

# 성인남자의 의복태도와 의복구매행동에 관한연구 I

— 대학생과 중년남성을 대상으로 —

A Study on Adult Male's Clothing Attitudes and Purchasing Behavior

— college students and middle aged men —

연세대학교 의류환경학과

강 사 남 미 우

조교수 고 애 란

Dept. of Clothing & Textiles, Yonsei Univ.

Lecturer : Mi Woo Nam

Assistant Prof : Ae Ran Koh

## 〈 목 차 〉

I. 서 론

II. 이론적 배경

III. 연구방법 및 절차

IV. 결과 및 논의

V. 요약 및 결론

참고문헌

## 〈Abstract〉

The purpose of this study was to compare clothing attitude and clothing purchase behavior of two age groups of adult men, college students and middle aged.

Four aspects of clothing attitude (fashion interest, status symbol, conformity, practicality/comfort) were assessed with 20 Likert type questionnaires adapted from the previous researches. Four aspects of purchase behavior (information sources used, store patronage, importance of store attributes, clothing selection criteria for occasions) were measured with forced choice questionnaire developed or adapted from previous researches. The questionnaire were administrated to 512 male college students and middle aged men.

The data were analysed using frequency, percentage, and t-test.

The major findings drawn from this study were as follows:

1. Clothing comfort among four aspects of clothing attitude according to the age group was that middle-aged men showed higher conformity than college students.

2. For the information source for apparel purchase, college students used consumer dominated information source while middle-aged men used market dominated information source.

3. For apparel purchase, students preferred brand franchise store, and factory outlet/off-price store, while middle-aged preferred department store and custom-made.

Among six store attributes, convenience and price were the most important attributes to the students, while convenience and high quality to the middle aged.

4. The most important clothing selection criteria for formal occasion (job interview, wedding ceremony) was dignity. Comfort/practicality were important criteria for both of leisure occasion and daily attendance (office, school).

## I. 서 론

의복은 남자들 사이에서 사회적 지위나 직업내 성취의 중요한 지침이며 목표달성의 수단으로 사용될 수 있고 올바르고 적절한 의복에 의해 얻어지는 첫 인상은 사업과 사회적 성공에 큰 영향을 미친다. 이와 같이 남성들에게도 의복은 사회적 성공을 위한 중요한 요인으로 작용한다. 최근에는 남자들 사이에서도 옷차림에 대한 관심이 고조되고 의복을 자기 표현의 하나로 인식하게 되었으나 국내외를 막론하고 남성을 대상으로 한 연구는 많이 진행되고 있지 않다.

대학생과 중년남성은 각각 청년후기와 성인후기에 포함되며 이러한 인생주기의 차이에 따라 역사적 경험에 다르고 생물학적 사회적 심리적 특성이 다르며, 이러한 연령의 차이는 개인의 태도나 가치체계에 영향을 줄 수 있다.

한편 Sproles(1986)는 의복태도를 의복이나 의복착용과 관련한 특정 상황에 대해 특정 방법으로 행동하려는 기질이라고 정의하였고, 선행 연구들에서 의복의 착용, 선택시에 중요시하는 측면과 정도는 개인의 특성에 따라 다르다고 나타났다.

그러므로 비교적 물질적 풍요로움과 개방된 문화 체계 안에서 자란 대학생과 사회적 혼란과 경제적인 어려움 속에서 생활한 중년남성 사이에는 의복행동에 차이가 있을 것이며, 이들 두 집단을 비교 연구하는 것은 의의가 있다고 사료된다.

본 연구의 구체적인 연구목적은 성인 남성(대학생, 중년남성)을 대상으로 하여 연령에 따른 의복태도와 의복 구매행동을 비교하는 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 의복태도

의복태도는 의복을 선택하고 착용하는 행위에서 나타나는 관심과 중요성을 의미하며 다차원적인 개념으로 구성되었고, 의복의 선택 구매시에 의복에 대한 개인적인 관여 정도를 통해 나타난다. 본 연구에서는 특히 남자들에서 중요하게 나타난 변인으로 유행관심과 신분상징성, 동조성, 실용·안락감을 포함하였으며, 성인 남자를 대상으로 한 연구결과들을 요약하여 제시하였다.

유행관심: 일반적으로 남자들은 나이가 들수록 새로운 것을 받아들이기를 꺼려하는 보수적인 성향으로 발신하기 쉽다. Rogers(1971)의 연구에서는 연령과 새로운 개념이나 의복유행의 수용능력 사이에 상관관계가 있으며 연령이 적을수록 수용능력이 증대되는 것으로 나타났다. Fuller의 연구에서 남자대학생들이 회사원보다 유행을 더 인식하고 있었고 특히 고학년보다 저학년이 유행관심이 높았다(강혜원, 1974). 또한 직장남성을 대상으로 한 이경순의 연구(1979)에서도 유행관심은 연령 및 월수입과 부적인 관계가 나타났다.

