

X세대 남성의 패션스타일 유형과 특성

홍윤정 · 김리라 · 김영인⁺

한세대학교 섬유패션디자인학과 초빙교원 · 연세대학교 생활디자인학과 박사 수료 ·
연세대학교 생활디자인학과 교수⁺

The Types and Characteristics of the Fashion Styles of the Generation-X Man

Hong Yun Jung · Kim Ri Ra · Kim Young In⁺

Visiting Professor, Dept. of Textile Fashion Design, Hansei University
Doctor Completion, Dept. of Human Environment Design, Yonsei University
Professor, Dept. of Human Environment Design, Yonsei University⁺
(투고일: 2014. 10. 23, 심사(수정)일: 2014. 12. 12, 게재확정일: 2014. 12. 30)

ABSTRACT

Due to desire for more variation from male consumers within the men's fashion market in Korea, there has been an ongoing development of departmentalization of fashion styles. The Generation-X man, in particular, is the most active member of our current day society, and will be the principal agent in the senior market from here on forth. Thus, this study categorized their preferred fashion styles, and will seek to analyze the behaviors related to the pursuit of clothing of the Generation-X man. The qualitative investigations of the Q-method as well as the quantitative investigation of the SPSS 12.0 were used in conjunction as the method of study. Additionally, images and types resulting from the preceding first-year study entitled "The Type and Characteristics of the Modern Men's Fashion Images" were utilized as part of the surveys. As a result of the Q-method, which was used to derive the preferred fashion styles of the Generation-X man, they were classified into three categories: the classic suit preferring 'conservative class type', the polished, comfortable style preferring 'modern sophisticated type', and the adventure and variety seeking 'uninhibited individualistic style'. After analyzing the factors which influence clothing preference behaviors of these men, a total of seven causes were drawn from the results, including: conservative indifference to fashion, others conscious pursuit of fashion, the aim to show off brand name products, high involvement in the aspect of design, pursuit of TPO, pursuit of self-image, and conformity to fashion. The elements that revealed differences in the behaviors in pursuing clothing within the preferred fashion style types of the Generation-X man included the conservative indifference to fashion, and others conscious pursuit of fashion, which therefore shows that rather than enjoying the fashion lifestyle, these men possess a more conservative disposition instead.

이 논문은 2013년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 기초연구사업임
(No.NRF-2012S1A5A2A01018398)

Corresponding author: Young-In Kim, e-mail: youngin@yonsei.ac.kr

Key words: male fashion(남성 패션), male fashion image(남성 패션 이미지), male fashion style(남성 패션 스타일), menswear(남성복), the generation X Men(X세대 남성)

I. 서론

현대 사회가 가치 주도의 시대¹⁾로 변화해가면서, 대외적 네트워크 시 사람들은 사회적 활동과 역할에 필요한 개인의 정체성을 잘 전달하는 것을 중요시 하고 있다. 또한 나이가 들어가면서 자존감을 높여줄 수 있는 자신만의 개성과 스타일을 표현할 수 있는 자신의 라이프스타일을 구축하는 것은 개인의 행복을 위해서도 중요한 문제가 되고 있다. 특히 남성의 경우 자기표현과 호감적인 이미지를 형성하기 위해 패션스타일과 외모 가꾸기를 긍정적으로 활용하게 되면서 패션 지향적인 라이프스타일에 대한 관심이 높아지고 있으며 개인의 스타일과 이미지에 대한 정보를 필요로 하고 있다. 이로 인해 국내 남성복 시장에서는 보다 세분화된 패션 스타일 개발이 요구되고 있다.

1990년대 이후 고가의 화장품과 패션에 투자하는 남성들이나 연령과 상관없이 자유로운 사고와 생활을 추구하는 40~50대 중년 남성들이 증가하고 있으며 아름다움과 패션에 관한 문제는 10~20대의 젊은 남성만이 아니라 30~40대 남성들의 삶에서도 중요한 문제로 대두되고 있다. 1980년대에서 1990년대까지 성역할에 대한 태도의 변화로 인하여 남성복 디자인이 다양화되어지기 시작하였는데 '자상한 남성, 지적인 남성, 아름다운 남성'의 이미지는 자상하고 부드러운 감성적인 남성의 이미지는 과장되거나 몸에 밀착되지 않는 실루엣으로 나타났으며 여밈의 방식, 단추 개수 등의 디테일의 다양화를 통해 다양한 감성을 표현하고 있다.²⁾ 이러한 시대적 변화에 따라 남성 스스로 긍정적인 자기 이미지를 표현할 수 있는 다양한 패션 스타일에 대한 심층적인 연구가 필요한 실정이다. 특히 30~40대인 X세대 남성은 현재 우리 사회에서 가장 활발하게 활동하는 사회인구이며 향후 시니어 시장에 유입될 새로운 소비주체 세대로서 주목할 필요가 있다.

따라서 현대 남성의 패션 스타일의 유형과 특성을 규명하기 위해 현재 30-40대인 X세대 남성의 선호 패션 스타일과 의복추구행동을 분석하여 유형별 특성을 분석하고자 한다. 이 연구는 남성의 패션 이미지 유형별 특성을 규명한 '현대 남성 패션 이미지의 유형 및 특성'³⁾의 후속 연구로 선행 연구에서 결과로 도출한 10개의 패션 스타일 유형과 현대 남성 패션 이미지들을 설문조사 도구 및 이미지 분석에 활용하였다.

II. 이론적 배경

1. X세대에 대한 이론적 고찰

X세대라는 용어는 1950년대 다큐멘터리 사진작가 로버트 카파(Robert Capa)의 사진 제목에서 처음 사용되었다. 그는 제 2 차 세계 대전 직후 젊은 세대의 성장에 대한 포토 에세이의 제목으로 X세대 용어를 사용하였고 이들을 알 수 없는 세대 즉, X 세대라는 제목으로 표현하였다. 그 이후 1991년 캐나다의 저자 더글라스 코플랜드의 소설, X 세대(Generation X: Tales for an Accelerated Culture)에 의해 대중화되었다.⁴⁾

X세대와 관련된 세대 분류와 사회문화적 배경에 관한 선행연구를 살펴보면, X세대 이전 출생 세대인 베이비붐세대와 X세대 이후 출생 세대인 Y세대가 있다. X세대는 1960년대 중반~70년대 후반에 출생하여 현재 30대 후반~40대 중반의 연령대인 세대이다. 이 세대는 1980년대 해외여행 자유화와 부산 아시안 게임 개최, 서울 올림픽 등을 청년기에 경험한 세대로 경제적으로 이전 세대보다 풍요롭고, 문민정부 출범으로 인한 민주화된 정치 사회적 환경 속에서 성장하였다. X세대 이전 세대인 베이비붐세대는 6.25 전쟁 이후 인구 과밀화 시기였던 1950년대에서 1960년대 초반 출생으로 한국의 초기 경제 발전과

산업화 단계와 함께 성장하였다. X세대 이후 출생 세대인 Y세대는 1980년대에서 90년대 출생 집단으로 국제화된 사회와 정보화, 컴퓨터와 인터넷이 보급된 문화 속에서 성장한 집단이다.

