

독신 미혼와 기혼의 세탁기 사용 행태 비교 분석

An Analysis and Comparison of the Single and the Married:

Their form of Using the Washing Machine

주저자 : 윤형건 (Yoon, Hyung-Kun)

中國上海交通大學 미디어&디자인학원 공업디자인계

1. 서론

- 1-1 연구의 배경
- 1-2 연구의 목적

2. 선행연구 고찰

- 2-1 세탁기 사용 실태에 관한 선행 연구
- 2-2 라이프스타일 변화에 따른 선행 연구

3. 연구방법 및 절차

- 3-1 조사 도구의 작성
- 3-2 조사대상 및 자료의 수집
- 3-3 자료의 분석방법

4. 연구 결과

- 4-1 조사대상자의 기본적인 특성
- 4-2 세탁기 보유 정보 및 사용현황
- 4-3 세탁기 구입 시 중요사항

5. 결론

참고문헌

(要約)

주 5일제 근무 및 다양한 문화가 급격히 도입함에 따라 가치관이 변하고 있으며 이는 제품사용행태에도 영향을 미치고 있다. 본 연구는 독신 미혼 과 기혼을 대상으로 세탁기 사용 행태와 세탁기 구입 시 주요 요인을 비교 분석하여 새로운 소비자로 급부상하고 있는 독신 미혼들을 위한 세탁기 상품개발에 있어 중요한 기초 자료로 활용 할 것을 목적으로 한다.

설문지를 조사도구로 사용하여 빈도분석과 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 독신 미혼의 세탁기 구입 시 중요요인으로는 기술 중심의 경제성, 용량, 디자인, 종류, 브랜드, 기능, 6가지가 있음을 알았으며, 기혼은 가격과 기술 중심의 경제성, 사용 편의성, 용량, 기능, 종류에 따른 색상, 광고에 따른 특별 기능, 6가지 중요요인이 있음을 알았다.

경제성 부분에서 기혼은 독신 미혼 보다 더 세탁기의 가격을 중요시하고, 전체적인 경제성의 수치도 미혼은 기혼에 비해 낮은 편이고, 독신 미혼은 세탁기의 특정한 브랜드를 기혼 보다 선호하는 것으로 나타났으며, 기혼의 경우는 광고 및 선전을 통해 여러 상황에 맞춰 구입하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 향후 세탁기 상품개발에 있어 특정소비자를 위한 중요한 자료로 활용 가능하다.

(Abstract)

People's values as well as their behavioral form of using a product are changing due to the rapid introduction of diverse cultures and the Five-day workweek system. The single and the married are the subjects of this study: it is aimed to evaluate and analyze, thus grasping their difference in behavioral form of using a washing machine, the main factors they consider to be important when purchasing one, and the level of satisfaction they get from their own washers.

A questionnaire was used as a tool for a better Factor Analysis and Frequency Analysis research.

There were 6 essential factors which unmarried people take into consideration when purchasing a washer: economical efficiency, measure of capacity, design, type, brand and advertising, function.

On the other hand, economical efficiency, convenience, measure of capacity, function, and type was what the married thought would be the 6 central factors.

(Keyword)

Laundry, Washing Machine, Behavioral Form of Using

1. 서론

1-1 연구의 배경

사회 환경의 변화, 급속한 경제발전과 개인소득의 향상 등으로 소비생활과 생활환경이 많이 변해가고 있다. 이와 더불어 21세기는 여성의 경제활동 참여율이 높아지고 결혼 적령기에 관한 가치관이 바뀔에 따라 독신 여성이 급증할 것으로 예상하고 있다. 이들은 결혼의 적령기라는 개념이 별로 없으며, 자신의 분야에서 인정을 받고 싶어 하고 자신의 가치를 더 높이는데 노력을 기울이고 있다. 통계청 자료에 의하면 남성의 경제활동 참여율이 1970년에 77.6%에서 2000년 74.0%로 감소한 반면, 여성의 경제활동 참여율은 1970년에 39.3%에서 2002년에는 51.8%에 증가하고 있는 것을 볼 수 있다.¹⁾ 직업의 전문화가 이루어지면서 많은 여성들이 집에 있는 시간보다 전문 직업의 세계로 나아가고 미혼들은 근무시간 외에 어학이나 운동 등 자기계발을 매우 중요시 하고 있다. 따라서 이들은 시간을 매우 중시하고 있으며 지적인 성취와 함께 건강관리 등 자기발전을 중요한 항목으로 관리하고 있다. 최근 들어 기혼 여성 역시 경제활동 참여율이 예전 보다 높기 때문에 기혼 여성 역할에도 많은 변화가 있다. 그러나 예전보다는 기혼의 경제활동 참여율이 높아졌다 하더라도 기혼의 경우는 미혼 보다 자기계발에 투자하는 시간이 많지 않으며, 특히 전업 주부의 경우는 가사 노동 시간에 하루의 많은 시간을 사용하고 있으며, 자녀가 있을 경우는 가사 노동시간과 더불어 육아 시간까지 늘어나기 때문에 자기 자신에 투자하는 시간은 일반적으로 줄어들 수밖에 없다.²⁾ 기혼 남성의 경우도 개인적인 시간 보다는 사회생활과 집안일에 많은 시간을 보내고 있기 때문에 미혼의 남성 보다 가사 일에 조금은 더 관심을 가지고 있는 경우를 볼 수 있다. 미혼과 기혼의 라이프스타일의 변화에 따라 이들의 가사노동 행태 역시 다르며 이에 따라 제품 사용 행태나 사용 만족도 등이 달라질 수 있다.

