

라이프 스타일과 의복구매행동과의 관계 연구

대구대학교 의상디자인학과
교수 이부련

目 次

I. 서 론	V. 결 론
II. 이론적 배경	참고문헌
III. 연구방법 및 절차	ABSTRACT
IV. 결 과	

I. 서 론

소비자의 라이프스타일은 가치관, 태도 등 소비자의 주관적 요인에 의해서 형성되지만 이들 요인은 직업, 성별, 나이, 소득, 학력 등 개인 특성 변인들과도 상호관련이 있는 것으로 인식되고 있다. 더욱이 현대사회가 삶의 질의 향상을 추구하게 되면서 자기만을 표출하려는 개별화·차별화 의식과 표현적이면서 물질적 추구가 일반화된 현대인의 소비문화는 합리적인 기능성과 그들이 중요시하는 개성이 적절히 혼합된 질적변화를 추구하고 있어서 이러한 의식은 다양한 라이프스타일을 유도하게 되는데 이러한 라이프스타일은 서로 다른 구매 의욕과 필요조건을 가진 구매자를 식별하는 과정인 시장세분화의 한 기초로서 소비자를 분리시키고 이에 소구하는 마케팅 전략을 전개하는데 중요한 역할을 한다.¹⁾

한편 기업이 보다 효과적인 마케팅믹스(marketing mix) 개발을 위하여 전체 시장을 상품에 대한 욕구가 비슷한 유사한 특성을 가진 동질적

부분 시장으로 나누는 과정을 시장세분화 (market segmentation)라 한다.²⁾ 라이프스타일을 이러한 시장세분화와 직결시킨 구체적 방안인 라이프스타일 세분화는 소비자지향적인 것으로 소비자를 광범위한 행동, 흥미, 의견에 기초한 독특한 생활양식에 의해 특징지어서 서로 다른 특성의 라이프스타일 유형으로 분류한 것이다.³⁾ 특히 의류산업은 시장세분화 산업⁴⁾으로 타산업에 비하여 시장예측이 까다로워 재고 물량에 대한 위험부담이 큰 산업이므로 소비자의 라이프스타일을 보다 구체적으로 세분화해 보는 것은 소비자의 욕구 지향을 파악하는데 도움이 될 것으로 기대된다.

라이프스타일의 개념이 소비자 행동 연구에 도입된 것은 1963년 미국 마케팅 학회⁵⁾가 그 효시라 하겠으며 우리나라의 의류학 분야에서는 1980년대 이후부터 의복행동과 접목되어 아동, 여대생, 신세대, 노년층 등을 대상으로하여 라이프스타일과 의복행동에 관한 연구^{6~11)}가 진행되고 있다. 그러나 아직 동일한 라이프스타일 일지라도 지향정도에 따른 제품의 구매행동연구는 부족한 편이다.

* 이 논문은 1997년도 대구대학교 학술연구비 지원에 의해서 연구됨

이에 본 연구에서는 소비의 주체가 되는 30~40대 여성을 대상으로 라이프스타일을 유출하여 유형화하고, 유형화된 각각의 라이프스타일의 지향 정도에 따른 의복구매행동을 알아보고자 한다.

1. 연구문제

본 연구에서 설정한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 30~40대 여성들의 라이프스타일의 유형을 분류한다.

둘째, 30~40대 여성들의 의복구매행동의 유형을 분류한다.

셋째, 라이프스타일의 지향 정도와 의복구매 행동 간의 관계를 밝힌다.

2. 용어정의

1) 라이프스타일

개인이나 집단에 의해 빈번하게 행해지는 역할과 활동의 패턴 및 사생활 방식.

2) 라이프스타일 하위변인

- 소비지향형 : 의복이나 제품구입시 고가의 상품에 노력, 시간 및 경제적 부담을 느끼지 않는 형.
- 경제지향형 : 가정의 재정관리를 수·지·균형에 맞추어 계획성있는 구입·지출을 하는 형.
- 성취지향형 : 능력에 대한 신념이 확고하고 중심적역할에 자신감이 있는 형.
- 가족지향형 : 가정내에서의 역할에 전통적인 견해를 가지고 있으며 역할의 근거를 가정과 가족에 두는 형.
- 보수지향형 : 규범을 준수하고 생활상이 규칙과 질서가 바탕이 되는 형.

II. 이론적 배경

1. 라이프 스타일의 개념

라이프 스타일의 개념은 개인에 의해 빈번하게 행해지는 역할과 활동의 패턴으로 정의되나 Lazer¹²⁾는 라이프 스타일을 전체사회 또는 그 사회 일부 계층의 특징적인 생활 양식이며 이는 다른 문화나 집단을 구별할 수 있게 해준다고 지적했으며 또한 사회계층, 생활주기, 가족의 영향을 받는다고 하였고, Levy¹³⁾는 개인적인 차원에서 라이프 스타일을, Moore¹⁴⁾는 가족 차원의 라이프 스타일에 중점을 두었다. 즉 라이프 스타일을 넓게는 사회 전체나 사회의 특정부분, 혹은 가족, 좁게는 개인에게 나타나는 특징적이고 차별적인 행동양식으로 환경적 요인과 개인적 요인의 복합적 작용에 의해서 이루어지는 것으로 정의하였다. Weber¹⁵⁾는 사회계층을 생산체제에 의한 경제적 관계(부르조아와 프로레타리아)만으로 이해 하는 것은 매우 불충분 하다고 해서 계층(class)이외에 신분집단(status group)이라는 개념을 제시했다. 이것은 재화의 소비양식, 직업, 양육과 교육패턴에 의해서 형성된 계층으로 생활태도, 생활양식, 인생관 등에 유사성이 있다는 관점에서 특정의 라이프 스타일(style of life or life style)을 공유하고 있다고 제안하였다.

그러나 Adler¹⁶⁾는 사회학적 관점에서 라이프 스타일 개념이 특정 집단이나 계층이 공유하는 생활양식 및 생활태도로 표현되는 집합적인 의미에 비해 개인적 행동에 초점을 두고 있다. 즉, 개인은 행위의 주체자로서 외부자극에 단순 반응자가 아니라 능동적이고, 목표 지향적인 자기 통일상을 가진 존재로 과거에 있어서 생활환경에의 대처경험, 혹은 생활과업의 독자적 해결 방법과 미래로 향한 목적지향적 노력중에서 개인의 동일성과 일관성을 찾아내어 그 전체를 라이프 스타일이라고 하였다.

