주니어 마켓 소비자의 의복행동에 대한 성격 유형적 접근

A Study of Junior – Market Consumer Personality Types and their Effect on Clothing Behaviors

인하대학교 교육대학원 가정교육전공
문 영 숙
인하대학교 의류디자인학과
교 수 김 구 자

Major of home Economics, Graduate School of Education, Inha Univ.
Moon, Young-Suk
Dept. of Fashion Design & Textiles, Inha Univ.
Professor : Kim, Ku-Ja

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경
Ⅲ. 연구방법 및 절차
Ⅳ. 연구 결과 및 논의
Ⅴ. 요약 및 제언
참고문헌

<Abstract>

This study classified consumer personality types of the junior market and examined their clothing behaviors. The subjects were composed of 283 male and 276 female high-school-age consumers. Data were collected through questionnaires. Personality types were classified by the Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Data were analysed with the frequency, χ^2, factor analysis, Cronbach's α, ANOVA and Duncan tests using Windows SPSS 12. There was a significant difference ($P<0.001$) between fashion involvement and the 8 classified personality types. In fashion involvement, the extroverted feeling type was significantly higher than the other types. In brand image orientation, the extroverted thinking type was significantly higher than the other types ($P<0.05$). In fashion ad-orientation, the extroverted feeling type was also significantly higher than the other types. In active or passive complaining behaviors, there was no difference. In the selection criterion

Corresponding Author: Kim, Ku-Ja, Dept. of Fashion Design & Textiles, Inha Univ. 253 Yonghyung-dong, Nam-gu, Incheon, 402-751, Korea
Tel: 82-32-860-8132 Fax: 82-32-865-8130 E-mail: kjkim@inha.ac.kr

for clothes of color and design and style, the extroverted feeling type was also significantly higher than the other groups ($P<0.05$).

주제어(Key Words): 성격유형(personality type), MBTI 성격검사지(Myers-Briggs Type Indicator), 외향적 감정형(extroverted feeling type), 외향적사고형(extroverted thinking type), 외향적직관형(extroverted intuition type)

I. 서 론

주니어 마켓은 거대한 구매력을 가진 시장으로 부상하고 있다. 주니어 마켓은 아동을 대상으로 하는 키즈 마켓(Kids market)과 성인을 대상으로 하는 어덜트 마켓(adult market) 사이에서 정체성을 가지지 못한 채 신체의 사이즈만을 늘리거나 줄이는 등, 주니어 특유의 신체적 발달이나 정서적 특성 등이 고려되지 않은, 시장성이 보이지 않던 시장 이였다(패션비즈3, 2003). 그러나 요즘의 주니어 마켓의 소비 주체인 청소년들은 인터넷이 발달된 문화적 환경에서 또래 집단끼리 통하는 문화 코드에 맞는 유행 스타일이나, 최신 주니어 잡지에 실린 캐주얼웨어에 집중하고 있다(패션비즈5, 2003). 이 시장은 소비 주체인 청소년들이 생산 활동에 의한 자신의 소득이 없음에도 불구하고 높은 구매력을 가진 시장으로 부상하고 있다. 그들의 의복행동에 대한 연구는 마케팅 전략에 중요한 기초 자료가 될 것으로 생각한다. 소비자 행동연구에서 성격은 의복선택이나 구매 시 나타나는 행동의 차이를 설명하는 좋은 변수(Schiffman & Kanuk, 1997)로서 그 영향을 밝히고자 노력해 왔으나 성격에 대한 이론적 접근과 측정 방법이 표준화되어 있지 않아 체계적이고 일관성 있는 성과를 거두지 못한 상태이다(홍성태, 1999). 그러나 최근에는 다차원적인 성격에 대한 측정도구로서 표준화된 MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)가 개발되어 개인의 성격유형을 측정할 수 있는 지표로서 활용되고 있다(김정택, 심혜숙, 1995 : 7). 본 연구에서는 주니어 시장의 소비 주체인 남·녀 고등학교 학생을 대상으로 이들의 성격유형을 MBTI로 분류하고 이들의 의복행동의 차이를 성격유형으로 접근하여 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 성격유형 이론

성격유형은 Carl Jung의 심리유형론에 기초를 둔 것으로, 심리유형(psychological type)은 개인의 주체와 객체에 대한 태도 유형과 감각, 직관, 사고, 감정의 4가지 기본적 정신 기능은 상호 독립적이며 하나로 통합될 수 없다는 가정 하에 구별되었고 그들이 선호하는 방식, 인식하는 방식, 판단하는 방식에 따라 인간 행위의 기본적 차이가 있다고 하였다. 외향(extroversion)-내향(introversion)은 관심의 초점, 에너지 방향이 외부세계인지, 내부세계인지를 나타내는 지표이고, 인식(perceiving) 기능은 사물, 사람, 사건, 생각 기능이 포함된 이해이며 판단(judging)기능은 이미 인식한 것과 관련 지어 결론을 내리는 기능이 포함된다. 인식의 두 방식 중에서, 감각(sensing)은 오감을 통해 사물을 직접적으로 인식하는 방식이고, 직관(intuition)은 연상을 통해서 사물을 간접적, 무의식적으로 인식하는 방식이다. 따라서 감각형은 주변 현실에 더욱 관심을 갖는 유형이며 직관형은 직관이 제시하는 다양한 가능성을 추구하는 유형이다. 판단에서의 기본적 차이는 사고(thinking)와 감정(feeling)의 두 방식 때문에 생긴다. 사고형은 논리적, 객관적 사실에 의하여 사물을 판단하는 유형이고, 감정형은 개인적, 주관적 가치관을 사물에 적용하여 판단하는 유형이다. MBIT는 Jung의 심리유형론에 포함되어 있으나 구체적으로 정립되지 못했던 판단과 인식에 대한 척도를 추가시켜 네 개의 서로 다른 선호경향으로 구성되어 있고, 이 선호경향은 개인이 일관성 있게 사용하는 타고난 경향성(I. B. Meyers & P. B. Meyers. 김정택, 심혜숙 공역, 2002: 17-42)을 말한다. MBTI의 성격

유형은 외향성-내향성, 감각-직관, 사고-감정, 인식-판단의 네 개의 선호 지표를 조합하여 외향적감각형(ES), 외향적직관형(EN), 내향적감각형(IS), 내향적직관형(IN)으로 나누고 이를 다시 사고-판단(TJ), 사고-인식(TP), 감정-판단(FJ), 감정-인식(FP)의 4가지로 나누고 성격유형을 8유형과 16유형으로 분류하였다(김정택, 심혜숙 공역, 2002 : 350-351).

