

구두 선택속성 중 평가요소와 착용 만족도에 관한 연구

- 경북지역 20대 대학생을 중심으로 -

김 재 희 · 김 문 영 · 허 정 선*

계명대학교 일반대학원 패션비즈니스학과 박사수료

계명대학교 패션마케팅학과 교수

경북대학교 섬유패션디자인학부 교수*

요 약

현대에 들어와서 구두는 의상과 조화되는 패션의 도구로만 다양하게 확장되고 있다. 구두가 착용자의 발에 잘 맞지 않으면 통증과 피로가 오며, 이러한 피로가 반복되면 발의 변형을 가져오게 된다. 따라서 본 연구에서는 경북지역 20대 대학생 200명을 대상으로 구두 구매 행동, 구두 착용 실태를 조사하고 착용 구두에 관련된 불편 부위를 파악하여 구두 선택 요인의 추구 특성에 따른 집단 간 구두 선택 요인의 차이 분석을 알아보고자 한다. 본 연구의 요약과 결론은 다음과 같다. 첫째, 조사 대상자의 구두 구매 행동 특성을 알아본 결과, 1년에 구두를 구매하는 횟수로는 1~2회, 구매 장소는 인터넷 쇼핑몰을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 신뢰하는 정보원은 대부분 주위 사람들의 조언으로 나타났으며 구두 구입 동기는 사고 싶은 구두의 발견과 새 옷과의 매치를 위해 구입하는 것을 알 수 있었고 보유하고 있는 구두의 켄레 수는 1~3켄레와 선호하는 가격대는 2만 원~10만 원 미만을 가장 선호하는 편이었다. 둘째, 조사 대상자의 구두 착용 실태를 분석한 결과, 하루에 구두를 착용하는 시간은 대체로 3~6시간이 가장 많았고, 구두를 착용 후 발의 여러 부위에서 통증을 느끼는 것으로 파악된다. 셋째, 조사 대상자의 착용 구두에 관련된 만족도를 알아본 결과 불만족의 경우 불편감 호소 부위는 주로 새끼발가락 부위와 엄지발가락 부위, 앞발 안쪽 부위, 발바닥 쪽 발꿈치 부위와 앞쪽 부위, 기타 부위로는 발뒤꿈치와 발등에 아픔을 호소하였다. 넷째, 구두 구매 시 선택 기준에 따라 요인 분석한 결과, 착용감, 가격, 내구성, 디자인으로 총 4개의 요인이 추출되었고 구두 구매 시 선택 기준의 요인에 따른 응답자를 세분화하기 위하여 군집 분석한 결과 3개의 집단으로 분류가 되었다. 각 집단의 구두 선택속성의 특성을 살펴보면 ‘착용감 중시집단’은 상대적으로 디자인보다 착용감과 내구성에 민감하고 ‘디자인 중시집단’은 디자인과 유행을 더 중요시하는 집단으로 ‘무관심 중시집단’은 어떠한 선택 기준도 특별히 중요하게 여기지 않고, 모든 요인을 복합적으로 고려하는 특성을 보이고 있기에 상대적으로 다른 집단에 비해 모두 낮게 나타난 것으로 본다.

주제어 : 구두, 구매 선택 기준, 착용 실태, 발의 불편감, 만족도

이 성과는 2020년도 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2018RIA2B6007342).

