

라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계 연구  
- 남녀 대학생을 중심으로 -

전정란·이미숙<sup>†</sup>  
공주대학교 의류상품학과

A Study on Relationships between Lifestyle and  
Clothing Shopping Orientation  
- Focused on Korean University Students -

Kyoung-Ran Jeon and Mi-Sook Lee<sup>†</sup>

Kongju National University  
(2006. 4. 27. 접수 : 2006. 8. 7. 채택)

Abstract

The purposes of this study are to investigate dimensions of lifestyle and clothing shopping orientation of university students as consumers in Korea and to analyze the relationships between lifestyle and clothing shopping orientation. The research method for this study is survey and subjects were 473 male and female university students. The questionnaire is consisted of measurement items for lifestyle, clothing shopping orientation, and demographic attributions. The data were analyzed by factor analysis, T-test, Pearson's correlation analysis, ANOVA and Duncan's multiple range test, using SPSS program. The results are as follows. First, 4 factors were emerged on lifestyle (achievement-oriented, economics-oriented, appearance-oriented and freedom/culture-oriented) and clothing shopping orientation had 4 factors (reasonable shopping, informational shopping, conspicuous shopping, and convenient shopping). Second, there were significant relationships between lifestyle and clothing shopping orientation. Especially, there were high positive relationship between economics-oriented lifestyle and reasonable shopping orientation, and appearance-oriented lifestyle and informational shopping orientation. Third, lifestyle and clothing shopping orientation had much differences by subjects' demographics attributions.

*Key words: lifestyle(라이프 스타일), clothing shopping orientation(의복 쇼핑 성향), demographics attribution (인구통계학적 특성), university students(대학생).*

I. 서론

현대사회의 급속한 발전과 생활 수준의 향상은 천사대를 살아가는 사회 구성원들의 심리와 행동을 더

욱 복잡하게 만들고 삶의 패턴을 다양화시키고 있다. 이러한 특징은 소비자들의 소비 행태에도 그대로 반영되어 나타나는데, 특히 소비자의 사회·심리적 특성이 강하게 부각되는 패션 상품에서의 소비자 행동은 최근 더욱 다양하고 복잡해지고 있는 실정이다.

<sup>†</sup> 교신저자 E-mail : evanms@hanmail.net

따라서 패션 마케팅 측면에서 소비자들의 심리적·행동적 특성을 이해하고 이에 따른 전략을 수립하는 것은 매우 중요하다. Schewe<sup>1)</sup>에 의하면, 제품의 속성 중 심리적·상징적 부분의 중요성이 강조되고 있는 오늘날의 시장 환경에서 기업이 성공할 수 있는 길은 소비자들의 심층구조와 행동양식을 보다 빠르고 정확하게 파악하여 대응하는 것이다. 이러한 의미에서 시장 세분화는 마케팅에서 목표 소비자 선정과 이해에 있어 유용한 방법이 될 수 있다.

시장 세분화 개념은 그동안 많은 연구와 응용이 이루어지면서 발전해 왔는데, 이러한 시장 세분화의 기준은 크게 인구통계학적, 심리적, 소비자 행동적 기준 등으로 구분할 수 있다<sup>2)</sup>. 과거에는 성별, 연령 등의 인구통계학적 기준이 많이 사용되었으나, 사람들의 의식 구조나 행동 양식이 급격하게 변화되는 현대사회에서는 인구통계학적 요소들이 안고 있는 단조로운 분석의 한계를 극복하고 사람들의 내재된 기호, 취향, 욕구나 가치 체계에 대한 심층적, 심리적인 이해를 위하여 라이프 스타일의 중요성이 높아지고 있다. 한편, 이문규·김나민<sup>3)</sup>은 인구통계학적 기준이나 심리적 기준은 소비자들의 미래 행동에 대한 예측력이 낮아 마케팅자들에게 실무적인 방향을 제시해 주기 힘들다고 지적하면서 소비자 행동적 기준이 시장 세분화의 기준으로서 가장 이상적이며 미래 행동에 대한 예측력도 높다고 제시하였다.

라이프 스타일과 의복 행동에 대한 연구는 1970년대 이후 시작되어 1990년대 들어오면서 본격적으로 연구가 진행되고 있다. Engel과 Blackwell<sup>4)</sup>은 소비자 행동은 라이프 스타일과 관련되어 개인의 생활 패턴으로부터 가장 많은 영향을 받는데, 특히 의복 구매에 있어서는 소비자의 라이프 스타일이 가장 큰 영향을 미친다고 하였으며, Jarow과 Judelle<sup>5)</sup>(1974)도 라이프 스타일을 의복 구매 행동을 결정하는 중요한 요소 중의 하나라고 지적하였다. 이와 같이 라이프 스타일은 소비자들의 전반적인 활동이나 인식에 영향

을 주는 근본적인 생활 양식으로 정의되고 실질적으로 많은 의류학 관련 분야에서 소비자의 의복 행동을 설명하는데 중요한 개념으로 인식되어 여러 연구에서 적용되고 있다.

한편, 미래 행동의 예측을 위한 소비자 행동적 기준으로서 패션 마케팅 측면에서 사용 가능한 시장 세분화 개념으로 의복 쇼핑 성향을 들 수 있다. 김세희와 이은영<sup>6)</sup>은 의복 쇼핑 성향의 개념에 대한 이론적 연구를 통해 의복 쇼핑 성향이란 의복 쇼핑에 대한 소비자 개인의 행동, 흥미, 의견이 통합되어 나타나는 패턴화된 의복 쇼핑 양상으로, 의복 쇼핑 전과 당시, 그리고 쇼핑 이후의 시점에서 나타나는 행동적 측면과 심리적 측면을 포괄하는 개념이라고 규명하였다. 따라서 이러한 의복 쇼핑 성향은 라이프 스타일과 함께 서로 다른 구매 욕구와 필요 조건을 가진 구매자를 식별하는 과정인 시장 세분화의 기초로서 소비자를 차별화시키고 이에 따른 적절한 마케팅 전략을 수립하는데 중요한 역할을 할 수 있다. 그러나 기존의 시장 세분화에 관한 선행 연구들을 살펴보면, 주로 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향 중 하나만을 조사하여 소비자 집단을 유형화한 후 의복 구매 행동과의 관계를 살펴본 연구가 대부분을 차지하며, 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 구체적으로 살펴본 연구는 드물다. 따라서 유용한 시장 세분화 기준으로 사용할 수 있는 이 두 개념을 조사하여 이들 간의 관계를 알아보는 것은 소비자를 시장 세분화하고 적절한 마케팅 전략을 수립하는데 유용한 정보를 제공할 수 있으리라 여겨진다.

한편, 개인의 라이프 스타일은 가치관이나 활동 영역, 관심 분야, 태도 등에 의해 구체화된 생활 양식을 의미하므로 시대적 상황이나 집단의 특성에 따라 다르게 나타난다. 그 중에서도 90년대 이후 신세대, X 세대, N 세대 등으로 불리며 새로운 소비자 집단으로 각광받고 있는 대학생들은 기존 세대들과 비교하여 주로 자기 자신만을 위해 소득을 사용하므로, 이

1) C. C. Schewe, *Marketing concept and applications*, (Tokyo McGrawhill, Kogakusha LTD., 1980), pp. 6-16.

