

의류 임대시 위험지각, 만족도 및 임대 의도

김 용 숙

전북대학교 의류학전공 교수

Perceived Risk, Satisfaction, and Intention on Rental Clothing

Yong-Sook Kim

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Jeonbuk Nat'l University
(2003. 3. 28 투고)

ABSTRACT

The purposes of this study were to identify the factors of perceived risk, satisfaction, and intention on rental clothing. The subjects were 767 adults residing in Jeonbuk province. The research was made from February 20 to March 19, 2003. For data analysis, frequencies, percentages, mean, and standard deviations were calculated. Also, factor analysis and stepwise multiple-regression analysis were done.

The results were as follows:

1. Approximately half of the respondents had experiences of rental clothing, and the most frequent items were wedding dress, degree gown, performance dress, and sports wear in descending order.
2. The factors of perceived risk of rental clothing were divided into lost, appropriateness, and damage, and total variance was 62.51%. The perceived risk about damage of rental clothing was the highest, and lost was the lowest.
3. The factors of rental clothing satisfaction were divided into appearances, store status, function, and fitness, and total variance was 59.96%. The satisfaction of function of rental clothing was the highest, and the store status was the lowest.
4. The intention on rental clothing was high in case of higher interest in rental clothing, higher educational level, more experiences in rental clothing, lower perceived risk of damage on the rental clothing, and younger person, and these variables explained 54.00% of the intention on rental clothing.

Key words: rental clothing(임대의류), perceived risk(위험지각),
rental clothing satisfaction(임대의류 만족도), intention on rental clothing(의류 임대 의도)

I. 서론

후기 산업화에 접어들면서 소비자의 제품 사용에 대한 개념이 변화하고 있다. 과거의 영구적 소유를 통한 사용이라는 개념에서 벗어나 필요에 따라 임대하여 사용하는 기회가 늘어나고 있으며, 소비자 의식도 변화하여 고가나 일회성 제품의 경우 임대 전문회사 또는 타인으로부터 임대하여 사용하는 경향을 볼 수 있다. 이는 소비자들이 생활 속의 풍요, 정신적 성숙, 그리고 시간적 여유를 추구하면서 생활의 질적 만족을 충족시키는 사용으로 가치 논리를 전환하고 있기 때문이다¹⁾²⁾³⁾. 구체적으로 오늘날 소비자들은 제품 선택시 가격, 품질, 용도, 실질성 등과 같은 제품의 기본 가치를 중요시하고 있으며, 가격 파괴 할인점이 호황을 누리는 현상도 대표적인 예이다.

의류 임대는 의생활 합리화를 위하여 이미 1860년대 영국에서부터 시작되었으며, 결혼 예복과 같은 의식용 의류를 중심으로 서서히 확산되었다. 제2차 세계대전 이후 미국을 중심으로 합리적이고 실리를 추구하는 소비생활의 여파로 임대산업은 크게 성장하였다⁴⁾. 특히 의류 제품의 경우 가격에 대한 품질을 나타내는 가치마케팅 측면에서 볼 때 1회 착용비용이 높은 고가이나 착용 횟수가 적은 의류를 구입한 경우 자원을 경제적으로 활용하지 못한 것으로 판단된다⁵⁾. 또 의류는 일단 소유된 후 시간이 지나면 유행이 뒤떨어져 입을 수 없게 되어 옷장에 사장되는 경우가 허다하므로 의류임대를 사용할 필요가 있다. 이와 같은 요구에 부응하여 의류를 임대해 주는 전문 인터넷 사이트⁶⁾⁷⁾⁸⁾도 등장하였으며, 이는 본격적으로 의류임대업이 활성화되고 있음을 암시해 주고 있다.

그러나 임대업의 특성인 불특정 대다수를 대상으로 일정기간 임대 후 반환되는 과정에서 발생할 수 있는 문제점의 해결방안이나 규제를 위한 관련 법규가 충분히 제정되어 있지 않아 앞으로 분쟁의 여지가 크다. 또 임대주택이나 자동차와 같은 일부 제품에 관한 소비자행동 연구가 이루어지고 있으나 의류 제품의 임대에 관한 연구는 전혀 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이에 본 연구에서는 소비자들의 의류 임대 현황, 의류 임대시 위험지각 및 만족도 요인을

파악하여 관련업자들에게 마케팅 자료 및 의류임대업 활성화를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 문헌고찰