*교신저자: 허정선, jungsun@knu.ac.kr

접수일: 2020년 7월 18일, 수정논문접수일: 2020년 8월 7일, 게재확정일: 2020년 8월 11일

I. 서론

1. 연구의 필요성

구두의 기능적인 면은 발을 보호해주고 보행 운동의 기능을 보강해 주는 역할을 한다. 현대에 들어와서 구두의 착용이 보행 시 발의 보호, 활동을 위한 운동기능 조장 등 본원적인 역할을 넘어 의상과 조화하는 패션의 도구로 척추교정용, 임신 부용, 키 높이용 등 특수한 기능을 수행하는 단계로 다양하게 확장되고 있다(Chang, 2011). 구두는 예전의 실용성 및 기능성만을 추구하는데서 벗어나 개성을 표현하는 수단으로 독창적인 스타일로 패션을 마무리하는 중요한 아이템으로 자리매김 하였다(Jung & Kim, 2009). 하지만 의류와 비교할 때 치수 간 허용 신체 치수의 범위가 부위별로 2~4mm로 매우 좁아 치수의 적합성이 민감하게 요구되는 피복류(Han, 2005)에 속한다. 이렇듯 구두가 착용자의 발에 잘 맞지 않으면 통증과 피로가 오며, 이러한 피로가 반복되면 발의 변형을 가져오게 된다(Chun & Choi, 2000). 제화업계에서는 발의 건강보다 미적인 측면에서 구두를 디자인하는 경향이 많은데 그 이유는 여성 소비자들이 구두를 구매하면서 건강보다는 미적인 측면에 더 큰 비중을 두기 때문이다(Choi, 2001). 인간의 발은 나이, 성별, 직업에 따라 그 모양이나 치수가 다르므로 구두 구입 시 자신에게 맞는 구두의 선택은 매우 중요하게 인식되어야 한다. Chun and Choi(2000)의 연구에 따르면 조사대상 여성의 80% 이상이 구두 착용 시 불편을 경험하고 있으므로 여성들의 발의 형태 분석을 통해 좀 더 기능적이며 착용 시 불편을 최소화 할 수 있는 구두에 대한 연구가 필요하다고 하였다. 이처럼 민감하게 요구되는 패션 잡화의 대표적 품목인 구두는 그간 제품의 디자인에 편중되어있으며 구두 디자인에 관한 연구가 많았으며(Cha, 2005; Chang, 2011; Koo, 2009; Kwon,

2002; Lee, 2012; Lee & Kim, 2003), 그 외에 구두의 착용에 관한 연구(Choi, 2001; Choi et al., 2004; Chun & Choi, 2000), 기능적 위경화에 관한 연구(Ha, 2014; Lee, 2009; Shin, 2007), 3D 프린팅을 이용한 슈즈 디자인에 관한 연구(Lee & Lee, 2016)가 이루어졌지만 20대 남녀대상을 중심으로 구두 구매 행동과 착용 평가, 착용만족도에 관한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 이에 구두의 중요성을 인식하고 구두 구매 시 고려하는 요소와 착용 시 경험한 불편한 점들을 포함한 구두 착용 실태를 조사 분석하여 구두 디자인 설계 시 고려해야 할 점 등을 알아볼 필요가 있다.

본 연구는 20대 성인의 구두 구매 및 착용하는 구두의 치수를 포함한 착용 실태, 착용 만족도를 파악하고자 경북에 거주하고 있는 20대 남성 63명, 여성 137명을 대상으로 설문 조사하여 자료를 수집하였다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 경북지역 대학생 남녀 20대를 대상으로 실시한 구두 선택속성 중 평가요소와 착용 만족도에 관련된 결과를 바탕으로 구두 착용 시 불편한 요인을 파악하여 정형화 개발을 가능하게 하는 데에 기여하는 것이다.

연구의 문제는 다음과 같다.

첫째, 조사 대상자의 구두 구매 행동 특성을 알아본다.

둘째, 조사 대상자의 구두 착용 실태를 알아본다.

셋째, 조사 대상자의 착용 구두에 관련된 만족도를 조사하여 불만족 요인을 알아본다.

넷째, 구두 선택 요인의 추구 특성에 따른 집단 간 구두 선택 요인의 차이를 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 구두의 특성

구두의 사전적 의미로는 주로 가죽을 재료로 하여 만든 서양에서 들어온 신발을 의미한다(Wikipedia, 2020). 슈즈(shoes)라는 말은 고대영어의 쇼(sho)에서 유래된 것으로 발이 몸에 중심이 된다는 의미가 있는데, 과거에는 도구적 기능이 많았다면 현재는 기능적인 면을 중점으로 두고 있다. 구두의 특성은 종류에 따라서 서로 다르지만, 기본적으로 발을 보호한다는 것이다. 즉, 구두 밑창은 발을 지면으로부터 보호하고, 갑피는 외력이나 열, 한량, 습기, 더러움으로부터 발을 보호하고(Han, 2000), 구두의 기능적인 면에서는 보행 운동의 기능을 보강하는 역할까지 하고 있다.

