

화장행동과 영향 변인 연구 -의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로-

백경진 · †김미영

경원대학교 생활과학대학 의상학과

Make-Up Behavior and Influential Factors - Focusing on Clothing Involvement, Age and Face Satisfaction -

Kyoung Jin Baek · †Mi Young Kim

Dept. of Clothing, Kyungwon University
(2003. 12. 16. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to analyze the differences in make-up behavior according to clothing involvement, age, and face satisfaction. Subjects of this study were the females in Seoul and Kyonggi, who were 20s and 40 · 50s. Questionnaire was used as major method of gathering data. The data were collected from Sep. to Oct. in 2003 and analyzed by using SPSS 10.0 with various techniques such as the factor analysis, mean, percentage, cluster analysis, ANOVA, Duncan test, t-test, Cronbach's α , and χ^2 -test.

The results of this study were as follows:

1. The consumers were classified into four categories by clothing involvement; high clothing involvement group, low fashion involvement group, middle clothing involvement group, low clothing involvement group.
2. The differences in make-up behavior according to the clothing involvement showed that make-up behavior was getting more aggressive as clothing involvement was getting higher. And generally Korean females thought the make-up was important.
3. The differences in make-up behavior according to the age revealed that 20s' make-up behavior was fashion oriented more than 40 · 50s, and 40 · 50s' make-up behavior was that they were taking a serious viewer than 20s' in interpersonal relationship oriented make-up behavior.
4. The result of differences in make-up behavior according to the face satisfaction was that no noticeable difference was found depending on the face satisfaction. This study revealed that the differences in make-up behavior according to clothing involvement and age were found and suggested that the cosmetic market segmentation could depend on clothing involvement market and two age group market such as younger and elder than 40 · 50s.

Key words: Age, Clothing involvement, Face satisfaction, Make-up behavior; 연령, 의복관여도, 얼굴 만족도, 화장행동

I. 서 론

현대 복식문화는 헤어스타일, 액세서리, 화장 등을

포함하는 토탈 코디네이션화 경향을 보이고 있다. 특히 화장은 복식의 중요한 부분으로 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하면서 그 시대 의복의 형태와 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다. 최근에는 의복보다 변화시키기 쉽고 다양하게 자기연

†Corresponding Author

Tel: 031-750-5946; e-mail:mikim@mail.kyungwon.ac.kr

출을 할 수 있는 화장에 대한 관심이 높아지고 있으며 (조기여, 유태순, 1988) 또한, 생활수준의 향상과 여성의 사회활동의 확대에 의해 피부 관리와 화장의 중요성이 증가되고 있다.

오늘날 화장품에 대한 소비자들의 구매패턴도 변화되어 왔다. 즉, 70년대에는 소비자들이 외부청결과 화장품에 대한 안전성을 주로 고려하였던 반면, 80년대 들어서는 다양한 품목 및 저렴한 가격, 피부영양공급, 세포활성화, 피부보호 등의 측면을 선호하기 시작하였다. 90년대는 여성들의 고학력화, 개인의 가치관 및 생활양식의 변화에 따라 건강하고 아름다운 삶에 대한 요구가 양적·질적으로 심화되었다. 또한 멀티미디어 등의 영향으로 외모가 중요해짐에 따라 연령에 관계없이 매력적으로 보이기를 원하게 되었고, 사회가 고령화됨에 따라 건강하고 아름다운 노후에 대한 요구가 증대되었다. 아울러 사회에서 미적 표현의 다양화, 개성화가 강조됨에 따라 화장품은 생활필수품으로 확산되고 있다.

따라서 과거 성인 여성 전유물로만 여겨지던 화장품이 이제는 남녀노소 각 연령대에 맞는 화장품으로 세분화되었고, 각 세분 시장에 맞는 제품 개발과 광고 전략으로 소비자들에게 침투되고 있다. 이처럼 성장 잠재력이 큰 화장품에 대한 국내 연구는 주로 기업의 관점에서 화장품 시장을 분석하거나 상품개발 또는 화장품 구매 실태에 관한 연구가 단편적으로 진행되어 왔다(강희숙, 1985; 배수희, 1987; 안영애, 1987; 이유식, 1986; 임충식, 1987; 최광희, 1984). 그러나 신체 장식의 중요한 수단들인 화장과 의복과의 관련 연구는 미비한 실정이다. 그러므로 외모관리의 전체적인 조화를 통한 토털 코디네이션화 경향을 보이는 소비자들의 욕구를 충족시켜주기 위해서 의복의 관여도에 따른 화장행동과 화장품 구매행동의 특성을 파악하는 것이 필요할 것이다.

따라서 본 연구(제1보)에서는 우선 의복관여도와 연령 및 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 중심으로 살펴보고 후속 연구 제2보에서는 의복관여도와 연령 및 얼굴만족도에 따른 화장품 구매행동의 차이를 중심으로 살펴보고, 부가적으로 여성 소비자의 화장 실태를 분석해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 의복관여도

의복관여도란 의복에 대한 개인의 가치와 욕구, 자

아개념과 함께 감정적 애착을 반영한다. 과정적 관점에서는 특정한 상황의 자극에 의하여 야기되는 개인에게 지각된 의류제품에 대한 중요성이나 관심의 수준으로 정의될 수 있으며, 행동적 관점에서는 의복과 관련된 행동을 수행하는데 드는 시간과 노력의 정도로 정의될 수 있다(이영선, 2000).

즉, 의복관여도는 의복구매 시 특정상황에 있어서 자극에 의해 유발되어 지각된 개인적 중요성이나 관심의 수준을 말한다.

의복관여도의 차원에 대하여 살펴보면, 이영선(1991)은 관여와 소비자의 외적 정보 탐색에 대하여 문헌 연구를 중심으로 연구하여 6가지 의복관여도의 차원을 도출하고, 소비자의 외적 정보탐색을 의복에 적용시킨 결과 이론적 연구의 6가지 차원을 상징성, 관심, 유행, 즐거움, 위험지각의 5가지 차원으로 분리하여 이를 통해 의복관여도가 다차원적임을 증명하였다.

이 외에도 이은실(1994)의 경우 의복즐거움, 의복상징성, 의복위험지각, 의복관심의 4개 요인을 추출해내 의복관여도가 다차원적인 것임을 밝혔으며 네 요인 상호간에도 정적인 상관관계가 있다고 하였다. 정영주(1993) 또한 관심, 상징성, 즐거움, 유행, 위험지각의 5요인을 추출하였으며 안소현(1997)은 의복관여도 요인으로 유행관심, 상징성, 즐거운 관심, 조화지향, 심미성표현, 위험지각의 6개의 요인을 추출하였다.

