

남자대학생의 라이프스타일에 따른 캐주얼스타일 선호

배혜진* · 강윤정** · 김대옥*** · 정인희⁺

금오공과대학교 섬유패션공학과* · 금오공과대학교 신소재시스템공학부**
금오공과대학교 신소재시스템공학부*** · 금오공과대학교 신소재시스템공학부 조교수⁺

Lifestyle of Male College Students and their Preference of Casual Wear Style

Hye-Jin Bae* · Yun-Jung Kang** · Dae-Ok Kim*** · Ihn-Hee Chung⁺

Dept. of Textile and Fashion Engineering, Kumoh National Institute of Technology*

School of Advanced Materials and Systems Engineering, Kumoh National Institute of Technology**

School of Advanced Materials and Systems Engineering, Kumoh National Institute of Technology***

Assistant Professor, School of Advanced Materials and Systems Engineering, Kumoh National Institute of
Technology⁺

(2004. 8. 21 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate lifestyle of male college students and their preference of casual wear style. A questionnaire consisted of 60 lifestyle items, 1 casual wear style-preference question and demographic variables was developed. Data were collected from questionnaires distributed to male college students of 7 universities located in the Daegu · Gyeongbuk area during August 2003. After eliminating incomplete questionnaires, 303 were analyzed by descriptive statistics, factor analysis, cluster analysis, one-way ANOVA, and χ^2 -test. As a result of factor analysis on lifestyle items, 8 factors were determined: consumption and fashion orientation, future preparation, social concern, a wide range of thought and experience, health orientation, independent spirit, masculinity, and family orientation. 4 groups were identified on the basis of these 8 factors and named as active pragmatic group, liberal empirical group, prospective self-supporting group, and social accommodative group. Their component ratio were 30.2%, 33.2%, 19.6%, and 16.9% respectively. The most preferred casual wear style by male college students was determined as basic casual wear, followed by adult casual wear, fashionable casual wear, and sporty casual wear. Other than the most preferred style, basic casual wear, by every group, the preference of casual wear styles differed among 4 lifestyle groups.

Key words: lifestyle(라이프스타일), casual wear(캐주얼웨어), male college students(남자대학생), style preference(스타일 선호)

I. 서론

의복의 유니섹스화(化)는 주로 여성복이 남성화되는 경향으로 진행되었으나, 1970년대 이후에는 남성복의 여성화도 일어나고 있다¹⁾. 1980년대 이후 남성패션은 성장산업이 되었으며, 남성복의 패션주기는 시즌별 컬렉션을 기준으로 하여 바뀔 만큼 빨라졌고, 재단, 색채, 직물의 범위는 훨씬 다양해졌다²⁾. 여성복의 남성화는 바지, 셔츠, 넥타이 등과 같이 전통적인 남성복을 그대로 여성화하여 이루어졌으나, 남성복의 여성화는 색채, 문양, 선 등과 같이 전반적인 분위기의 여성화로 나타나고 있는 것이 특징이며³⁾, 최근에는 이러한 경향이 가속화되어 각종 대중매체에는 남성들의 화려한 의상이 넘쳐나고 있다.

남성의 의복 스타일에 일어나고 있는 이러한 변화는 상당 부분 거시적 환경 변화에 종속되어 유발된 것으로 보인다. 사회 전반적으로 양성(兩性)평등을 지향하고 일보다 여가(餘暇)를 중시하게 되었으며, 이에 따라 남성들의 성역할 및 라이프스타일에 상당한 변화가 있게 된 것이다. 남성복 코드 또한 변화된 생활환경에 따라 수정되어 왔는데, 남성들은 이제 더 이상 사회적 권력의 유일한 대리자이거나 비즈니스 차림의 옷을 입은 주된 직장인이 아니라 일자리와 가사를 동시에 돌보거나 학생이거나 혹은 실직자인 경우가 늘어나고 있기 때문이다⁴⁾.

이제 패션 상품의 주 소비계층은 여성이라는 고정관념이 깨지고 있으며, 남성복도 여성복 못지않게 패션 감성에 따른 세분화가 가능하게 되었다. 남성복의 트렌드가 가장 잘 반영되는 것은 캐주얼웨어로, 레저/스포츠 트렌드 및 개성화에 따른 캐릭터 캐주얼 수요 증대 등⁵⁾ 캐주얼웨어 시장 내에서도 다양한 변화가 일어나고 있다. 그러므로 전체 패션산업 북중별 매출 중 차지하는 비중이 크고⁶⁾ 젊은 남성들이 많이 착용하는 캐주얼웨어의 스타일에 대해 알아보는 것은 시의적절하다 하겠다. 또한 남성들의 라이프스타일을 규명하고 라이프스타일과 의복 스타일 선호와의 관계를 탐구하는 것은 시장을 이해하고 대처하는 데 있어 필요한 일이다.

본 연구에서는 캐주얼웨어 착용 현황을 파악하기 쉬운 남자대학생들을 대상으로 이들의 라이프스타일을 규명하고 착용 의복 스타일을 분석한 후, 라이프스타일과 의복 스타일 선호와의 관계를 살펴보고자 한다. 지금까지 라이프스타일 연구와 의복 스타일 선호 관련 연구 모두 여성을 대상으로 한 경우

가 많았으므로, 남자대학생들을 대상으로 한 이러한 연구는 소비자로서의 남자대학생을 이해하는 학문적 기초가 되며, 캐주얼웨어 시장의 상품 기획 및 마케팅 분야에도 도움이 될 것이다.

II. 문헌 고찰

1. 라이프스타일 연구 동향

라이프스타일은 소비자들의 생활 방식으로서 그들의 태도, 관심, 의견에 반영되어 나타난다. 라이프스타일 변수는 사람들이 어떻게 시간을 보내고(activities), 자신들이 처해 있는 환경에서 중요하게 여기는 것은 무엇이며(interests), 자신과 주변을 어떻게 생각하는가(opinions)에 의해 정의되는데, 활동, 흥미, 의견은 정량화가 가능한 심리적 성향의 변수들이므로 라이프스타일 역시 심리 특성 변수로 알려져 있다⁷⁾. 라이프스타일 조사는 사회의 소비 성향을 파악하는 데, 그리고 서로 다른 세분시장에 각각 적합한 제품과 서비스를 포지셔닝하는 데 있어 유용하다⁸⁾.

라이프스타일 변수의 상업적 유용성 때문에 캘리포니아의 스탠포드연구소에서는 가치관 변수와 결합시킨 VALS(Value and Lifestyle) 프로그램을 개발하여 소비자를 분류했고, 안켈로비치, 스펠리, 그리고 화이트는 안켈로비치 모니터 서비스라고 하는 상업적 조사 서비스를 통해 1970년부터 사회적 추세 및 문화적 가치를 추적하고 있다⁹⁾. 국내 업계에서도 라이프스타일이 소비자의 특성을 포착하고 소비패턴을 설명하며 예측할 수 있게 하는 변수로 인식되어 시장세분화나 광고, 마케팅 등에 다양하게 활용되고 있으나¹⁰⁾¹¹⁾, 조사 기법 및 보편화에 있어 상업적으로 뚜렷한 진보는 없었다.

학계의 경우 소비자행동, 광고 등 경영학 계열에서 라이프스타일을 주요 연구 주제로 다루어왔을 뿐 아니라 1980년대부터는 패션 마케팅 분야에서도 많은 라이프스타일 연구가 이루어지고 있다. 이 분야의 선행 연구들을 지역별, 연구대상별 및 관련변수별로 분류해봄으로써 현재까지의 연구 경향을 파악할 수 있다. 연구 지역별로 보면 서울 지역¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾, 대구 지역²⁰⁾²¹⁾²²⁾, 부산 지역²³⁾, 대전 지역²⁴⁾에서 이루어진 연구와 부산, 서울, 대전 지역에 걸친 연구²⁵⁾를 찾아볼 수 있어, 대부분의 연구가 서울 지역에서 행해지고 있으며 그 밖의 연구 지역도 광역시 이상의 대도시에 해당하

고 있음을 알 수 있다. 이는 패션 마케팅 분야의 특성상 인구가 많고 상권이 발달한 대도시가 연구에 적합한 지역으로 여겨지고 있기 때문이다. 그러나 라이프스타일 주제와 관련한 연구 결과가 충분히 축적되기 위해서는 점차 대도시 이외의 지역까지 포함한 연구로써 라이프스타일 연구 결과의 타당성과 보편성을 검증하는 일이 필요할 것이다.

연구대상별로는 여대생에서 주부까지의 성인 여성²⁶⁾²⁷⁾²⁸⁾²⁹⁾³⁰⁾³¹⁾³²⁾, 노년층 여성³³⁾³⁴⁾³⁵⁾ 및 여고생³⁶⁾을 대상으로 한 연구 등 여성이 연구대상인 경우가 많았던 반면 남성이 연구대상이 된 경우는 청년층의 남녀 모두를 대상으로 한 박경연, 유태순³⁷⁾과 하수진³⁸⁾의 연구, 그리고 남자대학생을 대상으로 한 황진숙, 이기춘³⁹⁾의 연구 등 소수에 불과하여 대부분의 연구가 여성에 편중되어 이루어지고 있음을 알 수 있다. 이와 같은 현상은 패션이라는 개념 자체가 여성과 더 밀접하게 관련되어 있기 때문일 것이다⁴⁰⁾. 그러나 성역할의 변화로 인해 전통적인 남성의 영역에서 여성이 우세를 보이기도 하고, 전통적인 여성의 영역에 남성이 진입하는 사례도 많은 만큼 향후에는 패션마케팅의 연구대상에 남성이 편입되는 비중이 보다 증대되어야 할 것이다.