2) P. Kotler, *Marketing Management*, 10th ed., (Prentice-Hall: Englewood Cliffs, New Jersey, 2000), p. 386.

3) 이문규, 김나민, "국내 인터넷 이용자의 시장세분화 연구," *소비자학 연구* 13권 4호 (2002), pp. 1-30.

4) J. F. Engel and R. D. Blackwell, *Consumer Behavior*, 4th ed. (New York: John Wiley & Sons, Inc., 1982).

5) J. Jarow and B. Judelle, *Inside the Fashion Business*, 2nd ed. (New York: John Wiley & Sons, Inc. 1974).

6) 김세희, 이은영, "의복 쇼핑 성향의 개념규명을 위한 문헌적 연구," *한국의류학회지* 28권 3/4호 (2004), pp. 472-482.

들이 기업에게 주는 전략적 의미는 시장의 절대적 규모 이상인 세분시장으로서의 매력성을 보유하고 있다<sup>7)</sup>. 따라서 대학생들의 소비 활동과 관련된 특징을 밝히고 이를 마케팅 전략에 활용하는 것은 중요한 의미를 갖는다.

따라서 본 연구는 현대 패션 산업의 중요한 소비계층인 남녀 대학생들을 대상으로 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향을 이해하고 이 두 변인간의 관계를 조사하고자 하며, 피험자의 인구통계학적 특성에 따라 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향이 어떠한 차이를 나타내는지 알아봄으로써 패션 관련업체에게 소비자 분석과 시장 세분화를 위한 유용한 정보를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 라이프 스타일

라이프 스타일은 한 개인의 생활, 즉 돈과 시간을 쓰는 유형을 말하는 것으로, 전체 또는 일부 사회계층의 특징적이고 차별적인 삶의 형태를 말한다. Wind & Green<sup>8)</sup>은 라이프 스타일을 인간이 살아가는 총체적 생활방식으로 소비자 행동에 영향을 주는 중요한 특성이며, 개인의 문화, 사회 계급, 준거 집단, 가족 등이 영향을 받아 습득하는 개인의 가치 체계나 개성에서 파생된 것이라고 하였다. 이러한 라이프 스타일은 소비 및 구매 선택 행동에 영향을 미쳐 그들이 선택하는 소비 품목의 유형에 특징적인 양식을 갖게 한다.

라이프 스타일에 관한 선행 연구는 라이프 스타일

에 따라 소비자 집단을 유형화하거나 라이프 스타일과 의복 구매 행동과의 관계를 살펴본 것들이 대부분이다. Summers<sup>9)</sup>는 소비자를 의복 라이프 스타일에 따라 5개의 집단으로 분류하였는데, 패션 지향형의 소비자는 다른 집단에 비해 쇼핑시간이 길고 매장 형태에서는 의류 전문점을 선호하는 것으로 조사되었다. 황진숙·양화영<sup>10)</sup>은 청소년을 대상으로 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향을 조사한 결과, 라이프 스타일에서는 패션·쇼핑 관심, 인터넷 중심, 적극성, 가족 중심, 학업 중심, 자립성, 자신감의 7개 요인이 추출되었으며 이를 기준으로 소비자를 3집단으로 분류하였는데, 이들 3집단은 의복 쇼핑 성향에서 많은 차이를 보이는 것으로 나타났다. 원선·강혜원<sup>11)</sup>은 20~30대 여성을 라이프 스타일에 따라 혁신적 심미 추구 집단, 브랜드 신분 상징 집단, 무관심한 집단의 3집단으로 유형화하였으며, 이수정<sup>12)</sup>은 서울 시내 남녀 대학생을 중심으로 패션 라이프 스타일에 따른 의복 구매 행동을 조사한 결과, 유행 지향형, 개성 지향형, 실용주의형, 보수주의형, 의복무관심형 등 5개의 유형으로 분류하였다. 김남숙<sup>13)</sup>은 대학생을 대상으로 라이프 스타일을 분류한 결과, 패션 추구형 집단, 과시적 소비 추구형 집단, 진보적 활동 추구형 집단, 소극적 개성 추구형 집단, 합리적 생활 추구형 집단으로 유형화되었으며, 이 집단에 따라 구매 동기, 정보의 원천, 구매 장소, 의복 구매 결정 요인에 있어 유의한 차이가 나타났다고 보고하였다. 임경복·임숙자<sup>14)</sup>도 여대생의 라이프 스타일을 조사한 결과, 유행 추구형, 자신 지향형, 외부 지향형, 보수·일탈형, 소극침체형 집단으로 분류되었고 집단간 의복 구매

7) 채서일, "신세대에 관한 라이프 스타일 분석," *경영논총* 38권 (1999), pp. 93-107.

8) Y. Wind and P. E. Green, "Some conceptual, measurement and analytical problems in life style research," *Life Style and Psycho-graphics*, (W. D. Wells(Ed.), Chicago, IL: American Marketing Association, 1974), pp. 97-126.

9) J. O. Summers, "The identity of women's clothing fashion opinion leaders," *Journal of Marketing Research* Vol. 7 (1970), pp. 178-185.

10) 황진숙, 양화영, "청소년의 라이프 스타일에 따른 의복 쇼핑 성향과 의류제품의 인터넷 구매행동," *한국의류학회지* 30권 1호 (2006), pp. 71-82.

11) 원선, 강혜원, "의복변인에 의한 시장 세분화와 라이프 스타일과의 관계-20~30대 여성의 의복시장을 중심으로-," *한국의류학회지* 12권 3호 (1988), pp. 309-318.

12) 이수정, "의생활 양식에 따른 의복 구매 행동에 관한 연구-서울시내 남녀 대학생을 중심으로-" (숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1994), pp. 31-32.

13) 김남숙, "대학생의 라이프 스타일과 의복 구매 행동에 관한 연구-AIO 분석기법을 중심으로-" (동국대학교 경영대학원 석사학위논문, 2001), pp. 30-48.

14) 임경복, 임숙자, "라이프 스타일에 따른 의복 구매 행동에 관한 연구," *한국의류학회지* 17권 3호 (1993), pp. 359-366.

행동에서 유의미한 차이가 나타났다고 하였다. 환경미·나영주<sup>15)</sup>는 여성 소비자들의 라이프 스타일을 분류한 결과, 무관심 만족형, 전통적 외관 추구형, 개인 생활 추구형, 외적 미추구형, 활동적 실용가치 추구형, 디지털 여가 추구형 집단으로 유형화되었으며, 각 라이프 스타일 집단은 정보원 이용과 쇼핑 장소 등의 의복 구매 행동에서 차이를 나타냈다. 조규철<sup>16)</sup>은 신세대 여성 소비자의 패션 라이프 스타일에 따라 쇼핑 즐거움의 추구, 지역 상점 선호, 상표 선호, 유행 상품 선호, 시간 지향, 알뜰 구매 지향, 백화점 비선호 경향 등에 차이가 있음을 규명하였다.