이와 같이 의복관여도의 차원은 여러 연구자들에 의해 다양한 측면에서 연구되어 왔는데 본 연구에서는 즐거움, 관심, 상징성, 유행성, 의복연출을 중심으로 살펴보고자 한다.

의복관여도의 수준에 대하여 살펴보면, 류은정(1991)의 연구에서는 여자대학생을 대상으로 의복관여와 유행관여 수준에 따라 고관여집단, 중관여집단, 저관여집단으로 분류하여 소비자의 의복구매행동과의 관련성을 연구하였는데, 그 결과 각 집단간 의복선택요인, 점포선택요인, 정보원의 중요도와 의복구매동기 등에 유의한 관계가 나타났으며, 고관여 소비자들은 적극적인 정보탐색을 하는 것으로 나타났다.

김혜원(1996)의 연구에서는 의복 관여도가 높을수록 의복 만족도가 높았으며, 의복관여집단과 의복 만족도는 관여도가 높을수록 백화점을 선호하는 것으로 나타났고, 중관여 집단은 기성복 직매점 및 대리점을, 저관여 집단은 일반시장을 가장 많이 이용하는 것으로 나타나 구매 장소에서 유의한 차이가 나타났다

다. 또한, 하수진(2000)의 연구에서는 고관여 소비자들은 의복에 대한 지각이 높고 의복에 대해 호의적이며, 이러한 의복에 대한 관심이 의복의 소유량과 지출에 직접적인 영향을 준다고 하였다.

이상의 연구결과에 의하면 의복관여도는 구매행동, 정보탐색 등의 전반에 걸쳐서 많은 영향을 미치며 대체적으로 고관여 집단이 만족도나 정보탐색, 상표충성도, 선호상표, 서비스에서 높게 나타나는 것을 알 수 있다. 그렇다면 의복의 관여도에 따른 화장행동에 관해서도 추론해 볼 수 있을 것이다. 특히 최근에 토털 코디네이션화로 화장품에 대한 관심과 중요도가 높아졌으므로 의복행동과 관련된 화장행동에 관한 연구는 의미가 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 의복관여도에 따른 화장행동에는 차이가 있을 것이라고 추정하고 이들 간의 관계를 알아보려고 한다.

2. 화장행동

화장행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 김봉인(1994)은 여성을 화장행동에 따라 대인관계중시형, 최소화장주창형, 자기만족형의 세 가지 유형으로 분류하였는데 대인관계 중시형은 화장을 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각하고, 자기를 표현하는 방법이라고 생각하였고, 최소화장 주창형은 남들이 화장을 진하게 한 사람을 보면 왠지 역겨움을 느낀다고 하였다. 그리고 자기만족형은 화장을 잘 받게 하기 위해서는 무엇보다 건강해야 하며 지속적인 스킨케어 가 우선되어야 한다고 생각하였으며 외모에는 신경을 쓰는 편이지만 남들의 화장법에 좌우되기 보다는 나 나름대로의 화장법을 고수하는 편이라고 하였다.

조기여(1997)는 여자 대학생을 대상으로 화장행동에서 추구하는 것에 따라 사회적자신감, 즐거움, 피부관리, 자기 충족감, 변신의 도구의 6가지 유형으로 분류하였다. 사회적 자신감은 화장을 하지 않은 사람보다 화장한 사람이 훨씬 능력 있어 보인다, 화장한 사람이 화장하지 않은 사람보다 자신감 있어 보인다 등이 있었고, 즐거움에는 화장을 하면서 자기만족을 느낀다, 화장을 하고 나면 달라진 내 모습에 즐거워진다, 화장할 때 즐거워진다 등이 있었다. 피부 관리는 맛사지나 팩 등의 피부 관리에 신경을 쓰는 편이다, 갖고 싶었던 화장품을 사면 기분이 좋다 등이 있었으며, 자기 충족감은 화장이 잘되었느냐 못되었느냐에 따라 기분이 좌우된다, 외출을 해서도 화장에 신경이

쓰인다, 외출 시에는 화장에 신경을 쓰는 편이다 등이 있었다. 마지막으로 변신의 도구에는 화장은 악세사리와 같다고 생각한다, 화장은 변신의 도구라고 생각한다 등이 있었다.

권현숙(2000)은 30~40대의 여성을 대상으로 여성의 화장행동과 관련된 심리적 요인이 화장의 만족도에 미치는 영향을 알아보았는데 심리적 요인으로는 화장 후 활동성향, 화장의존도, 자기표현 욕구, 유행의 4가지 요인으로 나누었다. 그 결과, 화장 후 활동성향이 클수록, 화장의존도가 높을수록, 미용행위를 자기표현행위로 생각을 많이 할수록, 건강상태가 그다지 좋지 않다고 생각할수록 그리고 화장의 필요성을 적게 느낄수록 화장에 대한 만족도가 큰 것으로 나타났고, 화장에 대한 의존도가 높을수록 자기표현 욕구가 강하며, 활동성향이 크고, 유행에 대한 민감도와 화장에 대한 만족도도 높게 나타났다.

박선희(2001)는 화장행동에 따라 자기만족형, 자기과시형, 유행지향형, 사회활동형의 네 가지 심리 유형으로 분류하였는데, 4가지 심리유형 중 현대 여성의 화장행위는 유행지향형이 가장 많은 분포를 보인 결과로 나타나 화장이 개인의 개성보다는 화장품 회사에서 제시하는 미용정보나 유행하는 연예인의 화장의 영향을 많이 받는 것을 알 수 있었다.

이상과 같은 선행 연구를 통하여 본 연구에서는 화장행동을 유행지향성, 대인관계중시, 최소화장 및 피부관리, 관습지향, 자기만족감의 5가지 차원으로 설정하고 이를 실증적으로 조사 분석하여 화장행동의 차원을 규명하고자 한다.

3. 연령과 화장행동

인구통계적 특성 중 연령과 화장행동에 관한 선행 연구를 살펴보면, 전연숙(1999)은 여성의 화장에 대한 의식행태를 연구한 결과, 피부색은 노르스름한 피부가 30대에서 43.3%, 40대 이상에서 44.7%였으며, 자신의 피부색과 어울리는 메이크업 베이스 색은 모든 연령에서 그린색이 가장 높게 나타났다. 기초화장을 한다는 응답이 83.2%로 높았다. 특히 30대에서, 대학재학 이상에서, 판매서비스업에서, 대도시 거주자에서, 미혼에서, 상류층에서 타 군보다 각각 높게 나타났다. 색조화장은 '가끔 한다'가 50.9%로 가장 높았고, 연령이 증가할수록 '외출 시 반드시 한다'는 응답이 높았다.

