

여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 행동과 착용만족도

이 소 형 · 이 지 연* · 박 명 자^{+**}

한양대학교 교육대학원 가정교육학과, 한양대학교 의류학과 조교수*
한양대학교 의류학과 교수^{+**}

Shoes Purchasing Behavior and Wearing Satisfaction Related with Lifestyle of High School Girls

So-Hyoung Lee · Ji-Yeon Lee* · Myung-Ja Park^{+**}

Graduate Student, Dept. of Home Economics Education, Hanyang University

Assistant Prof., Dept. of Clothing & Textile, Hanyang University*

Prof., Dept. of Clothing & Textile, Hanyang University^{+**}

(2010. 2. 18. 접수; 2010. 4. 1. 수정; 2010. 4. 5. 채택)

Abstract

Teenagers are considered as one of important consumer groups by marketers because of their high purchasing power and impulsive purchasing propensity. Especially high school girls are most significant purchasing group of them. The purpose of this study is to investigate the effect of high school girls' lifestyle on shoes purchasing behavior and shoes wearing satisfaction. This study surveyed 428 high school girls in Seoul and Chonbuk area. Data were statistically analyzed using SAS 9.1.3 for Window. Major statistical methods are factor analysis, Cronbach's α coefficient, cluster analysis, frequency analysis, Chi-square test, multiple regression analysis, ANOVA and Duncan test. The shoes purchasing behavior is significantly different according to students' lifestyle. Activity-pursuing group's major shoes purchasing factor is practical use and fashion & scholar-pursuing group's major shoes purchasing factors are fashion and brand. Relationship between lifestyle and shoes purchasing pattern is as follows. Activity-pursuing group and fashion & scholar-pursuing group purchased shoes more frequently than family-pursuing group. Fashion & scholar-pursuing-group purchased shoes for the harmony of suit and shoes. As for wearing satisfaction, design is the primary factor and price was the least significant factor in sports shoes, while durability is the primary factor and material is the least significant factor for the casual shoes.

Key Words: High school student(고등학생), Shoes purchasing behavior(신발구매행동), Wearing satisfaction(착용만족도), Lifestyle(생활양식)

Corresponding author ; Myung-Ja Park

Tel. +82-2-2220-1192, Fax. +82-2-2297-1190

E-mail : mjapark@hanyang.ac.kr

I. 서론

소비자들의 패션에 대한 관심이 높아지고, 이들의 라이프스타일과 욕구도 점차 다양화, 감각화, 개성화됨에 따라 신발은 패션에 있어 중요하고, 트렌드를 주도하는 품목으로 소비자들의 관심이 주목되고 있다. 뿐만 아니라 생활의 질이 향상되고 건강에 대한 관심이 높아지면서 신발의 미적인 측면 이외에도 우수한 기능성을 갖춘 신발에 대한 수요가 점차 높아지고 있다. 이렇듯 소비자들의 변화와 생활수준 향상으로 신발도 기능성과 패션성이 모두 중요하게 생각되고 있다.

요즘의 우리나라 청소년들은 경제 성장으로 인한 소득 수준의 향상과 자녀수 감소로 부모의 지대한 관심과 관대한 양육태도에 의해 성장해서 자신만의 취향과 안목을 가지고 있으며 높은 구매력도 보이고 있다. 그로 인해 패션 기업에서는 청소년들을 중요한 소비자 집단으로 인식하고, 청소년들의 라이프스타일이나 니즈, 구매 행동 등에 관심을 기울이고 있다. 청소년들은 육체적·정신적으로 급격한 발달과 변화를 가져오는 과도기적 시기로 가족이나 또래 집단, 대중매체로 부터 영향을 받으며 자기 정체성을 형성하고 있으며, 이들도 각각의 개별적인 라이프스타일을 형성하고 있다.

한편, 신발은 발을 안전하게 보호해주는 역할과 미적으로 아름답게 보이는 역할을 하고 있다. 신발은 무엇보다 중요한 것이 외부로부터 발을 보호해 주어 착용감이 좋고, 착용시 피로감을 줄일 수 있어야 하며, 이를 위해서는 신발의 형태나 재질, 만드는 방법 등에서 일정 요건을 갖추어야 한다. 또한 최근에는 신발이 패션의 완성도를 높여주는 품목으로 장식적인 측면이 많이 강조되어 색상이나 디자인 측면에서 독창적인 부분들이 주목을 받고 있다.

많은 라이프스타일과 관련된 연구는 대부분의 복 위주로 이루어져 왔으며, 잡화 구매 행동에 대한 차이를 밝히는 연구는 부족한 실정이다. 발과 신발에 대한 연구는 주로 여대생 및 성인여성을 대상으로 연구가 되어 왔으며^{1,2)} 청소년 특히, 여고생을 대상으로 한 연구는 거의 없는 실정이고, 성장기에 있는 여고생의 신발 착

용의 중요성에 대한 인식이 부족한 실정이다.

따라서 본 연구는 여고생들의 라이프스타일을 살펴보고, 각 라이프스타일별 신발 구매 행동을 살펴봄으로써 미래 신발 시장의 소비 주축이 될 청소년 소비자의 욕구와 필요, 만족과 불만족 요소를 정확하게 파악하여, 목표 고객에게 적합한 신발 생산에 필요한 기초적인 자료를 제공하고자 한다.

II. 문헌 연구

1. 청소년의 라이프스타일과 구매 행동

1) 청소년의 라이프스타일

선행연구에서 라이프스타일에 대한 개념을 살펴보면, Peter와 Olson은 라이프스타일을 사람들이 삶을 살아가는 방식으로 활동, 의견이 포함되는 개념이라 하였으며, Kotler는 개인의 활동, 관심, 의견 등에 표현되는 개인이 세상을 살아가는 패턴이라고 하였는데, 이는 라이프스타일을 포괄적인 개념으로 간주하여 정의하였다. Engel도 라이프스타일은 사람의 생활 혹은 시간과 돈을 소비하는 유형이라고 정의하면서 라이프스타일은 소비행동에 영향을 주는 중요한 인적 특성이라고 하였다.³⁾

청소년의 라이프스타일은 기성 세대와는 다르게 좋고 싫음이 분명하고 감정을 중시하며 친구 집단과의 일치를 지향하고 스스로 자기를 표현하고 가치를 부여하는 등의 특징을 소유하고 있고, 소비 유형이나 생활 유형에 변화가 있다. 강이주⁴⁾는 고교생들의 라이프스타일을 편리주의형, 독립적 성취형, 가족 중심형, 환경 중심형, 스포츠 선호형, 정보 탐사형, 대외활동 지향형, 향락주의형, 성적 집착형, 내성적 순종형, 현실 비판형, 변화 추구형, 전통주의형 등의 유형으로 분류된다고 하였다. 한편, 서울지역 중고등학생들의 의생활 양식을 구분한 것을 살펴보면 상표 중시형, 타인의견 신뢰형, 패션 지향형, 외향형으로 분류된다고 하였다.⁵⁾ 청소년의 라이프스타일에 따른 외모 관리 행동과의 관계 연구에서 청소년의 라이프스타일을 디지털 성향, 적극적인

활동성, 성취지향성, 물질지향성, 근검절약성의 5개 차원으로 분류하였고,⁶⁾ 최순란⁷⁾은 패션/외모 지향, 합리적 계획 소비 지향, 충동적/과시 지향, 적극적 활동, 소극적 활동, 삶의 질 지향의 6개 요인으로 분류된다고 하였다.

이제까지 선행 연구를 종합해보면 라이프스타일은 생활 양식의 개념과 소비 행동의 개념으로 분류되거나 통합되어 사용되었으며, 급변하는 현대 사회 속에서 경제적인 성장과 정보사회로 인해 라이프스타일은 더욱 많은 변화를 가져오게 되었다. 하지만 청소년 행동을 충분하게 이해할 수 있는 라이프스타일 관련 연구는 부족한 실정이며, 이미 진행된 연구들은 의류 제품 중심으로 연구가 진행되어왔다.

