

수입의류와 국산의류에 대한 소비자의식 연구

-서울지역 대학생을 중심으로-

건국대학교 생활문화대학 의상학과
대학원 박정원
건국대학교 생활문화대학 의상학과
교수 이인자

目次

I. 서론	IV. 결론 및 제언
II. 이론적 배경	참고문헌
III. 연구방법 및 절차	ABSTRACT
IV. 결과 및 고찰	

I. 서론

최근 국내패션시장의 의류수출은 갈수록 격감하고 수입의류는 기하급수적으로 증가하는 잘못된 무역구조가 더욱 심화되고 있는 실정이다. 88년 이후 95년까지 7년간의 의류수출은 연평균 4.3%씩 줄어들어 기간중 30%가 감소된 반면 의류수입은 1,394%라는 놀라운 증가율을 나타내고 있다.¹⁾

한국 의류산업협회 집계에 따르면 96년 10월말 현재 외국산 의류수입이 총 12억 2백만달러로 작년 동기대비 40.7%증가했으며, 연말까지는 14억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다.²⁾

1980년대에는 수입의류라는 개념이 프랑스, 이탈리아, 미국 등의 선진국으로부터 들여온, 세계적으로 상표인지도가 있는 값이 비싼 고급 의류로 한정되었었다. 그러나 최근의 국가별 수입규모를 보면 중국-이탈리아-홍콩-미국-일본-프랑스의 순으로, 고가품은 이태리에서 중간가격대는 개빈, 포유, 에스쁘리, 에너지, 지오다노와 같은

홍콩상표가 대량 수입되어 마켓셰어를 넓혀가고 있고, 특정브랜드가 없는 저가품은 중국 등에서 많은 양이 수입되고 있음을 알 수 있다.³⁾

95년말 현재 국내시장에서의 수입의류상표는 세계 50개국의 405개이고, 96년에 이미 도입되었거나 도입예정인 상표는 최소 74개 이상으로 파악되고 있으며,⁴⁾ 96년 8월 현재 영 캐주얼을 제외한 순수 여성복 수입상표는 170개에 이르고 있다.⁵⁾

처음에 보따리장사로 시작하여 중소기업체가 중심이었던 의류수입은 엘지패션, 코오롱, 삼성물산 등 대형업체들의 공격적인 시장참여로 빠르게 확대되고 있으며, 지금과 같은 추세라면 향후 5년 이내에 내수시장 전체의 절반이상을 수입의류가 점할 것이라는 조심스런 우려도 나오고 있다.

이와같이 오늘날의 수입의류는 수많은 상품으로 다양한 가격대를 형성하면서 국내 패션시장을 빠른 속도로 잠식하고 있다고 생각된다.

또한 수입독점권이 폐지되고 수입병행제가 도입된 95년 후반기부터 수입의류의 유통에 있어서도 많은 변화가 일어나고 있는데, 수입의류에도

아웃렛개념의 가격파괴가 이루어져, 세계적인 브랜드들을 30~40% 할인된 가격으로 판매하는 명품할인유통점도 생겨났다.⁶⁾ 또한 남대문시장안에 위치한 수입의류전문취급점 “유로마르셰”는 지방상권까지 파고들기위해 지방대리점을 모집하였고, 동대문시장의 여성복도매센터인 “글래머2000”도 다양한 수입상표를 집결시켜 차별화를 꾀하고 있다.⁷⁾ 나아가 의류 유통의 핵심이라고 할 수 있는 백화점들이 국산의류매장을 축소하고 수입의류매장을 앞다투어 확대시켜나가면서 고급화와 차별화를 강조하고 있다.

이와 같은 수입의류의 급격한 증가로 재정경제원은 수입모피와 남녀의류에 대해 1997년에 한시적으로 조정관세 (조정관세 : 수입이 늘어나 국내시장을 교란시킬 우려가 있는 품목에 대해 100%까지 탄력적으로 관세를 물리는 제도)를 적용하여 각각 20%와 13%의 관세를 적용하겠다는 발표를 하기에 이르렀다.⁸⁾

이상 살펴본 국내 수입의류 시장현황은 양적 질적으로 급격한 확대추세이고, 고가, 증가, 저가의 폭넓은 가격대를 형성하며, 백화점이나 패션전문점, 수입의류전문점은 물론이고 남대문시장이나 동대문시장에서도 손쉽게 구입할 수 있게 되었다고 정리할 수 있다.

이러한 상황에서 국내소비자들이 수입의류에 대한 품질이나 가격의 장단점을 정확히 파악하고 있는지 아니면 수입의류라는 인식 하나로 구매가 확산되고 있는지를 연구한다는 것은 매우 의의있는 일이라고 생각된다.