전용수(2001)의 연구에서 화장하는 동기는 연령별 로 21~30세의 34.3%와 20세 이하의 35.0%가 '아름다워지기 위해서' 화장을 하는 경우가 많았다. 고학력일 수록, 학생을 포함한 취업자, 미혼자가 '아름다워지기 위해' 화장을 하는 경향이 있었으며, 자가 판단한 화장의 기술수준은 20세 이하일수록 '잘 못 한다'가 많았다. 화장의 중요도는 연령이 높을수록 중요하다고 생각하였다. 색조화장 빈도는 연령이 높아질수록, 취업자와 화장에 대한 지식이 높은 사람이 매일 화장하는 경향이 높았으며, 43.2%는 거의 하지 않는다고 응답하였다. 피부유형을 고려해서 화장품 선택을 하는 지에 대한 질문에서는 21~30세, 고학력자, 화장지식이 높은 군에서 높게 나타났다. 화장품 구입비는 연령이 높을수록, 유직자, 피부타입이 민감한 여성이 고 비용 지출의 경향이 있었다.

신효정(2002)은 20대 여대생과 40대 이후의 여성을 대상으로 외모에 대한 전반적인 개념과 내용을 연구한 결과, 20대 대학생은 자연스러운 화장을 선호하며, 40대 이후의 여성은 조금은 진하나 20대와 같은 자연스러운 화장을 강조하고 있다고 하였다. 20대 대학생은 화장과 의복을 서로 관련 있다고 생각하고 있어 정장슈트나 정장스타일의 의복, 여성스러운 의복에는 깨끗한 색조화장을 하고, 섹시한 의복에는 진해지는 색조화장을 하며, 캐주얼이나 스포츠 웨어에는 투명 화장이나 화장을 하지 않음으로서 의복에 따라 그에 어울리는 화장을 하고 있었으며, 40대 이후 세대는 의복과 화장이 관련이 있다는 중요성을 인식하면서도 익숙해진 습관으로 변화를 시도하지 않는다고 하였다.

이와 같이 선행 연구의 결과들을 분석한 결과, 다른 인구통계적 변인들에 비해 연령에서 다양한 차이가 나타난 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 인구통계적 특성 중 연령을 중요 변수로 정하여 20대 여성과 중년기 여성을 대상으로 연령이 화장행동에 어떠한 영향을 미치는지 연구하고자 한다.

4. 얼굴만족도와 화장행동

얼굴만족도는 얼굴의 여러 가지 구성요소에 대한 스스로의 만족정도를 의미한다. 이옥희(1985)의 연구에서는 연령이 높아도 화장을 하여 정리된 용모를 갖추어야 된다는 생각을 지녀 용모에 대한 관심도가 크다고 하였다. 즉, 외모에 대한 관심도는 연령에 상관

없이 그 중요성을 더해가고 있으며, 특히 안면표정, 피부 등 여성적인 미를 나타내는 부분에 관심도가 큰 것으로 나타났다(김인태, 1986).

현대에 이르러 여성들의 외모에 대한 관심이 변화가 가능한 얼굴이나 피부에 보다 집중됨에 따라 매력적인 얼굴을 연출하는데 관심이 높아지고 있으며, 여성의 얼굴형은 신체적 매력 측정에 영향을 미치는 매우 중요한 요소가 되고 있다(권혜숙, 1990). 이선경(1993)의 연구에서는 의복 착용자의 얼굴 매력성은 외모, 능력성, 개성, 지배성 인상에 영향을 주는데, 얼굴 매력성이 높을수록 매력적이고, 품위와 능력이 있어 보이며, 개성적이고 창의력이 있는 것으로 지각 되었다. 이현옥·박경애(2000)의 연구에서는 여성소비자의 외모 만족도를 분류하고 외모 만족도에 따라 얼굴모양만족형(32%), 피부상태만족형(31%), 외모불만형(19%), 외모만족형(16%)으로 구분하였다. 얼굴만족형은 계란형의 작은얼굴, 비교적 검은 피부에 잡티와 주름이 조금 있고, 탄력은 조금 있거나 없는 편이며, 피부상태 만족형은 길고 큰 얼굴에 피부색은 보통이고, 잡티는 조금 있거나 없으며, 다른 집단에 비해 주름이 없고, 탄력이 있는 편으로 나타났다. 외모불만형은 길고 큰 얼굴에 다른 집단에 비해 피부색은 검은 편이며, 잡티와 주름이 많고, 탄력이 없는 편으로 나타났고, 외모만족형은 계란형의 작은 얼굴, 희고 깨끗한 피부, 주름 없고 탄력 있는 것으로 나타났다. 한편, 외모집단간에 외모관심과 외모스트레스가 비교적 높은 상호관계를 보이며, 외모에 대한 관심이 높고 스트레스를 받을수록 화장을 많이 하는 것으로 나타났다.

이와 같이 얼굴만족도는 얼굴형과 피부상태와 관련이 높다는 것을 알 수 있으며 또한, 얼굴과 피부에 관한 불만족은 화장을 통해 이상적인 외모를 표현하게 되고 불만족스러운 부분을 보완하게 되므로 화장행동 및 화장품 구매행동과 밀접한 관련이 있을 것으로 생각된다. 따라서 얼굴만족도에 따른 집단의 특성을 화장행동에 따라 보다 구체적으로 조사할 필요가 있을 것이다. 따라서 본 논문에서는 조사대상자를 얼굴만족도에 따라 만족, 보통, 불만족의 3집단으로 나눈 후 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 알아보하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 논문의 연구문제는 의복관여도와 연령 및 얼굴

만족도에 따른 화장행동의 차이를 알아보기 위하여 다음과 같이 제시하였다.

연구문제1. 의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이를 밝힌다.

연구문제2. 연령에 따른 화장행동의 차이를 밝힌다.

연구문제3. 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 밝힌다.

2. 자료 수집과 분석 방법

자료 수집은 설문지 응답 방식을 통해 2003년 9월부터 10월까지 서울·경기지역에 거주하는 20대(20-29세)의 여성과 40·50대(40-59세)의 여성을 대상으로 하였다. 연령분포는 20대가 50%, 40대가 38%, 50대가 12%로 나타났으며, 분석대상을 20대와 40·50대로 선정한 이유는 예비 조사 결과 화장품 구매행동의 결과 차이가 다른 연령대에 비해 가장 뚜렷이 나타났기 때문이다. 500부의 설문지 중에서 420부가 회수되었으며, 이 중 응답내용이 불성실한 것을 제외한 총 400부가 분석에 사용되었다. 자료 분석방법은 SPSS 10.0 통계 프로그램을 이용하였으며, 빈도분석, ANOVA와 Duncan Test, T-test, 주성분 분석과 Varimax 직교회전법을 이용한 요인분석, 군집분석, Cronbach's α 신뢰도 분석방법을 사용하였다.

