동을 할 수도 있을 것으로 생각된다. 그러나 외모관심도와 관리행동의 관계는 다소 차이가 있을 것으로 생각된다. 이현옥과 구양숙(2009)의 연구에 따르면 사회적 자기 효능감이 외모관심과 신체 만족에 유의한 영향을 미치지 않지만 외모관리 행동에는 부적 영향을 미치는데 그 이유는 만족하고 있으므로 행동은 낮아지기 때문일 것이라고 해석하였다. 즉 외모에 대한 관심은 지속적으로 발생을 하지만 이를 실제 행동으로 옮기는 것은 개인의 상황에 따라 차이가 있을 것이라는 의미이다.

일반적으로 여성들은 외모에 관심이 매우 많고 또한 관리 행동도 더불어 많이 하게 되는데 이는 아마도 외모는 타고나는 것이 아니라 만들

어 질 수 있다는 생각이 지배적일 것이기 때문이다(김선희, 2003). 특히 오랜 세월을 통해 신체적 변화를 많이 겪은 노년층의 경우 보다 많은 비용과 시간을 투자하여 노화 현상을 늦추고 싶어 하는 경향이 강할 것이라고 생각한다. 일반적으로 노년층은 직장의 은퇴, 사회 활동의 감소 등을 경험하는 과정에서 신체적은 물론이고 심리적으로도 많은 변화를 겪으면서 외모에 새로운 의미를 부여할 수 있다. 그러나 이 경우에도 신체적으로 장애가 발생하였거나 사회생활을 하지 않거나 못하는 노년층의 경우에는 상당히 다른 형태로 표현될 수 있을 것이다.

### 3. 노년층의 의복구매행동

의복은 외모관리 행동 중 가장 보편적으로 사용되는 도구중의 하나이다. 외모관리 행동 중에 간단한 화장으로부터 시작해서 복잡한 성형수술까지 다양한 방법이 활용되지만 상황에 관계 없이 사회생활을 위해 기본적으로 갖추어야 하는 것이 의복이다. 의복은 사회적 상호작용은 물론이고 개인 수용, 사회성 지각에 중요한 요인(유경숙, 2000)으로 작용한다. 또한 노인이 중년층보다 의복에 더 많은 관심을 보이며 매력적 의복은 고령자에게 심리적 안정감을 느끼게 해서 사기를 높이고 자아 확신을 주어 사회적 수용에 영향을 준다(Horn & Gurel)고 하였다. 장안화(2006)에 따르면 실버세대의 여가활동은 대개 외부활동에 집중되고 사람과의 관계에 초점이 맞추어진다고 하였다. 따라서 의복은 꼭 필요한 실버세대의 매력을 증진시킬 수 있는 합리적 도구로 자신감을 느끼게 해 주고 생활의 활력소가 될 수 있다고 하였다. 이 때 의복은 매우 많은 혜택을 착용자에게 전달해 줄 수 있는 도구이다. 자신의 신체를 보완하는 역할부터 시작해서 심리적으로 자신이 표현하고 싶은 의지를 표현해 줄 수도 있고 사회에서의 위치를 알릴 수도 있는 등 매우 다양한 기능을 가지게 된다.

여대생의 자아존중감과 외모관리행동을 연구한 박은정과 정명선(2010)에 따르면 여대생 집단에서 외모관리행동 중 가장 빈번한 것은 화장이지만 자아존중감은 다양한 외모관리 행동 중 의복선택에 가장 큰 영향을 미친다고 하였다. 이

렇게 볼 때 가장 쉽게 접할 수 있는 외모관리 도구로서의 의복의 의미가 매우 크다는 것을 알 수 있다. 이는 최근의 노인이 나이보다 젊어 보이고 활동적이며 활발한 사회활동을 하고, 나이가 들면서 옷차림에 신경을 쓰고 특히 외출 시 그러하다(이인수, 2004)는 언급에서도 확인이 된다. 이러한 추세는 노년층이라 해서 편안함과 실용성만을 찾는 것이 아니라는 것을 예측하게 하는데 백재은(2005)은 50대 이상은 의복 선호도에서 편안함과 실용성 추구보다 다양한 태도를 갖는 집단이라고 하였다. 따라서 노년층 전체를 조사하기 보다는 개인적으로 자신이 생각하는 효능감에 따라 의복 구입 시 어떤 요인을 중요시 하는지에 대하여 연구할 필요가 있을 것이다.

### III. 연구 방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구는 만 50-64세까지의 예비 노년층 여성의 자기 효능감이 외모관심도와 외모관리 행동에 어떤 영향을 미칠 것인지 확인하고자 하였고 또한 이러한 변인들이 의복구입 시 어떤 요인을 중요하게 생각하는지에 대하여 알아보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 : 뉴 실버세대의 자기 효능감이 외모관심도에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 2 : 뉴 실버세대의 자기 효능감과 외모관심도가 외모관리 행동에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 3 : 뉴 실버세대의 자기 효능감과 외모관심도가 의복구매 행동에 미치는 영향을 알아본다.

#### 2. 측정도구

연구방법은 질문지에 의한 연구방법을 사용하였다. 본 연구의 자기 효능감 문항은 선행 연구(김민애, 2002; 조기여, 유태순, 1997; 김현정, 이명희, 2012; 정복자, 2005)에서 사회적 자기 효능

감 문항에서 4문항, 자기조절 효능감 4문항, 신체적 자기 효능감 2문항을 사용하였으며 측정은 5단계 리커트 방법의 문항이었다.

