

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 및 추구이미지의 차이분석

박 영 희[†]

경남대학교 패션의류학과

The Difference Analysis on the Preference and Desired Image of Skinny Jeans according to Demographic Characteristics

Younghee Park[†]

Dept. of Fashion & Clothing, Kyungnam University

Abstract

This study aims to draw the factors about the desired image of skinny jeans and to analyze the difference desired image, preference, and wearing satisfaction according to demographic characteristics. The data for this study were collected from men and women in their from 10s to 40s. This study used SPSS 20.0 for windows and factor analysis, t-test, one-way ANOVA were used to perform the statistical analysis on the survey data. The result showed that the desired image of skinny jeans was five. The difference results of skinny jeans according to demographic characteristics showed the significant difference in the comfortable and stylish image, the thin and long image, and the active image according to gender, in the bold and sensual image according to marital status, in the bold, comfortable, stylish, and sensual image according to age, in the bold image according to monthly income, and in the bold, thin, and sensual image according to occupation. The difference results about the preference of skinny jeans according to demographic characteristics showed that the groups of women, teenager, five millions won and over to six millions won in monthly income, owner-operators, service and production workers, office workers, middle and highschool students, and university students have the higher preference than the other groups. The difference analysis results about the wearing satisfaction of skinny jeans according to demographic characteristics showed that the groups of women, teenager, five millions won and over to six millions won in monthly income have higher wearing satisfaction than the other groups.

Keywords : skinny jeans(스키니 진), desired image(추구이미지), preference(선호도), demographic characteristics(인구통계학적 특성)

[†]Corresponding author: Younghee Park, Tel. +82-55-249-2219, Fax. +82-51-980-0025
E-mail: phykk@kyungnam.ac.kr

I. 서론

의복은 유행이란 속성을 지니고 있어 시간의 흐름에 따라 쇠퇴되거나 폐지되는 것이 일반적이나 청바지의 경우는 약 100여년의 세월을 넘어 이제는 남녀노소나 지위고하를 막론하고 착용하는 베이직한 아이템이 되었다. 청바지, 즉 진(Jeans)은 1800년대 미국의 금광 채굴 광부들의 작업복에서 비롯되어 1853년 리바이 스트라우스(Levi Strauss)가 만든 오버롤 진(Overall Jeans)을 효시로(So, 2008) 현재에 이르기까지 전 세계적으로 폭 넓게 착용되고 있다. 20세기 중 후반까지 청바지는 안티패션의 일종으로 청춘, 저항, 자유 등의 상징이었으며, 1970년대까지만 해도 청년스타일을 대표하는 의복으로 청년문화를 상징하는 패션의 기호였다(Lee, 2005). 1980년대 이후, 청바지는 도전이나 창의 등을 표현하는 패션으로서 매년 18억장이 판매되는 등 시대와 국가를 막론하고 폭 넓게 착용되는 인류 공통의 문화요소가 되었다(Press release, 2014). 특히 2000년대로 접어들어 레포츠가 확산되면서 청바지와 같은 캐주얼한 의류의 소비율은 더욱 높아졌다. 이로 인해 청바지는 트렌디한, 고급스러운 그리고 섹시한 또는 통이 넓은, 나팔형의, 배기형, 슬림형 등과 같이 스타일들이 더욱 다양화되기 시작 했다.

청바지는 현대 패션에서 젊음과 자유, 반항과 혁신을 상징하는 패션 아이콘이 되었으며 1인당 소유량을 통해 그 사회가 보수적인지 또는 개방적인지 판단하는 척도로 활용될 만큼(Park, 2016) 사회적 상징성이 커졌다. 이에 연령, 성별, 계절, T.P.O 등에 크게 구매받지 않고 착용가능 한 아이템으로써 활용범위가 넓은 만큼 이미지나 디자인 등도 다양화되고 있다. 이러한 청바지 중 몇 년간 가장 핫 이슈가 되어온 대표적 아이템은 스키니 진이다.

스키니 진은 몸에 피트되는 진의 일종으로 엉덩이를 중심으로 신체에 밀착되며 착용했을 때 힙, 허리, 다리의 곡선이 그대로 드러나며 신체형태가 강조되는 것이 특징이다(Yoon, 2007). 한때 혈령하게 입는 청바지가 유행하였으나 2000년대에 들어오면서 스키니 진은 청소년을 비롯한 젊은 층을 중심으로 점차 확산되기 시작하여 2010년 이후에는 체형을 예

쁘게 보일 수 있도록 하는 시각적 효과 때문에 여성들의 필수 아이템이 되기도 했다(Skinny jean, 2016). 이처럼 스키니 진이 젊은 세대들에게 지속적으로 선택되어지는 데는 스키니 진 착용을 통해 자신들의 하반신을 과감하게 드러냄으로써 관능미나 날씬해 보이고자 하는 욕구(Yoon, 2007)를 충족시킬 수 있기 때문인 것으로 파악 된다.

