

# 체형인식에 따른 세분화와 의복평가기준과의 관계

## Segmentation based on Perception of Somatotype and the Relation between Clothing Evaluative Criteria and Segmentation

부산대학교 의류학과  
강사 조윤주

Dept. of Clothing & Textile, Busan National Univ.

Lecturer : Cho, Youn Joo

### ◀ 목 차 ▶

- |            |          |
|------------|----------|
| I. 서론      | IV. 분석결과 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론    |
| III. 연구방법  | 참고문헌     |

### <Abstract>

The purpose of this research was to determine the relation between clothing evaluative criteria and segmented groups based on the perception of somatotype. The data for this research were collected from questionnaires of 192 females in Busan. Data were analyzed by frequency, factor analysis, cluster analysis, discriminant analysis, and regression analysis.

Cluster analysis was used to identify groups of respondents based on the perception of somatotype difference factors. Based on the findings, three distinct groups were clustered: thin, moderate, fat. There were significant differences among the three groups in terms of clothing evaluative criteria. The result of regression analysis revealed that the perception of somatotype is a major determinant to influence the clothing evaluative criteria. The thin group preferred practical clothes while the fat group liked symbol clothes.

**주제어(Key Words):** 의복평가기준(clothing evaluative criteria), 체형인식(perception of somatotype), 세분화(segmentation)

## 1. 서론

경제의 급격한 발달로 인하여 생활이 풍요로워지고 과거보다 미에 대한 관심이 훨씬 높아졌다. 더구나 의식의 서구화로 인하여 한국인의 체형이 서구형으로 변하고 있으며 미의 척도도 점차 서구체형에 맞추어 가려는 인식이 높아지고 있다. 이로 인해 많은 여성들은 자신의 신체에 대하여 불만족을 호소하고 있으며, 슬림형을 추구하며 체중이 증가하는 것에 대하여 과민반응하며 스트레스를 받고 이를 해소하기 위하여 운동이나 다이어트 프로그램에 참가한다(박우미, 유명, 1998). 여성들이 이상적으로 인식하는 체형은 키가 크고 말라 보이는 것이지만(이은영, 1997; Lennon, 1988) 대다수의 여성이 이러한 이상형에 미치지 못하고 있으며 임신, 출산, 육아, 가사노동의 과정 및 연령의 증가에 따라 점점 이상적인 체형에서 멀어져가는 것이다. 따라서 여성들은 자신들의 신체적 결함을 보완하기 위해 의복에 더욱 관심을 쏟게 되며 유행보다는 체형을 의식한 의복행동을 하게 된다.

의복은 자기표현인 동시에 다른 사람에게 자신의 이미지를 전달하는 가장 직접적인 전달수단 중 하나로써 개인의 특성에 밀접하게 연관되어 심리적인 안락감을 제공하므로 인간은 마음을 편안하고 즐겁게 해주는 옷을 좋아하게 된다. Kefgen(1976)에 의하면 현대사회에서 의복에 대한 선호도는 개성에 따라 선택하는 경향이 있으며 아무리 유행하는 스타일의 옷이라도 자신에게 어울리지 않는다고 생각되면 거부하게 되는데(김효숙, 임순, 손희정, 2001) 소비자들은 정보탐색 과정을 거쳐 구매하고자 하는 것에 대하여 몇 가지 대안을 갖게 되고 이들을 어떤 기준에 의해서 비교 평가하며 이때 기본적으로 고려하는 기준들 또는 특성이 의복평가기준이다(여의재, 이영선, 1996).

이러한 의복평가기준은 주관적일수도 객관적일수도 있다. 즉, 의복평가기준으로서 디자인, 가격, 맞음새, 색상 등의 속성을 고려하지만 각각의 속성에 대하여 부여하는 중요도는 개인에 따라 다르며, 결정적 속성들에 관한 신념들만이 소비자의 행동에 영향을 미치므로 마케팅은 결정적 속성에 관심을 갖는다(유동근, 이용기, 박영균, 1999).

Eckman, Damhorst & Kadolph(1990)은 의복평

가기준을 내재적 기준과 외재적 기준으로 분류하였다. 소비자들이 전체적으로 중요하게 여기는 평가기준은 심미성, 유용성, 성능과 품질 등 내재적 기준이라고 보고하고 있다. 여의재, 이영선(1996)도 의복평가기준들의 차원을 주로 내재적 차원 또는 외재적 차원, 미적차원 또는 실용적 차원으로서 연구한 것, 쾌락적 차원과 효용적 차원 또는 구성요소 수준과 추구잇점 차원 등으로 이분하고 있다고 하였다. 그러나 최근 들어 의복평가기준은 더 세분화되고 있는 실정이다(강은미, 박은주, 2003). 이는 소비자의 욕구가 다양해짐에 따른 현상이기도 하지만 자신의 체형에 따라 의복선택기준이 달라지기 때문일 것이다. 즉, 많은 사람들이 의복을 통하여 체형의 단점을 감추고 장점을 강조하는 의복을 선호하기 때문이다(中川早苗, 1989). 이것은 또한 체형과 의복선택과의 매우 밀접한 관계를 가지고 있음을 단적으로 보여준다.