라이프스타일 연구는 라이프스타일 요인을 추출하고 이에 따라 소비자를 유형화하여 의복구매 행동⁴¹⁾⁴²⁾⁴³⁾⁴⁴⁾, 의복평가기준⁴⁵⁾, 의복행동⁴⁶⁾, 의류쇼핑동기와 과시소비성향⁴⁷⁾, 브랜드 이미지와 광고 이미지 지각⁴⁸⁾, 의복스타일 평가 및 상황별 의복 스타일 선택⁴⁹⁾에 관한 차이 등 집단별 차이를 규명하는 형식으로 많이 수행되었다. 라이프스타일 변수가 시장세분화에 매우 유용한 변수이기 때문에 군집분석으로 시장을 세분화하고 집단별 태도나 행동, 선호의 차이를 규명하는 것은 라이프스타일 연구의 전형적인 방식이다. 그러나 태도나 행동에 관한 연구에 비해 의복 스타일 선호의 차이를 밝히고자 한 연구는 많지 않다. 다만 김영인⁵⁰⁾은 여성복 스타일별 선호 집단을 활동적 감각 집단, 남성적 감각 집단, 우아한 감각 집단, 여성적 감각 집단으로 구분하고 가정적 견실성, 적극적 의견선도성, 형식적 가치추구성, 사교적 참여성, 소극적 자기충실성, 실용적 생활향상추구성, 현대적 물질추구성의 7개 요인으로 규명한 라이프스타일 요인 모두가 이들 집단의 판별에 기여한다고 밝힌 바 있다.

이상에서 살펴본 바에 의하면 지금까지 국내에서 수행되어온 라이프스타일 연구는 지역적으로는 대도시, 연구대상으로는 여성 소비자에 치중되어 있

으며, 라이프스타일 유형에 따른 집단별 태도나 행동의 차이를 밝히는 연구가 대부분이었다. 따라서 본 연구에서는 라이프스타일 연구의 폭을 확장하기 위해 연구 지역에는 대도시와 더불어 중소도시 및 농·어촌을 포함하고, 연구대상은 남자대학생으로 하며, 라이프스타일 유형에 따른 집단별 의복 스타일 선호를 알아보려고 한다.

2. 라이프스타일 요인

라이프스타일을 측정하는 AIO 문항들은 일반적인 행동과 동기에 관한 것일 수도 있고 제품이나 브랜드와 관련된 구체적인 것일 수도 있다⁵¹⁾. 패션상품의 고유한 특성 때문에 패션마케팅 연구에서는 패션 라이프스타일 척도를 사용한 경우도 많으며, 일반적 라이프스타일을 사용했다라도 패션 관련 영역이 많이 포함되고 있어서 일반적인 라이프스타일과 구체적 라이프스타일의 중간 영역에 해당되는 경우도 있다. 이는 대부분의 라이프스타일 연구가 여성 중심으로 이루어졌고, 여성의 경우 패션이 주요한 활동, 흥미, 의견의 대상이 되기 때문이다.

20대의 라이프스타일 요인을 도출한 연구를 살펴보면, 여대생을 대상으로 유행쇼핑관심, 자신감, 가족충실성, 여가충실성, 적극적 자기관리, 보수적 여성, 적극적 활동성, 경제적 자기관리의 8개 요인을 도출한 연구⁵²⁾, 20대 여성을 대상으로 외모중시성, 성취·활동성, 경제적 절약성, 자아실현성, 가족지향성의 5개 요인을 도출한 연구⁵³⁾, 20대와 30대 남녀를 대상으로 하여 경제지향, 편의주의, 적극적 여가향유, 구매습관⁵⁴⁾, 국제적 감각의 5개 요인을 도출한 연구⁵⁵⁾, 남자대학생을 대상으로 하여 의복관심, 자신감, 사회활동 참여, 탐색적 구매, 가정중시, 보수적 남성의 6개 요인을 도출한 연구⁵⁶⁾의 예를 볼 수 있다. 이들 연구에서는 모두 선행연구를 참고로 하여 측정도구를 구성하였다. 그러나 라이프스타일 측정항목을 개발하기 위해서는 연구대상의 AIO 차원과 생활영역을 실제로 검토할 수도 있다.

AIO 이외의 척도를 사용한 경우에는 LOV (List of Value)를 라이프스타일 측정도구로 간주하여 연구한 고경순⁵⁷⁾의 예가 있다. 이 연구에서는 선행연구를 참고하고 예비조사를 실행하여 개발한 척도에 의해 대학생의 가치 중심 라이프스타일을 적극적인 인간관계, 자기 신뢰, 자기 중심, 가족지향 책임의식, 경제생활 안정추구, 스포츠·팝송 열광, 자기 성취, 소속감 및 다양성 추구, 사회적 인정 회구의 9

개 요인으로 도출하였다.

라이프스타일 문항을 체계적으로 개발한 연구를 살펴본다면, Yang은 일, 음식, 주거, 의복, 이동, 잠, 유지비, 자기관리, 여가활동, 구매, 소비, 매체노출, 상호작용에 관한 내용을 다양성, 빈도, 공간, 중요성, 시간들, 선도, 조직의 차원에서 접근하는 라이프스타일 틀을 소개하였다⁵⁸⁾. Plummer(1974년)는 AIO에 기초를 두고 활동 차원에 일, 취미, 사교적 사건, 휴가, 오락, 클럽 활동, 공동체, 쇼핑, 스포츠 범주를, 관심 차원에 가족, 가정, 일자리, 공동체, 기분전환, 유행, 음식, 대중매체, 목표달성 범주를, 의견 차원에 자기자신, 사회문제, 정치, 사업, 경제, 교육, 제품, 미래, 문화 범주를 포함시키고 있는데⁵⁹⁾, AIO 즉 활동, 관심, 의견이라는 라이프스타일 차원은 보편적인 개념이지만 각 차원별 범주는 응답자 특성에 따라서 달라질 것이다.

본 연구의 대상은 남자대학생이라는 특정 성별 및 사회적 신분의 집단이며, 선행연구가 많지 않아 이에 근거하여 라이프스타일 측정도구를 구성하기 어렵다. 따라서, AIO 즉 활동, 관심, 의견의 각 차원에 남자대학생의 생활영역을 반영한 하위 범주를 마련하여 라이프스타일 틀을 마련하고 측정도구를 구성하여 연구함으로써 남자대학생의 고유한 라이프스타일 요인을 도출하고자 한다.

3. 의복 스타일 선호의 측정

스타일(style, 樣式)은 일상생활에서 자주 개개의 인간이나 사회와 민족 등의 행동방식, 생활방식을 가리키고, 학술상의 개념으로서도 광범위하게 생(生) 혹은 문화의 모든 범위를 포괄하며 그 형성방식을 의미하곤 한다⁶⁰⁾. 따라서 의복에도 스타일의 개념이 적용될 수 있으며, McJimsey는 패션에서의 스타일이란 특정 기간에 사용된 특정 실루엣, 소재, 장식, 혹은 액세서리를 일컫는다고 하였다⁶¹⁾. 즉, 의복 스타일은 바토우(bateau) 네크라인, 기모노 슬리브, 클로셰 햇, 옥스퍼드 슈즈 등과 같이 구체적으로 묘사될 수 있는 것이다.

한편, 의복 이미지가 의복 스타일을 분류하기 위한 기준으로 사용되고 있는 경우도 많다⁶²⁾ 종종 의복 스타일은 대표적인 의복 이미지와 호환적으로 사용된다. 의복 스타일을 변수로 채택하는 경우 사용하는 연구 방법은 대체로 스타일별 자극물을 제시하여 이미지 평가 혹은 선호 정도를 표시하게 하는 방식이다. 자극물의 경우는 주로 카탈로그에서

사진을 추출하여 예비조사로 이미지를 측정할 후 대표적인 사진을 선정하여 제시하고 있었다.

의복 스타일 선호에 대한 측정과 관련하여 나영은⁶³⁾은 구조적-직선적 스타일, 구조적-곡선적 스타일, 비구조적-직선적 스타일, 비구조적-곡선적 스타일의 4가지 여성복 드로잉을 제시하여 가장 선호하는 스타일과 소유 별수를 조사하였다. 이명희, 김현주⁶⁴⁾는 여성복 스타일을 6개 선정하여 스타일에 대한 명명 없이 드로잉으로 제시한 후 스타일에 대한 이미지 평가와 더불어 좋아하는 순서대로 1순위부터 6순위까지 평가하게 하는 방법을 사용하였다. 유희⁶⁵⁾는 여성적이고 성숙한 스타일, 남성적이고 활동적인 스타일, 우아하고 도회적인 스타일, 독특하고 섹시한 스타일, 수수하고 단순한 스타일의 여성복 유형을 사진으로 추출한 후 제시하여 가장 좋아하는 스타일을 선택하게 하였다. 류숙희, 류지은⁶⁶⁾은 사진 분류를 통해 섹시, 매니쉬, 페미닌, 드라마틱, 엘레강스-클래식, 캐주얼로 자극물을 제시하여 선호 스타일을 선택하게 하였다.