스키니 진과 관련한 선행 연구를 살펴보면 여대생을 대상으로 한 스키니 진 구매 동기에 대한 조사 연구(Ham, Jung & Oh, 2012; Yoon, 2007)가 있으며, 이들 연구 결과에서는 스키니 진 착의 전에 이미 추구하고자 하는 이미지가 구매 동기에 내재되어 있음을 밝히고 있다. 이러한 연구결과를 통해 스키니 진에는 의복을 통해 추구하고자 하는 착용자의 가치관이 반영되어 있음을 알 수 있다. 또한 스키니 진의 착용실태나 주관적 압박감(Kweon, 2012; Na & Lee, 2010; Kweon & Sohn, 2010; Choi & Do, 2016), 패턴 분석 및 구매행동(Ham, Jung, & Oh, 2012; Oh & Suh, 2013) 등에 대한 연구가 이루어져 있는데 이러한 스키니 진과 관련한 선행 연구들의 경우 조사 대상자들은 주로 20대였다. 특히 최근한 연구결과(Choi & Do, 2016) 에 따르면 설문 조사에 참가한 20대의 84.5%가 3벌 이상의 스키니 진을 소유하고 있다고 한 만큼 스키니 진에 대한 수요가 높다는 것을 유추할 수 있다. 최근에는 하체의 실루엣을 강조하는 스키니 진이 트렌드 아이템으로 부각되면서부터 성별이나 연령과 무관하게 널리 착용되고 있음을 알 수 있다(Oh & Suh, 2013).

진과 관련한 인구통계학적 특성을 연구한 Lee and Sung(2004)의 연구결과에 의하면 남학생과 여학생 간에 선호하는 청바지 형태에 차이가 나타났다. 스키니 진의 대중적 유행으로 스키니 진에 대한 관심과 소유량이 높아짐에 따라 연령이나 성별과 같은 인구통계학적 변수에 따라 추구하고자 하는 이미지의 차이를 비롯한 청바지 시장의 세분화는 불가피하다. 이러한 시장 세분화를 위해서는 스키니 진 착용자들의 인구통계학적 변수에 따른 선호도와 추구이미지영향에 대한 연구가 선행되어야 한다. 특히 인구통계학적 변수 중 선행 연구들(Yu, Jung & Hwang, 2012; Yoo & Ki, 2006; Jang, Lee &

Won, 2015)에서도 많이 활용하고 있는 것은 연령, 성별, 결혼유무, 소득, 직업 등이다. 뿐만 아니라 이러한 변수들은 소비자들의 의복 만족도를 높이기 위해 가장 기본적이고 널리 응용되고 있으며 수량화가 가능한 변수로서 소비자들의 차이 분석과 연구 결과를 종합하는데 유용하다.

따라서 본 연구에서는 스키니 진을 통한 추구 이미지 요인을 도출한 후 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 추구 이미지, 스키니 진의 선호도 그리고 착용 후 만족도 차이를 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 스키니 진의 의미 및 착용실태

스키니 진이란 스키니(Skinny)와 진(Jeans)의 합성어로 스타킹처럼 신는 청바지, 즉 바지통이 종아리 부분만큼 좁고, 발목에 이르면 더욱 좁아지는 청바지의 한 종류를 나타낸다(Skinny jeans, 2007). 청바지는 작업복으로 입혀지기 시작한 이래로 약 100여년 이상 지속되어오면서 실루엣과 디테일 및 트리밍에서 다양한 변화를 거듭해왔다. 2000년대 중반부터 유행하기 시작한 타이트한 스키니 진의 열기는 쉽게 가라앉지 않고 점차 베이직한 아이템으로 우리의 의복 생활 깊숙이 자리 잡게 되었다. 이에 스키니 진은 단기간의 유행아이템이 아닌 각양 각층의 소비자들에게 유용한 코디 아이템으로 확산됨으로써 스키니 진에 대한 실태 조사 및 분석이 이루어지기 시작했다.

스키니 진 착용 실태에 관련한 선행연구를 살펴보면 Na and Lee(2010)에 따르면 여대생의 스키니 진 착용실태 및 주관적 압박감에 대해 연구한 결과 여대생의 경우 주당 2-3번 착용한다고 응답한 학생이 44%였으며, 다수가 월 10회 정도로 빈번하게 착용하는 것으로 나타났다. Lee and Do(2012)에 따르면 18세에서 29세의 남녀를 대상으로 성별에 따라 청바지 착용 횟수에 대해 조사한 결과 여자는 일주일에 1-2회 착용이 41%, 남자는 3회 이상 착용하는 경우가 83%로 높게 나타났다고 한다. 또한

Yoon(2007)의 스키니 진을 중심으로 한 여대생의 팬츠 스타일에 대한 연구에 따르면 여대생을 중심으로 스키니 진의 소유 유무에 대해 질문한 결과 응답자의 68%가 스키니 진을 소유하고 있었으며 소유하고 있지 않은 여대생에게 구매의향을 물어본 결과 과반수 이상이 앞으로 구매할 의사가 있다고 밝혔다. Choi and Do(2016)는 20대 여성을 대상으로 주로 착용하는 팬츠 유형을 조사한 결과 응답자의 약 80%가 스키니 진이라고 응답했으며, 응답자 전원이 최소 1벌 이상의 스키니 진을 소유하고 있으며 과반수 이상이 일주일의 3일 이상 스키니 진을 착용하는 것으로 나타났다.