이와 같이 많은 선행 연구 결과를 종합해 볼 때, 라이프 스타일은 소비자의 특성을 이해하기 위한 중요한 개념으로서 소비자의 라이프 스타일은 의복 선호 및 평가, 추구 혜택, 점포 선택 및 구매행동 등 다양한 의복 행동과 매우 밀접한 관련을 보이고 있는 것으로 나타났다.

## 2. 의복 쇼핑 성향

쇼핑 성향이란 특정 활동을 중요시하는 쇼핑자의 스타일 또는 쇼핑 활동, 관심, 의견을 포함하며, 경제·사회·여가 선행과 관련된 복합적 현상으로 보는 관점을 반영하는 쇼핑의 특정한 라이프 스타일이라고 정의할 수 있다. Shim과 Kotisopoulos<sup>17)</sup>에 의하면 사람들은 쇼핑 성향에 따라 인구통계학적 특성, 사이코 그래픽 특성, 선호하는 정보원과 상점 선택 및 평가 기준, 소비자의 특성 및 구매 행동에 차이를 나타낸다고 하였다. 의복 쇼핑 성향 연구는 쇼핑 성향 요인을 분류하거나 소비자를 유형화하여 인구통계학적 특성, 심리적 특성, 점포 애호 행동, 점포 속성 등과의 관련성을 조사하는 연구들이 주로 이루어져 왔는데,

선행 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다.

박광희<sup>18)</sup>는 의복 쇼핑 성향에 따라 소비자를 실리 추구형, 쇼핑 지향성, 무관심형의 3집단으로 유형화하였는데, 실리 추구형은 합리적 쇼핑을 추구하고 쇼핑 지향형은 쇼핑을 즐기며 편리한 위치보다는 쾌적한 쇼핑 환경을 중시하며 무관심형은 유행에 관심이 적으며 편리한 쇼핑을 추구하고 상표 충성도가 높은 것으로 나타났다. Shim과 Kotisopoulos<sup>19)</sup>는 여성 소비자를 의복 쇼핑 성향에 따라 쇼핑 고관여 쇼핑자, 무관심한 쇼핑자, 편의지향적 카달로그 쇼핑자의 3집단으로 분류하였는데, 이들 소비자 유형에 따라 사용하는 정보원과 중요시하는 점포 속성, 애고하는 점포 유형에서 차이가 나타났다고 하였다. 김소영·이은영<sup>20)</sup>은 20세 이상의 여성을 대상으로 의복 쇼핑 성향을 조사하여 소비자들을 유형화한 결과, 쇼핑 저관여형, 쾌락 추구 쇼핑형, 경제성 추구 쇼핑형, 쇼핑 고관여형으로 분류되었다. 이명희<sup>21)</sup>는 성인 여성을 대상으로 소비자의 의복 쇼핑 성향을 조사한 결과, 소비자들은 의복 쇼핑 성향에 따라 합리적 유형, 충동적 유형, 편의적 유형의 3집단으로 구분되었으며, 합리적 유형은 기혼 여성, 미취업 여성이 많았으며 할인 매장이나 도매 시장에서 구매하는 비율이 높았고 충동적 유형에는 미혼 여성과 취업 여성이 더 많았으며 신용카드를 사용하고 백화점에서 구매하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 정혜영<sup>22)</sup>은 여대생들을 의복 쇼핑 성향에 따라 쇼핑 무관심 집단, 쇼핑 고관여 집단, 계획/실용성 지향 집단, 동조성 쇼핑집단의 4집단으로 분류하였는데, 의복 쇼핑 성향에 의해 유형화된 소비자 집단은 정보원 사용, 선호하는 상점 등의 의복 구매 행동 패턴에서 많은 차이를 보이는 것으로 나타났다.

15) 환경미, 나영주, "여성소비자의 라이프 스타일에 따른 의복 구매 행동과 선호감성에 관한 연구," *한국의류학회지* 27권 9/10호 (2003), pp. 1026-1035.

16) 조규철, "신세대 여학생의 패션라이프 스타일별 쇼핑 성향" (충북대학교 대학원 석사학위논문, 2000), pp. 50-61.

17) S. Shim and A. Kotisopoulos, "Patronage behavior of apparel shopping: part I: shopping orientation, store attributions, information sources and personal characteristics," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 10 No. 2 (1992), pp. 48-57.

18) 박광희, "의복 쇼핑 성향에 따른 소비자의 유형분석: 대구 여성 거주자를 중심으로," *한국의류학회지* 21권 1호 (1997), pp. 10-18.

19) S. Shim and A. Kotisopoulos, "A typology of apparel shopping orientation segments among female consumers," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 12 No. 1 (1993), pp. 73-85.

20) 김소영, 이은영, "소비자의 의복 쇼핑 성향에 관한 연구," *한국의류학회지* 18권 3호 (1994), pp. 429-439.

21) 이명희, "소비자의 의복구매성향과 구매기준에 관한 연구," *대한가정학회지* 33권 5호 (1995), pp. 75-88.

22) 정혜영, "여대생들의 의복 쇼핑 성향과 시장행동," *복식문화연구* 4권 2호 (1996) pp. 125-143.

이상의 연구 결과를 살펴볼 때, 쇼핑에 대한 소비자의 전반적인 경향을 나타내는 의복 쇼핑 성향은 라이프 스타일과 함께 소비자 집단을 세분화하고 소비자의 의복 구매 행동 및 태도를 이해하는데 유용한 변인임을 알 수 있으며, 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 알아보는 것은 패션 마케팅 측면에서 효과적인 시장 세분화 전략을 수립하는데 유용한 정보를 제공하리라 기대된다.

### III. 연구 방법

#### 1. 인구 문제

본 논문의 목적은 현대사회의 중요한 소비자 집단인 남녀 대학생을 대상으로 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 알아보는 것으로 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

<연구 문제 1> 남녀 대학생의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 구성 요인을 알아 본다.

<연구 문제 2> 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 분석해 본다.

<연구 문제 3> 소비자의 인구통계학적 특성에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이를 알아본다.

#### 2. 측정 도구

본 연구는 조사 연구 방법으로 질문지법을 사용하였으며, 본 연구의 측정 도구는 라이프 스타일 측정 문항(20문항), 의복 쇼핑 성향 측정 문항(19문항), 피험자의 인구통계학적인 특성을 묻는 문항(5문항)으로 구성되었다. 라이프 스타일 측정 도구는 김정희<sup>23)</sup>, 오윤정 · 이영선<sup>24)</sup>, 이승희<sup>25)</sup>, 류숙희 · 김보연<sup>26)</sup> 등의 선행 연구에서 사용된 라이프 스타일 측정 문항을 선정하였으며, 의복 쇼핑 성향은 Bellenger와 Korgoonker<sup>27)</sup>, Shim과 Bickle<sup>28)</sup>, 서은희<sup>29)</sup>, 박혜정 · 신은주 · 정혜영<sup>30)</sup>, 윤미라<sup>31)</sup> 등의 선행 연구에서 사용된 의복 쇼핑 성향에 대한 문항을 선정하였다. 선정된 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향 문항은 본 연구의 목적에 맞도록 일부 수정, 보완되었으며 5점 Likert 척도로 제시되었다. 한편, 인구통계학적 특성 문항으로는 피험자의 성별, 연령, 전공 분야, 용돈, 의복 지출비 등을 묻는 측정 문항이 포함되었다.