그러나 남성복의 경우에는 아직까지 의복 스타일을 분류하여 선호를 측정하는 연구가 제대로 궤도에 오르지 못하고 있어서 선호를 측정하기 위한 의복 스타일 연구는 찾아보기 어렵다. 따라서 다른 목적의 연구를 위해 남성복을 자극물로 제시한 경우를 찾아보면, 이선경, 고애란⁶⁷⁾은 직업 특성을 반영한 의복 유형별로 인상 형성에 차이가 날 것이라는 가정 하에 연구를 진행하면서 회사원, 고위직, 세일즈맨, 연예인, 화가, 노동자 의복 유형을 실물 사진으로 제시한 바 있다. 또, 김재희, 정삼호⁶⁸⁾는 사무직 남성들의 유행형 의복에 대한 선호 및 성역할 태도와의 관계를 밝히기 위해 카탈로그 분석을 통해 재킷, 바지, 조끼, 넥타이의 최신 유행 경향을 드로잉으로 제시한 바 있다. 본 연구에서는 연구대상자인 남자대학생들의 실제 캐주얼 착용 사진을 찍어 스타일을 분류하고 선호를 측정함으로써 남성복 의복 스타일 연구의 기초 자료를 제공하고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 측정도구

1) 라이프스타일

라이프스타일 측정 문항은 주변 남자대학생들에 대한 관찰을 통해 활동, 관심, 의견의 3개 차원에 각각 8가지의 범주를 구성한 후<표 1>, 2인의 연구

자가 20명의 남자대학생들을 대상으로 일대일 면접을 실시하여 라이프스타일 차원별 범주의 타당성을 확인하고 각 범주별 라이프스타일 문항을 도출하였다. 면접 결과를 정리하여 각 범주당 5개 문항씩 총 120개 문항으로 측정도구를 개발하였다.

그러나 120개 문항은 본조사에 투입되기에 너무 많은 양이므로, 15명의 남자대학생에 대한 예비조사를 거쳐 문항을 축소 및 수정하는 과정을 거쳤다. 예비조사의 측정은 5점 리커트형 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 이루어졌으며, 평균과 표준편차를 구하여 평균이 3점 내외이면서 표준편차도 1 미만인 문항을 중심으로 삭제하였다. 이들 문항은 '보통이다'에 많은 응답이 몰린 경우로 모든 학생들에게 대동소이한 반응을 받아 라이프스

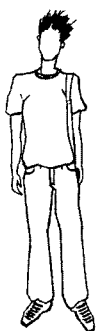



타일 유형을 판별하는 데 변별력이 없는 문항으로 간주되기 때문이다. 또한 예비조사에 참가한 15인 응답자 각각으로부터 측정 문항에 대한 의견을 수렴하고 4인의 남자대학생과 2인의 여자대학생으로 구성된 문항 평가 패널과 집중 토론을 실시하여 중복성이 강한 문항을 통합하고 의미 전달이 명확하지 않은 문항을 수정하였다. 이 과정을 거쳐 질문지를 구성하기에 적절한 수인 60개로 라이프스타일 문항을 확정하였다.

2) 선호 캐주얼스타일

선호 캐주얼스타일 측정은 자극물을 제시하여 한 가지를 선택하게 하는 방법으로 이루어졌다. 자극물 마련을 위해 2003년 6월 2일부터 12일까지 2인의

<표 1> 남자대학생의 라이프스타일 차원과 범주

차원	범주
활동	공부, 취미, 게임, 아르바이트, 여행, 쇼핑, 스포츠, 종교
관심	가족, 매체, 패션유행, 음식, 이성친구, 대인관계, 동호회 및 동아리 활동, 남자만의 대화
의견	자기 자신, 장래, 정치 경제, 교육, 건강, 문화, 군대, 결혼

	베이직캐주얼 (Basic Casual)	어덜트캐주얼 (Adult Casual)	스포츠캐주얼 (Sports Casual)	패션캐주얼 (Fashion Casual)
캐주얼 스타일				
상의	특별한 무늬가 없는 면 티셔츠	니트 티셔츠, 폴로 티셔츠, 셔츠 블라우스	트레이닝복, 스포츠웨어 상의, 운동복 스타일 티셔츠	프린팅 티셔츠, 밀리터리 룩 셔츠
하의	청바지, 화이트진	세미정장바지, 정장바지, 면바지	트레이닝복, 고무줄 반바지	카고바지, 스트링바지, 페인팅바지, 구제청바지
신발	워커, 운동화	구두, 정장풍 캐주얼화	축구화, 조깅화, 보드화	샌들, 캔버스화, 스니커즈
가방	크로스백, 이스트백	캐주얼한 서류가방	-	힙백
기타	-	-	손목 아대, 스포츠 양말	캡모자

<그림 1> 남자대학생의 캐주얼스타일 분류

연구자가 경북 소재 대학 1개교의 남학생들을 관찰 하면서 140명에게 사진 촬영을 요청하여 107명의 사진을 찍을 수 있었다. 촬영시에는 가급적 다양한 캐주얼스타일이 포착될 수 있도록 신중을 기하였으며, 사진 인화 후 3인의 연구자가 공동으로 의견을 조율해가며 자연적 집단형성법으로 스타일을 분류 하였다. 자연적 집단형성법은 일련의 제시된 자극물을 비슷하다고 생각하는 개체끼리 묶어 분류해 나가면서 매 분류시마다 각 하위집단의 특징을 묘사 하는 방법이다⁶⁹⁾. 최종적으로 4개의 유형을 확정 한 후 베이직캐주얼(36명, 33.6%), 어덜트캐주얼(41명, 38.3%), 스포츠캐주얼(14명, 13.1%), 패션캐주얼(16명, 15.0%)로 명명하였다(그림 1). 그 후 각각의 유형 에서 가장 대표적인 사진을 골라 이를 드로잉으로 제작함으로써 착용자 효과를 배제하였고, 스타일을 묘사하는 지문을 작성하여 함께 제시하였다.

베이직캐주얼(Basic Casual)은 가장 기본적이고 무난한 스타일로, 상의는 특별한 무늬가 없는 면 티 셔츠이고 하의는 청바지 또는 화이트진 등이며, 여 기에 운동화나 위커를 신고 크로스백이나 이스트백 등을 착용한 차림이다. 어덜트캐주얼(Adult Casual)은 베이직캐주얼보다 형식과 예의를 차린 스타일로, 상의는 니트 티셔츠, 폴로 티셔츠, 셔츠 블라우스 등이고 하의는 세미정장바지, 정장바지, 면바지 등 이며, 여기에 구두나 정장풍 캐주얼화를 신고 어깨 에 매는 캐주얼한 서류가방을 착용한 차림이다. 스포츠캐주얼(Sports Casual)은 베이직캐주얼보다 스포티한 이미지를 많이 부각시킨 스타일로, 상의는 트레이닝복, 기능성을 부각시킨 스포츠웨어, 운동복

스타일의 티셔츠 등이고 하의는 트레이닝복, 고무줄 반바지 등이며, 여기에 축구화, 조깅화 또는 보드화 를 신고 손목 아대나 스포츠 양말 등을 착용한 차 립이다. 패션캐주얼(Fashion Casual)은 패셔너블하 고 유행에 민감한 스타일로, 상의는 프린팅 티셔츠, 밀리터리룩 셔츠 등이고 하의는 카고바지, 스트링바 지, 페인팅바지, 구제청바지 등이며, 여기에 샌들, 캔버스화 또는 스니커즈를 신고 힙색, 캡모자 등을 착용한 차림이다.

3) 인구통계적 특성

인구통계적 특성은 연령, 학년, 전공, 거주형태, 현재 거주지역, 월지출액으로 조사하였다.

2. 자료 수집 및 분석

자료 수집은 2003년 8월 7일부터 8월 19일 사이 에 대구와 경북 지역의 7개 대학에서 남자대학생 을 대상으로 질문지 조사를 통해 이루어졌다. 질문지는 라이프스타일 60문항과 4가지 캐주얼스타일 중 자 주 입을 한 가지를 선택하도록 한 선호 캐주얼 스타일 1문항, 그리고 인구통계적 특성을 측정하는 문 항으로 구성되었다. 질문지는 즉석에서 배부 및 회 수하였으며, 응답지 검토를 거쳐 불완전한 질문지를 누락시킨 후 총 303부를 분석하였다. 분석은 SPSS WIN 10.1.3을 이용하여 기술통계, 요인분석, 군집분 석, 분산분석과 던컨테스트, χ^2 -검정을 실시하였다.