외모관심도는 정진영(2005)과 김정우(2010)의 문항에서 예비노년층에게 적합한 문항을 선택하여 13문항을 사용하였고 외모관리 행동은 김선희(2003)와 정명선(2003)의 연구를 기초로 적합한 문항을 발췌하여 9문항을 사용하였다.

의복구매행동의 특성은 선행연구(홍희숙과 고애란, 1996; 임경복, 1998)의 문항에서 연령층에 적당하지 않은 문항을 제외하고 18문항을 사용하였다.

그 외에 인구통계적 변인(거주지, 연령, 가구소득)과 외모관리비, 의복 구입비 등 일반적인 사항에 대하여 질문하였다.

### 3. 조사대상, 자료수집 및 자료분석

본 연구의 조사대상자는 서울 및 대도시에 거주하는 만 50세 이상 만 65세 미만의 여성이었다. 피험자의 연령분포는 50-54세가 135명(47%), 55-59세가 92명(30.7%), 60-64세가 73명(24.7%)이었으며 거주지는 서울 157명(52.4%), 경기 40명(13.3%), 인천 10명(3.3%), 부산 40명(13.3%), 대구 28명(9.3%), 광주 13명(4.4%), 대전 12명(4%)이 분포되었다. 연구 대상자의 직업은 전업주부가 163명(54.3%), 취업 주부가 137명(46.7%)이며, 가구소득을 보면 100만원 미만이 13명(4.3%), 100-300만원 미만이 60명(20%), 300-500만원 미만이 110명(36.7%), 500-700만원 미만이 70명(23.3%), 700만원 이상이 47명(15.7)의 분포를 보였다.

자료수집 기간은 2013년 12월 1일부터 12월 20일까지 인터넷 리서치 전문기관을 통해 이루어졌으며, 분석은 SPSS Win for 12.0 프로그램을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀 분석을 실시하였다.

### IV. 결과 및 논의

#### 1. 자기 효능감, 외모관심도, 의복구매행동의 요인분석

자기효능감의 10개 문항에 대하여 주성분분석과 베리맥스 회전법에 의하여 요인분석을 실시하였다. 고유치 1이상이 되는 요인을 요인으로 채택하여 3개의 요인이 추출되었으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

세 개의 자기 효능감 문항의 신뢰도는 모두 .80이상으로 매우 만족할 만하였다. 이는 김현정과 이명희(2012)의 연구결과에서 나온 자기 효능감 요인과 거의 유사한 것이었다.

외모관심도를 알아보기 위해 질문한 13개의 문항은 주성분분석과 베리맥스 회전법에 의한 요인분석 결과 4개로 구분되었다. 요인 1은 체중 및 다이어트에 대한 관심으로 체중관심, 요인 2의 4문항은 자신의 외모에 많은 신경을 쓰는 차림새 관심이었으며, 요인 3은 의복에 대한 관심이었다. 요인4는 외모에 무관심하여 관리용품도 거의 없고 관심이 없는 외모 무관심 요인으로 분류되었다(표 2).

다음으로 의복 구매 행동을 보면 요인 1은 무엇보다 브랜드나 명성 등에 가치를 두는 것이어서 브랜드 추구, 요인 2는 구매 시 가격이나 품질에 대해 많은 관심을 가지고 신중을 기하는 요인이어서 경제성 추구, 요인 3은 유행에 민감

하고 개성, 유행성을 추구하는 스타일이어서 유행/개성 추구, 요인 4는 타인과 유사한 스타일을 편안해 하는 것으로 동조성 추구, 요인 5는 구입 후 관리에 대한 요인을 중요시 하는 것으로 관리 편이성 추구 요인으로 정리하였다(표 3).

## 2. 자기효능감이 외모관심도에 미치는 영향

다음으로 세 종류의 자기효능감이 외모관심도에 미치는 영향을 알아보기로 단계선택 방법에 의한 회귀분석을 실시하였다(표 4). 체중관심 요인에는 신체적 자기 효능감, 차림새 관심에는 신체적 자기 효능감과 자기조절 효능감이 유의한 영향을 미치고 의복관심과 외모 무관심 요인에는 모든 자기 효능감 요인이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 의복관심에는 모두 정의 영향을 미치고 외모 무관심에는 부적 영향을 미치는 차이가 있었다. 외모 관심도에 대해서는 자기 효능감 중 신체적 자기 효능감이 다양한 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체적으로 자기 효능감은 외모 무관심에 대한 설명력이 가장 높았다( $R^2=.253$ ).