3. 측정도구

본 연구의 설문지는 의복관여도, 화장행동, 얼굴만족도, 인구통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되었으며 문항은 5점 리커드 척도로 측정하였다. 화장행동을 측정하는 문항은 유행, 대인관계, 관습, 자기만족도를 알아보기 위해 김봉인(1995), 조기여(1997), 박선희(2001)와 심선녀(2001)가 사용한 문항을 기초로 하여 수정, 보완하여 총 20문항으로 구성하였다. 의복관여도를 측정하는 문항은 흥미, 유행, 상징성, 연출관여 등을 알아보기 위해 이영선(1993)과 이은실(1995)의 연구에서 사용된 문항 중에서 채택, 수정하여 사용하였으며 총 23문항으로 구성하였다. 얼굴만족도는 전체적인 얼굴에 대한 만족도로 심선녀(2001)가 사용한 문항을 참고하여 총 9문항으로 구성하였으며, 얼굴형태, 얼굴크기, 피부색, 피부투명도, 피부탄력도, 피부노화정도, 눈, 코, 입 모양 등의 만족도를 조사하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복관여도에 따른 집단 유형화

1) 의복관여도의 차원

의복관여도의 차원을 알아보기 위해 제시된 문항을 주성분 분석과 Varimax 직교회전법을 이용하여 요인분석을 실시하였고 Cronbach's α 신뢰도 검증법을 실행하였다. 의복관여도의 차원은 의복관여도를 묻는 21문항을 요인 분석하여 고유치 1의 기준과 Scree-test에 의해 4개의 요인으로 추출되었으며, 그 결과는 다음의 <표 1>에 제시하였다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 요인부하량 0.552 이상과 8.64 이상의 고유치를 나타냈고, 전체 변량 중 설명비율이 20.19% 이상을 차지하여 요인 중 가장 설명력이 높은 것으로 나타났다. 요인1에 해당하는 각 문항간의 신뢰도는 Cronbach's α 를 실시한 결과, 0.87 이상으로 나타나 요인1을 설명하는 각 문항간의 내적 일치도가 높게 나타난 것으로 분석할 수 있었다. 요인 1은 옷에 대한 즐거움과 관심을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '흥미 및 즐거움'이라고 명명하였다. 요인 2는 최소 요인 부하량이 0.735로 나타났으며 고유치는 1.720으로 전체 변량 중 설명비율은 18.78%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적 일치도는 신뢰도 검증 결과 0.88 이상으로 나타나 문항간의 내적 일치도가 매우 높게 나타난 것을 알 수 있었다. 요인2는 유행에 대한 관심정도를 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '유행성'이라고 명명하였다. 요인 3은 최소 요인 부하량이 0.421로 나타났으며 고유치는 1.407로 전체 변량 중 설명비율은 12.04%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적 일치도는 신뢰도 검증 결과 0.78 이상으로 나타나 높게 나타났다. 요인2는 사회적 상징에 대한 관심을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '의복상징'이라고 명명하였다. 요인 4는 최소 요인 부하량이 0.712로 나타났으며 고유치는 1.278로 전체 변량 중 설명비율은 11.14%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적 일치도는 신뢰도 검증 결과 0.78 이상으로 나타나 높게 나타났다. 4요인을 모두 포함한 누적 변량은 62.2%로 나타났다. 요인 4는 의복 연출에 대한 관심을 측정하는 문항으로 '의복연출'이라고 명명하였다.

이와 같이 의복관여도의 차원을 흥미 및 즐거움,

<표 1> 의복관여도 요인분석 결과

요인명	문항내용	요인 부하량
요인 1 흥미 및 즐거움	옷에 신경을 쓴다.	.743
	남이 나의 옷차림에 대해 칭찬할 때 기쁨을 느낀다.	.633
	옷은 나에게 중요하다.	.678
	옷을 잘 입는 것이 중요하다고 생각한다.	.674
	멋있는 옷을 입으면 즐겁다.	.671
	옷에 관련된 여러 가지 일에 흥미를 느낀다.	.633
	옷을 살 계획이 없어도 점포를 둘러보고 싶다.	.571
	나를 달라보이게 하는 옷을 입으면 기분이 좋다.	.552
고유치 8.647, 전체변량(%) 20.198, 누적변량(%) 20.198		Cronbach's α .8769
요인 2 유행성	유행은 변화하기 때문에 그 새로움이 나에게 기쁨을 준다.	.799
	어떤 옷이 유행인가에 늘 관심을 갖는다.	.770
	친구들과 유행하는 옷에 대해 자주 대화를 나눈다.	.760
	주위사람과 비교해 볼 때 새로 유행하는 옷을 일찍 구입하는 편이다.	.737
	옷을 살 때 최근 유행경향이 어떤지 신경을 쓴다.	.735
고유치 1.720, 전체변량(%) 18.781, 누적변량(%) 38.980		Cronbach's α .8880
요인 3 의복상징	옷은 신분을 나타낸다.	.809
	옷은 생활수준을 나타낸다.	.766
	옷은 미적 감각을 나타낸다.	.566
	남에게 나에 대한 인상을 남기는 옷을 입고 싶다.	.439
	다른 사람이 나를 평가할 때 옷차림을 중요시 한다고 생각한다.	.421
고유치 1.407, 전체변량(%) 12.035, 누적변량(%) 51.015		Cronbach's α .7761
요인 4 의복연출	옷에 맞춰 가방이나 구두, 액세서리를 착용한다.	.790
	옷에 맞춰 헤어스타일이나 메이크업 등도 신경을 쓴다.	.777
	TPO(시간, 장소, 경우)에 맞추어 옷을 입는다는 것은 중요하다.	.712
	고유치 1.278, 전체변량(%) 11.143, 누적변량(%) 62.157	

유행성, 의복상징, 의복연출의 4가지로 구성하였다. 그러나 기존 연구에서 볼 때, 의복연출은 다른 3개의 차원과 대상이 달라 관여의 차원에 포함하기에 무리가 있어 보이나 본 연구에서는 화장행동과의 관계를 연구한 것이므로 의복 관여의 개념에 의복연출을 포함시켰다.

2) 의복관여도 요인에 따른 집단 유형화

(1) 유형화 집단의 수 결정

군집분석 결과에 따라 유형화시키는 집단의 수를 결정하기 위하여 기존의 연구결과에서 나온 집단수와 연구자의 예측 집단수를 고려하여 3개, 4개, 5개 집단으로 유형화하였다. 그리고 3개, 4개, 5개 집단의 빈도분포와 각 집단별로 4개의 의복관여도 요인마다

유의한 차이가 나타나는가를 검증한 결과를 참고로 결정하였으며, 그 결과 4개 집단이 적합한 것으로 판단되었다.