신분상징성: Form과 Stone(1957)의 성인남자를 대상으로 한 연구에서도 신분상징성의 단서로 지적된 것은 의복, 직업, 생활방식 등이었다. 특히 남자들 사이에서 의복은 사회적 지위와 성공을 나타내는 으뜸가는 간판이며, 나이가 많아질수록 신분을 상징적으로 나타내는 것으로 열거하였다.

Hurlock(1978)은 연령층에 따른 의복의 중요성과 관심에 대하여 젊은이들은 성공하기 위해 의복에 관심을 갖게 되며, 사회적으로 유동적이므로 의복을 신분상징의 단서로 사용하는 경향을 보이고, 중년기에서는 외적인 신체변화가 두드러지기 시작함에 따라 더 젊어보이려고 의복을 사용하게 되며 또한 자신의 성취도와 신분을 나타내기 위해 의복을 사용한다고 했다.

실용·안락감에 대한 관심: 홍선옥(1983)의 성인남자를 대상으로 한 성격과 의복행동과의 연구에서 성격에 관계없이 5가지 의복행동변인(심미성, 예의성, 동조성, 편이성, 과시성)중에서 편이성이 가장 중요시 되었다.

김병미(1975)의 청소년들을 대상으로 한 의복행태에 관한연구에서도 남학생들은 실질적인 면에 치중하여 활동하기 편리한 의복을 선택한다고 했다. 청년기에는 안락감을 인식하게 되며 연령이 높아질수록 증가한다고 했고 특히 남자대학생들은 경제성과 안락성이 가장 중요시 되었다(Richard & Hawthorne, 1971).

동조성: 남성들은 여성보다 의복동조가 심하게 나타나는데 이는 여성보다 규범의 이탈에 대한 처벌이 가혹하기 때문이며 또한 의복에 대한 지식이 부족하기 때문이다. 김병미는 남녀 대학생을 대상으로 동조성을 연구한 결과 남학생은 타인과 같게 보이고 싶은 욕구로 의복을 선택한다고 하여 동조성이 중요한 의복 행동요인임을 시사했다.

홍선옥은 성인남자를 대상으로 한 연구에서 사회적 내향성 성격이 강한 사람이 외향성이 강한 사람보다 의복의 동조성이 강하게 나타난다고 했다. 고애란등(1987)은 성인남자를 대상으로 인구통계학적 변인(연령, 사회·경제적 지위)과 의복행동(안락감, 만족도, 신분상징성, 동조성, 유행에 대한 관심)변인

과의 관련성을 연구한 결과 동조성과 유행관심에서 상관관을 보여 40-50대는 동조성이 높으며 유행관심은 20대에서 가장 높았다.

## 2. 의복구매행동

정보에 대한 관심과 정보탐색유형: Midgley(1982)는 남성복 정장구매시 소득이 많고 사회적 신분이 높은 상류층은 자체내 결정적 가치관을 가지고 있어 외적 정보를 탐색할 필요를 거의 느끼지 않는다고 했고 반면 Kiel과 Layton(1981)은 연령이 높아질수록 정보탐색에 활발해지며 교육수준과 정보탐색은 부적 관계에 있다고 했다.

김찬주(1992)의 연구에서는 연령에 있어 40대가 20대에 비해 마케터 주도 정보원을 주로 활용하였으며 20대는 중립적 정보원을 활용하는 것으로 나타났다. 특히 남자대학생들은 주로 진열상품에서 정보를 얻는 것으로 나타났는데 박정은의 연구(1989)에서도 상점의 진열제품이나 친구, 거리 사람들의 차림새에서 정보를 얻는 것으로 나타났다.

선호상점과 선호요인: 남성들의 구매경향은 여성과 달라 쉽게 구매장소를 바꾸지 않는 보수경향을 나타내는데 박정은의 연구(1989)에서 남자대학생들은 의복을 구매하는 장소로 시장, 유명제조업체 대리점, 직매점, 백화점 순이었고 시장을 구매장소로 선택한 이유는 여러 제품을 비교 할 수 있고 다양하기 때문이라고 했다. 중년남성들은 신사복을 구입하거나 맞추는 장소로 맞춤 양복점을 87%나 이용하는데 그 이유는 체형에 맞게 해주기 때문이며 기성복은 체형에 맞지 않고 품질 및 디자인이 좋지 않고 종류가 다양하지 못하다고 했다.

