

체중조절행동과 온라인의류쇼핑에 대한 융합적 접근

김화선, 이규혜
한양대학교 의류학과

Convergence approach to weight control behavior and online clothing product shopping

Wha-Sun Kim, Kyu-Hye Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University

요약 본 연구에서는 신체에 대한 불만족이 체중조절행동을 유발한다는 점에 착안하여 이를 인터넷 쇼핑행동 중 사이즈 위험지각과 연결시켜 구매결정 유보행동에 이르는 영향관계를 실증적으로 알아보았다. 연실증연구결과 체중조절행동에는 식이요법, 물리적 시술 및 약물복용, 그리고 운동의 세 가지 주요활동이 있는 것으로 나타났다. 신체중조절행동에 있어서 성별의 차이는 나타났으나 연령 차이는 도출되지 않았다. 신체에 대한 불만족 중 체형에 대한 불만족은 운동에 의한 체중조절행동에 유의한 관계를 주었으나 신장과 몸무게에 대한 불만족은 체중조절행동과 관계가 나타나지 않았다. 치수위험지각에는 체중에 대한 불만족이 유의한 영향을 미쳤으며, 식이요법과 물리치술 및 양물복용 행동이 치수위험지각에 유의한 영향을 주었다. 치수위험지각은 결국 구매연기나 오프라인 전환과 같은 구매결정유보행동에 유의한 영향을 줌으로 해서 온라인쇼핑에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 체중조절행동과 신체불만족, 그리고 온라인 쇼핑시의 치수위험지각을 연결시킨 융합적 접근방법을 통하여 관련변수들의 영향관계를 살핀 데에 의의가 있다.

주제어 : 체중조절행동, 신체불만족, 치수위험지각, 구매결정유보, 오프라인 구매전환, 융합적 접근

Abstract This study focused on the idea that consumers who are dissatisfied with their body form tend to be more interested in weight control behavior. This research connects this relationship with consumers' risk perception on the internet and consequent decision hesitation behavior. Empirical results extracted three factors of weight control behavior: diet, physical treatment, and medication and exercise. Weight control behavior was different by gender but not by age. Consumers who were dissatisfied with their body form were likely to do exercise, but other types of dissatisfaction (weight dissatisfaction and height dissatisfaction) were not significantly related to weight control behavior. Weight dissatisfaction influenced perceived size risk significantly when shopping online. Diet, physical treatment, and medication had significant influence on perceived size risk when shopping online. Perceived size risk had significant influence on decision delay and offline switch behavior. This study took a convergence approach, which connects consumer characteristics with online shopping behavior.

Key Words : Weight Control Behavior, Body Dissatisfaction, Size Risk Perception, Purchase Hesitation, Offline Switching, Convergence Approach

Received 6 May 2015, Revised 16 June 2015

Accepted 20 July 2015

Corresponding Author: Kyu-Hye Lee

(Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University)

Email: khlee@hanyang.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

온라인 쇼핑 시장이 성장하고 온라인에서 의류제품을 구매하는 소비자가 증가하면서 소비자 불만에 대한 부분이 주목받고 있다. 그 중에서도, 특히 사이즈에 대한 불만이 의류를 구입하는 데 있어 가장 불만족한 요인으로 빈번히 언급되어왔다. 이는 온라인 쇼핑 특성상 직접 입어보지 못한 상태에서 구매결정을 하게 되는데 브랜드마다 사이즈가 다양하고 표기방법도 다르기 때문이다[1].

한편, 사회적 유행이 마른 체형을 강조하면서 정상적인 체형의 소유자들도 이상적인 신체이미지와 비교로 인해 왜곡된 신체 이미지를 갖게 되는 경우가 많다. 패션산업에서는 이와 같은 이상적인 신체이미지에 대한 사회적 메시지를 접포에서 의류제품이 디스플레이 되는 마네킨의 사이즈나, 모델의 사이즈 등을 통해 전파하고 있다[2]. 따라서 본인의 체형이나 몸매에 대하여 불만족한 경우가 많게 되며 이에 따라 온라인쇼핑 시 의류제품의 사이즈에 대한 정보에 민감하게 반응할 수밖에 없다.

오늘날 소비자들은 이상적인 미의 기준이라 할 수 있는 날씬하고 마른 몸매를 유지하기 위하여 체중조절을 이유로 식이요법, 운동, 다이어트 약 등을 복용하기도 한다. 이러한 경향은 더 이상 여성에게만 편중되어 있지 않다. 전통적으로 외모에 대한 관심이나 관리는 여성에게 일반적이었으나 과거에 비해 남성들의 신체에 대한 인식도 많이 변화하였으며, 오늘날 외모에 대한 관심은 남녀 모두에게 높아졌다. 이것은 외모를 중시하는 사회현상의 변화로 여성뿐만 아니라 남성의 외모도 사회적 활동이나 대인관계 시 매우 중요한 영향을 미치고 있기 때문이다.

온라인 쇼핑 시 소비자들은 다양한 위험지각에 노출되는데, 위험 지각은 소비자의 개인적인 특성에 따라 차이가 있으며, 특히, 의류제품은 다른 제품에 비해 주관적으로 평가되는 여지가 많은 만큼 소비자의 개인적 특성이 온라인 쇼핑 위험지각에 미치는 영향을 간과할 수 없을 것이다. 또한 소비자들은 구매결정을 하는 데 있어서 다양한 대안들을 비교 평가한 후, 가장 적합한 대안을 선택하는데, 온라인 쇼핑 시 지각한 위험요인은 대안의 선택 과정에 영향을 미치게 된다. 소비자들은 가장 적합한 제품을 발견했다라도 그 제품을 바로 구매하지는 않는다. 구매가 지연된다는 것은 이후 구매를 포기하거나 다른 대안의 선택으로 이어질 가능성이 크다. 초기의 온

라인 쇼핑에 관한 연구에서는 온라인 쇼핑의 특성 상 실제 제품을 직접 만져보거나 입어보지 못하고 구매하기 때문에 생기는 제품에 대한 불확실성과 결제과정의 불안감 등의 지각된 위험에 대한 연구들이 많이 진행되었다. 이미 성숙기 단계에 들어선 현재에는 소비자들이 지각하는 위험지각 뿐만 아니라 쇼핑을 하는 소비자의 개인적 특성과 그 특성이 실제 온라인 쇼핑 시 어떻게 영향을 미치며, 구매결정 과정과 어떠한 연관을 갖는지에 대한 연구가 필요하다고 생각된다.