<표 2> 응답자의 인구통계적 특성

(n=303)

변수	항목(응답빈도, 백분율)
연령 (만 1831세)	18~19세(32, 10.5%): 20~21세(15, 4.9%): 22~23세(65, 21.5%): 24~25세(122, 40.3%): 26~27세(65, 21.5%): 28세 이상(4, 1.3%)
학년	1학년(39, 12.9%): 2학년(59, 19.5%): 3학년(73, 24.1%): 4학년(114, 37.6%): 대학원(18, 5.9%)
전공	공학(174, 57.4%): 인문학(37, 12.2%): 사회과학(48, 15.8%): 자연과학(19, 6.3%): 생활과학(5, 1.7%): 예체능(17, 5.6%): 기타(3, 1.0%)
거주형태	본가(146, 48.2%): 자취 또는 하숙(126, 41.6%): 기숙사(28, 9.2%): 친척집(3, 1.0%)
현재 거주지역	대구(157, 51.8%): 경북(142, 46.9%): 기타(4, 1.3%)
월지출액	10만원 미만(13, 4.3%): 10만원 이상 20만원 미만(56, 18.5%): 20만원 이상 30만원 미만(116, 38.3%): 30만원 이상 40만원 미만(81, 26.7%): 40만원 이상 50만원 미만(23, 7.6%): 50만원 이상(14, 4.6%)

3. 응답자 특성

응답자들의 인구통계적 특성은 <표 2>에 제시한 바와 같으며, 연령은 만 24~27세가 61.8%로 과반수였는데, 남자대학생의 경우 대부분 1학년을 마치고 군복무를 한 후 복학하여 학교를 다니기 때문에 여자대학생보다 연령층이 다소 높다. 학년은 4학년이 가장 많았다(37.6%), 전공은 공학이 과반수였는데(57.4%), 이 또한 남자대학생이라는 연구대상 때문에 기인한 특성이다. 거주형태는 본가(48.2%)와 자취 또는 하숙(41.6%)의 비중이 비슷했고, 현재 거주지역은 대도시인 대구(51.8%)와 중소도시 및 농·어촌에 해당하는 경북(46.9%)의 비중이 비슷했다. 용돈을 포함한 월지출액은 20만원 이상 30만원 미만인 116명(38.3%)으로 가장 많았고, 30만원 이상 40만원 미만(26.7%), 10만원 이상 20만원 미만(18.5%) 순이었다.

IV. 결과 및 논의

1. 남자대학생의 라이프스타일

1) 라이프스타일 요인

남자대학생의 라이프스타일 요인을 추출하기 위해 주성분분석과 베리맥스 회전에 의한 요인분석을 실시하였다. 먼저 스크리 테스트 결과 8개 요인을 선정하였으며, 모든 요인에 대해 요인부하량이 0.40 이하로 나타나거나 어느 한 요인에 대해 뚜렷이 높은 요인 부하량을 보이지 않은 문항을 제외하였고, 요인부하량이 다소 낮더라도 요인을 해석하는 데 도움이 된다고 판단된 문항은 복구시킨 후 남은 최종 50문항에 대하여 동일한 방법으로 재분석하여 8개의 요인을 확정하였다. 결과는 <표 3>에 제시하였다.

요인 1은 '나는 유행에 관심이 많다', '나는 쇼핑을 자주 한다', '나는 맛있는 음식을 찾아다니며 먹는 편이다' 등의 10개 문항으로 구성되어 요인명을 '소비와 유행 추구'로 하였으며 전체 분산의 7.5%를 설명하였다. 요인 2는 '나는 도서관에서 공부하는 시간이 많다', '장래에 대한 계획이 확실하게 정해져 있다' 등의 6개 문항으로 구성되어 요인명을 '장래 준비'로 하였으며 전체 분산의 5.8%를 설명하였다. 요인 3은 '나는 요즘 일어나고 있는 정치와 경제문제에 관심이 많다', '나는 매일 신문을 꼬박꼬박 본다' 등의 5개 문항으로 구성되어 요인명을 '사회적 관심'으로 하였으며 전체 분산의 5.6%를 설명하였

다. 요인 4는 '남자도 집안일을 할 줄 알아야 한다', '나는 나이에 관계없이 친구가 될 수 있다고 생각한다', '다른 나라에 가서 살아보고 싶다' 등의 8개 문항으로 구성되어 요인명을 '폭넓은 사고 및 경험'으로 하였으며 전체 분산의 5.2%를 설명하였다. 요인 5는 '나는 스포츠를 좋아한다', '나는 식사를 규칙적으로 한다', '나는 건강에 신경을 많이 쓴다' 등의 5개 문항으로 구성되어 요인명을 '건강추구'로 하였으며 전체 분산의 4.8%를 설명하였다. 요인 6은 '대학생이라면 경제적으로 독립해야 한다고 생각한다', '나는 혼자 여행을 자주 다닌다' 등의 6개 문항으로 구성되어 요인명을 '독립심'으로 하였으며 전체 분산의 4.7%를 설명하였다. 요인 7은 '군생활은 사회생활에 많은 보탬이 된다', '나는 선후배간의 술자리를 즐기는 편이다' 등의 5개 문항으로 구성되어 요인명을 '남성성'으로 하였으며 전체 분산의 4.5%를 설명하였다. 요인 8은 '결혼은 반드시 필요하다', '나는 부모님의 말씀에 순종하는 편이다', '내가 가정을 가지게 되면 가족을 위해 헌신할 것이다', 등의 5개 문항으로 구성되어 요인명을 '가정중시'로 하였으며 전체 분산의 4.3%를 설명하였다.

8개의 요인이 설명하는 분산은 전체의 42.4%였고, 각 요인을 구성하는 문항들의 내적 일관성을 보여주는 신뢰도(α)도 0.73에서 0.50 사이였으므로, 이는 남자대학생들의 라이프스타일을 완벽하게 재현해 주는 결과라고는 할 수 없다. 그러나 일반적으로 심리적 변수는 행동이나 평가 변수에 비해 설명력이 높을 수가 없으며, 특히 라이프스타일은 삶의 여러 측면과 관련되는 광범위한 개념의 변수이므로 이와 같은 설명력과 신뢰도는 수용 가능한 영역이라고 판단된다. 또한 선행연구도 여자대학생의 라이프스타일 요인분석 결과에서 설명 분산이 49.8%, 신뢰도가 0.79에서 0.60 사이였으며⁷⁰⁾, 남자대학생의 라이프스타일 요인분석 결과에서 설명 분산이 48.9%, 신뢰도가 0.78에서 0.49 사이였던 것을 보면⁷¹⁾, 본 연구 결과와 비슷한 정도의 설명력과 신뢰도로 라이프스타일 연구가 수행되고 있음을 알 수 있다. 또한 이 8개의 요인은 내용상 남자대학생의 라이프스타일 측면을 잘 보여주고 있다고 생각되므로 본 결과로써 이후의 분석을 진행하였다.

각 요인을 구성하는 문항들의 산술평균을 구해 본 결과 8개의 라이프스타일 요인 중 폭넓은 사고 및 경험을 추구하는 경향이 가장 높게 나타났고, 다음으로 가정중시, 건강추구, 남성성, 장래준비, 사회적 관심 순으로 나타났다. 폭넓은 사고 및 경험 점수가 높은 것으로 미루어 보아 본 연구에 참여한

〈표 3〉 라이프스타일 문항의 요인분석 결과

요 인	문 항	요인 부하량	고유치 (%분산)	신뢰도 (a)	문항 평균
요인 1 소비와 유행 추구	나는 유행에 관심이 많다.	.748	3.74 (7.5%)	0.73	2.88
	나는 외모를 가꾸는데 애쓰는 편이다.	.720			
	나는 쇼핑을 자주한다.	.714			
	나는 사려고 마음먹은 물건을 꼭 산다.	.585			
	나는 간편한 패스트푸드를 즐기는 편이다.	.557			
	나는 맛있는 음식을 찾다니며 먹는 편이다.	.500			
	나는 TV를 즐겨보는 편이다.	.424			
	나는 여러 사람과 함께 있을 때 내가 돋보이고 싶어진다.	.378			
요인 2 장래준비	나는 신체 일부분에 피어싱을 해도 된다고 생각한다.	.371	2.90 (5.8%)	0.65	3.11
	나는 대체로 여자친구가 있는 편이다.	.270			
	나는 도서관에서 공부하는 시간이 많다.	.717			
	나의 학업성적은 만족할 만하다.	.665			
	나는 어학을 열심히 공부한다.	.625			
	나는 집중력이 좋다.	.588			
요인 3 사회적 관심	집안은 항상 깨끗이 청소되어 있어야 한다.	.392	2.80 (5.6%)	0.69	3.06
	장래에 대한 계획이 확실하게 정해져 있다.	.296			
	나는 요즘 일어나고 있는 정치와 경제 문제에 관심이 많다.	.691			
	나는 TV를 볼 때 주로 뉴스나 시사다큐를 본다.	.616			
	나는 재테크에 관심이 많다.	.598			
요인 4 폭넓은 사고 및 경험	나는 매일 신문을 꼬박꼬박 본다.	.564	2.62 (5.2%)	0.59	3.81
	나는 매스컴에 영향을 많이 받는 편이다.	.467			
	남자도 집안일을 할 줄 알아야 한다.	.621			
	나는 남자란 무엇보다도 능력이 있어야 한다고 생각한다.	.571			
	나는 영화를 즐겨보는 편이다.	.532			
	취미생활이 내 삶에 활력소가 된다.	.515			
	나는 예전부터 오래 사귀고 있는 친구가 있다.	.470			
요인 5 건강추구	나는 나이에 관계없이 친구가 될 수 있다고 생각한다.	.429	2.40 (4.8%)	0.65	3.45
	혼자 조용히 생각에 잠기는 일이 자주 있다.	.377			
	다른 나라에 가서 살아보고 싶다.	.318			
	나는 스포츠를 좋아한다.	.610			
	나는 식사를 규칙적으로 한다.	.593			
요인 6 독립심	내가 직접 참여해서 즐기는 운동이 있다.	.578	2.36 (4.7%)	0.59	2.71
	나는 규칙적인 생활을 한다.	.539			
	나는 건강에 신경을 많이 쓴다.	.454			
	대학생이라면 경제적으로 독립해야 한다고 생각한다.	.637			
	나는 혼자 여행을 자주 다닌다.	.626			
요인 7 남성성	나는 아르바이트에 많은 시간을 소비한다.	.572	2.25 (4.5%)	0.58	3.33
	내가 가보지 못한 곳을 여행하는 것이 즐겁다.	.477			
	동아리 활동은 나에게 많은 영향을 미친다.	.416			
	나는 신용카드의 무분별한 사용으로 고생한 적이 있다.	.355			
	나는 술 담배를 즐긴다.	.596			
요인 8 가정중시	군대는 반드시 가야한다.	.551	2.13 (4.3%)	0.50	3.50
	나는 선후배간의 술자리를 즐기는 편이다.	.531			
	나는 알고 지내는 사람이 많다.	.304			
	결혼은 반드시 필요하다.	.602			
	나는 부모님의 말씀에 순종하는 편이다.	.567			
사랑한다면 결혼하는데 아무 문제도 되지 않는다.	.549	2.69	0.50	3.50	
내가 가정을 가지게 되면 가족을 위해 헌신할 것이다.	.526				
나는 고민이나 격정거리를 가족과 함께 상의한다.	.269				