이와 같이 스키니 진 착용 실태에 대한 선행연구를 살펴 본 결과 연구대상자들은 주로 10대에서 20대의 젊은 층이었으며 대다수가 스키니 진을 소유하고 있을 뿐 아니라 평균적으로 주 3회 정도를 착용하고 있다는 것을 알 수 있었다. 최근 들어 스키니 진의 착용 용도가 더욱 다양해지고 소비자들의 기호를 반영한 다양한 디자인들이 개발됨에 따라 10대와 20대뿐 아니라 30대나 40대 등의 중장년층에까지 착용이 일반화되고 있다. 따라서 보다 만족스러운 스키니 진의 마케팅 촉진을 위해 연구 연령층의 범위를 확대하고, 성별이나 월 소득 등의 인구통계학적 특성을 고려하여 스키니 진에 대한 추구이미지나 선호도 등에 대한 연구가 선행될 필요가 있음을 파악할 수 있다.

2. 청바지의 추구이미지

의복의 기능은 다양한데 그 중 자기 개념을 확실하게 할 뿐 아니라 각 개인이 처한 상황이나 심리적 또는 신체적 특성에 따른 기능을 수행하기 위해 활용되는 경우도 많다(Lim, Jwang, & Lee, 2009). 우리는 의복을 통해 다양한 연출을 할 뿐 아니라 각자 추구하고자 하는 이미지를 표현하기 위해 가장 직접적인 도구로 활용하기도 하는데, 의복에 대한 추구 이미지는 실제 착용 의복이미지와는 차이가 있을 수도 있다(Yeom & Kim, 2004). 이러한 의복 이미지는 스타일에 영향을 줄 뿐 아니라 추구 이미지는 의복의 선호나 구매행동에도 영향을 미치므로 소비자

들의 욕구를 충족시킬 수 있는 의복 제품 기획을 위해서는 의복에 대한 추구 이미지 분석이 선행되어야 한다(Bi & Koo, 2013). 청바지를 통해 추구하고자 하는 혜택은 연령이나 신체 등과 같은 요인에 따라 다를 수 있다. 이에 청바지를 통한 추구 이미지와 관련한 선행 연구를 살펴보면 다음과 같다.

Lee and Lee(2005)는 신체유형과 성별에 따른 청바지 이미지에 대해 연구한 결과 청바지 이미지 구성 요인은 경제성 요인, 유행성요인, 활동성 요인, 날씬함 요인 그리고 뚱뚱함 요인으로 나타났으며, 착용자 성별에 따라 청바지의 요인이 달리 나타났다고 밝혔다. Kim and Lee(1999)는 13세에서 29세를 대상으로 청바지 브랜드 인지도, 이미지, 착용자가 추구하는 감성이미지를 조사 분석한 결과 청바지 착용을 통해 나타내고 싶은 감성 이미지는 개성적/화려한 이미지, 지적이며 섹시한 이미지, 여성적이며 세련된 이미지 그리고 활동적이며 실용적인 이미지로 나타났으며, 연령에 따라 추구하는 감성 이미지와 스타일이 다르게 나타났다고 밝혔다. Lee and Sung(2004)은 성별에 따른 청바지 착용자의 의복행동 차이를 분석한 결과 청바지의 일반적인 이미지는 남학생은 남성답다, 섹시하다, 유니섹스하다, 활동적이다, 젊다, 편안하다는 순으로 나타났으며, 여학생은 남성답다, 섹시하다, 유니섹스하다, 점다, 편안하다, 활동적이다의 순으로 나타냈다. Koh(1994)는 국내외 상표의 청바지 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 그리고 의복태도의 차이에 대해 연구한 결과 청바지를 통한 추구이미지는 성적 매력 이미지, 장식적 이미지, 도시적 이미지로 나타났으며, 이 중 남녀 대학생은 도시적 이미지를 가장 중시하였다. 또한 청바지의 구매의도에 가장 크게 영향을 미치는 이미지는 성적 매력 이미지로 나타났다.

이상과 같이 청바지를 통한 추구 이미지는 1990년대부터 지금까지 꾸준히 이루어져오고 있음을 알 수 있으며 또한 연령이나 성별과 같은 인구통계학적 변수에 따라 차이가 있음을 파악할 수 있었다. 일반적으로 소비자들은 자기개념의 강화를 목적으로 상품을 구입할 때 그 상품의 상징적인 가치로 인해 구매하는 경향이 있기 때문(Bae & Chung, 2006)에

소비자들이 의복을 통해 추구하고자 하는 이미지를 분석하고 파악하는 것은 상품기획을 위해 중요하다. 따라서 본 연구에서는 활동성과 심미적인 측면 뿐 아니라 코디네이션 유용성 측면에서도 활용도가 높아 다양한 연령층에서 선호되고 있는 스키니 진의 추구 이미지에 대해 분석하고자 한다.