이 4개의 집단이 의복관여도에 차이가 있는 집단으로 분류되었는가를 검증하기 위하여 각 차원별 평균점수를 사용하여 분산분석과 던컨테스트를 하였으며, 그 결과는 다음의 <표 2>와 같다.

(2) 집단별 특성 및 명칭

유형화된 4개 집단의 의복관여도의 특성을 살펴보고 명칭을 부여하기 위하여 각 집단별로 의복관여도의 평균점수와 분산분석 및 던컨테스트 결과를 살펴 보았다(표 2).

<표 2>의 집단간 순위를 보면 집단 1은 다른 집단과 비교해 볼 때, 흥미 및 즐거움, 유행성, 의복상징,

<표 2> 4개 집단의 의복관여도 차원별 차이 분석 결과

의복관여도	집단	집단1 의복고관여집단 (n=110)	집단2 의복유행저관여집단 (n=92)	집단3 의복중관여집단 (n=109)	집단4 의복저관여집단 (n=87)	분산분석 (F값)
흥미 및 즐거움	평균	3.94	3.71	3.88	3.86	2.788*
	Duncan test	A	AB	B	B	
유행성	평균	3.62	2.30	2.98	2.75	73.428*
	Duncan test	A	D	B	C	
의복상징	평균	3.83	3.55	3.65	2.98	46.294*
	Duncan test	A	B	B	C	
의복연출	평균	4.14	3.88	3.72	3.02	66.930*
	Duncan test	A	B	C	D	

* $p \leq .05$

A, B, C, D는 Duncan test결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균 점수 순으로 표시함.

의복연출 요인에서 모두 높게 나타났으며 특히, 유행성 요인이 다른 집단에 비해 높게 나타났다. 의복관여의 모든 요인의 점수가 높은 집단이므로 '의복고관여집단'이라 명명하였다. 집단 2는 집단 간 순위에서 흥미 및 즐거움, 의복상징, 의복연출은 높은 편으로 나타났으나, 유행성 요인은 가장 낮게 나타났다. 따라서 이 집단은 특히 유행성 요인에서만 낮게 나타났으므로 '의복유행저관여집단'이라 명명하였다. 집단 3은 집단간 순위를 보면 다른 집단과 비교해 볼 때 흥미 및 관심, 유행성, 의복상징, 의복연출 차원에서 보통 중간정도의 점수가 나타났다. 비교적 의복관여도 요인들에 중간정도의 특성을 나타내는 집단이므로 '의복중관여집단'이라 명명하였다. 집단 4는 집단간 순위를 볼 때 전반적으로 모든 요인에서 다른 집단에 비해 낮게 나타났다. 따라서 이 집단은 의복관여도가 낮은 집단으로 '의복저관여집단'이라 명명하였다. 그러나 의복저관여집단이라도 평균을 볼 때 의복에 대한 흥미와 관심은 갖고 있는 집단이므로 의복무관심 집단과는 구별되어야 한다.

2. 의복관여도에 따른 화장행동

1) 화장행동의 차원

의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이를 알아보기 위하여 먼저 화장행동의 차원을 주성분 분석과 Varimax 직교회전법을 이용하여 요인분석을 실시하였고 Cronbach's α 신뢰도 검증법을 실행하였다. 그 결과는 다음의 <표 3>과 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 요인부하량 0.759 이상

과 4.60 이상의 고유치를 나타냈고, 전체 변량 중 설명 비율이 18.02% 이상을 차지하여 요인 중 가장 설명력이 높은 것으로 나타났다. 요인1에 해당하는 각 문항간의 신뢰도는 Cronbach's α 신뢰도 분석을 실시한 결과, 0.84 이상으로 나타나 요인1을 설명하는 각 문항간의 내적 일치도가 높게 나타난 것으로 분석할 수 있었다. 요인1은 TV광고나 잡지에 나오는 모델들의 화장법이나 인기 연예인이 하는 화장을 모방하고 싶은 욕구, 유행 화장품에 대한 관심에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 '유행지향' 요인이라고 명명하였다. 요인 2는 최소 요인 부하량이 0.691로 나타났으며 고유치는 2.644로 전체 변량 중 설명비율은 17.44%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적 일치도는 신뢰도 검증 결과 0.82 이상으로 나타나 문항간의 내적 일치도가 매우 높게 나타난 것을 알 수 있었다. 요인2는 화장은 사회생활을 하는데 필수요소이며, 상대방에 대한 예의라고 생각하는 것으로, 화장이 대인관계에 중요하다고 생각하는 문항으로 구성되어 있으므로 '대인관계지향' 요인이라고 명명하였다. 요인 3은 최소 요인 부하량이 0.615로 나타났으며 고유치는 1.171로 전체 변량 중 설명비율은 13.38%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적 일치도는 신뢰도 검증 결과 0.78 이상으로 나타나 높게 나타났다. 요인 3은 화장을 할 때 유행 보다는 자신이 늘 하던 방법과 사용하던 색상을 고수하는 문항들로 구성되어 있으므로 '관습지향' 요인이라고 명명하였다. 요인 4는 최소 요인 부하량이 0.588로 나타났으며 고유치는 1.278로 전체 변량 중 설명비율은 11.14%를 나타냈다. 각 문항간의 요인에 대한 내적

일치도는 신뢰도 검증 결과 0.72 이상으로 나타나 높게 나타났다. 4요인을 모두 포함한 누적 변량은 63.0%로 나타났다. 요인 4는 화장행동 자체가 즐거우며 화장을 함으로써 기분이 전환되는 문항들로 구성되어 있으므로 '자기만족지향' 요인이라고 명명하였다.