세대구분은 선행연구에 세대구분의 출생 연도가 1~3년 다르게 나타나는 차이가 중요한 것이 아니라 그 세대만의 공통된 정치, 경제, 사회문화적 배경을 포함하는 주요한 특성을 지닌 집단으로 구분하는 것이므로 연구자의 관점에 따라 세대를 구분하는 기준은 차이를 보일 수는 있다.⁵⁾ 베이비붐 세대 이후의 세대에 관한 선행연구에서의 구분된 사회 문화적 배

경을 정리하면 다음 <표 1>⁶⁾과 같다.

X세대의 세대적 특성에 대한 선행연구를 살펴보면, X세대의 라이프스타일과 정치, 경제, 문화적 측면을 중심으로 한 특성을 밝히고 베이비붐 세대와의 비교 연구가 주로 이루어져 왔다. X세대가 20대였던 90년대 당시, 신세대에 관한 라이프스타일 분석한 채서일⁷⁾의 연구에서는 강한 패션 지향성과 과시적, 상징적 소비 형태를 X세대의 특성으로 제시하고 있다. 또한 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비 관련 가치관과 라이프스타일을 비교한 김우성, 허은정⁸⁾연구에서는 정치적으로 민주화된 시기에 성장하

<표 1> X세대와 관련된 세대 분류와 사회문화적 배경

명칭	출생 연도	사회 문화적 배경	연구자
베이비붐세대	1954년~1964년	6. 25전후 신생아 출생률 증가 시기 출생 청소년기에 유신시대와 5.18 광주 민주화운동 고도의 경제성장, 교육에서의 과밀화(대학진학경쟁)등을 경험한 집단	김우성, 허은정 (2007)
	1955~1961년	6.25 후 인구 과밀화 시기 공통의 역사 사회적 경험(6.25 전쟁/유신정권 등)	함인희 (2002)
X세대 (신세대)	1965년~1979년	청소년기에 6월 민주화 항쟁을 경험 정치적으로 민주화된 시기에 성장 산업화의 수혜세대, 물질적, 경제적 풍요 속에서 성장한 집단	김우성, 허은정 (2007)
	1968~1976년	1987년 6월 항쟁 당시 청소년기	장윤정 (2001)
	1970년 전 후	경제적 어려움 없이 자란 20대 청년 집단 파격적 소비 패턴 패락적 쇼핑 가치 소비 지향적	전인수, 최우원 (1996)
	1970년대 전, 후반	경제적 풍요 정치 이데올로기 성장 소비 지향적 개인적, 탈권위적	박재홍 (1995)
	1970년대 이후	튀는 성향 신세대 라이프스타일 마케팅 전략	이진용 (1995)
	20대 연령 (1994년 기준)	강한 패션 지향성 과시적, 상징적 소비형태 서구 문화 선호 오락지향성 개인주의적 성향	채서일 (1994)
Y세대	1980년~1999년 출생 집단	민주화 정착 속 성장 정치적 무관심 경제적 성장과 분배 사이의 균형추구 국제화, 정보화, 컴퓨터와 인터넷의 보급 등을 경험	김우성, 허은정 (2007)

여 한국의 산업화와 함께 발전된 문화를 수혜 받은 세대이며 물질적, 경제적 풍요 속에서 성장한 집단으로 설명하고 있다. 이들은 대학교를 다닐 무렵 한국의 해외여행 자유화에 의해 배낭여행 등의 새로운 여가 문화를 공유하였던 세대이며 자아실현과 개인의 삶을 중요시하기 시작한 집단이다. 우리나라 경제 성장과 함께 물질적으로 풍요롭게 성장하였기 때문에 이전 세대보다 소비문화에 관심을 가진다. 특히 이들의 소비는 패션에 대한 이해와 자아실현을 위한 가치관을 추구하며 자신의 개성과 감성을 중요시하는 특성을 공유하고 있다. 이들은 높은 패션 지향성을 보이며, 쇼핑에 있어서는 충동적인 구매 행동과 외국제품과 외국 브랜드를 선호하는 경향이 있다. 또한 패션에 대한 이해와 패션을 통한 자기표현에 대한 성향을 보여주는 세대이기도 하다. 식생활에서는 서구적 간편함을 추구하며 외식에 있어서 자기표현적인 소비 성향을 보였다. 또한 주거생활에서도 편리함과 미적인 면을 추구하고 컴퓨터 통신과 게임 중심의 여가 생활로 베이비붐세대와는 달리 인터넷 문화에 비교적 친숙한 라이프스타일을 갖고 있다.⁹⁾

앞서 언급한 베이비붐세대와 X세대, Y세대의 차이를 살펴보면 <표 2>와 같이 설명할 수 있다. 베이비붐세대는 가족중심의 가치관과 절약하고 검소하며 계획적인 소비를 하고, Y세대가 정보화 세대이자 디지털 세대로, 탈권위주의적 가치관을 보여주는 데 반해, 베이비붐세대와 Y세대 사이에 중간 세대인 X세대는 자아실현중심의 가치관과 감각적이고 쾌락적인 소비를 즐기고 패션 지향적인 행동을 보여 준다.¹⁰⁾