III. 연구 방법

1. 연구 문제

본 연구는 10대에서 40대의 남녀 중 스키니 진의 착용 경험자들을 대상으로 스키니 진의에 대한 추구 이미지를 도출하고 인구통계학적 특성에 따른 추구 이미지, 선호도 그리고 착용 후 만족도 차이를 분석하고자 하는 연구이다. 이에 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 스키니 진의 추구 이미지에 대한 요인을 분석한다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 추구 이미지 차이를 분석한다.

셋째, 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도와 착용 후 만족도의 차이를 분석한다.

2. 조사방법 및 분석

1) 자료 수집 및 연구 대상

본 연구는 스키니 진 착용자들의 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도와 추구이미지의 차이에 대한 연구로써 연구 대상은 스키니 진 착용 경험이 있는 10대에서 40대까지의 남녀를 중심으로 하였다. 설문 조사 지역은 부산, 울산, 경남지역을 중심으로 이루어졌으며, 조사 기간은 2016년 5월에서 6월까지 진행하였다. 설문 자료는 몇 차례에 걸쳐 문항을 수정 한 후 350부를 배포한 결과 340부가 회수되었으며, 이 중 응답이 부실하거나 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있는 자료 12부를 제외한 후 328부를 본 연구에 활용하였다. 본 연구에 활용된 연구대상의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. Demographic Characteristics of Samples

Demographic characteristics		Frequency	Percentage(%)
Gender	Male	141	43.0
	Female	187	57.0
Marital status	Unmarried	270	82.3
	Married	58	17.7
Age	10-19	103	31.4
	20-29	78	23.8
	30-39	86	26.2
	40-49	61	18.6
Incomes (KRW)	<2,000,000	37	11.3
	2,000,000-2,999,999	73	22.3
	3,000,000-3,999,999	58	17.7
	4,000,000-4,999,999	49	14.9
	5,000,000-5,999,999	64	19.5
	≥6,000,000	47	14.3
Occupation	Self-employed	15	4.6
	Professional	15	4.6
	Education/public servants	26	7.9
	Service and production	40	12.2
	Office	26	7.9
	University students	74	22.6
	Middle and high school students	100	30.5
	Housewives	17	5.2
	Unemployed and the others	15	4.6

2) 측정 도구 및 분석 방법

본 연구는 스키니 진의 착용 경험자의 선호도와 추구 이미지에 대한 조사 연구이므로 연구의 외적 타당성을 높일 수 있도록 스키니 진의 착용 가능성이 높은 연령층인 10대에서 40대의 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문 구성은 인구통계학적 특성, 스키니 진의 착용 경험, 선호도, 착용 후 만족도 그리고 추구이미지 등으로 이루어졌다. 선호

도와 착용 후 만족도 그리고 추구 이미지는 5점 라 이커트형 척도로 구성하였다. 스키니 진의 추구 이미지 문항은 선행연구 Lee and Lee(2005), Lee and Sung(2004), Kim and Lee(1999) 등의 연구를 토대로 이미지를 도출한 후 본 연구의 취지와 목적에 알맞게 수정 보완하여 최종적으로 18문항으로 구성하였다. 문항에 대한 타당도를 높이고자 패션 및 의류 전공자 30명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 문항을 수정 보완한 후 본 조사를 실시하였다. 분석

방법은 SPSS 20을 이용하여 요인분석, t-test, ANOVA와 Duncan multiple range test 등을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 스키니 진의 추구이미지

1) 스키니 진의 추구이미지 요인

스키니 진의 추구이미지에 대한 요인을 분석하기 위해 10대에서 40대까지의 소비자를 대상으로 요인 분석을 실시한 결과 Table 2와 같이 나타났다. 추구 이미지 요인을 분석하기 위해 사용된 문항은 총 18 문항으로 이루어졌으며, Varimax 직교회전을 이용한 주성분분석을 통해 고유값 1을 기준으로 요인을 추출한 결과 5개의 요인이 도출되었다.

요인 1은 ‘화려한’, ‘과감한’, ‘트렌디한’, ‘개성적’, ‘세련된’, ‘튀어 보이는’의 6개의 문항으로 구성되었으며 의미상 대담한 이미지라고 명명하였으며, 설명력은 전체 분산의 19.7%를 차지하였다. 요인 2는 ‘편안한’, ‘자유스러운’, ‘캐주얼한’, ‘멋스러운’, ‘쉬크한’으로 5개의 문항으로 구성되었으며, 의미상 편안하고 멋스러운 이미지로 명명하였으며, 설명력은 전체 분산의 17.1%를 차지하였다. 요인 3은 ‘날씬해 보이는’, ‘키가 커 보이는’, ‘다리가 길어 보이는’으로 3개의 문항으로 구성되었으며, 의미상 가늘고 긴 이미지라고 명명하였으며, 설명력은 전체 분산의 13.7%를 차지하였다. 요인 4는 ‘액티브한’, ‘적극적인’의 2문항으로 구성되었으며, 의미상 활동적 이미지라고 명명하였으며, 설명력은 전체 분산의 10.4%를 차지하였다. 요인 5는 ‘성적 매력이 있는’, ‘섹시한’의 2문항으로 구성되었으며, 의미상 관능적 이미지로 명명하였으며, 설명력은 전체 분산의 10.0%를 차지하였다.