본 연구는 남, 여대학생을 대상으로 현재 그들이 즐겨 입는 외출복으로써의 수입의류상표에 대한 품질지각, 가격지각, 사회심리적 지각에 대한 평가를 분석하여 그들의 수입의류에 대한 소비자 의식을 파악함으로써 소비자들에게 수입의류에 대한 올바른 평가와 수입의류업자에게도 그 정보를 제공함을 목적으로 한다.

1. 수입의류에 대한 선행연구고찰

미국의 패션산업에 있어서도 의류와 직물의 수입이 크게 늘고 있고 특히 수입의류의 증가율이 더욱 두드러지고 있다. 미국의 수입의류는 극동지방의 빅4로 불리는 한국, 홍콩, 대만, 중국에서의 수입비중이 가장 높고 유럽을 포함한 선진국으로부터의 물량은 미약하다. 특히 1980년대 미국과 중국의 교류가 활발해지면서 중국으로부터 거대한 물량이 수입되고 있다.⁹⁾

수입의류의 비중을 가격적인 면에서 살펴보면, 60년대초에는 전체의류구성비중 4%, 80년은 16%, 90년은 26%로 증가하였다. 이러한 구조적 현상으로 미국에서도 이후 수입의류시장에 대한 연구 발표가 활발히 이루어지고 있다.¹⁰⁾

Dickerson (1982)은 30대 이상의 성인남녀를 대상으로 미국내의 수입의류와 미국산의류에 대한 선호도를 조사한 결과, 미국산의류의 품질이 더 좋고 잘 맞아 좋아하는 것으로 나타났다. 응답자의 5%내외 만이 수입의류가 좋다고 하였는데 이는 선진국의 유명상표에 대한 호감도로 평가하였다. 그러나 제조국 평가에 있어서는 소비자들이 실제 구매를 함에 있어 제조국에 대한 영향을 거의 받지 않는 것으로 나타났다.¹¹⁾

Sternquist, Davis(1986)는 품질과 가격의 지각에 있어 상점과 제조국이 영향을 미치는가에 대한 연구에서 한국산스웨터와 미국산스웨터를 이용하였는데, 구매시 상점의 유명도는 유의하였으나 제조국은 유의하지 않았다. 그러나 모든 경우에 있어서 소비자들은 미국산스웨터의 품질이 우수하고 고가인 것으로 평가하였다.¹²⁾

Soyeon, Morris, Morgon(1989)은 미국대학생들의 수입의류와 미국산의류에 대한 태도를 조사한 결과 전반적으로 미국산의류가 품질, 내구성, 좋고 몸에 잘맞아 더욱 좋아하는 것으로 나타났다. 그러나 소비자들은 미국산의류가 모든 요소에서 우수하다고 인식하나, 실제 구매에 있어서는 제조국의 영향이 크게 좌우되지 않는 것으로 나타

II. 이론적 배경

났다.¹³⁾

반면 어패럴바이어들을 대상으로한 조사결과는 다르게 나타났다.

Sternquist, Tolbert(1989)는 어패럴바이어들을 대상으로 조사한 결과 가격기준으로 비교시 미국산보다 수입의류의 품질이 더 우수하다고 평가하였다.¹⁴⁾ Rogers, Lutz(1990)의 연구에서는 리테일바이어들의 여성용스포츠웨어 구매시 사용하는 품질지표중 스타일, 의복구성, 브랜드네임, 가격순으로 중요하고 제조국지표는 가장 중요하지 않은 것으로 나타났다.¹⁵⁾

앞에서 고찰한 바와 같이 미국에서의 수입의류에 관한 연구는 주로 품질, 가격, 상점, 제조국, 잘 맞는 정도 등에 관한 내용을 중심으로 이루어지고 있다고 정리할 수 있다.

반면 우리나라의 경우 일반적인 수입상품에 대한 연구는 1980년대에 들어와서 조금씩 연구되기 시작하였다. 초기에는 완제품수입상품이 아닌 기술제품상품에 대한 연구로써, 연구대상품목도 대중적으로 널리 구매되고 있는 스포츠화나 가방에 대한 중고등학생을 대상으로한 선호도조사가 중심이었다(임헌문(1986)¹⁶⁾; 장준수(1987)¹⁷⁾; 서정호(1989).¹⁸⁾

의류에 있어서도 1980년대초부터 시작하여 1990년대에 들어와 많은 연구가 이뤄지고 있다.