2. 남성의 패션스타일 선행연구

남성 패션스타일에 대한 유형을 제시하거나 특성을 분석한 연구로 김희선¹¹⁾은 8가지의 여성복 패션 이미지를 남성복에 적용하여 남성복의 패션스타일 유형을 제시하였다. 김윤경¹²⁾은 남성컬렉션을 중심으로 스타일을 분석하여 소피스티케이티드, 클래식, 엘레강스, 액티브, 내추럴, 클래식, 로맨틱, 에스닉, 밀리터리, 마린, 콜로니얼, 아방가르드 등으로 유형을 분류하였으며, 소피스티케이티드와 캐주얼, 엘레강스가 남성 패션의 지배적인 이미지로 분석되었다. 박수연¹³⁾은 한국 드라마 속에 나타난 남성의 패션스타일을 컨트리 스타일, 맨디 스타일, 전통적인 클래식 슈트 스타일 등으로 분류하여 분석하였다. 메트로섹슈얼 현상을 중심으로 한 남성 패션의 특성 연구로는 이연영, 변미연, 이인성¹⁴⁾의 연구와 박길순, 김서연¹⁵⁾의 연구가 있다. 실제 남성 소비자를 대상으로 한 연구로 윤진아¹⁶⁾는 서울 지역의 3개 대학 남학생들을 대상으로 20대 여성들이 선호하는 남성 패션스타일을 분석하였다. 김희연¹⁷⁾은 한국 중년 남성의 자기이미지와 패션스타일에 따른 취향에 대해 분석하기 위해 패션스타일 이미지를 기준으로 남성복 형태를 분류하였다. 또한 남성 소비자의 선호도 측면에서의 연구를 살펴보면 남성 정장 캐주얼트렌드의 소비자 선호도 및 라이프스타일에 따른 의류 상품 기획의 방향을 연구한 박소민¹⁸⁾ 연구와 소비자 라이프스타일에 따른 남성 캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품기획을 연구한 신사임¹⁹⁾의 연구에서는 남성

<표 2> 베이비붐세대와 X세대의 소비관련 가치관과 특성 비교

세대	가치관	특성
베이비붐 세대	가족 중심 집단주의	절약과 검소 중시 계획적인 소비 시간절약에 민감
X세대	자아실현중심 개인주의	감각적, 쾌락적 소비 형태 쇼핑 자체를 즐김 패션 지향적 행동 컴퓨터와 인터넷 문화의 시작
Y세대	탈권위주의	정보화 세대 디지털 세대

소비자의 욕구를 반영한 상품 기획과 트렌드 기획을 제안하였다. 남성 소비자의 구매행동에 관한 연구로 정재훈, 황선정²⁰⁾의 연구에서는 30대 남성들의 라이프스타일에 따른 패션 명품브랜드에 대한 태도와 구매행동을 고찰하고 있다. 이 연구에서는 설문조사를 통해 요인분석과 군집 분석으로 진보적 활동 추구형, 소극적 개성추구형, 적극적 패션 추구형, 합리적 생활추구형, 과시적 소비 추구형, 합리적 생활추구형, 과시적 소비추구형의 5가지 유형으로 30대 남성의 라이프스타일을 나누었다. 30대 남성의 라이프스타일 유형에서 소비성향을 가진 사람들이 패션명품브랜드 태도에 대해 높게 나타났고, 패션명품브랜드 태도가 높을 때 구매의도가 높게 나타났다.

하지만 남성 소비자의 패션스타일과 구매 행동에 관한 선행 연구는 여성복에 비해 부족한 실정이며 다양성을 요구하는 남성 소비자의 욕구로 인해 보다

세분화된 패션 스타일에 대한 연구가 필요하다. 현재 우리 사회에서 가장 활발하게 활동하는 X세대 남성은 앞으로 시니어 시장에 유입될 새로운 소비 주체 세대이므로 이 연구에서는 X세대 남성의 선호 패션 스타일을 유형화하고 유형별 의복추구행동 특징을 규명하였다.

Ⅲ. 연구 대상 및 방법

연구 방법으로 정성적 조사인 Q-method와 정량적 조사인 SPSS 12.0을 함께 활용하였다. 2013년 7월부터 2014년 1월까지 45명의 남성(65년~79년 출생)을 대상으로 연구자가 직접 Q방법론 설문조사를 실시하였다. Q방법론은 연구 대상자의 주관성을 관찰하는 측면에서 질적 연구 방법과 관련이 있기 때문에²¹⁾ 비교적 적은 수의 사람을 필요로 한다. 표본의 수가

<표 3> 패션 생활 관련 기초 설문 문항 빈도 분석 결과

패션 생활 관련 기초 설문 문항		비율 (%)
의복 구입 시 중요요소	디자인	66.7
	가격	15.2
	컬러	6.7
	소재(패브릭)	4.4
	브랜드	2.2
	기타	4.4
패션 추구 동기	개성 및 이미지표현	40.0
	체형보완	26.7
	상황 및 사회적 지위	33.3
패션 관련 관심 분야	운동(몸매)	28.9
	의류패션제품	28.9
	자동차	17.8
	신발	6.7
	시계 및 패션액세서리	2.2
의복 구입처	백화점	50.0
	직영점, 대리점	21.4
	상설할인매장	16.7
	해외구매	7.1
	인터넷쇼핑몰	4.8
패션에 대한 정보원	인터넷	54.1
	tv	21.6
	패션잡지	16.2
	브랜드 카탈로그	5.4
	패션의의 잡지	2.7

1명일 수도 있으나 보통 20~60명 정도면 포괄적인 연구가 가능하다.²²⁾ 이 연구에서 사용된 50개 이미지로 구성된 Q표본은 남성 패션스타일 선행연구의 결과²³⁾를 참고하여 클래식, 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 시크 모던, 모즈 모던, 아방가르드, 베이식 캐주얼, 에스닉, 액티브 아웃도어, 스트릿 키치의 10가지 패션이미지 유형별로 5개씩의 Q표본 이미지로 구성되었다. 이 자극물을 활용해 45명의 X세대 남성들에게 설문 조사를 실시하였고 동시에 개별적인 심층 면담이 이루어졌다. 설문조사 결과는 Q방법론의 퀀털 프로그램을 활용하여 X세대 남성의 선호 패션스타일 유형을 도출하였으며, 선호 패션스타일 유형에 따른 의복추구행동 요인별 차이를 도출하고자 ANOVA를 실시하였다.