1-2. 연구의 목적

최근에 들어 삶의 행태의 다양성에 대한 인정이 급속하게 퍼지면서 이에 따라 라이프스타일도 다양하게 발전하고 있다. 특히 독신 미혼과 기혼의 라이프스타일의 변화가 확연하게 차이를 보이고 있다. 주 5일제 근무 도입으로 레저문화 인식의 변화 및 확산으로 직장에서 통상 입는 복장의 정장 개념이 바뀌면서 활동이 편한 복장들을 많이 이용하고 있으며, 섬유 소재의 발전으로 세탁물의 종류도 매우 다양해졌으며 세탁기 기술의 발전으로 예전에는 세탁소에서 세탁을 하여야 하는 세탁물도 이제는 비교적 일반 가정용 세탁기에서 세탁할 수 있게 되었다. 따라서 세탁기 사용행태나 세탁기

구입 시 중요시 생각하는 사항들은 기존과 다를 것이며, 소비자의 라이프스타일에 따라 변화하고 있다. 따라서 본 연구는 라이프스타일이 다른 독신 미혼 사용자(독신 미혼이라 칭함)와 기혼 사용자(기혼이라 칭함)를 대상으로 세탁기 사용행태와 세탁기 구입 시 영향을 미치는 요인을 비교분석하면서 살펴보는 것이 목적이다. 이러한 결과는 향후 새로운 소비자로 급부상하고 있는 독신 미혼자를 위한 세탁기 상품개발 및 디자인 개발에 있어 중요한 기초 자료로 활용 할 수 있을 것이다.

2. 선행연구 고찰

2-1. 세탁기 사용 실태에 관한 선행 연구

도시주부의 세탁기에 대한 인식과 사용 실태³⁾를 알아보고 세탁기 소유 및 사용빈도에 대한 결정요인을 분석하여 효율적인 세탁기 사용을 파악하고자 설문지를 작성하여 조사하였다. 그 결과, 세탁기 소유율이 평균 85년에는 30.7%, 87년에는 47.4%이고 서울은 67%로 나타났다. 당시 전국적으로 세탁기 소유율이 반수도 되지 않아, 세탁기 사용이 낭비라는 인식도 있었으며, 지금같이 세탁기가 생활필수품이라는 인식이 부족함을 알 수 있다. 세탁기 사용의 실태와 세탁기 사용에 영향을 주는 변수 탐색⁴⁾을 위하여 세탁기 사용 방식, 세탁기 사용 횟수, 세탁기 사용률, 세탁기 사용에 영향을 미치는 요인들에 관해 연구를 하였다. 조사 대상의 2/3정도의 가계는 세탁기에 의존하는 방식을, 나머지는 1/3은 손세탁에 의존하는 방식을 취하는 것으로 나타났으며, 주부가 취업을 했을 경우 세탁기에 더 많이 의존한다는 결과가 나왔다. 이 당시에는 손세탁에 의존 하는 비율이 비교적 큼을 알 수 있는데, 아직 세탁기의 세탁력 보다는 손세탁이 더욱 깨끗하게 세탁 할 수 있다는 생각을 반증한 것으로 생각할 수 있다. 대구 시내의 30~40대 주부를 대상으로 세탁 사용과 세탁 방법에 대한 실태 조사⁵⁾를 하고 세탁기 구입 시의 문제점과 이에 따른 소비자의 만족, 불만족 요인을 분석하였다. 이 당시에는 세탁기의 사용은 99.3%로 조사 대상자의 대다수가 이용하고 있었으며, 세탁기의 종류는 와류식, 세탁시간은 1시간~1시간30분, 용량은 7kg이상의 용량을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 세탁기 만족도의 고려사항으로는, 현재 사용하고 있는 세탁기에 대하여 46.4%가 만족하고 있었으며 용량, 색상 및 디자인, 세탁기 조작의 외향적인 면은 만족도가 높은 반면, 물의 소비량, 구김, 영킴의 성능적인 면은 불만을 나타내었다. 또한 세탁기의 구매 시 고려 사항으로는, 성능과

3) 남상우, 이재희, 도시주부의 세탁기 사용 실태에 관한 조사연구. 가정문화논문, 121-134, 1988

4) 이기영, 김선미, 가계의 세탁기 사용방식과 사용빈도에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 7(2), 100-102, 1989

5) 최순화, 김정숙, 세탁행동에 대한 실태조사 세탁기 및 세탁방법을 중심으로-. 한국생활환경학회지, 4(3), 59-68, 1997

1) 한국일보, 2003

2) 김효정, 기혼여성 재택근무자와 직장근무자의 생활시간 사용에 관한 비교연구. 대한가정학회지, 42(2), 100-114, 2004

관계되는 품질보증마크, 세탁성, 절전 및 절수가 81.7%~87.7%였고, 외관과 관계되는 색상, 디자인이 53.6%~54.7%를 고려하는 것으로 나타났다. 물 사랑 실천 선언 이행 실태 평가 및 개선방안 연구에서는 조사대상 가구의 세탁기 용량은 9~10kg이 전체의 61.4%로 가장 일반적인 것으로 나타났으며, 7~8kg이 22.2%, 6kg이하가 11.8%로 나타났으며 11kg이상의 경우는 4.7%를 차지하였다. 이는 일반 가정에서 보유하고 있는 세탁기 용량이 가정의 세탁물 배출 규모에 비해 크다고 할 수 있다. 한편 세탁기의 이용 빈도는 일주일에 2~3번이 43.8%로 가장 높게 나타나고, 이틀에 한번이 27.7%로 나타났으며, 거의 매일 14.3%, 일주일에 한번이 14.2%로 나타났다. 이상의 연구 결과들을 참고로 하여 독신 미혼과 기혼의 세탁기 사용 실태와 만족도 및 구매 성향에 영향을 미칠 것이라고 여겨지는 변수들을 선정하였다.