Table 2. Factor Analysis of the Desired Image about Skinny Jeans

Factor name	Contents	Factor loading	Eigen value	Variance (variance cumulative)%	Cronbach 'α
Bold image	Splendid	.810	3.547	19.704 (19.704)	.850
	Drastic	.786			
	Trendy	.671			
	Individual	.662			
	Refined	.660			
	Showy	.633			
Comfortable and stylish image	Comfortable	.765	3.075	17.085 (36.789)	.816
	Free and easy	.729			
	Casual	.655			
	Gorgeous	.651			
	Chic	.573			
Thin and long image	Looking slim	.869	2.457	13.652 (50.441)	.832
	Looking taller	.814			
	Legs looking longer	.727			
Active image	Active	.833	1.872	10.402 (60.843)	.843
	Enthusiastic	.810			
Sensual Image	Sexually Attractive	.886	1.793	9.961 (70.803)	.858
	Sexy	.839			

2) 인구통계학적 특성에 따른 스킨니 진 추구이미지의 차이

인구통계학적 특성에 따른 스킨니 진의 추구이미지 차이를 살펴본 결과 Table 3 및 Table 4와 같이 나타났다. 성별에 따른 차이 결과 대담한 이미지와 관능적 이미지에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 편안하고 멋스러운 이미지, 가늘고 긴 이미지 그리고 활동적 이미지에서 유의한 차이를 보였다. 즉 여성이 남성 보다 더 편안하고 멋스럽고 가늘고 길며 활동적 이미지를 추구하고자 하는 것으로 나타났다. 반면 대담한 이미지와 관능적 이미지에서는 성별에 따라 유의한 차이는 보이지 않았으나 평균값이 3점미만으로 나타남으로써 스킨니 진을 통해 대담하고 관능적 이미지의 추구에 대해서는 긍정적이지 않다는 것을 파악할 수 있었다. 결혼 유무에 따른 스킨니 진의 추구 이미지 차이 결과 편안하고 멋스러운 이미지와 가늘고 긴 이미지 그리고 활동적 이미지에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 대담한 이미지와 관능적 이미지에서는 유의한 차이가 나타났다. 즉 기혼자들이 미혼자보다 더 대담하고 관능적 이미지를 추구하는 것으로 나타났다.

연령에 따른 차이 결과 가늘고 긴 이미지와 활동적 이미지에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 대담한 이미지, 편안하고 멋스러운 이미지, 관능적 이미지에서는 유의한 차이를 보였다. 즉 스킨니 진 착용을 통해 추구하고자 하는 이미지 중 대담한 이미

지에 대해서는 20대 및 40대가 10대 및 30대보다 더 추구하는 것으로 나타났다. 편안하고 멋스러운 이미지는 10대 및 20대가 30대 및 40대 보다 더 추구하는 것으로 나타났다. 관능적 이미지는 10대가 가장 낮게 나타났으며, 40대가 가장 높게 나타났는데 연령이 높아질수록 더 추구하는 것으로 나타났다. 월 소득에 따른 차이 결과 대담한 이미지를 제외한 다른 추구 이미지에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 스킨니 진을 통한 대담한 이미지의 경우에는 월 소득이 300만원에서 400만원과 500만원에서 600만원인 집단이 가장 낮은 추구 경향을 보인 반면 월 소득이 600만원 이상인 집단이 가장 높은 추구 경향을 보였다. 직업에 따라서는 편안하고 멋스러운 이미지와 활동적 이미지에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 대담한 이미지, 가늘고 긴 이미지, 관능적 이미지에서는 유의한 차이를 보였다. 즉 대담한 이미지의 경우 무직 및 기타 집단이 가장 낮은 추구 경향을 보인 반면 전문직과 주부가 가장 높은 추구 경향을 보였다. 가늘고 긴 이미지의 경우에는 자영업이 가장 낮은 추구 경향을 보인 반면 주부가 가장 높은 추구 경향을 보였다. 관능적 이미지의 경우 중고등학생이 가장 낮은 추구 경향을 보인 반면 자영업자들이 가장 높은 추구 경향을 보였다.