사회적 상황에 따른 의복선택기준: 상황이란 특정한 사건과 장소에서 개인의 행동에 체계적인 영향을 미치는 외적인 요인을 의미하며 소비자 행동의 설명되지 않는 많은 부분이 상황의 영향으로 설명될 수 있음이 밝혀지면서 소비자 행동에 대한 상황적 영향력의 중요성이 대두되고 있다. 또한 Srivastava(1980,1981)는 한개인의 입장에서 상황요인은 비교적 고정된 요인이므로 특정한 상황에서 반응은 비슷하게 나타난

다고 했다.

의복평가기준은 소비자들이 의복을 선택할때 기본적으로 고려하는 의복의 주관적 혹은 객관적 특성이 다. 이러한 평가기준은 소비자의 태도와 가치관을 반영해 주므로 소비자의 유형에 따라 변화할 수 있으며 새로운 경험과 정보를 얻게 되었을 때도 변화하게 된다.

김미영은 같은 의복이라도 착용상황에 따라 평가기준에 차이가 있으므로 때, 장소, 상황이 규정된 착용상황에 따라 의복선택기준이 분류되어야 한다고 했다. 그러나 이제까지의 연구들은 상황을 구체적으로 구분하여 연구한 것은 드물다. Stem(1980)은 사회적 모임에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복에 대해 18개의 의복평가기준을 사용하여 요인 분석한 결과 미, 실용성, 질의 3가지 차원으로 분류되었다.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 측정 도구

본 연구는 설문지를 사용한 조사연구로서 측정 변인은 의복태도 및 의복구매성향이며 이에 대한 측정 도구는 다음과 같다.

##### 1) 의복태도 변인

본 연구에서는 남성들에게 중요하다고 보아지는 유행관심, 신분상징성, 실용·안락감, 동조성의 네 변인을 포함하였으며 각 변인 마다 <표 1>과 같이 선행연구에서 일관성 있게 신뢰도 계수가 높았던 5점 척도의 Likert type 문항을 예비조사를 거쳐 5문항씩 선정하였으며, 수정·보완 후 총 20문항을 사용하였다. 각 변인은 점수가 높을 수록 높은 관심을 지니는 것을 의미한다.

응답자의 성별을 고려하여 이해하기 쉽고, 응답하기 쉽도록 문항을 수정하였고 전문가 집단의 평가를 거쳐 내용타당도를 입증하였다.

##### 2) 의복 구매행동 변인

정보원에 대한 관심도와 정보탐색유형, 의복을 구

<표 1> 예비조사에 사용된 의복태도 문항의 출처 및 문항수

의복태도의 하위변인	연구자	년 도	문 항
유행관심	Kahng, H. 이경순	1971	5
		1979	1
신분상징성	이금실 고애란 김원옥	1978	4
		1982	1
		1984	1
실용·안락감	Kahng, H. Koch 연구자	1971	2
		1985	1
			3
동조성	Kahng, H. 박광희 박혜선	1971	2
		1983	1
		1991	2

입하는 상점의 유형과 상점평가기준, 또한 사회적 상황에 따른 의복선택기준등의 변인을 포함하였다.

정보에 대한 관심도 및 정보탐색유형: 남성복 구입시 사용하는 정보원의 유형으로 시장 지배적 정보원(진열장, 점포대에 진열된 옷, 판매원, 점원의 의견), 소비자 지배적 정보원(타인의 의견과 직접관찰), 중립적 정보원(신문, 잡지, TV 등의 광고나 기사)을 포함하였다. 선행연구(김찬주,1992)로 부터 선정하여 남자 피험자에 적합하도록 수정하였으며 Likert형 5점척도로 측정하였다.

의복구입상점 유형과 상점평가기준: 의복을 주로 구입하는 장소와 그 장소에서 의복을 구입하는 이유를 조사하기 위한 것으로 선행연구(박정은,1989)에서 선택하여 수정하였으며 하나 이상의 응답이 가능하도록 하였다.

사회적 상황에 따른 의복선택기준: 의복 착용상황에서 중요하게 고려되는 의복측면을 조사하는 문항으로 선행연구(이경순,1982; 고애란,1982)에서 선택하여 수정, 보완하였으며 하나 이상의 선택이 가능하도록 하였고 빈도수가 높을 수록 각 상황에서 중요하게 고려되는 의복선택기준을 의미한다.