1. 임대

임대란 본래 토지나 선박과 같은 어떤 자산을 소유자가 일정기간 동안 사용료를 받기로 하고 타인에게 그 자산의 사용 및 수익권을 주는 것을 의미하였다. 그러나 임대는 점차 그 의미가 변화하여 각종 동산을 포함하며, 임대업을 주업으로 하는 개인이나 회사가 사용료를 받고 일정기간 동안 빌려 주는 것을 뜻하게 되었다. 즉 임대회사에서는 물건을 미리 구입하여 보유하고 있다가 고객의 요구에 따라 일정기간 빌려주는 것을 의미한다. 불특정 대다수의 이용자가 두루 빌려 사용할 수 있는 물건을 구입하여 비치하기 때문에 임대 품목의 종류가 제한되며, 주요 임대 대상에는 주택, 자동차, 컴퓨터, 복사기, 카메라, 중기, 계측기, 의류 등이 포함된다.

임대는 렌트(rent)와 리스(lease)로 구분된다. 불특정 이용자를 대상으로 계약기간이 수일 또는 수주간으로 1년 이내로 이루어지는 경우 렌트라 한다. 이에 반하여 리스는 특정 이용자에게 특정 물건을 임대해 주기 때문에 대상 품목의 범위가 더 넓고 계약기간은 1년 이상인 경우가 많다. 임대 물건 이용자는 일시에 거액의 자금을 투자하지 않아도 되고 언제나 필요할 경우에 최신 기계나 설비를 사용할 수 있으며, 세계 혜택을 볼 수 있어 구입하여 사용하는 것보다 더 경제적이다. 또 자신의 생활양식에 맞는 물건을 필요에 따라 편리하게 사용할 수 있고, 같은 물건이라도 여러 브랜드로 다양하게 사용해 볼 수 있으며 싫증나면 바로 교체할 수 있기 때문에 임대산업은 제2차 세계대전 이후 미국을 중심으로 크게 확대 및 발전하였다⁹⁾¹⁰⁾.

임대업은 경제적 불황기일수록 호황을 누리는 사업이다. 최근 몇 년 사이에 인터넷을 통하여 물건을 임대할 수 있는 사이트가 많이 등장하여 이용자들은 편리하게 안방에서 필요로 하는 물건을 필요한 시기

에 빌려 사용할 수 있게 되었다. 그리고 이들 임대전문 사이트는 불황에도 불구하고 사이버 방문객들로부터 많은 수익을 올리고 있어, 올해는 작년의 2배 이상 매출을 올릴 것으로 기대된다¹¹⁾.

의류임대란 의복 및 관련 제품을 공급하는 업체로부터 일정기간 빌려 사용하고 그 사용료를 지불하는 것을 말한다. 의류임대는 1860년 영국에서부터 시작되었으며, 의생활 합리화라는 발상에서 비롯되었다. 우리나라에서의 의류임대업은 결혼복부터 시작되었으며 그 범위가 점차 넓어지고 있다¹²⁾. 인터넷 의류임대업체중 하나인 (주)리피아닷컴에서는 ‘바늘부터 항공기까지 소유가 아닌 공유의 시대’라는 슬로건을 걸고 결혼 예복, 공연복, 행사복, 파티복, 돌복 등과 같이 고가이거나 일회 사용하는 의류를 중심으로 준비해 두고 임대해 주고 있다. 인터넷을 통하여 의류를 임대할 경우 일단 회원으로 가입하여 연회비를 납부하여야 하며, 반납시에는 세탁료와 배송비를 임대자가 내고 만일 분실한 경우 임대자는 보상하도록 규정하고 있다¹³⁾.

이상과 같이 의류임대 산업이 활성화되어 가고 있으나, 이 과정에서 문제가 발생했을 때 해결할 수 있는 관련 법규가 없이 임대업체에서 제정한 규정에 의하여 거래가 이루어지고 있다. 또 이 규정은 업체마다 달라 소비자 불만과 분쟁을 일으킬 가능성이 크다. 또 의류임대에 관한 관련 연구도 전무하여 소비자 반응을 파악하기 어려운 실정이다.