8유형은 외향적사고형, 내향적사고형, 외향적감정형, 내향적감정형, 외향적감각형, 내향적감각형, 외향적직관형, 내향적직관형이다. 8유형에서 외향적사고형은 감각적인 외향적사고형(ESTJ)과 감각적인 외향적사고형(ENTJ)이 포함되어 있다. 내향적사고형은 감각적인 내향적사고형(ISTP)과 직관적인 내향적사고형(INTP)이 포함되어 있으며, 외향적감정형에는 감각적인 외향적감정형(ESFJ)과 직관적인 외향적감정형(ENFJ)이 포함되어 있다. 내향적감정형에는 감각적인 내향적감정형(ISFP)과 직관적인 내향적감정형(INFP)이 있으며, 외향적감각형에는 사고적인 외향적감각형(ESTP)과 감정적인 외향적감각형(ESFP)이 포함되어 있다. 외향적직관형은 사고적인 외향적직관형(ENTP)과 감정적인 외향적직관형(ENFP)이 포함되어 있으며 내향적직관형은 사고적인 내향적직관형(INTJ)과 감정적인내향적직관형(INFJ)이 있다. 〈표 1〉에 MBTI의 16개 성격유형과 특성을 요약하였다.

2. 성격유형과 의복행동과의 선행연구

소비자의 의복행동 중에서 개인의 성격특성과 의복행동과의 관련성에 대한 연구로 오현정(2001, a)은 최근 표준화된 검사인 MBTI를 이용하여 20대~30대의 여성을 대상으로 MBTI의 외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식의 4가지 선호지표를 이용하여 6개의 의복평가 요인을 성격 유형과 관련하여 연구하였다. 의복평가 요인 중에서 외향형이 유행관심 평가에서, 감각형이 동조성에서, 사고형이 상징성을 유의하게 높게 평가하였다. 오현정(2001, b)은 같은 자료를 이용하여 성격 유형별로, 선호하는 의복 이미지와 선호하는 점포의 유형과 의복 정보원에 대하여 의미 있는 차이가 있었다고 보고하

〈표 1〉 MBTI의 성격유형과 특성

8개 성격 유형	16개 성격 유형	성격유형 코드	성격 특성
외향적사고형	감각적인 외향적사고형	ESTJ	구체적, 현실적, 활동의 조직화, 지도력
	직관적인 외향적사고형	ENTJ	열성적, 솔직, 단호, 지도력, 통솔력
내향적사고형	감각적인 내향적사고형	ISTP	과묵, 관찰력, 민감성, 도구를 다루는 능력
	직관적인 내향적사고형	INTP	조용, 과묵, 논리적, 분석적 문제 해결능력
외향적감정형	감각적인 외향적감정형	ESFJ	온화, 양심적, 이야기를 좋아함, 인화력
	직관적인 외향적감정형	ENFJ	온화, 적극적, 책임감, 사교성, 동정심
내향적감정형	감각적인 내향적감정형	ISFP	조용, 다정, 온화, 친절, 겸손, 연기력이 뛰어남
	직관적인 내향적감정형	INFP	정열적, 충실, 목가적, 낭만적, 내적신념
외향적감각형	사고적인 외향적감각형	ESTP	현실적인 문제해결 능력, 적응력, 관용적
	감정적인 외향적감각형	ESFP	사교적, 활동적, 수용적, 친절, 낙천적
내향적감각형	사고적인 내향적감각형	ISTJ	신중, 조용, 집중력, 매사 철저, 사리분별력
	감정적인 내향적감각형	ISFJ	조용, 차분, 친근, 책임감, 헌신적
외향적직관형	감정적인 외향적직관형	ENFP	온화, 정열적, 활기, 다재다능, 상상력
	사고적인 외향적직관형	ENTP	민첩, 독창적, 안목이 넓고, 다방면에 관심
내향적직관형	감정적인 내향적직관형	INFJ	인내심, 통찰력, 직관력, 양심적, 화합 추구
	사고적인 내향적직관형	INTJ	독창적 사고, 창의력, 비판분석력, 내적신념

출처 : MBTI GS형 성격유형검사지 인용

였다. 그러나 MBTI의 4가지 선호지표로만 설계되어 있다. 전명숙 · 김용임(2001)은 291명의 여대생을 대상으로 MBTI의 4가지 선호지표로 설계된 성격유형 검사지를 이용하여 성격진단을 받은 후 이들의 의복행동인 유행성, 정숙성, 과시성, 사치성, 심미성과의 관계를 고찰하였다. MBTI의 4가지 선호 경향인 에너지 방향, 인식기능, 행동양식, 판단기능의 4가지 지표로만 연구되었으며 성격유형으로 분석되지 않았다. 이현화 · 박찬부(1998)의 연구에서도 163명의 남여 대학생을 대상으로 MBTI의 4가지 선호경향으로 한복의 인상요인에 대해 연구하였으며 성격 유형으로 분석되지는 않았다.

3. 본 연구에서의 의복행동

1) 유행 관여도(fashion involvement)

유행은 개인의 차별화 욕구인 개성을 표현하기 위하여 혁신의 소개, 합법화, 모방화의 사회적 상호작용을 통하여 혁신(innovation)에 대한 사회적 가시성의 증대, 사회적 포화, 쇠퇴의 일련의 과정이다. 유행관여도는 혁신에 대한 소비자의 수용에 영향을 미치는 정도로 유행혁신성과 유행 의사선도력을 포함하며 두 차원 간에는 높은 연관성이 있다고 하였다. (Summers, 1971 : 고애란 · 남미우, 1998). 유행혁신자 집단은 다른 소비자들보다 상대적으로 빨리 혁신 스타일을 채택하여 다른 소비자에게 시각적 영향력을 행사하는 소비자 집단이며 소비자 중에 혁신자나 의견 선도자는 일부이며 대부분은 추종 집단에 속하고 유행에 무관심한 집단도 존재한다고 하였다(이은영, 1999: 121-125). 본 연구에서는 유행관여도의 정도에 의하여 소비자 집단을 분류하지 않았으나 어떤 성격유형이 가장 유행관여도가 높은 집단인가를 알아냄으로서 주니어 마켓의 표적 집단을 결정하고 이에 따른 마케팅전략을 수립하는 데에 정보를 얻기 위함이다.

2) 상표 이미지 지향성

상표는 패션회사가 판매하는 제품의 얼굴로, 상표이미지와 상품가치가 높은 것은 강력한 상표자산으로 평가된다. 상표자산(brand equity)은 소비자의 상표 충성도와 시장 점유율을 높이고 상품의 부가가치 등을 가져오게 된다. 상표 자산은 고객의 높은 브랜드 인지도(brand awareness)와 차별화된 브랜드 이미지, 혹은 상표연상(brand association)에 의하여 형성된다(안광호 외 2인, 1999 : 245-251). 상표이미지 지향성은 소비자가 구매를 위한 정보 탐색과정에서 사용되는 패션 잡지나 패션 카달로그, 팜플렛 등의 광고물이 제공하는 이미지 지향의 정도를 말한다. 본 연구에서는 성격유형과 상표이미지 지향성에 대한 관련성을 연구하고자 한다.