#### 3. 자료 수집 및 연구 대상

연구 대상은 남녀 대학생으로 본 연구를 위한 피험자로는 충청남도 공주시에 거주하는 남녀 대학생이 편의표집 방법에 의해 선정되었다. 설문 조사는 2004년 11월과 12월에 걸쳐 실시되었으며, 512부의 설문지를 배부하여 478부를 회수하였고 수집된 설문지중 기입이 불완전하거나 무성의한 자료를 제외한 총 473부가 최종 자료 분석에 사용되었다. 최종 연구 대상자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

- 23) 김정희, "중년여성의 라이프 스타일에 따른 의복 구매행동 및 불만족-부산시 여성을 대상으로-" (경희대학교 대학원 석사학위논문, 2003), pp. 101-102.
- 24) 오윤정, 이영선, "소비자의 라이프 스타일 유형에 따른 가족의류 평가기준," *한국의류학회지* 28권 3/4호 (2004), pp. 433-443.
- 25) 이승희, "라이프 스타일에 따른 과소비성향 및 의류쇼핑동기에 관한 연구," *복식문화연구* 8권 6호 (2000), pp. 842-852.
- 26) 류숙희, 김보연, "라이프 스타일이 의복스타일 이미지 평가와 선택에 미치는 영향에 관한 연구," *한국의류학회지* 26권 2호 (2002), pp. 227-238.
- 27) D. N. Bellenger and P. K. Korgaonkar, "Profiling the recreational shopper," *Journal of Retailing* Vol. 56 No. 3 (1980), pp. 77-92.
- 28) S. Shim and M. E. Bickle, "Benefit segments of the female apparel Mkt.: Pshcho-graphics, shopping orientations, and demographics," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 12 No. 2 (1994), pp. 1-12.
- 29) 서은희, "소비자의 의복 쇼핑 성향-의복관련, 지속적 정보탐색 및 의복 구매 행동과의 관련을 중심으로-" (충남대학교 대학원 석사학위논문, 1994), pp. 34-35.
- 30) 박혜정, 신은주, 정혜영, "대학생의 의류쇼핑 성향과 청바지 구매시 점포 선택," *한국의류학회지* 28권 5호 (2004), pp. 547-558.
- 31) 윤미라, "남성 소비자의 의복 쇼핑 성향과 선호점포 이미지에 관한 연구" (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1999), pp. 72-73.

〈표 1〉 피험자의 인구통계학적 특성

항 목		빈도(n)	백분율(%)	항 목		빈도(n)	백분율(%)
성 별	남자	155	32.8	용 돈	10만원 미만	22	4.7
	여자	318	67.2		10~20만원	236	49.9
연 령	10대	327	69.2		20~30만원	140	29.6
	20대	146	30.8		30만원 이상	75	15.9
전공 분야	인문과학	197	42.2	의복 지출비	5만원 미만	111	23.4
	자연과학	124	26.6		5~10만원	169	35.7
	공학	79	16.9		10~15만원	114	24.1
	예체능	67	14.3		15만원 이상	79	16.7

#### 4. 자료 수집 및 분석

본 연구의 자료 분석은 SPSS 통계 프로그램(ver. 11.5)을 이용하여 이루어졌으며, 자료 분석 방법으로는 기술통계, Cronbach  $\alpha$ , T-test, 빈도분석, 요인 분석, Pearson의 상관 관계 분석, 변량 분석, 그리고 Duncan의 다중범위검정 등이 사용되었다.

### IV. 연구 결과 및 논의

#### 1. 라이프 스타일의 구성 요인

남녀 대학생의 라이프 스타일을 알아보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전법을 사용하여 요인 분석을 실시하였다. 그 결과, 라이프 스타일의 구성 요인으로서는 성취 지향성, 경제 지향성, 외모 지향성, 자유 및 문화 지향성의 4 요인이 도출되었다.

성취 지향성 요인은 4 라이프 스타일 구성 요인 중 가장 높은 설명력을 지니는 요인으로, 자신감과 성취감을 중시하는 라이프 스타일을 말하고 경제 지향성 요인은 가격이 민감하고 절약과 합리적인 상품 구매를 중시하는 라이프 스타일을 말한다. 외모 지향성 요인은 유행과 패션에 관심이 많고 외모관리를 중시하는 라이프 스타일을 말하며, 자유 및 문화 지향성 요인은 규범이나 관습으로부터의 자유를 추구하고 문화 및 여가활동에 적극적인 라이프 스타일을 말한다.

각 요인의 측정 문항에 대한 평균점수는 측정 문항이 5점의 Likert 척도임을 고려할 때 평균보다 약간

높은 정도이며, 4 요인 중에서 경제 지향성 라이프 스타일의 점수가 다른 요인들에 비해 좀 더 높았다. 이것은 IMF 이후, 사회 전반적으로 합리적인 소비에 대한 관심이 높아지면서 대학생들에게도 합리적인 소비가 중요하게 부각된 결과인 것으로 보여진다.

#### 2. 의복 쇼핑 성향의 구성 요인

대학생들의 의복 쇼핑 성향의 구성 요인을 알아보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전법을 사용하여 요인 분석을 실시하였다. 그 결과, 남녀 대학생의 의복 쇼핑 성향에서는 합리적 쇼핑 성향, 정보적 쇼핑 성향, 과시적 쇼핑 성향, 편의적 쇼핑 성향의 4 요인이 도출되었으며 총 설명력은 57.1%로 나타났다.

합리적 쇼핑 성향은 대학생의 의복 쇼핑 성향을 설명하는 가장 중요한 구성 요인으로 약 30.1%의 설명력을 지녔으며, 좋은 품질의 제품을 저렴한 가격으로 구입하고자 하는 합리적인 쇼핑 행동을 말한다. 이와 같이 합리적 쇼핑 성향이 대학생들의 의복 쇼핑 성향에서 가장 중요한 구성 요인으로 나타난 것은 라이프 스타일 구성 요인 중 경제 지향성 라이프 스타일의 평균점수가 다른 구성 요인에 비해 높게 나온 결과와 일치하는 것이라 할 수 있다. 정보적 쇼핑 성향은 쇼핑하는 것을 즐기며 최신 유행 경향에 대한 정보를 얻고 나에게 어울리는 의복을 선택하기 위한 쇼핑 행동을 말하는 것으로 여러 선행 연구<sup>32-34)</sup>들에서 나타난 쾌락적 쇼핑 성향과 정보적 쇼핑 성향에

32) 박혜정, 신은주, 정혜영, *Op cit.*, p. 551.