그러나 기존의 체형인식과 의복평가기준에 관련된 연구를 살펴보면, 인식체형과 실제체형과의 차이에 따른 의복 행동(남윤자, 이승희 2001; 조윤주, 이정란, 2004; Lennon, 1988), 인식체형과 실제체형의 만족도(구양숙, 추태귀, 1996; 김용숙, 1990; 박우미, 1993; 심정희, 2003; 위은하, 박우미, 2003), 의복평가기준에 따른 소비자 특성을 파악하는 연구(강은미, 박은주, 2003; 오현남, 2004; 이소정, 2000; 정혜영, 2000) 등에 한정되어 있다. 더구나 체형인식과 의복행동과의 관계연구에서도 체형인식에 따른 의복 스타일이나 디자인 등 의복선호도(임숙자, 권영남, 1986; 김효숙, 임순, 손희정, 2001; 위은하, 박우미, 2003)에 치중되어 체형인식에 따른 의복평가기준이 어떻게 달라지는지에 대한 연구는 매우 부족하다고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 성인여성을 대상으로 자신의 체형을 어떻게 인식하고 있는지를 파악하여 인식에 따라 세분집단으로 구분하고, 각 세분집단별로 의복평가 기준 특징을 분석하고자 하였다. 또한 체형인식에 따라서 의복평가기준에 영향을 미치는 속성을 파악하여 소비자를 위한 심미적, 실용적, 경제적 디자인 개발과 마케팅수립에 도움을 주고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 체형인식

남성에 비하여 여성은 실제 체형과 체형인식에 많은 차이를 보이고 있다(전경숙, 2002a). Mable, Balance & Galgan(1986)의 연구에 의하면 남성은 자신의 체중에 대한 왜곡정도가 1%미만이지만 여성은 자신의 체중보다 15%정도 왜곡되게 인식하고 있다고 하였다. 또한 연령별로도 차이를 보이고 있는데, 20대 여성은 가늘고 긴 체형을 이상형으로 여겨 30대 이상의 연령층보다 가늘고 긴 체형을 갖고 있음에도 불구하고 신체만족도는 낮게 나타나는 반면(김용숙, 1990; 박우미, 1993; 구양숙, 추태귀, 1996) 중년여성의 경우 비교대상을 같은 연령으로 여기기 때문에 신체비율이 더 굵고 짧음에도 신체만족도가 더 높게 나타난다고 하였다(심정희, 2003). 또한 체형에 대한 인식의 정도는 성별, 연령뿐만 아니라 문화적으로도 차이를 보이고 있다. 남윤자, 이승희(2001), 박우미(2000)의 연구에서 한국 여대생들은 미국 여대생보다 마른 경향임에도 불구하고 자신의 체형인식에서는 더 뚱뚱한 것으로 인식하고 더 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

이처럼 자신의 실제체형에 대해 정확하게 인지하는 사람은 거의 없으며 나름대로 전체뿐 아니라 신체부분에 대해서 자신의 이미지를 갖고(정옥임, 1993) 불만족한 부위에 대해 끊임없는 개선방안을 모색한다. 물론 비만과 관련된 신체 이미지가 만족도에 영향을 미치지 만 신체비율이나 형태에 대한 내용을 간과하고 주로 크기와 관련한 신체만족도에 대해서 다루고 있다(위은하, 박우미, 2003).

신체만족도는 실제측정치보다 각 부위의 크기에 대한 인식도와 상관성이 높게 나타났으며 이는 만족도가 실제 측정치보다 자신의 평가와 더 관련됨을 나타낸다(전경숙, 2002; 정재은, 남윤자, 1999). 즉 신체만족은 실제체형과 인식체형 중 인식체형과 관련이 더 깊으며(남윤자, 이승희 2001; Lennon, 1988) 착의행동에도 영향을 미친다.

### 2. 의복평가기준

의복평가기준에 대한 용어는 의복선택기준, 의복선

택행동, 의복구입기준 등 다양한 용어를 사용하고 있다(이소정, 2000). 그러나 용어의 개념화에서는 거의 유사한데, 소비자가 의류제품을 선택하거나 구매하는 사항에서 기본적으로 고려하는 기준 또는 특성을 말한다(김현숙, 최선형, 2002). 즉, 의복평가기준이란 소비자들이 의복을 선택할 때 기본적으로 고려하는 상품특성으로 의복의 객관적인 속성뿐만 아니라 소비자가 원하는 주관적인 특성을 포함한 종합적인 개념을 말한다(박은주, 1991).

의복평가기준에 대한 초기의 연구들에서는 본질적 속성과 외적속성(Davis, 1985), 내재적 기준과 외재적 기준(Warden & Colquett, 1982), 외적 요소와 실제적 요소(Frings, 1982), 미적기준, 유용성기준, 수행과 품질기준, 외적기준(Eckman 등, 1990) 등으로 구분하였으나, 최근 들어 의복평가기준은 더 세분화되고 있는 실정이다(강은미, 박은주, 2003).

이영선(1993)은 의복평가기준을 39개 측정항목으로 구성하여 요인분석한 결과 신분 상징성, 실용성, 유행성, 심미성, 경제성 등 5개의 요인을 도출하였다. 이소정(2000)은 의복평가기준을 20개의 측정항목을 사용하여 심미적 요인, 실용적 요인, 상징·표현적 요인 등 3개의 요인을 도출하였으며, 정혜영(2000)은 여대생들의 유명 브랜드 의류 평가기준으로 13개의 측정항목을 사용하여 실용성, 상징성, 심미성 등 3개의 요인을 도출하였다. 김현숙, 최선형(2002)은 Y세대의 힙합패션 구매행동에 관한 연구에서 심미성, 유행성, 신분상징성, 경제성, 실용성의 5개 요인 사용하였으며, 한성지, 양리나, 김문숙(2002)은 50·60대 여성의 의복구매행동 연구에서 의복평가기준을 12개 문항을 사용하여 심미성, 실용성, 과시성 등 3개의 요인을 도출하였다. 강은미, 박은주(2003)는 20대 이상의 성인여성의 의복평가기준으로 15개의 측정항목을 사용하여 관리의 편리함, 품위/유명상표, 색상/스타일, 독특함, 그리고 실용성 등 5개요인 도출하였다. 오현남(2004)은 여대생의 의복평가기준으로 18개의 측정항목을 사용하여 실용적 차원, 상황적 차원, 외형 연출적 차원, 상징적 차원 등 5개의 요인을 도출하였다.