한편 Duncan¹⁷⁾은 단순한 기호나 태도를 의미하는 Weber의 견해를 발전시켜 사회생활에 있어서

하나의 통합원리라는 것을 지적하고 이를 라이프 스타일로 해석해야 한다고 강조하였다. 즉, 라이프 스타일은 그것을 표현하는 행위자에 따라 주관적 의미를 가질뿐 아니라 그 스타일을 공유하고 있는 집단에 따라서 객관적 의미를 가지는 표현 또는 양식이라고 하였다. 이와같이 라이프 스타일은 개인이나 개인이 특정 집단에 속하므로써 그 집단이 지향하는 사고와 이념 등에 동조해야 하는 자의적인 규제력을 가지는 동시에 규범이며 또한 집단을 대변하는 상징적 의미를 내포하고 있다고 하겠다.

2. 라이프스타일과 의복구매행동

Sproles¹⁸⁾는 의복이 생활양식의 표현물로서 소비자의 생활양식에 영향을 받는다고 언급하였고, 이차옥¹⁹⁾은 우리나라 도시거주 가정 주부의 라이프 스타일에 관한 연구에서 유행 추구형이 옷에 대한 감각이나 개성화에 관심이 높았고 소극침체형과 보수알뜰형은 패션감각에 관심이 낮다고 밝혔다.

Cassil²⁰⁾은 생활양식과 의복평가 기준간의 관계를 사회적 모임에 착용하는 의복을 대상으로 하여 규명하였는데 낙관적인 사람은 자신감이 있고, 외모와 유행에 관심이 높았으며 미래 지향적인 사람과 소비지향적인 사람은 경제적 평가 기준은 중시하지 않는 것으로 밝혔다.

강이주²¹⁾는 생활양식과 소비「패턴」에 관한 연구에서 편의주의형은 피복비를 중요시 하였으며 생존유지형과 근면성실형은 피복비에 중요성을 두지 않음을 밝혔다.

김미영²²⁾은 주부들을 대상으로 하여 생활양식 유형과 의복평가 기준에 관한 연구에서 조사대상을 5개 유형으로 분류하고 각 유형의 의복평가 기준을 밝혔는데 성취추구형은 신분 상징성과 유행성이 높았고, 실용성과 경제성은 낮았으며 보수절약형과 소극침체형은 신분상 징성과 유행성이 가장 낮고 실용성과 경제성이 높게 나타났다. 추태

귀²³⁾는 노년층 여성의 생활양식에 따른 의복 행동 연구에서 응답자의 생활 양식을 5개 유형으로 분류하여 의복행동과 비교 분석해 본 결과 소극보수형과 침체독립형은 의복행동 전반에 관심이 낮았으며 쾌락추구형과 물질추구형은 옷차림을 가장 의식하는 집단으로 보았고 실리추구형은 의복행동에 있어서 관리성이 가장 높다고 밝혔다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 측정도구

본 연구를 위해 질문지법을 사용하였고 질문지의 구성은 라이프 스타일, 의복구매행동 및 연구대상자의 인구 통계적 문항 등 세 영역으로 구성하였다.

라이프 스타일 측정도구는 plummer²⁴⁾의 A.I. O. 법을 토대로 하고 선행연구^{25~26)}에서 사용한 문항과 연구자가 수정 보완한 문항 등 42개 문항으로 구성하였다. 의복구매행동에 관한 하위척도는 선행연구^{27~30)}의 문항을 보완하여 47문항으로 구성하였다.

질문지는 리커트(Likert) 5점 등간격척도(5 Interval Scale)로 매우 그렇다를 5점, 전혀 그렇지 않다를 1점으로 측정하였다.

2. 연구대상 및 조사절차

연구대상표본은 대구시내에 거주하고 가정의 소비 지출을 직접 담당할 것으로 추측되는 30대와 40대의 여성 700명을 대상으로 하였으며 표본 추출은 다단계 무선 표집방법을 사용하였다. 1996. 10. 7~ 1996. 10. 12일 사이에 80명을 대상으로 실시한 예비 조사에서 얻어진 자료를 근거로하여 본 연구의 질문지를 작성하고 완성된 질문지를 1997. 4. 21~1997. 4. 26일 사이에 배포 및 회수하였다. 회수된 자료중 잘못되거나 문항이 누락된 자료를

제외한 644명(92%)을 최종 연구 대상으로 하였다.

응답자의 분포는 30~35세 54명(8.4%), 36~39세 173명(26.9%), 40~45세 332명(51.5%), 46~49세 85명(13.2%)이었다. 학력은 중졸 59명(9.2%), 고졸 313명(48.6%), 전문대졸 52명(8.1%), 대졸 182명(28.1%), 대학원이상 38명(6.0%)이었다. 수입정도는 100만원미만 21명(3.2%), 100~150만원미만 123명(19.1%), 150~200만원미만 184명(28.5%), 200~250만원미만 141명(21.9%), 250~300만원미만 80명(12.4%), 300만원이상 96명(14.9)으로 분포되었다.

3. 분석방법

본 연구의 자료처리는 Spss Package를 이용하였다. 자료의 분석을 위해 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 산출하였고 요인분석, 신뢰도 및 연구문제를 분석하기 위해 다변인변량분석(MANOVA)을

실시하였으며, 종속변인인 의복구매행동의 각 하위 변인간에 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량 분석결과를 구체적으로 알아보기 위하여 각 하위 요인별로 단변인 변량 분석(ANOVA)을 실시하였다.

라이프스타일의 '고', '저'의 분류는 피험자의 평균 점수를 기준으로 하여 상위 50%는 '고', 하위 50%는 '저'로 구분하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 라이프스타일 유형 분석

라이프스타일의 유형을 분류하기 위하여 요인 분석을 실시한 결과는 <표-1>과 같다.