이상의 연구결과 인구통계학적 특성을 고려하여 차별화된 다양한 디자인의 스킨니 진이 필요하다는 것을 파악할 수 있었다. 특히 남성에 비해 여성이 활동적이거나 가늘고 긴 이미지를 더 추구하는 것으

Table 3. The Difference of Desired Image about Skinny Jeans according to Gender and Marital Status

Desired image		Gender and Marital status				
		Bold image	Comfortable and stylish image	Thin and long image	Active image	Sensual image
Gender	Male	2.806	3.365	3.572	2.950	2.567
	Female	2.861	3.603	3.794	3.257	2.516
	t	-0.636	-2.676**	-2.404*	-2.790**	0.437
Marital status	Unmarried	2.791	3.509	3.719	3.109	2.448
	Married	3.058	3.462	3.603	3.198	3.000
	t	-2.410*	0.414	0.858	-0.645	-3.954***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan multiple range test : $a < b < c$

로 나타났는데 이는 성별에 따른 청바지 이미지 요인의 차이를 분석한 결과 여성은 남자보다 뚱뚱함 요인의 이미지가 더 높게 나타났다고 하는 선행연구 결과(Lee & Lee, 2005)에서와 같이 남성과 여성의 신체적 차이로 나타난 결과라고 사료된다. 따라서

이러한 결과를 통해 스키니 진 디자인 기획 시 성별, 연령, 월 소득 그리고 직업에 따라서도 추구하는 이미지를 차별화하여 그에 부합하는 이미지를 반영한다면 효과적인 결과를 가져올 수 있을 것이다.

Table 4. The Difference of Desired Image about Skinny Jeans according to Demographic Characteristics

Demographic characteristics	Desired image	Bold image	Comfortable and stylish image	Thin and long image	Active image	Sensual image
	Age	10-19	2.680a	3.619b	3.731	3.063
20-29		3.035b	3.613b	3.761	3.179	2.564b
30-39		2.711a	3.365ab	3.632	3.145	2.674b
40-49		3.033b	3.348a	3.660	3.131	3.000c
F		5.479***	2.863*	0.424	0.222	6.826***
Income	<2,000,000	3.000ab	3.672	3.741	2.932	2.703
	2,000,000-2,999,999	2.827ab	3.435	3.726	3.322	2.596
	3,000,000-3,999,999	2.704a	3.453	3.615	3.164	2.474
	4,000,000-4,999,999	2.803ab	3.487	3.578	3.245	2.449
	5,000,000-5,999,999	2.694a	3.503	3.669	2.992	2.328
	≥6,000,000	3.118b	3.553	3.894	2.979	2.777
	F	2.413*	0.551	0.882	1.452	1.337
Occupation	Self-employed	3.033cd	3.240	3.200a	2.667a	3.200c
	Professional	3.156d	3.520	3.467ab	3.267abc	2.967bc
	Education/public servants	2.467ab	3.308	3.474ab	3.385bc	2.539abc
	Service and production	2.896bcd	3.375	3.600ab	3.163abc	2.863bc
	Office	3.026cd	3.446	3.744bc	3.096abc	2.904bc
	University students	3.014cd	3.638	3.734bc	3.203abc	2.554abc
	Middle and high school students	2.638ab	3.602	3.767bc	3.055abc	2.180a
	Housewives	3.343d	3.318	4.208c	2.765ab	2.441ab
	Unemployed and the others	2.344a	3.360	3.867bc	3.433c	2.367ab
F	4.851***	1.166	2.129*	1.253	3.660***	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan multiple range test : a<b<c

2. 스키니 진 선호도 및 착용 후 만족도

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 차이를 살펴본 결과 Table 5 및 Table 6과 같이 나타난다. 성별에 따라서는 남성보다 여성이 더 스키니 진을 선호하는 것으로 나타났으며 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따라서는 유의한 차이를 보였는데 30대가 가장 낮은 선호도를 보인 반면, 10대가 가장 높은 선호도를 보였다. 월 소득에 따라서는 200만원 미만의 집단이 가장 낮은 선호도를 보인 반면 월 소득 500만원 이상 600만원 미만의 집단이 가장 높은 선호도를 보였다. 직업에 따라서는 유의한 차이를 보였으며 무직 및 기타 집단이 가장 낮은 선호도를 보인 반면 자영업, 서비스 및 생산직, 사무직, 중고등학생 그리고 대학생들이 더 선호하는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 착용 후 만족도의 차이를 살펴본 결과 Table 5 및 Table 6과 같이 나타났다. 성별에 따라서는 유의한 차이를 보였으며 남성보다 여성이 스키니 진에 대한 착용 후 만족도가 더 높게 나타났으며, 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따라서는 유의한 차이를 보였으며 40대가 가장 낮은 만족도를 보인 반면 10대가 가장 높은 만족도를 보였다. 월 소득에 따른 차이 결과 유의한 차이를 보였으며 월 소득 200만원 미만의 집단이 가장 낮은 만족도를 보인 반면 월 소득 500만원에서 600만원인 집단이 가장 높은 만족도를 보였다. 직업에 따라서는 유의

한 차이를 보이지 않았다.

이상의 연구 결과 스키니 진을 가장 선호하는 집단과 착용 후 가장 높은 만족도를 보인 집단은 10대와 여성 그리고 월 소득이 500만원에서 600만원의 집단으로 나타났다. 따라서 다양한 소비자들의 요구를 만족시키기 위해서는 선호도와 착용 후 만족도가 높은 집단이 추구하는 이미지에 대한 구체적인 디자인 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 만족도가 낮은 집단에 대한 구체적인 원인을 분석하여 이에 대한 세부 전략이 마련되어야 할 것으로 사료된다.