이상과 같이 의복평가기준은 연구자마다 보는 관점과 시각에 따라 다양한 요인 혹은 차원을 제시하고 있

으나 구체적인 측정항목을 살펴보면 많은 항목이 동일하다는 것을 알 수 있다. 이영선(1993)의 신분 상징성 측정항목은 명성, 유명상표 품위, 남이 인정해주는 상표 등인데 이러한 측정항목은 이소정(2000)의 상징·표현적 요인의 측정항목인 상표의 이미지, 높은 지위와 신분의 상징, 품위 유지, 주위의 평판, 정혜영(2000)의 상징성의 측정항목인 품위, 한성지 등(2002)의 과시성의 측정항목인 유행성, 상표의 명성, 강은미, 박은주(2003)의 품위/유명상표의 측정항목인 품위, 상표의 유명도, 타인의 반응과 거의 유사함을 알 수 있다.

그러나 의복평가기준의 요인이나 차원을 고려할 때에 있어 의복평가기준의 개념화에 충실해야 한다. 즉, 소비자들은 의복을 구매할 때 의복의 맞음새(fit), 옷감, 견고성, 실용성, 손질의 편리성 등과 같은 객관적인 기준은 물론 개인의 가치관에 따라서 그 의복의 유행성, 멋, 품위, 내재된 신분상징, 성적 이미지 또는 미적 측면과 같은 주관적인 기준도 함께 적용된다는 것이다(정혜영, 2000). 따라서 의복평가기준은 객관적 요소와 주관적 요소를 포함하는 측정요인이나 차원을 선정하는 것이 보다 바람직하다고 할 수 있다.

### 3. 체형인식과 의복평가기준

많은 사람들이 자신의 체형에 대하여 자신이 없을 경우 보다 쉽고 효과적인 방법으로서 의복을 통하여 체형의 단점을 감추고 장점을 강조하는 의복을 선호한다는 것에서 알 수 있듯이 체형과 의복과는 아주 밀접한 관계를 가지고 있다고 볼 수 있다(조운주, 이정란, 2004). 의복의 사회심리학적 연구에서 의복, 외모, 외모기준 간의 상관연구가 중요하다고 언급하고 있으며, 동시에 신체에 대한 느낌이 의복 선호와 태도에 영향을 미친다고 하였다(Kasier, 1985).

백희영, 남윤자, 박재경, 김주연(2000)의 연구에서 여대생들이 과학적인 근거없이 자기 체형에 대하여 잘못 인식하고 있어, 결과적으로 자신의 의복착용이나 의복선택에도 영향을 미치게 된다고 하였다. 박우미(1993) 역시 우리나라 여성의 신체에 대한 의식구조 연구에서 의복착용자의 신체에 대한 의식은 의복의 선택 행동에 중요한 영향을 미친다고 하였다. 박재경, 남윤자(1999)에 의하면 착용여부를 결정할 때 상반신은 신

체인식과는 관련이 적어 유행이나 선호취향에 의해 결정되나 하반신은 신체크기에 대한 인식이 착의여부에 영향을 미친다고 하였다. 심정희(2003)의 경우에도 여성의 의복선택에 가장 큰 영향을 미치는 요소가 연령과 비만으로, 중년여성의 경우에는 의복선택에 있어 위장 기능이 강화되어 자신의 신체에 맞는 옷을 선택하기 보다는 신체의 윤곽이 드러나지 않는 풍성한 옷을 선택하여 자신의 비만을 감추고자 한다고 하였다. 또한 조운주, 이정란(2004)의 여대생의 체형인식에 따른 의복행동에 관한 연구에서 체형에 대한 인식에 따라 의복행동에 부분적으로 영향을 미친다는 결과를 밝혔다. 따라서 체형을 어떻게 인식하느냐에 따라 의복을 평가하는 기준도 다를 것이다.

## III. 연구방법

### 1. 조사대상 및 방법

부산에 거주하고 있는 20대에서 50대의 성인여성을 대상으로 연령을 고려하여 편의표본추출법으로 추출하여 설문조사를 실시하였다. 자료수집은 2004년 1월 17일부터 2월 19일까지 설문지를 배포하여 자기기입식 설문지 조사방법을 사용하였다. 총 250부를 배포하여 199부를 수거하였으며 응답상태가 불성실하거나 일관성이 없다고 생각되는 7부를 제외하고 통계분석에 사용된 설문지는 총 192부이다.

### 2. 측정항목

체형인식은 자신이 느끼는 자신의 체형에 대한 것으로 심정은(1997)과 전경숙(2002)에서 사용한 문항을 사용하였다.

즉, 다이어트가 필요한 체형이라고 생각한다(perception 1), 뚱뚱한 체형이라고 생각한다(perception 2), 체형에 대해 생각하는데 많은 시간을 보낸다(perception 3), 더 날씬하고 싶은 욕망이 있다(perception 4), 체형이 드러나는 옷을 피하려고 한다(perception 5) 등 5개의 측정항목을 7점 척도로 측정하였다.

의복평가기준은 소비자들이 의복을 선택할 때 고려

하는 객관적인 속성과 주관적인 특성을 포함한 종합적인 개념의 측정항목으로써 이영선(1993), 김효숙 외(2001), 김현숙, 최선형(2002)의 연구에서 사용한 상징성, 실용성, 유행성, 심미성, 경제성을 사용하여 7점 척도로 측정하였다. 각 요인에 대한 측정항목은 <표 1>과 같다.