Cattell(1963)의 Scree-test를 이용하여 최적요인수를 알아본 결과 5개의 요인을 설정하였으며, 추출된 요인을 해석이 용이하도록 직교회전을 실

<표-1> 라이프 스타일의 직교회전 요인행렬표

문항	요인1 소비지향형	요인2 경제지향형	요인3 성취지향형	요인4 가족지향형	요인5 보수지향형	Communality
LS16	.7745	-.0700	.1483	-.0134	-.0130	.6176
LS11	.7439	.1687	-.0344	.0912	-.0647	.5858
LS10	.6784	.0019	.1509	-.0295	-.1501	.4943
LS1	.6709	-.0768	-.0059	.0098	.0122	.4539
LS30	.4606	.0351	-.0558	.3752	.1022	.3619
LS25	.3710	-.1192	.0721	.1293	.1109	.1804
LS2	-.2027	.6147	.1098	-.2094	.0289	.4625
LS9	-.2931	.4509	.0282	.1371	.0595	.3064
LS12	.1891	.6277	.0803	.1785	.0296	.4525
LS17	-.0691	.5177	.0583	.0816	.0571	.2751
LS24	-.1514	.6440	.1082	.1484	-.0094	.4617
LS26	-.2175	.5100	.0752	.0667	.0238	.3131
LS3	.1156	.2909	.6455	.1865	.1222	.5526
LS8	-.0924	.1367	.5063	.1377	.2353	.3448
LS18	.1846	-.0298	.6057	-.1068	.0231	.4032
LS13	-.0417	.1153	.6045	.0812	.1277	.3945
LS27	.0734	.1408	.6514	-.0618	-.0917	.4627
LS23	.2150	.1998	.5174	.1047	.0103	.3501

LS14	.2309	.1501	-.1103	.4501	.1381	.3099
LS7	.1028	.2869	-.0819	.5869	.1255	.4456
LS19	-.1456	-.1353	.2310	.4310	.1709	.3032
LS4	.0117	.0478	.2225	.5685	.2043	.4037
LS22	.0614	.2105	.1588	.5315	.2256	.3995
LS28	.0260	.2042	.1011	.5838	.2838	.4652
LS20	-.1204	-.1010	.0977	.1310	.6275	.4338
LS5	.0093	.0222	-.0637	-.1023	.6230	.4194
LS21	-.2644	.0837	-.0920	.2118	.6617	.5618
LS29	-.0200	.2379	.1327	.0884	.4549	.2791
LS6	-.0658	.2657	.0515	-.1344	.4751	.3115
LS15	.0862	.0375	.0628	-.3005	.4315	.2858
고 유 치	2.8957	2.4511	2.3419	2.1936	2.1846	12.0959
전체변량(%)	9.6523	8.1703	7.8063	7.3120	7.2820	40.2229
공통변량(%)	23.9474	20.2706	19.3675	18.1410	18.0666	

시한 후 내용상 관련이 없는 요인에 포함된 문항과 요인부하량이 낮은 문항은 제외시키고 최종적으로 사용된 문항은 30문항이었다.

각 요인의 문항을 검토한 후 라이프스타일의 요인1을 소비지향형(6문항), 요인2를 경제지향형(6문항), 요인3을 성취지향형(6문항), 요인4를 가족지향형(6문항) 그리고 요인5를 보수지향형(6문항)이라고 명명하였다.

5개 요인 중 소비지향형 요인이 전체변량의 9.6%를 차지하여 라이프스타일을 구성하고 있는 가장 중요한 요인이었으며, 경제지향형이 두 번째로 중요하였고 전체변량의 8.1%를 설명해 주었다. 5개 요인에 의한 전체변량의 설명력은 40.2%이었다.

또한 요인분석결과 추출된 라이프스타일의 5개 하위요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach α 값을 산출한 결과는 <표-2>와 같으며 5개 요인의 Cronbach α 값이 각각 .68~.83으로 만족할 만하였다.

2. 의복구매행동 유형 분석

의복구매행동의 유형을 분류하기 위하여 요인 분석을 실시한 결과는 <표-3>과 같다.

Scree-test를 이용하여 최적요인 수를 알아본 결과 6개의 요인구조가 가장 적합한 것으로 나타났다. 추출된 요인을 직교회전시킨 후에 최종적으로 사용된 문항은 36문항이었다. 6개 요인에 의한 전체변량에 대한 설명력은 35.6%로서 앞으로의 후속연구에서 의복구매행동에 관한 조사도구를 더 보완해 나가야 할 것으로 여겨진다.

요인분석 결과 추출된 의복구매행동의 6개 하위 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach α 값을 산출한 결과는 <표-4>와 같으며, 각 요인별 Cronbach α 값이 .65~.81로서 만족할 만하였다.

3. 라이프스타일 지향점도와 의복구매행동과의 관계

라이프스타일의 지향점도와 의복구매행동 간의 전반적인 관계를 알아보기 위하여 추출된 라이프스타일 5개 요인을 각각 평균점을 기준으로 '고', '저'로 나누어, 그에 따른 의복구매행동 6개 요인의 평균 및 표준편차를 산출한 결과는 <표-5>와 같다.

<표-5>에 의하면, 동질적인 라이프스타일 일지라도 지향점도에 따라 의복구매행동에 차이가 있

<표-2> 라이프스타일 각 하위요인별 문항 및 신뢰도

하위척도	문항 번호 및 내용	문항 제외시 평균	수정시 전체-문 항간상관	문항 제외시 신뢰도	신뢰도 Cronbach α
소비지향형	1 가끔 값비싼 물건(옷)을 구입한다(추)	17.78	.49	.67	.73
	10 나는 친구나 주위 동료들(이웃)보다 새로운 상품을 먼저 구입하는 편이다(추)	17.14	.49	.67	
	11 나는 쇼핑을 자주 하는 편이다(연)	17.32	.55	.65	
	16 나는 친구나 동료들 보다 유명 상표의 옷을 입는 편이다(연)	17.28	.63	.63	
	25 유명 상표나 외국 제품은 확실히 품질이 좋다(연)	17.70	.26	.74	
	30 쇼핑은 기분 전환에 매우 효력이 있다(연)	17.95	.31	.72	
경제지향형	2 필요한 물건은 계획을 세워서 구입한다(연)	12.85	.46	.69	.73
	9 물건을 살때는 주로 현금을 사용하는 편이다(연)	13.01	.44	.70	
	12 내 개인 용품은 내가 사야한다(추)	12.81	.46	.69	
	17 가정의 경제(수입 및 재산)관리는 내가 한다(연)	12.34	.42	.70	
	24 나는 쇼핑을 하기전에 구입할 물품들을 꼼꼼하게 적는다(추)	12.34	.54	.67	
	26 나는 작은 물건이라도 가격을 여러군데 비교해 본 후에 구입한다(추)	12.48	.48	.69	
성취지향형	3 생활에 여유가 있는 여성(주부)이라도 사회생활을 하는 것이 바람직하다고 생각한다(강)	13.33	.47	.66	.68
	8 사람은 권력, 돈, 명예보다 확고한 가치관을 가지는 것이 더 중요하다(강)	13.82	.53	.64	
	13 나는 어떤 어려운 문제라도 해결할 수 있는 능력이 있다고 믿는다(연)	13.12	.58	.63	
	18 나는 어떤 모임에서도 중심 역할을 하고 싶다(추)	12.55	.53	.64	
	23 나는 새롭고 색다른 일을 항상 시도해 보고자 한다(연)	12.58	.55	.64	
	27 나는 내 주위에 항상 사람이 많을수록 자신감을 가진다(연)	12.72	.50	.65	
가족지향형	4 나는 가족(남편 및 자녀)을 통해서도 성취감을 얻을 수 있다(추)	10.65	.51	.71	.75
	7 집안의 일은 가족들과 의논해서 해결한다(연)	10.99	.42	.73	
	14 남편도 때로는 주부(가족)을 도와 가사일을 분담해야 한다(연)	10.88	.52	.71	
	19 가정의 중요한 일은 가장이 해결해야 한다(강)	10.64	.37	.75	
	22 나는 내 가족과 관련된 일을 우선으로 처리한다(연)	11.03	.61	.69	
	28 건강한 가족구조성은 성공적인 사회생활을 유도한다(연)	11.37	.49	.72	
보수지향형	5 요즘 TV 드라마는 남, 녀의 부도덕한 내용이 너무 많이 나온다(연)	11.04	.21	.83	.83
	6 가정 생활에도 규칙과 질서는 있어야 한다(연)	11.37	.53	.80	
	15 TV광고가 충동구매나 소비를 조장한다(연)	10.69	.51	.81	
	20 요즘 젊은 세대들은 물자의 혜택을 너무 많이 누린다(추)	11.18	.58	.80	
	21 나는 외출하는 것 보다 집에서 조용히 내 시간을 갖는다(추)	10.31	.47	.81	
	29 나 자신이나 자녀들도 비교적 규칙적인 생활을 하는 편이다(연)	10.70	.70	.79	