신체적 자기 효능감이 다른 자기 효능감 변인

<표 1> 자기 효능감의 요인분석

| 요인                 | 문항  | 요인 부하량 | 고유치  | 설명분산 (누적분산)   | 신뢰도   |
|--------------------|---|--------|------|---------------|-------|
| 요인 1<br>사회적 자기 효능감 | 사회적 모임에 나가면 나 자신이 어떻게 처신하면 좋을지 모르겠다.(R)               | .88    | 3.05 | 30.52 (30.52) | .8934 |
|                    | 나는 낯선 사람을 경계하고 부담스러워 하는 편이어서 사교적 모임에 나가는 것이 부담스럽다.(R) | .85    |      |               |       |
|                    | 나는 새로운 친구를 사귀기가 어렵다.(R)                               | .85    |      |               |       |
|                    | 나는 어려운 일이 생기면 당황스러워 어쩔 줄 모르겠다.(R)                     | .79    |      |               |       |
| 요인 2<br>자기 조절 효능감  | 나는 일을 할 때 사전계획을 세워 체계적으로 처리하는 편이다.                    | .88    | 3.02 | 30.21 (60.74) | .8415 |
|                    | 나는 어떤 일을 할 때 충분히 해낼 수 있다고 자신을 하고 계획을 세우는 편이다.         | .88    |      |               |       |
|                    | 나는 어떤 일의 원인과 결과를 잘 분석할 수 있다.                          | .85    |      |               |       |
|                    | 나는 주어진 일을 위해 주변정보를 충분히 활용한다.                          | .83    |      |               |       |
| 요인 3<br>신체적 자기 효능감 | 나는 운동에 자신이 없다.(R)                                     | .89    | 2.72 | 17.24 (77.98) | .8896 |
|                    | 나는 숙련되게 몸을 움직이는 테스트에는 자신이 없다.(R)                      | .87    |      |               |       |

<표 2> 외모관심도의 요인분석

| 요인                | 문항  | 요인 부하량     | 고유치   | 설명분산 (누적분산)      | 신뢰도   |
|-------------------|---|------------|-------|------------------|-------|
| 요인1<br>체중관심       | 언제나 살찐 것에 대해 혹은 살이 찌까봐 걱정하는 편이다.  | .95        | 2.476 | 19.04<br>(19.04) | .8614 |
|                   | 나는 몸무게가 조금만 늘어도 신경이 쓰이는 편이다   | .89        |       |                  |       |
|                   | 나는 현재 체중을 줄이기 위해서 다이어트 중이다.   | .77        |       |                  |       |
| 요인 2<br>차림새<br>관심 | 나는 외출 전에 준비하는 시간이 보통사람보다 긴 편이다.   | .83        | 2.448 | 18.83<br>(37.87) | .8719 |
|                   | 수시로 거울을 보며 외모를 살피는 편이다.   | .73        |       |                  |       |
|                   | 나는 평소 다른 사람보다 외모에 더 신경을 쓰며, 많은 투자를 하는 편이다.<br>나는 내 옷차림새에 매우 신경을 쓰는 편이다. | .65<br>.57 |       |                  |       |
| 요인 3<br>의복관심      | 나는 옷 사이즈가 내 몸에 꼭 맞는 것을 좋아하는 편이다.  | .93        | 2.308 | 17.75<br>(55.62) | .7379 |
|                   | 나는 옷을 잘 코디해서 입는데 자신이 있다.  | .73        |       |                  |       |
|                   | 내가 가장 멋지게 보일 수 있는 옷을 사려고 노력한다.  | .67        |       |                  |       |
| 요인 4<br>외모<br>무관심 | 나는 외모에 관심이 거의 없는 편이다.   | .86        | 2.239 | 17.22<br>(72.85) | .7493 |
|                   | 옷 입을 때 신경 쓰지 않고 손에 잡히는 대로 입는 편이다.                                       | .73        |       |                  |       |
|                   | 나는 다른 사람에 비해서 외모관리 용품이 별로 없다.   | .72        |       |                  |       |

<표 3> 의복 구매 행동의 요인분석

| 요인                  | 문항   | 요인 부하량 | 고유치   | 설명분산 (누적분산)      | 신뢰도   |
|---------------------|--|--------|-------|------------------|-------|
| 요인 1<br>브랜드<br>추구   | 유사한 디자인이라도 가격이 싼 것보다 비싸더라도 유명 브랜드를 산다.     | .845   | 2.807 | 18.71            | .8404 |
|                     | 나에게는 이름 없는 브랜드 여러 벌 보다는 유명한 브랜드 한 벌이 더 낫다. | .839   |       |                  |       |
|                     | 비싼 옷은 그만큼 가치가 있다고 생각한다.                    | .804   |       |                  |       |
|                     | 유명상표 옷을 입는 것이 다른 사람들에게 인정받는데 도움을 준다고 생각한다. | .611   |       |                  |       |
| 요인 2<br>경제성<br>추구   | 옷을 살 때 여러 점포를 둘러보며 가격이 충분히 따져보는 편이다.       | .802   | 1.957 | 13.04<br>(31.76) | .6226 |
|                     | 옷을 살 때 바느질 상태를 꼼꼼히 살피는 편이다.                | .758   |       |                  |       |
|                     | 나에게는 옷의 디자인보다 옷감이 더 중요하다.                  | .548   |       |                  |       |
|                     | 옷을 살 때 가격할인기간을 기다렸다 구매하는 편이다.              | .434   |       |                  |       |
| 요인 3<br>유행/개성<br>추구 | 나는 입어서 불편해도 유행 스타일이면 사는 편이다.               | .790   | 1.911 | 12.74<br>(44.50) | .6875 |
|                     | 남에게 옷 잘 입는다는 인상을 주는 것이 나에게는 중요하다.          | .679   |       |                  |       |
|                     | 개성표현을 위해 남들이 잘 입지 않는 옷을 선택한다.              | .676   |       |                  |       |
| 요인 4<br>동조성추구       | 나는 남들과 다르지 않은 무난한 옷을 좋아한다.                 | .852   | 1.734 | 11.56<br>(56.06) | .7376 |
|                     | 유행을 타지 않는 무난한 스타일의 옷을 사는 편이다.              | .634   |       |                  |       |
| 요인 5<br>관리편이성<br>추구 | 나는 구김이 잘 가서 다림질이 필요한 옷은 사지 않는다.            | .837   | 1.69  | 11.30<br>(67.36) | .7146 |
|                     | 나는 물세탁이 가능한 옷을 사는 편이다.                     | .808   |       |                  |       |