따라서 본 연구에서는 의류 소비자의 심리적 특성으로서 신체불만족과 체중조절행동을 온라인 쇼핑행동과 연관시키는 시도를 하고자 한다. 구체적으로 신체에 대한 불만족이 체중조절행동과 온라인쇼핑시의 사이즈위험에 미치는 영향을 보고 또한 다시 구매결정행동에 영향을 미치는 영향관계를 알아보려 한다. 소비자들의 다양한 특성과 욕구에 대한 이해를 바탕으로 점포환경을 수립하고 기존 고객을 유지하며 고객의 점포전환행동을 감소시키고 경쟁우위를 차지하기 위한 마케팅 전략수립 제안에 도움을 줄 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 신체불만족

마른 체형을 아름답다고 여기는 경향이 지배적인 오늘날 마른 체형을 기준으로 자신의 신체를 평가하는 현대 사회의 속성은 신체불일치를 초래하고 있다고 볼 수 있다. 특히 체중의 민감성은 여성에게서 더 많이 나타나는 것으로 보이며 전통적으로 여성은 성 역할의 고정관념에 있어서 여성은 외모에 관심을 가지고 아름다움을 증진시키려 노력하는 것으로 여겨져 날씬함과 여성성이 연결된 것으로 생각된다[3].

Rhee[4]의 연구에서는 여성들이 마른 체형을 이상적인 신체이미지로 선호하고 있다는 것과 자신들이 실제로 다 뚱뚱하다고 왜곡하여 지각하고 있다는 것을 확인하였다. 더 나아가 사람들은 자신의 신체나 외모를 사회적 기준에 맞추어 보았을 때 객관적으로 매력적이지 않다고 느낄 때, 즉 신체상 불일치를 지각할 때 불안감을 느끼며 체형불안을 느끼지 않는 여성들보다 자신의 체형에 관해 부정적인 사고를 지니게 된다[5]. Chun and Jeong[6]은

신체상 불일치에 따른 신체불만족과 사회적 체형불안에 대한 연구에서 이상적 체형보다 자신의 신체이미지를 비판한다고 지각한 집단이 이상적 체형보다 마르거나 표준이라고 지각한 집단보다 신체불만족이 더 크게 나타났으며, 이것은 여성들이 자신의 신체를 타인의 평가에 근거하여 지각하는 경향이 강하고 다른 사람과 자신을 끊임없이 비교하기 때문이라고 했다.

또한 성별에 있어서 신체불만족은 차이가 있는데, 여성들은 남성들에 비하여 자신의 체중을 더 과대평가하여 신체에 대한 불만족감이 높으며[7], 여성들이 마른 체형을 추구하는 이면에는 다른 사람들도 마른 체형을 이상적 체형으로 여긴다는 인식을 바탕으로 하기 때문에 남성보다 자신의 체형에 대한 부정적인 평가를 내재화하여 체형에 대한 불안감이 크다고 하였다[5]. 이와 같이 현대 사회에서는 마른 체형을 이상적인 기준으로 삼고 자신의 신체이미지를 왜곡해서 인식할 뿐만 아니라 이상적 신체이미지와 실제적인 신체이미지의 불일치로 인해 신체에 대한 부정적인 감정을 갖게 되는 것이다.

2.2 체중조절행동

본래 체중조절의 의미는 의도적인 노력을 통해 체중을 증량하는 것과 감량하는 것 모두를 포함하지만 오늘날의 체중조절행동은 의도적으로 체중을 줄이는 것에 대한 행위와 관심도, 신념 등을 의미한다[8]. 이러한 배경에는 늘씬하고 마른 체형을 매력 있는 신체이미지로 규정하는 사회분위기와 그로 인해 정상 체중 이하의 마른 체형을 선호하며 자신의 몸을 실제보다 과대평가하는 왜곡된 신체이미지가 존재한다.

특히 청년 후기에 해당하는 여대생의 경우, 체형에 대한 관심도가 높고 남성들에 비하여 자신의 체중을 더 과대평가하여 신체에 대한 불만족감이 높다[7]. 22개 국가의 여대생을 대상으로 체중조절행동을 조사한 Wardle, Haase, and Steptoe [9]의 연구에서 우리나라 여대생은 체질량지수(BMI)가 $19.3\text{kg}/\text{m}^2$ 로 저체중군에 가까운 수치였으나, 스스로 비만이라고 생각하고 있는 비율은 44%였으며, 77%가 체중조절행동을 하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 22개 조사 대상국 중에서 체질량지수(BMI)가 가장 낮았으나 체중조절행동은 가장 많이 하고 있는 것으로 나타났다. 반면, 남자 대학생은 체질량지수(BMI)가 $20.7\text{kg}/\text{m}^2$ 로 22개국 중 두 번째로 낮은 평균값을 보였

고, 인지된 비만을 역시 14%로 두 번째로 낮았으며, 23%가 체중조절행동을 하고 있는 것으로 나타났다. Chung and Min [10]의 연구에서도 자신의 체형을 과대평가한 학생들은 체중조절행동을 했으며, 실제 비만 유무와 관계없이 자신의 주관적인 평가에 따라 체중조절시도를 한 것으로 나타났다.