역사적으로 구두는 한 개인의 부와 사회적 지위, 심지어 정치적 성향까지 드러내는 도구로 사용되었다. 고대 그리스에서는 신발의 착용 여부로 노예와 자유민을 구별하였으며, 프랑스의 귀족은 구두의 장식과 가죽의 색을 통해 정치적 지위를 나타냈으며, 중국에서는 전족을 통한 작은 발과 구두가 여성을 표현하는 수단으로 사용되기도 하였다(Kim, 2014). 이처럼 시대별 복식과 문화, 착용자의 목적에 따라 세분화되어 다양하게 변화해왔기 때문에 그 종류가 많다. 지속적으로 순환하고 변화되고 있지만, 소비자의 미적인 면과 기능성을 동시에 추구하는 것은 변함이 없는 사실이다(Choi, 2001). 또한 남녀의 성별이나 연령에 의해서도 달라지며 심미적인 측면, 경제적인 측면, 독창적인 측면도 많이 작용한다(Kim, 1999). 하지만 발은 신체 근 골격계의 지주로서 보행과 운동에 의해 주어지는 힘과 체중을 지탱하고 있기에 발의 구조에 따라 기본 동작을 이해하는 것은 구두 설계에 있어 필수적인 요소이다(Choi, 2001).

2. 구두 구매 행동 및 착용 평가

구매 행동은 소비자가 사회문화적인 환경과 개인적 욕구 등의 동기 유발로 인하여 필요로 하는 상품을 지각하고 정보를 탐색한 후 평가하여 구매하는 과정(Lee, 1992)으로 소비자들은 제품의 구매를 통해서 자신의 사회적 욕구를 충족시키고자 한다. 산업기술의 발전과 경제적 풍요에 의해 소비의 여유가 생긴 고도화된 집단들이 자기계발 즉, 존재감을 표현하기 위해 감성적으로 구두를 구매하거나 소비하기 시작하였고 구두를 통해 사회 분위기를 반영하고 개인의 욕구를 표현한다(Chang, 2011).

구두의 디자인을 구매 행동 기준으로 보는 연구자들은 구두는 좋은 가죽을 사용하여 내구성이 탁월하거나 세탁의 편의성, 브랜드의 중요성, 매장 디스플레이의 세련됨 등의 여러 요소를 복합적으로 고려하여 소비가 이루어진다고 보고 있다(Lee & Kim, 2013). 제품 평가 기준에서 구두 구매 행동 연구를 살펴보면 구두 제품을 평가, 선택하는 기준은 다양하지만, 착용감이나 발의 편안함을 강조하여 컴포트 슈즈를 연구(Lee, 2009), 착화감과 관련된 연구(Lee & Kim, 2013) 등과 같이 구두의 착용감은 구매 행동에서 가장 중요한 요소로 보고 있다. 구두와 같이 디자인과 착용감이 동시에 중요한 제품의 평가 기준은 종류에 따라 차이가 있기 때문에 상품 특성에 따른 평가 기준을 밝혀두는 것이 타당하다(Kim, 2014).

성인 여성을 대상으로 구두 착용과 발 유형의 관계를 알아본 Choi and Lee(2002)는 발 유형과 선호하는 구두 스타일은 차이가 있다고 밝혔는데 평발의 경우 라운드 토우(round toe)를 정상일 경우는 스퀘어 토우(square toe)를 선호한다고 하였다. 구두의 불만족 사항에 대해서는 연령이 낮을수록 구두의 바닥의 형태나 쿠션에 대해 불만이 높았으며 연령이 증가할수록 구두 볼의 너비가 너무 좁고

Table 1. 구두 구매 행동 및 착용 평가 관련 선행연구.