2) 의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이
 의복관여도에 따라 화장행동에 차이가 있는지 검증한 결과, 모든 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음의 <표 4>와 같다.
 유행지향 요인은 의복고관여집단(M=3.21)에서 가장 중요시 하였으며, 의복중관여집단(M=3.00)과 의

<표 3> 화장행동 요인분석 결과

요인명	문항내용	요인 부하량
요인 1 유행지향	TV광고나 잡지에 나오는 모델의 메이크업을 해보고 싶다.	.848
	인기 있는 연예인의 화장을 보면 나도 그렇게 하고 싶다.	.795
	유행하는 립스틱을 꼭 한번 바르고 싶을 때가 있다.	.764
	친구나 주변사람의 화장한 상태가 마음에 들면 똑같이 해보고 싶다.	.759
	고유치 4.600, 전체변량(%) 18.020, 누적변량(%) 18.020 Cronbach's α .8424	
요인 2 대인관계지향	화장을 하는 것은 상대방에 대한 예의라고 생각한다.	.870
	화장은 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각한다.	.834
	화장을 하지 않은 사람보다 화장한 사람이 훨씬 능력 있어 보인다.	.733
	외출 시에는 화장에 신경을 더 쓰는 편이다.	.691
	고유치 2.644, 전체변량(%) 17.439, 누적변량(%) 35.459 Cronbach's α .8251	
요인 3 관습지향	유행을 따르기 보다는 늘 하던 방법대로만 화장을 하는 편이다.	.825
	유행색을 따르기 보다는 늘 사용하던 색만 바르는 편이다.	.814
	립스틱은 내가 좋아하는 색상을 주로 바른다.	.683
	남들의 화장법에 좌우되기 보다는 나 나름대로의 화장법을 고수하는 편이다.	.615
	고유치 1.672, 전체변량(%) 14.207, 누적변량(%) 49.666 Cronbach's α .7324	
요인 4 자기만족지향	기분이 우울할 때 화장하면 기분 전환이 된다.	.771
	화장하는 행위 그 자체가 즐겁다.	.711
	화장할 때 남을 의식하기보다 내가 원하는 대로 과감하게 화장하는게 좋다.	.594
	화장 전 보다 화장하고 난 후 나의 모습은 표정이 밝아 보인다.	.588
	고유치 1.171, 전체변량(%) 13.380, 누적변량(%) 63.046 Cronbach's α .7224	

<표 4> 의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이 분석 결과

화장행동	집단	의복고관여집단	의복유행저관여집단	의복중관여집단	의복저관여집단	분산분석 (F값)
		[n=115]	[n=92]	[n=100]	[n=87]	
유행지향	평균	3.21	2.67	3.00	2.99	7.185***
	Duncan test	A	B	A	A	
대인관계지향	평균	3.57	3.50	3.41	3.18	5.235***
	Duncan test	A	A	A	B	
관습지향	평균	3.51	3.82	3.60	3.61	5.168**
	Duncan test	B	A	B	B	
자기만족지향	평균	3.29	3.00	3.18	3.05	3.991**
	Duncan test	A	B	AB	B	

p≤.01 *p≤.001

A, B는 Duncan test결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균 점수 순으로 표시함.

복저관여집단(M=2.99)도 대체로 중요시하였으나, 의복유행저관여집단(M=2.67)에서는 중요도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 대인관계지향 요인은 의복고관여집단(M=3.57)에서 가장 중요하게 생각하고 있었으며, 의복유행저관여집단(M=3.50)과 의복중관여집단(M= 3.41)도 대체로 중요하게 생각하였으며, 의복저관여집단(M=3.18)에서는 중요도가 가장 낮게 나타났다. 관습지향 요인은 의복유행저관여집단(M=3.82)에서 가장 중요하게 나타났으며, 의복고관여집단, 의복중관여집단, 의복저관여집단의 세 집단간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 자기만족지향 요인은 의복고관여집단(M=3.29)에서 가장 중요시하였으며, 의복유행저관여집단과 의복저관여집단은 의복중관여집단에 비해 덜 중요하게 생각하고 있었다.

이상의 의복관여도에 따른 화장행동의 차이의 결과를 보기쉽게 그래프로 나타내보면 다음의 <그림 1>과 같다.

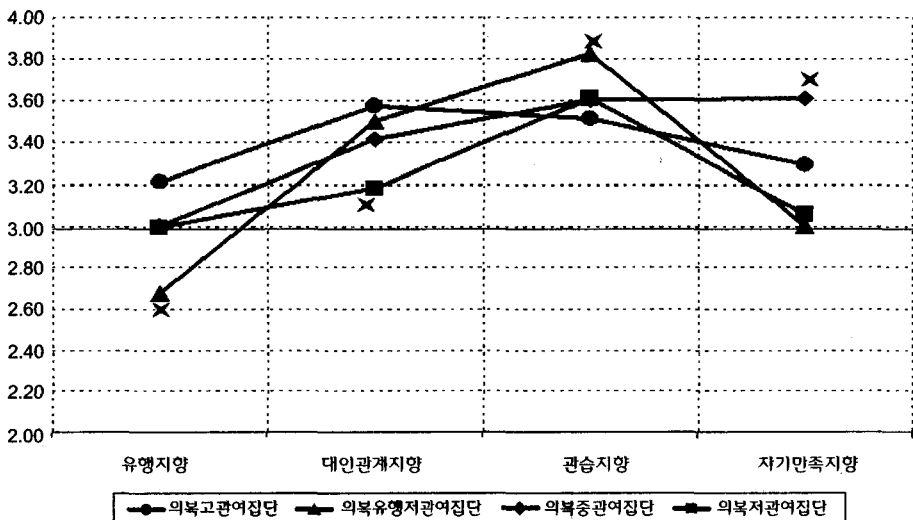
<그림 1>를 살펴보면, 모든 화장행동 요인에서 평균이 대체로 중간 점수인 3.00보다 높게 나타났다. 이 결과로 소비자들이 화장의 다양한 측면을 모두 중요시 한다는 것을 알 수 있다. 이것은 우리나라 여성들이 대체적으로 화장을 중요하게 생각하는 것으로도 해석할 수 있을 것이다. 따라서 앞으로 미국이나 다른 나라의 여성들과의 화장행동 차이를 비교해 보는 연구도 의미가 있을 것이다. 화장행동 요인 중 특히,

관습지향 요인이 높게 나타나고, 다음으로 대인관계 지향 요인이 높게 나타났는데 이것으로 우리나라 여성들이 유행에 따라 화장을 하기 보다는 자신이 처음 화장을 하기 시작할 때 하던 화장법으로 계속 화장을 한다는 것을 알 수 있다. 따라서 화장을 처음 시작하는 시기인 초기 성인기나 대학생 때에 올바른 화장법 지도가 필요하다고 하겠다. 대인관계지향 요인이 높게 나타난 것은 집단지향적인 우리나라의 문화를 반영한 결과라고 추측할 수 있다. 또한, 의복관여도가 높은 집단일수록 다른 집단에 비해 화장의 다양한 측면을 중요시 하는 것으로 나타나 의복시장과 화장시장이 유사함을 알 수 있다. 따라서 의복시장의 특성을 화장시장에 응용하여 마케팅에 활용할 수 있으며 브랜드 확장 시 같은 전략을 사용할 수 있을 것이다.

3. 연령에 따른 화장행동의 차이

연령에 따라 화장행동에 차이가 있는 지 알아보기 위하여 연령에 따른 집단을 20대(20-29세), 40·50대(40-59세)의 2개 집단으로 구분하고, 연령에 따른 화장행동의 차이를 분석하였다. 그 결과는 다음의 <표 5>와 같다.