상황의 선정은 선행연구들(고애란,1982; Adams, 1972; 강혜원 등, 1988)의 결과와 함께 남자대학생(19명)을 대상으로 하여 의복선택기준을 변화시킬 수

있는 상황을 자유응답하도록 한 사전조사 결과를 토대로 의복의 규범 또는 격식차림 정도에 차이를 보이는 7가지 사회적 상황이 선정되었다.

설문지 구성은 유행에 대한 관심, 동조성, 신분상징성, 실용·안락감에 관한 20문항을 무작위로 혼합하여 제시하였고 그 다음으로 구매행동에 관한 문항을 제시하였으며 마지막에 인구통계적변인에 관한 문항을 포함하였다.

2. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 서울시에 거주하는 남자대학생과 40-50대 중년의 직장남성 각 256명으로 총 512명 이다. 자료수집은 1992년 1월에 이루어졌으며 자료수집 방법은 대학생과 중년남성으로 구분하여 임의 표집에 의하였다.

조사대상자의 연령은 대학생은 20-24세가 66.4%, 25-29세가 33.6%였으며, 중년층은 40-44세가 55%, 45-49세 18.6%, 50-59세가 26.6%를 나타내었다. 중년층의 교육수준은 대졸이상이 84.8%를 차지하였으며 직업은 white collar에 해당되는 사무직 64.1%, 전문직, 관리직이 32.1%로 나타났다. 경제수준은 대학생과 중년층 모두 중층이 70% 이상으로 나타났다.

3. 분석방법

자료분석은 일반적 경향을 알아보기 위해 빈도분포, 백분율, 평균과 표준편차를 사용했고 변인간의 상호 관계는 Pearson의 적률상관계수, 차이검증은 t-

test를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 대학생과 중년층의 의복태도

<표 2>는 대학생과 중년층의 의복태도 각 변인의 평균, 표준편차 및 두 집단 사이의 의복태도 차이를 비교한 결과이다. 대학생과 중년 집단 모두에서 실용·안락감을 가장 중요시 하였고 다음은 동조성이었으며 특히 중년남자가 더 동조하는 것으로 나타났다. 신분상징성과 유행관심에는 연령의 차이를 보여 대학생은 유행관심을, 중년은 신분상징성을 더 중요시 했다.

이상에서와 같이 4측면의 의복태도를 동시에 비교했을때 그 중 실용·안락감이 가장 중요하게 나타난 결과는 오늘날의 편리한 생활추구에서 오는 시대적인 추이이며 격식없고, 안락하고, 편리한 것으로의 변화하는 양상이 우리나라 남성들의 의복행동에도 반영되고 있음을 보여준다. 또한 이러한 결과는 홍선옥(1983)의 성인남자를 대상으로 한 연구에서 5가지 의복행동(심미성, 동조성, 편이성, 과시성) 중 편이성이 가장 중시되었고 Richards와 Hawthorne(1971)의 연구에서 남자대학생들은 경제성과 안락성을 가장 중시하였다는 결과들과 일치된 것이다.

남성들은 일반적으로 여자보다 의복에 대한 동조성이 높다. 이는 남성의 의복규범이 분명하며 성역할 행동의 기대차이로 규범의 이탈에 대한 처벌이 여성에게 보다 가혹하기 때문이며, 한편으로는 남성

<표 2> 대학생집단과 중년집단 사이의 의복태도변인의 차이검증

N=512

의복태도변인	대학생		중년층		t 값
	평균	표준편차	평균	표준편차	
신분상징성	2.88	0.61	2.94	0.59	-1.20
유행관심	3.01	0.65	2.93	0.53	-1.43
동조성	3.30	0.47	3.40	0.53	2.36*
실용·안락감	3.81	0.58	3.82	0.48	-0.10

\* p<.05

들은 여성보다 의복에 대한 지식이 부족하기 때문으로도 해석된다. 또한 본 연구결과에서도 홍선옥(1983), 고애란(1987)의 연구결과와 같이 중년 집단이 대학생 집단보다 더 동조하는 것으로 나타났으며 이는 연령 증가에 따라 성격특성이 내성적이고 소극적으로 변화하는데 따른 것으로 볼 수 있다(윤진, 1985).

대학생은 신분상징정보보다 유행관심을 더 높게 나타내었는데 이는 대학생들은 외적통제력이 높아 의복을 외적 영향력을 가지는 것으로 간주하는 것이며 한편으로는 청년기로서 이성에 대한 높은 관심은 외모에 대한 관심도 크게 하기 때문이라고 보여진다. 또한 대학생 집단은 대학생이라는 그 자체가 젊음이라는 높은 신분을 나타내 신분상징성을 덜 중요시한다고 볼 수 있다.