3. 분석방법

수집된 자료는 데이터 코딩(data coding)의 과정을 거쳐 SPSS Win 12.0을 이용하여 크론바하 알파( $\alpha$ )값과 요인분석을 통하여 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 자기 체형에 대한 인식을 세분화하기 위하여 군집분석 및 판별분석을 하였고, 각 세분집단별 의복평가기준의 차이를 분석하기 위하여 분산분석을 실시하였다. 또한 체형인식에 따른 의복평가기준의 영향관계를 파악하기

<표 1> 의복평가기준의 측정항목

상징성 symbol	(1) 적어도 밖에 나갈 때 남이 인정해 줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다. (2) 명성있는 상표의 옷은 입는 사람을 품위있게 보이게 한다. (3) 다른 사람들에게 인정받으려면 유명상표 의복을 입는 것이 중요하다. (4) 낮은 사람이 입은 옷이 비싼 상표라는 것을 알게 되면 관심을 더 갖게 된다. (5) 싸면서도 아름다워 보이는 옷보다 비싸더라도 품위있어 보이는 옷을 산다. (6) 의복으로 나의 품위를 나타내고 싶어한다. (7) 옷은 그 사람의 명성이나 품위를 얻는 수단으로 사용될 수 있다고 생각한다. (8) 값이 비싸더라도 품위있어 보이는 옷을 좋아한다. (9) 디자인이 유사할지라도 가격이 싼 것보다는 잘 알려진 상표의 것을 산다.
실용성 practicality	(1) 나는 옷을 살 때 신축성이 있어서 편안한 것을 산다. (2) 무엇보다도 크기가 풍성하며 편안한 옷을 산다. (3) 되도록 다림질이 필요없는 옷을 사도록 한다. (4) 구김이 많이 가는 옷은 사지 않는다. (5) 얼룩이나 때가 쉽게 타는 것은 사지 않는다. (6) 겨울옷은 스타일보다 따뜻한 것이 더 중요하다고 생각한다. (7) 나를 아름답게 보이게 한다면 그 옷을 손질하는데 힘이 들더라도 산다. (8) 입어서 약간 불편하더라도 스타일이 마음에 들면 구매한다. (9) 특별한 행사를 위한 옷을 살 때 그 옷을 입을 상황에 약간 덜 적합하더라도 평소에도 입을 수 있는 옷을 산다.
유행성 vogue	(1) 옷의 관리나 세탁방법이 힘들더라도 유행하는 스타일이면 산다. (2) 새로 유행하는 옷이 나오면 나는 그것을 먼저 사는 사람 중의 하나이다. (3) 옷이 아름답더라도 유행하는 스타일이 아니면 사지 않는다. (4) 유행은 빨리 바뀌기 때문에 유행을 따라서 옷을 사는 것은 부질없는 일이라고 생각한다. (5) 나는 최근의 유행스타일을 알기 위해서 옷의 광고와 가게의 진열을 살펴본다. (6) 나는 유행에 관하여 관심이 없다. (7) 유행이 지난 스타일의 옷은 입지 않는다.
심미성 aesthetic	(1) 나의 외모를 돋보이게 하는 옷을 선택한다. (2) 좀 더 세련된 옷을 사기 위해서 여러 가게를 돌아다닌다. (3) 다른 사람들에게 매력적으로 보일 수 있는 옷을 선택한다. (4) 무엇보다도 보기에 아름다운 옷을 산다. (5) 상표나 가격보다는 나에게 잘 어울리는 옷을 산다.
경제성 economy	(1) 비록 옷의 모양이 마음에 들지 않아도 적당한 가격이면 산다. (2) 좋고 비싼 옷 한 벌보다는 값이 싼 여러 벌의 옷을 산다. (3) 가격이 적당한 것을 파는 가게를 찾을 때 까지 옷을 사지 않는다. (4) 이 옷이 질긴가를 생각해서 산다. (5) 가격합인이 아니면 옷을 거의 사지 않는다.

위하여 회귀분석을 사용하였다.

#### IV. 분석결과

##### 1. 자료의 인구통계적 특성

자료의 인구통계적 특성을 살펴보면, 연령은 20대 이하가 68명으로 35.4%로 가장 많았으며, 그 다음이 30대 60명(31.3%), 40대 52명(27.1%), 50대 이상 12명(6.3%) 순으로 나타났다. 직업은 전문직이 64명(33.3%)으로 가장 많았으며, 그 다음이 주부 등 56명(29.2%), 대학생(대학원생 포함) 44명(22.9%), 사무·

기술직 28명(14.6%) 순으로 나타났다. 월 소득을 살펴보면, 100만원 이하가 8명(4.2%), 101-150만원 이하 24명(12.5%), 151-200만원 이하 36명(18.8%), 201-300만원 이하 36명(18.8%), 301-400만원 이하 24명(12.5%), 401-500만원 이하 52명(27.0%), 501만원 이상이 12명(6.3%)로 나타났다. 학력은 고졸이하가 28명(14.6%), 대졸(대학재 포함)이 132명(68.8%), 대학원졸 이상이 32명(16.7%)로 나타났다.

##### 2. 신뢰성 및 타당성분석

본 연구에서 체형인식과 의복평가기준에 대한 신뢰성은 크론바하 알파계수를 이용한 내적 일관성에 의하여 검증하였는데, 항목-전체상관성 값이 .4이상인 변수들만을 분석에 이용하였다.

체형인식에 대한 신뢰성 검증에서는 측정항목 모두가 항목-전체상관성 값이 .4이상으로 나타나 제거한 측정항목이 없었으며, 의복평가기준에서는 실용성 요인에서 '겨울옷은 스타일보다 따뜻한 것이 중요하다'고 생각한다(practicality 6)는 측정항목, 유행성 요인에서 '유행이 지난 스타일의 옷은 입지 않는다(vogue 7)'의 측정항목, 심미성 요인에서 '상표나 가격보다는 나에게 잘 어울리는 옷을 산다(aesthetic 5)의 측정항목, 그리고 경제성 요인에서 '비록 옷의 모양이 마음에 들지 않아도 적당한 가격이면 산다(economy 1)'는 측정항목이 항목-전체상관성 값이 .4이하로 나타나 제거한 후 신뢰성 검증하였다.

<표 3>과 <표 4>와 같이 크론바하 알파계수가 .87 ~ .93으로 나타나 Nunnally(1978)가 제시하고 있는 신뢰성 평가기준인 .60을 상회하는 것이다.