2-2. 라이프스타일 변화에 따른 선행 연구

라이프스타일은 시대적·환경적·특정적 성향을 가지는 삶의 방식으로 문화를 형성하면서 특정한 스타일 및 패턴을 창출하면서 한시적 지속성을 가지고 있다. 라이프 스타일에 따라 제품의 사용 행태와 인식 및 만족도 등은 다르게 나타난다. 성인여성의 라이프스타일에 따른 의복의 세탁 관리행동을 주제로 한 연구⁶⁾는 소비의 주체가 되는 20대 이상 여성을 대상으로 라이프스타일을 유출하여 유형화하고, 유형화된 집단의 각 라이프스타일에 따른 의복의 관리행동 중 세탁 관리부분을 조사하였다. 여성 소비자들은 다양한 라이프스타일을 지향하고 있으며, 특히 주부가 세탁 및 관리에 관심을 가지고 있다고 말하였다. 20, 30대 전문직 독신여성의 라이프스타일에 관한 연구⁷⁾에서 21세기 사회 환경의 변화와 더불어 여성의 사회진출 확대에 의해 독신여성이 등장했으며, 이들은 대부분이 독립하여 생활하고 있으며 근무시간 외에는 집안일보다는 어학이나 운동 등 자기계발을 매우 중요시하고 있다고 하였다. 기혼의 절반 이상(55.2%)은 제품을 구매할 때 디자인, 색상 보다 성능, 기능을 중요시 여기고, 75.9%가 가격보다는 A/S가 확실한 제품을 구매하는 것으로 나타나, 전반적으로 제품 구매 시 안전한 제품 선택성향이 강한 것을 알 수 있다. 반면에 미혼은 제품 구매 시 현대적 세련된 디자인을 중요시한다고 보고⁸⁾하고 있다. LG에드 소비자분석 보고서는 이러한 선행 연구에서 나타나듯이 라이프스타일의 결정 요소인 성비, 세대, 시대적 인식, 환경 변수(인터넷 사용 유무, 모바일 폰의 활용도 정도 등)에 의하여 제품 사용 행태, 중요 인식도 등이 상이한 것을 알 수 있다고 보고하고 있다. 본 연구는 상기의 연구를 기초로 하여 현

제 급증하고 있는 독신 미혼들의 제품 사용행태 중 세탁기에 초점을 맞춰 세탁기의 사용 행태, 구입 시 중요 사항에 대해 연구를 하며, 라이프스타일이 다른 두 집단인 독신 미혼과 기혼으로 나누어 비교 분석하였다.

3. 연구 방법 및 절차

3-1. 조사 도구의 작성

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 설문지를 작성하여 조사도구로 사용하였다. 설문내용은 크게 3부분으로 구성하였다. 피험자들의 기본정보, 세탁기 구입 시 중요사항, 보유 세탁기 정보, 세탁기 사용 행태로 상세한 것은 다음과 같다. 첫째, 기본적인 조사로 성별, 결혼 여부(미혼, 기혼), 소득 수준, 직업 유무 및 종류, 거주형태, 거주 평수, 거주 지역 등을 조사하였다.

둘째, 세탁기를 구입할 때 중요시 생각하는 사항을 파악하기 위해 5점 척도에 따라 무엇을 중요하게 생각하는지를 조사하였다.

셋째, 보유하고 있는 세탁기의 정보를 파악하기 위해 소유 여부와 소유 세탁기의 회사명, 구입 시 가격, 세탁기의 종류(드럼, 일반, 소형, 2조식), 세탁기의 용량, 사용 연한, 세탁기를 구입했던 시기 등을 조사하였다.

3-2. 조사대상 및 자료의 수집

본 조사의 대상은 서울 및 경기도 거주 독신 미혼 여성과 남성, 기혼 여성과 남성을 대상으로 실시하였다. 설문조사에 앞서 2003년 12월 26~30일까지 기초 조사와 세탁기 구매 중요 사항과 사용 시 만족도 등에 대한 항목을 독신 미혼과 기혼 여성을 대상으로 예비 조사를 실시하였다. 예비조사를 실시한 결과 연구에 관련 있는 항목만을 선정하여 2004년 2월 9일부터 20일까지 12일간 90명의 독신 미혼 여성과 남성, 기혼 여성과 남성을 대상으로 설문조사 하였다. 단, 독신 미혼의 경우는 부모로부터 독립하여 생활하는 여성과 남성을 대상으로 하였고, 기혼의 경우는 50세 미만의 여성과 남성을 대상으로 하였다. 비율에서 여성에 비해 남성이 적은 이유는 세탁기 사용자가 대부분 여성이기 때문이다. 이 중 기제가 미비하거나 조사 대상에 적합하지 않는 14부를 제외하여 총 76부(84%)를 유효표본으로 분석하였다.

3-3. 자료의 분석방법

기초 정보나 세탁기 보유 정보는 Excel을 이용하여 자료화하였고, Excel을 통해 측정된 결과를 분석하기 위해서 세탁기 구입 시 중요하게 생각하는 요인을 SPSS 10.0을 이용하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 이는 소수의 요인

6) 배정숙, 조은영, 성인여성의 라이프스타일에 따른 의복의 세탁관리 행동. 대한가정학회지, 39(6), 1-14, 2001

7) 이소영, 황선진, 20, 30대 전문직 독신여성의 라이프스타일에 관한 연구, 2001

8) 한국방송공사(1981, 1995)

(factor)으로 추출하여 전체 변수들의 공통 요인을 찾아내 각 변수가 받은 영향의 정도와 그 집단의 특성을 규명하기 위해서 실시하는 방법이다. 요인분석은 요인의 수를 최소화 시키면서 정보의 손실을 최소화하는 주성분 분석(Principal Components Analysis)을 채택하고 요인의 수는 고유값(Eigen Value) 1이상을 기준으로 결정하였으며, 요인 적재량은 0.6을 기준으로 그 이상인 것으로 결정하고, 요인적재량(Factor Loading)값의 최대화를 위해 VARIMAX 방식을 사용하여 적교 회전하기로 한다. 두 집단 간의 유의차를 검증하기 위해 t-test에 의한 분산 분석을 하였다.

4. 연구결과

4-1. 조사대상자의 기본적인 특성

조사대상자의 일반적 특성을 사회 인구학적 배경으로 살펴본 결과는 <표1>과 같다. 연령은 독신 미혼의 경우 21~35세 평균 연령 26.6세로 38명, 기혼의 경우 30~47세 평균 연령 37.2세로 38명으로 평균 가족 수는 3.4명이다.