3) 불평 행동

의복은 다른 제품에 비하여 소비자 관여도가 높고 의복 선택 시 많은 시간을 투자하게 된다. 구매 후 불만족에 의하여 야기된 행동이나 불만족을 보상받기 위해 취하는 일련의 행동을 소비자 불평행동 (consumer complaining behavior)이라고 한다. 제품, 서비스가 기대에 미치지 못할 때 소비자 불만족이 나타나고 불평행동으로 이어진다. 불평행동의 처리과정에서의 불만족은 곧바로 상표전환이나 점포전환으로 이어질 수 있다. 홍금희(1999)는 의복 불평행동의 유형을 제3자 불평행동, 언어적 불평행동, 사적 불평행동의 3유형으로 분류하였고, 의복불평행동의 원인은 품질에 관한 도구적 제품속성 이였다. 의복불평행동으로 무행동, 사적 불평행동, 언어적 불평행동 순 이였으며 남성 집단이 여성 집단에 비해 훨씬 소극적 이였다고 보고하였다. 본 연구에서는 성격유형과 적극적 불평행동과 소극적 불평행동 간에 차이가 있는가를 고찰하고자 한다.

4) 의복 선택기준

의복 선택기준으로 색상, 디자인과 스타일, 자아이미지 고양 등의 3개 변수가 성격유형과 관련이 있는지를 연구하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

본 연구는 남녀 고등학생의 성격유형을 분류하고

분류된 성격유형과 의복행동변수인 유행관여도, 상표이미지 지향성, 불평행동 및 의복의 선택기준과의 연관성을 연구하기 위한 것이다.

1. 예비조사

본 연구의 예비조사는 의복행동의 의미 미분척도의 수정과 보완을 목적으로 고등학교 남녀학생 100명을 대상으로 실시하여 요인분석결과 탈락되거나 요인에 부적절하게 묶인 변수들을 제외하였다.

2. 측정도구

본 연구의 측정도구는 한국심리검사 연구소(KPTI)의 MBTI 검사지를 사용하여 성격검사를 한 후에 설문지법에 의하여 의복행동변수를 답하게 하였다. 의복 행동변수는 문헌조사와 예비조사를 통해 선정, 수정보완 하였다.

1) 의복 행동 변수

의복행동변수를 5점 척도의 의미 미분척도로 측정하기 위하여 예비조사를 거쳐 수정과 보완하였다. 최종적으로 유행관여도에 관한 8개 문항(Summers, 1970: 이승희 · 임숙자, 1998: 김선화 · 이영선, 2001: 김경희 · 김미숙, 1997), 상표 이미지 지향성에 관한 7문항(고애란, 1994: 김은정, 1998: 허정아, 1997: 주성래 · 정명선, 1999), 패션광고 지향성에 관한 4문항(김은정, 1998), 구매 후 불만족시의 불평행동에 관한 6문항(임경복, 1994)이 선택되었고 전체 25 문항이다. 이들 변수는 5점 척도의 하나에 표시하도록 했으며, "전혀 그렇지 않다"는 1점, "매우 그렇다"는 5점으로 하였다.

2) 성격 검사 - MBTI 검사

검사지는 외향성-내향성을 판정하기 위한 21문항, 감각형-직관형을 판정하기 위한 26문항, 사고형-감정형을 판정하기 위한 23문항, 그리고 판단형-인식형을 판정하기 위한 24문항을 합하여 전체 94항목으로 구성되어 있다. 응답자는 이분척도 상에서 두 범주로 나뉘므로 자신의 성향과 기질에 따라 둘 중 하나의 범주에 속하게 된다(김정택 외, 1995).

3. 조사 대상 및 조사시간

인천광역시 인문계 고등학교 2학년 학생 600명을 대상으로 하였다. 인문계 여자 고등학교는 부개여고, 부광여고, 계산여고의 3학교이다. 남자 고등학교로는 부평고, 제물포고, 계산고의 3학교이다. 조사기간은 2002년 7월 2일부터 3주에 걸쳐 조사 하여 자료를 수집하였다. 600부의 설문지 중에서 580부가 회수되었고 응답에서 누락된 설문지를 제외하여 최종 559부가 분석에 이용되었다.

4. 분석방법

수집된 자료는 Windows SPSS 12를 이용하여 통계처리 하였다. 사용된 통계방법은 빈도, 백분율, χ^2 검증, Cronbach의 신뢰도 분석, 요인분석, 분산분석, 사후검증으로 Duncan test를 실시하였다. 요인분석의 타당성을 검증하기 위해 연구항목에 대한 KMO와 Bartlett test를 한 후 요인분석을 수행하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

1. 의복행동 변수의 요인 구조

남 · 여 고등학생들의 의복행동을 파악하기위한 25항목의 신뢰도를 검사하였고, Cronbach ∝계수는 .81~.91 사이로 높았다. 먼저 성격유형과 의복행동과의 관계를 알아보기 위하여 변수에 대한 요인 구조를 분석하였다. 25개 변수를 요인분석 중에서 주성분 분석과 Varimax 회전을 실시한 결과 유행관여도, 상표 이미지 지향성, 패션광고 지향성, 적극적 불평행동, 소극적 불평해동의 5개 요인으로 분류되었고 요인의 내용과 고유값, 변량, 누적변량을 〈표 2〉에 제시하였다. 요인 1은 유행관여도로 명명하였으며 8개 항목이 포함되었고 고유값은 4.95이고 변

<표 2> 요인의 내용, 요인부하량, 고유값, 변량 및 누적변량

요인의 내용	요인 부하량	고유값	변량(%)	누적변량 (%)
요인 1 : 유행 관여도				
나는 패션에 대해 이야기하는 것을 즐긴다	.80	4.95	19.79	19.79
나는 패션 경향에 대하여 다른 사람과 의견을 나눈다	.78			
다른 사람들은 나에게 최근의 유행경향에 대해 의논한다.	.77			
나는 패션 경향에 대해 질문 받는 것을 좋아한다.	.76			
나는 다른 사람이 패션을 결정하는 데 돕기를 좋아한다.	.76			
나의 친구들은 새로운 스타일에 대해 나의 의견을 듣는다.	.74			
다른 사람들과 새로운 스타일에 대해 의견을 나누는 것은 중요하다.	.73			
나는 최근에 어떤 사람이 좀더 유행하는 모습으로 변해 있는 것을 알아차렸다.	.56			
신뢰도 계수(∝)	.91			
요인 2 : 상품 이미지 지향성				
나는 주변 사람들이 선호하는 유행 의복이라서 그 옷을 선택한다.	.84	3.85	15.39	35.18
그 상품이 현재 유행하고 있어서 선택한다.	.79			
그 상표의 유명도가 높아서 선택한다.	.79			
상표명의 이미지가 좋아서 입고 싶어서 선택한다.	.70			
새로운 유행 상품이라서 따르고 싶어서 선택한다.	.64			
유명 연예인이나 아나운서 등이 입고 있는 상품이어서 선택한다.	.58			
좋아하는 사람이 입고 있어서 유사하게 보이고 싶어서 선택한다.	.48			
신뢰도 계수(∝)	.86			
요인 3 : 패션 광고 지향성				
의상, 패션잡지의 패션관련 기사를 보고 선택한다.	.81	2.70	10.79	45.97
신문 방송의 패션관련기사를 보고 선택한다.	.79			
매장에 있는 카달로그를 보고 선택한다.	.77			
집에 오는 카달로그, 팜플렛을 보고 선택한다.	.73			
신뢰도 계수 (∝)	.83			
요인 4 : 적극적 불평행동				
구매한 옷의 불만족사항에 대해 신문, 잡지에 투고한다.	.93	2.50	9.99	55.95
구매한 옷의 불만족사항에 대해 점포나 제조회사에 법적 행동을 한다.	.90			
구매한 옷의 불만족사항에 대해 소비자 보호 단체의 소비자 고발 센터에 고발한다.	.87			
신뢰도 계수(∝)	.89			
요인 5 : 소극적 불평행동				
구매한 옷이 마음에 안 들면 개인적으로 그 상점을 이용하지 않는다.	.89	2.23	8.94	64.89
구매한 옷이 마음에 안 들면 개인적으로 그 상품이나 상표를 구입하지 않는다.	.86			
구매한 옷이 마음에 안 들면 그 상품이나 상표를 구입하지 않도록 충고한다.	.76			
신뢰도 계수(∝)	.81			