김문숙(1982)은 서울거주 여성의 외국상표인지도 및 선호도에 관한 연구를 실시하였는데 연령이 높을수록 인지도 및 선호도가 높은 것으로 나타났으며,¹⁹⁾ 박혜원(1990)은 직수입의류를 구매하는 이유로써 품질적인 측면과 고급스러운 이미지측면, 유명상표에 대한 신뢰감때문에 구매동기가 매우 높게 작용하는 것으로 설명하였다.²⁰⁾

이유리(1994)의 연구결과에서는 소비자들이 수입상표를 선호하는 이유로 상표유명도의 영향을 가장 많이 받고, 그 다음이 가격 속성으로 소비자들은 수입상표가 비싸다고 생각하더라도 이 고가라는 부정적 속성이 선호를 격감시키지는 않는 것으로 나타났으며,²¹⁾ 고에란(1994)은 캘빈클라인,

게스 등의 외국 디자이너 상표의 청바지를 구입할 의도가 높은 사람은 낮은 사람에 비해 외국상표가 색상, 디자인이 좋고 잘 어울리고 날씬해보인다는 신념을 가졌다고 하였다.²²⁾

김미숙과 김태연(1996)이 외국상표의 정장의류에 대한 구매행동을 연구한 결과 외국상표 구매경험자가 외국상표 정장의류를 구매할 때 스타일과 색채를 가장 고려하며, 가격에 대한 만족도는 낮고 품질에 대한 만족도는 높은 것으로 설명하였다.²³⁾

최근에 들어서는 미국에서와 같이 제조국에 대한 소비자 인식도조사가 활발히 진행되고 있다.

박찬욱(1993)은 해외시장에서의 한국상품평가에 대한 연구에서 미국대학생이 개발도상국중 한국직물류의 수준을 5개국중 5위로(Graedeke, 1973), 캐나다의 일반소비자는 한국의류제품을 15개국중 15위로(Kaynak, Cavasgil, 1983)평가하였음을 인용하고 특정국가에서 생산된 상품의 품질에 대한 소비자들의 의식정형화가 엄연히 존재하고 있으며 이는 시간의 흐름에 따라 다소 변화한다고 정리하였다.²⁴⁾

최명규(1994)는 제품평가에 있어서의 제조국효과는 제품과 제조국의 이미지일치여부, 소비자의 자기민족 중심주의, 그리고 제품관여도의 영향을 받는다고 밝혔다. 즉 경제적 기술적으로 덜 발전된 개발도상국가에서 제조된 의류제품에 대하여는 일반적으로 품질은 떨어지지만 가격은 싸다라는 인식을 한다고 설명하였다.²⁵⁾

전경숙(1996)의 미국산 청바지에 대한 소비자 태도분석 결과에서는 청바지 구매시 가장 중요한 단서로 품질, 가격, 상표명 순으로 나타났고 제조국은 가장 낮은 단서로 평가되었다.²⁶⁾

유혜경(1996)은 상표와 원산지가 소비자의 의류제품평가에 미치는 영향에 관한 연구결과, 상표와 원산지는 소비자의 제품태도, 제품평가와 구매의도에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.²⁷⁾

이상 한국과 미국에서의 수입의류에 대한 연구

를 살펴본 결과 수입의류라는 인식에 양국소비자들의 의식차이가 큰 것으로 나타났다. 즉 미국소비자는 자기국가중심주의경향이 강하여 미국산의류를 수입의류보다 전반적으로 우수하다고 평가하였다. 또한 수입의류의 비중도가 극동지방에 치우쳐 있기 때문에 제품과 제조국의 이미지일치에 따라서 수입의류는 품질이 낮고 값싼 제품으로 인식하는 경향이 두드러진다. 반면 한국의 소비자들은 수입의류가 품질이 좋고 고급스런 이미지를 주는 유명상표라는 인식을 하여 국산의류보다 선호하는 것으로 나타났다.

2. 수입의류에 대한 소비자 선호요인 고찰

이상 살펴본 선행연구를 토대로 국내소비자들이 수입의류를 평가함에 있어 국산의류보다 우수하다고 생각하여 수입의류를 선호하게 되는 주요 요인들은 다음과 같다.

우리나라 소비자들은 수입의류가 전반적인 품질에 있어 국산의류보다 우수하다고 평가하였다. 전반적인 품질에는 디자인과 스타일, 소재와 색상, 몸에 잘맞는 정도, 바느질 및 부속품 등이 모두 포함된다고 볼 수 있는데, 특히 디자인과 색상 면에서 국산제품보다 우수하다고 평가하였다(박혜원(1990), 고애란(1994)).