2. 위험지각

소비자는 자신의 행동 결과에 대하여 잘 알지 못할 때 위험을 지각한다. Cox 와 Rich¹⁴⁾는 위험지각이 일어나는 상황으로 자신의 구매 목적을 정확히 알지 못하는 경우, 어떤 선택이 구매 목적에 일치되어 만족할 수 있을지 정확히 모르는 경우, 구매에 의하여 자신의 목적을 달성하는데 실패할 경우, 어떤 불리한 결과를 초래할 것인지 정확히 모를 경우 등을 설정하였다. 위험지각의 유형에는 돈이나 시간의 관점에서 가치에 미치지 못할 것이라는 재무적 위험, 제품이 기대한 만큼의 성과를 가져다 주지 못할 것이라는 기능적 위험, 제품을 잘못 선택하여 신변에 손상을 가져 올 것이라는 신변 위험, 그리고 제품 선택이 자아에 손상을 가

져 올 것이라는 심리적 위험 등이 있다¹⁵⁾.

의류상품에 대한 위험 지각 연구는 1980년대 이후부터 이루어졌다. 의복은 고관여 상품이기 때문에 습득하는 과정에서 위험을 지각한다¹⁶⁾. 옥선경과 이은영¹⁷⁾은 의류상품에 대한 위험의 유형을 사회적 위험, 심리적 위험, 경제적 위험, 성과 위험 등으로 구분하였다. 이어 김찬주¹⁸⁾는 의류 구매시 지각하는 위험의 유형은 경제적 위험, 사회심리적 위험, 성과 위험, 시간 및 편의성 손실 위험, 기회 손실 위험 등 다차원으로 구성되었다고 하였다.

위험지각의 내용과 정도는 상품이나 쇼핑상황, 그리고 개인의 특성에 따라 다르며, 이러한 개인의 특성에는 자신감도 있다¹⁹⁾. 의류상품의 가격이 높을 때에는 경제적 위험을 높게 지각하고, 최신 유행 상품인 경우에는 사회심리적 위험이 높게 지각되었다. 의류의 용도별로 볼 때 정장의 경우 모든 유형의 위험에 대하여 높게 지각되었으나, 일상복의 경우에는 성과 위험을 제외한 다른 위험은 낮게 지각되었다²⁰⁾. 또 구매 장소에 따라 지각하는 위험의 수준이 달랐다. 소비자들은 백화점에서 정장을 구매할 때 경제적 위험을 높게 지각하였으나, 평상복을 유명상표 단독매장에서 구매할 경우에는 사회심리적 위험에 대하여 더 높게 지각하였다²¹⁾.

이상과 같이 의류상품은 가격과 가시성이 높은 고관여 상품이기 때문에 구매를 포함한 습득과정에서 위험을 지각하며 지각하는 위험의 유형에는 경제적 위험, 사회심리적 위험, 성과 위험 등이 있다.

3. 의류만족도

본 연구에서는 임대의류를 대상으로 만족도를 연구하고 있으나, 관련 연구가 전혀 없으므로 상위개념인 의류만족도에 대하여 살펴 보았다. 의류만족도란 소비자가 자신이 착용하는 의류에 대한 전반적인 만족의 정도를 의미한다. McLean²²⁾은 의류만족도는 실질적 요소 이외의 의류의 특징이나 개인의 관심 또는 가치관에 의하여 달라질 수 있다고 하였다. 또 의류만족도를 사회심리적 역할, 외관, 맞춤새, 소재, 성능, 구입의 용이도 등으로 구분하였으며, 김용숙²³⁾은 McLean의 연구에서 개발되었던 의류만족도 척도를 사용하여 기

혼 여성들을 대상으로 조사하였다. 그 결과 나이가 많고, 전업주부이며, 가정의 총수입이 많은 경우 의류만족도가 높아진다고 하였다. 또 의류만족도의 하위변인 중 맞춤새나 소재에 대한 만족도는 높았으나, 사회심리적 역할과 구입의 용이도에 대한 만족도는 낮았다. 그러나 민동원²⁴⁾, 홍병숙²⁵⁾, 이선명²⁶⁾의 연구 등에서는 의류의 맞춤새에 대한 만족도가 가장 낮으므로 소비자는 다양한 사이즈의 의류 생산을 원한다고 결론지었다.

의류만족도를 측정할 일부 선행연구들²⁷⁾²⁸⁾²⁹⁾³⁰⁾에서는 의류의 맞춤새, 소유하고 있는 의류의 양과 질, 성능, 손질방법 등에 대하여 조사하였다. 또 Wall 등³¹⁾은 의류의 실용적 가치가 의류만족도에 큰 영향을 주며, 착용중이나 관리하는데 문제가 없을 경우 만족도가 높다고 하였다.