〈표 4〉 본 연구와 선행연구의 (남자)대학생 라이프스타일 요인 비교

본 연구	황진숙, 이기춘의 연구	고경순의 연구
소비와 유행 추구	의복 관심	-
장래준비	자신감	자기 신뢰, 자기 성취
사회적 관심	-	사회적 인정 회구
폭넓은 사고 및 경험	-	적극적 인간관계 소속감 및 다양성 추구
건강추구	사회활동 참여	스포츠·팝송 열광
독립심	자신감	경제생활 안정추구
남성성	보수적 남성, 사회활동 참여	적극적 인간관계, 소속감 및 다양성 추구
가정중시	가정중시	가족지향 책임의식, 소속감 및 다양성 추구
-	탐색적 구매	자기 중심

남자대학생들은 삶의 경계를 허물고 경험의 폭을 확장하고자 하는 경향을 강하게 보이는데, 이는 다양한 체험과 개성, 인성 등을 중시하는 최근의 사회 분위기에 영향을 받은 것으로 보인다. 또한 가정중시, 건강추구 성향도 비교적 높게 나타났다. 가정붕괴가 심각한 사회문제로 떠오르고 있는 요즘 이 처럼 가정중시 성향이 높게 나타난 것에 대해 연령층 및 연구 지역의 영향이 있는지는 추후 다른 연구에서 확인할 필요가 있을 것이다. 건강추구 성향은 응답자들이 신체적으로 활력이 넘치는 시기에 있다는 사실과 건강한 삶을 추구하는 최근의 웰빙 트렌드를 반영한 것으로 보인다. 한편, 독립심 및 소비와 유행 추구는 보통에 미치지 못하는 정도인데, 이는 가정중시 성향이 강하게 나타나는 것과 관련지어 해석이 가능할 것이다. 가정을 중시하므로 상대적으로 독립에 대한 관심이 약하며, 소비와 유행 추구 성향도 자제되고 있다고 할 수 있다.

이 요인분석 결과를 선행연구와 비교해 보면 〈표 4〉와 같다. 황진숙, 이기춘⁷²⁾이 추출한 남자대학생 라이프스타일 요인과 본 연구의 라이프스타일 요인에서 가정중시는 동일한 요인으로 추출되었고, 선행연구의 의복관심 요인과 본 연구의 소비와 유행 추구 요인은 비슷한 요인으로 추출되었다. 선행연구의 자신감 요인은 본 연구에서 장래준비와 독립심 요인으로 각각 추출되었고, 선행연구의 사회활동 참여는 본 연구의 건강추구와 남성성 요인에 반영되었다. 또한 선행연구의 보수적 남성 요인은 본 연구의 남성성 요인에 포함된다. 선행연구에서의 탐색적 구매 요인에 해당하는 본 연구의 요인은 존재하지 않고, 본 연구의 사회적 관심, 폭넓은 사고 및 경험은 선행연구와 일치하는 바가 없는데, 이는 선행연구에서 의복 및 쇼핑 관련 문항 비중이 높은 반면, 본

연구에 사용한 문항들은 일반적 라이프스타일의 측면을 더 넓게 포함하고 있기 때문이다. 본 연구에서 규명한 남자대학생의 라이프스타일 요인은 선행 연구 내용의 대부분을 포함하는 데 더해 선행연구에서 밝히지 못한 측면 및 최근의 사회적 추세를 반영하고 있으므로, 남자대학생의 AIO를 잘 보여주는 결과라고 할 수 있다.

한편 남녀대학생을 대상으로 가치 중심의 라이프스타일(LOV)을 조사한 고경순⁷³⁾의 연구에서는 본 연구의 소비와 유행 추구에 해당하는 요인은 추출되지 않았으나 장래 준비는 자기 신뢰, 자기성취 요인으로, 사회적 관심은 사회적 인정 회구로, 건강추구는 스포츠·팝송 열광으로, 독립심은 경제생활 안정추구로, 가정중시는 가족지향 책임의식으로 유사하게 도출되었다. 본 연구에서 규명한 폭 넓은 사고와 경험, 그리고 남성성의 두 개 요인에 해당하는 내용은 적극적 인간관계, 그리고 소속감 및 다양성 추구로 혼합되어 도출되었다. 이 때 소속감에 대한 내용의 일부는 본 연구의 가정중시에 해당하기도 하였다. 이처럼 LOV 척도로 대학생의 라이프스타일을 연구한 선행연구의 결과와도 본 연구의 결과는 부합되는 바가 크므로 본 연구 결과의 타당성을 다시 한 번 확인할 수 있다.

2) 남자대학생들의 라이프스타일 유형

남자대학생들의 라이프스타일 유형을 분류하기 위해 라이프스타일 요인별 요인점수를 계산하여 군집분석을 실시하였다. K-평균 군집분석을 실시해 본 결과 2명의 응답자는 대다수 응답자의 라이프스타일과 매우 동떨어진 경향을 보여 집단으로 잘 묶이지 않았으므로, 계층적 군집분석의 덴드로그램을

<표 5> 남자대학생의 라이프스타일 유형화를 위한 군집분석 및 분산분석 결과

(n=301)

	집단 1 현실과시형 (n=91)	집단 2 자유체험형 (n=100)	집단 3 미래자립형 (n=59)	집단 4 사회순응형 (n=51)	F-ratio	p
소비와 유행 추구	.26256 A	-.03506 AB	-.36329 B	-.06595 AB	5.14	.002
장래준비	-.16367 B	.04511 AB	.25104 A	-.01601 AB	2.17	.092
사회적 관심	.35720 A	.06326 B	-1.02394 C	.39246 A	38.05	.000
폭넓은 사고 및 경험	.05163 B	.56439 A	-.11380 B	-.94889 C	38.14	.000
건강추구	.37713 A	.36373 A	-.64688 B	-.63970 B	31.22	.000
독립심	.38542 A	-.32052 B	.55162 A	-.81012 C	35.70	.000
남성성	.72531 A	-.52622 D	-.20855 C	.10785 B	38.58	.000
가정중시	.28736 A	-.52744 B	.37087 A	.12301 A	17.17	.000

<표 6> 라이프스타일 유형별 집단간 연령 차이: 분산분석 결과

라이프스타일 유형별 집단	현실과시형 (n=91)	자유체험형 (n=100)	미래자립형 (n=59)	사회순응형 (n=51)
연령 평균 (표준편차)	24.18 (2.095) A	23.64 (2.497) AB	23.10 (2.510) B	24.14 (1.939) A
F-ratio	3.15			
p	.025			

선을 이용하여 다른 모든 집단들과 군집거리가 가장 먼 2개의 표본을 확인하고 이들을 제외한 후 총 301개의 표본으로 K-평균 군집분석을 재 실시하였다. 집단수를 3, 4, 5, 6으로 달리해 보면서 집단별 표본수의 적절성 및 집단간 라이프스타일 요인의 변별력을 확인해 본 결과, 최종적으로 4개 집단을 확정하였다. <표 5>에는 군집분석 결과와, 군집분석 결과에 따른 집단간 라이프스타일 요인점수에 대한 분산분석 결과를 제시하였다. 분산분석 결과 7개의 라이프스타일 요인이 $p < 0.05$ 수준에서 집단간 유의한 차이를 보였고, 1개 라이프스타일 요인이 $p < 0.10$ 수준에서 집단간 유의한 차이를 보였다.