〈표 2〉 라이프 스타일의 요인 분석 결과

요인명	요인 구성 문항	요인 적재치	설명변량 (누적변량) 신뢰도계수
성취 지향성	나는 대부분의 사람들보다 자신감이 있다고 생각한다.	.77	25.2% (25.2%) .82
	나에게 어떤 일이 주어진다 해도 자신 있게 해낼 수 있다.	.75	
	나는 마음먹은 일이면 꼭 해내고야 만다.	.74	
	나는 대부분의 사람들보다 독립적이다.	.68	
	나는 모임에서 중심적인 역할을 하는 편이다.	.63	
	나는 계속 무언가 성취하려는 욕구가 있다.	.57	
경제 지향성	작은 상품이라도 가격을 살펴본다.	.75	11.5% (36.7%) .71
	정보를 모아서 상품에 대한 비교를 해본 후 물건을 산다.	.73	
	나는 가격 할인광고를 잘 살펴보는 편이다.	.68	
	나는 세일기간에 주로 상품을 구입한다.	.68	
외모 지향성	외모를 꾸미는 것은 나의 생활과 활동에서 중요한 부분이다.	.80	8.5% (45.2%) .70
	나는 외모나 미용에 관심이 많다.	.80	
	나는 패션 잡지를 주로 본다.	.64	
자유 및 문화지향성	나는 규칙이나 규범에 얽매는 것이 싫다.	.57	5.7% (50.7%) .42
	나는 문화 활동에 적극적으로 참여한다.	.55	
	나는 취미생활을 한다.	.54	
	나는 보수적인 취향과 습관을 가지고 있다.	-.53	

해당하는 문항으로 구성되었다. 과시적 쇼핑 성향 요인은 명품 또는 유명 브랜드나 디자이너 제품을 선호 하고자 하는 경제적 능력에 비해 고가의 제품을 구매 하고자 하는 쇼핑 경향을 말하고, 편의적 쇼핑 성향은 시간과 노력을 절약하기 위해 최소한의 투자로 쇼핑을 하고자 하며 쇼핑에 대한 편의를 중시하는 쇼핑 행동을 말한다. 각 요인의 평균점수를 살펴보면, 대학생들은 합리적 쇼핑 성향은 비교적 높은 반면 과시적 쇼핑 성향은 다른 의복 쇼핑 성향 구성 요인에 비해 상대적으로 낮은 점수를 보였다.

### 3. 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 관계 대학생들의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의

관계를 알아보기 위해 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 각 구성 요인을 대상으로 Pearson의 상관관계 검정을 실시하였다. 그 결과, 대학생들의 라이프 스타일 구성 요인과 의복 쇼핑 성향 구성 요인 간에는 많은 유의미한 상관관계가 존재하는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향이 서로 밀접한 관련이 있다는 여러 선행 연구의 결과<sup>35-37)</sup>를 지지한다.

상관관계 결과, 특히 경제 지향성 라이프 스타일과 합리적 쇼핑 성향, 외모 지향성 라이프 스타일과 정보적 쇼핑 성향이 높은 정적 상관이 있는 것으로 밝혀져, 경제 지향성 라이프 스타일을 중시하는 사람일수록 합리적 쇼핑 성향이 강한 것으로 보여지며,

33) 김현기, “남성 소비자의 감각추구성향과 쇼핑가치 및 의복쇼핑행동과의 관계” (충남대학교 석사학위논문, 2004), pp. 26-27.

34) 윤미라, *Op cit.*, pp. 26-28.

35) 김남숙, *Op cit.*, pp. 30-48.

36) 임경복, 임숙자, *Op cit.*, pp. 359-366.

37) 조규철, *Op cit.*, pp. 50-61.

〈표 3〉 의복 쇼핑 성향의 요인 분석 결과

요인명	요인 구성 문항	요인 적재치	설명변량 (누적변량) 신뢰도계수
합리적 쇼핑 성향	할인 판매 등 값싸게 살 수 있는 점포를 이용하였다.	.74	30.1% (30.1%) .82
	품질이 좋은 싸 제품을 사기 위해 많은 시간을 투자한다.	.68	
	좋은 품질이면서 값싼 옷을 사기 위하여 기꺼이 더 많은 시간을 투자한다.	.68	
	할인기간 중에 쇼핑을 많이 하는 편이다.	.63	
	좋은 품질이면서 마음에 드는 것을 사려고 여러 점포를 다녔다.	.57	
	할인에 대한 정보를 알게 되면 쇼핑을 하러 간다.	.48	
정보적 쇼핑 성향	나는 의복의 새로운 유행 경향을 알기 위해 옷을 자주 구경하러 간다.	.80	13.1% (43.2%) .86
	나의 옷차림에 도움이 되기 위해 의류 점포를 자주 둘러본다.	.76	
	나는 의복 쇼핑을 자주 한다.	.73	
	시간 여유가 생기면 의복 쇼핑을 하러 간다.	.72	
과시적 쇼핑 성향	나보다 소득이 많은 사람이 구입할 만한 의복을 구입했다.	.82	8.0% (51.2%) .78
	유명 상표나 유명 디자이너의 제품을 구입하였다.	.72	
	고급스러워 보이는 제품을 구입하였다.	.71	
	가격이 비싼 제품을 구입한다.	.69	
편의적 쇼핑 성향	나는 시간을 아낄 수 있는 곳에서 쇼핑을 한다.	.68	5.9% (57.1%) .43
	나는 보통 집이나 직장에서 가까운 점포에서 의복을 산다.	.64	
	교통이 편리한 점포를 이용한다(버스 이용, 주차시설 편의 등).	.56	

〈표 4〉 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 상관관계

라이프 스타일 의복 쇼핑 성향	성취 지향성 라이프 스타일	경제 지향성 라이프 스타일	외모지향성 라이프 스타일	자유/문화 지향성 라이프 스타일
합리적 쇼핑 성향	.17***	.69***	.42***	.12*
정보적 쇼핑 성향	.18***	.34***	.65***	.25***
과시적 쇼핑 성향	.21***	.09	.39***	.26***
편의적 쇼핑 성향	.15**	.15**	.07	.09

외모를 중시하는 라이프 스타일을 지닌 사람일수록 자신에게 어울리는 의복 차림을 연출하거나 최신 유행에 대한 정보를 얻기 위한 지속적인 쇼핑 활동을 보이는 정보적 쇼핑 성향이 강한 것으로 나타났다.

라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 구체적으로 살펴보면, 성취 지향성 라이프 스타일 요인은 의복 쇼핑 성향의 4 구성 요인 모두와 유의미한 상관관계가 있으나 비교적 약한 정적 상관이 존재하며 특

정한 쇼핑 성향 요인과의 두드러진 상관 관계를 나타내지 않았다.