신체불만족과 체중조절행동에 관한 선행연구에서 Hausenblas, Brewer, and Van Raalte[11]는 사람들은 건강하고 더 매력적인 체형을 통해 사회적 체형불안을 감소시킬 수 있다고 생각하기 때문에 지속적으로 운동을 하게 된다고 하였으며, 체중조절을 잘 하지 못한다면 다른 사람들이 자신에게 실망하고 비난할 것이라는 불안감을 느낄 수 있다고 하였다[6]. 또한 신체불만족은 다이어트에 대한 관심을 증가시키고[12], 스스로 비만이라고 생각하고 자신의 신체에 불만족할수록 비만 스트레스가 높고 비만스트레스가 높을수록 약물요법이나 식이요법, 물리적 시술 등의 체중조절행동을 하는 것으로 나타났다.

체중조절에 관련 된 선행연구에서 체중조절행동은 식사량을 줄이거나 단식을 하는 식이요법과 한 가지 음식만 먹거나 다이어트 식품을 섭취하는 식품요법, 정기적으로 체중 변화를 관찰하고 체중 정보에 관심을 두는 행동수정요법, 약물요법, 운동요법, 도구이용법 등으로 다양하다[13]. 본 연구에서는 체중을 조절하기 위해 행하는 개인의 노력을 체중조절행동으로 정의하였고, 여기에는 간식자제, 식단조절 등을 통한 체중조절행동과 비만관리 시설이나 병원 등을 방문하여 물리적인 시술을 받거나 약을 복용하는 행동, 그리고 운동을 통한 체중조절행동이 포함된다.

2.3 온라인 의류 쇼핑물 치수위험지각

온라인 의류 쇼핑에서 소비자가 지각하는 위험으로는 경제적 위험, 사회심리적 위험, 치수 및 품질관련 위험, 배달관련 위험, 정보노출위험, 시간손실 위험 등이 있다[14]. 이중 치수 및 품질 관련 위험은 의류상품의 사이즈 적합성에 대한 위험과 제품을 미리 확인할 수 없어서 생기는 위험을 포함한다.

오프라인 매장에서는 구매 전 소비자의 상품평가가 대부분 이루어지지만 온라인에서 패션상품을 구매할 때는 사진이나 텍스트 정보를 통해 상품정보를 탐색하여 구매하고 상품을 받아본 후 평가가 이루어지게 된다. 따

라서 의류제품은 색상이나 디자인, 품질, 맞춤새 등을 사전에 충분히 고려하기 힘들다. 모니터에 따라 실제와 색상이 다르게 나타날 수도 있고, 직접 입어볼 수 없어 사이즈가 표시되어 있다 할지라도 상표 별 사이즈 체계가 다르기 때문에 치수의 적합성을 확인하기 어려우며, 착용자의 신체적 특성에 잘 조화될 것인지도 불안한 요소가 되어 직접 제품을 보고 구매하는 것 보다 위험지각이 크다[16] 따라서 온라인 쇼핑몰에 대한 초기 연구는 의류 상품이 온라인을 통한 판매에 적합한가에 대한 의문에서 출발하여 소비자의 위험지각에 초점이 맞추어졌다.

개인 전문 쇼핑몰의 타이트핏 진 팬츠 사이즈 제공 실태를 조사한 Kim and Kim [17]의 연구에 따르면, 조사한 쇼핑몰들이 대부분 1980년대식 구 호칭 표기법인 숫자, 문자, 숫자(문자) 형식의 표기를 혼용하여 사용하고 있었으며, 사이즈 체계도 다양하고 쇼핑몰마다 호칭범위도 다르게 나타나서 사이즈 규격의 공통성이 결여되어 있었다. 같은 쇼핑몰 내에서도 제품에 따라 호칭, 사이즈체계, 참고치수 항목 및 측정방법 등이 일관성 없이 제시되고 경우도 있었다. 종합몰과 전문몰의 내셔널 브랜드 쇼핑몰은 제작에 대해 일괄 통제가 가능하며 비교적 공통성을 부여할 수 있는 것과 달리 개인 패션전문몰의 경우 제품을 쇼핑몰별로 자체 제작하거나 다른 제조업체로부터 사입하는 경우가 흔해지기 때문에 제조업체별로 사이즈 정보가 더욱 일관성이 없어 다양하게 제시되는 경우가 있다. 이와 같은 온라인 쇼핑환경에서 소비자는 신체치수에 맞는 제품식별이 더욱 어려워지게 되므로 온라인 쇼핑 시 치수에 대한 위험지각을 경험할 수 있을 것이다.

2.3 구매결정연기행동

구매결정연기는 소비자의 위험지각이 높아짐에 따라 제품구매를 망설이거나 최종 결제를 미루는 행동으로서 [18], 소비자가 욕구를 인지하고 대안을 비교 평가해본 후, 바로 구매를 하지 않고 구매 결정을 뒤로 미루는 것이다[19].