가격에 있어서는 수입의류의 가격이 전반적으로 비싸다고 평가하여 가격에 대한 만족도는 낮게 나타났으나, 비싸다라는 부정적 속성과 상대적으로 비싼 옷을 입었다는 만족감을 주는 긍정적 속성이 동시에 작용하여 수입의류를 선호하는 요인으로 지적될 수 있다(이유리(1994), 김미숙, 김태연(1996)).

또한 국내소비자들이 수입의류를 선호하는 이유로 사회 심리적 영향이 크다고 할 수 있다. 특히 값비싼 수입의류를 착용했을 시 소비자들은 자신감과 여유, 유명상표라는 것에서 얻을 수 있는 만족감과 신뢰감을 갖을 수 있기 때문에 수입의류를 선호한다고 하겠다(이유리(1994)).

그의 옷을 만든 제조국 즉 원산지에 대한 중요성은 소비자들의 제품평가와 구매의도에 별 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다.

결론적으로 우리나라 소비자들은 수입의류를 평가함에 있어 품질지각, 가격지각, 사회심리적지각의 세가지 측면을 중요한 평가요인으로 생각한다고 볼 수 있는데, 수입의류가 전반적으로 값은 비싸지만 품질이 우수하고 유명상표라는 심리적 만족감을 주기 때문에 선호한다고 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구는 남, 여대학생을 대상으로 첫째 현재 이들이 즐겨 입는 외출복으로써의 수입의류상표에 대한 품질지각, 가격지각, 사회심리적 지각에 대한 평가차이를 분석하고, 둘째 평가결과를 토대로 응답자들을 수입의류 선호집단과 비선호집단으로 구분하여 집단간에 의복에 대한 소비자의식의 차이가 있는가를 규명하는 것이다.

그리하여 남녀대학생들이 외출복으로 선호하는 수입의류브랜드를 국산의류브랜드와 비교 평가토록하여 수입의류선호집단과 비선호집단으로 구분하였는데, 평가기준은 선행연구의 선호도조사에 있어 가장 많이 지적된 품질지각, 가격지각, 사회심리적지각의 세가지요인으로 하였다.

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 수입의류 선호집단과 비선호집단간에 품질지각, 가격지각, 사회심리적 지각의 평가에서 차이가 있는가를 규명한다.

연구문제 2 : 수입의류 선호집단과 비선호집단간에 상표인지도, 의복관여도, 옷에 의한 대인지각, 주변환경, 구매장소 등의 소비자특성에서 차이가 있는가를 규명한다.

연구문제 3 : 수입의류선호집단과 비선호집단간에 인구통계적특성에서 차이가 있는가를 규명한다.

2. 조사대상

본 연구는 조사대상을 서울지역 대학생으로 한정하여 조사가능한 대상으로 서울대학교와 건국대학교에 재학중인 학생중 인문자연계열과 예능계열로 구분하여 250명을 선정 조사하였다.

전공과의 연관성을 배제하기 위하여 계열에 상관없이 의상(의류)관련학과 학생들은 조사대상에서 제외시켰다.

3. 측정도구

본 연구는 설문지를 사용하였는데, 수입의류 선호집단과 비선호집단을 구분하기위한 문항은 선행연구에서 수입의류와 국내의류의 선호도조사에 있어 가장 많이 지적된 품질지각, 가격지각, 사회심리적 지각을 각 5문항씩 15문항으로 만들어 5점 리커트척도로 조사하였다.

선행연구에서 국내상표를 외국상표를 잘 구분하지 못한다는 결과가 나왔으므로, 비슷한 가격과 동일한 타켓을 대상으로 하는 국내 및 수입의류상표를 대학생들의 예비조사를 토대로 아래와 같이 각각 6개씩 선정하여 제시해 주었다.

국내상표 : 톰보이, 씨씨클럽, 메이플, 시스템, EnC, 빈폴

외국상표 : 스테파넬, 베네통, 에스쁘리, 시슬리, 나이스클럽, 폴로

수입의류 선호집단과 비선호집단의 의복에 대

한 소비자의식에 관한 문항은 선행연구에서 가장 많이 지적된 요소들 즉 상표식별 및 선호도, 의복관여도, 옷에 의한 대인지각, 구매장소, 주변환경 등의 항목으로 나누어 총 25문항 5점 리커트척도로 측정하였다.

기타 인구통계학적 비교를 위하여 응답자의 성별, 연령, 전공, 가계총수입, 한달용돈을 묻는 총 5문항으로 구성하였다.

본 연구에 사용된 질문지의 각 문항별 신뢰도 검증결과 신뢰도계수가 0.6이하로 나타난 문항 2개는 통계처리시 제외시켰으며, 측정도구의 신뢰도는 (표 1)과 같다.

4. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 예비조사를 실시한 후 설문지를 보완하여 본 조사를 실시하였다.