**<표 4> 자기 효능감이 외모관심도에 미치는 영향**

| 종속변수  | 독립변수     | $\beta$ | $t$      | $R^2$ | F        |
|-------|----------|---------|----------|-------|----------|
| 체중관심  | 신체적 효능감  | .194    | 3.41***  | .038  | 11.64*** |
| 차림새관심 | 신체적 효능감  | .254    | 4.58***  | .102  | 16.80*** |
|       | 자기조절 효능감 | .161    | 2.91***  |       |          |
| 의복관심  | 신체적 효능감  | .231    | 3.72***  | .161  | 18.90*** |
|       | 사회적 효능감  | .171    | 2.74***  |       |          |
|       | 자기조절 효능감 | .142    | 2.62**   |       |          |
| 외모무관심 | 사회적 효능감  | -.369   | -6.26*** | .253  | 33.49*** |
|       | 신체적 효능감  | -.152   | -2.60**  |       |          |
|       | 자기조절 효능감 | -.122   | -2.39*   |       |          |

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$ 

에 비해 다양한 외모 관심도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 Baum & Boxley (1983)의 연구에서 노인의 건강이 좋으면 지각연령을 젊게 지각하고 대외활동이 많아지면서 패션관심이 높아진다고 한 것과 유사한 결과로 볼 수 있을 것이다. 연령이 높아지면서 외모에 관심을 가질 수 있다는 것은 무엇보다도 건강하다는 전제가 충족된 이후에 주변의 시선에 관심을 가지는 것이 가능한 이유로 그 중요성이 커지면서 발생하는 일이라 해석이 가능하겠다.

### 3. 자기 효능감과 외모관심도가 외모관리 행동에 미치는 영향

연구대상자들이 어떤 종류의 외모관리 행동을 많이 하는지 알아보기 위해 평균을 확인하였다. 그 결과 화장이 가장 많이 사용되었고(평균 3.35), 다음으로 헤어관리(평균 3.21)였으며 가장 낮은 응답을 한 것은 성형수술과 피부관리(평균 2.76)인 것으로 나타나고 있다. 1개월 외모관리비를 질문한 결과 10만원 미만 128명(42.7%), 10-15만원 미만 65명(21.7%), 15-20만원 미만 48명(16%), 20-25만원 미만 24명(8%), 25-30만원 미만 14명(4.7%), 30만원 이상이 21명(7%)의 분포를 보였다. 다음에는 자기효능감과 외모관심도가 8종류의 외모관리 행동에 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위하여 단계선택에 의한 다중 회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다(표 5).

외모관심도와 자기효능감은 모든 종류의 외모관리 행동에 다양한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 먼저 신체적 자기 효능감은 요가나 헬스에 정적 영향을 미치고 있었고 사회적 자기 효능감은 피부 관리, 의복구매, 헤어관리, 액세서리 착용에 모두 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외모관심도 중 체중관심은 다이어트와 성형수술에 영향을 미치고 차림새 관심은 화장, 요가나 헬스, 피부 관리, 다이어트, 의복구매, 헤어관리, 성형수술, 액세서리 착용 등 다양한 행동에 영향을 미치고 있었다. 의복관심은 의복구매와 액세서리 착용에 영향을 미치고 있으며 외모무관심은 화장과 헤어관리에 부적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자기효능감과 외모관심도의 설명력은 다이어트에서 가장 큰 것으로 나타나고 있었다( $R^2=.449$ ). 특히 자기조절 효능감이 성형수술에 부적 영향을 미치는 것으로 나타났다는 사실은 자신에 대하여 확신을 가지는 노년층의 경우 있는 그대로의 모습에 만족을 느껴서 나타난 결과로 보인다.

전체적으로 볼 때 사회적 자기 효능감이 비교적 다양한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나는 데 이현옥과 구양숙(2009)의 연구에서 사회적 자기 효능감은 신체만족과 외모관심도에는 정적 영향을 미치지만 외모관리 행동에 부적 영향을 미치는데 그 이유는 현재에 만족하므로 행동을 많이 하지 않는 것으로 해석하였는데 다소 차이가 있는 결과이다. 이는 연구대상자의 차이에서 기인된 것으로 생각된다. 중년층을 지나면