량은 19.79%를 설명하고 있다. 요인 2는 상표 이미지 지향성으로, 7개의 항목이 포함되었고 고유값은 3.85이고 변량은 15.39%이다. 요인 3은 패션광고 지향성으로, 4개의 항목이 포함되었고 고유값은 2.70이고 변량은 10.79%를 설명하고 있다. 요인 4는 의복 구매 후 마음에 들지 않았을 때 불평행동 방식에서

적극적으로 불평하고 행동하는 항목으로 3개의 항목이 포함되었으며 이를 적극적 불평행동이라고 명명하였다. 고유값은 2.50이고 변량은 9.99%를 설명하고 있다. 요인 5는 소극적 불평행동으로 명명하였고 3개의 항목이 이에 포함되었고 고유값은 2.23이고 변량은 8.94%를 설명하고 있다. 5개 요인에 의한 누적변량은 64.89%의 설명력을 가지고 있다.

2. 성격 유형의 분류

1) MBTI 선호 경향에 따른 성격 유형의 분류

본 연구 자료의 성격 유형을 분류하기 위하여 MBTI의 선호 경향에 따른 빈도분석과 피어슨의 χ^2 test를 실시하였다. 분류된 성격유형에 대한 출현빈도와 기대빈도는 〈표 3〉과 같다.

MBTI 선호경향에 따른 외향성-내향성의 성격유형의 분포는 피어슨의 카이제곱검증 결과 남학생과 여학생 간에 p 0.05수준에서 유의한 차이가 있었다. 남학생은 전체 283명중에서 외향성이 157명으로 55.5%이고, 내향성은 126명으로 44.5%으로, 외향성이 내향성보다 많다. 여학생은 전체 276명중에서 외향성이 189명으로 68.5%이고, 내향성은 87명으로 31.5%로 외향성이 내향성보다 많다. 남·녀 학생간의 차이는 외향성에서 남학생이 45.4%이고 여학생은 54.6%로, 여학생이 남학생의 비율보다 높고, 내향성에서는 남학생이 59.2%, 여학생이 40.8%로, 남학생이 여학생의 비율보다 높았다. 그러나 인식기능인 감각형과 직관형에서 실제 빈도에서 남·녀 학생 간에 유의한 차이가 없었다. 또한 판단기능인 사고형과 감정형에서도 남·녀 학생 간에 유의한 차이가 없었다. 그러나 행동양식인 판단형과 인식형의 성격유형 분포는 카이제곱검증 결과 남학생과 여학생 간에 p 0.05수준에서 의미 있는 차이가 있었다. 남학생은 전체 283명중에서 판단형은 117명으로 전체의 42.4%이고, 인식형은 159명으로 전체의 57.6%로, 인식형의 성격유형이 판단형의 성격유형 출현율보다 높다. 남·녀 학생간의 차이는 판단형에서 남학생은 42.4%이고, 여학생은 57.6%로 여학생의 비율이 높고, 인식형에서는 남학생이 55.3%이고 여학생은 44.7%로, 남학생의 비율이 높았다. 이는 카이제곱검증 결과 남학생과 여학생 간에 p 0.05 수준에서 유의한 차이가 있었다.

김정택 등(1995)의 20대에서 50대까지의 한국 여성을 대상으로 분류한 성격유형을 보면 외향형의 성격유형이 내향형의 성격유형보다 많고, 직관형 성격유형보다 감각형 성격유형이 많고, 감정형 성격유형보다는 사고형 성격유형이 많고, 인식형 성격유형보다는 판단형 성격유형이 높은 출현율을 보이며

〈표 3〉 MBTI의 선호 경향에 따른 성격유형의 출현빈도, 기대빈도 및 x test

	전체 N	MBTI 선호경향							
		에너지 방향		인식 기능		판단 기능		행동 양식	
		외향성(E)	내향성(I)	감각형(S)	직관형(N)	사고형(T)	감정형(F)	판단형(J)	인식형(P)
남학생	283 50.6	157(175.2) 45.4 55.5	126(107.8) 59.2 44.5	170(176.2) 48.9 60.1	113(106.8) 53.6 39.9	105(108.8) 48.8 37.1	178(174.2) 51.7 62.9	86(102.8) 42.4 30.4	197(180.2) 55.3 69.6
여학생	276 49.4	189(170.8) 54.6 68.5	87(105.2) 40.8 31.5	178(171.8) 51.1 64.5	98(104.2) 46.4 35.5	110(106.2) 51.2 39.9	166(169.8) 48.3 60.1	117(100.2) 57.6 42.4	159(175.8) 44.7 57.6
합 계	559 100	346(346.0) 100	213(213.0) 100	348(348.0) 100	211(211.0) 100	215(215.0) 100	344(344.0) 100	203(203.0) 100	356(356.0) 100
통계치		χ^2= 10.01* P<0.05		χ^2=1.16 N.S		χ^2=0.45 N.S		χ^2= 8.70* P<0.05	

* ( )안의 숫자 : 기대빈도 * 2행: 남·녀 간의 % * 3행: 동성 간의 %

특히 감각형 성격유형이 판단형 성격유형의 비율보다 현저히 높다고 보고하였다. 또한 오현정(2001)의 20대~30대 여성을 대상으로 한 연구에서 분류된 성격유형을 보면 외향형 성격유형보다 내향형 성격유형의 출현율이 높고, 직관형보다 감각형의 출현율이 높고, 사고형 보다 감정형의 출현율이 높고, 판단형보다는 인식형의 출현율이 높았다. 본 연구에서는 고등학교 여학생은 내향형의 성격유형보다 외향형의 성격유형의 출현율이 높고, 직관형의 성격유형보다는 감각형의 출현율이 높으며, 사고형의 성격유형보다는 감정형의 출현율이 높고, 판단형의 성격유형보다는 인식형의 출현율이 높게 나타났다. 이는 특히 오현정의 20~30대 여성들을 대상으로 했을 때, 내향형의 성격 유형의 출현율이 높은 것을 제외하고는 본 연구의 다른 성향에서 일치하였다. 이는 요즘은 가정, 학교, 사회에서 남·녀간의 성차에 따른 성 역할과 여성의 미덕에 대한 개념이 변화하여 외향형의 성격유형이 많아지고 있다고 판단된다.