온라인 쇼핑을 이용하는 소비자들은 마음에 드는 제품을 발견하게 되더라도 바로 구매하지 않고 장바구니에 넣어두거나, 다른 대안을 찾아보고 비교해본 후 구매를 결정하는데, 소비자가 오프라인 상황에서 제품 구매를 지연하는 것에 대해 알아본 연구들에서는 다양한 요인들이 소비자의 구매결정연기에 영향을 미친다는 것이 밝혀

졌다. 먼저, 제품 대안의 수가 구매 지연에 영향을 미치는 데, 선택 대안의 수가 증가되게 되면 사람들은 혼란을 느끼며, 최선의 대안을 결정하지 못하거나 선택을 지연하게 된다[20]. 한 대안이 다른 대안과 비교해서 좋은 속성과 나쁜 속성을 동시에 가지고 있는 경우에 차원이 다른 이들 속성들 사이에서 선택의 어려움을 끼기 때문이다. 또한 전반적인 제품에 대한 호감도가 비슷한 경우에 소비자들은 자신이 어떤 대안을 선호하는지 명확하지 않거나, 대안에 대하여 자신이 무엇을 원하는지조차도 모르기 때문에 구매결정에 어려움을 느껴 선택을 지연하거나 포기하는 것으로 보았다. 반면에 소비자가 확실한 선호를 가지고 있는 제품이나 대안에 있어서는 선택기준이 명료하기 때문에 그만큼 쉽게 의사결정을 내릴 수 있고 구매를 연기할 가능성도 줄어든다.

온라인 쇼핑은 제품의 배송에 걸리는 시간이나 제품과 관련한 여러 위험요소로 인해 기존의 오프라인 점포보다 구매결정을 연기하는 비율이 높은 편이라고 할 수 있다.

점포전환에 관한 연구는 주로 상표전환과 점포 전환 장벽에 대해 진행되어 왔으며, 온라인과 오프라인 점포 선택과 영향요인에 대한 연구가 있었다. Cho et al. [18]은 온라인 쇼핑 시 위험지각요인, 채널혁신성요인, 상황적 요인에 의해 구매결정을 연기하게 된다고 하였다. 또한 Kim [21]은 소비자가 구매결정을 연기하는 이유로 성과적 위험지각, 재정적 위험지각, 사회적 위험지각, 절차 불확실성, 필요불확실성을 제시하였다. 특히 성과적, 재정적, 사회위험지각과 필요불확실성에 의해 구매결정을 연기하게 되면 소비자가 짜증이나 불쾌감 등의 부정적 감정을 느낀다고 하였다. Lee [22]우리나라 소비자들은 구매를 결정하기 전 온라인과 오프라인 점포를 통해 많은 양의 정보를 탐색하고 분석하는 크로스 채널 쇼핑성향을 가지고 있는데, 온라인 쇼핑몰이 오프라인 쇼핑몰보다 구매자에게 제품에 대한 신뢰를 주지 못하기 때문에 패션상품정보의 검색은 온라인을 더 많이 이용하고 구매는 오프라인에서 한다고 하였다. 오프라인 구매를 온라인 구매로 전환시키려면 패션상품의 정보를 더욱 명확히 제공해야 한다. 이러한 맥락에서 볼 때 인터넷 쇼핑에서의 위험지각은 소비자의 구매결정연기에 영향을 미치는 요인이 될 것으로 예상된다.

3. 연구방법

2.1 연구문제

- 연구문제 1. 신체불만족, 체중조절행동과 온라인쇼핑 시 사이즈위험에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제 2. 체중조절이 온라인쇼핑 시 지각된 사이즈 위험에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제 3. 치수위험지각이 구매결정행동(구매연기, 오프라인 전환)에 미치는 영향을 알아본다.

2.2 측정도구

본 연구에서 신체불만족의 측정문항은 선행연구[23]에서 사용된 Visual Analogue Scale(VAS)을 사용하였다. 이 척도는 개인의 체중, 키, 전반적인 몸매 세 항목에 대하여 만족/불만족 정도를 측정한다. 측정은 10점 척도(1점- 매우 불만족 한다, 10점-매우 만족한다)로 구성하였다.

체중조절행동의 측정은 총 11문항으로 구성하였는데 8문항은 선행연구[13, 24]에서 사용된 문항을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하였고, 3문항은 전문가 그룹 11명과의 인터뷰를 근거로 연구자가 개발한 것으로 사용하였다. 운동, 체중관심, 식이요법, 물리적 시술 및 약물복용의 네 가지 요인 군으로 구분하였으며 5점 Likert 척도로 측정하였다.

치수위험지각을 측정하기 위한 문항은 선행연구 [2, 15]에서 사용된 문항을 수정, 보완하여 5문항을 구성하였으며 5점 Likert 척도로 측정하였다. 문항구성의 타당성을 검토하기 위하여 실시한 요인분석결과 단일요인으로 도출되어 타당한 것으로 보였으며, 신뢰도를 측정하기 위하여 Cronbach's α 를 측정한 결과 .76으로 적절한 것으로 나왔다.

구매결정연기를 측정하기 위해 Cho et al. [18]의 연구에서 사용된 문항을 수정, 보완하였고, 오프라인 구매전환을 측정하기 위해 Nam and Lee [15]의 연구를 참고하여 구성하였다. 구매결정 연기 7문항은 신뢰도계수가 .89였고, 오프라인 구매전환 3문항은 신뢰도계수가 .87이었다. 총 10문항의 요인분석 결과에서 두 요인으로 도출되어 문항이 타당한 것으로 나타났다.

2.3 연구대상과 자료수집

본 연구의 대상은 온라인 쇼핑을 통해 의류제품을 구

매해 본 경험이 있는 전국의 20-40대 남녀 소비자로서 하 온라인 전문 리서치 기관인 패널인사이트(www.panelinsight.co.kr)를 통해 조사를 의뢰하였다. 남녀와 연령대(20, 30, 40대)를 층화표집한 총 360명의 설문지가 최종 통계분석에 사용되었다.

2.4 연구대상의 특성

실증적 연구 응답자의 성별은 남성 50.0%(n=180), 여성 50.0%(n=180), 연령대는 20대가 33.3%(n=120), 30대가 33.3%(n=120), 40대가 33.3% (n=120)로 나타났다. 연령과 성별은 표집단계에서 관리된 부분이다.