<표 5> 자기효능감과 외모관심도가 외모관리 행동에 미치는 영향

| 종속변수    | 독립변수    | $\beta$ | t        | R <sup>2</sup> | F         |
|---------|---------|---------|----------|----------------|-----------|
| 화장      | 차림새관심   | .340    | 5.96***  | .273           | 55.69***  |
|         | 외모무관심   | -.261   | -4.57*** |                |           |
| 요가나 헬스  | 신체적 효능감 | .414    | 8.26***  | .312           | 67.31***  |
|         | 차림새관심   | .278    | 5.55***  |                |           |
| 피부관리    | 차림새관심   | .581    | 12.62*** | .396           | 78.41***  |
|         | 사회적 효능감 | .150    | 3.25***  |                |           |
| 다이어트    | 체중관심    | .577    | 11.89*** | .449           | 121.02*** |
|         | 차림새관심   | .166    | 3.43***  |                |           |
| 의복구매    | 차림새관심   | .271    | 3.73***  | .288           | 29.82***  |
|         | 사회적 효능감 | .150    | 2.89**   |                |           |
|         | 의복관심    | .170    | 2.48*    |                |           |
|         | 체중관심    | .110    | 2.08*    |                |           |
| 헤어관리    | 차림새관심   | .449    | 8.23***  | .339           | 50.65***  |
|         | 사회적 효능감 | .130    | 2.42*    |                |           |
|         | 외모무관심   | -.137   | -2.25*   |                |           |
| 성형수술    | 차림새관심   | .373    | 6.55***  | .264           | 35.34***  |
|         | 체중관심    | .231    | 4.11***  |                |           |
|         | 자기조절    | -.127   | -2.48*   |                |           |
| 액세서리 착용 | 차림새관심   | .459    | 7.42***  | .426           | 73.35***  |
|         | 의복관심    | .193    | 3.05**   |                |           |
|         | 사회적 효능감 | .124    | 2.68**   |                |           |

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

서부터는 사회생활을 위해 관리 행동이 보다 많이 필요해질 것이며 이것이 적극적 행동으로 나타나는 것이라 설명할 수 있을 것이다. 그러나 유태순과 김성희(2001)의 연구에서는 사회적 효능감이 높으면 사회에서의 성공과 원활한 관계를 위해 투자와 노력을 아끼지 않으므로 의복과 피부에 관심이 많아지고, 사회적 효능감과 자기조절 효능감은 외모관리비와 정적 상관이 있다고 한 결과와는 일치한다. 연령이 높아져도 체중에 대한 관심이 계속된다는 점은 현대인들이 체중 문제가 건강과 직결된다고 느끼며 옷을 입을 때 차림새의 완성에 영향을 미친다고 인지하기 때문일 것이다. 또한 이러한 결과는 남성들의 성격특질과 외모관리 행동의 관계를 연구한 신연옥(2006)의 결과에서 외모관리에 영향을 주는 성격 특질 중 사회성 욕구가 클수록 외모 지향적이고 외모관리를 많이 한다는 결과와도 같은 의미가 될 것이다. 단지 젊은 층의 관리는

사회에서의 성공을 성취하기 위한 것인 반면 노년층에서는 타인과의 교류 등 보다 바람직한 사회생활을 위해서라고 해석이 가능할 것이다. 이는 외모가 매력적 자기표현을 넘어 사회생활에서 하나의 능력이며 원활하고 성공적 사회생활의 수단이라고 한 홍병숙 등(2007)의 연구와도 같은 맥락이다. 즉 사람들은 외모를 능력으로 보고 대인관계에서 혹은 직장생활에서 자신의 목표 달성을 위해 외모를 향상시키려 다양한 행동을 준비하고 있다는 것이다.

그 외에도 외모관심도 중에서는 차림새 관심이 모든 외모 관리 행동에 영향을 미치는 것으로 나타나는데 이는 현대 사회에서 차림새를 완성시킨다는 것이 기본적으로 신체적 건강관리부터 의복과 액세서리에 이르기까지 토탈 코디네이션의 개념으로 받아들여지기 때문에 이러한 결과가 나타났을 것으로 생각된다.

#### 4. 자기효능감과 외모관심도가 의복구매행동에 미치는 영향

먼저 연구대상자의 월 의복비를 알아본 결과 10만원 미만인 111명(37%), 15만원 미만 75명(25%), 20만원 미만 49명(16.3%), 25만원 미만 31명(10.3%), 30만원 미만 15명(5%), 30만원 이상이 19명(6.3%)의 분포를 보였다.

다음으로는 자기효능감과 외모관심도가 의복구매 행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 단계적 선택에 의한 다중회귀 분석을 실시하였다(표 6).

자기 효능감 중 신체적 자기 효능감은 동조성 추구 행동에 부적 영향을 미쳤고 자기조절 효능감은 브랜드 추구, 경제성 추구, 동조성 추구, 관리 편이성 추구 등에 다양하게 영향을 미쳤다. 외모관심도 중에서는 체중관심이 브랜드 추구, 경제성 추구, 유행/개성추구에 영향을 미치고 차림새 관심은 브랜드 추구, 유행/개성 추구에 영향을 미쳤으며 의복관심은 경제성 추구, 유행/개성 추구에 영향을 미치고 외모무관심은 경제성 추구, 유행/개성 추구, 동조성추구, 관리 편이성 추구에 다양한 영향을 미치고 있었다. 전체적으로 자기 효능감 보다는 외모관심도의

영향이 보다 다양한 것으로 나타났으며 이 두 변인의 설명력은 의복 구매 시 유행/개성 추구 경향에서 가장 큰 설명력을 보이고 있다 ( $R^2=.519$ ). 이러한 결과는 노년층도 편안함과 실용성만을 추구하는 것은 아니라는 백재은(2005)의 연구와도 일치한다. 결과에서 처럼 브랜드 추구, 유행/개성 추구 등의 요인에 자기 효능감과 외모 관심이 영향을 미치고 있다는 것이다.