이와 같이 의류의 맞춤새, 외관, 사회심리적 역할 등은 의류만족도에 영향이 큰 변인이었으며, 소재, 손질방법, 성능 등도 의류만족도의 중요 요인이었다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 소비자의 임대리류 이용 관련 변인의 특성을 파악한다.

둘째, 소비자의 의류 임대시 지각하는 위협의 요인을 파악한다.

셋째, 소비자의 임대리류 만족도의 요인을 파악한다.

넷째, 소비자의 인구통계적 변인, 의류 임대 관련 변인, 의류 임대시 위협 지각과 만족도의 요인 등이 의류 임대 의도에 미치는 영향을 파악한다.

2. 측정도구

본 연구에 사용된 설문지는 인구통계적 변인, 임대리류 이용 관련 변인, 의류 임대시 지각하는 위협, 임대리류 만족도 등을 측정하는 문항으로 구성되었다.

인구통계적 변인으로 대상자의 나이, 성, 경제수준, 교육정도 등 4문항을 선정하였으며, 단순선택형이었다. 임대리류 이용 관련 변인에는 임대리류 착용 경험, 임대리류의 유형, 임대리류 관심도, 임대 비용 만족도, 의류 임대 의도 등 5문항을 선정하였다. (주)리피아닷컴의 인터넷 사이트³²⁾와 의류학 전공 대학원생 4인의 자유기술형 응답자료를 참고로 임대 의류의 유형을 작성하였고 해당 항목을 모두 표시하도록 하였다. 의류 임대시 지각하는 위협 관련 문항은 선행연구³³⁾³⁴⁾³⁵⁾를 참고로 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 작성하였으며, 13문항이었다. 임대리류 만족도는 선행연구³⁶⁾³⁷⁾³⁸⁾를 참고로 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 작성하였으며, 17문항이었다. 임대 의류 관심도, 임대 비용 만족도, 의류 임대 의도, 의류 임대시 지각하는 위협, 임대리류 만족도 관련 문항들은 모두 5점 Likert형으로 점수가 높을수록 해당 문항의 내용에 동의하거나 만족하는 정도가 높음을 의미하였다. 이와 같이 작성된 설문지는 의류학 전공 대학원생 4인과 본 연구자가 검토하여 문맥의 명확성을 평가하고 수정하였다.

3. 연구 대상 및 자료수집

본 연구의 대상자는 전라북도내 중·소도시에서 생활 근거를 둔 18세 이상 성인 남녀 800명이었으며, 본 연구자가 임의로 선정한 대학교 재학생, 유·초등·중등학교 학생의 학부모 또는 형제자매 등을 대상으로 편의추출하였다.

이들의 나이는 10대가 16%, 20대가 33.5%, 30대가 36.9%, 40대 이상이 13.6%였다. 남자가 41.4%, 여자가 58.6%였으며, 가정의 경제수준에 대하여 상류층으로 응답한 경우가 18.1%, 중류층이 48.0%, 하류층이 33.9%로 중류층이 약간 많은 편이었다. 교육수준은 고등학교 졸업인 경우가 21.8%, 대학생이 35.6%, 대학교 졸업 이상인 경우가 42.6%였다.

자료 수집기간은 2003년 2월 20일부터 3월 19일까지였고, 총 767부가 자료분석에 사용되었다.

4. 자료분석

SPSS PC 프로그램(Ver. 10.0)을 사용하여 평균,

표준편차, 빈도, 백분율 등을 계산하였다. 또 요인분석과 단계적 중다회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 임대 의류 이용 관련 변인

대상자의 임대 의류 이용 관련 변인의 특성은 <표 1>과 같다. 임대 의류 관심도, 임대 비용 만족도, 의류 임대 의도 등은 5점 Likert형으로 측정되었으나 전혀 없다 또는 아주 많다는 같은 극단값에 응답한 경우가 5% 정도로 아주 적어 3 단계로 조정하여 표시하였다.