또한 구성개념도의 타당성을 분석하기 위해 요인분석을 사용하였다. 요인적재치의 단순화를 위해 직각회

<표 2> 자료의 인구통계적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
연 령	20대 이하	68	35.4
	30대	60	31.3
	40대	52	27.1
	50대 이상	12	6.3
직 업	전문직	64	33.3
	사무·기술직	28	14.6
	대학생	44	22.9
	주부 등	56	29.3
월소득	100만원 이하	8	4.2
	101-150만원	24	12.5
	151-200만원	36	18.8
	201-300만원	36	18.8
	301-400만원	24	12.5
	401-500만원	52	27.0
학 령	100만원 이하	12	6.3
	고졸이하	28	14.6
	대졸(재학포함)	132	68.8
	대학원졸 이상	32	16.7

<표 3> 체형인식에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	측정변수	항목-전체 상관성	요인 적재량	공통성	아이겐값	Cronbach's $\alpha$	분산율
체형인식	perception 1	.744	.857	.735	3.353	.870	67.1
	perception 2	.807	.900	.809			
	perception 3	.746	.846	.715			
	perception 4	.791	.887	.787			
	perception 5	.420	.555	.508			

<표 4> 의복평가기준에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	측정변수	항목-전체 상관성	요인 적재량	공통성	아이겐값	Cronbach's $\alpha$	분산율
상징성	symbol 1	.713	.791	.665	7.353	.909	23.7
	symbol 2	.734	.808	.670			
	symbol 3	.646	.728	.659			
	symbol 4	.600	.696	.590			
	symbol 5	.725	.793	.696			
	symbol 6	.670	.694	.590			
	symbol 7	.551	.572	.544			
	symbol 8	.833	.826	.788			
	symbol 9	.727	.772	.691			
실용성	practicality 1	.628	.733	.598	4.647	.878	15.0
	practicality 2	.574	.652	.462			
	practicality 3	.703	.777	.642			
	practicality 4	.741	.798	.699			
	practicality 5	.756	.820	.737			
	practicality 7(R)	.535	.645	.499			
	practicality 8(R)	.620	.697	.525			
	practicality 9	.626	.726	.530			
	유행성	vogue 1	.704	.759			
vogue 2		.765	.803	.700			
vogue 3		.773	.798	.746			
vogue 4(R)		.779	.837	.747			
vogue 5		.754	.797	.702			
vogue 6(R)		.761	.838	.729			
심미성	aesthetic 1	.755	.855	.747	2.787	.893	10.9
	aesthetic 2	.799	.864	.802			
	aesthetic 3	.819	.894	.822			
	aesthetic 4	.703	.811	.670			
경제성	economy 2	.835	.881	.838	1.624	.934	9.8
	economy 3	.886	.922	.863			
	economy 4	.863	.899	.845			
	economy 5	.809	.905	.829			

\* R은 역코딩

전(varimax)을 실시하였으며, 요인 수는 아이겐 값이 1 이상인 것을 선택하였다. 체형인식에 대한 5개의 변수를 요인분석한 결과 최종요인은 1개가 추출되었는데 아이겐값 3.353, 크론바하 알파계수 .870으로 요인이 설명하는 총분산율은 67.1%이다.

의복평가기준의 최종요인은 5개가 추출되었는데, 각각 상징성, 실용성, 유행성, 심미성, 경제성이라고 명명하였다. 상징성요인은 분산율 23.7%, 실용성 요인의 분산율은 15.0%, 유행성요인의 분산율 12.3%, 심미성

요인의 분산율 10.9%, 경제성 요인의 분산율 9.8%로 선택된 5개 요인이 설명하는 총분산율은 71.7%로 나타났다.

### 3. 체형인식에 대한 군집분석 프로파일

자신의 체형에 대한 인식을 세분하기 위하여 워드법(ward's method)을 이용한 계층적 군집분석을 이용하여 군집분석을 한 결과 최종 3개의 세분집단으로 분류되었다. 군집명을 명명하기 위하여 분산분석을 한 결과

〈표 5〉 군집분석 결과

측정항목	군집 1 날씬한 집단 (n=68)	군집 2 보통 집단 (n=68)	군집 3 뚱뚱한 집단 (n=56)	F값
다이어트가 필요한 체형	2.06(C)	4.53(B)	5.29(A)	182.4**
뚱뚱한 체형	2.29(C)	4.41(B)	6.00(A)	215.2**
체형에 대한 심각한 생각	2.41(C)	3.59(B)	5.00(A)	102.8**
더 날씬하고 싶은 욕망	2.76(C)	4.53(B)	6.07(A)	169.5**
체형이 드러난 옷 기피	3.53(C)	3.88(C)	5.29(A)	51.6**

Wilks' Lambda(.137),  $p < .000$ , Pillai's Trace(.996)  $p < .000$ Hotelling-Lawley Trace(5.310),  $p < .000$ , Roy's Greatest Root(5.120),  $p < .000$ \*\*  $p < .01$ , 7점 척도의 평균값, () 안은 사후검정결과 A>B>C

〈표 6〉 판별분석결과

판별함수	고유값	정준상관계수	Wilks 람다	자유도	p값
1	5.120	.915	.137	10	.000
요 인	표준화판별함수	Wilks 람다	F값	p값	
다이어트가 필요한 체형	.380	.294	226.6	.000	
뚱뚱한 체형	.532	.249	285.2	.000	
체형에 대한 심각한 생각	.194	.484	100.7	.000	
더 날씬하고 싶은 욕망	.366	.363	166.0	.000	
체형이 드러난 옷을 기피	.166	.783	26.2	.000	
실제집단	빈 도 (전체192명)	예측집단			
		군집 1(%)	군집 2(%)	군집 3(%)	
군집1(날씬한 집단)	68	68(100.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	
군집2(보 통 집단)	68	0( 0.0)	64( 94.1)	4( 5.9)	
군집3(뚱뚱한 집단)	56	0( 0.0)	0( 0.0)	56(100.0)	

\* 적중률 : 97.9%

군집 1은 자신의 체형을 뚱뚱하지 않고 다이어트가 필요하지 않다고 인식하고 있어 날씬하다고 인식하는 집단(날씬한 집단)으로 명명하였다. 군집 2는 모든 측정항목에서 3개의 집단 중 평균값이 중간이어서 보통이라고 인식집단(보통 집단)이라고 명명하였다. 군집 3은 자신의 체형을 뚱뚱하고 다이어트가 필요하다고 인식하고 있어 뚱뚱하다고 인식하는 집단(뚱뚱한 집단)이라고 명명하였다.