경제 지향성 라이프 스타일 요인은 합리적 쇼핑 성향과 높은 정적 상관관계를 지니며 정보적 쇼핑 성향과도 밀접한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 경제 지향성 라이프 스타일을 지닌 소비자들은 합리적 쇼핑 행동을 추구하며 이를 위해 정보적 쇼핑을 하는 것이라 판단된다. 외모 지향성 라이프 스타



일 요인은 정보적 쇼핑 성향과는 높은 정적 상관관계를 보였으며 합리적 쇼핑 성향, 과시적 쇼핑 성향과도 밀접한 상관관계가 있는 것으로 나타났으나, 편의적 쇼핑 성향과는 아무런 상관관계가 나타나지 않았다. 따라서 외모 지향성 라이프 스타일을 지닌 소비자들은 쾌락적, 정보적인 목적에서 자주 의복 쇼핑을 하며 과시적인 쇼핑 성향을 보이는 소비자들로 자신이 원하는 의복을 선택하기 위해서는 시간과 노력을 아끼지 않는 특성을 지닌 것으로 보여진다. 한편, 자유 및 문화 지향성 라이프 스타일 요인은 편의적 쇼핑 성향을 제외한 다른 의복 쇼핑 성향 요인과 유의미한 상관관계가 존재하긴 하나, 성취 지향성 라이프 스타일 요인과 마찬가지로 전반적으로 그 관련 정도가 미비하며 특정한 의복 쇼핑 성향과의 관련성은 나타나지 않았다. 따라서 대학생들의 라이프 스타일 요인 중 의복 쇼핑 행동과 밀접한 관련을 보이는 것은 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일의 두 요인인 것으로 판단된다.

4. 인구통계학적 변인에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

대학생의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향이 피험자의 성별, 전공 분야, 용돈, 의복 지출 비용, 연령 등의 인구통계학적 특성에 따라 어떠한 차이를 보이는지를 알아보기 위해 변량 분석과 Duncan의 다중 범위검정을 실시하였다. 그 결과, 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향은 피험자의 다양한 인구통계학적 특성에 따라 많은 차이를 보이는 것으로 나타났다.

1) 성별에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향  
 성별에 따른 라이프 스타일의 차이는 성취 지향성, 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일에서 나타났는데, 성취 지향성에서는 성별에 따른 차이가 비교적 미미한 반면, 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일에서는 성별에 따른 차이가 뚜렷이 나타났다.

내용을 살펴보면, 남자가 여자보다 성취 지향적인 라이프 스타일을 중시하고 사회의 규범이나 관습에 개방적이며 여가 활동을 중시하는 것으로 나타났으며, 여자는 남자보다 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일을 더 중시하는 것으로 나타났다. 한편, 성별에 따른 의복 쇼핑 성향의 차이는 합리적, 정보

〈표 5〉 성별에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

독립변인	성별		F 값
	남 (n=155)	여 (n=318)	
라이프 스타일			
성취 지향성	.23	-.11	3.18**
경제 지향성	-.30	.15	-4.54***
외모 지향성	-.21	.10	-3.19***
자유 및 문화 지향성	.18	-.09	2.63**
의복 쇼핑 성향			
합리적 쇼핑 성향	-.26	.12	-3.81***
정보적 쇼핑 성향	-.38	.18	-5.71***
과시적 쇼핑 성향	-.18	.01	-.27
편의적 쇼핑 성향	.15	-.07	2.16*

적 의복 쇼핑 성향에서는 두드러지게, 편의적 쇼핑 성향에서는 약간의 차이가 있는 것으로 나타났는데, 여자가 남자보다 합리적인 의복 쇼핑을 중요시하며 유행이나 의복에 대한 정보를 얻기 위한 정보적 쇼핑을 자주 하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

2) 연령에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향

연령에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향에서의 차이를 알아보기 위해 변량 분석과 Duncan의 다중범위검정을 실시한 결과, 라이프 스타일에서는 성취 지향성, 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일에서 연령에 따른 차이가 나타났다.

분석 결과를 살펴보면, 10대는 20대보다 경제 지향성과 외모 지향성 라이프 스타일을 두드러지게 중시하는 반면, 20대는 10대보다 성취 지향성 라이프 스타일을 약간 더 중시하는 것으로 나타났다. 의복 쇼핑 성향에서는 합리적 쇼핑 성향과 정보적 쇼핑 성향, 편의적 쇼핑 성향이 피험자의 연령에 따라 차이를 보이는 것으로 나타났는데, 10대가 20대보다 합리적, 정보적 의복 쇼핑 성향이 두드러지게 강한 것으로 나타난 반면, 20대는 10대보다 편의적 쇼핑 성향이 높은 것으로 나타났다.

3) 전공 분야에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향

〈표 6〉 연령에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

종속변인	독립변인	연령		F 값
		10대 (n=327)	20대 (n=146)	
라이프 스타일	성취 지향성	-.09	.19	-2.51*
	경제 지향성	.11	-.24	3.55***
	외모 지향성	.11	-.24	3.47**
	자유 및 문화 지향성	-.03	.06	-.90
의복 쇼핑 성향	합리적 쇼핑 성향	.09	-.20	2.89**
	정보적 쇼핑 성향	.13	-.28	4.10***
	과시적 쇼핑 성향	.02	-.05	.70
	편의적 쇼핑 성향	-.06	.14	-2.02*

대학생들의 전공 분야에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이를 살펴보면 〈표 7〉과 같다. 라이프 스타일의 각 구성 요인은 대학생들의 전공 분야에 따라 모두 차이가 나타나긴 하였으나 뚜렷한 차이는 보이지 않았다. 반면, 의복 쇼핑 성향은 대학생들의 전공 분야에 따라 정보적 쇼핑 성향과 과시적 쇼핑 성향 요인에서 큰 차이가 나타났는데, 공학 전공자들은 다른 전공자들보다 정보적 쇼핑 성향이 약한

것으로 나타났으며 예체능 전공자들은 다른 전공자들보다 과시적 쇼핑 성향이 강한 것으로 나타났다.

4) 용돈에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향  
용돈에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향에서의 차이를 알아보기 위해 변량 분석을 실시한 결과, 용돈은 편의적 쇼핑 성향 요인을 제외한 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 모든 요인에서 유의한 차이를 나타내어, 용돈이 대학생들의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향을 결정짓는 중요한 변인임을 알 수 있다.

먼저 라이프 스타일에서의 차이를 살펴보면, 성취 지향성 라이프 스타일 요인에서는 용돈이 30만원 이상인 집단이 다른 집단에 비해 성취 지향적인 라이프 스타일을 보이는 것으로 나타났고 경제 지향성 요인에서는 용돈이 20만원 미만인 집단이 20만원 이상인 집단에 비해 경제 지향적인 라이프 스타일을 강하게 나타냈다. 외모 지향성 요인에서는 용돈이 많을수록 외모 지향적인 라이프 스타일을 증시하는 것으로 나타났으며, 자유 및 문화 지향성 요인에서는 10만원 미만인 집단이 다른 집단에 비해 자유 및 문화 지향적인 라이프 스타일을 증시하지 않는 것으로 나타났다.