49.5% 대상자들이 1회 이상 임대 의류 이용 경험이 있었다. 25.6%의 대상자들이 본인의 결혼때 결혼 예복을 임대하여 착용했던 경험이 있었고, 졸업식 가

<표 1> 임대 의류 이용 관련 변인

변 인		빈도(명)	백분율(%)
임대 의류 착용 경험	없다	379	50.2
	1-2회	282	37.5
	3-4회	55	7.3
	5회 이상	19	3.5
임대 의류의 유형@	결혼 예복	196	25.6
	졸업식 가운	187	24.5
	공연복	70	9.1
	운동복	67	8.7
	종교 의식복	42	5.5
	타인 의식 참가복	34	4.4
	액세서리류	29	2.6
	공식적 면접용 정장	17	2.2
	비공식적 면접용 정장	12	1.6
밍크 코트	3	.4	
임대 의류 관심도	없다	326	42.6
	보통이다	233	30.4
	많다	168	21.9
임대 비용 만족도@	불만이다	167	45.8
	보통이다	125	37.5
	만족이다	41	12.3
의류 임대 의도	없다	274	34.4
	보통이다	220	28.7
	있다	244	31.8

주 1) @이 표시된 문항은 의류 임대 경험이 있는 대상자만 응답하였음.
 2) 불완전하게 응답된 자료도 분석에 포함되었으므로 전체 대상자 수가 똑같지 않음

운, 공연복, 운동복 순으로 빈도가 높았다. 임대 의류에 대하여 관심이 없는 대상자는 42.6%였고, 21.9%의 대상자는 임대 의류에 관심이 높았다. 임대 비용에 대하여 불만인 경우가 45.8%로 비교적 높았다. 의류 임대 의도가 없는 경우는 34.4%였고, 31.8%의 대상자는 의류 임대 의도가 있다고 하였다.

2. 의류 임대시 지각하는 위험

대상자들이 의류 임대시 지각하는 위험의 요인구조를 파악하기 위하여 주성분분석법으로 요인분석한 결과는 <표 2>와 같다. 의류 임대시 지각하는 위험은 3개의 요인으로 분류되었으며, 총변량은 62.51%였다. 요인 1은 임대 의류나 부속 액세서리를 분실 또는 타인의 것과 뒤바뀔까 두려워하는 내용의 3문항으로 구성되어 '분실' 위험으로 명명되었고, 변량은 26.91%였다. 요인 2는 임대 의류의 맞춤새와 자신과의 어울림에 관한 내용의 4문항으로 구성되어 '적합성'으로 명명되었고, 변량은 19.26%였다. 요인 3은 임대 의류의 손상 또는 착용자에게 주는 피해에 관한 내용의 6문항으로 구성되어 '착용자나 의류 손상'으로 명명되었고, 변량은 16.34%였다. 이들 3요인 중 착용자나 의류 손상 요인의 평균값이 제일 높았고, 분실 위험 요인의 평균값이 제일 낮았다. 임대 의류의 착용자나 착용 상황에 대한 적합성 요인은 김찬주³⁹⁾나 옥선경과 이은영⁴⁰⁾의 의류 구매에 따르는 위험 지각 연구에서 추출되었던 사회적 위험이나 심리적 위험과 비슷한 내용의 문항으로 구성되었다. 또 이들 연구 결과에서 추출되었던 성과 위험, 경제적 위험, 또는 시간 및 편의성 손실 위험 관련 문항들은 본 연구에서는 착용자나 의류의 손상 요인에 부분적으로 포함되었다. 분실 위험은 의류 임대시 지각되는 특유의 위험으로 파악되었으며, 임대 의류 분실에 따르는 비용 보상이 중요한 위험 중 하나로 지각되었다.

3. 임대 의류 만족도

대상자들의 임대 의류 만족도의 요인구조를 파악하기 위하여 주성분분석법으로 요인분석한 결과는 <표 3>과 같다. 임대 의류 만족도는 4요인으로 분류

<표 2> 의류 임대시 지각하는 위험의 요인구조

요인명	문항 내용	요인 적재량	고유값	평균	변량 (누적변량)	Cronbach's alpha
분실	· 임대의류를 분실할까 두렵다	.87	5.94	3.09	26.91	.72
	· 임대의류를 다른 사람의 것과 바뀔까 두렵다	.86				
	· 임대의류에 부착된 액세서리를 잃어버릴까 두렵다	.59				
적합성	· 임대의류가 내 신체의 비율에 맞지 않을까 두렵다	.67	1.17	3.16	19.26 (46.17)	.68
	· 임대의류가 새옷처럼 산뜻하지 않을까 두렵다	.56				
	· 임대의류가 내 나이와 맞지 않을까 두렵다	.69				
	· 임대의류를 입으면 품위가 없어 보일까 두렵다	.84				
착용자나 의류 손상	· 착용중 임대의류가 찢어질까 두렵다	.51	1.03	3.36	16.34 (62.51)	.57
	· 임대의류에서 다른 사람의 체취가 날까 두렵다	.66				
	· 임대의류에서 피부질환을 옮을까 두렵다	.74				
	· 임대의류 반납시 사소한 이유로 위약금을 내야할까 두렵다	.66				
	· 임대의류매장에 계약, 가봉, 반납 등으로 여러번 방문하는 것이 귀찮다	.71				
	· 임대의류에 지우기 어려운 오염이 붙을까 조심스럽다	.77				