응답자들 중 기혼자가 53.9%(n=194)으로 상대적으로 많았으며, 직업은 일반사무직 46.1%(n=166), 전문직/연구원 11.9%(n=43), 학생 10.6%(n=38), 전업주부 10.3%(n=37), 영업/판매/서비스직 6.4%(n=23), 자영업 4.4%(n=16), 공무원 3.6%(n=13)의 순으로 나타났다.

응답자들의 최종학력을 살펴보면, 고등학교 졸업이 10.3% (n=37), 대학교 재학 및 졸업이 58.9%(n=311), 전문대학교 재학 및 졸업이 15.8%(n=57), 대학원 재학 및 졸업이 12.8%(n=46) 정도였다.

월평균 가계소득은 100만원 미만이 2.5%(n=9), 100-200만원 미만이 8.6%(n=31), 200만원-300만원 미만이 20.0%(n=72), 300만원-400만원 미만이 17.2%(n=62), 400만원-500만원 미만이 21.4%(n=77), 500만원-600만원 미만이 12.5%(n=45), 600만원 미만-700만원 미만이 6.4%(n=23), 700-800만원 미만이 3.6%(n=13), 800만원 미만-1000만원 미만이 3.6%(n=13), 1000만원 이상이 4.2%(n=15)로 나타났다.

월평균 의류구입비는 10만원 미만이 31.9%(n=115), 10만원-20만원 미만이 23.2%(n=116), 20만원-30만원 미만이 20.6%(n=74), 30만원-40만원 미만이 8.1%(n=29), 40만원-50만원 미만이 3.6%(n=13), 50만원 이상이 3.6%(n=13)였고, 그 중 월평균 의류구입비가 30만원 미만 응답자가 84.7%의 비율을 차지하는 것으로 나타났다.

4. 결과

4.1 체중조절경험, 태도 및 행동

체중조절경험을 묻는 문항에 대해 체중조절경험이 전

혀 없다고 한 응답자는 8.6%(n=31)였으며, 거의 없음 19.7%(n=71), 몇 번 있음 47.8%(n=172), 자주 함 18.6%(n=67), 항상 함 5.3%(n=19)로 대부분의 응답자는 체중조절 경험이 있는 것으로 나타났다.

체중조절의 주된 이유는 자기만족 52.6%(n=173), 건강 44.4%(n=146), 면접 결혼식 등 사회적 상황의 경험 2.7%(n=9)의 순으로 나타났다.

체중조절의 목적은 체중감량이 81.8%(n=269), 체중유지가 11.2%(n=37), 체중증량이 7.0%(n=23)로 체중조절의 주된 목적은 체중감량으로 나타났다.

규칙적인 운동을 통해 체중조절을 하는 응답자는 34.0%(n=112), 그렇지 않은 응답자는 66.0%(n=217)로 나타났다으며, 체중조절을 위해 선택 한 운동방법은 걷기 23.1%(n=33), 헬스 22.4%(n=32), 달리기 15.4%(n=22), 요가 9.1%(n=13), 사이클 7.0%(n=10), 등산 6.3%(n=9), 수영 6.3%(n=9)의 순으로 나타났으며, 줄넘기, 탁구 등의 기타 운동방법을 통해 체중조절을 한다는 응답은 10.5%(n=15)로 나타났다. 1주일 평균 운동 횟수는 1회 8.9%(n=10), 2-3회 52.7%(n=59), 4-5회 23.2%(n=26), 매일 15.2%(n=17)로 나타났고, 평균 운동 시간은 30분 이하가 7.1%(n=8), 30분-1시간이 39.3%(n=44), 1시간-1시간 30분이 31.3%(n=35), 1시간 30분-2시간이 17.0%(n=19), 2시간 이상이 5.4%(n=6)로 나타났다.

연구에서는 체중조절행동문향을 측정하였으며 체중조절행동 문항의 하위 차원을 알아보기 위해 varimax 회전에 의한 주성분 분석 사용하여 요인분석을 실시하였다. 3개의 요인으로 추출되었으며 전체 변량의 71.65%를 설명하는 것으로 나타났다 (<Table 1>).

요인 1은 '식사량과 식습관 변화 등을 통해 체중조절 행동을 하는 것에 관한 문항으로 이를 '식이요법'이라고 명명하였다. 고유값은 4.37이며 전체분산의 43.71%를 설명하였고, Cronbach's α 는 .84로 나타났다.

요인 2는 '병원 또는 체형관리실에서 체중조절을 위한 시술을 받는다(지방분해주사, 경락, 한방 침, 지방흡입술 등)', '체중조절에 도움이 되는 약을 복용한다(한약 포함)', '체중조절을 위해 체형관리전문(병원, 체형관리실, 비만 클리닉)시설을 방문하거나 전문가와 상담한다'의 내용으로 구성되었고 '물리적 시술 및 약물복용'이라고 명명하였다. 고유값은 1.73이며, 전체분산의 17.35%를 설명하고, Cronbach's α 값은 .88로 나타났다.

(Table 1) Factor analysis of weight control behavior

Factor and item	Factor loading	Eigen value (Variance explained) Cronbach α
Fac. 1. Diet -Care about calories when eating -Change diet for weight control -Check body weight regularly -Skip food or control diet for weight control.	.79 .78 .77 .76	4.37 (43.71) .84
Fac. 2. Physical treatment and medication -Get Physical treatments at a clinic. (Acupuncture, Liposuction, etc.) -Take medication for weight control -Consult with specialists at obesity clinic.	.90 .89 .81	1.73 (17.35) .88
Fac. 3. Physical exercise -Exercise regularly for weight control. -Consult with specialist (trainer, doctor) when exercising -Try to have more active and athletic lifestyle(using stairs, walking, etc)	.85 .67 .61	1.05 (10.58) .66

요인 3은 '체중조절을 위해 평소에 규칙적으로 운동하고 있다', '전문가(트레이너, 의사 등)의 조언을 바탕으로 운동을 하고 있다', '생활 습관 변화를 통해 많이 움직이려 노력한다(계단 이용하기, 가까운 거리는 걸어가기 등)'의 내용으로 구성되었고, '운동'이라고 명명하였다. 고유값은 1.05이며 전체분산의 10.58%를 설명하고, Cronbach's α 는 .66으로 나타났다.