45명의 남성(65년 ~79년 출생)을 중심으로 한 연구 대상의 인구통계적 특성 중 연령은 36~40세가 68.9%로 가장 높았으며 다음으로 41~45세가 24.4%를 차지했다. SPSS 12.0 통계 프로그램의 기술통계량 빈도분석을 통해 패션 생활 관련 기초 설문 문항을 분석한 결과, 의복 구입 시 중요하게 생각하는 요소들 중 디자인이 66.7%로 가장 높았으며 다음으로 가격은 15.2%로 높았다는 점에서 이들은 가격보다는 디자인을 중요하게 생각하고 있었다. 또한 패션을 추구하는 동기로는 개성과 이미지 표현이 40.0%, 상황 및 사회적 지위가 33.3%를 차지했다는 점에서 X세대 남성은 패션을 통해 자신을 다른 이들에게 긍정적으로 전달하며, X세대 남성에게 패션이 자신의 사회적 역량과 상황에 대한 표현 수단이 될 수 있음을 알 수 있다. X세대 남성의 패션 관련 분야의 외적인 관심사는 운동(몸매)와 의류패션제품이 높았고 다음으로 자동차, 신발, 시계 및 패션액세서리 순으로 나타났다. 그 외 의복 구입처는 백화점이 50.0%로 가장 높았으며, 직영점과 대리점이 21.4%로 두 번째로 높았으나 온라인쇼핑몰이용은 4.8%로 가장 낮았다. 패션에 대한 정보원은 인터넷으로 인한 정보 수집이 54.1%, TV가 21.6%, 패션 잡지가 16.2%순으로 나타났다.

IV. 연구 결과

1. X세대 남성 선호 패션스타일 유형화 결과

X세대 남성의 선호 패션 스타일을 유형화 및 분석을 위해 Q방법론의 퀀털 프로그램을 활용한 결과, 패션스타일 1유형은 51.1%(23명), 2유형은 42.2%(19명), 3유형은 6.7%(3명)으로 분류되었다.

가장 많은 비중을 차지하고 있었던 패션스타일 1유형은 클래식, 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 모즈 모던 등을 선호하는 유형으로 클래식에 대한 선호가 높게 나타난 유형으로 주로 정장 차림의 클래식한 슈트를 선호하며 셔츠와 넥타이와 같은 단정하고 격식에 맞춘 보수적이고 남성적인 패션스타일을 지향하는 집단이다. 다음으로 높은 비중을 차지한 패션스타일 2유형은 소피스티케이티드, 베이식 캐주얼, 모즈 모던, 어반 캐주얼을 선호하는 유형으로 자유롭고 편안한 패션스타일을 선호하고 있다. 선호하는 패션 이미지에는 잔잔한 무늬와 라이트 톤의 베이지 색상의 니트와 가디건, 소피스티케이티드한 이미지의 그레이 캐주얼 슈트 등의 아이템을 주로 선호하고 있었다. 세련되면서 컨템퍼러리한 스타일로 딱딱한 정장의 느낌보다는 부드럽고 고급스러운 스타일을 선호한다. 마지막으로 패션스타일 3유형은 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 아방가르드, 클래식과 같이 클래식한 이미지에서부터 전위적인 아방가르드 스타일까지 패션스타일을 다양하게 선호하는 유형이다. 이 유형은 드레이핑되는 상의 혹은 아방가르드한 형태의 재킷과 같은 전위적인 형태도 선호하며, 선호하는 이미지들이 다양하고 개별적인 특성을 갖고 있다. 즉, 3유형은 다른 유형은 비 선호하는 패션이미지였던 에스닉, 아방가르드 이미지를 선호하고 있었다. 각 유형별로 누적변량과 유형별 상관계수를 정리하면 다음의 <표 4>, <표 5>, <표 6>과 같다.

X세대 남성의 선호·비선호 패션스타일 문항에서는 공통적으로 클래식과 소피스티케이티드 이미지를 선호하고 있고 에스닉과 스트릿 키치 이미지를 비 선호하고 있었다. X세대 남성의 유형별 선호 패션스타일 문항과 비선호 패션 스타일 문항을 분석하

<표 4> X세대 남성 패션스타일 아이겐값과 변량

(N = 45)

	1유형	2유형	3유형
아이겐 값	24.3296	2.3196	1.9148
유형별 변량	.5407	.0515	.0426
누적 변량	.5407	.5922	.6348

<표 5> X세대 남성 패션스타일 유형별 상관계수

(N = 45)

	1유형	2유형	3유형
1유형	1.000	-	-
2유형	.870	1.000	-
3유형	.367	.455	1.000

<표 6> X세대 남성 패션스타일 조사대상자의 분포와 요인부하량

(N = 45)

패션스타일 1유형 (N = 23)		패션스타일 2유형 (N = 19)		패션스타일 3유형 (N = 3)	
ID	요인부하량	ID	요인부하량	ID	요인부하량
ID31	1.6670	ID07	2.2172	ID35	2.0667
ID27	1.3869	ID41	1.7762	ID37	1.5218
ID02	1.2997	ID40	1.5861	ID21	1.2802
ID25	1.2912	ID34	1.5578		
ID08	1.1873	ID42	1.4786		
ID13	1.1441	ID45	1.4621		
ID28	1.1437	ID04	1.4440		
ID10	1.1335	ID26	1.3160		
ID24	1.0940	ID36	1.1466		
ID17	1.0907	ID19	1.0633		
ID01	1.0325	ID33	0.9898		
ID14	0.9496	ID43	0.9872		
ID39	0.9451	ID30	0.9244		
ID22	0.9395	ID20	0.9056		
ID18	0.9344	ID44	0.9040		
ID11	0.9249	ID03	0.8866		
ID29	0.8951	ID23	0.8777		
ID05	0.8720	ID15	0.6357		
ID12	0.8622	ID09	0.6341		
ID38	0.8536				
ID16	0.8319				
ID06	0.6802				
ID32	0.4709				

<표 8> 현대적 세련미 추구 유형의 선호·비선호 문항 평균과 표준편차

문항번호	Q41	Q2	Q9	Q43	Q40	Q35	Q3	Q5	Q48	Q4	
선호 문항	패션 이미지										
		소피스티케이티드	모즈모던	소피스티케이티드	베이식캐주얼	베이식캐주얼	클래식	클래식	소피스티케이티드	클래식	어반캐주얼
	평균	8.95	8.68	8.58	8.58	8.32	8.26	8.26	8.00	7.95	7.84
	표준편차	1.224	1.734	1.427	1.774	1.635	1.522	1.593	1.453	2.147	1.500
	전형성	1.45	1.51	1.31	1.32	1.21	1.09	1.04	.95	.88	.98
문항번호	Q20	Q34	Q37	Q28	Q46	Q30	Q39	Q50	Q12	Q44	
비선호 문항	패션 이미지										
		스트릿키치	액티브아웃도어	에스닉	아방가르드	아방가르드	아방가르드	스트릿키치	스트릿키치	액티브아웃도어	스트릿키치
	평균	3.74	3.74	3.42	3.21	3.16	2.84	2.63	2.53	2.53	2.21
	표준편차	1.851	1.558	1.017	1.437	0.958	1.344	1.892	1.645	1.219	1.512
	전형성	-1.15	1.25	-1.28	-1.32	-1.42	1.61	-1.60	-1.86	-1.76	-1.91

- www.samsungdesign.net

면 다음과 같다.