〈표-3〉 의복구매행동의 직교회전 요인행렬표

문항	요인1 개성	요인2 편의성	요인3 경제성	요인4 과시성	요인5 예의성	요인6 실용성	Commun- ality
CB16	.6692	.0133	.0736	.1104	-.2453	-.0240	.4727
CB24	.6253	-.0270	.0396	.1346	.0331	.1074	.4135
CB8	.5558	-.1025	.1135	.1178	.0220	.2687	.4047
CB15	.4758	-.2907	.1632	.1593	.2519	.1034	.4256
CB4	.4414	-.0467	.0891	.2100	.0039	.1489	.2653
CB23	.4257	-.0291	.1774	.1644	.1292	-.0953	.2538
CB6	-.2581	.6467	-.1809	.1574	.0816	.1267	.5478
CB25	.0768	.5270	.2063	-.1436	.0004	.2369	.3878
CB28	.1471	.4912	.0049	-.1530	.1716	-.0569	.3136
CB5	.1204	.4793	-.0986	.1070	.0399	.1814	.2867
CB32	-.0159	.4262	.0636	.0747	.1124	-.1573	.2196
CB12	.1248	.3637	.1843	-.1263	.1177	-.1176	.2150
CB34	-.0484	.1173	.6395	-.0597	-.1492	-.0522	.4352
CB14	.0088	.1025	.6350	.1350	.0008	.1031	.4338
CB1	.1803	-.0333	.5523	.1074	.0708	.2323	.4036
CB13	.0615	.1308	.5157	.0984	.0115	.1388	.3057
CB36	.1198	.0839	.4245	.0134	-.0623	.3671	.3282
CB26	-.0692	.4090	.3516	-.0004	.2896	.0889	.3709
CB20	.1412	-.1888	-.0574	.6435	-.0153	-.0282	.4646
CB21	.2365	.0880	.0395	.6470	.1106	.0853	.4883
CB35	.1814	.0853	-.1032	.4814	-.1359	-.0184	.2962
CB27	.1288	-.1904	.2099	.4699	-.0134	.1091	.3122
CB30	.1864	.1304	-.1292	.4404	.0818	-.1453	.2833
CB7	.2264	.0001	-.0176	.4039	-.1979	-.3001	.3346
CB17	-.0020	-.0361	.0438	-.1039	.6413	-.2000	.4621
CB18	.1189	-.0829	-.0542	.0631	.5654	-.1772	.3671
CB11	.0221	.1997	-.0880	.1157	.4970	-.1091	.3051
CB10	.0433	.2020	.1096	-.0085	.4941	-.1299	.3061
CB33	.1317	.2299	.1245	-.1137	.4392	.0231	.2771
CB22	.0468	.1551	.0438	-.1273	.4250	.1991	.2526
CB31	-.0964	.1774	.1541	.0231	-.2466	.5475	.4091
CB2	-.1238	-.1090	.0208	.1220	.1661	.4920	.3049
CB3	-.1048	.2166	-.0352	-.1909	.0821	.4610	.3091
CB19	.0651	.1608	.1621	-.2081	-.0609	.4176	.2665
CB29	.1419	-.1675	.2233	-.1199	.1687	.4068	.2913
CB9	-.0288	-.1650	.1318	-.1219	.1132	.3938	.2215
고 유 치	2.1714	2.1622	2.0697	2.0492	2.0321	1.9506	12.4352
전체변량(%)	6.0317	6.0061	5.7492	5.6922	5.6447	5.4183	35.6259
공동변량(%)	17.4617	17.3877	16.6439	16.4790	16.3416	15.6861	