2) 8개 성격 유형에 따른 출현율

남·녀 고등학생들의 분류된 성격유형과 의복행동 요인과의 관계를 분석하기 위하여 성격유형(김정택, 2002)을 16개의 성격유형으로 분류하여 분석해보니 셀에 포한된 피험자의 수가 5이하인 경우가 많아 8개로 묶어 분석하였다. 8개의 성격유형은 외향적사고형, 내향적사고형, 외향적감정형, 내향적감정형, 외향적감각형, 내향적감각형, 외향적직관형, 내향적직관형이다. 남·녀 학생의 8개 성격유형의 출현율은 〈표 4〉와 같으며 이를 근거로 〈그림 1〉로 나타내었다.

남학생의 성격유형은 8개의 유형 중에서 내향적감정형이 283명중에서 56명으로 10.0%로 가장 많고 그 다음은 외향적감각형으로 284명중 55명으로 9.8%를 차지하고 있다. 여학생의 성격유형은 외향적감각형이 276명중 62명으로 11.1%로 가장 많고 그 다음은 외향적 직관형으로 276명중 53명으로 9.5%를 나타내고 있다. 남·녀 학생을 합쳐 외향적감각형이 559명중에서 117명으로 20.9%로 가장 많다. 그 다음은 외향적직관형으로 559명중에서 106명으로 19.0%를 나타내고 있다. 이상과 같이 8개의 성격유형의 출현율을 살펴보았다.

3. 분류된 성격 유형과 의복 행동 요인과의 관계

분류된 8개의 성격유형과 의복행동요인과의 관계를 분석하기 위하여 25개 문항에 대해 KMO와 Bartlett test를 실시하여 요인분석의 타당성을 검증하였다. 분류된 8개의 성격유형과 의복행동 용인과의 관계를 분석하기 위하여 요인점수를 이용하여 분산분석을 하였고 사후 검증으로 Duncan test를 실

〈표 4〉 8개 성격유형에 따른 남·녀 고등학생의 출현율

성격 유형				성 별		총 계
				남학생	여학생	
1	외향적사고형	ESTJ	ENTJ	23 (4.1)	37 (6.6)	60 (10.7)
2	내향적사고형	ISTP	INTP	33 (5.9)	15 (2.7)	48 (8.6)
3	외향적감정형	ESFJ	ENFJ	26 (4.7)	38 (6.8)	64 (11.4)
4	내향적감정형	ISFP	INFP	56 (10.0)	30 (5.4)	86 (15.4)
5	외향적감각형	ESTP	ESFP	55 (9.8)	62 (11.1)	117 (20.9)
6	내향적감각형	ISTJ	ISFJ	26 (4.7)	29 (5.2)	55 (9.9)
7	외향적직관형	ENTP	ENFP	53 (9.5)	53 (9.5)	106 (19.0)
8	내향적직관형	INTJ	INFJ	11 (2.0)	12 (2.1)	23 (4.1)
합 계				283 (50.7)	276 (49.3)	559 (100.0)

* 숫자 : 빈도(%)

시하였다. 8개의 성격유형에 따른 추출된 5개 요인의 F값, 유의수준, Duncan test 결과를 〈표 5〉에 제시하였다.

먼저 유행관여도는 8개의 성격유형 집단 간에 의미 있는 차이가 있었다. Duncan test 결과 a 집단, ab 집단, bc 집단, cd 집단, d 집단의 5집단으로 분류되었다. 외향적감정형이 a 집단으로, 외향적사고형, 외향적감각형, 외향적직관형의 3집단이 ab 집단으로, 내향적직관형이 bc 집단으로, 내향적감정형은 cd 집단으로, 내향적사고형과 내향적감각형은 가장 낮은 d집단으로 분류되었다. F값은 9.44로 p 0.001 수준에서 의미 있는 차이를 나타내었다. 따라서 외향적감정형이 유행관여도가 가장 높은 집단이며 가장 낮은 집단은 내향적사고형과 내향적감각형이다. 남·녀 고등학교의 학생들의 빈도가 가장 높은 외향적감각형과 외향적직관형은 ab집단으로 분류되어 두 번째로 유행관여도가 높은 집단임을 알 수 있다.

유행관여도에서 a집단으로 분류된 외향적감정형에 대한 성격특성을 살펴보면 외향적감정형은 감각적인 외향적감정형(ESFJ)과 직관적인 외향적감정형(ENFJ)이 결합되어 있는 유형이다. ESFJ형들은 실용주의적이고 사실적 대화를 하며, 헌신적이고 사무적인 일에서 그들의 감정은 탁월한 역할을 하며 일상적 일에 가장 잘 적응하는 성격유형이다.

또 다른 ENFJ형들은 독서와 일반적 분야에 대한 학구적 관심이 높고, 이론이나 비전, 통찰에 대해 이미 알려진 사실 이외의 새로운 가능성에 대한 상상력을 발휘하여 표현 능력이 뛰어나며 화합을 중시하여 조직 내에서 일을 잘하는 유형들이다. 이들 외향적감정형이 유행관여도가 가장 높은 성격유형으로 밝혀졌다. 외향적감정형은 남녀 고등학교 학생 559명 중에서 64명으로 11.4%를 차지하고 있다.

유행 관여도가 가장 낮은 내향적사고형에 대해 살펴보면 내향적사고형은 감각적인 내향적사고형(ISTP)과 직관적인 내향적사고형(INTP)의 두 유형이 포함된다. ISTP형들은 손재간이 뛰어나고 물질적 재화에 대한 통찰력과 시장분석, 판매분석 분야에서 탁월한 능력을 발휘한다. INTP형들은 사고 기능만으로는 할 수 없는 통찰력, 관련된 독창적 아이디어, 일어날 수 있는 가능성을 순간적으로 파악해 내는 능력이 있고, 일상적 일들을 싫어하고 비현실적인 것을 추구하느라 힘을 낭비하기도 한다. 종합적으로 내향적사고형의 일반적 성격 특성은 논리적, 객관적 사실에 기초를 두고, 원칙을 지키며 정신적 성취를 우선 목표로 일관하려는 성격특성을 가진 집단으로 유행관여도가 가장 낮은 유형으로 분석되었다.