2) 청소년의 구매 행동

청소년기는 유행과 개성 연출에 민감하고 친구들에 대한 의존성이 증대되는 한편 또래와의 동조성을 중요하게 생각한다. 이러한 특성은 의복 관련 제품을 사용하는 데도 적용이 되고 있어 교복이 아닌 자유복을 입을 경우 본인의 패션에 대한 감각을 적극적으로 표현하는 경향이 있다. 그러나 청소년들은 많은 시간 교복을 착용하기 때문에 개인의 취향을 표현할 수 있는 제품이 신발이며, 특정 디자인이나 브랜드의 신발을 착용한다는 것은 청소년 자신의 개성을 표현하고 또래 집단에 동조하게 되는 중요한 수단이 된다.

선행연구를 살펴보면 청소년들이 유행을 따라야만 또래들 사이에서 자신을 나타낼 수 있다고 생각하므로, 남들에게 뒤처지지 않기 위해 값이 비싸더라도 유행에 맞는 옷이나 패션 잡화류를 구입하지만 패션에 대한 주관이 뚜렷하지 않아 유행성을 여과 없이 받아들여 모방하는 경우가 많다고 하였다.⁸⁾ 이명희⁹⁾는 청소년의 구매 행동의 특징은 과시 소비 경향이 있으며, 브랜드 제품을 선호한다고 하였다. 캐주얼웨어 구입시 청소년들은 과반수 이상이 최근에 유명 상표의 캐주얼 의류를 구입한 경험이 있었고, 구입 희망 상표명 중에서는 많은 수가 외국 유명 상표를 희망한다고 하였다. 즉, 이러한 결과는 청소년들이 유행을 따르고 친구들의 영향을 받아

충동 구매와 과시 소비 성향이 있다는 것을 의미한다.

또한, 청소년의 라이프스타일에 따른 의복 쇼핑 성향에 관한 연구를 살펴보면, 황진숙, 양화영¹⁰⁾의 연구에서는 인터넷/패션관심 집단이 의복 쇼핑에 있어서 쇼핑을 즐기거나 유행을 추구하려는 성향이 강하고, 가족중심/자신감 집단은 의복을 구매할 때 실용성을 지향한다고 하였고, 이명희¹¹⁾는 청소년의 라이프스타일 요인과 외모 관련 행동과의 연구에서 적극적 활동성과 물질지향성은 유행이나 멋 추구와 상관 관계가 있다고 하였다. 인터넷 쇼핑에 있어서 소비자의 의복 쇼핑성향을 쾌락적 쇼핑성향, 유행추구 쇼핑성향, 경제적 쇼핑성향으로 분류하였고, 구매집단 간 의복 쇼핑성향의 차이를 알아본 결과 패션 상품 구매 빈도가 많은 중구매 집단이 구매 빈도가 적은 경구매 집단이나 비구매 집단에 비해 쾌락적 쇼핑성향과 유행추구 쇼핑성향이 높았으며, 경구매 집단은 비구매집단에 비해 쾌락추구 쇼핑성향과 유행추구 쇼핑성향이 높게 나타났다.¹²⁾ 즉, 청소년의 라이프스타일 집단에 따라 의복을 구매하는 성향에는 차이가 있다는 것이다.

이상의 결과를 정리해보면 의복의 구매 성향이 청소년의 라이프스타일에 의해 영향을 받고 있으며, 청소년들은 과시 소비 성향이 있으며 브랜드 제품을 선호하는 것을 볼 수 있다. 그러나 지금까지 청소년의 구매 행동에 관한 연구는 의복 제품 위주로 진행되어 왔고 신발 제품의 중요도가 차츰 증가하고 있음에도 불구하고 이에 대한 연구는 부족한 실정이다. 의복 제품과 마찬가지로 신발 제품의 구매 성향 또한 여고생의 라이프스타일이나 이에 의해 영향을 받을 것으로 생각되므로 이에 대한 연구가 필요하다고 생각된다.

2. 신발 구매 행동과 착용 만족도

발은 인체를 지지하는 기능과 보행 기능 외에도 근육 속의 혈액을 순환시키는 중요한 기능을 가지므로 제2의 심장, 혹은 자율신경을 통제하는 제2의 소뇌라고 부른다.¹³⁾ 발을 감싸는 신발은 발을 보호하고 보행 시에는 지면과의 충격을

완화시킨다. 신발은 신고 걸을 때 지면과 신발 사이에 일정한 마찰력이 생겨 보행을 안전하고 확실하게 한다. 신발은 외부에서 수분의 투과를 막아야 하기 때문에 신발 내부의 수증기 발산이 막히기 쉬운데 이 결점을 보완하기 위하여 통기성이 좋도록 만든 신발이 바람직하다. 또한, 신발이 발 모양에 맞지 않고 끝이 뾰족하거나 꼭 끼면 물집이나 티눈이 생기며 피부에 굳은살이 생긴다. 또 발톱이나 발이 변형되거나 발육 장애가 생기며, 발이 쉽게 피로해지므로 발모양에 맞는 것이어야 한다.¹⁴⁾ 이렇듯 신발은 외부로부터 발을 보호하고 오염을 막으며 방한, 방서 및 보행할 때 지면으로부터의 충격을 완화시켜 주고 보행 기능을 저해하지 않고 도움을 주어야 하므로 신발 착용 시 이러한 기능을 만족할 수 있는 형태와 재질적 요건을 갖추어야 한다.

요즘 삶은 삶의 질을 추구하고 건강에 대한 관심이 증가하면서 발의 건강에 많은 관심을 가지고 있는데, 신발은 발의 건강에 직접적인 영향을 미치는 것으로서 잘못된 신발의 착용은 발뿐만 아니라 각종 질병을 유발한다. 그간의 선행연구를 살펴보면, 백현주¹⁵⁾의 구두 종류에 따른 발의 쾌적성에 관한 연구에서는 구두를 착용하여 피부가 빨갛게 되거나 벗겨져 아프거나, 발이나 발가락이 저리고 아픈 사례가 많다고 하였으며, 이러한 증상은 연령이 증가할수록 더 많아진다고 하였다. 또 구두 착용으로 인해 발이 심하게 각질화 되는 증상이 가장 빈번하고 티눈, 발가락이나 발톱 변형, 연골 돌출 등의 장애가 발생한다고 하였다. 10대와 20대 여성을 중심으로 한 신발 착용 실태와 치수 및 형태 개선을 위한 연구에서 신발 착용으로 인해 발바닥, 허리, 무릎, 발목 아픔을 경험하였고 피부 각질화와 발바닥 변형을 초래하며, 변형이나 부작용이 많이 발생하는 부위는 새끼발가락과 뒤꿈치 상부라고 밝혔다.¹⁶⁾ 천중숙, 최선희¹⁷⁾의 연구에서도 조사대상 여성의 80% 이상이 구두 착용 시 불편을 경험한 적이 있다고 응답하였으며, 전 연령층에서 보편적으로 발가락이나 앞볼이 불편한 부위로 나타났다. 또, 구두의 기능성 구성 요소에 대한 불만족 경향은 연령이 낮을수록 구두바닥의 형태나 쿠션에 대해 불편함을 느끼고, 연령이 증가할수록 구두 볼의 너비가 너무 좁고

소재의 유연성이 부족하여 불편함을 경험한다고 하였다. 성인 남성의 신발 착용 실태와 구두 착용 만족도에 대한 연구에서는 구두 착용시 디자인과 색상에 대해서는 만족하고 가격, 재질 및 내구성에 대해서는 불만족스럽다고 하였다. 구두 착용시 발이 아프거나 저리고 발바닥이 후끈거리며 발이 붓고 물집이 생겼다는 경우가 많았으며, 발바닥, 발가락, 발뒤꿈치의 순으로 불편을 느끼고, 다리 부분 전체 피로와 구두 속의 불쾌감 등을 경험한 경우가 많았다고 하였다.¹⁸⁾ 신발에 대한 착용감과 치수적합성은 착용자의 인체 생리적 상태에 따라 다르게 감지되므로 적합한 신발을 착용하는 것이 발의 건강 유지에 매우 중요하다.