<표-4> 의복구매행동 각 하위요인별 문항 및 신뢰도

하위척도	문항 번호 및 내용	문항 제외시 평균	수정시 전체-문 항간상관	문항 제외시 신뢰도	신뢰도 Cronbach α
경제성	1 내가 갖고 있는 다른옷과 맞추어 입을 수 있나를 생각한다	11.82	.46	.75	.79
	13 정장류를 살때는 계획을 세운 후 선택한다	11.77	.44	.76	
	14 가장 믿을 만한 회사의 제품을 선택한다	11.29	.46	.75	
	26 유행에 관계없이 오래 입을 수 있나를 살펴본다	11.60	.42	.74	
	34 피복비를 최대한 규모있게 사용하려고 노력한다	11.84	.54	.71	
	36 옷의 가격만큼 품질이 좋은 것인지를 고려한다	12.04	.48	.74	
실용성	2 더러움이 쉬 타지 않는 색상의 옷을 산다	12.58	.51	.70	.74
	3 유행하는 옷이 아니더라도 입어서 편한 것이면 산다	13.24	.42	.72	
	9 좋고 비싼 옷 한 두벌 보다는 덜 좋더라도 여러벌의 옷을 산다	12.42	.52	.70	
	19 유명상표 보다는 옷의 질감을 먼저 본다	13.27	.37	.74	
	29 유행이 쉽게 바뀔수 있는 옷은 선택하지 않는다	13.00	.61	.69	
	31 옷의 모양보다는 질감이나 바느질이 튼튼한가를 살펴본다	12.93	.49	.71	
개성	4 내가 사려고 생각한 스타일은 여러 매장을 다녀서라도 찾아서 선택한다	15.33	.36	.59	.65
	8 나는 자신의 이미지나 특성을 나타낼 수 있는 옷을 구입한다	15.16	.42	.57	
	15 내가 입은 옷을 다른 사람이 입은 것을 보면 기분이 좋지 않다	15.15	.35	.60	
	16 색상이나 디자인이 독특한 옷을 선택한다	14.71	.44	.56	
	23 같은 가격의 정장용과 간편한 옷이 있을 때는 정장용을 선택한다	15.20	.16	.67	
	24 남들이 많이 입지 않는 옷을 선택한다	14.94	.45	.56	
예의성	10 눈에 잘 띄지 않는 옷으로 선택한다	14.99	.53	.68	.72
	11 밝은 색의 옷보다는 어두운 색의 옷을 선택한다	14.93	.42	.70	
	17 다른 사람의 눈에 띄는 옷을 입으면 불안하다	15.37	.57	.68	
	18 대담한 색상이나 디자인을 고를 자신이 없다	16.04	.38	.72	
	22 모양이 단순해도 나에게 어울리면 선택한다	14.93	.63	.67	
	33 몸에 꼭 끼는 옷은 선택하지 않는다	14.44	.40	.69	
편의성	5 니트류는 신축성이 좋아서 자주 입는 편이다	14.09	.51	.72	.76
	6 모양이나 색상 보다는 입어서 편안하면 그 옷을 선택한다	14.57	.42	.74	
	12 청바지는 활동하기가 편해서 즐겨 입는 편이다	14.53	.52	.72	
	25 손질이나 보관하기 등 관리하기가 편한가를 먼저 본다	15.11	.37	.76	
	28 다림질이 필요 없는 옷을 선택한다	14.61	.61	.71	
	32 계절과는 별 상관 없이 입을 수 있는 옷을 선택한다	14.41	.49	.73	
과시성	7 색다른 형태의 옷이라도 다른 사람의 시선을 끌수 있는 옷이라면 구입한다	16.38	.21	.81	.81
	20 한 벌을 사도 유명 상표나 유명 디자이너의 옷을 산다	16.66	.53	.79	
	21 내 자신의 신분이나 지위를 다른 사람에게 전달할 수 있는 옷을 입으려 노력한다	16.87	.51	.79	
	27 내 옷차림을 보고 동료나 친구들이 칭찬을 해줄때는 기분이 좋다	18.09	.58	.78	
	30 다른 사람에게 좋은 인상을 줄 수 있는 옷을 선택한다	16.38	.47	.79	
	35 눈에 잘 띄는 색상이나 모양의 옷을 잘 선택하는 편이다	16.96	.70	.77	

<표-5> 라이프스타일과 의복구매행동의 평균 및 표준편차

구 분	통계치	라이프스타일										
		소비지향		경제지향		성취지향		가족지향		보수지향		
		저	고	저	고	저	고	저	고	저	고	
의복 구매 행동	경제성	평균	13.69	14.33	13.07	14.82	13.43	14.65	13.32	14.60	13.26	14.65
		표준편차	2.78	2.85	2.53	2.83	2.71	2.83	2.73	2.80	2.77	2.75
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376
	실용성	평균	16.33	14.93	14.98	15.87	15.20	15.76	15.38	15.57	15.12	15.76
		표준편차	2.94	2.68	2.87	2.81	2.88	2.83	2.92	2.83	2.90	2.82
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376
	개성	평균	16.66	19.03	17.38	18.58	17.35	18.73	17.38	18.56	17.67	18.36
		표준편차	3.29	3.55	3.91	3.33	3.71	3.44	3.77	3.45	3.92	3.39
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376
	예의성	평균	18.08	18.19	18.08	18.20	18.10	18.18	18.15	18.14	18.20	18.10
		표준편차	2.25	2.22	2.36	2.13	2.21	2.24	2.31	2.17	2.51	2.00
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376
	편의성	평균	17.67	17.34	16.96	17.86	17.38	17.56	17.05	17.77	17.33	17.58
		표준편차	3.00	3.11	3.13	2.97	3.27	2.87	3.20	2.94	3.11	3.04
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376
	과시성	평균	18.94	21.14	20.28	20.23	19.74	20.72	19.97	20.45	20.51	20.07
		표준편차	2.58	2.23	2.67	2.57	2.89	2.23	2.63	2.58	2.74	2.50
		N	260	384	275	369	306	338	267	377	268	376

는 것으로 나타났다. 라이프스타일 5개 유형 모두에서 그 지향정도가 높을수록 의복구매행동 중 '개성'과 '경제성'을 중요시 하는 것으로 나타났으며, 또한 소비지향, 경제지향 및 성취지향 정도가 높고 보수지향 정도가 낮을 수록 '실용성', '예의성', '과시성'이 높았다.

따라서 라이프 스타일과 의복구매행동의 상호 관계를 보다 구체적으로 살펴보기 위하여 5개 유형의 라이프 스타일(소비지향형, 경제지향형, 성취지향형, 가족지향형, 보수지향형)을 독립변인으로 하고 6개 의복구매행동(경제성, 실용성, 개성, 예의성, 편의성, 과시성)을 종속변인으로 하여 다변인변량 분석을 실시하였다.

1) 소비지향형과 의복구매행동

소비지향정도에 따라 의복구매행동에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위하여 다변인변량 분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

<표-6>에서 볼 수 있는 바와 같이, 소비지향은 의복구매행동의 다변인 변량분석통계치가 Wilks 값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량 분석 결과를 구체적으로 알아보기 위해 의복 선택 행동의 각 하위요인 별로 단변인 변량분석을 실시한 결과는 <표 6-1>과 같다.