집단 1은 소비와 유행 추구 성향이 높았고, 사회적 관심과 건강추구 성향도 높았으며, 특히 남성성이 강하게 나타났다. 반면, 장래준비 성향은 가장 낮게 나타났다. 즉, 이 집단은 남성적인 면모를 과시하는 성향이 강하고 쇼핑과 외모에 관심이 많아

소비와 유행을 추구하며, 건강추구를 위한 활동성도 강하게 나타나므로, '현실과시형'으로 명명하였다. 집단 2는 폭넓은 사고 및 경험과 건강추구 성향이 높은 반면, 남성성과 가정중시 성향은 매우 낮았다. 즉, 전통적인 관습보다는 자신의 고유한 경험을 넓히고 스스로를 잘 돌보는 데 관심이 많아 보이므로, 이 집단을 '자유체험형'으로 명명하였다. 집단 3은 장래준비가 철저하며 독립심이 매우 강하고 가정을 중시하는 성향을 보였다. 반면 사회적 관심과 소비와 유행 추구 성향은 다른 집단에 비하여 낮았다. 전반적으로 보아 주변적인 문제보다는 자신의 미래와 관련된 문제에 신경을 많이 쓰는 것으로 보이는 이 집단에는 '미래자립형'이라는 집단명을 부여하였다. 집단 4는 폭넓은 사고 및 경험을 추구하는 성향과 독립심이 매우 낮고, 사회적 관심 및 가정중시 성향이 높게 나타났다. 즉 스스로 사고하고 판단하려 하기보다는 주변의 영향을 많이 받는 유형으로

보인다. 따라서 이 집단을 '사회순응형'으로 명명하였다. 각 집단별 구성 비율을 보면 현실과시형이 91명으로 30.2%, 자유체험형이 100명으로 33.2%, 미래자립형이 59명으로 19.6%, 사회순응형이 51명으로 16.9%였다. 즉 남자대학생의 라이프스타일 유형은 자유체험형과 현실과시형이 미래자립형 및 사회순응형보다 많은 것으로 나타났다. 이 결과는 향후 라이프스타일을 기준으로 남자대학생 시장을 세분화하는 데 유용한 지침이 될 것이다.

3) 라이프스타일 유형별 인구통계적 특성

남자대학생 라이프스타일 유형별 집단간 인구통계적 특성에 차이가 있는지를 알아보기 위해 연령 변수에 대해서는 일원분산분석을, 학년, 전공, 거주형태, 현재 거주지역 변수에 대해서는 χ^2 -검정을 하였다. 월지출액은 χ^2 -검정을 실시하기에 적합하지 않은 자료의 성격을 가지므로 기술통계로 해석하였다. <표 6>에 제시한 결과와 같이, 연령은 $p < 0.05$ 수준에서 집단간 유의한 차이가 나타났다. 미래자립형은 현실과시형과 사회순응형에 비해 만 1세 정도 연령이 낮았다. 이로써 군복무 후 재대 직후의 남자대학생들이 더 장래에 대해 많이 생각하고 독립심이 높은 경향이 있음을 알 수 있다. χ^2 -검정 결과에서는 $p < 0.05$ 수준에서 집단간 유의한 차이가 나타나지 않으므로 학년, 전공, 거주형태, 현재 거주지역의 측면에서는 라이프스타일 유형별로 의미있는 해석이 주어지지 않았다. <표 7>에는 라이프스타일 유형별 월지출액을 관찰빈도 및 기대빈도로 나타내었다. 현실과시형의 경우 30만원 이상 40만원 미만의 범주가 가장 많았고(35.2%), 다음이 20만원 이상 30

만원 미만의 범주였으며(19.7%), 40만원 이상 50만원 미만 및 50만원 이상의 범주도 기대빈도를 크게 웃돌았다. 자유체험형의 경우에는 20만원 이상 30만원 미만의 범주가 가장 많았고(45.0%), 다음이 30만원 이상 40만원 미만의 범주였으며(22.0%), 그 다음이 10만원 이상 20만원 미만의 범주였다(17.0%). 미래자립형의 경우는 20만원 이상 30만원 미만의 범주가 가장 많았고(33.9%), 다음이 10만원 이상 20만원 미만(25.4%), 그리고 30만원 이상 40만원 미만(23.7%)의 순서였으나, 20만원 미만의 두 범주에서 기대빈도보다 높은 빈도를 보였다. 사회순응형은 자유체험형과 비슷한 분포 경향을 보였다. 이상에서 현실과시형의 월지출액수준은 높은 편인 반면 미래자립형의 월지출액 수준은 낮은 편에 속함을 확인할 수 있었다. 이는 남자대학생들의 라이프스타일에 따라 지출규모가 달라지거나 혹은 경제적 여건에 따라 라이프스타일이 영향을 받을 수 있음을 시사하는 결과이다.

2. 남자대학생의 캐주얼스타일 선호

1) 전체 응답자의 캐주얼스타일 선호

전체 응답자가 가장 선호한 스타일은 베이직캐주얼이었으며(174명, 57.4%) 다음으로 어덜트캐주얼(54명, 17.8%), 패션캐주얼(49명, 16%), 스포츠캐주얼(26명, 8.6%)의 순이었다. 즉 대다수의 남자대학생들은 캠퍼스웨어로 베이직캐주얼을 절대적으로 선호하여 편안하고 무난한 스타일을 즐기는 것으로 보인다. 비록 과거보다 다양하고 패셔너블한 스타일의 남성복이 많아졌지만 베이직캐주얼은 유행성이

<표 7> 라이프스타일 유형별 월지출액 차이

월지출액	현실과시형 (n=91)	자유체험형 (n=100)	미래자립형 (n=59)	사회순응형 (n=51)
10만원 미만 (%)	0 (0.0%)	9 (9.0%)	4 (6.8%)	0 (0.0%)
기대빈도	3.9	4.3	2.5	2.2
10만원 이상 20만원 미만 (%)	16 (17.6%)	17 (17.0%)	15 (25.4%)	8 (15.7%)
기대빈도	16.9	18.6	11.0	9.5
20만원 이상 30만원 미만 (%)	27 (29.7%)	45 (45.0%)	20 (33.9%)	24 (47.1%)
기대빈도	35.1	38.5	22.7	19.7
30만원 이상 40만원 미만 (%)	32 (35.2%)	22 (22.0%)	14 (23.7%)	13 (25.5%)
기대빈도	24.5	26.9	15.9	13.7
40만원 이상 50만원 미만 (%)	8 (8.8%)	5 (5.0%)	5 (8.5%)	4 (7.8%)
기대빈도	6.7	7.3	4.3	3.7
50만원 이상 (%)	8 (8.8%)	2 (2.0%)	1 (1.7%)	2 (3.9%)
기대빈도	3.9	4.3	2.5	2.2

강하지 않은 기본 의류 품목으로 여전히 남자대학생의 선호도가 높게 나타나고 있다. 또한 베이직 라인은 캐주얼웨어 브랜드들의 상품구성에서 매시즌 일정 부분을 차지하면서 트렌드성이 강한 다른 라인에 비해 가격도 저렴하다. 따라서 학생신분의 남성들이 구입하기 용이하다는 점도 베이직캐주얼의 선호도를 높게 하는 원인일 것이다. 어덜트캐주얼에 대한 선호가 17.9%에 이르는 것은 만 24~27세의 응답자가 많았던 이유로 해석할 수 있다. 아직까지 학생의 신분이지만 군복무를 마치고 직장생활을 준비하는 학생들은 베이직캐주얼과 더불어 어덜트캐주얼 차림도 쉽게 수용하는 것으로 보인다. 한편, 2003년에 한창 유행이었던 패션캐주얼과 스포츠캐주얼에 대해서는 예측보다 낮은 착용 선호도가 관찰되었는데, 이는 조사시점이 하계 방학 중에 속해 있어 다양한 패션성을 즐길 나이의 1학년생이 표본으로 추출된 비중이 낮은 데 어느 정도 이유가 있을 것이다. 또 지방대학 학생들의 트렌드 추종성이 수도권에 비해 상대적으로 낮은 데서 유발되었을 가능성도 생각해 볼 수 있다.

2) 인구통계적 특성에 따른 캐주얼스타일 선호 차이

인구통계적 특성에 따른 남자대학생들의 선호 캐주얼스타일에 차이가 있는지를 알아보기 위해 연령

에 대해서는 일원분산분석, 학년, 전공, 거주형태, 현재 거주지역 변수에 대해서는 χ^2 -검정을 하였다. $p < 0.05$ 수준에서 선호 스타일에 유의한 차이를 보인 변수는 없었으며, $p < 0.10$ 수준에서는 거주형태($\chi^2 = 15.49$, $p = 0.078$)에서 유의한 차이를 보였다. 거주형태에 따른 차이를 살펴보면, 본가에서 거주하는 학생의 경우 스포츠캐주얼과 패션캐주얼에 대한 선호가 기대빈도보다 높게 나타났고, 자취 또는 하숙을 하는 학생의 경우 베이직캐주얼과 어덜트캐주얼에 대한 선호가 기대빈도보다 높게 나타났다. 월지출액에 따라서는 교차표를 작성해 보았으나 빈도와 기대빈도 간의 차이가 그다지 크게 나타나지 않았으므로 구체적인 경향을 명시하기는 힘들다.