[표 1] 설문대상자인 독신 미혼과 기혼의 기본적인 정보(n=76, %)

	구분	독신 미혼		기혼	
		n	%	n	%
성별	남자	18	47.4	3	5.3
	여자	20	52.6	35	94.7
나이	평균	26.6세		37.2세	
가족 수	평균	1.3명		3.4명	
직업	회사원	19	50	6	15.8
	전업주부	0	0	17	44.7
	학생	12	31.6	0	0
	자영업	1	2.6	9	23.7
	기타	6	15.8	6	15.8
거주형태	단독 주택	7	18.4	4	10.5
	아파트	13	34.2	23	60.5
	연립	6	15.8	9	23.7
	원룸	5	13.2	4	10.5
	오피스텔	11	28.9	0	0
	기타	1	2.6	0	0
평수	10평 대	22	47.4	1	2.6
	20평 대	13	28.9	14	36.8
	30평 대	1	10.5	12	31.6
	40평 대	0	5.3	2	5.3
	40평 대 이상	0	2.6	6	15.8
	기타	4	10.5	3	7.9
총수입	100만원 미만	8	21.1	1	2.6
	100-200	18	47.4	6	15.8
	200-400	6	15.8	16	42.1
	400-500	0	0	4	10.5
	500만원 이상	0	0	6	15.8
	기타	6	15.8	5	13.2
거주지역	강북	16	42.1	6	15.8

강남	8	21.1	15	39.5
강서	2	5.3	2	5.3
강동	3	7.9	0	0
신도시	2	5.3	4	10.5
기타	7	18.4	11	28.9

<표 1>에서 보면 독신 미혼의 경우 월 소득 수준은 100~200만원이 47.4%로 가장 많고, 100만원 이하가 21.1%가 두 번째로 많았다. 기혼의 경우 월 소득 수준은 미혼과는 달리 100만원 이하가 2.6%가 가장 수치가 낮게 나왔으며, 200~400만원이 42.1%로 가장 많이 나왔다. 이로 인해 미혼의 대부분은 기혼 보다 소득이 낮다는 것을 알 수 있다.

독신 미혼의 직업은 회사원이 50%로 가장 많았으며 그 다음으로 학생 31.6%이었다. 기혼의 경우는 전업 주부가 44.7%로 가장 많고 회사원 15.8%, 자영업 23.7%로 분포되었다. 독신 미혼의 거주 형태로는 아파트가 34.2%, 오피스텔 28.9%, 원룸 13.2%로 분포 되었으며, 아파트에 거주하는 미혼여성이 의외로 많았고, 기혼에 비해 원룸이나 오피스텔에 거주하는 사람이 많았다. 기혼의 거주 형태로는 가족과 함께 거주하기 때문에 아파트에 사는 사람들이 60.5%로 가장 많고 다세대 주택(연립)이 23.7%이며 단독 주택이나 원룸은 매우 낮은 수치로 분포되었으며 오피스텔에 거주하는 사람은 없었다. 거주 평수는 독신 미혼의 경우 10평대가 57.9%, 20평대가 34.2%로 가장 많고, 기혼의 경우는 20평대가 36.8%, 30평대가 31.6%로 가장 많이 분포되었다.

4-2. 세탁기 보유 정보 및 사용현황

<표 2>는 조사자의 사용 중인 세탁기의 종류, 용량, 사용연한 및 구입한 시기를 나타낸 것이다. 세탁기는 독신 미혼과 기혼 모두 국내 L사 세탁기를 가장 많이 보유하고 있으며 다음으로는 국내 S사 제품이었다. 미혼의 경우 국내 L사 세탁기의 보유율이 39.5%, 기혼의 경우 36.8%이며 국내 S사 제품의 경우는 미혼은 31.6%, 기혼은 34.2%이다. 보유 현황을 보면 해외 브랜드 보다 국내 브랜드의 선호도가 더 높다는 것을 알 수 있다.

사용 중인 세탁기의 종류는 일반, 드럼, 2조식, 소형 세탁기 순으로 일반 세탁기를 가장 많이 사용하고 있으며 독신 미혼과 기혼의 드럼식 세탁기 비율이 26.3%로 최근 들어 새로운 방식(종류)의 세탁기에 호감을 가지고 구입했을 것이라고 생각한다. 이는 현재 일반 세탁기 보다 드럼 세탁기를 더 많이 구입하고 있다는 것을 알 수 있다.

세탁기의 용량은 독신 미혼의 경우 39.5%, 기혼의 경우 52.6%로 10kg의 대용량을 선호하는 경향이 있다. 이는 침대 문화로 인한 이불, 침대 커버 등의 부피 큰 세탁물이 많이 나오고 위생관념의 향상과 집에서 있는 시간 보다 밖에서 보내는 시간이 많아 한꺼번에 세탁물을 모아 세탁을 하는

경향으로 대용량을 선호한다고 생각한다. 그리고 기혼의 경우는 가족 수가 더 많기 때문에 독신 미혼 보다 대용량을 더 많이 선호한다고 볼 수 있다.

세탁기 구입 시 가격은 독신 미혼의 경우 50~100만원이 39.5%, 기혼의 경우는 60.5% 둘 다 가장 많았지만, 50만원 미만은 독신 미혼이 26.3%로 기혼 보다 높았다. 이는 세탁기의 용량 선호도와 직접적인 연관을 지을 수 있다.

[표 2] 독신 미혼과 기혼의 세탁기 보유 정보 및 사용 현황(n=76, %)

	구분	미혼		기혼	
		n	%	n	%
회사명	삼성	12	31.6	13	34.2
	LG	15	39.5	14	36.8
	대우	7	18.4	3	7.9
	월풀	2	5.3	2	5.3
	밀레	1	2.6	1	2.6
	일렉트로룩스	0	0	0	0
	기타	1	2.6	5	13.2
가격	50만원 미만	10	26.3	6	15.8
	50-100만원	15	39.5	23	60.5
	100-150만원	9	23.7	5	13.2
	150만원 이상	2	5.3	2	5.3
	기타	2	5.3	2	5.3
종류	드럼	10	26.3	10	26.3
	일반	27	71.1	28	73.7
	소형	0	0	0	0
보유 수	2조식	1	2.6	0	0
	1대	34	89.5	36	94.7
	2대	3	7.9	2	5.3
	3대	1	2.6	0	0
	없음	0	0	0	0
	기타	0	0	0	0
용량	5kg 미만	2	5.3	1	2.6
	5-7kg	5	13.2	5	13.2
	7-9kg	14	36.8	11	28.9
	10kg 이상	15	39.5	20	52.6
	기타	2	5.3	1	2.6
사용 연한	0-2년	17	44.7	5	13.2
	2-4년	6	15.8	9	23.7
	5-7년	8	21.1	11	28.9
	8-9년	5	13.2	6	15.8
	10년 이상	1	2.6	7	18.4
	기타	1	2.6	0	0
구입한 시기	결혼	0	2.6	18	47.4
	자녀	0	0	0	0
	이사	18	47.4	7	18.4
	제품 문제	11	28.9	12	31.6
	기타	9	21.1	1	2.6