전체적으로 의복구매행동에서는 자기조절 효능감의 영향이 다양하게 나타나고 있었다. 김현정, 이명희(2012)의 연구에서 여대생의 자기조절 효능감이 높은 경우 의복관리를 많이 한다고 한 것과 같은 의미일 것이며 또한 자신감이 강한 여학생들이 실험적으로 의복 착용을 하고 의복의 선택과 관리에 관심을 기울인다(Humphrey et al., 1971)고 한 것과도 연결이 된다. 분석 결과에 나타난 바와 같이 자기조절 효능감은 브랜드 추구, 경제성 추구, 동조성 추구, 관리 편이성 추구하고 같은 서로 상이한 요인들에 대해서도 영향력을 보여주는데 이는 아마도 연구대상자들이 생각하는 자신의 능력에 대한 인지 차이에서 비롯된 것으로 보인다. 예를 들면 경제적 능력이 있어서 브랜드 추구를 하고 정보를 수집하면

<표 6> 자기효능감과 외모관심도가 의복 구매행동에 미치는 영향

| 종속변수     | 독립변수     | $\beta$ | t       | $R^2$ | F        |
|----------|----------|---------|---------|-------|----------|
| 브랜드 추구   | 체중관심     | .358    | 6.10*** | .218  | 27.55*** |
|          | 차림새관심    | .130    | 2.24*   |       |          |
|          | 자기조절 효능감 | .114    | 2.09*   |       |          |
| 경제성 추구   | 자기조절 효능감 | .320    | 5.93*** | .190  | 17.35*** |
|          | 의복관심     | .225    | 3.58*** |       |          |
|          | 외모무관심    | .218    | 3.54*** |       |          |
| 유행/개성추구  | 체중관심     | .139    | 2.46*   | .519  | 79.05*** |
|          | 차림새관심    | .403    | 6.56*** |       |          |
|          | 의복관심     | .367    | 6.27*** |       |          |
|          | 외모무관심    | .224    | 4.68*** |       |          |
| 동조성추구    | 체중관심     | .185    | 4.05*** | .124  | 14.01*** |
|          | 외모무관심    | .288    | 4.86*** |       |          |
|          | 자기조절 효능감 | .142    | 2.55*   |       |          |
| 관리편이성 추구 | 신체 효능감   | -.129   | -2.22*  | .158  | 27.84*** |
|          | 외모무관심    | .402    | 7.38*** |       |          |
|          | 자기조절 효능감 | .144    | 2.64**  |       |          |

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

서 제품을 선택하는 것도 능력일 수 있고 한편으로 좋은 제품을 경제적 가격에 구매하거나 오랫동안 유행에 무관하게 입을 수 있는 의복을 선택하는 것도 본인의 입장에서 보면 자기조절 능력으로 해석이 가능할 것이기 때문이다. 즉 의복의 경우 다양한 혜택을 추구하게 되므로 어떤 의미를 부여하는지에 따라 상반되는 결과를 나타낼 수도 있다고 볼 수 있을 것이다.

또한 낮은 신체 효능감이 의복의 동조성에 영향을 미친다는 사실은 자신의 신체에 만족하지 못하는 사람은 타인과 크게 달라 보이는 옷차림을 꺼리고 편안해 지길 원하는 심적인 의도에서 나온 것으로 생각된다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 만 50-64세까지 여성 예비 노년층 소비자를 대상으로 하여 자기 효능감을 알아보고 이 변인이 외모 관심도, 외모관리 행동, 의복 구매 행동에 어떤 영향을 미치는지 알아보는 것을 목적으로 하였다. 이를 위하여 자기 효능감이 외모관심도에 미치는 영향을 알아보고 다음에는 자기효능감과 외모관심도가 실제 외모관리 행동, 의복 구매 행동에 어떤 영향을 미치는지 살펴보았다. 본 연구의 조사방법은 설문지법을 사용하였고 서울 및 대도시에 거주하는 만 50-64세의 여성 300명을 대상으로 조사 및 분석하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뉴 실버세대 소비자의 자기 효능감 요인은 자기조절 효능감, 사회적 자기 효능감, 신체적 자기 효능감의 세 개로 나타났다. 다음으로 외모 관심도 요인은 체중관심, 차림새관심, 의복관심, 의복 무관심의 네 개로 나타났다. 의복구매 행동의 차원은 브랜드 추구, 경제성 추구, 유행/개성 추구, 동조성 추구, 관리 편이성 추구의 네 개로 나타났다.

둘째, 뉴 실버세대의 자기효능감이 외모관심도에 미치는 영향을 알아본 결과 신체적 자기 효능감은 모든 외모관심에 영향을 미치는 것으

로 나타났다. 사회적 자기 효능감은 의복관심과 외모 무관심에 각각 정적, 부적 영향을 미치는 것으로 나타났고 자기조절 효능감은 차림새 관심과 외모 무관심에 각각 정적, 부적 영향을 미치고 있었다. 또한 자기 효능감에 의해 가장 잘 설명되는 것은 외모 무관심 요인이었다.