구분	연구자	연구 제목
구두	디자인	Choi, 1991
		서양 신발의 유형 별 발달과정에 관한 고찰
		Kwon, 2002
		성인 여성의 가치관과 구두 디자인 선호도
		Lee and Kim, 2003
		여대생의 발 유형과 선호 구두 형태와의 관계
	착화감	Cha and Park, 2006
		1990년대 여성 구두 디자인 특성 연구
학생 구두		Chang, 2011
		20~30대 여성의 유행 선호도에 따른 디자이너 브랜드의 구매선택 기준과 만족도에 관한 연구
		Lee, 2012
		20~40대 여성의 패션 라이프스타일과 연령에 따른 구두 선호도 비교
기능/위킹화		Chun and Choi, 2000
		여성의 구두 구매 및 착용에 관한 연구
		Cho et al., 2009
		하이힐 착용 심리에 관한 질적 연구
잡화 구두/핸드백		Lee, 2007
		여고생의 라이프스타일에 따른 신발 구매 행동 및 착용 만족도에 관한 연구
		Lee nad Kim, 2013
		남자 중학생들의 신발 쇼핑성향에 따른 신발 구매 행동
잡화 구두/핸드백		Shin, 2007
		여중생의 걷기 운동 시 위킹 전문 신발과 일반 신발 착용이 에너지 소비량에 미치는 영향
		Lee, 2009
		컴퓨터 슈즈의 디자인 개발에 대한 연구
잡화 구두/핸드백		Ha, 2014
		위킹화 시장에서의 여성 스타 광고모델이 소비자 태도 및 구매 의도에 미치는 영향
		Bang, 2003
		패션잡화 소비자의 구매 행동에 관한 연구 -여성 구두와 핸드백을 중심으로-
		Park, 2005
		소비자의 쇼핑성향에 따른 패션잡화 구매 행동에 관한 연구 -구두 핸드백을 중심으로-

소재의 유연성이 부족하여 불편함을 호소하였으므로 이 결과에 따라 연령별로 차별화된 디자인 개선이 필요하다고 하였다.

Chun and Choi(2000)의 연구에서 20대 여성용 구두는 남성용 구두보다 다양한 디자인과 굽 높기로 생산되고 있기에 여성들이 구두를 착용 시 발의 불편함을 느끼는 부위를 분석하였다. 발이 작고 밋밋한 유형을 제외한 거의 모든 유형의 발을 가진 20대 여성들이 엄지발가락 부위에 불편을 느끼고 있으므로 우리나라 여성의 엄지발가락의 형태적 특성과 여성화의 앞부리 형태적 특성의 상호관계를 세밀하게 분석하여 여성화 디자인 개선에 접목해야 할 것으로 보고 있다. Kwon(2002)은 현대 성인 여성의 가치관, 가치관과 구두 구매 시 고려하는 속성, 가치관에 따른 구두 디자인 선호도의 차이를 알아본 결과, 가치관과 구두 디자인 상관성이 있음을 규명하였다.

앞서 살펴본 선행연구 결과를 종합해보면, 구두

의 바닥이나 쿠션에 불만이 많은 것으로 나타났는데 이를 개선하기 위해서 구두 제작 시 발의 불편한 요소를 파악하여 디자인은 물론 착용감이나 무게에 집중하여 구두 인솔 설계의 필요성이 제기되고 있다.