유행관여도가 가장 낮은 또 다른 유형인 내향적

〈표 5〉 8개의 성격유형에 따른 요인의 F값과 Duncan test

성격 유형		빈도(%)	요인 1		요인 2		요인 3		요인 4		요인 5	
			유행 관여도	F값	상표 이미지 지향성	F값	패션광고 지향성	F값	적극적 불평행동	F값	소극적 불평행동	F값
1	외향적사고형	60(10.7)	0.15 ab	9.44***	0.30 a	2.09*	1.97 ab	3.44***	0.16	n.s	-0.08	n.s
2	내향적사고형	48(8.6)	-0.57 d		0.04 ab		-0.46 c		-0.24		0.41	
3	외향적감정형	64(11.4)	0.43 a		0.07 ab		0.33 a		-0.03		-0.01	
4	내향적감정형	86(15.4)	-0.30 cd		0.08 ab		-0.09 ab		0.02		-0.13	
5	외향적감각형	117(20.9)	0.18 ab		0.18 ab		0.11 ab		0.06		-0.01	
6	내향적감각형	55(9.9)	-0.51 d		-0.11 ab		-0.22 ab		0.09		0.03	
7	외향적직관형	106(19.0)	0.22 ab		-0.18 b		0.08 ab		-0.01		-0.09	
8	내향적직관형	23(4.1)	-0.02 bc		0.004 ab		-0.11 ab		0.26		0.26	

평균 : 요인점수 * : P<.05 *** : P<.001 던컨결과 : a>b>c

감각형은 사고적인 내향적감각형(ISTJ)과 감정적인 내향적감각형(ISFJ)의 두 유형이 포함된다. ISTJ형들은 논리, 분석, 결단력을 강조하며 철두철미하고 인간관계 중에서도 가장 가까운 친구들과의 관계를 성공적으로 발달시키며, 매우 협조적이다. ISFJ형들은 성실하고 사려 깊고 공동의 복지를 강조하며 실생활에서의 의무에 충실하고 전형적 일꾼의 유형이다. 종합적으로 내향적감각형은 체계적이고 책임감과 적응력이 뛰어나고, 감각을 통한 사물의 인상에 예민하고 사고, 감정기능을 세부사항에 입각하여 실용적 판단을 내리는 내향적 유형 중에서 가장 실제적인 성격유형으로 유행관여도가 가장 낮은 성격집단으로 분석되었다. 유행 관여도가 가장 낮은 내향적사고형과 내향적감각형은 남녀 고등학교 학생 559명중에서 103명으로 18.5%를 차지하고 있다.

오현정(2001)은 20대와 30대의 여성을 대상으로 한 연구에서 외향형-내향형에서 외향형이 내향형보다 유행관심이 유의적으로 높았다고 보고하였다. 오현정은 MBTI의 외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식 4가지 선호 지표로 성격 집단을 분류하였고 본 연구는 8개의 성격유형으로 분류 고찰하여 유행관여도가 가장 높은 성격집단은 외향적감정형이였으며, 남·녀 고등학교의 학생들의 빈도가 가장 높은 외향적감각형과 외향적직관형들도 유행관여도에서 두 번째의 집단으로 나타났다.

다음은 상표이미지 지향성에 관한 것으로, 상표이미지 지향성이 가장 높은 성격유형은 외향적사고형으로 Duncan test 결과 a집단으로 분류되었고 두 번째로 높은 집단은 내향적사고형, 외향적감정형, 내향적감정형, 외향적감각형, 내향적감각형, 내향적직관형의 6개의 성격유형이 ab로 분류되었고, 외향적직관형만이 b집단으로 분류되었다. 전체적으로 상표이미지 지향성은 a집단, ab집단, b집단의 3집단으로 분류되었고 F값은 2.09이며 P 0.05수준에서 집단간에 유의한 차이가 있었다. 상표이미지 지향성이 가장 높은 외향적사고형의 성격특성을 살펴보면 외향적사고형은 감각적인 외향적사고형(ESTJ)과 직관적인 외향적사고형(ENTJ)의 두 유형이 결합되어 있다. ESTJ형은 직관보다는 감각으로 세상을 관찰하고 오관으로 감지된 사실들에 관심을 쏟으며 실제적이고 실용주의적인 경향과 그들의 호기심은 주로 감각으로 직접 느껴지는 새로움에 대한 자극이며 현실성이 빈약한 것은 받아들이는 것이 쉽지 않다. 그들은 즉각적이며 가시적이고 계획에 입각해서 일하기를 선호하며 기존의 사실들이나 절차에 준한 결정을 선호한다. 직관의 지원을 받는 ENTJ은 감각보다는 직관으로 세상을 관찰하며 현재, 명확성, 기존의 사실들을 뛰어넘어 주로 가능성에 관심을 쏟는다.

이들은 직관이 요구되지 분야에는 거의 만족하지 않으며, 통찰과 전망, 장기간에 걸친 가능성과 조감도이지 세부적인 절차나 사실들이 아니다. 종합하면 외향적사고형은 그들의 사고기능을 활용하여 분석적, 객관적이며 결단력이 있으며, 논리적이고 추리력이 뛰어난 성격유형이라고 할 수 있다.

다음은 상표이미지 지향성이 가장 낮은 외향적직관형을 살펴보면 외향적직관형은 감정적인 외향적직관형(ENFP)과 사고적인 외향적직관형(ENTP)의 두 유형이 결합되어 있다. ENFP형들은 ENTP보다 더 정열적이며 사람을 조종하는 수완 등에 관심이 많고 해결해야 하는 문제점이나 새로운 가능성을 제시하는 일등에 탁월하다. ENTP형들은 독립적, 분석적이며, 타인과의 관계에서 다른 사람들이 자기들의 기획에 어떤 영향을 끼칠 것인가를 고려하는 객관적인 경향이 강하여, 관심 분야에서의 적응력이 뛰어난 성격유형들이다. ENFP형과 ENTP을 결합한 외향적직관형의 특성을 종합하면 독창적이고, 개인주의적이며 영감을 중시하고 틀에 박힌 일상적인 일을 싫어하고, 모험적, 주도적이며 창의적인 추진력이 뛰어나고, 외부에서 가능성을 보는 직관으로, 난관을 해결하는 데에도 가장 창의적이다. 집중된 의지력보다는 자극을 불러일으키는 힘에 따라 움직이며 영리하고 열광적이며 영감의 위력을 발휘하는 일에 적격이다. 같은 외향성 성격임에도 불구하고 외향적사고형은 상표이미지 지향성이 가장 높고, 외향적직관형은 상표이미지 지향성이 가장 낮은 성격유형임이 밝혀져서 흥미롭다. 이는 성격유형을 8개로 분류하여 고찰한 결과라고 생각된다. 외향적직관

형은 남·녀 고등학교의 학생들의 빈도가 가장 많은 106명으로 19.0%를 차지하고 있다.

다음은 패션광고지향성에 관한 것으로 Duncan test 결과 외향적감정형이 a집단으로 분류되었고 두 번째로 높은 집단은 ab로 분류된 외향적사고형, 내향적감정형, 외향적감각형, 내향적감각형, 외향적직관형, 내향적직관형의 6개의 성격유형이 같은 정도의 패션광고지향성을 나타내는 성격유형으로 분류되었고, 가장 낮은 성격유형은 내향적사고형으로 c 집단으로 분류되었다. F값은 3.44로 P 0.001수준에서 성격유형간에 의미있는 차이가 있었다. 앞에서 유행관여도가 가장 높은 외향적감정형이 패션광고지향성에서도 가장 높았으며 유행관여도에서 가장 낮은 내향적사고형이 패션광고지향성에서도 가장 낮았다. 패션광고 지향성이 가장 높은 외향적감정형과 패션광고 지향성이 가장 낮은 내향적사고형의 성격 특성은 유행관여도 부분에서 이미 고찰하였다.