<표 6-1>에 의하면, 소비지향정도에 따라 의복구매행동 중 경제성, 실용성, 개성 그리고 과시성에서는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 예의성과 편의성에서는 차이가 없는 것

<표-6> 소비지향형에 따른 의복구매행동의 다변인 변량 분석 결과

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error. DF	Sig. of F
Pillais	.222	30.45	6.00	637.00	.000
Hotellings	.286	30.45	6.00	637.00	.000
Wilks	.777	30.45	6.00	637.00	.000
Roys	.222				

p<.05

<표 6-1> 소비지향형에 따른 의복구매행동의 단변인 변량분석결과

Variable	Hypoth.ss	Error.ss	Hypoth.MS	Error.MS	F	Sig.n of F
경제성	62.42	5133.99	62.42	7.99	7.80	.005
실용성	304.33	4992.65	304.33	7.77	39.13	.000
개성	867.75	7643.65	867.75	11.90	72.88	.000
예의성	2.03	3201.65	2.03	4.98	40	.523
편의성	16.54	6052.14	16.54	9.42	1.75	.185
과시성	754.53	3640.67	754.53	5.67	133.05	.000

p<.05

으로 나타났다.

즉, 소비지향이 높은 사람이 낮은 사람보다 의복구매행동에서 경제성, 개성 그리고 과시성이 더 높은 반면, 실용성에 있어서는 소비지향이 낮은 사람이 높은 사람보다 더 실용성을 추구하는 것으로 나타났다. 이는 경제적 절약보다는 과시적 소비를 하는 집단인 ‘쾌락추구형’이 다른 집단보다 의복의 심미성과 흥미성은 높으나 실용적인 측면인 관리성이 낮게 나타났음을 밝힌 추태귀³¹⁾의 연구결과와 부분적으로 일치한다.

2) 경제지향형과 의복구매행동

라이프스타일 요인 중 경제지향형과 의복구매행동 간에 통계적으로 유의한 관계가 있는지를 알아보기 위하여 다변인 변량분석을 실시한 결과는 <표-7>과 같다.

<표 7>에 의하면, 경제지향정도에 따라 의복구매행동의 다변인 변량분석통계치가 Wilks값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 의복구매 행동의 각 하위 요인별로 단변인 변량분석을 실시한 결과

는 <표 7-1>과 같다.

<표 7-1>에 나타난 바와같이, 경제지향정도에 따라 의복구매행동 요인 중 경제성, 실용성, 개성 그리고 편의성에서는 통계적으로 유의한 차이가 있었으나, 예의성과 과시성에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

즉, 경제지향이 높은 사람이 낮은 사람보다 의복구매시 경제성, 실용성, 개성 그리고 편의성을 더욱 추구하는 것으로 나타났으며, 예의성과 과시성에 있어서는 경제지향의 고저에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 20~30대 여성을 대상으로 한 연구에서 ‘실용주의형’집단은 계획성있는 구매를 하며 외관보다는 의복의 안락감을 중요시 여긴다고 지적한 박선미³²⁾의 결과와 비슷한 경향을 보여준다.

3) 성취지향형과 의복구매행동

성취지향정도에 따라 의복구매행동에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해 다변인 변량분석을 실시한 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8>에 의하면, 성취지향정도에 따라 의복구매행동의 다변인 변량분석통계치가 Wilks 값을

<표 7> 경제지향형에 따른 의복구매행동의 다변인 변량분석 결과

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error. DF	Sig. of F
Pillais	.118	14.27	6.00	637.00	.000
Hotllings	.134	14.27	6.00	637.00	.000
Wilks	.881	14.27	6.00	637.00	.000
Roys	.118				

p<.05

<표 7-1> 경제지향형에 따른 의복구매행동의 단변인 변량분석결과

Variable	Hypoth.ss	Error.ss	Hypoth.MS	Error.MS	F	Sign.of F
경제성	481.68	4714.74	481.68	7.34	65.58	.000
실용성	123.00	5173.98	123.00	8.05	15.26	.000
개성	226.51	8284.75	226.51	12.90	17.55	.000
예의성	2.28	3201.39	2.28	4.98	.45	.498
편의성	127.10	5941.58	127.10	9.25	13.73	.00
과시성	.41	4394.79	.41	6.84	.06	.805

p<.05

<표 8> 성취지향형에 따른 의복구매행동의 다변인 변량분석 결과

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error. DF	Sig. of F
Pillais	.089	10.38	6.00	637.00	.000
Hotllings	.097	10.38	6.00	637.00	.000
Wilks	.910	10.38	6.00	637.00	.000
Roys	.089				

p<.05

<표 8-1> 성취지향형에 따른 의복구매행동의 단변인 변량분석결과

Variable	Hypoth.ss	Error.ss	Hypoth.MS	Error.MS	F	Sign.of F
경제성	241.71	4955.24	241.17	7.71	31.24	.000
실용성	49.95	5247.02	49.95	8.17	6.11	.014
개성	304.88	8206.38	304.88	12.78	23.85	.000
예의성	.9	3202.69	.99	4.98	.19	.656
편의성	5.00	6063.69	5.00	9.44	.52	.467
과시성	153.23	4241.97	153.23	6.60	23.19	.000

p<.05

포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났으므로, 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 의복구매행동의 각 하위요인별로 단변인 변량분석을 실시한 결과는 <표 8-1>과 같다.

<표 8-1>에 나타난 바와 같이, 성취지향정도에 따라 의복구매행동 중 경제성, 실용성, 개성 그리고 과시성에서는 통계적으로 유의한 차이가 있는

것으로 나타났으나, 예의성과 편의성에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

즉, 성취지향이 높은 사람이 낮은 사람보다 의복구매행동 요인 중 경제성, 실용성, 개성 그리고 과시성이 더욱 높은 것으로 나타났다. 이는 20~50대 주부를 대상으로 한 연구에서 성취추구형이 신분상징성과 유행성이 높은 반면, 경제성과 실용성은 낮다고 한 김미영³³⁾의 연구결과와는 다소 차

〈표 9〉 가족지향형에 따른 의복구매행동의 다변인 변량분석 결과

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error. DF	Sig. of F
Pillais	.065	7.46	6.00	637.00	.000
Hotllings	.070	7.46	6.00	637.00	.000
Wilks	.934	7.46	6.00	637.00	.000
Roys	.065				

p<.05

〈표 9-1〉 가족지향형에 따른 의복구매행동의 단변인 변량분석결과

Variable	Hypoth.ss	Error.ss	Hypoth.MS	Error.MS	F	Sign.of F
경제성	258.22	4938.19	258.22	7.69	33.57	.000
실용성	5.47	5291.50	5.47	8.24	.66	.415
개 성	219.71	8291.55	219.71	12.91	17.01	.000
예의성	.01	3203.68	.01	4.99	.01	.966
편의성	81.25	5987.44	81.25	9.32	8.71	.003
과시성	36.78	4358.42	36.78	6.79	5.41	.020

p<.05

이를 보였는데, 이것은 연구대상이 다름으로써 나타난 결과로 사려된다.