III. 연구방법

1. 연구 대상자 선정 및 기간

본 연구의 조사 대상자는 Choi and Chun(2009)의 연구 결과와 Chang(2011)의 연구대상에 따른 것으로 구두 착용 시간이 길고 유행에 민감한 20대로 선정하였다. 이에 대구 및 경북에 거주하는 20대 남녀 대학생을 대상으로 하였으며 표본은 편의표집에 의해 추출되었다. 1차 조사는 경북에 거주한 남녀 50명을 대상으로 2019년 5월 28일부터

2019년 8월 12일까지 3D 스캐닝과 설문조사를 함께 진행하였다. 2차 조사는 대구에 거주하는 20대 남녀 대학생을 대상으로 2019년 10월 28일부터 2019년 11월 4일까지 180부를 배부하여 167부를 수집하였고 그 가운데 미응답 혹은, 불성실 응답이 포함된 설문지 17부를 제외한 150부와 1차로 실시한 설문지 50부로 총 200부를 자료 분석에 사용하였다. 수집된 설문자료는 SPSS 22.0 통계프로그램을 이용하여 빈도 분석, 기술통계분석, t-test, 탐색적 요인 분석과 사후검증 방법인 Duncan 검증을 하였다.

조사 대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도 분석과 기술통계분석을 한 결과는 <Table 2>와 같다. 조사 표본의 성별 구성을 보면 남성이 63명(31.5%), 여성이 137명(68.5%)으로 대체로 여성 응답자가 많았고, 연령과 직업으로는 20대 대학생을 대상으로 하였다. 신발 사이즈는 220mm부터 285mm까지 다양하게 분포되었으나 230~235mm

64명(32.0%), 240~245mm 51명(25.5%), 250~255mm 25명(12.5%), 270~275mm 22명(11.0%), 260~265mm 20명(10.0%), 280~285mm 12명(6.0%), 220~225mm 6명(3.0%)의 순으로 나타났으며 평균 신발 사이즈는 여성 238.21cm, 남성 266.75cm임을 알 수 있었다.

2. 측정 도구

본 연구는 구두 선택속성 중 평가요소와 착용 만족도를 알아보기 위하여 동일한 피험자들을 대상으로 구두 착용 평가를 한 선행연구의 결과를 토대로 사용된 문항을 본 연구에서 재인용하거나 수정 보완하여 구성하였다. 설문지는 최근에 구매한 구두를 기준으로 질문에 응답하도록 하였으며 구두 구매 행동 특성 및 구두 구매 시 선택 기준, 구두 제품 착용 평가, 인구 통계적 요인 등으로 총 52문항을 사용하여 <Table 3>과 같이 측정 도구를 구성하였다.

Table 2. 조사 대상자의 인구통계학적 특성.

문항	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	남	63	31.5
	여	137	68.5
신발 사이즈 (mm)	220~225	6	3.0
	230~235	64	32.0
	240~245	51	25.5
	250~255	25	12.5
	260~265	20	10.0
	270~275	22	11.0
	280~285	12	6.0
합계	-	200	100.0

Table 3. 측정 도구의 구성.

영역	문항수	척도	출처
구매 행동	6	중다선택형	Park(2005), Kim(2014)
구매 시 선택 기준	16	Likert 5점척도	Park(2005), Kim(2014), Song(2008)
착용 구두 관련	8	중다선택형	Chun and Choi(2000), Lee(2013), Cho and Lee(2009)
구두 착용 평가	16	Likert 5점척도	Lee(2013)
인구통계	6	개방형, 중다선택형, 진위형	연구자
총	52 문항		

구두 구매 행동 특성은 Park(2005), Kim(2014)의 연구를 바탕으로 구매 횟수, 구매 장소, 정보원, 구입 동기, 구두 보유 수, 선호하는 가격대로 총 6개의 문항으로 정리하였다. 착용 구두에 관한 문항은 Chun and Choi(2009), Cho and Lee(2009), Lee(2013)의 연구를 바탕으로 구두 착용 시간, 발의 변형과 부작용, 구두 착용 시 불편을 경험한 부위, 구두를

착용 후 발생하는 통증 부위, 착용하는 구두의 착용 시 사이즈에 대한 느낌, 구두의 개선 요구사항, 구두의 교환 주기로 본 연구자가 재구성하였으며 총 8개의 문항으로 구성하였다. 인적사항에 관한 문항은 성별과 평소 착용하는 사이즈 등으로 총 6개의 문항으로 구성하였다.