소비자 특성에 따른 집단별로 체중조절행동에 차이가 있는지를 t -test와 일원분산분석(ANOVA)을 통해 알아보았다. 성별에 따라 체중조절행동의 차이를 살펴본 결과, 식이요법($t=-4.12, p<.001$)과 물리적 시술 및 약물복용($t=-3.30, p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 전체적으로 남녀 모두 물리적 시술 및 약물복용은 식이요법과 운동보다 낮은 평균값을 보였다. 또한 남자보다 여자가 식이요법과 물리적 시술 및 약물복용을 통한 체중조절행동을 더 하는 것을 알 수 있었다(<Table 2>).

(Table 2) Weight control behavior by gender

	Male (n=180)	Female (n=180)	t-value
Diet	2.66	3.03	-4.12***
Physical treatment & medication	1.63	1.92	-3.30**
physical exercise	2.73	2.62	1.52

***p <.01, **p <.001

연령대에 따른 체중조절행동에는 유의한 차이가 나타나지 않았으나 전체적인 평균값을 살펴보면 물리적 시술 및 약물복용은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 또한 연령대가 높아질수록 체중조절행동의 각 항목 평균값이 높은 경향이 있었다(<Table 3>)

<Table 3> Weight control behavior by age

	20s (n=120)	30s (n=120)	40s (n=120)	F
Diet	2.71	2.86	2.96	2.65
Physical treatment & medication	1.63	1.83	1.86	2.62
physical exercise	2.61	2.67	2.74	.91

4.2 신체불만족, 체중조절행동이 치수위험지각에 미치는 영향

신체불만족이 체중조절행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 중회귀분석을 실시하였다(<Table 4>). 신체불만족은 식이요법과 물리적 시술 및 약물복용을 통한 체중조절행동에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다으며, 운동을 통한 체중조절행동에는 체형불만족($\beta = -.21, p < .05$)이 유의한 영향을 미치고 있었다($F=9.90, p < .001$). 체형불만족의 정도가 낮을수록 운동을 통한 체중조절행동이 증가함을 알 수 있다.

<Table 4> Influence of body dissatisfaction on weight control behavior

independent v.	dependent v.	β	t	F
Weight dis.	Diet	.05	.57	1.04
Height dis.		-.08	-1.35	
Body form dis.		-.04	-.46	
Weight dis.	5Physical treatment & medication	.04	.44	.75
Height dis.		-.05	-.97	
Body form dis.		-.05	-.59	
Weight dis.	physical exercise	-.06	-.74	9.95***
Height dis.		-.02	-.41	
Body form dis.		-.21	-2.25*	

신체불만족이 치수위험지각에 미치는 영향을 알아보기 위한 분석 결과(<Table 5> 치수위험지각에는 체중불만족($\beta = .12, p < .05$)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($F=5.21, p < .05$), 체중에 대해 불만족할수록 온라인 쇼핑 시 치수에 대한 위험지각이 높아짐을 알 수 있다.

<Table 5> Influence of body dissatisfaction on perceived size risk

independent v.	dependent v.	β	t	F
Weight dis.	perceived size risk	.12	2.28*	5.21*
Height dis.		.02	.50	
Body form dis.		-.00	-.10	

세 차원의 체중조절행동이 온라인쇼핑 치수위험지각에 미치는 영향을 알아보기위하여 분석한 결과 (<Table 6>), 식이요법($\beta = .15, p < .05$)과 물리적 시술 및 약물복용($\beta = -.14, p < .05$)을 통한 체중조절행동이 치수위험지각에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($F=3.19, p < .05$). 두 차원의 체중조절행동은 영향력의 크기는 비슷하지만 식이요법을 통한 체중조절행동은 회귀계수가 양의 방향이므로 식이요법을 통한 체중조절을 할수록 치수위험지각이 높아짐을 알 수 있다. 반면 물리적 시술 및 약물복용을 통한 체중조절행동은 음의 방향이므로, 물리적 시술 및 약물복용을 통해 체중조절을 하지 않을수록 치수위험지각이 높아짐을 알 수 있다.

<Table 6> Influence of weight control behavior on perceived size risk

independent v.	dependent v.	β	t	F
Diet	Perceived size risk	.15	2.45*	3.19*
Physical treatment & medication		-.14	-2.52*	
Physical exercise		-.02	-.40	

4.3 치수위험지각이 구매결정유보행동에 미치는 영향

치수위험지각이 구매결정행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순회귀분석을 하였다(<Table 7>) 치수위험지각($\beta = .36, p < .001$)은 구매결정연기에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나($F=56.57, p < .001$), 온라인 쇼핑 시 의류 제품의 치수에 대한 위험지각이 높을수록 구매결정을 연기하는 경향이 있음을 알 수 있다. 또한 치수위험지각($\beta = .26, p < .001$)은 오프라인 구매전환에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며($F=27.10, p < .001$), 온라인 의류 쇼핑 시 치수에 대한 지각된 위험이 높을수록 오프라인으로의 구매전환 행동이 증가함을 알 수 있다.