본 조사는 1996년 11월 4일부터 11월 30일까지 총250부의 설문지를 배부하여 246부가 회수되었으나 응답의 성실성을 고려하여 최종적으로 자료 분석에 사용된 설문지는 225부였다.

전혀 그렇지않다(1점)-아주 그렇다(5점)로 평점하였는데 그저 그렇다에 응답자들이 집중되어 2.61이상은 수입의류 선호집단으로, 2.39이하는 비선호집단으로 구분하고, 집단 구분의 차별화를 명확히 하기 위하여 그저그렇다고 응답한 범위중 2.4부터 2.6이하까지의 응답자는 집단간 비교시의 통계처리에서 제외하였다.

<표 1> 질문지문항에 대한 신뢰도 검증결과

문 항 구 분	신뢰도계수
[질문지1] 수입의류선호, 비선호 집단구분문항	
품질지각(5문항)	alpha= .7225
가격지각(4문항)	alpha= .6023
사회심리적지각(5문항)	alpha= .7664
[질문지2] 수입의류선호, 비선호집단간 의복에 대한 소비자의식 비교문항	
상표식별 및 선호도(5문항)	alpha= .6741
의복관여도(5문항)	alpha= .8611
대인지각(5문항)	alpha= .7957
구매장소(4문항)	alpha= .6282
주변환경(5문항)	alpha= .6835

자료분석은 SAS패키지를 사용하였는데, 모든 문항에 대하여 빈도와 백분율을 구하였고 선호 비 선호 집단간 비교를 위해서는 분산분석과 t-테스트, 교차분석 등을 이용하였다.

반적인 품질은 우수하나 가격은 다소 비싸며, 사회심리적 만족감에 있어서는 중간입장을 취한다고 볼 수 있다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보기위해 분석한 인구통계적 요소들에 대한 분포를 성별로 분류하여 비교한 결과, 전체조사자중 남학생보다 여학생의 구성비가 훨씬 높았고, 가계총월수입에서는 200~300만원미만과 한달용돈에서는 20~30만원미만의 응답자가 가장 많은 것으로 나타났다(표 2).

<표 2> 조사대상자의 일반적 특성

구 분	N (%)		
	남	여	전체
	60(26.67)	165(73.33)	225(100)
연령 만 20세이하	23(20.54)	89(79.46)	112(49.78)
21세이상	37(32.74)	76(67.26)	113(50.22)
전공 인문, 자연계열	34(31.78)	73(68.22)	107(47.56)
예능계열	26(22.03)	92(77.97)	118(52.44)
수입 200만원미만	25(33.33)	50(66.67)	75(33.33)
200~300만원미만	22(25.00)	66(75.00)	88(39.11)
300만원이상	13(20.97)	49(29.70)	62(27.56)
용돈 20만원미만	17(20.00)	68(80.00)	85(37.77)
20~30만원미만	21(21.65)	76(78.35)	97(43.11)
30만원이상	22(51.16)	21(48.84)	43(19.11)

2. 수입의류에 대한 전체응답자의 평가결과

수입의류에 대한 전체응답자 225명의 종합적인 평가결과는, 품질지각측면에서 가장 좋게, 가격지각측면에서는 다소 부정적으로 나타났다(표 3). 즉 대학생들은 수입의류를 국산의류와 비교시 전

한 차이가 있는 것으로 나타났다(표 4).

수입의류선호집단은 국산의류와 비교하여 수입의류의 전반적인 품질(디자인, 스타일, 소재, 칼라, 바느질 및 부속품등)이 우수하다고 평가하였고, 가격에 있어서는 두집단 모두 국산의류보다 비싸다고 평가하였으나 수입의류선호집단의 경우 가격은 문제시되지 않으며 오히려 국산의류보다 값이 싼 경우도 있다고 평가하였다. 특히 사회심리적요인에서 두 집단간의 차이가 가장 크게 나타났는데, 수입의류 선호집단은 수입의류를 입으면 자신감과 여유, 유명상표착용에 따른 만족감, 또

<표 3> 수입의류에 대한 전체응답자의 평가결과

문항연구	M	SD	비고
품질지각	3.06	0.58	N=225
가거지각	2.49	0.58	
사회심리지각	2.74	0.71	

〈표 4〉 수입의류에 대한 선호, 비선호집단간 평가결과비교

문항유형	선호집단 145(73.98)		비선호집단 51(26.02)		t값
	M	SD	M	SD	
품질지각(5문항)	3.32	0.45	2.47	0.47	-11.3498***
가격지각(4문항)	2.72	0.50	2.00	0.47	- 8.8991***
사회심리적지각(5문항)	3.08	0.53	1.93	0.50	-13.4057***