연령의 증가에 따라 새로운 개념이나 의복유행의 수용능력이 저하되며(Rogers 등, 1971) 보수적인 성향으로 되어(Hurlock, 1929), 중년 집단은 대학생 집단보다 유행관심이 낮은 것으로 해석할 수 있으며 이는 고애란(1987)의 연구결과와 일치한다. 또한 중년 집단은 신분상징성을 더 중요시 했는데 이는 나이가 많아질수록 의복을 신분을 상징적으로 나타내는 부분으로서 간주한다는 Alexander(1961)의 주장과 일치한다. 또한 내성적이며 내적 통제력이 증가하는 중년남성들은 의복을 자아정체감과 밀접히 관련된 상징물로 받아들여 대학생보다 의복의 신분상징성을 더 중요시하는 것으로 풀이된다.

## 2. 남성들의 의복구매행동

### 1) 의복정보에 대한 관심도와 정보원의 유형

〈표 3〉에 제시한 것과 같이 새로운 정보에 대한 관심은 연령에 따른 유의적인 차이를 보여 대학생 집단보다 중년 집단이 정보에 대한 관심이 더 많았다.

한편 정보원 사용유형은 대학생 집단은 소비자 지배적 정보원(주위사람들의 의견, 다른 사람들의 옷차림)의 사용이 많았으나 중년 집단은 소비자 지배적 정보원(다른 사람들의 옷차림)과 시장 지배적 정보원(진열장이나 점포대에 진열된 옷)의 사용이 많았다. 이는 연령이 높을 수록 정보에 대한 관심이 높다는 Kiel과 Layton(1981)의 연구결과를 지지하며 본 연구의 중년 집단의 경우 유행관심은 낮으나 새로운 정보에 대한 관심이 대학생보다 높게 나타난 것은 본연구의 응답자의 직업이 white collar로 경제수준이 높은 사회적으로 안정된 중년기 연령층으로 정보에 대한 관심이 대학생보다 더 많은 것으로 풀이된다.

정보원사용유형에 있어서는 두 연령집단 모두 중립적 정보원을 거의 사용하지 않으며 소비자 지배적 정보원을 많이 사용하나 특히 중년 집단은 소비자 지배적 정보원에 시장 지배적 정보원을 많이 활용하는 것으로 해석된다. 이는 남자들의 경우 의복과 관련된 정보를 매체를 통하여 얻기보다는 주위사람들이나 판매원들을 통하여 얻는 것으로 풀이된다.

〈표 3〉 새로운 정보에 대한 관심도 및 사용정보원 유형

N=512

변인	집단	대학생		중년층		t 값
		평균	표준편차	평균	표준편차	
		2.95	1.06	3.31	0.93	3.96***
정보원	새로운 정보에 대한 관심도					
	진열장이나 점포대에 진열된 옷	3.19	0.97	3.29	0.99	1.22
유형	신문, 잡지, TV등의 광고나 기사	3.13	1.02	3.07	1.03	0.65
	주위사람들의 의견	3.37	0.91	3.18	0.93	2.27*
	판매원이나 점원의 의견	3.02	0.97	3.18	0.93	1.90
	다른 사람들의 옷차림	3.58	0.91	3.54	0.83	0.53

\* p<.05 \*\*\* p<.001

2) 의복구입상점유형과 구입상점의 평가기준

의복을 주로 구입하는 상점유형은 <표 4>와 같다. 대학생 집단의 경우 기성복 대리점을 가장 많이 이용했고 다음은 상설할인매장이었으며 맞춤점의 사용이 가장 적었다. 중년 집단의 경우 백화점을 가장 많이 이용하였고 다음은 맞춤점이었으며 시장의 이용률이 가장 낮았다.

<표 4> 의복구입상점유형

N=512

	대학생		중년층	
	명	%	명	%
맞춤점	9	3.5	97	37.9
기성복 대리점	143	55.9	72	28.1
상설할인매장	100	39.1	60	23.4
백화점	78	30.5	146	57.0
시장	70	27.3	18	7.0

의복구입장소 선택시 중요시하는 기준은 <표 5>와 같이 대학생집단의 경우 구입이 편리하고 가격이 적당한 것이 가장 큰 이유였고 중년 집단의 경우 구입이 편리한 것이 가장 큰 이유이며 다음은 품질을 믿을 수 있다 와 체형에 맞게 해준다고 나타났다.