셋째, 뉴 실버세대의 자기 효능감과 외모관심도가 다양한 외모 관리 행동에 어떤 영향을 미치는지 알아본 결과 신체적 자기효능감은 요가나 헬스에 영향을 미치고 사회적 자기 효능감은 피부 관리, 의복구매, 헤어관리, 액세서리 착용 등 다양한 변인에 영향을 미쳤다. 자기조절 효능감은 성형수술에 부적 영향을 주고 있었다. 다음으로 외모관심도 중 체중관심은 다이어트와 성형수술에 영향을 미치고 차림새 관심은 화장, 요가나 헬스, 피부 관리, 의복구매, 헤어관리, 성형수술, 액세서리 착용 등 다양한 변인에 영향을 미쳤다. 의복관심은 의복구매와 액세서리 착용에 영향을 미치고 외모 무관심은 화장, 의복구매, 헤어 관리 등에 부적 영향을 미치고 있었다. 이처럼 외모관리 행동에는 자기 효능감 중에서는 사회적 자기 효능감, 외모관심도 중에서는 차림새 관심이 다양한 변인에 비교적 커다란 영향을 미치고 있었다.

넷째, 다음으로 자기효능감과 외모관심도가 의복 구매 행동에 미치는 영향을 알아본 결과 신체적 자기 효능감은 동조성 추구에 부적 영향을 미치고 자기조절 효능감은 브랜드 추구, 경제성 추구, 동조성 추구, 관리 편이성 추구에 다양하게 영향을 미쳤고 사회적 자기 효능감은 유의한 변인이 나타나지 않았다. 외모관심도 요인 중 체중관심은 브랜드 추구, 경제성 추구, 유행/개성 추구에 영향을 미쳤고 차림새 관리는 브랜드 추구, 유행/개성 추구에 영향을 미쳤으며 의복관심은 경제성 추구, 유행/개성 추구에 영향을 미쳤고 외모무관심은 경제성 추구, 유행/개성추구, 동조성 추구, 관리 편이성 추구에 모두 영향을 미치고 있었다.

결론적으로 외모관심도에 영향을 미치는 자기 효능감은 신체적 자기 효능감이 가장 큰 비중을 차지했고, 외모관리 행동에 영향을 미치는 것은 자기 효능감 중에서는 사회적 자기 효능감, 외모관심도 중에서는 차림새 관심이 비교적

중요한 영향 요인이었다. 다음으로 의복구매 행동에서 자기 효능감 중에서는 자기조절 효능감, 외모관심도 중에서는 외모무관심이 의복 구매 행동을 비교적 잘 설명하는 것으로 나타났다. 이를 보면 외모에 대한 관심은 신체적으로 건강이 허락하는 모든 노년층에 일어날 수 있을 것이며 실제로 외모에 대한 관심을 행동으로 옮기고 경험하는 것은 대인관계가 활발하게 일어나고 이에 자신 있어 하는 노년층에서 구매행동이 이루어질 수 있을 것으로 보인다. 또한 의복구매 행동을 살펴보면 자기조절 효능감이 의복구매 시 다양한 변인을 설명할 수 있을 것이다. 자기조절의 의미가 광범위하기는 하지만 자신의 기준을 분명히 인지하고 자신감을 가지는 사람들은 나름의 원칙에 따라 의복구매 행동을 할 것으로 짐작할 수 있다.

이상의 연구를 통해 예비 노년층의 여성의 외모관리행동, 의복구매 행동은 다양한 자기 효능감을 통해 설명이 가능했다. 외모 관심도에는 신체적 자기 효능감의 역할이 크고, 외모 관리 행동에는 사회적 자기 효능감의 역할이 크며 의복 구매 행동에는 자기 조절 효능감이 중요하게 작용하고 있다. 따라서 노년층의 노년에 대한 인지변화가 신체적 - 사회적 - 심리적 변화의 순서에 따른다는 사실과 연결이 가능할 것이다. 노년층에서 외모에 관심을 가진다는 사실은 신체적으로 건강하다는 의미이며, 외모 관리 행동에 나선다는 것은 사회생활이 활발하다는 의미 일 것이다. 또한 외모 관리 행동 방법 중의 하나로 의복 구매를 한다는 사실은 위의 두 가지 사실이 복합적으로 나타나면서 소신 있는 구매행동을 하고 있음을 입증하는 결과인 것으로 보인다. 향후 자신의 건강관리에 대한 관심이 많아지고 이를 뒷받침 해 줄 수 있는 의학 기술의 발달과 더불어 노년층의 신체적 자기 효능감은 더욱 향상될 것이고, 은퇴시기의 연기와 더불어 사회적 자기 효능감 역시 높아져 갈 것이다. 이러한 상황에서 외모관심과 외모관리 행동, 의복 구매 행동은 더욱 활발히 이루어질 것으로 생각되며 이들의 행동을 이해하고 분석하기 위해 관련될 수 있는 다양한 변인을 사용해서 보다 높은 설명력을 가질 수 있도록 많은 연구가 필요할 것이다.

본 연구에서는 소비자들이 자신의 연령을 인지하고 실제 소비행동을 하는데 자기 효능감이 일정부분 역할을 한다는 사실을 증명하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있었다. 그러나 연구 대상자로 설정하였던 50-64세의 여성 중 젊은 50-54세 연령층의 비중이 많았다는 점에 제한점이 있을 것이다.