3. 라이프스타일 유형별 캐주얼스타일 선호

남자대학생들의 라이프스타일 유형별 캐주얼스타일 선호 결과는 <표 8>에 제시하였다. 전체 응답자들의 베이직캐주얼 선호가 압도적으로 높았으므로, 라이프스타일 유형별로 구분했을 때에도 모든 집단에서 베이직캐주얼의 선호가 가장 높게 나타났으며, χ^2 -검정 결과 $p < 0.05$ 수준에서 집단별 선호의 유의한 차이를 보이지 않았다. 베이직캐주얼은 기본 캠퍼스 스타일로 모든 집단에서 반 이상의 응답자에게 선호되고 있었으므로 베이직캐주얼을 포함한 채로는 라이프스타일 유형별 차이를 규명하기 힘들다

<표 8> 남자대학생들의 라이프스타일 유형별 캐주얼스타일 선호 빈도

	현실과시형	자유체험형	미래자립형	사회순응형	전체 (%)
베이직캐주얼	51 (16.9%)	54 (17.9%)	38 (12.6%)	29 (9.6%)	172 (57.1%)
어덜트캐주얼	15 (5.0%)	13 (4.3%)	14 (4.7%)	12 (4.0%)	54 (17.9%)
스포츠캐주얼	11 (3.7%)	9 (3.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	26 (8.6%)
패션캐주얼	14 (4.7%)	24 (8.0%)	4 (1.3%)	7 (2.3%)	49 (16.3%)
전체 (%)	91 (30.2%)	100 (33.2%)	59 (19.6%)	51 (16.9%)	301 (100.0%)

<표 9> 라이프스타일 유형별 어덜트캐주얼, 스포츠캐주얼, 패션캐주얼 선호 차이: χ^2 -검정 결과

	현실과시형	자유체험형	미래자립형	사회순응형	χ^2	p
어덜트캐주얼 기대빈도	15 16.7	13 19.3	14 8.8	12 9.2	12.78	0.047
스포츠캐주얼 기대빈도	11 8.1	9 9.3	3 4.2	3 4.4		
패션캐주얼 기대빈도	14 15.2	24 17.5	4 8.0	7 8.4		

고 판단하였다. 따라서 베이직캐주얼을 선호하는 응답자를 제외하고 나머지 스타일을 선호하는 응답자간에 라이프스타일 유형 차이가 나타나는지를 재확인해 보았다. 그 결과 $p < 0.05$ 수준에서 유의한 차이를 확인할 수 있었으며($\chi^2 = 12.78, p = 0.047$), 그 결과를 <표 9>에 제시하였다.

현실과시형은 스포츠캐주얼에 대한 선호가 기대빈도보다 높게 나타났으며, 자유체험형은 패션캐주얼에 대한 선호가 기대빈도보다 높게 나타났다. 미래자립형과 사회순응형은 어덜트캐주얼에 대한 선호가 기대빈도보다 높았다. 이 결과는 각 라이프스타일 유형의 특성을 잘 반영하고 있는 것이다. 현실과시형은 소비와 유행 추구, 건강추구 및 남성성 성향이 가장 높은 집단으로 윌지출액도 많은 편이다. 이러한 라이프스타일 특성이 스포츠캐주얼을 선호하게 만드는 것으로 보인다. 자유체험형은 폭 넓은 사고와 경험 성향이 가장 높고, 소비와 유행 추구 성향도 현실과시형 다음으로 높으므로, 이처럼 다양한 경험을 원하면서 유행을 추구하는 경향이 패션캐주얼을 선호하게 만든다고 할 수 있다. 미래자립형은 장래준비에 신경을 쓰고 독립심이 많으며 가정을 중시하는 성향을 보이는 반면 소비와 유행 추구 성향이 낮다. 네 집단 중 윌지출액도 적은 편이므로 실질적인 생활인의 모습이 부각되는 이 집단은 베이직캐주얼과 더불어 어덜트캐주얼에 대한 선호가 높은 것으로 보인다. 사회순응형은 사회적 관심이 많은 반면 폭넓은 사고와 경험 및 독립심의 성향이 매우 낮다. 새로운 것을 쉽게 시도하지 못하고 주변 사람들의 반응에 신경을 쓰는 이들 유형 또한 베이직캐주얼과 더불어 어덜트캐주얼을 주로 착용함으로써 눈에 띄는 존재가 되지 않으려고 하는 것 같다.

V. 결론

남성복에서의 패션성이 강화되고 의상에서의 캐주얼성이 증대되는 추세에 따라 남성 소비자를 이해하고 캐주얼웨어 시장의 상품 기획 및 마케팅 전략 수립에 기여하기 위해 본 연구에서는 남자대학생들의 라이프스타일 유형과 캐주얼스타일에 대한 선호를 규명하고자 하였다.

연구 결과, 남자대학생의 라이프스타일 요인은 소비와 유행 추구, 장래준비, 사회적 관심, 폭넓은 사고 및 경험, 건강추구, 독립심, 남성성, 가정중시의 8가지 요인으로 추출되었으며, 폭 넓은 사고 및

경험을 추구하는 성향이 가장 높게 나타났고, 다음으로 가정중시, 건강추구 순이었다. 라이프스타일 요인을 토대로 하여 군집분석을 실시한 결과 남자대학생의 라이프스타일 유형은 현실과시형, 자유체험형, 미래자립형, 사회순응형의 4 집단으로 분류되었으며, 각각 30.2%, 33.2%, 19.6%, 16.9%의 분포를 보였다.

남자대학생들의 캐주얼웨어 차림은 베이직캐주얼, 어덜트캐주얼, 패션캐주얼, 스포츠캐주얼의 4가지 유형으로 분류되었으며, 이 중 남자대학생들은 베이직캐주얼을 가장 즐겨 착용하고 있었다. 라이프스타일 유형별로 선호 스타일을 분석해 보면, 모든 라이프스타일 유형에서 베이직캐주얼을 가장 즐겨 착용하였으나, 베이직캐주얼과 더불어 선호하는 캐주얼스타일에는 라이프스타일 유형별 집단간 차이가 있음을 확인하였다. 현실과시형은 상대적으로 스포츠캐주얼을 선호하였고, 자유체험형은 패션캐주얼을, 미래자립형과 현실순응형은 어덜트캐주얼을 선호하는 것으로 나타났다.

본 결과를 기초로 상품 기획 및 마케팅 전략과 연결시켜 보면 다음과 같은 제안이 가능하다. 먼저 스타일과 가격 측면에서 보면, 베이직캐주얼이 주력 제품인 이지캐주얼 브랜드 뿐만 아니라 감성캐주얼 브랜드에 있어서도 패션캐주얼이나 스포츠캐주얼 등 트렌드를 가미한 제품에만 주력하기보다는 베이직 라인 중심의 가격대가 높지 않은 상품 구성 비중을 일정하게 유지해야 한다. 비록 시장 전체적으로 보아서는 캐주얼웨어의 패션성이 많이 강화되었으나 남자대학생들은 캠퍼스웨어로 편안하고 무난한 스타일을 가장 선호하여, 여전히 베이직캐주얼이 '클래식'으로서 높은 시장점유율을 보이고 있는 것이다. 또한 베이직캐주얼은 가격대가 저렴한 편이므로 윌지출액이 많지 않은 남자대학생들의 구입이 용이한 것으로 보인다. 이는 남자대학생 전반적으로 소비와 유행 추구 성향이 낮게 나타난 것으로도 확인된다.

그런데 본 연구에서 사용한 스타일 선호 측정 문항은 '즐거 입는 것'으로 행동 측면의 선호였으므로, 만약 다른 연구에서 착용과 무관하게 '추구하는 스타일'을 질문한다면 패션캐주얼이나 스포츠캐주얼에 대한 선호가 좀 더 높게 나타날 수도 있을 것이다. 그러나 선호가 구매의도에 작용하여 구매로 이어지기까지는 구매 장벽이 작용할 수 있다. 대학생이라는 신분상 경제적 여건의 제약으로 추구하는 스타일이 있다 하더라도 제품 가격 등이 구매 장벽으

로 작용할 수 있기 때문이다. 따라서 본 연구에서 남자대학생의 선호 캐주얼스타일을 측정하기 위해 '즐거 입는 것'을 측정한 것은 상품 기획 및 마케팅 전략 수립과 연계하여 타당한 것으로 여겨진다.

한편 본 연구 결과에서 도출한 라이프스타일 요인 중 폭 넓은 사고 및 경험, 가정 중시, 건강추구 성향이 높게 나타났으므로, 이러한 점을 강조한 촉진 전략이 브랜드 인지도 및 선호도 향상에 유의하게 작용할 것으로 기대된다. 예컨대 남자대학생 시장을 대상으로 다양한 문화체험 이벤트, 행복한 미래 가정의 모습을 연상시키는 광고, 스포츠 관련 이벤트 등의 촉진 프로그램을 기획한다면 효과적으로 어필할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구만으로는 남자대학생 시장을 완벽하게 파악하는 것이 불가능하다. 따라서 향후 남자대학생들의 라이프스타일 유형을 재확인하고, 본 연구에서 라이프스타일 및 캐주얼스타일 선호와 관계가 있는 것으로 나타난 경제여건이나 지출규모, 연령, 거주형태와의 관계를 보다 깊이 있게 탐색함과 더불어 다른 심리·태도·행동 변수들을 조사하는 연구가 필요하다.