이상의 신발과 관련된 연구 결과들을 정리해 보면 구두 착용으로 인하여 불편 및 부작용을 대부분 많은 사람들이 경험하므로 신발에 대해 불만족하고 있는 것을 볼 수 있다. 그러나 신발의 착용 만족도에 대한 기존의 연구는 구두 착용으로 인한 발의 불편함을 위주로 진행되어 왔고 청소년들이 많이 착용하는 운동화에 대해서는 다루어지지 않았고, 신발 착용 만족도에 영향을 주는 신발의 세부 항목에 대한 연구는 미비한 실정으로 이에 대한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구문제

이상에서 살펴본 선행연구들을 통하여 라이프스타일이 제품 구매 행동에 중요한 요인이 된다는 것을 알 수 있었으며 또한, 신발 착용에 대해 불만족하고 있다는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 여고생의 라이프스타일에 따라 신발 구매 행동에 있어 어떤 차이가 있는지를 알아보고 신발에 대한 착용 만족도를 알아보고자 한다.

연구문제 1: 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 성향을 알아본다.

연구문제 2: 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 현황을 알아본다.

연구문제 3: 여고생의 신발 착용시 만족도와 불편사항을 알아본다.

2. 연구대상 및 자료수집

연구대상은 청소년기에 외모에 대한 관심이 있으며, 그들만의 라이프스타일이 특징적으로 나타나며, 발의 발달이 다 이루어져 사이즈만을 중요하게 생각하는 시기가 지난 여자 고등학생 선정하였다. 본 연구를 위한 자료 수집은 설문지 응답방식으로 이루어졌으며, 예비조사를 실시하여 적합하지 않은 문항을 수정하거나 제거한 후 본조사를 실시하였으며, 총 500부를 배부하여 응답이 부정확하거나 불성실한 설문지 72부를 제외한 총 428부를 분석하였다. 본 연구에 참여한 대상의 인구 통계적 특성은 <표 1>로 학년은 고등학교 1학년이 50.7%, 고등학교 2학년이 49.3%로 나타났으며, 지역 분포는 서울 지역

<표 1> 여고생의 인구통계적 특성

(N=428)		
인구통계적 특성	구분	빈도 (%)
학년	1학년	217(50.7%)
	2학년	211(49.3%)
거주지역	강남	129(30.1%)
	강북	137(32.0%)
	지방	162(37.9%)
가장의 직업	생산직	14(3.3%)
	판매, 영업직	18(4.2%)
	공무원	69(16.1%)
	사무직	78(18.2%)
	자영업	108(25.3%)
	전문직	42(9.8%)
	기술직	35(8.2%)
	서비스직	22(5.1%)
기타	42(9.8%)	
가계 소득수준	200만원 미만	39(9.1%)
	200만원 이상-300만원 미만	113(26.4%)
	300만원 이상-400만원 미만	124(29.0%)
	400만원 미만	
	400만원 이상-500만원 미만	59(13.8%)
	500만원 이상	93(21.0%)

이 62.1%, 지방이 37.85%로 나타났다. 가계 소득 수준은 300만원 미만이 35.51%, 300-400 만원이 29.0%, 400만원 이상이 34.8%로 나타났다.

3. 측정도구 및 분석 방법

본 연구는 실증적 연구를 위하여 설문지법을 사용하였고, 측정도구는 선행 연구를 참고로 하여 작성한 후 예비조사를 거쳐 문항을 수정, 보완하여 구성하였다. 설문 문항은 크게 4부분으로 구성되어 있으며, 구체적으로는 ① 여고생의 라이프스타일을 측정하기 위한 문항은 김명화,¹⁹⁾ 김숙정,²⁰⁾ 황진숙, 양화영²¹⁾의 연구를 기초로 하여 라이프스타일 문항 22개를 구성하였고 ② 여고생의 신발 구매 성향은 장혜연,²²⁾ 황진숙, 양화영²³⁾의 연구에서 사용된 척도 중에서 본 연구 목적에 맞도록 수정, 보완하여 21 문항을 구성하였고, ③ 여고생의 신발 구매 현황(구매 행동, 착용 만족도)에 관한 문항은 여혜린²⁴⁾의 연구를 기초로 14문항을 구성하였고, ④ 인구통계적 특성을 측정하기 위한 4문항 등으로 이루어져 있다.

본 연구의 자료분석은 SAS 9.1.3 for Window 를 이용하였으며 요인분석, 군집분석, 신뢰도분석, 빈도분석, 교차분석, χ^2 검정, 회귀분석, 일원 분산분석(ANOVA), Duncan-test를 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

1. 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 성향

1) 라이프스타일 유형 분석

여고생들의 라이프스타일을 분류하기 위해 Varimax rotation 방법을 이용한 요인분석을 실시하였으며, <표 2>와 같이 5개 요인의 22개 항목이 도출되었고, 총설명력은 53.5%로 나타났다. 요인 1은 패션과 관련된 일에 관심이 많고, 쇼핑을 즐겨하는 내용이 포함되어 ‘패션·쇼핑 중심 성향’이라 명명하였고, 요인 2는 친구와의 관계를 중요하게 생각하고 동아리, 동호회 등

소속 활동을 좋아하는 내용이 포함되어 ‘소속 중심 성향’이라 명명하였고, 요인 3은 가족과 관련된 일을 소중하게 생각하고 가족과 함께하는 시간이 많다는 내용이 포함되어 ‘가족 중심 성향’이라 명명하였고, 요인 4는 공부를 학생의 본분이라 여기고 대학 진학을 중요하게 생각하는 내용이 포함되어 ‘학업 중심 성향’이라 명명하였다. 요인 5는 취미나 여가활동을 중요하게 생각하기 때문에 ‘여가 중심 성향’이라 명명하였다. 이들 각 요인에 대한 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 신뢰도 검증을 실시한 결과 .64-.82로 전체적으로 신뢰도 계수가 높게 나타나 응답간의 내적 일치성이 있는 것으로 보여진다.