세탁기 사용 연한에서는 독신 미혼의 경우 2년 이하가 44.7%로 가장 높았고, 기혼의 경우 5~7년이 28.9%로 가장 많았으며 이는 세탁기를 구입한 시기와의 연관을 지어 볼

수 있다. 기혼의 경우는 47.4%가 결혼할 때 가장 세탁기를 많이 구입하며 사용연한이 독신 미혼에 비해 길다. 이와 반면에 독신 미혼의 경우는 독립을 할 때, 즉 이사를 할 때 세탁기를 구입하기 때문에 사용연한이 짧으나, 사용연한이 긴 세탁기는 지인에게 받는 경우로 판단된다.

세탁기를 구입하게 된 계기는 독신 미혼과 기혼이 다르다. 독신 미혼의 경우는 이사를 할 때 세탁기를 구입하는 사람이 47.4%로 가장 많았고 두 번째로는 제품의 문제로 인해 구입한 경우가 31.6%로 나타났다. 반면에 기혼의 경우는 결혼할 때 세탁기를 구입하는 사람이 47.4%로 가장 많았고, 독신 미혼과 마찬가지로 두 번째 이유는 제품의 문제로 인한 구입이었으며, 독신 미혼이 가장 많이 응답했던 이사로 인한 구입은 18.4%이었다.

4.3. 세탁기 구입 시 중요사항

독신 미혼과 기혼은 세탁기 구입 시 어떤 사항을 중요시 하는지를 비교 분석하였다. 독신 미혼의 세탁기 구입 시 중요 사항을 분석하기 위해 총19개의 문항을 5점 척도 방식으로 구한 후 요인분석 한 결과 각 6개 요인이 추출되었다.

4.3-1. 독신 미혼의 세탁기 구입 시 중요사항

<표 3>은 요인 분석을 통해 독신 미혼 소비자들이 세탁기 구입 시 가장 중요하게 생각하는 요인을 추출한 것이다. 제1요인의 기여율(Proportion:29.13%)부터 제6요인의 기여율의 합이 74.99%를 설명할 수 있기 때문에 충분한 설명력을 갖고 있다고 판단할 수 있다.

- 제1요인: 세탁기의 전기료 절감, 절수기능, 옷감 보호 기능, 세제의 소비량, 품질보증마크, 세탁하는 시간
- 제2요인: 세탁기의 용량, 가격, 잠금장치 기능, 이불빨래 가능
- 제3요인: 세탁기 색상, 세탁기의 디자인
- 제4요인: 세탁기의 종류(드럼, 일반, 소형, 2조식), 세탁기의 소음(진동)
- 제5요인: 세탁기의 브랜드
- 제6요인: 세탁기의 다양한 기능

각 요인들의 변수들을 이용해 대표 요인을 정하였다. 그 결과 제1요인은 전기료 절감, 세탁기의 절수 기능과 세제의 소비량을 중요시 하고 있음을 보아 경제성에 많은 고려를 하고 있음을 알 수 있고, 옷감 보호 기능은 세탁소에 맡기지 않고 집에서 사용할 수 있는 기능으로 비용을 절감해 주고, 세탁하는 시간에 대한 고려는 세탁을 하는 시간의 효율적인 시간 사용에 해당된다. 이는 세탁

[표 3] 독신 미혼이 생각하는 세탁기 구입 시 중요사항

요인	독신 미혼 - 구입 시	요인 적재값	고유치	기여율 (%)	누적 기여율(%)
제1요인	15. 전기료 절감하는 것에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.90	5.54	29.13	29.13
	11. 세탁기의 절수 기능을 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.88			
	10. 옷감 보호 기능이 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.82			
	14. 세제의 소비량을 중요하게 생각하십니까?	0.78			
	06. 품질보증마크를 중요하게 생각하십니까?	0.68			
	04. 세탁하는 시간에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.67			
	17. 세탁기의 성능을 중요하게 생각하십니까?	0.56			
제2요인	02. 세탁기의 용량을 중요하게 생각하십니까?	0.72	2.71	14.26	43.39
	13. 세탁기 가격이 중요하게 생각하십니까?	-0.70			
	03. 이불 빨래가 가능한지에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.64			
	09. 잠금 장치 기능이 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.58			
제3요인	18. 세탁기의 색상을 중요하게 생각하십니까?	0.90	2.02	10.63	54.02
	07. 세탁기의 디자인을 중요하게 생각하십니까?	0.77			
제4요인	16. 세탁기의 종류를 중요하게 생각하십니까?	0.84	1.64	8.62	62.64
	12. 세탁기의 소음이 큰지 작은지를 중요하게 생각하십니까?	0.63			
	05. 세탁기의 조작이 간단하고 편리한 것을 중요하게 생각하십니까?	0.51			
제5요인	01. 브랜드를 중요하게 생각하십니까?	0.90	1.24	6.51	69.15
	19. 세탁기 광고 및 선전을 보고 결정하십니까?	0.65			
제6요인	08. 다양한 기능을 있는 것을 중요하게 생각하십니까?	0.90	1.11	5.84	74.99

기의 기술력의 향상으로 인하여 크게 얻을 수 있는 것으로 이를 [기술 중심의 경제성 중시]로 제1대표 요인으로 명명한다. 제2요인에는 세탁기의 용량과 이불빨래가 가능한지와 가격을 중요시 하는가에 대한 요인들이 포함되어 있다. 이불 빨래가 가능한 것에는 용량에 따라 차이가 있으며 이불 빨래 가능여부를 구입 시 중요하게 생각하기 때문에 대용량 세탁기가 많이 사용되고 있다. 이를 [용량 중시]로 제2대표 요인으로 명명한다.