향후 연구를 통해 자기 효능감 이외에 소비자의 행동과 심리상태를 설명할 수 있는 보다 구체적인 변인이 확인될 수 있기를 바란다. 그 예로 본 연구에서 사용된 변인 중 외모관심도의 독립적 영향이 아닌 매개 변수로서의 역할에 대한 연구가 진행되었으면 한다. 또한 자기 효능감에 영향을 미치고 있는 주변의 변수들을 확인하기 위하여 보다 깊이 있는 연구들이 이루어져서 미래의 노년층의 소비자를 좀 더 이해하고 이들을 위한 마케팅 전략이 만들어지는 계기가 되기 바란다.

## 참고문헌

- 강은미, 박은주. (2009). 주관적 연령이 의류점포의 서비스 품질지각, 만족 및 재구매 의도에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 33(3), 355-365.
- 고애란, 홍희숙. (1996). 의류제품에 대한 혜택 세분화와 정보원 사용 및 상점 선택 행동연구, 제주지역 여성을 대상으로. *한국의류학회지*, 19(6), 738-752.
- 김민애. (2002). *아동학대 예방센터 상담원들이 2차적 외상 스트레스의 대처방법이 자기효능감에 미치는 영향 연구*. 이화여대 사회복지대학원 석사학위 논문.
- 김선희. (2003). 외모에 대한 사회. 문화적 욕구와 외모관리 행동에 대한 연구. *대한 가정학회지*, 41(5), 99-108.
- 김정실, 이선재. (2008). 뉴실버 여성 소비자의 지각연령과 라이프스타일에 따른 의복쇼핑성향 연구. *한국의류학회지*, 32(1), 1726-1738.
- 김정우. (2010). 20-30대 남성의 외모관심도에 따른 속옷 태도 및 속옷 구매. *한국의류학회지*,

- 34(10), 1647-1657.
- 김현정, 이명희. (2012). 남녀대학생의 자기효능감이 외모관리행동에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 14(2), 33-47.
- 문혜경, 유태순. (2001). 사회적 자기효능감이 우울 성향 및 스트레스 정도에 따라 의복태도와 화장도에 미치는 영향. *복식*, 52(5), 77-94.
- 박은정, 정명선. (2010). 여대생의 자기에적 성격과 자아존중감이 외모관리 행동에 미치는 영향. *복식문화연구*, 18(4), 717-730.
- 백재은. (2005). 노년 여성의 패션에 관한 태도와 기성복 재킷의 선호 디자인에 관한 연구. *복식문화연구*, 13(6), 990-998.
- 신연옥. (2006). *남성 외모관리 행동의 영향요인 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 유경숙. (2000). 노인의 성에 따른 의복 디자인 선호 및 구매에 관한 연구. *복식*, 50(7), 155-163
- 유태순, 김성희. (2001). 자기효능감이 의복구매의사 결정 과정에 미치는 영향. *복식*, 51(2), 105-120.
- 이인수. (2004). *21세기 국내의 노인복지와 실버산업*, 서울 : 대왕사.
- 이현옥, 구양숙. (2009). 사회적 자기 효능감, 외모관심, 외모만족, 외모관리 행동에 관한 계층적 연구. *한국의류산업학회지*, 11(2), 271-277.
- 임경복. (2010). 남녀 대학생의 외모관리 행동과 의복추구혜택에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 12(4), 29-41.
- 임경복. (1998). 여성 정장류 소비자의 혜택 세분화에 대한 연구. *복식문화연구*, 6(3), 34-45.
- 장안화. (2006). 실버세대 여성의 의복디자인 선호도. *한국의류산업학회지*, 8(5), 496-504.
- 통계청. (2007). 인구주택 총 조사. 서울 : 통계청
- 장진영. (2005). *외모관심과 화장품 브랜드 원산지 및 관측유형에 따른 남성화장품 구매행동*. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 정복자. (2005). *장애인의 스포츠 활동 참여가 자존감, 신체적 자아 효능감 및 비만에 미치는 영향*. 이화여대 대학원 박사학위논문.
- 조기여, 유태순. (1997). 자기 효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계. *복식*, 32, 183-200.
- 홍경희, 이윤정. (2010). 60-70대 여성 소비자의 인지된 연령에 따른 의복선택 기준 및 패션 정보원 활용. *한국의류학회지*, 34(2), 200-211.
- 홍병숙, 백인선, 이유진, 박성희. (2007). 미디어 및 외모 관심도가 직장인의 외모관리에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 31(4), 3624-3632.
- Baum, S.K. & Boxley, R.L. (1983) Age of identification in the elderly, *Gerontologist*, 23, 532-537
- Horn, M.J. & Gurel, L.M. (1981). *The Second Skin*. Boston : Houghton Mifflin Co.
- Humphrey, C., Klassen, M., & Creekmore, A.M. (1971) Clothing and self-concept of adolescents. *Journal of Home Economics*, 63(4), 246-250.
- Kaiser, S.B. (1990). *The social psychology of clothing*. NY: Macmillan Publishing Company.
- Stone, G.P., Roach, J.R. & Eicher, M.E. (1993). *Appearance and the self, dress and the social order*. NY: John Wiley & Sons Inc.
- Wood, R.E., Mento, A.J. & Locke, E.A. (1987). Task complexity as a moderator of goal effects: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 72(3), 416-425.