<표 3> 임대 의류 만족도의 요인구조

요인명	문항내용	요인 적재량	고유값	평균	변량 (누적변량)	Cronbach's alpha
임대 의류의 외관	· 디자인의 다양성	.67	7.04	2.98	39.12	.81
	· 유행성	.76				
	· 청결성	.58				
	· 색상의 다양성	.79				
	· 독특함	.68				
임대 의류 점포의 상황	· 점포의 분위기	.59	1.60	2.85	8.90 (48.02)	.69
	· 점포 직원의 서비스	.69				
	· 임대 가능한 의류의 종류	.64				
	· 임대 점포의 위치	.58				
	· 임대 의류에 부착된 액세서리	.52				
임대 의류의 성능 및 임대 조건	· 임대 의류의 편안함	.61	1.13	3.09	6.28 (54.30)	.72
	· 의류 임대기간	.58				
	· 의류 임대비용	.76				
	· 임대 의류의 착용상황과 적합성	.53				
임대 의류의 맞춤새	· 임대 의류의 맞춤새	.67	1.02	2.95	5.66 (59.96)	.63
	· 임대 의류의 사이즈 다양성	.76				
	· 의류임대시 가봉의 번거로움	.60				

되었으며 총변량은 59.96%였다. 요인 1은 임대 의류의 디자인, 유행성, 색상, 독특함 등에 관한 내용의 5 문항으로 구성되어 '임대 의류의 외관'으로 명명되었으며, 변량은 39.12%였다. 요인 2는 의류임대 점포의 분위기나 점원의 서비스, 그리고 상품 구색 등에 관한 내용의 5문항으로 구성되어 '임대 의류 점포의 상황'으로 명명되었으며, 변량은 8.90%였다. 요인 3은 임대 의류의 편안함과 착용상황과의 적합성, 임대 기간과 비용 등에 관한 4문항으로 구성되어 '임대 의류

의 성능 및 임대조건'으로 명명되었으며, 변량은 6.28%였다. 요인 4는 옷의 맞춤새와 크기와 관련된 내용의 4문항으로 구성되어 '임대 의류의 맞춤새'로 명명되었으며, 변량은 5.66%였다. 이들 4요인 중 임대 의류의 성능 및 임대조건 만족도의 평균은 보통수준으로 다른 요인보다 높았으나, 점포의 상황 만족도의 평균은 다른 요인보다 낮았다. 임대 의류 만족도의 요인 중 외관, 맞춤새, 성능 등은 선행연구(41)(42)(43)에서 사용되었던 의류만족도 요인과 같았다. 임대점포

의 상황과 임대 조건은 의류 임대 에 따르는 특유의 만족도 요인으로 파악되었다.

4. 의류 임대 의도에 영향을 미치는 변인

의류 임대 의도에 영향을 미치는 변인을 알아보기 위하여 대상자의 인구통계적 변인, 의류임대 관련 변인, 의류 임대시 지각하는 위험 요인, 임대 의류 만족도의 요인 등을 종속변인으로 중다회귀분석을 한 결과는 <표 4>와 같다. 인구통계적 변인 중 성은 가변인으로 변환하여 분석되었으며, 의류임대 관련 변인 중 임대 의류의 유형은 분석에서 제외되었다. 임대 의류 관심도, 교육정도, 임대 의류의 외관만족도, 임대 의류 착용 경험, 임대 의류 손상 위험, 나이 등은 의류 임대 의도에 유의한 영향을 미치는 변인이었으며, 이들 변인의 총설명력은 54.00%였다. 즉 임대 의류 관심도, 교육정도, 임대 의류의 외관 만족도, 임대 의류 착용 경험 등이 많거나 높은 경우, 그리고 임대 의류의 손상 위험지각과 나이는 적은 경우 의류 임대 의도가 높았다. 이와같은 결과는 대학교 졸업시에는 학위복을, 결혼하는 젊은 층에서 결혼 예복을, 대학생이나 나이가 적은 공연자 사이에서는 공연복 등을 임대하여 착용하는 빈도가 높기 때문에 나타난 것으로 생각되었다.