4) 가족지향형과 의복구매행동

가족지향정도에 따라 의복구매행동에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위하여 다변인 변량분석을 실시한 결과는 〈표 9〉와 같다.

〈표 9〉에서 볼 수 있는 바와 같이, 가족지향정도에 따른 의복구매행동의 다변인 변량분석 통계치가 Wilks값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 의복에 대한 선택행동의 각 하위 요인별로 단변인 변량분석을 실시한 결과는 〈표 9-1〉과 같다.

〈표 9-1〉에 나타나 있는 바와 같이, 가족지향정도에 따라 경제성, 개성, 편의성, 과시성에서는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 실용성과 예의성에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

즉, 가족지향형은 의복구매행동 요인 중 경제성, 개성, 편의성 그리고 과시성이 높은 것으로 나타났다으며, 이는 가사참여도가 높고 가족과 많이

지내는 가정지향성 집단이 의복구매시 품질표시 확인비율이 높고, 품질을 중요시한다고 밝힌 임경복, 임숙자³¹⁾의 연구결과와 부분적으로 일치한다.

5) 보수지향형과 의복구매행동

보수지향정도에 따라 의복구매행동에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위하여 다변인 변량분석을 실시한 결과는 〈표 10〉과 같다.

〈표 10〉에서 보면, 전통. 보수지향정도에 따라 의복에 대한 선택행동의 다변인 변량분석 통계치가 Wilks값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인 변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 의복에 대한 선택행동의 각 하위요인별로 단변인 변량분석을 실시한 결과는 〈표 10-1〉과 같다.

〈표 10-1〉에 의하면, 보수지향정도에 따라 의복구매행동 중 경제성, 실용성, 개성, 과시성에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 예의성과 편의성에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

즉, 보수지향이 높은 사람이 낮은 사람보다 경제성, 실용성, 그리고 개성이 높으며, 과시성은 낮

<표 10> 보수지향형에 따른 의복구매행동의 다변인 변량분석 결과

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error. DF	Sig. of F
Pillais	.080	9.24	6.00	637.00	.000
Hotlings	.087	9.24	6.00	637.00	.000
Wilks	.919	9.24	6.00	637.00	.000
Roys	.080				

p<.05

<표 10-1> 보수지향형에 따른 의복구매행동의 단변인 변량분석결과

Variable	Hypoth.ss	Error.ss	Hypoth.MS	Error.MS	F	Sign.of F
경제성	300.87	4895.54	300.87	7.63	39.45	.000
실용성	63.59	5233.39	63.59	8.15	7.80	.005
개성	73.70	8437.56	73.70	13.14	5.60	.018
예의성	1.64	3202.04	1.64	4.98	.33	.566
편의성	9.31	6059.38	9.31	9.43	.98	.321
과시성	30.35	4364.85	30.35	6.79	4.46	.035

p<.05

은 것으로 나타났다. 이는 라이프스타일에 따른 의복행동분석에서 보수형은 비교적 의복행동 전반에 대한 관심이 낮고 경제적 절약성과 상관성이 높은 의복의 관리성에 관심이 높다고 한 추태귀³⁵⁾의 연구결과와 보수절약형은 실용성과 경제성이 높다고 한 김미영³⁶⁾의 연구결과와 비슷한 경향을 보여준다. 예의성과 편의성에 있어서는 보수지향의 고저에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구의 목적은 소비자들의 라이프 스타일 지향도와 의복 구매 행동 간의 관계를 규명하는 것이었다. 연구대상은 대구시내에 거주하는 30~40대 여성 644명이었으며, 1997. 4. 21~ 1997. 4. 26일 사이에 자료를 배포 및 회수하였다. 자료의 분석방법은 SPss Package를 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 요인분석, 신뢰도검증, 다변인 변량분석(MANOVA), 단변인변량분석(ANOVA)을 실시하였다. 주요한 연구 결과는 다음과 같다.

1. 연구대상자들의 라이프스타일은 소비지향형, 경제지향형, 성취지향형, 가족중심형, 보수지향형

의 5유형으로 분류되었으며, 의복구매행동은 개성, 편의성, 경제성, 과시성, 예의성, 실용성의 6개 유형으로 구분되었다.

2. 라이프스타일과 의복구매행동의 분석결과를 보면 ;

1) 동질적인 라이프 스타일 일지라도 지향 정도에 따라 모든 의복구매행동 요인에 있어서 차이가 있었으며, 라이프스타일 5유형 모두에서 지향 정도가 높은 '고'집단에서 경제성과 개성을 중요시하는 것으로 나타났다.

2) 소비지향형의 '고'집단은 의복구매행동 중 개성과 과시성이 매우 높은 반면 실용성은 '저'집단에서 높게 나타났다.

3) 경제지향형과 보수지향형을 제외한 소비지향형, 성취지향형, 가족지향형의 '고'집단에서 과시성이 높았고 보수지향형에서는 '저'집단에서 과시성이 높았다.

4) 의복구매행동 요인 중 실용성은 소비지향형과 가족중심형을 제외한 경제지향형, 성취 지향형, 보수지향형의 '고' 집단에서 높은 관심을 보였다. 그러나 소비지향형에서는 '저' 집단에서 실용성이 높게 나타났다.

5) 라이프스타일의 5유형과 의복구매행동의 전

반적인 상호관계를 보면 경제성, 개성에 가장 관심이 높았고, 다음으로 실용성과 과시성이었으며 편의성은 부분적으로 관심을 가졌으나 예의성은 라이프 스타일 5유형 모두가 ‘고’, ‘저’에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.

이러한 현상은 오늘날 차별화를 지향하는 사회 환경적 요인과 패션상품에 대한 선정적인 광고가 30~40대 여성들의 사고를 변화시키고 있음을 알 수 있었다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 본 연구에서는 30~40대 여성만을 연구대상으로 하였기에 본 결과의 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것이며, 앞으로 소비생활에 관여하는 연령대를 확대하여 비교 분석해 볼 필요가 있겠다. 또한 같은 연령대의 남성과도 비교 연구해 볼 후속 연구가 이루어져야 한다고 생각된다.