그 결과 유행지향 요인과 대인관계지향 요인에서 통계적으로 유의한 차이를 발견 할 수 있었다. 이는 연령에 따라 화장행동에 차이가 있음을 나타낸다고



×유의한 차이가 있는 집단 표시

<그림 1> 의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이 그래프

<표 5> 연령에 따른 화장행동 차이의 분석 결과

화장행동	집단	20대 (n=200)	40·50대 (n=200)	T-test (t값)
유행지향		3.21 ^a	2.75	10.149**
대인관계지향		3.26	3.56	5.014*
관습지향		3.53	3.74	0.000
자기만족지향		3.15	3.14	3.307

*p≤.05 **p≤.01
a: 평균

할 수 있다. 즉 화장행동의 요인 중 유행지향 요인은 20대 집단(M=3.21)에서 중요하게 지각하고 있었으며, 대인관계지향 요인은 40·50대 집단(M=3.56)에서 중요하게 지각하고 있었다. 이것은 20대의 경우는 외모에 가장 관심이 많고 유행에도 가장 민감한 시기이기 때문인 것으로 추측되며, 40·50대의 경우는 대인관계가 매우 활발히 이루어지는 시기일 뿐만 아니라 사회에서 매우 중요한 위치에 있는 시기(신효정, 2002)이기 때문인 것으로 해석된다.

위하여 먼저 얼굴만족도에 따라 집단을 분류한 후 분산분석을 하였다. 집단을 분류한 기준은 얼굴만족도의 평균값 3.1을 기준으로 하여 3.1보다 높을 경우 만족집단(n=141), 3.1인 경우 보통집단(n=49), 3.1보다 낮을 경우에는 불만족집단(n=210)으로 하였다. 그 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 얼굴에 만족도가 높을수록 화장행동이 적극적이며, 얼굴에 만족도가 낮을수록 소극적일 것으로 예측하였으나, 여성들은 만족도와 상관없이 화장행동에 적극적인 태도를 보이는 결과가 나타났다. 이러한 결과를 통하여 여성들은 얼굴의 불만족스러운 부분을 감추기 위하여 화장을 하며, 얼굴에 만족하고 있더라도 남에게 자신을 돋보이게 하기 위하여 또는 더 아름다워지기 위하여 화장을 한다는 것을 추정할 수 있다.

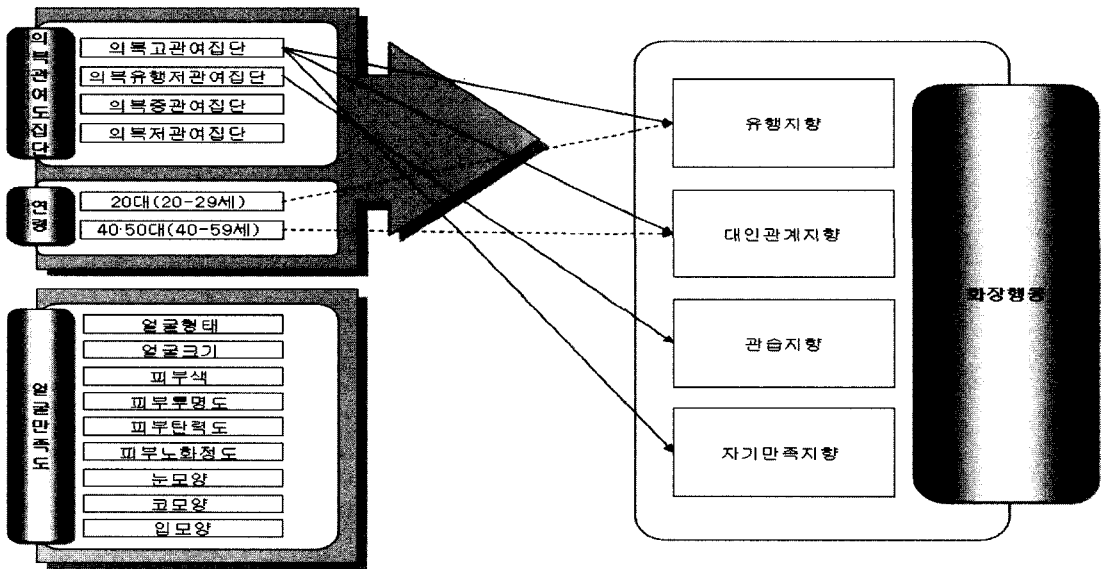
이상의 결과들을 흐름 그림으로 나타내면 <그림 2>와 같다. 의복관여도와 연령은 화장행동에 영향을 미치며 의복관여도 집단과 연령에 따라 화장행동의 특성이 다르게 나타나는 것을 알 수 있다.

4. 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이

V. 결론 및 제언

얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 분석하기

본 논문은 여성 소비자를 의복관여도에 따라 의복



← : 화살표 방향은 의복관여도에 따른 화장행동의 유의한 차이
 ← : 화살표의 방향은 연령에 따른 화장행동의 유의한 차이
 <그림 2> 의복관여도, 연령, 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이

고관여집단, 의복유행저관여집단, 의복중관여집단, 의복저관여집단으로 나누어 집단별로 화장행동의 차이에 대해 알아보았다. 연구문제별로 연구결과 및 결론을 살펴보면 다음과 같다.

1. 의복관여도에 따른 집단을 유형화 하기 위하여 먼저 의복관여도의 차원을 분석한 결과, 의복관여도의 차원은 흥미 및 즐거움, 유행성, 의복상징, 의복연출 등 4개의 요인으로 분석되었고, 요인에 따른 집단의 유형은 '의복고관여집단', '의복유행저관여집단', '의복중관여집단', '의복저관여집단'의 4개의 집단으로 분류되었다.

2. 의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이 분석에서 먼저 화장행동의 차원은 유행지향, 대인관계지향, 관습지향, 자기만족지향 등 4개의 요인으로 분석되었다.

의복관여도 집단에 따른 화장행동의 차이를 분석한 결과를 보면, '의복고관여집단'은 다른 집단에 비해 유행지향, 대인관계지향, 자기만족지향 요인을 중요시 여기고 있는 것으로 나타났으며, '의복유행저관여집단'은 다른 집단에 비해 관습지향 요인을 중요시 여기고 있었다. 특히, '의복고관여집단'은 다른 집단에 비해 관습지향 요인을 제외한 나머지 세 요인을 중요시하고 있었는데, 이 집단은 의복에 관여도가 높고 유행에도 관심이 많은 집단으로서 의복에서 나타난 것과 마찬가지로 화장행동 역시 유행에 관심이 많고 화장에도 관여도가 높게 나타나고 있는 것을 알 수 있다.