제3요인에서 보면 디자인과 색상을 중요시하는 정도를 나타내주며, 구입 시 디자인을 더 많이 고려한다는 것을 알 수 있다. 이를 [디자인 중시]로 제3대표 요인으로 명명한다. 제4요인에서 보면 최근에는 세탁기의 종류가 다양하게 소비자에게 제시되고 있고 종류마다 기능 및 성능과 이에 따른 소음 등의 문제가 있어 선택 시 종류에 대한 고려를 하고 있음을 알 수 있다. 이를 [종류 중시]로 제4요인으로 명명한다. 제5요인에 해당되는 브랜드와 광고 및 선전은 세탁기 구입 시 광고 및 선전을 보고도 어느 정도 참고하지만, 대부분이 세탁기를 생산한 기업과 세탁기의 브랜드를 생각해 구입한다는 점을 추출하였다. 이를 [브랜드 중시]로 제5대표 요인으로 명명한다. 제6요인은 세탁기를 사용함에 있어서 다양한 기능을 필요로 하고 있는데, 다양한 기능은 세탁

기 사용 편리성에 직접적인 관련이 있기 때문에 피험자들이 반응을 했다고 볼 수 있다. 이를 [기능 중시]로 제6대표 요인으로 명명한다.

4-3-2. 기혼 세탁기 구입 시 중요사항

<표 4>는 기혼 소비자들이 세탁기 구입 시 가장 중요하게 생각하는 요인분석을 통해 추출해낸 것이다. 제1요인의 기여율 (Proportion:34.22%)부터 제6요인의 기여율의 합이 73.71%를 설명할 수 있기 때문에 충분한 설명력을 갖고 있다고 판단할 수 있다.

제1요인: 세탁기의 가격, 세제의 소비량, 전기료 절감, 절수 기능

제2요인: 세탁기의 조작, 성능, 브랜드, 세탁 시간

제3요인: 세탁기의 용량, 이불빨래 가능, 디자인

제4요인: 세탁기의 다양한 기능, 옷감보호기능

제5요인: 세탁기의 색상, 종류

제6요인: 세탁기의 광고 및 선전, 잠금장치 기능

각 요인을 간 분석결과 제1요인은 세탁기 구입 시 세탁기 가격, 세제의 소비량, 전기료 절감, 절수 기능으로, 세탁기 가격 이외에는 독신 미혼의 항목과 동일하며 기혼

[표 4] 기혼이 생각하는 세탁기 구입 시 중요사항 대표

요인	기혼 - 구입 시	요인 적재값	고유치	기여율 (%)	누적 기여율(%)
제1요인	13. 세탁기 가격을 중요하게 생각하십니까?	0.81	6.50	34.22	34.22
	14. 세제의 소비량을 중요하게 생각하십니까?	0.78			
	15. 전기료 절감하는 것에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.75			
	11. 세탁기의 절수 기능을 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.74			
제2요인	05. 세탁기의 조작이 간단하고 편리한 것을 중요하게 생각하십니까?	0.71	2.18	11.45	45.67
	17. 세탁기의 성능을 중요하게 생각하십니까?	0.68			
	01. 브랜드를 중요하게 생각하십니까?	0.66			
	04. 세탁하는 시간에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.61			
	12. 세탁기의 소음이 큰지 작은지를 중요하게 생각하십니까?	0.49			
제3요인	02. 세탁기의 용량을 중요하게 생각하십니까?	0.82	1.69	8.89	54.56
	03. 이불 빨래가 가능한지에 대해 중요하게 생각하십니까?	0.75			
	07. 세탁기의 디자인을 중요하게 생각하십니까?	0.63			
제4요인	08. 다양한 기능을 있는 것을 중요하게 생각하십니까?	0.83	1.48	7.80	62.36
	10. 옷감 보호 기능이 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.72			
	06. 품질보증마크를 중요하게 생각하십니까?	0.52			
제5요인	18. 세탁기의 색상을 중요하게 생각하십니까?	0.84	1.15	6.03	68.39
	16. 세탁기의 종류를 중요하게 생각하십니까?	0.83			
제6요인	19. 세탁기 광고 및 선전을 보고 결정하십니까?	0.82	1.01	5.32	73.71
	09. 잠금 장치 기능이 있는지 중요하게 생각하십니까?	0.79			

역시 제일 중시하는 항목이 경제성이라는 것을 알 수 있다. 이를 [가격과 기술 중심의 경제성 중시]로 제1대표 요인으로 명명한다. 제2요인은 조작의 편리성, 세탁기의 성능, 브랜드, 세탁기 시간을 포함한다. 이를 [사용 편의성(조작성) 중시]로 제2대표 요인으로 명명한다. 제3요인은 세탁기의 용량, 이불 빨래가 가능한지와 디자인이 포함된다. 세탁기의 용량에 따라 이불 빨래가 가능한지가 결정되기 때문에 이불 빨래를 많이 하는 사람의 경우는 세탁기 구입 시 용량을 많이 고려한다. 드럼 세탁기, 일반 세탁기, 2조식 세탁기와 소형세탁기의 디자인에 따라 용량 차이가 있을 수 있기 때문이다. 이를 [용량 중시]로 제3대표 요인으로 명명한다. 제4요인에는 다양한 기능을 중요시 생각하는지와 세탁기 기능 중 옷감 보호 기능이 있는지가 속하며, 다양한 기능에 옷감 보호 기능이 포함되기 때문이다. 이를 [기능 중시]로 제4대표 요인으로 명명한다. 제5요인에는 세탁기의 색상과 종류가 나왔는데 이는 최근 새로운 종류의 드럼방식의 세탁기가 출시하여 시장에 급속하게 보급하고 있다. 이 새로운 방식의 세탁기의 색상은 주로 실버 및 흰색 및 고급스러운 파스텔 톤의 밝은 색상이 주류를 이루고 있으며, 기존의 와류식 세탁기의 색상은 파란색, 빨간색, 회색 등으로 드럼 세탁기의 색상이 다르며 소비자는 종류에 따라 색상이 다르다고 인식하고 있다고 판단된다. 이를 [종류에 따른 색상]으로 제5대표 요인으로 명명한다. 제6요인에는 세탁기의 광고 및 선전, 잠금장치 기능이 나

왔는데 이는 최근 새로운 종류의 세탁기가 출시하여 여러 매체를 통해 광고를 하며 특별한 기능과 성능 부각에 주안을 두고 있다. 소비자는 잠금 장치와 같은 특별기능을 광고를 통해 인식하고 있고 이를 중시한다고 판단된다. 이를 [광고에 따른 특별기능 중시]으로 제6대표 요인으로 명명한다.