자료를 제공하고자 하였다. 이를 위하여 본 연구자가 개발한 설문지로 조사하여 통계분석하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 50% 정도의 대상자들이 임대 의류 이용 경험이 있었고, 결혼 예복, 학위복, 공연복, 그리고 운동복 순으로 빈도가 많았다. 이들은 임대 의류에 대한 관심이 높은 편이었고, 만족도는 보통 수준이었으나, 앞으로 의류 임대 의도는 높은 편이었다.

둘째, 의류 임대시 지각하는 위험의 요인은 분실, 신분이나 체형과의 적합성, 착용자나 의류의 손상 등으로 구성되었으며, 총변량은 62.51%였다. 이들 요인 중 착용자나 의류의 손상에 대한 위험 지각이 제일 높았고, 분실에 대한 위험 지각이 낮았다.

셋째, 임대 의류 만족도의 요인은 임대 의류의 외관, 임대 의류 점포의 상황, 임대 의류의 성능 및 임대 조건, 임대 의류의 맞춤새 등으로 구성되었으며, 총변량은 59.96%였다. 이들 요인 중 임대 의류의 성능 및 임대 조건 만족도는 보통 수준이나 기타 다른 요인에 대하여 만족도가 낮았다.

넷째, 임대 의류 관심도, 교육정도, 임대 의류 외관만족도, 임대 의류 착용 경험 등이 높은 경우와 임대 의류 착용자나 의류의 손상에 대한 위험지각과 나이는 적은 경우 의류 임대 의도가 높았다.

<표 4> 의류 임대 의도에 영향을 미치는 변인

종속변인		β	t	R ²
인구통계적 변인	나이	-.08	-1.95*	.54
	교육정도	.19	4.57***	
임대 의류 관련 변인	임대 의류 착용 경험	.16	3.83***	
	임대 의류 관심도	.54	12.14***	
위험지각 요인	착용자나 의류 손상	-.12	2.79***	
임대 의류 만족도 요인	임대 의류 외관	.18	4.13***	

* P < .05, *** P < .001

V. 요약 및 결론

본 연구에서는 전라북도내 중·소도시에 거주하는 성인 남녀 800명을 대상으로 의류 임대시 위험지각, 만족도, 및 임대 의도를 파악하여 임대 의류산업의 활성화와 의생활자원의 효율적 이용을 위한 기초

이상의 결과를 기초로 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다. 첫째, 임대 의류 만족도는 보통 이하로 낮은 편이나 임대 의류 관심도와 이용 의도는 높은 점을 감안하여 임대 의류점포에서는 소비자 만족도를 높일 수 있도록 다양한 디자인과 사이즈의 의류상품을 구비해야 할 것이다. 둘째, 임대 의류 이용자가 고학력의 젊은층임을 고려하여 인터넷 임대 의류점포를

확대하고 활성화를 위한 마케팅 전략을 구사할 필요가 크다고 본다. 셋째, 임대 의류산업의 활성화와 더불어 의류 임대업에 관한 법규도 제정하여 임대 의류 이용자들이 임대업자와 불화가 생겨 불이익을 당하지 않도록 대비해야 할 것이다.