한편, 용돈에 따른 의복 쇼핑 성향에서의 차이는 합리적, 정보적, 과시적 쇼핑 성향에서 나타났다. 결과를 살펴보면, 용돈이 적은 집단일수록 합리적 쇼핑 성향이 강하며 용돈이 많은 집단일수록 과시적 쇼핑

〈표 7〉 전공 분야에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

종속변인	독립변인	전공 분야				F 값
		인문과학 (n=197)	자연과학 (n=124)	공학 (n=79)	예체능 (n=67)	
라이프 스타일	성취 지향성	-.11(a)	-.08(a)	.31(b)	.18(ab)	4.28*
	경제 지향성	.43(ab)	.15(b)	-.23(a)	-.11(ab)	2.68*
	외모 지향성	.02(b)	.15(b)	-.28(a)	-.01(ab)	2.98*
	자유 및 문화 지향성	-.10(a)	-.13(a)	.14(ab)	.29(b)	3.76*
의복 쇼핑 성향	합리적 쇼핑 성향	-.01	.08	-.10	-.07	.47
	정보적 쇼핑 성향	.05(bc)	.25(c)	-.42(a)	-.12(b)	7.58***
	과시적 쇼핑 성향	.02(b)	-.28(a)	-.08(ab)	.59(c)	11.15***
	편의적 쇼핑 성향	-.10	.08	.14	-.02	1.36

〈표 8〉 용돈에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

		독립변인	용 돈				F 값
			10만원 미만 (n=22)	10-20만원 (n=233)	20-30만원 (n=138)	30만원 이상 (n=74)	
라이프 스타일	성취 지향성	-.00(a)	-.03(a)	-.20(a)	.47(b)	7.36***	
	경제 지향성	.49(b)	.20(b)	-.22(a)	-.37(a)	10.82***	
	외모 지향성	-.63(a)	-.11(b)	.10(bc)	.37(c)	8.04***	
	자유 및 문화 지향성	-.57(a)	-.08(b)	.07(b)	.29(b)	5.18**	
의복 쇼핑 성향	합리적 쇼핑 성향	.56(c)	.16(b)	-.15(ab)	-.39(a)	9.02***	
	정보적 쇼핑 성향	-.62(a)	-.06(b)	.10(b)	.15(b)	4.12**	
	과시적 쇼핑 성향	-.45(a)	-.14(ab)	.01(b)	.54(c)	10.41***	
	편의적 쇼핑 성향	.24	.02	.18	.19	2.64	

성향이 강한 것으로 나타났으며 용돈이 10만원 이상인 집단이 용돈이 10만원 미만인 집단에 비해 정보적 쇼핑 성향을 증시하는 것으로 나타났다.

5) 의복 지출비용에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향

한 달 의복 지출 비용에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이를 알아보기 위해 변량 분석을 실시한 결과는 〈표 9〉와 같다.

라이프 스타일에서의 차이를 살펴보면, 외모 지향성 요인에서는 한 달 의복 지출 비용이 많은 집단일 수록 유행과 패션에 관심이 많고 외모관리를 위해 시간과 돈을 투자하는 외모 지향적인 라이프 스타일을 나타냈으며, 자유 및 문화 지향성 요인에서는 한 달 의복 지출 비용이 5만원 미만인 집단이 다른 집단보다 자유 및 문화나 여가생활을 덜 증시하는 것으로 나타났다.

의복 쇼핑 성향에서의 차이를 살펴보면, 합리적

〈표 9〉 의복 지출비용에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 차이

		독립변인	의복 지출 비용				F 값
			5만원 미만 (n=111)	5-10만원 (n=166)	10-15만원 (n=113)	15만원 이상 (n=77)	
라이프 스타일	성취 지향성	-.12	.04	.01	.08	.78	
	경제 지향성	.13	.01	.05	-.28	2.58	
	외모 지향성	-.53(a)	-.13(b)	.38(c)	.50(c)	26.30***	
	자유 및 문화 지향성	-.28(a)	-.00(b)	.12(b)	.23(b)	4.77**	
의복 쇼핑 성향	합리적 쇼핑 성향	.12(b)	.05(b)	.04(b)	-.35(a)	3.89**	
	정보적 쇼핑 성향	-.53(a)	-.11(b)	.16(c)	.78(d)	38.32***	
	과시적 쇼핑 성향	-.61(a)	-.06(b)	.28(c)	.60(d)	33.74***	
	편의적 쇼핑 성향	.08	.01	-.01	-.09	.55	

쇼핑 성향 요인에서는 의복 지출 비용이 15만원 이상인 집단이 다른 집단에 비해 합리적인 쇼핑을 덜 중시하는 것으로 나타났고, 정보적 쇼핑 성향 요인에서는 한 달 의복 지출 비용이 많은 집단일수록 쇼핑을 즐기고 유행과 옷차림에 대한 정보를 얻고자하는 정보적 쇼핑 성향이 뚜렷하게 증가하는 것으로 나타났다. 과시적 쇼핑 성향 요인에서도 정보적 쇼핑 성향 요인과 마찬가지로 한 달 의복 지출 비용이 많은 집단일수록 과시적인 쇼핑 행동이 뚜렷하게 증가하는 것으로 나타났다. 한편, 의복 지출 비용에 따른 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향에서의 차이는 F값을 통해 살펴볼 때 라이프 스타일에서보다 의복 쇼핑 성향에서 더 뚜렷하게 차이가 나타나는 것을 알 수 있었다.

## V. 결론 및 제언

### 1. 연구의 요약 및 결론

본 연구는 현대사회의 중요한 소비자 집단인 남녀 대학생들의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향을 조사하고 이들 두 변인이 인구 통계학적인 특성에 따라 어떠한 차이를 보이는 지를 알아보는데 그 목적이 있었으며, 본 논문의 연구 결과를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 대학생들의 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향의 구성 요인을 살펴본 결과, 라이프 스타일에서는 성취 지향성, 경제 지향성, 외모 지향성, 자유 및 문화 지향성의 4 요인이 제시되었으며, 의복 쇼핑 성향은 합리적 쇼핑 성향, 정보적 쇼핑 성향, 과시적 쇼핑 성향, 편의적 쇼핑 성향의 4요인이 제시되었다.

둘째, 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 상관 관계를 살펴본 결과, 유용한 시장 세분화 기준인 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향은 서로 밀접한 상관관계를 보였으며, 특히 경제 지향성 라이프 스타일과 합리적 쇼핑 성향, 외모 지향성 라이프 스타일과 정보적 쇼핑 성향은 높은 정적 상관관계를 지니고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 피험자의 인구통계학적인 특성에 따라 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향은 많은 차이가 있는 것으로 나타나, 비교적 유사한 연령과 동질적인 문화적 특성을 공유하고 있는 대학생 집단이라 하더라도 이들은 다양한 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향을 지닌

여러 소비자 집단으로 세분화되어야 하리라 생각되며, 따라서 대학생 집단을 표적 시장으로 하는 패션 기업에서는 이들에 대한 구체적인 시장 세분화 기준과 전략이 필요할 것으로 사료된다.

넷째, 소비자의 인구 통계학적 특성과 라이프 스타일, 의복 쇼핑 성향과의 관계를 비교하여 분석해볼 때, 전반적으로 라이프 스타일보다는 의복 쇼핑 성향이 피험자의 인구통계학적 특성에 따라 뚜렷하게 구분되어 소비자 시장을 세분화하는데 더 변별력이 있는 변인인 것으로 나타났다. 따라서 소비자의 일반적인 생활 양식을 나타내는 라이프 스타일보다는 의복과 관련된 특정한 소비 패턴을 나타내는 소비자의 행동적 기준인 의복 쇼핑 성향이 소비자들의 인구통계학적 특성과 연관 지어 패션 소비자 시장을 효과적으로 세분화하고 구체적인 마케팅 전략을 수립하는데 유용하게 사용될 수 있으리라 사료된다.