<Table 7> Influence of perceived size risk on decision making behavior

independent v.	dependent v.	β	t	F
perceived size risk	decision delay	.36	7.52***	56.57***
	offline switch	.26	5.20***	27.10***

전체적으로 본 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같이 정리될 수 있다. 첫째, 체중조절행동은 식이요법, 물리적 시술 및 약물복용, 운동의 세 가지 하위요인으로 구분되었다. 체중조절행동은 전체적인 평균값에 있어서 물리적 시술 및 약물복용은 식이요법과 운동보다 낮았으며, 성별에서 유의한 차이가 나타났는데, 남자보다 여자가 식이요법과 물리적 시술 및 약물복용을 통한 체중조절행동을 더 많이 하였다. 한편 체중조절행동에 있어서 연령의 차이는 없었다. 신체불만족은 운동을 통한 체중조절행동에만 유의한 영향을 미쳤는데, 체형에 불만족하는 정도가 낮을수록 운동을 통한 체중조절행동이 증가하는 것으로 나타났다. 신체불만족은 온라인쇼핑 시 치수위험지각에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 체중에 대해 불만족할수록 치수위험지각이 높아지는 것으로 나타났다. 신체불만족 요인 중 신장과 체형에 대한 불만족은 치수위험지각에 유의한 영향이 없었다.

체중조절행동은 치수 위험지각에 유의한 영향을 미쳤으며, 식이요법을 통한 체중조절을 할수록 치수위험지각이 높아지며, 물리적 시술 및 약물복용을 통한 체중조절을 할수록 치수위험지각이 낮아지는 것으로 나타났다. 치수위험지각은 구매결정행동에 영향을 미쳤으며, 치수위험지각이 높을수록 구매결정을 연기하고, 오프라인 구매 전환 행동이 증가함을 알 수 있다.

5. 결과 및 결론

모든 소비자가 동일한 단계를 거치는 것은 아니지만 구매의사결정 과정에서 소비자들은 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매, 구매 후 과정(만족/불만족)을 경험한다. 온라인 쇼핑 시 소비자들은 제품을 탐색하고 탐색의 결과들을 두고 비교, 평가하게 되며 가장 적합한 대안을 선택하여 구매를 결정하게 되는데, 선택 된 대안이 소비자가 원하던 제품이라고 해서 바로 구매로 이어지는 것은 아니다. 최종 구매결정을 내리기까지 소비자가 고려하는

요인들이 다양하기 때문이다. 자신의 신체에 대한 평가나 만족감은 의류 쇼핑 시 구매 결정을 미루거나 다른 대안을 탐색하게 하는 다양한 요인들 중 하나가 될 수 있다. 온라인 쇼핑 특성 상 직접 의류제품을 입어보거나 만져보지 못하기 때문에 쇼핑물에서 제공하는 제품에 대한 정보에 의존하여 구매를 결정해야 한다. 제공된 정보가 온라인 쇼핑 시 소비자가 지각한 위험 요소들을 감소시켜 주지 않는다면 구매를 미루거나 오프라인에서 구매하기로 결정할 수도 있다. 본 연구에서는 소비자의 신체에 대한 생각과 불만족이 온라인 쇼핑 시 지각하는 의류제품의 치수에 대한 위험지각을 알아보고 구매결정행동에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 그동안 소비자의 신체에 대한 연구가 바디이미지와 신체불만족 부분에 집중되고, 온라인 쇼핑은 위험과 구매결정행동에 집중되어 온 반면에 본 연구는 이 두 가지 연구 분야를 융합적으로 연결하여 접근하였다는 측면에서 의의가 있다.

본 연구의 결과에서, 신장과 체형에 불만족 한다고 해서 치수위험지각이 높아지지 않았다. 다만 체중에 불만족만이 치수위험지각에 영향을 미쳤는데, 소비자의 신체에 대한 불만족한 감정보다 소비자의 실제 체중이 치수를 선택하는 것에 대한 불안감과 더 관련이 있다고 할 수 있다. 또한 본인의 키에 대하여 불만족할수록 치수설명 정보가 부족하다고 생각하는 것으로 나타났는데, 소비자가 직접 착용했을 때의 길이감을 알 수 없거나 이를 예측할 수 있는 치수정보가 잘 제시되고 있지 않기 때문인 것으로 볼 수 있다. 따라서 온라인 쇼핑물에서는 착용정보 뿐만 아니라 호칭 별 신체 치수와 옷의 부위 별 제품 치수를 제공하고 각 치수가 정확히 어떤 부분을 말하는지 명확한 설명을 제공해 주는 것이 중요하겠다.

의류제품은 다른 제품에 비해 주관적인 평가가 이루어지며, 제품 정보 탐색과 구매결정 사이에서 제품의 속성이나 위험요인을 고려하기에 앞서 소비자는 개인적 차원으로서 자신의 신체이미지를 떠올려 볼 것이므로 신체와 관련된 소비자 특성을 이해하는 것은 의미가 있을 것이라고 생각된다. 또한 온라인 쇼핑 상황에서 소비자들은 제품에 대한 직접적인 경험 없이 제시된 정보를 근거로 구매를 결정해야 하는데, 소비자의 신체와 관련된 점포속성과 위험요인을 중심으로 구매결정행동을 알아봄으로써 소비자가 선택한 대안에 대한 불안감을 감소시켜 주는 전략 개발에 도움을 줄 것이라 생각된다.