본 연구는 그동안 패션마케팅 분야의 주요 연구 대상이 되지 못했던 남성의 라이프스타일과 선호 의복 스타일을 규명한 것에 큰 의의가 있다. 또한 대도시와 중소도시, 농어촌을 포함함으로써 연구 지역 범위를 확장하였다. 그러나 한 지역권을 대상으로 진행되었으므로 결과를 일반화하는 데는 주의를 기울여야 할 것이다. 그리고 할당표본추출 등 좀 더 정교한 표본추출 방법을 사용하여 응답자 특성을 통제하지 못했다는 한계가 있다.

참고문헌

- 이은영 (1997). 패션마케팅(제2판). 서울: 교문사, p. 75.
- 크레이크, 제니퍼 (1993). 패션의 얼굴. 정인희, 함연자, 정수진, 김경원 옮김 (2001). 서울: 푸른숲, p. 345.
- 이은영. 앞의 책, p. 75.
- 크레이크, 제니퍼. 앞의 책, p. 350.
- 신수연, 류인숙 (2003). 남성 캐주얼웨어 점포의 서비스 품질에 따른 고객만족과 관계 마케팅. 한국의류학회지, 27(11), p. 1180.
- 김선희, 도윤희 (2002). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구-전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로-. 한국의류학회지, 26(8), p. 1287.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th ed.). Cincinnati: South-western College Publishing, pp. 421, 423.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer behavior in fashion*. New Jersey: Pearson Education, p. 270.
- 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재 (1994). 소비자행동론: 이해와 마케팅에의 전략적 활용. 서울: 경문사, pp. 470-473.
- 주식회사 신세계백화점 한국유통산업연구소 (1993). '93 서울시 여성거주자 라이프스타일 및 쇼핑행태 분석.
- MBC에드컴 마케팅플래닝팀 (1997). 패션 관련 라이프스타일의 마케팅 및 광고전략 활용에 관한 연구. 광고연구, 37호, pp. 195-234.
- 원선, 강혜원 (1988). 의복변인에 의한 시장세분화와 라이프스타일과의 관계-20~30대 여성의 의복시장을 중심으로-. 한국의류학회지, 12(3), pp. 309-318.
- 김미영 (1989). 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 임경복, 임숙자 (1993). 라이프스타일에 따른 의복구매 행동에 관한 연구-여대생의 시간소비 유형을 중심으로-. 한국의류학회지, 17(3), pp. 359-366.
- 유진경, 김문숙 (1997). 패션라이프스타일이 유아복 구매에 미치는 영향-서울시내에 거주하는 20~30대 주부를 중심으로-. 한국의류학회지, 21(1), pp. 82-92.
- 채진미 (1997). 50~60대 여성의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승희 (2000). 라이프스타일에 따른 과소비성향 및 의류쇼핑동기에 관한 연구. 복식문화연구, 8(6), pp. 842-852.
- 한성지, 양리나, 김문숙 (2002). 50·60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구-의복평가 기준과 구매장소를 중심으로-. 복식문화연구, 10(5), pp. 504-517.
- 하수진 (2003). 해외 패션 명품 소비자의 세분화 및 양면적 소비행동 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이부련 (1998). 라이프스타일과 의복 구매행동과의 관계 연구. 복식, 37호, pp. 17-32.
- 박경연, 유태순 (2000). 스포츠 캐주얼웨어 소비자의 패션 라이프스타일과 정보원과의 관계. 복식, 50(4), pp. 103-116.
- 류숙희, 김보연 (2002). 라이프스타일이 의복스타일 이미지평가와 선택에 미치는 영향. 한국의류학회지, 26(2), pp. 227-238.
- 최정선, 유태순, 오희선 (2000). N세대(Net Generation)의 라이프스타일에 따른 패션구매태도에 관한 연구. 복식, 50(6), pp. 21-31.
- 황진숙, 이기춘 (1998). 남자대학생의 라이프스타일 요인이 의복의 구매동기, 정보원활용, 의복선택기준에 미치는 영향 연구. 복식, 50(4), pp. 63-72.
- 차은정, 박혜선 (1999). 여고생들의 라이프스타일과 상표 및 광고 이미지 지각에 관한 연구. 한국의류학회지, 23(8), pp. 1119-1130.
- 원선, 강혜원. 앞의 책.
- 김미영. 앞의 책.

- 28) 임경복, 임숙자. 앞의 책.
- 29) 유진경, 김문숙. 앞의 책.
- 30) 이부련. 앞의 책.
- 31) 이승희. 앞의 책.
- 32) 류숙희, 김보연. 앞의 책.
- 33) 조필교, 추태귀, 구양숙 (1995). 노년층 여성의 생활양식에 따른 의복행동. *한국의류학회지*, 19(1), pp. 57-70.
- 34) 채진미. 앞의 책.
- 35) 한성지, 양리나, 김문숙. 앞의 책.
- 36) 차은정, 박혜선. 앞의 책.
- 37) 박경연, 유태순. 앞의 책.
- 38) 하수진. 앞의 책.
- 39) 황진숙, 이기춘. 앞의 책.
- 40) Barnard, M. (2002). *Fashion as communication*. London and New York: Routledge, p. 24.
- 41) 임경복, 임숙자. 앞의 책.
- 42) 유진경, 김문숙. 앞의 책.
- 43) 채진미. 앞의 책.
- 44) 한성지, 양리나, 김문숙. 앞의 책.
- 45) 김미영. 앞의 책.
- 46) 조필교, 추태귀, 구양숙. 앞의 책.
- 47) 이승희. 앞의 책.
- 48) 차은정, 박혜선. 앞의 책.
- 49) 류숙희, 김보연. 앞의 책.
- 50) 김영인 (1989). 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(II)-의복구매자 유형과 스타일 선호 및 구매와의 관련성을 중심으로-. *한국의류학회지*, 13(4), pp. 412-426.
- 51) Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*(8th ed.). Forth Worth: Dryden Press, p. 452.
- 52) 임경복, 임숙자. 앞의 책.
- 53) 이승희. 앞의 책.
- 54) '나는 단골을 정해 놓고 물건을 구입한다', '똑같은 상품을 계속 구매하는 편이다', '가격이 좀 비싸더라도 품질이 좋은 제품을 산다'의 3개 문항으로 구성되어 있는 요인으로 '구매습관'이라는 요인명으로는 라이프 스타일 성향이 잘 표현되지 않고 있음.
- 55) 하수진. 앞의 책.
- 56) 황진숙, 이기춘. 앞의 책.
- 57) 고경순 (1992). 가치의식을 중심으로 본 대학생의 라이프스타일과 레포츠 용품의 구매행동 분석. *광고연구*, 17호, pp. 75-107.
- 58) Gutman, J., & Mills, M. K. (1982). Fashion life style, self-concept, shopping orientation, and store patronage: An integrative analysis. *Journal of Retailing*, 58(2), pp. 67-69.
- 59) Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. *op. cit.*, p. 453.
- 60) 도시오, 다케우찌 (1974). *미학·예술학 사전*. 안영길, 지미경, 오무석, 민은기, 손현숙, 최범, 이재언 옮김 (1990). 서울: 미진사, p. 291.
- 61) McJimsey, H. T. (1973). *Art and fashion in clothing selection*. Ames: The Iowa State University, pp. 43-44.
- 62) 정인희, 이은영 (1992). 의복 이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구. *한국의류학회지*, 16(4), p. 381.
- 63) 나영은 (1992). 의복 스타일 선호에 영향을 미치는 요인-유사성과 친숙성을 중심으로-. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 64) 이명희, 김현주 (1997). 의복스타일 이미지 선호와 자기이미지와와의 관계 연구. *복식*, 33호, pp. 41-53.
- 65) 유희 (1995). 소비자의 가치의식과 의류제품평가. 서울대학교 대학원 석사학위논문, pp. 34-35.
- 66) 류숙희, 류지은 (2001). 첫인상 형성 상황에서의 이상적 여성상과 의복스타일 선호도. *한국의류학회지*, 25(4), p. 820.
- 67) 이선경, 고애란 (1995). 남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향(II)-직업관련특성 및 외모특성 추론을 중심으로-. *한국의류학회지*, 19(4), pp. 565-579.
- 68) 김재희, 정삼호 (1995). 유행스타일을 중심으로 한 사무직 남성의 의복태도와 성격태도와와의 상관 연구. *한국의류학회지*, 19(1), pp. 129-141.
- 69) 김민경 (2001). 의류 브랜드 이미지에 관한 질적 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문, p. 27.
- 70) 이승희. 앞의 책, p. 56.
- 71) 황진숙, 이기춘. 앞의 책, pp. 66-67.
- 72) 위의 책, p. 66.
- 73) 고경순. 앞의 책.