다음은 의복을 구매한 후 불만족이 생겼을 때 불평행동을 어느 성격유형이 적극적으로 혹은 소극적으로 하는지에 대해 분석한 결과 남·여 고등학생들은 성격유형과 관계없이 의복의 불만족에 대한 적극적 불평행동에서 8개의 성격집단 간에 의미 있는 차이가 없었으며, 소극적 불평행동에서도 성격유형 간에 의미 있는 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 주니어마켓의 소비자들은 의복 구매 후 불만족이 생겼을 때 적극적 불평행동을 하고자 하는 의지도 미약하고 불평행동을 어디에 어떻게 해야 하는지에 대한 절차도 인지되지 못한 상황에 기인하는 것으로 분석할 수 있을 것이다. 정지아(1999)의 여대생을 대상으로 한 연구에서도 의복구매 시 불만족이 생겼을 때 다시는 "개인적으로 그 상품이나 상표를 구입하지 않는다.", "개인적으로 그 상점을 이용하지 않는다." 와 같은 소극적 불평행동을 취하는 것으로 나타났다.

다음은 요인분석 안에 포함시키지 않은 의복 선택 기준을 묻는 항목으로 3개의 변수인 색상, 디자인, 자아이미지 고양과 같은 선택 기준과 8개의 성격유형과의 관계를 분석하였다. 분산분석과 Duncan test를 실시하였으며 그 결과를 〈표 6〉에 제시하였다.

〈표 6〉 성격유형에 따른 3변수의 F값 및 던컨결과

	성격 유형	변 수					
		색상	F값	디자인 및 스타일	F값	자아 이미지	F값
1	외향적사고형	4.22 ab	1.82*	4.10 ab	1.78*	4.03	n.s
2	내향적사고형	4.21 ab		4.15 ab		3.85	
3	외향적감정형	4.33 a		4.23 a		4.13	
4	내향적감정형	4.22 ab		4.02 ab		3.83	
5	외향적감각형	4.27 ab		4.16 ab		3.82	
6	내향적감각형	3.95 bc		3.85 c		3.71	
7	외향적직관형	4.28 ab		4.19 ab		3.96	
8	내향적직관형	3.87 c		3.91 ab		4.04	

의복 선택 기준 중에서 색상에서는 8개의 성격유형 집단 간에 F값이 1.82이고 p 0.05수준에서 유의한 차이가 있었다. Duncan test 결과 a 집단, ab 집단, bc 집단, c 집단의 4개로 분류되었다. 외향적감정형이 a 집단으로, 외향적사고형, 내향적사고형, 내향적감정형, 외향적감각형, 외향적직관형이 ab 집단으로, 내향적감각형이 bc 집단으로, 내향적직관형은 c집단으로 분류되었다. a 집단으로 분류된 외향적감정형은 유행관여도와 패션광고 지향성에서, 그리고 의복 선택 기준 중에서 색상에 가장 높은 관심을 가진 성격유형으로 분석되었다.

색상에서 가장 낮은 반응을 보인 내향적직관형에 대하여 살펴보면, 내향적직관형은 감정적 내향적직관형(INFJ)과 사고적 내향적직관형(INTJ)의 두 유형이 결합된 것이다. 감정의 지원을 받는 내향적직관형인 INFJ형들은 내향적이며 화합을 중시하고 타인으로부터 이해와 인정을 받고 목표를 향하여 협력하며 특히 이 유형들이 가지고 있는 비전은 인간 복지에 대한 관심사이다. 사고의 지원을 받는 내향적직관형인 INTJ형은 16개의 성격유형 중에서 가장 독립적이고 과학적이며 기술적인 문제에서 혁신적인 상상력을 발휘하여 틀에 박힌 생산 활동이나 이론적 탐구보다는, 직관을 실용적으로 적용하는 데에 탁월하다. 종합적으로 내향적직관형들은 뛰어난 통찰력과 영감에 의해 동기가 유발되고, 가능성을 보는 내적인 비전에 따라 행동하며 개인주의적 성향이

강하고, 새 분야를 개척하는데 관심이 높고, 결단력을 가지고 사물의 보다 깊은 의미를 살려나가는 데 재능을 발휘한다. 이러한 내향적직관형이 의복선택 기준인 색상에서 가장 낮게 반응하는 성격유형으로 분석되었다. 이들 내향적직관형은 남·여 고등학생 중에서 가장 적은 23명으로 4.1%를 차지하고 있다.

다음은 의복선택기준으로 디자인 및 스타일 변수에서는 F값이 1.78이고 8개의 성격집단간에 p 0.05 수준에서 유의한 차이가 있었다. Duncan test 결과 a 집단, ab 집단, c 집단의 3개로 분류되었다. 외향적감정형이 a 집단으로, 내향적감각형이 c 집단으로 분류되었으며 나머지의 6개의 성격유형은 같은 ab 집단으로 분류되었다. a 집단으로 분류된 외향적감정형은 유행관여도와 패션광고 지향성과 색상과 디자인 및 스타일변수에서 가장 높은 성격유형으로 고찰되었다. 유행관여도에서 가장 낮은 내향적감각형은 디자인 및 스타일의 변수에서도 가장 낮아 일관성이 있는 흥미있는 결과를 보여주고 있다. 이 결과는 MBTI의 4가지 선호지표만으로 분석되었던 이제까지의 연구와는 다르게 나타났으며 이는 8개 성격유형으로 분류하여 고찰한 연구 성과라고 생각된다.

다음은 의복선택기준으로 의복을 통한 자신의 이미지 고양을 목적으로 의복을 선택하는지에 관하여는 8개의 성격유형 간에 유의차가 없는 것으로 분석되었다. 이는 이 시기에는 아직 패션에 대한 감각이 세분하여 발달되지 않았거나 유행에 무비판적으로 추종하는 동조성이 강한 시기적인 특성 때문인 것으로 해석할 수 있을 것이다.

V. 요약 및 제언

본 연구는 주니어 마켓이 거대한 구매력을 가진 시장으로 부상하고 있는 시점에서 이 시장의 주요 소비자인 남·여 고등학생을 대상으로 이들의 성격유형을 분류하고, 분류된 성격유형이 유행관여도, 상표이미지 지향성, 패션광고 지향성, 의복구매 후 불만족이 생겼을 때의 적극적 불평행동과 소극적 불평행동, 그리고 의복의 선택기준과의 관계를 밝히고자 하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1) 전체 559명중에서 외향성-내향성의 분포는 전체 남학생 283명중에서 외향성이 55.5%이고, 내향성은 44.5%으로, 외향성이 내향성보다 많다. 여학생은 전체 276명중에서 외향성이 68.5%이고, 내향성은 31.5%로 외향성이 내향성보다 많다.