본 연구에서는 소비자에게 내재하는 신체에 대한 불만족이 어떠한 체중조절행동에 영향을 주며 이와 같은 부분이 온라인 쇼핑행동에 어떠한 영향을 주는가에 대하여 접근한 것은 신체에 대한 심리적 측면과 유통환경에 대한 연구방법을 접목하였다는데서 의의가 있다. 그러나 다양한 온라인 유통환경과 해당되는 의류제품군의 영향 등을 고려하지 않았다. 후속연구에서는 구체적인 온라인 쇼핑환경의 영향이나 제품군 간 비교연구가 이루어져야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] Reid, Louise, & Heather F. Ross. "Online fashion purchase: How the barriers and enablers are influencing the consumer's decision-making process. *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*", Vol.4, No.2, pp.45-59, 2015.
- [2] Kim, Hyejeong, & Mary Lynn Damhorst. "The relationship of body-related self-discrepancy to body dissatisfaction, apparel involvement, concerns with fit and size of garments, and purchase intentions in online apparel shopping. *Clothing and Textiles Research Journal*", Vol.4, No.2, pp. 239-254, 2010.
- [3] Kyueun Lee, Eunju Kim, & Younghee Yom, "Body esteem, body figure discrepancy and depression in women college students. *The Journal of Fundamentals of Nursing*", Vol.12, No.2, pp.206-214, 2015.
- [4] Jung Hi Rhee, "A study on effects of somatotype and stress on body cathexis and preferences of clothing image. *The Research Journal of the Costume Culture*", Vol.15, No.6, pp. 1084-1099, 2007.
- [5] A. M. Thompson, & K. E. Chad, "The relationship of social physique anxiety to risk for developing an eating disorder in young females. *Journal of Adolescent Health*", Vol.31, No.2, pp.183-189, 2002.
- [6] Yong-Min Chun, & Sang-Hoon Jeong. "Body dissatisfaction and social physique anxiety according to the perceived body image discrepancies in college students. *The Korean Journal of Sports Science*", Vol.20, No.5, pp.423-437, 2011.
- [7] KeunYoung Yook, JiWon Yun, KeunHyang Kim, ShinYoung Suh, JiHye Park, "The relationship between body-image discrepancy and psychological well-being in female college students, *The Korean Journal of Woman Psychology*", Vol.14, No.4, pp.665-682, 2009.
- [8] Seon-jin Cho, "The effect of female students' obese level and weight control behavior and attitudes on stress", Master's thesis, pp.11-12, Ewha Womens University, 1997.
- [9] Jane Wardle, Anne M. Haase, & Andrew Steptoe, "Body image and weight control in young adults: International comparisons in university students from 22 countries. *International Journal of Obesity*", Vol. 30, No.4, pp.644-65, 2005.
- [10] Seung Jyo Chaung & So Young Min, "Body satisfaction and weight loss in women college students. *The Journal of Fundamentals of Nursing*", Vol. 13, No. 3, pp. 485-492, 2006.
- [11] Heather A. Hausenblas, Britton W. Brewer, & Judy L. Van Raalt, "Self-presentation and exercise. *Journal of Applied Sport Psychology*", Vol.16, No.1, pp.3-18, 2004.
- [12] Eric Stice, & Heather E. Shaw, "Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*", Vol, 53, No.5, pp.985-993, 2002.
- [13] You Young Lee, "The effect of body perception and obesity stress on weight control behavior for women". Master's thesis, pp.18-20, Ewha Womens University, 2010.
- [15] Eun Ha Nam, & Jin Hua Lee, "The effects of perceived risks on purchase decision behavior among Internet fashion consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*", Vol.33, No.11, pp.1707-1718, 2009.
- [16] Hye Kyoung Yun & Soo Ae Kweon, "Actual usage, clothing purchasing behavior and recognition toward Internet fashion shopping mall of university students. *Korean Journal of Human Ecology*", Vol.

12, No.2, pp.225-236, 2003.

- [17] Deuk Ha Kim, & Kyoung Hwa Kim, “An analysis of size information on woman’s tight fit jean pants of the Internet fashion shopping mall: Focused on the specialized individual fashion mall. Journal of the Korean Society of Design Culture”, Vol.15, No 4, pp.34-50, 2009.
- [18] Chang-Hoan Cho, Jaewon Kang, & Hongsik John Cheon. “Online shopping hesitation. Cyberpsychology & Behavior”, Vol.9, No.3, pp.261-274, 2006.
- [19] Min-Woo Lee, “Effects of product type, purchase experience and perceived risk on online shopping deferral”. Master’s thesis, pp.4-11, Keimyung University, 2009.
- [20] Sheena S. Iyengar, & Mark R. Lepper. “When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? Journal of Personality and Social Psychology”, Vol.79, No.6, pp.995-1006, 2000.
- [21] Han Na Kim. “The effects of decision making delay on experienced emotion for Internet shopping and Internet shopping mall satisfaction. Asia Marketing Journal”, Vol.10, No.1, pp.133-160. 2008.
- [22] Eun Ha Lee, Sook Hyun Kim, Jong Myoung Choi. “Cross-channel shopping behavior between the Internet retail type and store-based retail types: Focus on information of fashion product and fabrics. Journal of the Korean Society of Costume”, Vol.62, No.4, pp.46-57, 2012.
- [23] Leslie J. Heinberg, & J. Kevin Thompson. “Body image and televised images of thinness and attractiveness: A controlled laboratory investigation. Journal of Social and Clinical Psychology”, Vol.14, No.4, pp.325-338, 1995.

김 화 선(Kim, Wha Sun)



- 2006년 2월 : 덕성여자대학교 의상 디자인과
- 2011년 2월 : 한양대학교 의류학과 (석사)
- 관심분야 : 패션리테일, 패션사회심리
- E-Mail : dkdlel00@hanyang.ac.kr

이 규 혜(Lee, Kyu Hye)



- 1993년 2월 : 서울대학교 의류학과
- 1995년 2월 : 서울대학교 의류학과 (석사)
- 2000년 12월 : 아이와주립대 (박사)
- 2002년 9월 ~ 현재 : 한양대 의류학과 교수
- 관심분야 : 패션리테일링, 패션사회심리
- E-Mail : khlee@hanyang.ac.kr