구매 행동 선택 기준은 Park(2005), Kim(2014),

Table 4. 구매 행동 선택 기준 문항 출처.

영역	문항	출처
가격	가격이 저렴하다	Kim(2014) Park(2005)
	세일을 많이 한다	
	관촉을 많이 한다	
	행사품목이다	
착용감	착용감이 좋을 것이다	Kim(2014)
	발이 편할 것이다	
	사이즈가 잘 맞다	
	신고 벗기 편할 것이다	
내구성	오래 신을 수 있을 것이다	Song(2008)
	튼튼/내구성이 있을 것이다	
	형태 변형이 적을 것이다	
	활동하기 편할 것이다	
디자인	디자인이 좋다	Kim(2014) Park(2005)
	나에게 어울리는 스타일이다	
	색상과 무늬가 마음에 든다	
	평범하고 유행을 타지 않는 무난한 스타일이다	

Table 5. 구두 제품 착용 평가 문항 출처.

영역	문항	출처
발가락	엄지발가락 부위가 불편하다	Lee(2013)
	검지발가락 부위가 불편하다	
	중지발가락 부위가 불편하다	
	약지발가락 부위가 불편하다	
	새끼발가락 부위가 불편하다	
	발가락 아래 부위가 불편하다	
발볼	앞볼 안쪽 부위가 불편하다	
	앞볼 바깥쪽 부위가 불편하다	
발바닥	발바닥 앞쪽 부위가 불편하다	
	발바닥 안쪽 부위가 불편하다	
	발바닥 바깥쪽 부위가 불편하다	
	발바닥 안쪽 발꿈치 부위가 불편하다	
기타	발목 부위가 불편하다	
	복사뼈 부위가 불편하다	
	발등 부위가 불편하다	
	발뒤꿈치 부위가 불편하다	

Song(2008)의 연구를 참조하여 총 16개의 문항으로 <Table 4>와 같이 구성하였고 구두 착용 평가에 관한 문항은 Lee(2013)의 연구를 바탕으로 총 16개의 문항으로 <Table 5>와 같이 구성하였다. 각 측정항목에 대해서 조사 대상자가 동의하는 정도를 5점 리커트 척도(전혀 그렇지 않다=1점, 보통이다=3점, 매우 그렇다=5점)로 사용하였으며 점수가 높을수록 부위별 불만족도가 낮은 것으로 평가되었다.

IV. 연구 결과

1. 구두 구매 행동 특성

평소 신는 구두 또는 최근에 구매한 구두를 기준으로 구두 구매 행동 특성을 파악하기 위해 구두 구매 횟수, 장소, 정보, 동기, 구두 보유 수, 선호하는 가격대에 대한 빈도 분석과 기술통계분석을 한 결과는 다음 <Table 6>과 같다. 구두 제품

Table 6. 1년간 구두 구매 행동.

문항	내용	빈도(명)	비율(%)
구매 횟수	1회 이하	86	43.0
	2회 정도	54	27.0
	3회 정도	25	12.5
	4회 이상	35	17.5
구매 장소	백화점	33	16.5
	인터넷 쇼핑몰	97	48.5
	할인매장(아울렛)	22	11.0
	브랜드 대리점	24	12.0
	TV홈쇼핑	1	.5
	개인 점포(로드숍 등)	23	11.5
신뢰하는 정보원	판매원의 조언	33	16.5
	주위 사람들의 조언	64	32.0
	연예인, 유명인의 구두	13	6.5
	타인 관찰	27	13.5
	매장 디스플레이	33	16.5
	신문, 잡지, TV광고	3	1.5
	인터넷 광고 (블로그)	27	13.5
구입 동기	착용하던 구두가 낡아서	28	14.0
	계절이 새로 바뀌어서	21	10.5
	새 옷과 어울리지 않아서	27	13.5
	사고 싶은 구두를 발견해서	109	54.5
	세일 및 기타	15	7.5
현재 보유하고 있는 구두 컬레	1~3컬레	103	51.5
	4~6컬레	54	27.0
	7~9컬레	21	10.5
	10컬레 이상	17	11.0
선호하는 가격대	2만 원 이하	7	3.5
	2만 원 이상~10만 원 미만	138	69.0
	10만 원 이상~15만 원 미만	43	21.5
	15만 원 이상	12	6.0
합계	-	200	100.0