### 2. 연구의 제한점 및 후속연구의 제언

본 연구는 유용한 시장세분화 기준인 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 알아보고 이 두 변인이 피험자의 인구통계학적 특성에 따라 어떠한 차이를 보이는 지를 비교하여 분석해 봄으로서, 패션 기업에게 마케팅 전략 수립에 중요한 시장 세분화 기준에 대한 유용한 정보를 제공했다는 데 그 의의가 있다.

본 연구의 제한점은 피험자들을 일부 중소 도시에서 편의 표집 방법에 의해 선정하였으므로 연구의 결과를 일반화하는데 어려움이 있으며, 라이프 스타일 측정 문항 선정시 문항수의 지나친 증가를 막고 응답의 신뢰성을 유지하기 위해 의·식·주를 비롯한, 문화, 소비, 가치관 등의 다양한 삶의 측면을 모두 고려하지 못하였으므로 본 논문에서 나타난 라이프 스타일 구성 요인이 일반적인 대학생의 라이프 스타일을 대변한다고 보기에는 무리가 있다는 점이다.

본 연구를 통한 후속 연구의 제언을 살펴보면 다음과 같다. 본 연구는 대학생 집단을 대상으로 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계를 살펴보았는데, 이를 여러 연령대에 걸쳐 비교하여 분석해볼 필요가 있다고 생각된다. 또한 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향에 의해 각각 형성된 소비자 집단이 의복 선택 기준, 점포 선택, 선호 광고 전략 등의 다양한

의복 행동에서 어떻게 차이를 보이는 지를 비교분석하여 본다면 패션 기업의 구체적인 마케팅 전략 수립에 도움이 되리라 여겨진다. 또한 상이한 문화적 특성을 가진 여러 나라를 대상으로 효과적인 시장 세분화 전략을 조사하는 비교문화적인 연구는 앞으로 점차 글로벌화되는 패션 시장을 개척하는데 유용한 정보를 제공할 수 있으리라 생각된다.

### 참고문헌

- 김남숙 (2001). "대학생의 라이프 스타일과 의복 구매 행동에 관한 연구-AIO 분석 기법을 중심으로." 동국대학교 경영대학원 석사학위 논문.
- 김세희, 이은영 (2004). "의복 쇼핑 성향의 개념 규명을 위한 문헌적 연구." *한국의류학회지* 28권 3/4 호.
- 김소영, 이은영 (1994). "소비자의 의복 쇼핑 성향에 관한 연구." *한국의류학회지* 18권 3호.
- 김정희 (2003). "중년여성의 라이프 스타일에 따른 의복 구매행동 및 불만족-부산시 여성을 대상으로." 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현가 (2004). "남성 소비자의 감각추구성향과 쇼핑 가치 및 의복쇼핑행동과의 관계." 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 류숙희, 김보연 (2002). "라이프 스타일이 의복스타일 이미지 평가와 선택에 미치는 영향." *한국의류학회지* 26권 2호.
- 박광희 (1997). "의복 쇼핑 성향에 따른 소비자의 유형분석: 대구 여성 거주자를 중심으로." *한국의류학회지* 21권 1호.
- 박혜정, 신은주, 정혜영 (2004). "대학생의 의류쇼핑 성향과 청바지 구매시 점포 선택." *한국의류학회지* 28권 5호.
- 서은희 (1994). "소비자의 의복 쇼핑 성향-의복관련, 지속적 정보탐색 및 의류구매행동과의 관련을 중심으로." 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 오윤정, 이영선 (2004). "소비자의 라이프 스타일 유형에 따른 가족의류 평가기준." *한국의류학회지* 28권 3/4호.
- 윤미라 (1999). "남성 소비자의 의복 쇼핑 성향과 선호점포 이미지에 관한 연구." 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 원선, 강혜원 (1988). "의복변인에 의한 시장세분화와 라이프 스타일과의 관계-20~30대 여성의 의복 시장을 중심으로." *한국의류학회지* 12권 3호.
- 이명희 (1995). "소비자의 의복 구매성향과 구매기준에 관한 연구." *대한가정학회지* 33권 5호.
- 이문규, 김나민 (2002). "국내 인터넷 이용자의 시장 세분화 연구." *소비자학 연구* 13권 4호.
- 이수정 (1994). "의생활 양식에 따른 의복 구매 행동에 관한 연구. 서울시내 남녀 대학생을 중심으로." 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이승희 (2000). "라이프 스타일에 따른 과소비성향 및 의류쇼핑동기에 관한 연구." *복식문화연구* 8권 6호.
- 임경복, 임숙자 (1993). "라이프 스타일에 따른 의복 구매 행동에 관한 연구." *한국의류학회지* 17권 3 호.
- 정혜영 (1996). "여대생들의 의복 쇼핑 성향과 시장행동." *복식문화연구* 4권 2호.
- 조규철 (2000). "신세대 여학생의 패션 라이프 스타일 별 쇼핑 성향." 충북대학교 대학원 석사학위 논문.
- 채서일 (1999). "신세대에 관한 라이프 스타일 분석." *경영논총* 38권.
- 한경미, 나영주 (2003). "여성소비자의 라이프 스타일에 따른 의복구매 행동과 선호감성에 관한 연구." *한국의류학회지* 27권 9/10호.
- 황진숙, 양화영 (2006). "청소년의 라이프 스타일에 따른 의복 쇼핑 성향과 의류제품의 인터넷 구매 행동." *한국의류학회지* 30권 1호.
- Bellenger, D. N. and P. K. Korgaonkar (1980). "Profiling the Recreational shopper." *Journal of Retailing* Vol. 56 No. 3.
- Engel, J. F. and R. D. Blackwell (1982). *Consumer Behavior*. 4th. ed. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Jarow, J. and B. Judelle (1974). *Inside the Fashion Business* 2th. ed. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. 10th ed. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, New Jersey.

- Schewe, C. C. (1980). *Marketing Concept and Applications*. Yokyo MaGrauhill Kogakusha LTD.
- Shim, S. and M. E. Bickle (1994). "Benefit segments of the female apparel Mkt.: Pshcho-graphics, shopping orientations, and demographics." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 12 No. 2.
- Shim, S. and A. Kotsiopoulos (1993). "A typology of apparel shopping orientation segments among female consumers." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 12 No. 1.
- Shim, S. and A. Kotsiopoulos (1992). "Patronage Behavior of apparel shopping: part I. Shopping orientations, store attributes, information source, and personal characteristics." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 10 No. 2.
- Summers, J. O. (1970). "The identity of women's clothing fashion opinion leaders." *Journal of Marketing Research* Vol. 7.
- Wind, Y. and P. E. Green (1974). "Some conceptual, measurement and analytical problems in life style research." *Life Style and Psycho-graphics*, W. D. Wells(Ed.), Chicago, IL: American Marketing Association.