<표 5> 의복구입상점의 평가기준

N=12

구 분	대학생		중년층	
	명	%	명	%
품질을 믿을 수 있다	64	25.0	81	31.6
디자인이 좋다	62	24.2	40	15.6
구입이 편리하다	134	52.3	102	39.8
가격이 적당하다	124	48.4	69	27.0
체형에 맞게 해준다	16	6.3	79	30.0
종류가 다양하다	65	25.4	78	30.5

이와 같은 결과는 대학생이나 중년 집단 모두 소매점의 선택에 차이를 보이며 이는 추구하는 값이 다르기 때문으로 풀이된다. 남자대학생들은 상설할인매장의 이용률이 높고 가격이 중요한 소매점의 선택요인으로 나타나 실제 소득원이 없는 대학생들의 합리적이고 경제적인 구매성향으로 풀이할 수 있다.

중년 집단의 경우에는 의류제품의 품질때문에 백화점의 이용률이 높아 대학생 집단과 비교해 보았을때 가격보다는 품질이 중요한 소매점의 선택기준으로 나타났다. 또한 중년남성들이 맞춤점을 많이 이용하는 것은 중년층의 체형이나 디자인의 기호변화에 따른 것으로 보여진다. 즉 기성복의 디자인이 젊은층 위주로 되어있고 치수도 체형의 변화를 고려하지 못한 표준체형 위주의 생산이 우선되고 있어 중년 남성의 체형변화와 의복의 기호변화에 맞는 의복의 개발이 요구되어진다, 한편 대학생이나 중년 집단 모두 소매점 선택시에 구입의 편리함을 들어 두 집단 모두 편의성을 중요하게 고려하는 것으로 나타나 후속연구에서는 소매점의 편의성의 구성요인을 파악하여 실제 마케팅전략에 이용할 수 있겠다.

3) 사회적 상황에 따른 의복선택기준

다양한 의복착용상황에서 중요하게 고려되는 의복 측면은 <표 6>과 같다.

직장면접시험때는 두 집단 모두 품위있는 것이 가장 중요한 의복선택 기준이었고 다음으로 대학생 집단의 경우 남들과 비슷한 것, 중년 집단의 경우 신분분을 나타내는 것이었다. 매일 출근할 때는 두 집단 모두 입어서 편하고 활동적인 것이 가장 중요하게 고려되는 의복선택기준이며 그 다음은 대학생 집단의 경우 손질이 간편하고 오래 입는 것, 중년 집단은 품위가 있는 것이었다. 학교갈 때와 집에 있을 때는 입어서 편하고 활동적인 것과 손질이 간편하고 오래 입는 것이며, 대학생들의 경우 가격이 적당한 것을 들었다. 한편 결혼식 때는 품위가 있는 것, 주말에 영화보러 갈 때는 입어서 편하고 활동적인 것과 유행을 따르는 것, 스포츠나 소풍갈 때는 편하고 활동적인 것과 손질이 간편하고 오래 입는 것을 중요하게 고려했다.

위의 결과를 종합해 보면 상황에 따른 의복선택기준은 보다 격식차림이 요구되는 사회적 상황(직장면접시험, 매일출근)에서 연령에 따른 약간의 차이를 보여 중년 집단이 신분을 상징하거나 품위가 있는 의복 선택을 하는 것으로 나타났다. 이는 중년 집단이 대학생들보다 사회생활의 경험을 통하여 의복의

〈표 6〉 사회적 상황에 따른 의복선택기준

중요시하는 측면 착용상황 집단		가격이 적당한것		입어서 편하고 활동적인것		손질이 간편하고 오래입는것		유행을 따르는것		품위가 있는것		신분을 나타내는것		남들과 비슷한것	
		명	%	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%
직장면접 시험때	대학생	7	2.7	14	5.5	7	2.7	4	1.6	192	75.0	18	7.0	44	17.2
	중년	8	3.1	20	7.8	5	2.0	7	2.7	186	72.7	35	13.7	25	9.8
매일출근 할때	대학생	14	5.5	143	55.9	66	25.8	9	3.5	24	9.4	25	9.8	28	10.9
	중년	15	5.9	112	43.8	44	17.2	3	1.2	57	22.3	35	13.7	30	11.7
학교갈때	대학생	38	14.8	199	77.7	58	22.7	18	7.0	7	2.7	2	0.8	6	2.3
	중년	24	9.4	154	60.2	70	27.3	5	2.0	4	1.6	12	4.7	14	5.5
결혼식에 갈때	대학생	7	2.7	12	4.7	8	3.1	8	3.1	202	78.9	22	8.6	24	9.4
	중년	6	2.3	14	5.5	7	2.7	4	1.6	213	63.2	17	6.6	20	7.8
주말에 영화 보러 갈때	대학생	13	5.1	189	73.8	24	9.4	51	19.9	12	4.7	2	0.8	9	3.5
	중년	10	3.9	204	79.7	29	11.3	28	10.9	5	2.0			10	3.0
스포츠나 소풍갈때	대학생	12	4.7	224	87.5	41	16.0	17	6.6	2	0.8			9	3.5
	중년	17	6.6	220	85.9	35	13.7	9	3.5					8	3.1
집에 있을때	대학생	39	15.2	153	57.8	94	36.7	2	0.8	5	2.0	1	0.4	9	3.5
	중년	25	9.8	188	73.4	60	23.4	1	0.4	1	0.4			4	1.6