<표 7>과 같이 패션 스타일 1유형은 클래식, 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 모즈 모던 등을 선호하는 유형으로 클래식에 대한 선호가 높게 나타난 유형으로 주로 수트를 선호하는 보수적인 경향이 강한 집단이다. 1유형 대상자들은 심층 면담 중에 '보수적인 직장 분위기', '사회적 지위'와 같은 용어를 활용하여 자신의 직업이나 직장 분위기가 패션 스타일에 많은 영향을 미치고 있음을 이야기하였다. 회사에서도 수트를 착용하며 더불어 중요한 계약이나 클라이언트와의 회의 등의 공식적인 자리에서도 격식과 품위를 위해 클래식한 수트를 선호한다고 하였다. 또한 자신이 유행에 민감하다거나 패셔너블하게 꾸미지는 못하지만 개인이 처한 상황과 사회적 지위에 맞게 코디네이션하는 것이 중요하다고 언급하였다. 그러므

로 1유형은 '보수적 품위 추구 유형'이라 명명하였다.

<표 8>과 같이 패션 스타일 2유형은 소피스티케이티드, 베이식 캐주얼, 소피스티케이티드, 모즈 모던, 어반 캐주얼을 선호하는 유형으로 자유롭고 편안한 패션 스타일을 선호하고 있다. 이들의 패션 스타일은 세련되면서 컨템퍼러리한 스타일로 여유 있으면서 품위 있게 보여 지는 스타일을 선호한다. 2유형 대상자들은 심층 면담 중에 유연하고 여유로운 생활방식과 가치관에 대한 언급이 많았고, 자신의 자유로운 가치관을 습득할 수 있게 해준 것은 평소 외국 여행이나 외국 유학 등의 경험이라는 이야기도 언급되었다. 이들의 직장 분위기도 전통적인 회사 분위기가 아닌 대상자들이 대부분이었으며 동등한 사내 분위기 혹은 프리랜서 등의 자유로운 분위기가 평소에도 니트와 면바지와 같은 편안한 패션 스타일을 즐기게

한다고 이야기하였다. 2유형도 1유형과 유사하게 자신이 유행에 민감하다거나 패셔너블하게 꾸미지는 못하지만 개인의 이미지와 상황에 맞게 코디네이션하는 것이 중요하다고 언급하였다. 그러므로 2유형은 '현대적 세련미 추구 유형'이라 명명하였다.

〈표 9〉와 같이 패션 스타일 3유형은 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 아방가르드, 클래식과 같이 클래식한 이미지에서부터 전위적인 아방가르드 스타일까지 패션 스타일을 다양하게 선호하는 유형으로 다른 두 집단과 차이를 보였으며, 이들은 다양하고 개방적인 패션 스타일을 추구한다는 점에서 유의미하게 살펴볼 유형이다. 3유형 대상자들은 심층 면담 중에 '자유분방하다', '개성이 강한', '남과 다르게 싶다' 등의 용어를 자주 언급하였고 남과 다른 개성이 강한 패션을 즐긴다고 이야기하였다. 또한 자신이 유행에 민

감하며 패셔너블하게 꾸미는 것은 중요한 삶의 가치이며, 개인의 개성과 취향에 맞게 코디네이션하는 것이 중요하다고 언급하였다. 그러므로 3유형은 '개방적 개성 추구 유형'이라 명명하였다.

2. X세대 남성 의복추구행동 연구 결과

1) X세대 남성 의복추구행동 요인 분석

X세대 남성의 의복추구행동 하위요인간의 차이를 분석하기 위하여 X세대 남성을 대상으로 남성의복추구행동의 요인분석을 실시한 결과는 〈표 10〉과 같다.

요인 1은 '얇고 비치는 옷은 신체를 많이 드러내서 입지 않는다.'의 평균값이 가장 높게 나타났으며 이와 유사한 값을 가진 '나는 옷 스타일이 평범해서 아무 때나 자주 입을 수 있는 옷을 주로 산다.'의 문

〈표 7〉 보수적 품위 추구 유형의 선호·비선호 문항 평균과 표준편차

선호 문항	문항번호	Q35	Q48	Q3	Q41	Q9	Q5	Q17	Q27	Q29	Q4
	패션 이미지										
	클래식	클래식	클래식	소피스티케이티드	소피스티케이티드	소피스티케이티드	클래식	소피스티케이티드	모즈모던	어반 캐주얼	
평균	9.17	9.13	8.74	8.43	8.43	8.13	8.13	8.09	8.04	8.00	
표준편차	1.403	1.632	1.356	2.191	1.701	1.290	1.517	1.311	1.692	1.859	
전형성	1.69	1.65	1.35	1.29	1.28	1.13	1.10	1.11	0.99	0.99	
비선호 문항	문항번호	Q7	Q28	Q47	Q39	Q37	Q30	Q46	Q50	Q44	Q42
	패션 이미지										
	아방가르드	아방가르드	에스닉	스트릿 키치	에스닉	아방가르드	아방가르드	스트릿 키치	스트릿 키치	스트릿 키치	
평균	3.43	3.39	3.39	3.26	3.22	3.17	3.09	3.04	2.78	2.70	
표준편차	1.950	1.438	2.291	1.815	1.445	1.696	1.240	2.056	1.476	1.185	
전형성	-1.40	-1.33	-1.34	-1.38	-1.38	-1.47	-1.51	-1.51	-1.68	-1.76	