[표 5] 독신 미혼과 기혼의 세탁기 구입 시대표 요인 비교 분석

	독신 미혼	기혼
제1대표 요인	기술 중심의 경제성 중시	가격과 기술 중심의 경제성 중시
제2대표 요인	용량 중시	사용 편의성 중시
제3대표 요인	색상 및 디자인 중시	용량 및 디자인 중시
제4대표 요인	종류 중시	기능 중시
제5대표 요인	브랜드 중시	종류에 따른 색상
제6대표 요인	기능 중시	광고에 따른 특별 기능 중시

<표 5>은 독신 미혼과 기혼의 세탁기 구입 시 중요사항을 비교 분석한 표로 독신 미혼과 기혼의 세탁기 구입 시 중요사항을 비교해 보면 다음과 같은 차이가 있다는 것을 알 수 있다. 제1 대표 요인의 경제성중시는 독신미

[표 6] 미혼독신과 기혼의 구입 시 중요사항 독립표본 T검정

구입시 중요사항		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
미혼	Equal variances assumed	.062	.805	2.181	36	.036	.332	.1520	.0233	.6399
기혼	Equal variances not assumed			2.181	35.464	.036	.332	.1520	.0231	.6401

혼은 기술 중심의 경제성이고, 기혼은 가격과 기술 중심의 경제성으로 개념상의 다소 차이가 있음을 알 수 있다.

이러한 차이는 독신 미혼의 경우는 세탁기의 가격에서 얻는 경제적 득보다는 세탁기를 효과적으로 사용해서 얻는 시간 절약, 절수 등을 통한 경제성을 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있다. 기혼 역시 세탁기의 경제성으로는 시간절약, 절수등도 있지만 세탁기 자체가 가격이 저렴하여야 한다는 인식을 가지고 있음을 알 수 있다.

세탁기의 용량도 중요한 구입조건으로, 철저해진 위생관념과 침대문화의 급속한 확산으로 인해 이불이나 침대 커버 등 부피가 큰 세탁물 등이 많이 나타나 이를 세탁기의 용량과 연결 지어 볼 수 있다. 독신 미혼과 기혼 모두 용량은 중요한 요인으로 인식하고 있다. 그리고 디자인과 색상은 독신 미혼이 세탁기를 구입할 때 외관적인 심미적인 측면의 디자인으로 생각하여 중요 요인으로 고려하는 것으로 나타났으나, 기혼들이 생각하는 디자인은 용량에 따라 다양한 디자인이 있다는 개념으로 인식하고 있다고 판단된다.

<표 6>은 독신 미혼과 기혼의 세탁기 구입 시 중요사항에 있어서의 유의 수준을 알아보기 위해 실행한 독립표본 T검정이다. 두 집단의 분산이 같은지 또는 다른지를 검정하는 F-검정의 귀무가설(두 집단의 분산은 같다.)의 유의수준이 0.05(5%)라 설정하였다. 본 연구의 검정통계량의 p-값(유의확률: Significance)이 0.805으로 “유의수준보다 크므로 귀무가설을 채택하여 두 집단의 분산이 같다.” 라고 할 수 있다. 그리고 두 집단의 분산이 같으므로 [등분산이 가정됨]의 검정통계량을 사용한다. 검정통계량의 유의확률이 0.036으로 유의수준 0.05보다 작다. 그러므로 “유의수준 5%하에서 두 집단 간의 차이가 존재한다.” 라고 할 수 있다. 즉 독신 미혼과 기혼 간의 구입 시 중요사항은 차이가 존재한다.

5. 결론

본 연구는 독신 미혼과 기혼의 세탁기 사용실태와, 세탁

기 구입 시 중요요인을 선행연구와 설문조사를 통해 비교 분석하였다. 본 연구의 자료는 서울과 경기도 지역의 독신 미혼과 기혼 76명으로부터 얻은 자료를 요인분석을 실시하였다. 본 연구로부터 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 독신 미혼과 기혼의 기본적인 정보를 살펴본 결과, 독신 미혼의 직업은 회사원이 50%, 학생이 31.6%이고 기혼은 전업주부가 44.7%, 회사원이 15.8%로 나타났다. 거주 형태 조사에서 독신 미혼은 아파트 34.2%, 오피스텔 28.9%, 기혼은 아파트 60.5%, 다세대 주택 23.7%로 나타났다. 거주 평수는 미혼의 경우 10평 대 57.9%로 가장 많았으며 20평대는 34.2%이고, 기혼의 경우는 20평 대 36.8%, 30평대는 31.6%로 나타났다.

둘째, 독신 미혼과 기혼이 사용 중인 세탁기의 정보를 알아본 결과, 독신 미혼과 기혼 모두 해외 세탁기 보다 국내 L사와 S사 세탁기를 더 많이 보유하고 있다고 나타났으며, 일반 와류식 세탁기를 사용하고 있는 사람이 가장 많았으며 드럼 세탁기는 사용 연한이 짧은 사람에 한해서 보유율이 높았다. 세탁기의 용량의 경우 직장 관계로 세탁물을 모아 한꺼번에 세탁하는 경우의 증대와 더욱 철저해진 위생관념, 이불 빨래와 같이 단일 세탁물의 용량자체가 큰 경우 등으로 인해 독신 미혼과 기혼 모두 대용량을 선호한 것으로 나타났으며 기혼이 더욱더 대용량을 선호하는 것으로 나타났다. 구입 시기에 관해서 기혼은 결혼을 할 때 세탁기를 가장 많이 구입한다고 하였고, 독신 미혼은 이사를 갈 때 구입한다고 하였다.

셋째, 독신 미혼의 세탁기 구입 시 중요사항으로는 기술 중심의 경제성 중시, 용량 중시, 디자인 중시, 종류 중시, 브랜드 중시, 기능 중시 등 6가지 요인으로 나타났다.