날씬한 집단은 측정항목에 모두 낮은 값을 보여 긍정적 인식도가 높은 체형으로 평가되며 뚱뚱한 집단은 모든 항목이 5점 이상으로 자신의 체형에 대해 부정적 인식을 갖고 있음을 알 수 있었다.

군집분석 결과는 윌크 람다, 호텔링-로울리, 로이

등 군집분석결과와 유의성 검증기준을 통해 볼 때, 유의수준 .01 수준에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 또한 캐노니컬 분석결과와 경우도 군집분석이 .01 수준에서 통계적으로 유의한 분리과정임을 나타냈다.

#### 4. 세분집단에 대한 판별분석

세분집단들의 분류에 영향을 미칠 수 있는 자신의 체형에 대한 인식에 대한 측정항목들과 상대적인 영향력 정도를 파악하기 위해 모든 측정항목을 진입시키는 판별분석을 실시한 결과 〈표 6〉과 같이 나타났다.

판별함수 2의 경우 유의적인 수치가 도출되지 않아 분석에서 제외시켰으며, 판별함수 1만을 채택하여 결과



〈표 7〉 세분집단에 따른 의복평가기준 차이분석

측정항목	군집 1 날씬한 집단 (n=68)	군집 2 보통 집단 (n=68)	군집 3 뚱뚱한 집단 (n=56)	F값	유의도
상징성	3.97(B)	3.80(B)	4.33(A)	3.558	.030*
실용성	5.05(A)	4.63(B)	4.69(B)	4.007	.020*
유행성	3.04	3.03	3.22	0.524	.593
심미성	5.06(B)	5.28(B)	5.71(A)	8.308	.000**
경제성	3.21(B)	3.38(B)	4.44(A)	17.518	.000**

\*p<.05, \*\* p<.01, 7점 척도의 평균값, ()안은 사후검정결과 A>B

를 도출하였다. 판별함수 1의 경우 고유값이 5.120, 정준상관계수는 .915로 판별함수의 정준상관계수가 매우 높은 것으로 나타났으며, 유의수준 .000으로 나타났다.

그리고 이 판별식이 실제의 집단을 얼마나 잘 분류해 주고 있는지를 나타내는 적중률(hit ratio)의 경우 97.9%로 평가기준인 최대우연기준 35.0%(=68/192)와 비율우연기준 32.9%[(68/192)<sup>2</sup>+(68/192)<sup>2</sup>+(56/192)<sup>2</sup>]보다 높게 나타남으로써 매우 높은 판별력을 보이고 있다.

### 5. 세분집단별 차이분석

세분집단별로 의복평가기준과의 차이를 분석하기 위하여 분산분석을 실시한 결과 유행성을 제외하고 모든 요인에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

상징성은 뚱뚱한 집단에서 가장 중요하게 생각하는 반면에 보통 집단에서 상대적으로 낮게 생각하는 것으로 나타났다. 반면에 실용성은 날씬한 집단에서 가장 중요하게 생각하며, 보통집단에서 상대적으로 낮게 생각하는 것으로 나타났다. 심미성과 경제성은 뚱뚱한 집단에서 가장 중요하게 생각하며, 날씬한 집단에서 상대적으로 낮게 생각하는 것으로 나타났다.

뚱뚱한 집단은 실용성을 제외한 의복평가기준 항목에 대해 가장 높은 점수를 보이는데 자신의 체형에 부정적 인식을 가지고 있어 유명 브랜드를 더 선호하며 체형의 단점을 감추고 그에 따라 과시하고자 하는 소비자가 상대적으로 강할 것으로 사료된다. 날씬한 집단은 자신의 체형에 대하여 자신감이 있어 상대적으로 편안하고 다목적으로 입을 수 있는 의복을 구매하려는 심리가 작용했을 것이다.

### 6. 체형인식에 따른 의복평가기준에의 영향

체형인식에 따른 의복평가기준의 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 첫째, 체형인식에 따른 상징성에 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 투입변수의 회귀모형은 F값이 p=.044에서 3.478을 보여 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 수정R<sup>2</sup>는 .013으로 나타나 1.3%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 .05수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

둘째, 체형인식에 따른 실용성에 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 투입변수의 회귀모형은 F값이 p=.001에서 12.490을 보여 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 수정R<sup>2</sup>는 .057로 나타나 5.7%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 .01수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

셋째, 체형인식에 따른 유행성에 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

넷째, 체형인식에 따른 심미성에 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 투입변수의 회귀모형은 F값이 p=.000에서 42.409를 보여 유의수준 .01에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 수정R<sup>2</sup>는 .178로 나타나 17.8%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 .01수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

다섯째, 체형인식에 따른 경제성에 영향관계를 분석하기 위하여 회귀분석을 실시한 결과 투입변수의 회귀

〈표 8〉 체형인식에 따른 의복평가기준에의 영향분석

구 분	변수명	회귀계수	표준오차	t값	유의도
상징성	체형인식	.134	.072	1.965	.044*
	R <sup>2</sup> =.018 수정R <sup>2</sup> =.013 F=3.478 p=.044*				
실용성	체형인식	-.248	.070	-3.534	.001**
	R <sup>2</sup> =.062 수정R <sup>2</sup> =.057 F=12.490 p=.001**				
유행성	체형인식	-.053	.072	-0.733	.465
	R <sup>2</sup> =.003 수정R <sup>2</sup> =.002 F=0.537 p=.465				
심미성	체형인식	.427	.066	6.512	.000*
	R <sup>2</sup> =.182 수정R <sup>2</sup> =.178 F=42.409 p=.000**				
경제성	체형인식	.181	.071	2.541	.012*
	R <sup>2</sup> =.033 수정R <sup>2</sup> =.028 F=6.459 p=.012*				

\*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01

모형은 F값이 p=.012에서 6.459를 보여 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 수정R<sup>2</sup>는 .028로 나타나 2.8%의 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수의 회귀계수에 대한 t검증 결과 유의수준 .05수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

## V. 결론

본 연구는 20대에서 50대까지의 성인여성의 체형인식에 따른 집단의 세분화와 그에 따른 의복평가기준의 차이를 비교분석하고 의복평가기준에의 영향관계를 파악하고자 하였다.