***=p.<.001

〈표 5〉 수입의류선호, 비선호집단간 의복에 대한 소비자의식비교

문항유형	선호집단 145(73.98)		비선호집단 51(26.02)		t값
	M	SD	M	SD	
상표식별 및 선호도(5문항)	3.39	0.50	2.72	0.60	-7.8028***
의복관여도(5문항)	3.79	0.66	3.23	0.73	-4.9836***
대인지각(5문항)	3.79	0.56	3.38	0.65	-4.3159***
구매장소(4문항)	2.92	0.54	2.50	0.65	-4.5003***
주변환경(5문항)	2.53	0.67	2.10	0.59	-4.0237***

***=p.<.001

래집단의 시선을 받을 수 있어 좋다고 평가하였다.

수입의류선호집단은 수입의류에 대하여 품질에 대한 만족도-사회심리적 만족도-가격만족도의 순으로평가하는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 직수입의류를 구매하는 이유로 품질과 고급스런 이미지 측면이 높게 작용한다는 박혜원(1990)의 연구결과와 소비자들이 국의 상표를 선호하는 이유로 상표유명도의 영향을 많이 받고 가격속성의 경우 외국상표가 비싸다고 생각하더라도 고가라는 부정적 속성이 선호를 격감시키지는 않는다는 이유리(1994)의 연구결과를 지지해준다.

수입의류선호집단은 비선호집단과 비교시 수입의류를 입을으로써 사회심리적 만족을 크게 느낀다고 볼 수 있으며, 제시해준 수입상표와 국산상표들의 가격이 비슷했음에도 불구하고 두집단 모두 수입의류는 가격이 비싸다는 고정관념이 아직까지는 지배적임을 알 수 있었다.

3. 수입의류선호, 비선호집단간 의복에 대한 소비자의식비교

수입의류를 선호하는 집단과 비선호하는 집단 사이의 의복에 대한 소비자의식차이를 알아보기 위하여 t-테스트를 실시한 결과, 두집단간에는 상표식별력 및 선호도, 의복관여도, 대인지각, 구매장소, 주변환경에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 즉 수입의류선호집단은 상표를 중요하게 생각하고 의복에 대한 관심도가 높으며, 대인지각에 있어 옷의 역할에 비중을 두고 의복이외의 외제상품에 대한 접촉빈도와 친밀도가 높으며 백화점이나 패션전문점에서의 의복구매율이 높은 것으로 나타났다(표 5).

이와 같은 결과는 상표식별력과 의복관여도가 높은 상표애착집단은 외국상표를 선호한다는 이유리(1994)의 연구와 외국상표정장의류 구매경험자는 백화점이나 유명상표대리점에서 의류를 구입한다는 김미숙, 김태연(1996)의 결과와도 일치

한다.

옷에 관심이 많고 인상형성시 의복의 영향을 많이 받는다고 생각하는 수입의류선호집단은 타인에게 보여지는 것을 중시하므로 상표에 대한 애착이 강하고 결과적으로 외국상표에 대한 긍정적인 고정관념을 갖게 되어 수입의류선호경향이 높게 나타난다고 볼 수 있다.

4. 수입의류선호, 비선호집단간 인구통계적 차이 비교

수입의류의 선호, 비선호집단간 인구통계적 특성을 비교하기 위하여 교차분석을 실시한 결과 성별과 전공, 용돈에서 상호 관련성이 있는 것으로, 연령과 가계수입에서는 상호 독립적인 것으로 나타났다(표 6). 성별구분에 있어서는 여학생들의 수입의류선호도가 높았으나 남학생들의 선호도도 높은 편이었으며, 전공에서는 예능계열의 학생들이 수입의류를 훨씬 선호하는 것으로 나타났다.

용돈에서는 액수가 가장 높은 30만원이상의 지출집단에서 수입의류를 가장 선호하는 것으로 조사되었다.

이러한 결과는 소득이 높은 자가 직수입외국상표기성복을 구매해본 경험이 많았다는 박혜원

(1990)의 결과와 의복비지출이 높은 집단에서 외국상표 구매경험이 높아진다는 김미숙, 김태연(1996)의 연구결과와 유사했다.

남학생들의 의류에 대한 관심증가와 더불어 수입의류에 대한 선호도가 높아졌다고 볼 수 있고, 가계총수입과는 별개로 학생들의 과외지도 등을 통한 용돈마련으로 한달용돈이 많은 집단일수록 수입의류를 선호한다고 볼 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 급격히 증가추세에 있는 수입의류의 문제점을 인식하여, 남녀대학생을 대상으로 국산의류와 비교하여 수입의류상표에 대한 품질지각, 가격지각, 사회심리적지각에 대한 평가를 알아보고, 평가점수를 기준으로 피험자들을 수입의류선호집단과 비선호집단으로 구분하여 의복에 대한 집단간 소비자의식차이를 비교 연구하였는데, 그 결과는 다음과 같았다.