반면 기혼은 가격과 기술 중심의 경제성 중시, 사용 편의성 중시, 용량 중시, 기능 중시, 종류에 따른 색상 중시, 기능 중시 등 6가지 요인으로 나타났다. 구매 시 가장 중요시 되는 요인으로는 경제성이며, 이 경제성은 독신 미혼은 세탁기의 기술력의 향상으로 수반되는 절수, 에너지절약 등의 경제성이 나타났으며, 기혼은 독신 미혼의 중요시 여기는 항목에다

세탁기 가격을 포함하는 경제성을 중시하고 있었다. 구매 성향 면에서 독신 미혼은 세탁기의 특정한 브랜드를 선호하는 것으로 나타났는데, 기혼의 경우는 광고 및 선전을 통해 여러 상황에 맞춰 구입하는 것으로 나타났다.

본 연구는 라이프스타일이 상이한 두 집단을 대상으로 독신 미혼과 기혼을 기준으로 분석을 하여 세탁기에 관한 구입시 중요요인의 유의차를 검정했다는 점에서 큰 의의를 갖으며 향후 세탁기 디자인에 있어 특히 새로운 소비자층으로 급부상하고 있는 독신 미혼을 위한 제품 및 디자인 개발에 자료로서 의의를 갖는다. 그러나 본 연구는 서울, 경기도에 거주하는 소비자만을 대상으로 하였고 설문조사 대상이 76명이기 때문에 일반화 하는데 한계가 따르며 곧 고령시대에 맞이하는 우리의 실정을 생각한다면 고령자의 라이프스타일을 고려한 세탁기에 관한 연구도 필요할 것으로 생각한다. 후속 연구에서는 이러한 점들을 고려하여 보다 세밀한 연구가 요구된다.

본 연구의 데이터 수집 및 집계에 수고해 준 구자영양에게 감사의 뜻을 전한다.

참고문헌

- 김효정, 기혼여성 재택근무자와 직장근무자의 생활시간 사용에 관한 비교연구. 대한가정학회지, 42(2), 100-114, 2004
- 김원진, 채승진, 세탁기 기본형 형성과 디자인 발전에 관한 연구, 디자인학연구, v.15, n.4, 369-378, 2002
- 김정숙, 최순화, 세탁행동에 대한 실태조사 - 세탁기 및 세탁방법을 중심으로 -. 한국생활환경학회지, 4(3), 59-71, 1997
- 남상우, 이재희, 도시주부의 세탁기 사용 실태에 관한 조사연구. 가정문화논문, 121-134, 1988
- 남상우, 세계의 사용 및 세탁방법에 관한 조사연구. 가정문화논문, 2(0), 107-120, 1988
- 류미현, 이승신, 20, 30대 여성의 수입유명브랜드 제품 소비행동. 대한가정학회지, 42(2), 33-46, 2004
- 류덕환, 이봉연, 주부들의 일반적 배경변인과 세탁행동, 세탁인지도, 환경오염 관심도와와의 관계 연구. 한국생활과학회지(충북가정학회지), 8(1), 109-124, 1999
- 배정숙, 조은영, 성인여성의 라이프스타일에 따른 의복의 세탁관리행동. 대한가정학회지, 39(6), 1-14, 2001
- 유혜경, 오경화, 조용진, 국산세탁기의 경쟁력 강화를 위한 세탁실태 조사 및 실험연구(1). 한국의류학회지, 20(5), 893-094, 1996
- 유혜경, 오경화, 소비자의 세탁습관에 따른 세탁효율 평가 - 국산세탁기의 경쟁력 강화를 위한 세탁 실태조사 및 실험연구 (2). 한국의류학회지, 21(2), 251-261, 1997
- 이기영, 김선미, 가계의 세탁기 사용방식과 사용정도에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 7(2), 100-102, 1989
- 이기춘, 김영옥, 산업사회의 소비자 행태연구- 서울시 가계의 의·식·주 생활 관련 상품대체와 구매 행동을 중심으로-. 대한가정학회지, 27(2), 115-132, 1989
- 이정우, 최동숙, 도시가정의 세탁관리에 관한 연구. 대한가정학회지, 21(3), 87-96, 1983
- 이승신, 환경 친화적인 가전소비재에 대한소비자의 수요도 연구. 대한가정학회지, 42(2), 20-29, 2004
- 이옥기, 표상연, 김홍성, 김판돌, 이홍원, 세탁 및 행굼성능 향상방안 연구, 한국의류학회지, 18(1), 22-30, 1994
- 이정우, 최동숙, 도시가정의 세탁관리에 관한 연구, 대한가정학회지, 21(3), 91-95, 1983
- 이정우, 최동숙, 세탁관리에 영향을 미치는 가족 환경 변인에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 2(1), 1-11, 1984
- 최순화, 김정숙, 세탁행동에 대한 실태조사 세탁기 및 세탁방법을 중심으로-. 한국생활환경학회지, 4(3), 59-68, 1997
- 차옥선, 이일심, 일반 가정의 세탁 습관 및 반복 세탁에 의한 백색 면내의 잔류 오염. 한국의류학회지, 18(4), 549-559, 1994
- 김성호, 세탁세계의 소비자구매행동 연구. 단국대학교 경영대학원 석사학위 논문, 1992
- 안준모, 여성의 역할 인식에 관한 연구: 라이프스타일 분석 중심으로. 연세대학교 대학원 경영학전공 논문, 1999
- 이소영, 황선진, 20, 30대 전문직 독신여성의 라이프스타일에 관한 연구, 2001
- 조영심, 성인여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동 연구, 전북대학교 대학원 석사학위논문, 1996
- 추성범, 서울특별시 소비자의 세탁기 구매행동에 관한 실증적 고찰. 고려대학교 경영대학원 석사학위 논문, 1985
- 최수현, 미혼여성의 가치관과 의복소평성향에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1996
- D.C. Conrad and W. Soedel, On The Problem of oscillatory walk of automatic washing machines, *Journal of Sound and vibration*, 188(3), 301-314, 1995
- A.Sergio, J.duarte, C.Relvas, R.Moreira, R.Freire, J.L.ferreira, J.A. Simoes, The design of a washing machine prototype, *Materials and Design*, 24, 331-338, 2003