<표 9> 개방적 개성 추구 유형의 선호·비선호 문항 평균과 표준편차

문항번호	Q41	Q7	Q33	Q24	Q4	Q48	Q26	Q38	Q32	Q22	
선호 문항	패션 이미지										
		소피스티케이티드	아방가르드	어반캐주얼	에스닉	어반캐주얼	클래식	아방가르드	시크모던	에스닉	어반캐주얼
	평균	9.33	9.33	8.67	8.67	8.67	8.33	8.00	7.67	7.67	7.67
	표준편차	2.082	2.082	1.155	2.082	1.528	1.155	2.000	2.082	0.577	3.215
	전형성	1.81	1.76	1.26	1.48	1.39	1.23	1.16	0.75	0.84	0.85
문항번호	Q28	Q45	Q16	Q47	Q34	Q14	Q39	Q20	Q50	Q44	
비선호 문항	패션 이미지										
		아방가르드	베이식캐주얼	모즈모던	에스닉	액티브아웃도어	모즈모던	스트릿키치	스트릿키치	스트릿키치	스트릿키치
	평균	4.67	4.00	4.00	3.00	2.67	2.67	2.33	2.00	1.33	1.33
	표준편차	1.155	2.646	1.000	2.000	0.577	1.528	0.577	0.000	0.577	0.577
	전형성	-0.57	-0.80	-1.08	-1.45	-1.71	-1.55	-1.86	-1.99	-2.36	-2.36

- www.samsungdesign.net

향이 두 번째로 높았다. 다음으로는 '새로운 유행의 의복을 남보다 늦게 산다.', '나는 옷을 살 때 옷이 꼭 껴서 몸의 곡선이 드러나면 꺼리는 편이다.', '나는 옷차림이 멋있다고 하는 평을 듣기 위해 노력하지 않는다.', '나는 의상 잡지나 상점의 진열장에 관심이 없다.', '아무리 아름다운 옷이라도 너무 노출시키는 옷은 사지 않는다.'순으로 평균값이 높았다. 요인1에 해당되는 요인들은 전반적으로 의복에 관심이 없고 무난한 옷을 즐겨 입으며 신체의 곡선이 드러나거나 신체가 노출되는 의복은 꺼려하므로 '보수적 패션무관심 요인'으로 명명하였다.

요인 2는 '나는 다른 사람이 입고 있는 옷이 그 사람에게 잘 어울리는지 민감하게 느낀다.'의 평균값이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '나는 의복으로 나의 이미지를 나타내는 것이 중요해서 브랜드 선정을 신중하게 한다.', '나는 적어도 밖에 나갈 때는 남

이 인정해줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다.', '나는 직장동료(친구)들과 다른 나의 개성을 나타낼 수 있는 옷이 좋다.', '나는 마음에 꼭 드는 옷이 있으면 당장 필요 없어도 사는 경우가 많다.'의 순으로 나타났다. 이 요인은 다른 사람이 나를 바라보는 이미지와 시선을 중요시하며 이 때문에 브랜드를 선정하고 고급 브랜드를 선호하므로 '타인 의식적 패션추구 요인'이라 명명하였다.

요인 3에서 가장 높은 평균값을 가진 문항은 '내가 다른 사람들에게 인정받으려면 유명상표의 의복을 입는 것이 중요하다고 생각한다.'이며 다음으로 '낯선 사람을 만났을 때 상대가 입은 비싼 상표의 옷이 호감도에 영향을 미친다.', '나는 최고급 가방, 시계, 구두 등 고가의 액세서리를 착용한다.'순으로 나타났다. 이는 나에게 대한 다른 사람의 평가나 남에 대한 나의 평가에 고가의 브랜드가 중요한 요소로 작

용하며 고가의 액세서리를 착용하는 편이므로 이를 '브랜드 과시 요인'으로 명명하였다.

요인 4는 '나는 옷을 입을 때 상의와 하의, 액세서리, 구두 등의 조화를 고려한다.'가 가장 높은 평균값을 가졌으며 다음으로 '고가의 유명상표보다 저가 의류만 즐겨 입는 것은 아니다.', '가족이나 친구의 권유보다는 내가 마음에 드는 옷을 산다.'순의 문항으로 높은 값을 가졌다. 이 요인은 전체적인 패션의 조화와 이미지를 중요시하고 의복을 고를 때 가격에 민감하지는 않으며 주위의 추천이나 권유보다는 자신이 선호하는 디자인의 의복을 구매하는 성향을 지니고 있으므로 '디자인 고관여요인'으로 명명하였다.

요인 5는 '나는 옷을 사기전에 미리 얼마를 쓸 것

인가에 대해 별로 계획을 세우지 않는다.', '의복을 때와 장소에 따라 적절하게 입는 것은 중요한 일이다.'의 순으로 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났다. 이는 의복 구매 시 가격에 민감하게 구애받지 않고 의복 착용 시 TPO를 중요하게 생각한다고 볼 수 있으므로 'TPO 추구 요인'이라고 명명하였다.

요인 6은 '내가 원하는 이미지에 맞는 옷이면 가격이 비싸더라도 산다.', '나는 옷을 선택할 때 가격보다 색상과 디자인의 조화를 본다.'의 순으로 높은 평균값을 가졌다. 이는 의복구매 시 가격보다는 자신의 이미지에 맞는 색상과 디자인을 더 중요하게 생각한다고 볼 수 있다. 따라서 이 요인은 '자기이미지 추구 요인'으로 명명하였다.

<표 10> X세대 남성의 의복추구행동 요인분석 결과

요인 1 : 보수적 패션무관심 요인	요인부하량
얇고 비치는 옷은 신체를 많이 드러내서 입지 않는다.	.782
나는 옷 스타일이 평범해서 아무 때나 자주 입을 수 있는 옷을 주로 산다.	.765
새로운 유행의 의복을 남보다 늦게 산다.	.667
나는 옷을 살 때 옷이 꼭 껴서 몸의 곡선이 드러나면 꺼리는 편이다.	.666
나는 옷차림이 멋있다고 하는 평을 듣기 위해 노력하지 않는다.	.603
나는 의상 잡지나 상점의 진열장에 관심이 없다.	.561
아무리 아름다운 옷이라도 너무 노출시키는 옷은 사지 않는다.	.477
고유치	3.637
전체변량(%)	15.156
누적변량(%)	15.156
Cronbach's α	.837
요인 2 : 타인 의식적 패션추구 요인	요인부하량
나는 다른 사람이 입고 있는 옷이 그 사람에게 잘 어울리는지 민감하게 느낀다.	.799
나는 의복으로 나의 이미지를 나타내는 것이 중요해서 브랜드 선정을 신중하게 한다.	.662
나는 적어도 밖에 나갈 때는 남이 인정해줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다.	.661
나는 직장동료(친구)들과 다른 나의 개성을 나타낼 수 있는 옷이 좋다.	.489
나는 마음에 꼭 드는 옷이 있으면 당장 필요 없어도 사는 경우가 많다.	.458
고유치	2.977
전체변량(%)	12.406
누적변량(%)	27.562
Cronbach's α	.782
요인 3 : 과시적 브랜드 지향 요인	요인부하량
내가 다른 사람들에게 인정받으려면 유명상표의 의복을 입는 것이 중요하다고 생각한다.	.831
낯선 사람을 만났을 때 상대가 입은 비싼 상표의 옷이 호감도에 영향을 미친다.	.775
나는 최고급 가방, 시계, 구두 등 고가의 액세서리를 착용한다.	.605