여고생의 라이프스타일 요인을 분석하고, 그 요인을 중심으로 집단을 구분하기 위하여 K-means 군집분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다. 라이프스타일 유형에 따른 군집의 수는 최종 3개의 집단으로 분류되었고, 각 요인에 따라 집단 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 집단 1은 학교 동아리, 동호회 등의 소속적인 활동에 적극적이고 관심을 가지고 있으며 친구와의 취미 활동이나 레저 활동을 즐겨하는 ‘활동 지향형’이라고 명명하였고, 전체 여고생의 50%(202명)에 해당되어 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 집단 2는 가족 중심 성향을 제외한 거의 모든 요인 점수가 낮게 나타나 모

<표 2> 여고생의 라이프스타일

요인별 항목	요인 부하량	고유치	전체변량 (누적변량)	신뢰도 계수
요인 1: 패션·쇼핑중심 성향 새로운 패션이나 유행을 누구보다도 먼저 받아들이는 편이다. 나는 옷이나 신발, 가방 및 액세서리에 관심이 많다. 쇼핑하는 일은 내 일상에서 즐거운 일이다. 백화점이나 의류제조업체의 카탈로그 및 패션잡지의 광고를 주의 깊게 본다. 어떤 제품들이 있는지 점포를 가끔 둘러본다.	.80 .78 .78 .75 .60	4.75	20.65 (20.65)	.82
요인 2: 소속중심 성향 학교 축제 등의 행사에 참여하는 것은 즐거운 일이다. 동아리, 동호회 활동은 학교생활에 꼭 필요하다. 나는 소모임이나 동호회 활동에 꼭 참여한다. 나는 여가시간에 친구들과 어울리기를 좋아한다, 사교적인 성격으로 남과 친하게 지내기를 좋아한다.	.77 .70 .67 .57 .52	2.66	11.54 (32.19)	.72
요인 3: 가족중심 성향 나는 가족과 보내는 시간이 많다. 나는 가족과 여행을 많이 다닌다. 나는 가족의 생일을 기억하여 작은 선물이라도 준비한다. 나는 모든 일 중에서 가족의 일이 가장 중요하다. 나는 친척이나 친지의 행사에 꼭 참여한다.	.78 .70 .57 .56 .51	1.95	8.47 (40.66)	.64
요인 4: 학업중심 성향 대학 진학은 인생에 있어서 꼭 필요한 일이다. 나는 학업을 다른 일보다 우선시 한다. 공부는 학생의 본분이라고 생각한다. 나는 학업에 관련된 자기 개발을 많이 한다.	.76 .74 .71 .55	1.53	6.65 (47.31)	.69
요인 5: 여가지향 성향 나는 취미나 레저생활을 중요하게 여긴다. 여가활동은 내 생활에 중요한 부분이라고 생각한다. 나는 음악회, 영화, 연극관람 혹은 외식을 즐기는 편이다.	.85 .78 .53	1.42	6.19 (53.5)	.70

<표 3> 여고생의 라이프스타일 집단 구분

요인 \ 집단	집단1 활동 지향형(n=202)	집단2 가정 지향형(n=102)	집단3 패션/학업 지향형(n=95)	F
패션, 쇼핑 중심	-0.19 b ^a	-0.44 b	0.86 a	64.13 ^{***}
소속 중심	0.59 a	-0.52 b	-0.69 b	109.69 ^{***}
가족 중심	0.03 b	0.32 a	-0.40 c	13.87 ^{***}
학업 중심	0.05 b	-0.53 c	0.46 a	27.72 ^{***}
여가 지향	0.33 a	-0.85 b	0.20 a	6.35 ^{***}

*** p<.001

^a Duncan test 결과를 의미하며, 이는 평균값에 유의한 차이가 있다는 것을 나타냄

든 일에 대체적으로 관심이 없고 소극적이지만 가족에 관련된 일이나 가족과 함께하는 시간을 중요하게 생각하는 ‘가정 지향형’이라고 명명하였다. 집단 3은 패션에 관심이 많고 쇼핑을 즐겨하면서도 학업 또한 중요하게 생각하는 ‘패션/학업 지향형’이라고 명명하였다.

이상의 결과를 살펴보면 ‘활동 지향형’은 이부련²⁵⁾의 성취 추구형과 유순옥²⁶⁾의 여가 및 성취 지향형과 일치하는 것으로 보이고, ‘가정 지향형’은 임경복, 임숙자²⁷⁾의 가족 충실성과 채진

미²⁸⁾의 적극적 가정 충실형과 일치한다고 볼 수 있으나 본 연구에서는 패션/학업 지향형의 라이프스타일이 나타나 패션·쇼핑 등 외모에 관련된 항목에 적극적이면서 동시에 학업에도 열중하는 오늘날 여고생들의 라이프스타일을 잘 나타내고 있음을 볼 수 있다.

여고생의 라이프스타일에 따라 나눈 3개의 집단 간에 인구통계적 특성에 차이가 있는지 살펴보기 위해 χ^2 검정을 실시하였으며, 결과는 <표 4>로 라이프스타일에 따라 거주 지역과 가

<표 4> 여고생의 라이프스타일에 따른 인구 통계적 특성

인구통계적 특성		집단	관측빈도(기대빈도)			합계
			활동지향형 (n=202)	가정지향형 (n=102)	패션/학업지향형 (n=95)	
거주 지역	강남		61(61.76)	20(31.19)	41(29.05)	122
	강북		70(63.28)	36(31.96)	19(29.76)	125
	지방		71(76.95)	46(38.86)	35(36.19)	152
$\chi^2=15.87^{**}$, $df=4$						
직업	생산직		5(6.57)	5(3.33)	3(3.10)	13
	서비스직		59(69.69)	38(35.37)	41(32.94)	138
	사무직		47(51.51)	30(26.14)	25(24.35)	102
	자영업		23(19.70)	9(9.99)	7(9.31)	39
	전문직		27(19.70)	9(9.99)	3(9.31)	39
	기타		40(33.84)	11(17.17)	16(15.99)	67
$\chi^2=17.65$, $df=10$						
가계 수입	300만원 미만		70(73.23)	50(37.35)	25(34.42)	145
	300만원 이상-400만원 미만		57(56.06)	27(28.59)	27(26.35)	111
	400만원 이상		73(70.71)	25(36.06)	42(33.23)	140
$\chi^2=12.91^*$, $df=4$						

*p<.05, ** p<.01

계 소득에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 활동 지향형 집단은 모든 지역에 고르게 거주하고 있으며 가계 소득은 400만원 이상이고, 패션/학업 지향형 집단은 강남 지역에 거주하며 가계 소득수준이 400만원 이상인 여고생들이 많음을 알 수 있고, 가정 지향형 집단은 지방 지역에 거주하며 가계 소득수준이 300만원 미만인 여고생들이 많음을 알 수 있다.

2) 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 성향

신발 구매 성향 살펴보기 위해 Varimax rotation 방법을 이용하여 요인 분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 5>와 같이 4개 요인이 도출되었다. 각 요인의 명칭은 문항의 내용을 통해 요인 1은

유행에 민감하고 유행에 따라 신발을 구입하고 착용하는 내용이 포함되어 ‘유행 지향’이라 명명하였고, 요인 2는 브랜드에 관심이 많고 신발 구입시 브랜드를 중요하게 여기고 있는 내용이 포함되어 ‘브랜드 지향’이라 명명하였고, 요인 3은 신발의 품질 및 편의성, 관리성을 중요하게 생각하는 내용을 포함하고 있어 ‘실용성 지향’이라 명명하였고, 요인 4는 가격과 계획에 의하여 신발 구매를 하는 내용이 포함되어 있어 ‘가격 지향’이라 명명하였다. 이들 각 요인에 대한 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 신뢰도 검증을 실시한 결과 .52-.80으로 나타나 비교적 응답자간 내적일치성이 있음을 알 수 있다.