V. 결론

본 연구는 스키니 진에 대한 추구이미지의 요인을 도출하고 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 추구 이미지, 선호도 그리고 착용 후 만족도의 차이를 살펴보고자 하였으며 그 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

스키니 진에 대한 추구 이미지는 대담한 이미지, 편안하고 멋스러운 이미지, 가늘고 긴 이미지, 활동적 이미지, 관능적 이미지의 5개 이미지로 나타났다. 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 추구 이미지의 차이 결과 성별에 따라서는 여성이 남성보다 더 편안하고 멋스러우며, 가늘고 길며 활동적 이미지를, 결혼 유무에 따라서는 미혼자가 기혼자보다 더 대담하고 관능적 이미지를 추구하였다. 연령에 따라서는 20대 및 40대는 대담한 이미지를, 10대

Table 5. The Preference and Wearing Satisfaction of Skinny Jeans according to Gender and Marital Status

Gender and Marital Status		Preference and wearing satisfaction	
		Preference	Wearing satisfaction
Gender	Male	3.09	3.13
	Female	3.58	3.67
	<i>t</i>	-4.751***	-4.892***
Marital status	unmarried	3.39	3.46
	married	3.28	3.33
	<i>t</i>	0.826	0.924

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 6. The Difference of Preference and Wearing Satisfaction about Skinny Jeans according to Demographic Characteristics

Demographic characteristics		Preference and wearing satisfaction	Preference	Wearing Satisfaction
Age	10-19		3.59b	3.65b
	20-29		3.31ab	3.42ab
	30-39		3.21a	3.35ab
	40-49		3.30ab	3.23a
	F		3.020*	2.645*
Income	<2,000,000		2.920a	3.000a
	2,000,000-2,999,999		3.288ab	3.384abc
	3,000,000-3,999,999		3.259ab	3.345abc
	4,000,000-4,999,999		3.510bc	3.469bc
	5,000,000-5,999,999		3.793c	3.797c
	≥6,000,000		3.383bc	3.468bc
F		3.930**	3.264**	
Occupation	Self-employed		3.333b	3.400
	Professional		3.200ab	3.000
	Education/public servants		3.182ab	3.192
	Service and production		3.350b	3.475
	Office		3.538b	3.615
	University students		3.297b	3.419
	Middle and high school students		3.610b	3.640
	Housewives		3.118ab	3.118
	Unemployed and the others		2.667a	3.067
F		2.423*	1.645	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan multiple range test : a<b<c

및 20대는 편안하고 멋스러운 이미지를 더욱 추구하는 것으로 나타났다. 또한 연령이 높을수록 관능적 이미지를 더 추구하는 것으로 나타났다. 월 소득에 따라서는 대담한 이미지에서만 유의한 차이를 보였는데 월 소득 600만원 이상의 집단이 가장 추구하는 것으로 나타났다. 직업에 따라서는 대담한 이미지의 경우에는 전문직과 주부가, 가늘고 긴 이미지의 경우에는 주부가 그리고 관능적 이미지의 경우에는 자영업자들이 가장 추구하는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 차이를 분석한 결과 성별에 따라서는 여성이 더 선호

하였으며, 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따라서는 10대가, 월 소득에 따라서는 월 소득 500만원 이상 600만원 미만의 집단이 그리고 직업에 따라서는 자영업, 서비스 및 생산직, 사무직, 중고등학생 그리고 대학생들이 다른 집단 보다 더 선호하는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 착용 후 만족도 차이를 살펴본 결과 성별에 따라서는 여성이 더 만족도가 높았으며, 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따라서는 10대가, 월 소득에 따라서는 월 소득 500만원에서 600만원

인 집단이 가장 높은 만족도를 보였다. 직업에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

본 연구를 통해 스키니 진의 추구이미지와 선호도에 있어 인구통계학적 특성에 따라 차이가 나타나는 경우가 많았는데 본 연구 결과에 비춰 볼 때 남성이 여성보다 추구 이미지와 선호도에 대한 점수가 더욱 높게 나타남으로써 스키니 진 기획 시에는 여성들이 추구하는 이미지를 디자인에 좀 더 디테일하게 반영할 필요가 있을 것이다. 뿐만 아니라 연령을 고려할 때는 대담한, 편안하고 멋스러운 그리고 관능적 이미지에 차이를 둘 필요가 있으며 착용 후 만족도가 가장 낮았던 40대에 대해서는 그 결과에 대한 구체적인 원인을 분석하고 그에 대한 만족도를 높일 수 있는 마케팅 촉진 전략을 마련해야 할 것이다. 특히 월 소득이 가장 높은 600만원 이상의 집단들은 대담한 이미지를 추구하는 만큼 의류 업체 측에서는 스키니 진 제품을 기획 시 소재에 기능성과 디테일과 트리밍 등을 다양하게 적용한다면 월 소득에 따른 이미지를 반영한 차별화된 상품구성을 제시할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 조사 지역으로 경남 및 울산을 중심으로 편의표집에 의해 이루어졌으므로 조사지역과 대상자의 선정 및 수에 한계가 있으므로 본 연구 결과를 확대 해석하기에는 무리가 있음을 밝힌다. 후속 연구에서는 스키니 진의 구매 후 만족도 및 불만족 요인을 밝히고 착용자 중심에서 외적으로 뿐만 아니라 신체적으로도 만족도를 최대화 할 수 있는 스키니 진에 대한 연구를 진행하고자 한다.