참고문헌

- 1) 임경복, 임숙자. 라이프스타일에 따른 의복구매 행동에 관한 연구. 한국의류학회지. 1993. Vol 17. No. 3, pp.359-366.
- 2) 정혜영, 여대생의 패션 라이프 스타일에 따른 의복구매행동. 한국복식학회. 25호. 1995. pp. 201-213.
- 3) Plummer, J.T. (1974) The Concept and Application of Life Style Segmentation, J. of Marketing, 38(1), p.33-37.
- 4) 이부련, 안병기. 패션마케팅. 대구, 형실출판사. 1996. p.59.
- 5) 이은실, 이명희. 노년기여성의 라이프스타일과 의복관여에 관한 연구. 한국복식학회. 25호. 1995. pp.233-247.
- 6) 김미영, 이은영. 생활양식유형과 의복평가 기준에 관한 연구. 한국의류학회지. Vol. 16. No. 1. 1992.
- 7) 임경복, 임숙자. 상계논문.
- 8) 추태기. 노년층 여성들의 생활양식에 따른 의복 행동. 경북대학교 대학원 박사학위논문. 1994.
- 9) 김미경, 이선제. 신세대의 의생활양식과 의복선택행동에 관한 연구. 한국복식학회 24호 1995.
- 10) 정혜영. 여대생의 라이프스타일에 따른 자아 개념, 쇼핑성향, 상점애고에 관한 연구. 한국복식학회. 25호. 1995. pp.201-213.
- 11) 유진경, 김문숙. 패션 라이프스타일이 유아복 구매에 미치는 영향. 한국의류학회지. Vol. 21. No1. 1997. pp.82-92.
- 12) Lazer, W. (1963) Life Style Concept = Marketing, ed. by Greyser, S.A., Chicago : AMA, p.132. 추태기, 노년층 여성들의 라이프 스타일 유형에 따른 의복행동, 경북대학교 대학원 박사학위논문. 1994. p.11에서 재인용.
- 13) Levy, S.J. (1963) Symbolism and Life Style, Toward Scientific Marketing, ed. by Greyser, S.A., Chicago : AMA, pp.140-145.
- 14) Moore, D.G. (1963) Life Style in Mobile Suburbia, Toward Scientific Marketing, ed. By Greyser, S.A., Chicago : AMA, 151-163. 추태기, 노년층 여성들의 라이프 스타일 유형에 따른 의복행동, 경북대학교 대학원 박사학위논문, 1994. p.11
- 15) Marx Weber, ed. = trans. by G. Roth = C. Wittich, Economy and. Society,(3 vols.) Bedwinster Press, N.Y. 1968, Vol. 1, pp. 305-306. 이차욱. 우리나라 도시거주 가정주부의 라이프 스타일에 관한 실증적연구. 고려대학교 대학원 박사학위 논문. 1983. p.13에서 재인용
- 16) Alfred Adler, ed. by H.L. Ansbacher, The science of Living, Anchor Book, Doubleday = Co., N.Y. , 1969, pp.38-47 김은수, 도시 주부의 라이프 스타일 유형과 식품 구매 행동과의 관계, 동아대학교 대학원 석

- 사학위논문, 1991, p.7
- 17) H.D. Duncan, Symbols and Social Theory, Oxford Univ. Press, N.Y., 1969, pp.32-35.
- 18) Sproles, G.B, (1979). Fashion-Consumer Behavior toward Dress, Minneapolis, Minnesota : Burgess publishing Co, 31, (1979)
- 19) 이차옥. 우리나라 도시 거주 주부의 라이프스타일에 관한 실증적 연구, 고려대학교 대학원 박사학위논문, 1983.
- 20) Cassil, N.L., Apparel selection criteria related to female Consumers~ lifestyle, C.T. R.J., 6(1), 20-28, 1987.
- 21) 강이주. 생활양식과 소비「패턴」에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문. 1989
- 22) 김미영, 이은영. 생활양식 유형과 의복평가 기준에 관한 연구. 한국의류학회. Vol 16. No. 1 1992.
- 23) 추태귀. 상계논문
- 24) Plummer, J.T. 상계논문
- 25) 추태귀. 상계논문
- 26) 강이주. 상계논문
- 27) 박은주. 의복선택 기준에 관한 요인 구조 분석. 대한가정학회지, 22(1). 9~16, 1984
- 28) 박은주. 의복선택 기준에 관한 측정지 개발의 기초 연구(Ⅰ). 동아대학교 논문집, 22, 1985. pp.293-302.
- 29) 박은주. 의복선택 기준에 관한 측정지 개발의 기초 연구(Ⅱ). 대한가정학회지, 25(4). 1987. pp.33-45.
- 30) 이부련. 상표충성도와 의복선택행동 및 정보원천 사용과의 관계에 관한 연구. 효성카톨릭대학교 대학원 박사학위논문. 1993
- 31) 추태귀. 상계논문.
- 32) 박선미. 의생활양식과 생활양식의 분석을 통한 의복시장세분화에 관한 연구-서울 시내 20~30대여성을 중심으로-. 숙명여자대학교

대학원 석사학위논문. 1988.

- 33) 김미영, 이은영. 상계논문
- 34) 임경복, 임숙자. 상계논문
- 35) 추태귀. 상계논문
- 36) 김미영, 이은영. 상계논문

ABSTRACT

A Study on the Relationship between Lifestyles and Clothing Purchasing Behavior

The purpose of this study was to identify the relationship between lifestyles and clothing purchasing behavior.

The questionnaire was administered to 644 females aged 30~40 in Taegu during April 21 to April 26 of 1997. Data was analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, factor analysis, reliability test, MANOVA, and ANOVA by using SPSS package.

1. The lifestyles of the respondents were classified into five types such as consumption-oriented, economics-oriented, achievement-oriented, family-oriented, and conservative-oriented type. And clothing purchasing behavior was classified into six categories such as individuality, convenience, economy, ostentation, decorums, and practicality.

2. The results of lifestyle and clothing purchasing behavior analysis were as follows :

1) All of five positive groups of consumption · economics · achievement · family and conservative-oriented type had an inclination for economy and individuality. And some differences were found according to the consumers, interest even in the same lifestyle.

2) The positive groups of consumption-orient-

ted type thought much of individuality and ostentation but on the other hand the passive group thought much of practicality.

3) The positive groups of consumption-oriented, and family-oriented types except economics-oriented and conservative-oriented types took up a strong attitude toward ostentation, and ostentation was found in passive group of the conservative-oriented type.

4) The positive group of economics-oriented, achievement-oriented and conservative-oriented types except consumption-oriented and family-oriented types had great concern

for practicality in the case of clothing purchasing behavior.

But also the passive group of conservative-oriented type had an inclination for practicality.

5) Generally five types of lifestyles and clothing purchasing behavior showed that all types had the greatest concern for economy and individuality, and common for practicality and ostentation.

And all of five types had partial concern for convenience and showed no differences for decors.