체형인식에 따른 세분화를 위해 군집분석한 결과, 날씬한 집단, 보통 집단, 뚱뚱한 집단으로 세분하였다. 또한 판별분석의 결과 '뚱뚱한 체형이라고 인식' 하는 측정변수가 날씬한 집단, 보통 집단, 뚱뚱한 집단으로 세분하는데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

각 세분집단에 따른 의복평가기준의 차이분석을 살펴보면, 상징성은 뚱뚱한 집단이 가장 중요하게 생각하는데, 이는 다른 세분집단에 비해 유명 브랜드를 더 선호한다는 것이다. 이것은 김효숙 등(2001)의 중국 여성을 대상으로 한 체형별 의복행동에 관한 연구에서 마른 체형이 유명브랜드에 대해 더 긍정적이라는 결과와는 다른 것이다. 그러나 체형인식 고집단이 의복을 자신의 상징으로 생각할 뿐만 아니라 첫 인상 형성에 중요한 요인으로 생각한다는 전경숙(2002)의 연구와 같이 뚱

뚱한 집단은 자신없는 자신의 체형을 의복의 브랜드를 통하여 보완하려는 심리와 그에 따라 과시하고자 하는 소비가 상대적으로 많기 때문일 것이다.

실용성에서는 날씬한 집단이 다른 두 집단보다 상대적으로 더 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 이는 날씬한 집단에서는 자신의 체형에 대하여 자신감이 있어 상대적으로 편안하고 다목적으로 입을 수 있는 의복을 구매하려는 심리가 작용했을 것이다.

심미성에서는 모든 집단에서 중요하게 생각하고 있으나 특히 뚱뚱한 집단에서 다른 집단에 비하여 상대적으로 더 중요하다고 생각하고 있다. 자신의 체형을 고려하여 의복을 평가하는 것으로, 유명 브랜드를 통하여 자신이 없는 체형을 보완하면서도 자신에게 좀 더 적합한 의복을 선호한다고 할 수 있겠다. 모든 집단에서 심미성을 중요하게 생각하는 것은 여성이 남성보다 의복을 통해 변화와 미를 추구하면서 자기를 표현하고 남에게 자기를 돋보이려는 경향이 더 강하다는 것을 보여주는 것이라고 하겠다.

경제성도 뚱뚱한 집단에서 상대적으로 가장 중요하다고 생각하고 있다. 이는 뚱뚱한 집단이 의복을 평가할 때에는 실용적이며 합리적인 가격을 선호한다는 것을 나타내는 것이다.

이상과 같이 뚱뚱한 집단에서는 유명 브랜드를 선호하는 등 상징성을 중요하게 생각하면서도 자신에게 어울리는 옷을 선호하며, 경제적인 면도 고려하는 것으로 나타났다. 이에 반하여 날씬한 집단은 편리하고 평소에 다양하게 입을 수 있는 의류를 선호하는 것으로 나타났

다. 이는 각 체형의 유형에 따라 마케팅 전략을 달리 해야 한다는 것을 뚜렷하게 보여주는 것으로 유행성이 높은 의복도 뚱뚱한 체형을 위한 사이즈도 필요하며, 합리적인 가격대의 마케팅 전략이 필요하다는 것이며, 실용적인 의복은 날씬한 체형을 위한 사이즈가 필요하다는 것이다.

체형인식에 따른 의복평가기준에의 영향을 살펴보면, 체형인식에 따라 상징성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 자신의 체형이 뚱뚱하다고 느낄수록 유명브랜드의 의복을 더 선호하는 것인데, 체형인식에 따른 세분집단의 의복평가기준에서의 결과와 일치한다고 볼 수 있다. 이에 반하여 체형인식에 따라 실용성에는 부정적 영향을 미치는 결과가 나타났다. 즉, 자신의 체형이 뚱뚱하다고 느낄수록 편안하고 편리한 의복을 구매하지 않으며, 날씬할수록 편안하고 편리한 의복을 구매한다는 결과인데, 뚱뚱한 집단이 자신의 체형을 감출 수 있는 의복을 선호한다는 결과(김정숙, 1984)와 유사하다고 해석할 수 있다. 즉, 편안한 의복보다는 타인의 시선을 고려한 의복을 선호한다는 것이다.

또한 체형인식에 따라 심미성과 경제성에서는 긍정적 영향을 미치는 결과가 나타났다. 즉, 자신의 체형이 뚱뚱하다고 인식할수록 심미성과 경제성을 고려한다는 것이므로 유행성이 높은 의복 사이즈 전개 시 뚱뚱한 체형을 고려한 전략이 필요하다는 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점이 있기 때문에 해석에 주의가 필요하다. 첫째, 의복의 평가기준은 의복에 따라 약간의 차이를 보이고 있다고 하였으나(김미영·이은영, 1991) 이에 대한 고려를 하지 못했다는 것이다. 둘째, 체형인식에 따른 의복평가기준에의 영향관계분석에서 설명력이 낮아 해석상 주의가 필요하며 의복평가기준에 영향을 미치는 결정변수의 추가 및 이에 대한 검증이 필요하다. 셋째, 표본지역이 부산지역에 거주하는 여성으로 한정하였기에 일반화하기에는 신중을 기해야 한다.