이상의 결과는 황진숙, 양화영²⁹⁾의 청소년의 라이프스타일에 따른 의복 쇼핑 성향과 의류 제

<표 5> 신발구매성향

요인별 항목 <(*)는 부정문항>	요인 부하량	고유치	전체변량 (누적변량)	신뢰도 계수
요인 1: 유행 지향 신발 제품 구입시 유행에 신경을 쓴다. 세련된 이미지를 유지하기 위해 최신 유행의 신발을 신어야 한다고 생각한다. 유행에 따라 신발을 구입하는 것은 필요 없는 일이라고 생각한다.(*) 유행이 지난 신발 스타일은 잘 착용하지 않는다.	.76 .76 .69 .60	5.38	23.38 (23.38)	.79
요인 2: 브랜드 지향 유명 상표 여부에 상관없이 아무 신발이나 구입한다.(*) 나는 가능하다면 다른 사람에게도 잘 알려진 유명 브랜드의 신발제품을 사고 싶다. 유명 브랜드의 신발 제품은 믿음이 간다. 용돈을 최대한 활용하여 좋은 신발을 구입하려 노력한다. 좋은 신발을 신고 싶어서 좀 더 많은 돈을 쓴다. 유명 브랜드의 신발을 신으면 자신감이 생긴다. 같은 값이면 유명 브랜드의 신발을 산다.	.71 .71 .61 .57 .57 .54 .53	2.47	10.75 (34.13)	.80
요인 3: 실용성 지향 불편한 신을 신으면 얼른 벗어버리고 싶다. 품질이 좋으면 그 신발 제품을 계속 구입하는 편이다. 세탁으로 더러움을 쉽게 제거할 수 있는 신발이 좋다. 굽이 높은 신발을 신고 힘들어 하는 여자를 보면 안타깝게 생각된다. 신발은 무엇보다 편한 것이 중요하다.	.65 .64 .59 .57 .56	1.51	6.57 (45.96)	.63
요인 4: 가격 지향 미리 계획해 둔 예산에 따라 신발을 구입한다. 값싸고 좋은 신발을 사기 위해 기꺼이 더 많은 시간을 투자한다. 신발 제품 구입 시 상설할인매장을 잘 이용한다. 신발 제품 구입 시 세일기간을 잘 이용한다.	.67 .64 .48 .45	1.21	5.26 (45.96)	.52

<표 6> 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 성향

구매 성향 \ 집단	집단	활동 지향형 (n=202)	가정 지향형 (n=102)	패션/학업 지향형 (n=95)	F
유행 지향		2.59 b ^a	2.55 b	3.01 a	17.90***
브랜드 지향		3.40 b	3.29 b	3.71 a	11.11***
실용성 지향		3.72 a	3.60 ab	3.44 b	7.23***
가격 지향		3.01	2.86	2.98	1.96

*** p<.001

^a Duncan test 결과를 의미하며, 이는 평균값에 유의한 차이가 있다는 것을 나타냄

품의 인터넷 행동과의 연구에서 의복 쇼핑성향이 쾌락적 쇼핑성향, 유행 지향, 브랜드 지향, 시간/편의 지향, 가격 의식, 실용성 지향으로 분류된 연구 결과와 일부 일치하였다.

여고생의 라이프스타일에 따라 나눈 3개의 집단 간에 신발 구매 성향에 차이가 있는지 살펴보기 위해 일원분산분석(ANOVA)과 사후 검정으로 Duncan test를 실시하였다. 그 결과는 <표 6>으로 라이프스타일에 따라 신발 구매 성향 중 유행 지향, 브랜드 지향, 실용성 지향 부분에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 가격 지향 측면에서는 집단간의 차이가 없으므로 나타났다. 신발을 구매할 때 여고생들은 패션/학업 지향형 집단이 유행과 브랜드를 더 지향하는 반면에, 활동 지향형과 가정 지향형 집단은 유행과 브랜드를 덜 고려하는 것으로 나타났으며, 활동 지향형 집단은 실용성을 더 지향하여 신발을 구매하는 것으로 나타났다.

이상의 결과는 여성 소비자의 라이프스타일 요인과 의복 구매 행동과의 관계에 대한 황진숙, 양화영³⁰⁾의 연구에서 인터넷/패션관심 집단은 의복 쇼핑에 있어서 쇼핑을 즐기거나 유행을 추구하려는 성향이 강하게 나타났고, 가족중심/자신감 집단은 실용성을 지향하는 것으로 나타났는데 본 연구에서도 라이프스타일 집단에 따라 신발 구매 성향에 유의한 관계가 있는 것으로 나타나 선행 연구와 비슷한 연구결과를 보여주는 것이라 할 수 있다.

2. 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 현황

여고생들의 일반적인 신발 구매 현황을 살펴 보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 7>과 같다. 응답자들의 평균적 ‘신발 구매 시기’는 6개월 정도라는 응답이 43.19%로 가장 높았으며, ‘신발을 구매하는 이유’로는 ‘기존에 신고 있는 신발이 낡아서’라는 응답이 52.93%로 가장 높게 나타났고 옷과의 조화라는 응답이 21.78% 순으로 나타나 응답자들의 과반수 이상이 신고 있던 신발이 오래되어서 새로운 신발을 구매하고 있음을 알 수 있다. ‘신발 구매 장소’를 살펴보면 브랜드 대리점이라는 응답이 53.27%로 가장 높았으며, 백화점이 18.46%, 할인매장이 12.38%순으로 나타나 여고생들은 보통 브랜드 대리점을 통해 신발을 구매하는 것을 알 수 있다. ‘신발 구매가격’은 5-10만원이라는 응답이 56.21%로 가장 높았으며, ‘신발 구입시 브랜드 구매정도’를 살펴보면 운동화 구매시 유명 브랜드 제품만 구입한다는 응답이 54.91%로 거의 절반 이상이 유명 브랜드를 구입하였으며, 구두 구매시 유명 브랜드와 무상표 브랜드를 반반 정도 구입한다가 39.72%, 무상표 브랜드만 구입한다가 35.98%로 나타났다. 이러한 결과는 운동화 구입시 유명 브랜드 제품만 구입하던지 아니면 어느 정도라도 유명브랜드 제품을 구매한다는 응답이 전체의 약 94%로 대부분의 여고생들이 유명 브랜드 제품을 선호하는 반면에 구두를 구입할 경우에는 운동화와는 달리 유명 브랜드 보다 무상표 브랜드를 더 구매하고 있음을

<표 7> 여고생의 신발 구매 현황

						N(%)
구매빈도	1-2개월	계절마다	6개월	1년	2-5년	합계
	14(3.29)	68(15.96)	184(43.19)	136(31.92)	24(5.63)	426(100)
구매이유	넓아서	착용이 불편	유행에 따라	옷과의 조화	기타	합계
	226(52.93)	18(4.22)	33(7.73)	93(21.78)	57(13.35)	427(100)
구매장소	백화점	브랜드대리점	할인매장	인터넷	집주변상가	합계
	79(18.46)	228(53.27)	53(12.38)	40(9.35)	28(6.54)	428(100)
구매가격	2만원 미만	2-5만원	5-10만원	10-15만원	15만원 이상	합계
	15(3.51)	114(26.7)	240(56.21)	46(10.78)	12(2.8)	427(100)
브랜드 제품 구매정도	운동화	유명 브랜드 제품만 구입	유명 브랜드와 무상표 브랜드를 반반 구입	무상표 브랜드만 구입	기타	합계
		235(54.91)	168(39.25)	21(4.91)	4(0.93)	428(100)
	구두	유명 브랜드 제품만 구입	유명 브랜드와 무상표 브랜드를 반반 구입	무상표 브랜드만 구입	기타	합계
		74(17.29)	170(39.72)	154(35.98)	30(7.01)	428(100)

<표 8> 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 현황

신발구매현황		라이프스타일 집단	관측빈도(기대빈도)			합계
			활동 지향형(n=202)	가정 지향형(n=102)	패션/학업 지향형(n=95)	
구매 시기	1-2개월		5 (6.58)	0 (3.31)	8 (3.11)	13
	계절마다		36 (30.88)	13 (15.52)	12 (14.60)	61
	6개월		87 (87.08)	39 (43.76)	46 (41.16)	172
	1년 이상		73 (76.45)	49 (38.42)	29 (36.13)	151
$\chi^2=18.66^{**}$, $df=6$						
구매 이유	넓아서		112 (107.09)	61 (53.55)	38 (50.36)	211
	착용이 불편해서		7 (8.63)	4 (4.31)	6 (4.06)	17
	유행에 따라		9 (14.21)	7 (7.11)	12 (6.68)	28
	옷과의 조화를 위해		41 (45.68)	17 (22.84)	32 (21.48)	90
	기타		33 (26.39)	12 (13.20)	7 (12.41)	52
$\chi^2=22.94^{**}$, $df=8$						
구매 장소	백화점		33 (37.97)	17 (19.17)	25 (17.86)	75
	브랜드 대리점		115 (107.83)	52 (54.45)	46 (50.71)	213
	상설할인점		19 (18.73)	10 (9.46)	8 (8.81)	37
	대형할인점		8 (5.57)	3 (2.81)	0 (2.62)	11
	인터넷		15 (19.24)	10 (9.71)	13 (9.05)	38
	집주변상가		12 (12.66)	10 (6.39)	3 (5.95)	25
$\chi^2=14.79$, $df=10$						