1) 집단구분을 위한 품질지각, 가격지각, 사회심리적지각에 대한 평가를 비교한 결과 세가지요인 모두에서 수입의류선호집단의 평균값이 높게 나타났고 집단간에 유의한 차이가 있었다. 수입의

<표 6> 수입의류선호, 비선호집단간 인구통계적 특성비교

구 분	선호집단 145(73.98)	비선호집단 51(26.02)	전체집단 196(100)	χ^2
성별 남	33(63.46)	19(36.54)	52(26.53)	4.068*
여	122(77.78)	32(22.22)	144(73.47)	
연령 만 20세이하	72(75.00)	24(25.00)	96(48.98)	0.102
만 21세이상	73(73.00)	27(27.00)	100(51.02)	
전공 인문, 자연계열	55(61.80)	34(38.20)	89(45.41)	12.568***
예능계열	90(84.11)	17(15.89)	107(54.59)	
월소득 200만원미만	42(66.67)	21(33.33)	63(32.14)	5.908*
200~300만원미만	59(79.73)	15(20.27)	74(37.76)	
300만원이상	44(74.58)	15(25.42)	59(30.10)	
용돈 20만원미만	48(65.75)	25(34.25)	73(37.24)	
30만원미만	64(75.29)	21(24.71)	85(43.37)	
30만원이상	33(86.84)	5(13.16)	38(19.39)	

*=p.<.05 ***=p.<.001

류선호집단의 경우 선호요인은 품질만족도-사회심리적만족도-가격만족도 순으로 나타났다. 특히 수입의류선호집단은 수입의류를 입음으로써 심리적, 과시적만족감을 비선호집단에 비하여 상대적으로 아주 높게 느꼈으며, 제시해준 수입의류상표와 국산의류상표들의 가격이 비슷했음에도 불구하고 수입의류는 가격이 비싸다는 인식을 소비자들이 갖고 있었다.

2) 의복태도에 대한 집단간 차이를 비교 연구한 결과 수입의류선호집단의 상표선호도 및 식별력, 의복관여도, 의복을 통한 대인지각의 평균값이 모두 높게 나타났고, 응답자의 주변환경과 구매장소도 비선호집단과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 수입의류선호집단은 상표를 중요하게 생각하고 상표애착이 강하며 대인지각에 있어서도 옷의 역할에 비중을 두고 의복이외의 외제상품에 대한 접촉빈도와 친밀도가 높으며, 의류구매시 백화점이나 패션전문점에서 구매를 선호하는 것으로 나타났다. 타인에게 보여지는 것을 중시하는 집단은 유명상표에 대한 애착이 강하고 그 결과 외국상표에 대한 긍정적인 고정관념을 갖게 되어 수입의류선호경향이 높게 나타난다고 할 수 있다.

3) 인구통계적 요인에 따른 집단간 차이 비교결과 여학생과 특히 예능계열의 학생들이 수입의류를 더욱선호하는 것으로 분석되었다. 또한 한달용돈 액수가 클수록 수입의류를 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 의류에 대한 전반적인 관심의 증가로 남학생들의 수입의류선호도도 비교적 높게 나타났으며, 학생들 스스로의 용돈조달로 수입의류에 대한 구매가 더욱 높아질것을 예측할 수 있다.

이상과 같은 결과는 미국대학생을 대상으로한 연구결과와 상반되는 것으로, 미국의 수입의류는 제조국 중심으로 볼 때 중국을 포함한 개발도상국으로부터 들어오기때문에 미국산의류를 수입의류와 비교시 전반적으로 우수하다고 평가한 반면, 한국의 대학생들은 수입의류란 품질이 좋고 고급스런 이미지를 주는 유명상표라는 인식이 강하여

국산의류보다 오히려 선호하는 것을 알 수 있었다.

본 연구의 제한점은 서울에 거주하는 한정된 대학생만을 대상으로 하여 수입의류와 국내의류에 대한 소비자의식을 비교한 것이므로 본 연구의 결과를 확대 해석하는데는 신중을 기해야 할 것이다.