2) 8개 성격유형으로 분류된 유형 중에서 가장 많은 성격유형은 외향적감각형이고 전체 559명 중 20.9%이고 다음은 외향적직관형으로 19.0%를 차지하고 있다.

3) 유행관여도가 가장 높은 성격유형은 외향적감정형이고, 패션광고 지향성이 가장 높은 성격유형 역시 외향적감정형이다. 이 유형은 전체의 11.4%를 차지하고 있다. 유행관여도가 가장 낮은 성격유형은 내향적감각형이였으며 이 유형은 디자인 및 스타일의 변수에서도 가장 낮아 일관성 있는 결과를 나타내었다.

4) 상표이미지 지향성이 가장 높은 성격유형은 외향적사고형이고, 이 유형은 전체의 10.7%를 차지하고 있다.

5) 의복 구매 후 의복의 불만족에 대한 적극적 불평행동이나, 소극적 불평행동에서 성격유형 집단간에 의미 있는 차이가 없었다.

6) 의복선택 기준 중 색상과 디자인 및 스타일에서 가장 높은 반응을 보이는 성격유형은 외향적감정형 이였다.

이상의 결과를 토대로 주니어 마켓 측면에서 시사점을 제시하면 다음과 같다.

주니어 소비자들을 대상으로 하는 주니어 마켓에서는 유행관여도가 높은 외향적감정형들에 유의하여야 필요가 있다고 생각된다. 특히 본 연구에서 밝혀진 유행관여도, 패션광고 지향성, 색상, 디자인 및 스타일에서도 가장 높은 반응을 보인 외향적감정형은 전체의 11.4%를 차지하고 있으며 이들은 인터넷이 발달된 문화적 환경에서 그들끼리 통하는 문화코드에 맞는 새로운 스타일의 의복을 초기에 구입하거나, 또래 집단에게 유행에 관한 정보나 조언을 주고 또한 패션광고나 의복의 색채와 디자인 및 스

타일에서 가장 민감하게 반응하는 성격유형이라고 볼 수 있다. 그러므로 제품 기획시 의복의 색채와 디자인, 스타일등을 고려하여야 할 것이며 주니어 잡지의 패션광고에도 신경을 써야 할 것이다.

또한 유행관여도가 가장 낮은 내향적감각형은 패션에 대해 무관심한 유형으로 주니어 마켓에서 패션성이 높은 고가의 제품보다는 실용적인 잔여 상품을 구매할 수 있는 성격집단으로 분류할 수 있을 것이다.

후속 연구로서 본 연구에서 밝혀진 유행관여도가 가장 높은 외향적감정형이, 소비자를 유행채택시기별로 분류하였을 때, 유행혁신자로서 일치하는지에 대한 연구도 가능 할 것이다. 또한 의복 불만족에 대한 적극적 불평행동이나 소극적 불평행동의 변수에 대하여 연구되어야 할 것이다. 본 연구는 인천광역시에 거주하는 남·여 고등학생을 대상으로 하였으나 연구대상을 다양한 연령층의 소비자로 확대하여 연구가 이루어진다면, 보다 구체적인 마켓팅 정보를 얻을 수 있을 것이다.

■참고문헌

고애란, 남미우(1998). 성인 남성의 성적지향에 따른 의복 행동과 심리적 특성의 관련 연구. 한국의류학회지, 22(4), 460-468.

고애란(1994). 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구 이미지 및 의복태도의 차이연구. 한국의류학회지, 18(2), 263-272.

김정택, 심혜숙(1995). MBTI 안내서. 서울 : 한국심리검사연구소, 7.

김정택, 심혜숙 공역, Isabel Briggs Myers, Peter B. Myers(2002). 서로 다른 천부적 재능들. 한국심리검사연구소.

김경희, 김미숙(1997). 유행선도력에 따른 여고생의 구매 전 의사결정과정. 한국의류학회지, 21(3), 487-501.

김선화, 이영선(2001). 유행선도력과 쇼핑관련 특성과의 관계연구 -쇼핑동기, 지속적 정보 탐색, 충동구매와 관련하여-. 한국의류학회지, 25(1), 162-172.

김은정(1998). 유행의견선도력과 의복구매행동과의 상관연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

이금실(1992). 사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한 연구. 연세대 대학원 석사학위논문.

이부희(1996). 남녀 중 고등학생의 심리적 특성과 의복행동과의 관계연구. 연세대 대학원 석사학위 논문.

이승희, 임숙자(1998). 유행선도력에 따른 소비자의 추구혜택 및 의복스타일 선호도에 관한 연구. 한국의류학회지, 22(7), 942-951.

이현화, 박찬부(1998). 지각자의 성격변인에 따른 의복단서의 인상효과에 대한 연구. 한국의류학회지, 22(3), 341-352.

오현정(2001, a). 소비자의 성격유형별 의복평가의 차이. 한국의류학회지, 25(2), 249-258.

오현정(2001, b). 성격유형별 선호하는 의복이미지와 의복구매행동. 한국의류학회지, 25(3), 606-616.

심혜숙, 임승환(1997). 성격유형과 삶의 양식. 한국심리검사연구소, 5.

전경숙(2000). 남자 중·고등학생의 유행선도력과 정보원 활용 및 의류구매행동과의 관계연구(제1보). 한국의류학회지, 24(5), 675-685.

전명숙, 김용임(2001). 여대생의 의복행동과 MBTI 성격유형에 관한 연구. 한국생활과학회지, 10(1), 57-71.

정지아(1999). 여대생의 유행선도력에 따른 자아이미지 및 의복구매 행동에 관한연구. 이화여대 대학원 석사학위논문.

주성래, 정명선(1999). 청소년의 상표지향성에 따른 의복구매행동. 한국의류학회지, 23(2), 230-241.

허정아(1997). 청소년의 일탈성향과 의복행동간의 상관연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

홍금희(1999). 의복불평행동에 관한 연구 -의복불평행동의 분류법과 원인, 유형을 중심으로 -. 한국의류학회지, 23(1), 90-98.

홍성태(1999), 소비자의 심리 유형별 구매행동의 차

이에 관한 실증적 연구. 소비자학연구, 10(4), 1-22.

패션비즈, 2003. 3. New Market New Consumer, 신소비세대 틴과 트윈을 잡아라. 202-215.

패션비즈, 2003. 5. Special Report, 주니어마켓 활짝! 로틴에서 리틀보보스까지 1016, 초·중딩이들의 반란 시작, 122-139.

Engel, J. F., R. D. Blackwell and P. W. Miniard (1995). *Consumer Behavior*, 8th ed., Dryden.

Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology Clothing: Symbolic Appearance on Context*, 2nd ed. Macmillan Publishing Co.,

Summers, O. J. (1970). The Identity of Women's Clothing Fashion Opinion Leader. *Journal of Marketing Research, 7(5)*, 178-185.

Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L. (1997). *Consumer Behavior*, Prentice Hall, 6th Ed, 114-122.

(2004년 5월 31일 접수, 2004년 7월 14일 채택)