<표 8> 계속

신발구매현황		라이프스타일 집단	관측빈도(기대빈도)			합계
			활동 지향형(n=202)	가정 지향형(n=102)	패션/학업 지향형(n=95)	
구매 가격	2만원 미만		7 (7.56)	6 (3.87)	2 (3.57)	15
	2-5만원 미만		6 (49.87)	23 (25.57)	15 (23.56)	99
	5-10만원 미만		108 (114.36)	63 (58.62)	56 (54.02)	227
	10만원 이상		23 (27.21)	10 (13.94)	21 (12.85)	54
$\chi^2=15.43^*$, $df=6$						
운동화 브랜드 제품 구매정도	유명 브랜드 제품만 구입		111 (109.83)	51 (56.29)	56 (51.88)	218
	유명, 무명브랜드 반반씩 구입		77 (80.10)	45 (41.06)	37 (37.84)	159
	무명 브랜드 제품만 구입		11 (9.07)	6 (4.65)	1 (4.28)	18
$\chi^2=4.68$, $df=4$						
구두 브랜드 제품 구매 정도	유명 브랜드 제품만 구입		32 (36.78)	16 (18.85)	25 (17.37)	73
	유명, 무명브랜드 반반씩 구입		84 (81.11)	42 (41.58)	35 (38.31)	161
	무명브랜드 제품만 구입		69 (69.52)	37 (35.64)	32 (32.84)	138
	기타		14 (11.59)	7 (5.94)	2 (5.47)	23
$\chi^2=7.77$, $df=6$						

* $p<.05$ ** $p<.01$

알 수 있다.

여고생의 라이프스타일에 따라 신발 구매 현황에 차이가 있는지를 살펴보기 위해 χ^2 검정을 실시하였으며, 결과는 <표 8>과 같다. 라이프스타일에 따라 신발 구매시기, 신발 구매이유, 신발 구매가격에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, ‘신발 구매시기’는 활동 지향형, 패션/학업 지향형의 경우 ‘6개월마다 구입한다’가 가장 많았으며, 패션/학업 지향형의 경우는 ‘1-2개월마다 구입한다’는 응답이 기대빈도 보다 높게 나타났다. ‘신발 구매이유’는 ‘대체적으로 낡아서’라는 이유가 많았지만, 패션/학업 지향형의 경우 ‘옷과의 조화를 위해서’가 기대빈도 보다 관측빈도가 높게 나타나 토털 코드네이션에 대한 관심이 많은 특성을 반영한 것으로 보인다. ‘신발 구매가격’은 세 집단 모두 5-10만원이 가장 많게 나타났으나, 패션/학업 지향형의 경우 10만원 이상을 지불하겠다는 의견이 많은 것으로 보아 신발 소비에 적극적인 것을 볼 수 있다.

이상의 결과는 이명희³⁰⁾의 연구에서 적극적

활동성은 남녀 모두 외모 관심 및 신체 만족과 유의한 정적 상관관계를 보여, 적극적 활동성이 높은 청소년들이 외모 관심과 신체만족도가 높다는 결과와 비슷한 결과를 보여주고 있다.

3. 여고생 신발 착용 만족도

신발을 착용한 후 만족도를 살펴본 결과 <표 9>로 각각 평균 점수가 3점 이상으로 운동화와

<표 9> 신발 착용에 대한 만족 요인

(N=428)

요인	신발	Mean (SD)	
		운동화	구두
	디자인	3.83 (.74)	3.61 (.90)
	색상	3.82 (.77)	3.71 (.77)
	치수	3.62 (.86)	3.28 (.96)
	소재	3.54 (.77)	3.36 (.87)
	내구성	3.46 (.81)	3.08 (.72)
	가격	3.19 (.83)	3.38 (.86)
	전반적 만족도	3.68 (.61)	3.39 (.72)

<표 10> 신발의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인

요인	신발종류	운동화		구두	
		β	t	β	t
디자인		.33	7.97***	.20	5.43***
색상		.13	3.21**	.20	5.01***
치수		.12	3.43**	.15	4.59***
소재		.16	4.12***	.10	2.77**
가격		.07	2.01*	.25	8.03***
내구성		.31	8.08***	.32	9.55***
R^2		.58 94.83***		.65 129.78***	

*** $p < .001$

구두에 대한 만족도가 모두 보통 이상인 것을 알 수 있으며, 운동화에 대한 만족도가 상대적으로 높았는데 이는 구매시 유명 브랜드를 구입하는 경향이 높기 때문인 것으로 보인다. 각각의 만족도를 항목별로 살펴보면 운동화의 경우 디자인, 색상, 치수, 소재, 내구성, 가격의 순서로 만족하였고, 구두의 경우 색상, 디자인, 가격, 소재, 치수, 내구성의 순서로 나타났다. 운동화의 경우 가격 만족도가 평균 3.19로 다른 만족도에 비하여 상대적으로 낮아 가격에 대해서 불만족하고 있음을 알 수 있었고, 구두의 경우 내구성 만족도가 평균 3.08로 상대적으로 내구성에 대해서 불만족하고 있음을 알 수 있다.

또한, 전반적인 만족도에 대한 각각의 만족도 요인의 영향력을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 결과는 <표 10>에서 보는 바와 같이 각각의 만족도 요인이 신발 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 운동화의 경우는 디자인, 내구성, 소재 등의 요인이 운동화의 만족도에 영향을 미쳤으며, 가격 요인이 가장 낮은 영향력을 미치는 것으로 나타났는데 이는 유명 브랜드의 운동화를 많이 구입하여 다른 항목의 만족도는 높지만 가격적인 부담감이 있는 것이라 할 수 있다. 구두의 경우는 내구성, 가격, 디자인과 색상 순으로 큰 영향을 미친 것으로 나타났다.

이상의 결과는 고등학생이 전반적으로 신발의 디자인과 색상에 대해서는 만족하고 내구성과 소재에 대해서 불만족하고 있다는 김정숙

등³²⁾의 연구와 일부 일치하는 것이라 할 수 있다. 이는 중학생의 경우 대부분 자신이 선호하는 신발보다는 부모님의 구매에 의해서 신발을 착용하지만 고등학생의 경우는 자신이 선호하는 디자인의 신발을 구매하고 착용하기 때문이라고 할 수 있다.

여고생들이 주로 착용하는 신발의 종류를 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 11>과 같다. 통학 시 주로 착용하는 신발은 구두라는 응답이 52.34%, 운동화라는 응답이 47.66% 순으로 나타나 여고생들이 통학 시에는 운동화, 구두를 제외하고는 다른 신발은 거의 착용하지 않는다는 것을 알 수 있다. 반면에 외출 시 주로 착용하는 신발의 경우 운동화라는 응답이 79.91%로 가장 높게 나타났으며 외출 시에는 구두보다는 주로 운동화를 착용하고 있음을 알 수 있다.