X세대 남성의 패션스타일 유형과 특성

고유치	2.596
전체변량(%)	10.816
누적변량(%)	38.377
Cronbach's α	.731
요인 4 : 디자인 고관여 요인	
나는 옷을 입을 때 상의와 하의, 액세서리, 구두 등의 조화를 고려한다.	.796
고가의 유명상표보다 저가의류만 즐겨입는 것은 아니다.	.707
가족이나 친구의 권유보다는 내가 마음에 드는 옷을 산다.	.615
고유치	2.555
전체변량(%)	10.645
누적변량(%)	49.023
Cronbach's α	.620
요인 5 : TPO 추구 요인	
나는 옷을 사기전에 미리 얼마를 쓸 것인가에 대해 별로 계획을 세우지 않는다.	.782
의복을 때와 장소에 따라 적절하게 입는 것은 중요한 일이다.	.758
고유치	2.006
전체변량(%)	8.358
누적변량(%)	57.381
Cronbach's α	.529
요인 6 : 자기이미지 추구 요인	
내가 원하는 이미지에 맞는 옷이면 가격이 비싸더라도 산다.	.855
나는 옷을 선택할 때 가격보다 색상과 디자인의 조화를 본다.	.567
고유치	1.895
전체변량(%)	7.895
누적변량(%)	65.276
Cronbach's α	.640
요인 7 : 패션 동조 요인	
나는 될 수 있으면 다른 사람과 보조를 맞춰 옷을 입는 것이 좋다고 생각한다.	.891
옷을 살 때 크고 화려한 무늬가 내게 잘 어울려도 눈에 너무 띄기 때문에 사지 않는다.	.452
고유치	1.559
전체변량(%)	6.495
누적변량(%)	71.771
Cronbach's α	.453

요인 7은 '나는 될 수 있으면 다른 사람과 보조를 맞춰 옷을 입는 것이 좋다고 생각한다.'가 가장 높은 평균값을 가졌으며 다음으로 '옷을 살 때 크고 화려한 무늬가 내게 잘 어울려도 눈에 너무 띄기 때문에 사지 않는다.'였다. 이 요인은 자신의 선호도보다는 다른 사람을 기준으로 타인에게 맞추어 입거나 튀게 입지 않고 타인을 의식해 의복을 착용하는 성향이

강하므로 '패션 동조 요인'이라 명명하였다.

2) 패션스타일 Q유형에 따른 의복추구행동 요인별 차이

X세대 남성 선호 패션스타일 유형에 따른 의복추구행동 요인별 차이를 살펴보기 위해 ANOVA를 실시한 결과, 보수적 패션무관심 요인과 타인 의식적

패션추구 요인에서 유의한 차이가 나타났으며, 나머지 요인에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 구체적인 결과를 살펴보면, 보수적 패션무관심형 요인은 패션스타일 보수적 품위 추구 유형과 현대적 세련미 추구 유형에서 평균이 가장 높게 나타난 반면, 개방적 개성 추구 유형에서는 평균이 낮게 나타났다. 타인 의식적 패션추구 요인은 개방적 개성 추구 유형에서 평균이 가장 높게 나타난 반면, 보수적 품위 추구 유형과 현대적 세련미 추구 유형에서는 평균이 낮게 나타났다. 보수적 패션무관심 요인은 ‘얇고 비치는 옷은 신체를 많이 드러내서 입지 않는다.’, ‘나는 옷 스타일이 평범해서 아무 때나 자주 입을 수 있는 옷을 주로 산다.’, ‘새로운 유행의 의복을 남보다 늦게 산다.’와 같이 보수적인 패션 스타일을 갖고 있는 남성 유형이라 할 수 있으며 보수적 품위 추구 유형과 현대적 세련미 추구 유형은 의복 추구 행동에서 보수적인 성향을 갖고 있다고 해석할 수 있다. 타인 의식적 패션 추구 요인은 ‘나는 다른 사람이 입고 있는 옷이 그 사람에게 잘 어울리는지 민감하게 느낀다.’, ‘나는 의복으로 나의 이미지를 나타내는 것이 중요해서 브랜드 선정을 신중하게 한다.’, ‘나는 적어도 밖에 나갈 때는 남이 인정해줄 만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다.’와 같이 패션 스타일에 있어서 타인의 시선과 평가를 중요하게 생각하며 브

랜드와 이미지를 중요하게 생각하는 타인 의식적인 패션 추구행동을 하는 문항들로 이루어져 있다. 이 요인의 평균값이 다른 유형들과 차이를 보였던 개방적 개성 추구 유형은 패션을 자신의 긍정적인 이미지를 표현할 수 있는 수단으로 활용하고 있으며 개성과 이미지를 추구하는 패션 생활에 대해 상대적으로 높은 관심을 갖고 있다고 할 수 있다.

V. 요약 및 결론

이 연구는 남성 패션 스타일의 연구가 필요한 시점에서 향후 남성 시니어 패션 시장에서 중요한 소비자로 부각되고 있는 X세대 남성 소비자들의 선호 패션스타일을 유형화하고 특성을 도출하였다.

X세대 남성의 선호패션스타일 유형은 클래식한 수트를 선호하는 ‘보수적 품위 추구 유형’, 세련되면서 편안한 스타일을 추구하는 ‘현대적 세련미 추구 유형’, 과감하면서 다양한 패션스타일을 즐기는 ‘개방적 개성 추구 유형’의 세 가지 유형으로 분류되었다.