규범에 대한 인식이 높은 것으로 해석할 수 있고 또한 연령이 높을 수록 의복의 신분상징성에 관심이 높아져 자신의 지위나 직업을 의복을 통해 나타내려는 중년기 연령층의 의복태도를 반영한다. 대학생들은 중년 집단보다 가격이나 유행을 중요시하여 대학생들은 의복구매장소 선택과 마찬가지로 의복선택에서도 가격이 중요한 의복선택기준이 되는 것으로 보이며 중년 집단보다 유행이 더 중요한 의복선택기준이 되어 의복태도에서 연령이 낮을수록 유행에 관심이 많은 것을 반영해 준다.

적식차림이 크게 요구되지 않는 상황(학교등교, 주말에 영화, 스포츠나 소풍, 집에 있을때)에서는 연령에 큰 차이가 없이 입어서 편하고 활동적인것, 손질이 간편하고 오래 입는 것으로 나타나 두 집단 모두 실용·안락감을 중요시 하는 것으로 풀이된다.

결혼식에는 연령의 차이가 없이 품위가 있는 것으로 나타나 결혼식에 대한 우리사회의 의복 규범은 뚜렷한 것으로 풀이된다.

## V. 요약 및 결론

본 연구의 목적은 남자대학생과 중년남자를 대상으로 연령에 따른 의복태도와 의복구매행동을 비교하는 것이었다.

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 대학생과 중년 집단 모두 실용·안락감을 가장 중요시 하였고 다음으로 동조성을 중시하였으며 중년 집단에서 동조성이 더 높은 것으로 나타났다. 신분상징성과 유행 관심은 연령에 따른 차이를 보여 대학생은 유행관심, 중년은 신분상징성을 더 중요시 하는 경향을 나타내었다.

둘째, 새로운 정보에 대한 관심은 대학생 집단보다 중년남자 집단이 더 높았고 사용하는 정보원 유형은 대학생 집단의 경우 소비자 지배적 정보원, 중년 집단의 경우 소비자 지배적 정보원과 시장 지배적 정보원의 사용이 많았다.

셋째, 대학생 집단은 기성복 대리점 다음으로 상

설할인매장을 의복구매장소로 가장 많이 이용했고 그 이유는 구입이 편리하고 가격이 적당한 것이었으며, 중년 집단의 경우 백화점 다음으로 맞춤점을 많이 이용하였으며, 구입이 편리하고 품질을 믿을 수 있으며 체형에 맞게 해주기 때문인 것으로 그 이유를 들었다.

내재, 직장면접시험때는 두 집단에서 품위있는 것이 가장 중요한 의복선택기준이었고 다음으로는 대학생 집단의 경우 남들과 비슷한 것, 중년남자 집단의 경우 신분을 나타내는 것이었다. 매일 출근할때는 입어서 편하고 활동적인 것 다음으로 대학생 집단의 경우 손질이 간편하고 오래 입는 것, 중년 집단의 경우 품위가 있는 것이었다. 학교갈 때와 집에 있을 때는 입어서 편하고 활동적인 것과 손질이 간편하고 오래 입는 것이며 대학생들의 경우 가격이 적당한 것을 들었다. 결혼식 때는 품위가 있는 것, 주말에 영화보러 갈 때는 입어서 편하고 활동적인 것과 유행을 따르는 것, 스포츠나 소풍갈 때는 입어서 편하고 활동적인 것과 손질이 간편하고 오래입는 것을 고려했다.

본 연구는 성인 남성을 연령에 따라 대학생과 중년으로 구분하여 이들의 의복태도와 의복 구매행동을 비교하였다.

본 연구의 전체적인 연구결과는 의류업체에서 남성복의 생산 및 시장 전략에 유용한 자료로 사용될 것이며 본 연구에서 규명된 연령에 따른 연구결과와의 차이는 기성세대가 젊은 층을 이해하는데 도움을 줄 것이다.