<표 11> 주로 착용하는 신발의 종류

신발	구분	N(%)	
		통학시	외출시
운동화		204 (47.66)	342 (79.91)
구두		224 (52.34)	76 (17.76)
기타		0 (0)	10 (2.34)
합계		428 (100)	428 (100)

신발 착용시 불편 사항에 대한 내용을 살펴본 결과 여고생들은 주로 착용하는 ‘신발의 착용

중에 불편함을 느낀 적이 있다'라는 응답이 63.79%로 나타났고, '신발로 인한 발의 변형이나 부작용 유무에 대해서는 '불편 사항이 없다'라는 응답이 67.37%로 나타나 여고생들은 주로 착용하는 신발에 대하여 과반수 이상이 불편함을 느끼고 있었지만, 신발로 인한 발의 변형이나 부작용은 대다수가 겪지 않았다고 하였다. 이는 여고생들이 주로 구두에 비하여 상대적으로 운동화를 많이 착용하기 때문인 것으로 볼 수 있다.

신발 착용 중 경험한 불편 증상과 발의 변형 및 부작용에 대한 응답자들을 대상으로 증상과 원인을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 12>로 여고생들이 경험한 불편 증상으로는 '피부가 벗겨져서 아프다', '물집이 생겨 아프다', '발바닥이 아프다'는 낮고, 발의

변형 및 부작용의 증상으로는 '피부가 딱딱해짐', '발가락의 변형', '티눈' 순으로 나타났다. 또한, 발의 변형 및 부작용의 원인으로는 '볼이 좁음', '소재의 뻣뻣함', '바닥의 딱딱함', '치수의 부적합' 순으로 나타났다. 발의 변형 및 부작용은 구두 착용 비율이 통학시 52.34%, 외출시, 17.76%에 구두를 많이 착용하기 때문인 것으로 보인다.

이상의 결과는 여자 중학생이 남자 중학생보다 불편한 구두를 많이 착용하기 때문에 신발 착용에 의한 발 장애를 경험한 경우가 많다는 권수에 등³⁾의 연구와 일치하였다.

V. 결론 및 제언

21세기에 들어오면서 소비자의 생활 수준과 패션에 빠른 변화와 다양한 스타일이 등장하면서 신발도 의복과 함께 패션의 중요한 부분을 차지하게 되었다. 본 연구는 여고생의 라이프스타일에 대한 이해를 도모하고 여고생들이 요구하는 적합한 신발 생산에 필요한 기초적인 자료를 제공하고자 하는데 목적을 두고 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 행동의 차이를 살펴보고자 하였다.

연구대상은 서울, 전북 지역에 거주하는 여고생 1, 2학년층을 대상으로 조사하였으며, 총 428부를 분석하였다. 연구방법은 선행연구와 예비조사를 통하여 수정, 보완된 설문지를 통해 본조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 본 조사의 설문지는 라이프스타일을 측정하는 부분, 신발 구매 성향을 측정하는 부분, 신발 구매 현황과 만족도를 측정하는 부분, 인구 통계적 특성을 측정하는 부분으로 구성되었다. 자료의 통계 분석은 SAS 9.1.3 for Window를 이용하여 요인분석, 군집분석, 신뢰도 분석, 빈도 분석, χ^2 검증, 회귀분석, 일원분산분석(ANOVA), Duncan 사후검정 분석 방법을 실시하였다.

본 연구를 통하여 얻은 결과를 요약하고 이를 바탕으로 한 제언은 다음과 같다.

1) 여고생의 라이프스타일 요인은 패션·쇼핑 중심, 소속 중심, 가족 중심, 학업 중심, 여가 지향이며, 이를 중심으로 한 라이프스타일 집단을 구분해 보면 활동 지향형, 가정 지향형, 패션/학

<표 12> 신발 착용에 따른 불편경험

구 분		빈도 (%)
불편 증상	피부가 벗겨져서 아프다	60 ^b (22.30)
	물집이 생겨 아프다	54 (20.07)
	발바닥이 아프다	46 (17.10)
	발가락이 아프다	42 (15.61)
	피부가 빨갱게 되어 아프다	27 (10.04)
	발이 부어 아프다	11 (4.09)
	발이 저리다	7 (2.60)
	기타	22 (8.18)
합 계		269 (100)
변형 및 부작용 증상	피부가 딱딱해짐	50 (37.04)
	발가락의 변형	40 (29.63)
	티눈	16 (11.85)
	연골돌출	10 (7.41)
	발톱의 변형	9 (6.67)
	기타	10 (7.40)
합 계		135 (100)
변형 및 부작용 원인	볼이 좁음	33 (24.09)
	소재의 뻣뻣함	32 (23.36)
	바닥의 딱딱함	27 (19.71)
	치수의 부적합	27 (19.71)
	굽 높이의 부적합	10 (7.30)
	기타	8 (5.8)
합 계		137 (100)

^b 불편을 경험한 응답자들의 다중응답 수치임.

업 지향형 3개의 집단으로 분류되었다. 여고생의 라이프스타일에 따라 신발 구매 성향에는 차이가 나타났으며, 여고생들 중 활동 지향형 집단은 신발을 구매 할 때 신발의 실용성을 더 추구하였으며, 패션/학업 지향형 집단은 유행과 브랜드를 중요하게 생각하였고, 가정 지향형 집단은 상대적으로 신발을 구입할 때 유행과 브랜드에 대해 별로 중요하게 생각하지 않았다.

따라서 라이프스타일에 따라 신발 구매 성향이 다르므로 활동 지향형과 가정 지향형 여고생이 목표 대상일 경우는 실용적이면서도 가족이 함께 구매할 수 있는 다양한 연령층의 신발 제품을 기획해야 할 것이며, 패션/학업 지향형 여고생들은 유행과 브랜드를 추구하므로 끊임없이 새로운 제품 개발을 하고 브랜드 가치를 향상시킬 수 있는 상품 기획을 해야 할 것으로 보인다. 또한, 가정이나 학교에서는 패션/학업지향형 집단의 유행과 브랜드의 추구 성향이 과소비와 충동구매로 이어지지 않도록 성인이 되어가는 과도기적 과정에 경제 관념을 갖출 수 있도록 하는 교육이 필요할 것으로 보인다.

2) 여고생의 신발 구매 현황에서 신발 구매 시기는 '6개월 마다 구입한다'가 가장 많았으며, 신발 구매 이유는 '납아서', '옷과의 조화를 위해서' 순으로 나타났으며, 신발 구매 장소는 브랜드 대리점이 가장 많았으며 백화점, 할인매장 순으로 나타났다. 신발 구매 가격은 5-10만원이 가장 많았다. 신발 브랜드 제품 구매 정도는 운동화의 경우 대부분의 여고생들이 유명 브랜드 제품을 선호하는 반면에, 구두의 경우에는 유명 브랜드 보다 무명 브랜드를 더 선호하였다. 이는 운동화를 더 많이 착용하여 또래 집단에서 가시성이 높고 동조성에 의해 브랜드가 유명한 운동화를 구매하는 것이라 할 수 있다. 여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 현황에는 차이가 있었는데, 패션/학업 지향형 집단은 옷과의 조화를 위해서 신발을 구매하였고, 10만원 이상의 높은 가격대로 신발을 구매하였으며 신발을 교체하는 시기도 잦았다. 한편, 활동 지향형 집단은 신발 구매 시기가 잦기는 하지만 2-5만원 대의 저렴한 가격으로 신발을 구매하고 있었다. 가정 지향형 집단은 기존에 신던 신발이 낡아서 다시 신발을 구입한다고 하였으며, 신발을

교체하는 기간이 길어 경제성을 더 고려한 것이라 할 수 있다.