References

- Bae, H., & Chung, I.(2006), The desired self-images and the fashion product unities of male college students according to situation. *Journal of the Korean society of clothing and textiles*, 30(7), 1135-1145.
- Bi, S., & Koo, I. (2013). A study on the relationship between the cognition of appearance effectiveness, ideal appearance behavior and clothing image preference for Chinese females in their 20-30s. *Journal of fashion business*, 17(5), 165-183.
- Choi, S., & Do, W. (2016). A study on the wearing condition of skinny jeans of 20's women. *Fashion & textile research Journal*, 18(10), 63-70.
- Ham, S., & Jung, H., & Oh, K. (2012). Female adolescents' awareness of health harmfulness and skinny jeans purchasing behavior: Focus on the effect of appearance-relative behavior. *Journal Korea society clothing industry*, 14(3), 438-447.
- Jang, W., Lee, K., & Won, D. (2015). The market segmentation through purchasing decision factors of outdoor sports wear using conjoint analysis. *Korean journal of sport management*, 20(3), 117-130.
- Kim, C., & Lee, H. (1999). Analysis of jeans market under IMF circumstance focused on brand awareness brand image and consumer's seeking image of young adults. *Journal of the Korean society of clothing and textiles*, 23(3), 447-458.
- Koh, A. (1994). Consumer intention to purchase domesti/foreign brand jeans: beliefs, attitude, and individual characteristics. *Journal of the Korean society of clothing and textiles*, 18(2), 263-272.
- Kweon, S. (2012). The effect of the skinny pants on the physiological responses and subjective pressure. *Korean journal of human ecology*, 21(3), 567-576.
- Kweon, S., & Sohn, B. (2010). A study on wearing condition and demanding on improvement in skinny jean of college woman. *Proceeding of 2010 National Conference on Lohas Age and Life Economic* (pp. 127-128). Chungbuk: Korean Association of Human Ecology.

- Lee, H. E. (2005), The formation of 1970s Korean youth culture: Focusing on the cultural consumption of popular music. *Social research*, (10), 7-44.
- Lee, J., & Do, W. (2012), A study on the denim fit and favorite style according to the gender of college students. *Journal of the Korean society of design culture*, 18(2), 379-385.
- Lee, J., & Sung, S. (2004). A difference of clothing behavior of jean's wearer according to the gender. *Journal of Korea social clothing industry*, 6(3), 336-340.
- Lim, S., Jwang, S., & Lee, S. (2009). *The social psychology of clothing*. Seoul: Suhaksa Press.
- Lee, Y., & Lee, I. (2005). Images of jeans according to body types and gender 1. *Journal of Korea fashion & costume design association*, 7(1), 85-99.
- Na, Y., & Lee, D.(2010). Clothing pressure sensation and discomfort experience of skinny jean. *Korean journal of human ecology*, 19(4), 655-665.
- Oh, S., & Suh, D. (2013). Characteristics study of women's skinny jeans patterns by brand. *The research journal of the costume culture*, 21(5), 708-725.
- Press release. (2014, October 10). "Why are you on earth wearing such a clothing in the noble family?": The special exhibition 'Blue Jeans' managing the home and foreign blue jeans culture is opened at the National Folk Museum. *The Ministry of Culture, Sports and Tourism*, p. 8.
- Park, S. (2016. January 28). Issue, 'Denim', is not the trend but the 'must-have item' of steady seller. TEXHERALD, Retrieved from <http://stylogue.co.kr/220348683948>
- Skinny jeans (2007). <http://kin.naver.com/openkr/detail.nhn?docId=59008>
- So, Y. (2008), *A study on the visual image by pattern making of jeans* (Unpublished master's thesis). Sungshin Women's University, Seoul, Korea.
- Skinny jean. (2016. June 26). *Wikipedia*, July 01, 2016, from https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%8A%A4%ED%82%A4%EB%8B%88_%EC%A7%84
- Yoon, J. (2007). Female college students' jean pants style-With a focus on skinny jean, *Journal of the Korea fashion & costume design association*, 9(1), 189-201.
- Yoo, E., & Ki, S. (2006). Sports apparel market segmentation and its characteristics analysis by purchasing factors. *Korean journal of sport science*, 17(3), 136-146.
- Yeom, I., & Kim, M. (2004). Actual image and pursued images and purchase behaviors for clothing as determined by self-image. *The research journal of the costume culture*, 12(1), 90-103.
- Yu, H., Jung, C., & Hwang, J., (2012). *On fashion industry*. Seoul : Suhaksa Press.
-
- Received (July 28, 2016)
Revised (August 18, 2016; August 31, 2016)
Accepted (September 9, 2016)