나아가 수입의류에 대한 폭넓고 깊이있는 다양한 연구가 요구되어지고 있는 이때, 동일가격대에서의 수입의류와 국산의류에 대한 소비자 평가연구, 연령대별로 나타나는 수입의류에 대한 소비자의식차이연구등 후속연구가 활발히 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- (1) 국제섬유신문, 1996, 12, 2
- (2) 의류산업, 1997, 1월호
- (3) 국제섬유신문, 1996, 7, 1
- (4) 조선일보, 1996. 7. 15
- (5) 섬유저널, 1996. 8월호, 102-
- (6) 국제섬유신문, 1996. 7. 22
- (7) 국제섬유신문, 1996, 7, 29
- (8) 조선일보, 1996, 12, 6
- (9) Shelton L. & Dickerson K.(1989), "Gloval Textile Trade", Journal of Home Economics, Winter, 46-52
- (10) Chadwick S. & Dardis R.(1993), "Demand for Apparel Imports in the United States", Home Economics Research Journal, 22(2), 156-179
- (11) Dickerson K.(1982), "Imported Versus S.-Produced Apparel", Home Economics Research Journal, 10(3), 241-252
- (12) Sternquist B. & Davis B.(1986), "Store Status and Country of Origin as Information Cues", Home Economics Research Journal, 15(2), 124-131
- (13) Shim S., Morris N., Morgan G.(1989), "Attitude Toqard Imported and Domestic

Apparel Among College Students”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(4), 8-18

(14) Sternquist B., Tolbert S., Davis B.(1989), “Imported Apparel”, *Clothing and Textiles Research Journal*, (4), 35-40

(15) Roger J., Lutz S.(1990), “Quality Indicators Used by Retail Buyers in the Purchase of Women’s Sportswear”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(1), 11-17

(16) 임현문(1986), 우리나라 소비자들의 외국상표 구매의도에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문

(17) 장준수(1987), 남중고생의 외국 유명상표 선호도에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문

(18) 서정호(1989), 우리나라 소비자들의 상표구매회의도에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문

(19) 김문숙(1982), 서울거주여성의 외국상표인지도 및 선호도에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사 학위논문

(20) 박혜원(1990), 외국상표기성복의 구매실태에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문

(21) 이유리(1994), 의류제품에 대한 소비자의 상품지향성, 서울대학교 대학원 석사학위논문

(22) 고애란(1994), 국내 및 외국상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구 이미지 및 의복태도의 차이연구, *한국의류학회지*, 18(2), 263-272

(23) 김미숙, 김태연(1996), 국외상표의 정장의류에 대한 구매행동연구, *한국의류학회지*, 20(3), 481-492

(24) 박찬욱(1993), 해외시장에서의 한국상품평가에 관한 연구, *소비자학연구*, 4(1), 93-103

(25) 최명규(1994), 제품평가에 있어서의 제조국 효과에 영향을 미치는 변수에 관한 연구, 소

비자학연구, 5(2), 17-32

(26) 전경숙(1996), 미국산 청바지구매에 관한 소비자 태도분석, *복식*, 28호, 225-237

(27) 유혜경(1996), 상표와 원산지가 소비자의 의류제품평가에 미치는 영향에 관한 연구, *한국의류학회지*, 20(3), 538-549

ABSTRACT

A Study of Consumer’s Consciousness on Imported Apparel and Domestic Apparel —Centering around College Students of Seoul area—

In light of the problem of imported apparel that tends to increase rapidly, this study was intended to inquire into the assessment of male and female college students about the brands of imported apparel relative to domestic apparel based on quality perception, price perception and social psychological perception. And it is concerned with making a comparative study of the difference in consumer’s consciousness of clothing between subjects by dividing them into the group of preference for imported apparel the group of non-preference for it on the basis of their ratings.

As a consequence the following study results were obtained.

1) As a result of comparing college students’ ratings for quality perception, price perception and social psychological perception of imported apparel, all three factors were shown to have the high average value in case of the group of preference for imported apparel and to have a significant difference between groups.

2) As a consequence of making a comparative study of the difference in the clothing at-

titude between groups, the group of preference for imported apparel showed the high average value about brand preference and identification, clothing involvement, and interpersonal perception through clothing and to have a significant difference with the group of preference for imported apparel in terms of the peripheral environment and the place of purchase.

3) As a result of making a comparison of the difference in demographic factors between groups, it was analyzed that female college students, especially college women in the departments of art and physical education had

the higher preference for imported apparel. And it was shown that they had the higher preference for imported apparel the greater amount of pocket money they had.

Broader and deeper studies are required to be made about imported apparel in a multifaceted way.

Therefore, follow-on studies will have to be actively conducted such as a study of consumer's evaluation about imported apparel and domestic apparel charged at the same range of prices and a study of the difference on consumer's consciousness of imported apparel found over the age span of consumers.