이러한 연구결과에 따른 마케팅 전략을 제안해 보면 패션/학업 지향형 집단은 패션과 학업에 모두 적극적이므로 이들 스스로 패션 제품에 관련된 글을 올리거나 자신의 생각을 제안해 신발 구매에 있어 패션 리더로서 활동할 수 있는 장을 마련하여 구전 정보의 중심 집단으로 만드는 것이 적당하다고 보여진다. 활동 지향형 집단과 가정 지향형 집단에게는 저렴한 가격과 실용성이 부각될 수 있는 마케팅 전략을 실행해야 할 것으로 보인다.

3) 신발 착용시 만족도에 대한 결과는 운동화의 경우 디자인, 색상, 치수, 소재, 내구성, 가격 순으로 만족한다고 나타났으며, 구두의 경우는 색상, 디자인, 가격, 소재, 치수, 내구성 순으로 만족한다고 하였다. 또한, 운동화의 경우 디자인이 운동화의 전반적인 만족도에 가장 많은 영향을 미쳤고, 가격은 가장 낮은 영향을 미쳤으며, 구두의 경우는 내구성이 구두의 전반적인 만족도에 가장 많은 영향을 미쳤으며 소재는 가장 낮은 영향을 미쳤다. 여고생들은 통학 시에 운동화와 구두를 비슷하게 착용하고 있었고, 외출 시에는 구두보다는 주로 운동화를 착용하고 있었다. 여고생들은 신발을 착용 했을 때 과반수 이상이 불편함을 느끼고 있는 있었지만, 신발로 인한 발의 변형이나 부작용은 대다수가 겪지 않았다. 여고생들이 경험한 불편증상으로는 '피부가 벗겨져서 아프다', '물집이 생겨 아프다', 순으로 나타났고, 발의 변형 및 부작용의 증상으로는 '피부가 딱딱해짐', '발가락의 변형', '티눈', '연골 돌출' 순으로 나타났다. 또한, 발의 변형 및 부작용의 원인으로는 '발이 좁음', '소재의 뻣뻣함', '바닥의 딱딱함', '치수의 부적합' 순으로 나타났다.

따라서, 신발 착용 만족도에 따른 본 연구의 결과를 바탕으로 마케팅 전략과 가정 교육의 방향을 제안하면 기업에서는 신발의 내구성을 증진시킬 수 있는 소재의 개발이 필요하며 아울러 발의 불편함과 부작용을 완화시키기 위하여 신발의 바닥을 폭신하게 해서 충격이 흡수되도록 하는 신발의 탄력성 향상과 볼 넓이에 따른 다양한 치수의 신발 개발에 힘써야 할 것이다.

또한, 학교 교육에 있어 학생들에게 발에 대한 중요성을 인식시키며, 잘못된 신발의 착용으로 인해 발생하는 여러 가지의 문제점 특히, 발 뿐만 아니라 신체 건강에 악영향을 미치는 점을 부각시켜 올바른 신발 구매와 착용에 대한 교육이 필요할 것으로 보인다. 본 연구의 한계점은 조사 대상자를 서울과 전북 지역에 거주하는 여고생 1·2학년으로 한정하였으므로 연구 결과의 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것으로 보인다. 또한, 여고생의 라이프스타일이 분류에 심혈을 기울였지만 여고생의 라이프스타일을 보다 잘 반영할 수 있는 측정도구의 개발이 필요하다고 본다. 또한, 연구의 대상이 여고생으로만 한정되어 있으나 성인과 청소년 두 집단을 비교하여 연구를 하는 것과 남학생들 또한 외모에 대한 관심이 많으므로 이들을 대상으로 한 연구를 진행해서 각각의 라이프스타일과 신발 구매 행동의 관계와 신발 착용에 관한 관련 분야의 연구들이 이루어져야 할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- 1) 권미영 (1990). 여성노동청소년의 생활양식과 소비자 의식 및 행동에 관한 연구. 전남 대학교 대학원 석사학위논문.
- 2) 최순복, 이원자 (2002). 성인 여성의 구두 착용과 발 유형과의 관계. *대한가정학회지* 26(9), pp.231-238.
- 3) 이혜숙 (1998). 소비자의 라이프스타일이 점포 속성의 중요도 및 평가에 미치는 영향. 계명대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 4) 강이주 (1984). 청소년의 생활양식 유형분석: 서울의 고교생을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 차경순 (1995). 라이프스타일의 차이에 따른 외국상표 선호 경향에 관한 탐색적 연구: 청소년 캐주얼 의류시장을 대상으로. 국민대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 6) 이명희 (2003). 청소년의 외모관련행동과 라이프스타일에 관한 연구. *한국의류학회지* 27(9/10), pp.1101-1111.
- 7) 최순란 (2004). 니트웨어 소비자의 라이프스타일과 구매행동. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 8) 이은희 (2000). 청소년의 소비문화의 특성과 문제점. *월간소비자* 218, pp.24-28.
- 9) 이명희 (2003). Op. cit., pp.1101-1111.
- 10) 황진숙, 양화영 (2006). 청소년의 라이프스타일에 따른 의복쇼핑성향과 의류제품의 인터넷 구매행동. *한국의류학회지* 30(1), pp.71-82.
- 11) 이명희 (2003). Op. cit., pp.1101-1111.
- 12) 정재은, 정성지 (2004). 인터넷 패션소비자의 의복쇼핑성향과 만족활동에 대한 수용태도에 관한 연구. *한국의류학회지* 28(8), pp.1037-1047.
- 13) 권수애, 최종명, 김정숙 (2005). 남자 대학생의 신발 착용 실태와 장해 요인. *한국의류학회지* 29(1), pp.79-90.
- 14) 이순원, 조성교, 최성자 (1994). 피복환경학. 한국방송통신대학교 출판부.
- 15) 백현주 (1997). 구두 종류에 따른 발의 쾌적성에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- 16) 김세나 (2001). 신발 착용 실태조사와 치수 및 형태 개선을 위한 제언. 이화여대 석사학위논문.
- 17) 천중숙, 최선희 (2000). 여성의 구두 구매 및 착용에 관한 연구. *한국의류학회지* 24(2), pp.185-191.
- 18) 최종명, 권수애, 김정숙 (2004). 성인 남성의 신발 착용실태와 구두 착용만족도. *대한가정학회지* 42(10), pp.53-61.
- 19) 김명화 (2001). 라이프스타일 유형에 따른 구매의사결정에 관한 연구 -춘천권 대학생 중심으로-. 강원대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 20) 김숙정 (2005). N세대의 라이프스타일에 따른 온라인 쇼핑물 선택과 충성도에 관한 연구. 경남대학교 대학원 석사학위논문.
- 21) 황진숙, 양화영 (2006). Op. cit., pp.71-82.
- 22) 장혜연 (2001). 대학생과 고등학생의 가치

- 관과 의복행동 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 23) 황진숙, 양화영 (2006). *Op. cit.*, pp.71-82.
- 24) 여혜린 (1994). 성인 여자 구두의 적합성에 관한 연구: 설문조사 및 발의 계측을 중심으로. 부산대학교 석사학위논문.
- 25) 이부련 (1998). 라이프스타일과 의복구매행동과의 관계 연구. *한국복식학회지* 37, pp.17-32.
- 26) 유순옥 (1999). 청소년 소비자의 생활양식 유형과 소비주의 성향. 울산대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 27) 임경복, 임숙자 (1993). 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. *한국의류학회지* 17(3), pp.223-240.
- 28) 채진미 (1997). 50-60대 여성의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 29) 황진숙, 양화영 (2006). *Op. cit.*, pp.71-82.
- 30) *Ibid.*, pp. 71-82.
- 31) 이명희 (2003). *Op. cit.*, pp.1101-1111.
- 32) 김정숙, 권수애, 최종명 (2004). 고등학생의 신발 구매와 착용 만족도. *한국의류학회지* 28(2), pp.312-319.
- 33) 권수애, 최종명, 김정숙 (2005). *Op. cit.*, pp.79-90.