■참고문헌

강은미, 박은주(2003). 의류제품구매시 소비자 만족에 영향을 미치는 요인 -의류점포 서비스품질, 의

복평가기준 및 의복관여를 중심으로-. 한국의를학회지, 27(1), 29-39.  
 구양숙, 추태귀(1996). 인구 통계적 변인에 따른 신체 만족도와 의복관여도에 관한 연구. 대한가정학회지, 34(5), 29-39.  
 김미영, 이은영(1991). 의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구. 한국의를학회지, 15(3), 321-334.  
 김용숙(1990). 전북지역 중년기 여성들의 신체만족도와 유행지향성에 관한 연구. 대한가정학회지, 28(4), 177-189.  
 김정숙(1984). 여대생의 신체적 만족도와 의복 디자인 선호간의 상관연구. 세종대학교 석사학위논문.  
 김현숙, 최선형(2002). Y세대의 힙합패션 구매행동에 관한 연구. 한국의를학회지, 26(9/10), 1320-1330.  
 김효숙, 임 순, 손희정(2001). 중국 여성의 체형별 의복행동 및 의상디자인 선호도 연구. 대한가정학회, 39(11), 15-26.  
 남윤자, 이승희(2001). 한·미 여대생의 실제체형과 인지체형의 만족도에 관한 비교. 한국의를학회지, 25(4), 764-772.  
 박우미(1993). 우리나라 여성의 신체에 대한 의식구조. 대한가정학회지, 31(1), 163-180.  
 박우미(2000). 신체에 대한 의식과 만족도에 대한 한국과 미국여대생의 비교연구. 한국의를학회지, 24(5), 736-747.  
 박우미, 유명희(1998). 여고생의 신체에 대한 의식구조의 지역별 비교. 복식, 36, 205-217.  
 박은주(1991). 의복구매상황과 의복평가기준의 관계 연구. 한국의를학회지, 15(2), 163-172.  
 박재경, 남윤자(1999). 신체부위별 크기인식과 착의 행동과의 상관관계. 한국의를학회지, 23(8), 1149-1160.  
 백희영, 남윤자, 박재경, 김주연(2000). 신체에 대한 의식과 계층자료에 의한 의대생들의 체형비교 연구. 대한가정학회지, 38(3), 59-70.  
 심정은(1997). 청소년기의 자의식 및 체중조절행동과 의복행동과의 관련 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.

- 심정희(2003). 중년 여성의 체형에 대한 자기 평가. *한국의류학회지*, 27(1), 18-28.
- 여의재, 이영선(1996). 구매 후 의복평가기준에 관한 연구 -만족도, 상표태도, 재구매의도와와의 관계를 중심으로-. *한국의류학회지*, 20(6), 1027-1038.
- 오현남(2004). 여대생의 의복평가기준과 성격유형과의 관계 연구. *대한가정학회지*, 42(8), 123-132.
- 위은하, 박우미(2003). 중년여성의 신체부위 인지유형에 따른 신체만족도와 착의 의복 스타일. *한국의류학회지*, 27(9/10), 1112-1123.
- 유동근, 이용기, 박영균(1999). *소비자행동: 원리와 시사점*. 서울: 지샘.
- 이소정(2000). 물질주의 성향에 따른 의복평가기준과 자만족 중심주의에 관한 연구. *이화여대 석사학위논문*.
- 이영선(1993). 소비자의 의복관여와 의복평가기준. *충남생활과학연구지*, 6(1), 1-12.
- 이은영(1997). *복식의장학*. 서울: 교문사.
- 임숙자, 권영남(1986). 의복행동과 지능·사회경제적 지위 및 체격과의 관계. *한국의류학회지*, 10(2), 37-50.
- 전경숙(2002). 체형의식에 따른 의복관여 및 의복만족도에 관한 연구 -서울 시내 여자 중·고등학생을 중심으로-. *한국의류학회지*, 52(3), 75-85.
- 전경숙(2002a). 체형의식에 따른 의복관여 및 의복만족도에 관한 연구. *복식*, 52(3), 75-85.
- 정옥임(1993). 개인적 인식에 의한 인지체형과 실제체형과의 비교연구. *대한가정학회지*, 31(1), 153-162.
- 정재은, 남윤자(1999). 20대여성의 신체만족도 및 이상형에 관한 연구. *한국의류학회지*, 23(1), 159-169.
- 정혜영(2000). 여대생들의 유명브랜드 의류에 대한 태도 및 구입 의도 연구. *복식문화연구*, 8(1), 1-14.
- 조윤주, 이정란(2004). 여대생의 체형인식에 따른 만족도와 의복행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 28(2), 262-269.
- 한성지, 양리나, 김문숙(2002). 50·60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구 -의복평가기준과 구매장소를 중심으로-. *복식문화연구*, 10(5), 504-517.
- 中川早苗(1989). 女子學生の身體に對する意識と着裝行動との關聯について. *纖維製品消費科學會誌*, 30, 11.
- Davis, L. L. (1985). Effects of Physical Quality and Brand Labeling on Perception of Clothing Quality. *Perceptual and Motor Skills*, 61, 671-677.
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a Model of the In-Store Purchase Decision Process-Consumer Use of Criteria for Evaluation Women's Apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
- Frings, G. S. (1982). *Fashion from Concept to Consumer*. Prentice Hall Inc.
- Kasier, S. B. (1985). *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*. New York: Macmillan.
- Kefgen, M., & Toychie-Specht, P. (1976). *Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance, 2nd ed.*, New York: Macmillan.
- Lennon, S. J. (1988). Physical Attractiveness, Age and Body Type. *Home Economics Research Journal*, 16(3), 196-203.
- Mable, H. M., Balance, W., & Galgan R. (1986). Body image distortion and dissatisfaction in university students. *Perceptual and Motor Skills*, 63, 907-911.
- Warden, J., & Colquett, J. (1982). Clothing Selection by Adolescent Boys. *Journal of Marketing Research*, 10, 23-42.

(2005년 8월 30일 접수, 2005년 10월 5일 채택)