또한 '의복유행저관여집단'은 의복에 관심은 많으나 유행은 따르지 않는 집단이므로 다른 집단에 비해 유행보다는 대인관계지향 요인과 관습지향 요인을 중요시 하는 것으로 보인다. 그리고 '의복중관여집단'은 다른 집단과 비교해 볼 때 모든 요인의 중요도가 중간 정도로 나타나 의복에서와 마찬가지로 화장행동에서도 역시 평범한 중간 관여집단이라 할 수 있다. 특히 '의복저관여집단'은 다른 집단에 비해 대체적으로 중요도가 낮게 나타났으며 특히, 유행지향 요인과 자기만족지향 요인을 중요시 하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과가 나타나는 이유로 '의복저관여집단'은 화장을 단순히 사회생활에 필요한 요소라는 것 이외에는 중요한 의미를 두고 있지 않기 때문이라고 추측할 수 있다.

3. 연령에 따른 화장행동의 차이를 분석한 결과 유행지향 요인과 대인관계지향 요인에서 통계적으로 유

의한 차이를 발견 할 수 있었다. 이는 연령에 따라 화장행동에 차이가 있음을 나타낸다고 할 수 있다. 즉 화장행동의 요인 중 유행지향 요인은 20대 집단에서 가장 중요하게 지각하고 있었으며, 대인관계지향 요인은 40·50대 집단에서 중요하게 지각하고 있었다. 이것은 20대의 경우 외모에 관심이 많고 개성이 강하며 유행에 가장 민감한 시기이므로 유행지향 요인을 중요시 하고, 40·50대의 경우 인생의 절정기로 대인관계가 매우 활발히 이루어질 뿐만 아니라 문화, 사회, 경제 등 한 사회의 매우 중요한 위치에 있는 시기(신효정, 2002)이기 때문에 대인관계지향 요인에서 중요도가 높게 나타난 것으로 해석된다.

4. 얼굴만족도에 따른 화장행동의 차이를 분석한 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 얼굴에 만족도가 높을수록 화장행동이 적극적이며, 얼굴에 만족도가 낮을수록 소극적일 것으로 예측하였으나, 여성들은 만족도와 상관없이 화장행동에 적극적인 태도를 보이는 결과가 나타났다. 이러한 결과를 통하여 여성들은 얼굴의 불만족스러운 부분을 감추기 위하여 화장을 하며, 얼굴에 만족하고 있더라도 남에게 자신을 돋보이게 하기 위하여 또는 더 아름다워지기 위하여 화장을 한다는 것을 추정할 수 있다.

이상의 연구 결과를 볼 때, 여성 소비자들을 의복관여도에 따라 분류한 결과 집단별로 화장행동에 차이가 있음을 알 수 있었다. 의복관여도가 높을수록 화장행동에 있어 더욱 적극적이고 유행지향적인 태도를 보이는 것을 알 수 있었다. 또한, 의복관여도가 높은 집단 일수록 다른 집단에 비해 화장의 다양한 측면을 중요시 하는 것으로 나타나 의복시장과 화장시장이 유사함을 알 수 있었다. 따라서 의복세분화시장의 특성을 화장시장에 응용하여 마케팅에 활용할 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점 및 후속 연구에 대한 제언은 다음과 같다. 첫째, 화장에 대한 기초연구가 부족하여 문헌 고찰이 어려웠으며, 둘째, 연구대상자 선정이 서울과 경기지역의 일부 여성 소비자 집단을 연구 대상으로 했기 때문에 전체 여성 화장품 시장으로 확대 해석하는 데는 다소 어려운 점이 있다. 셋째, 얼굴만족도와 화장실태에 대한 설문내용이나 측정수준이 연구마다 다르고 표준화되어 있지 않아 다른 연구와의 비교가 어려웠다. 앞으로의 후속 연구에서는 화장 관련 행동에 보다 더 큰 영향을 주는 의복관련 변인을 다양하게 적용하여 세분화된 연구가 계속적으로

이루어져야 할 것이며, 얼굴만족도, 화장실태에 대한 측정치가 보다 표준화된 조사방법에 의해 보완이 이루어져야 하겠다. 또한, 본 연구에서는 20대와 40·50대 여성의 의복과 화장에 제한을 두고 있으므로 청소년, 남성, 노년 여성의 연구도 함께 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

권현숙. (2001). *여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인*. 경산대학교 보건대학원 석사학위 논문.
 권혜숙. (1990). *인상형성에 미치는 의복의 영향 -첫인상을 중심으로-*. *상명대학교 논문집*, 25(1), 431-442.
 김봉인. (1995). *화장행위의 주관성에 관한 실증적 연구*. *한국미용학회지*, 1(1), 19-36.
 김인태. (1986). *신체적 매력에 대한 지각에서의 성차에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
 박선희. (2001). *현대여성의 화장행위와 성격유형과의 관계성 연구*. 세종대학교 대학원 석사학위 논문.
 신효정. (2002). *현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구*. 건국대학교 박사학위 논문.
 심선녀. (2001). *여대생들의 자아개념 및 신체만족도와 화장근접도와의 관계*. 고신대학교 보건대학원 석사학위 논문.
 이선경. (1993). *남성복유형과 얼굴 매력성이 직업특성 및*

인상추론에 미치는 영향. 연세대학교 박사학위 논문.
 안소현. (1997). *외국상표 의류에 대한 소비자 쇼핑성향 -의복관여, 자민족중심주의, 원산지효과와의 관련을 중심으로-*. *한국의류학회지*, 21(4), 699-709.
 이승민, 권현주, 구양숙. (2000). *남자 대학생의 의복 관여에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구*. *복식문화연구*, 8(2), 183-196.
 이영선. (1991). *소비자의 의복관여와 외적 정보 탐색*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 이유희. (1985). *노년기 여성의 의복선호와 의생활 실태에 관한 연구*. 원광대학교 대학원 석사학위 논문.
 이은실. (1994). *노년기 여성의 의복관여와 라이프 스타일에 관한 연구*. 성신여대대학원 석사학위논문.
 이현옥, 박경애. (2000). *여성소비자의 외모만족도*. *대한가정학회지*, 38(7), 93-103.
 전연숙. (2000). *여성의 화장에 대한 의식행태와 관련요인*. 경산대학교 보건대학원 석사학위 논문.
 전용수. (2001). *여성들의 화장실태와 화장지식 및 태도에 관한 연구*. 계명대학교 대학원 석사학위 논문.
 정영주. (1994). *의복관여와 준거집단 영향력과의 상관성 연구*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
 조기여, 유태순. (1997). *자기 효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계*. *복식*, 32, 165-183.