이들의 의복 추구행동 요인 분석 결과, 보수적 패션무관심 요인, 타인 의식적 패션추구 요인, 과시적 브랜드 지향 요인, 디자인 고관여 요인, TPO 추구 요인, 자기이미지 추구 요인, 패션 동조 요인 총 7가지 요인으로 도출되었다. 또한 X 세대 남성의 선호

<표 11> 패션스타일 Q유형에 따른 의복추구행동 요인별 차이

패션스타일 유형		보수적 품위 추구	현대적 세련미 추구	개방적 개성 추구	F-value
의복추구행동요인	평균	3.64	3.57	2.43	4.588*
	Duncan test	A	A	B	
타인 의식적 패션추구	평균	2.78	2.81	4.07	4.876*
	Duncan test	B	B	A	
과시적 브랜드지향	평균	2.32	2.39	2.44	0.045
디자인고관여	평균	3.22	3.30	3.44	0.159
TPO 추구	평균	3.78	3.79	4.33	0.776
자기이미지추구	평균	3.28	3.26	3.33	0.008
패션동조	평균	3.30	3.24	3.17	0.060

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

패션스타일 유형별로 의복추구행동의 차이를 분석한 결과, 보수적 패션무관심 요인과 타인 의식적 패션추구 요인에서 차이를 보였으며, 대부분의 남성들이 의복 추구행동에 있어서 패션 생활을 즐기기보다는 보수적인 성향을 보여주고 있었다. 그러나 과감하면서 다양한 패션스타일을 즐기는 개방적 개성 추구 유형은 타인 의식적 패션추구 요인으로 타인의 시선을 의식하거나 즐기는 특성을 나타내었다.

현재 X세대 남성의 특성을 분석해보면 가장 활발하게 사회적으로 활동하는 사회 집단으로 패션스타일에 있어서 현재 사회적 지위와 역할에 영향을 받는 패션 생활을 할 수 밖에 없으므로, 남성을 위한 패션 상품 기획과 디자인 개발 시 남성들의 현실적인 욕구와 생활방식에 맞는 패션스타일과 디자인 기획이 필요하다.

앞으로 후속 연구에서는 남성들의 라이프스타일에 맞는 패션스타일과 남성 패션 디자인 기획에 대한 연구로 이어질 수 있다. 이 연구는 남성들을 위한 패션스타일과 이미지에 대한 정보를 요구하고 있는 가운데 앞으로의 신 중년 남성을 타겟으로 하는 패션 디자인과 패션 상품 기획에 활용할 패션스타일 자료를 제시한다는 측면에서 의의가 있다. 또한 중년을 포함한 남성을 위한 남성복 디자인 분야에 새로운 정보를 제시할 수 있을 것이며, 남성을 위한 패션상품 기획 시 정보로 활용될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) Kotler, P. (2010), *마켓3.0*, 안진환 역, 서울: 타임비즈, pp. 20-21.
- 2) 이지현 (2010), 20세기 한국 남성 성역할에 따른 남성복 디자인 변화 특성 연구, *복식*, 60(8), p. 65
- 3) 홍윤정 외 (2014), 현대 남성 패션 이미지의 유형 및 특성, *복식*, 64(5), pp. 18-29.
- 4) 위키피디아, "Generation_X", 자료 검색일 2014. 12. 16, http://en.wikipedia.org/wiki/Generation_X
- 5) 김우성, 허은정 (2007), 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비관련 가치관과 라이프스타일의 비교, *소비문화연구*, 10(4), p. 48.
- 6) *Ibid.*, pp. 79-97;
박재홍 (1995), 신세대의 일상적 의식과 하위문화에 관한 질적 연구, *한국사회학*, 29, pp. 651-683;
이진용 (1995), 신세대의 라이프스타일과 마케팅전략, *마케팅*, 317, pp. 38-41;
- 장윤정 (2001), X세대 라이프스타일 분석, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문;
- 전인수, 최우원 (1996), X세대의 쇼핑 가치와 쇼핑 정보이용 특성에 관한 연구, *상표학 연구*, 15, pp. 199-219;
- 채서일 (1994), 신세대에 관한 라이프스타일 분석, *고려대 경영논총*, 38, pp. 93-107;
- 함인희 (2002), *한국의 문화변동과 가치관: 베이비붐세대의 문화와 세대 경험*, 임희섭 외 편저, 서울: 나남, pp. 215-248.
- 7) 채서일 (1994), *op. cit.*, pp. 93-107.
- 8) 김우성, 허은정, *op. cit.*, pp. 31-53.
- 9) *Ibid.*, p. 93-107.
- 10) 김우성, 허은정, *op. cit.*, p. 48.
- 11) 김희선 (1999), 남성복 패션 이미지 분류와 이미지별 텍스타일 소재특성에 관한 분석 연구: 1995년부터 2000년 남성복 트렌드 정보 분석을 중심으로, *한국의 상디자인학회지*, 1(1), pp. 53-71
- 12) 김윤경 (2005), 트렌드 분석을 통한 남성 패션 이미지 연출에 관한 연구, *한국의류학회지*, 29(5), pp. 703-714.
- 13) 박수연 (2012), 드라마 속에 나타난 남성 패션스타일 분석, *한국엔터테인먼트산업학회*, 6(4), pp. 164-169.
- 14) 이연영, 변미연, 이인성(2006), 현대 패션에 나타난 남성복 스타일 특성에 관한 연구: 메트로 섹슈얼 현상을 중심으로, *한국의상디자인학회지*, 8(2), pp.125-133.
- 15) 박길순, 김서연 (2005), 남성 패션에 나타난 메트로섹슈얼 현상, *충남생활과학연구지*, 18(-), pp. 30-40.
- 16) 윤진아 (2008), 여성들이 선호하는 남성 패션스타일: 20대 여성을 중심으로, *기초조형학연구*, 9(4), pp. 139-149.
- 17) 김희연 (2012), 한국 중년 남성의 자기이미지와 패션스타일에 따른 취향 분석, 연세대학교 대학원 생활디자인학과 박사학위논문, pp. 87-98.
- 18) 박소민 (2002), 남성 정장 캐주얼트렌드의 소비자선호도 및 라이프스타일에 따른 의류 상품 기획의 방향, 연세대학교 대학원 의류환경학과 석사학위논문, pp. 14-166.
- 19) 신사임(2002), 소비자 라이프스타일에 따른 남성 캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품기획 방향의 모색, 연세대학교 대학원 의류환경학과 석사학위논문, pp. 13-133.
- 20) 정재훈, 황선정 (2014), 라이프스타일에 따른 30대 남성들의 패션명품브랜드 태도와 구매행동에 대한 연구, *기초조형학연구*, 15(1), pp. 631-640.
- 21) 김순은 (2007), *Q 방법론과 사회과학*, 부산: 금정, pp. 5-246.
- 22) 김희연 (2012), *op. cit.*, p. 50.
- 23) 홍윤정 외, *op. cit.*, pp. 18-29.