본 연구 대상자는 전라북도내 중·소도시에 거주하는 성인남녀를 대상으로 편의표집하여 자료를 수집하였으며, 사용된 설문지는 본 연구자가 선행 연구를 기초로 본 연구 목적에 맞게 수정하여 작성한 것이므로 본 연구 결과를 확대해석하기에는 신중을 기해야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 신한종합연구소 (1994). *트렌드 21*. 서울: 신한종합연구소, pp. 60-69.
- 2) 안광호, 채서일, 조재훈 (1996). *유통관리*. 서울: 학현사, p. 16.
- 3) 소건영 (1997). *리스거래법론*. 서울: 법원사, pp. 3-22.
- 4) <http://kr.encycl.yahoo.com>
- 5) Brown, P. & Rice, J. (1998). *Ready-to-wear apparel analysis*. Prentice-Hall, Inc., p. 53.
- 6) <http://www.julien-mo.com>
- 7) <http://www.yes5252.com>
- 8) <http://www.vivid21.co.kr>
- 9) <http://kr.ecodic.yahoo.com>
- 10) 장대홍, 권영준, 안동규 (1995). *리스금용론*. 서울: 법문사, pp. 16-26.
- 11) <http://search.hankooki.com/search.api?임대업>
- 12) <http://kr.encyclo.yahoo.com>
- 13) http://www.erent.co.kr/search/dir_cloth.html
- 14) Cox, D. F. & Rich, S. U. (1964). Perceived risk and consumer decision-making: The case of telephone shopping. *Journal of Marketing Research*, 1, pp. 32-39.
- 15) 최낙환 (1998). *소비자행동론*. 서울: 대경출판사, p. 57.
- 16) 이은영 (1997). *패션마케팅*. 서울: 교문사, p. 344.
- 17) 옥선경, 이은영 (1986). 의복 구매시 인지되는 위험 유형과 정보원 활용과의 관계. *한국의류학회지*, 10(3), pp. 49-62.
- 18) 김찬주 (1992). 의복구매에 관련된 위험지각과 위험감소행동. 동국대 대학원 박사학위논문, p. 82.
- 19) Kwon, Y. H., Paek, S. L., & Arzeni, M. (1991). Catalog vs non-catalog shoppers of apparel: Perceived risk, shopping orientation, demographics, and motivations. *Clothing & Textiles Research Journal*, 13(2), pp. 92-101.
- 20) 옥선경, 이은영 (1986). *앞의 책*, pp. 49-62.
- 21) 김소영, 이은영 (1994). 소비자의 의복쇼핑성향과 구매 행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 18(3), pp. 429-439.
- 22) McLean, F. P. (1978). *The process of ageing related to body cathexis and to the clothing satisfaction*. Unpublished Doctoral Dissertation, The Utah Univ.
- 23) 김용숙 (1986). 기혼 여성들의 신체만족도와 의복만족도에 관하여. *대한가정학회지*, 24(3), pp. 1-9.
- 24) 민동원 (1986). 기성복의 구매 및 사용시 불만족에 관한 연구. 서울대 대학원 석사학위논문, pp. 15-27.
- 25) 홍병숙 (1985). 기혼여성의 의복 구매의사 결정과정에 관한 실증적 연구. 중앙대 대학원 박사학위논문.
- 26) 이선명 (1997). 여자 기성복 소비자의 의복만족도에 관한 연구. *복식*, 35, pp. 167-179.
- 27) 김용숙 (1984). 20대 여성의 신체만족도와 의복만족도에 관하여. *호남대학논문집*, 4, pp. 573-585.
- 28) 이영운, 강혜원 (1982). 중년기 여성들의 신체만족도와 의복행동과의 상관관계. *한국의류학회지*, 6(2), pp. 17-24.
- 29) 홍금희 (1984). 성인여성의 의복만족도 결정변인 연구. *한국의류학회지*, 8(3), pp. 9-18.
- 30) Lowe, E. D. & Dunsing, M. M. (1979). Clothing satisfaction determinants. *Home Economics Research Journal*, 9(4), pp. 363-373.
- 31) Wall, M., Dicket, L. E., & Talarzy, K. W. (1979). Profiling consumer communication of complaints about clothing performance. *Home Economics Research Journal*, 7(6), pp. 368-378.
- 32) <http://www.erent.co.kr/agent/agent.html/>
- 33) 김소영, 이은영 (1994). *앞의 책*, pp. 429-439.
- 34) 김찬주 (1992). *앞의 책*, pp. 89-92.
- 35) 옥선경, 이은영 (1986). *앞의 책*, pp. 49-62.
- 36) 김용숙 (1986). *앞의 책*, pp. 1-9.
- 37) McLean, F. P. (1978). *앞의 책*, pp. 87-93.
- 38) Wall, M., Dicky, L. E., & Talarzy, K. W. (1979). *앞의 책*, pp. 368-378.
- 39) 김찬주 (1992). *앞의 책*, pp. 89-92.
- 40) 옥선경, 이은영 (1986). *앞의 책*, pp. 49-62.
- 41) McLean, F. P. (1978). *앞의 책*, p. 57.
- 42) 김용숙 (1986). *앞의 책*, pp. 1-9.
- 43) 민동원 (1986). *앞의 책*, pp. 15-27.