앞으로의 연구에서는 남자대학생의 전공이나 직장 남성의 직업을 세분화하여 의복행동의 차이를 규명할 수 있으며 둘째, 남자 응답자를 의복태도로 구분하여 의복태도에 따른 구매행동을 연구하거나 의복 구매행동 연구에서는 의복의 품목을 다양하게 연구해 볼 수 있겠다.

### 【참 고 문 헌】

- 1) 강혜원(1974), 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계, 연세 논총, 제 17집, 349-376.
- 2) 강혜원, 고애란, 박은주(1988), 대학생의 의복행동과 심리적 특성과의 관계, 연세논총, 제28집, 333-359.
- 3) 고애란(1982), 성인남자의 의복행동과 강화통제 및 신체적 만족과의 연구 - 의복의 수용, 신분상징성, 만족도를 중심으로 -, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 4) 고애란, 강혜원, 한혜원(1987), 성인남자의 연령 및 사회경제적 지위와 의복행동과의 상관연구, 대한가정학회지, 25(1), 1-10.
- 5) 김미영(1988), 의류상품유형별 평가기준에 관한 연구(Ⅱ), 대한가정학회지, Vol.26, No.3, 1-12.
- 6) 김병미(1975), 청소년의 의복행동에 관한 연구, 대한가정학회지, Vol.13, No.3, 31-45.
- 7) 김찬주(1991), 의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(Ⅱ), 한국의류학회지 16(1), 73-83.
- 8) 박광희(1983), 여고생들의 의복행동과 성격특성과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사 학위논문.
- 9) 박정은(1989), 남자대학생의 의복구매행동에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 10) 박혜선(1991), 의복에 대한 의미미분척도의 개발에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사 학위논문.
- 11) 윤진(1985), 성인 노인 심리학, 서울 : 중앙적성출판사.
- 12) 이경순, 강혜원(1982), 성인남자의 자아개념과 의복행위와의 상관연구, 한국의류학회지 6(1) 1-8.
- 13) 이금실(1978), 의복의 신분상징성과 사회심리적 변인과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사 학위논문.
- 14) 김원옥(1984), 직업여성의 의복행동과 직업만족에 관한 분석적 연구, 연세대학교 대학원 석사 학위논문.
- 15) 홍선옥(1983), 성인남자의 의복행동과 사회적 내향성-외향성 성격과의 관계, 이화여자대학교 대

- 학원 석사학위논문.
- 16) Adames, A.E.(1972), Clothing Acceptance for the Self and for Others and Adherence to Selected Clothing Norms as Related to Selected Aspects of Personality in a Sample of Black College Males, Unpublished Doctoral Dissertation, The Penn State Univ.
  - 17) Chowdhary, Usha(1989), Fashion Information Seeking by Younger and Older Consumers, Clothing & Textile Research Journal, 8, 48-55.
  - 18) Form, W.H. & Stone, G.P.(1957), Urbanism, Anonymity and Status Symbolism, American Journal of sociology, 62, 504-510.
  - 19) Hurlock, E.B.(1978), Developmental Psychology 4th ed. New Dehli : Tata McGraw-hill Pub.Co.
  - 20) Kahng, H(1971), Clothing Interests and Clothing Aspirations Associated with Selected Social-Psychological Factor for a Group of College Women in Korea, Unpublished Doctoral Dissertation, The Penn State Univ.
  - 21) Kiel, G.C. & Layton, R.A.(1981), Dimensions of Consumer Information Seeking Behavior, Journal of Marketing Research, Vol.18, 233-239.
  - 22) Koch, K.E.(1985), Dress-related Attitudes of Employed Women Differing Feminist Orientation and Work Status: Emphasis on Career Apparel, Unpublished Doctoral Dissertation, The Ohio State Univ.
  - 23) Midgley, D.F.(1982), Patterns of Interpersonal Information Seeking for the Purchase of a Symbolic Product, Journal of Marketing Research, Vol.10, 74-83.
  - 24) Rogers, E.M. & Shoemaker, F.(1971), Communication Innovation, N.Y.: Free Press.
  - 25) Sproles, G.B.(1986), Fashion: Consumer Behavior toward Dress, 송용섭, 정혜영 역, 서울 법문사, 218.
  - 26) Srivastava, R.K.(1981), Usage-Situational Influences on Perceptions of Product Markets: Response Homogeneity and Its Implications for Consumer research, Advances in Consumer research, 7, 644-649.
  - 27) Stemm, F.A.(1980), Clothing Attitudes and Evaluative Criteria Used by Employment Women Differing in Feminine Role Orientation and Work Orientation: Emphasis on the Single Again Adult, Unpublished Doctoral Dissertation, Ohio State Univ.