구매는 1년에 1회 이하 86명(43.0%)으로 가장 높게 나타났으며 그다음으로 2회 54명(27.0%), 3회 25명(12.5%), 4회 이상 35명(17.5%)으로 나타났다. 구매 장소로 ‘인터넷 쇼핑몰’이 97명(48.5%)으로 가장 높게 나타났으며 ‘백화점’ 33명(16.5%), ‘브랜드 대리점’ 24명(12.0%), ‘할인매장(아울렛)’ 22명(11.0%), ‘TV홈쇼핑’ 1명(0.5%)의 순으로 나타났다. 신뢰하는 정보원으로는 ‘주위 사람들의 조언’ 64명(32.0%)이 가장 높게 나타났으며 ‘판매원의 조언’과 ‘매장 디스플레이’는 각각 33명(16.5%), ‘타인 관찰’과 ‘인터넷 광고(블로그)’ 각각 27명(13.5%), ‘연예인, 유명인의 구두’ 13명(6.5%), ‘신문, 잡지, TV 광고’ 3명(1.5%)의 순으로 나타났다. 이는 Park(2005)의 연구 결과와 유사하게 나타났는데 매체 정보원보다 대인 정보원을 가장 신뢰한다는 것으로 볼 수 있으며 주위 친구들의 조언과 주변의 패션이 영향력을 끼치는 것으로 보인다. 구입 동기로 ‘사고 싶은 구두를 발견해서’ 109명(54.5%)으로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며 ‘착용하던 구두가 낡아서’ 28명(14.0%), ‘새 옷과 어울리지 않아서’ 27명(13.5%), ‘계절이 새로 바뀌어서’ 21명(10.5%), ‘세일 및 기타’ 15명(7.5%)으로 ‘유행하는 디자인이 변화해서’, ‘사도 만족스럽지 못해서’, ‘나에게 필요해서’, ‘유행에 맞는 구두와 기본 아이템이 없어서’, ‘구두가 없어서’, ‘기분전환으로’, ‘상황에 맞는 구두가 필요해서’, ‘발꿈치가 안 아픈 구두를 찾기 위해서’라는 등의 여러 답변이 나타났다. 선호하는 가격대는 2만 원 이상~10만 원 미만이 138명(69.0%)으로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 10만 원 이상~15만 원 미만이 43명(21.5%), 15만 원 이상은 12명(6.0%), 2만 원 이하 7명(3.5%)의 순으로 나타났다. 이와 같은 결과는 소비자들은 화려하거나 비싼 구두보다는 실용적이며, 중저가대의 저렴하고 합리적인 가격대의 구두를 선호한다(Kim, 2014)는 것에서 알 수 있다.

2. 구두 착용 실태

구두 착용 실태를 파악하기 위해 착용 시간, 착용하는 구두로 인한 발의 변형이나 부작용 경험 유무, 발의 변형이나 부작용 부위, 구두 착용 시 불편을 경험한 부위, 통증 부위, 구두 착용 시 사이즈에 대한 느낌, 구두의 개선 요구사항, 교환 주기 등 총 8문항을 빈도 분석과 기술통계분석을 하였다.

하루에 구두를 착용하는 시간 중 3~6시간 68명(24.0%), 6~9시간 59명(29.5%), 0~3시간 55명(27.5%), 9시간 이상 18명(9.0%)의 순으로 나타났다. 대체로 3~6시간이 가장 많았고 이는 구두 착용에 의한 발의 불편함을 연구한 Yoo(2010)의 연구 결과와 일치한다(Figure 1).

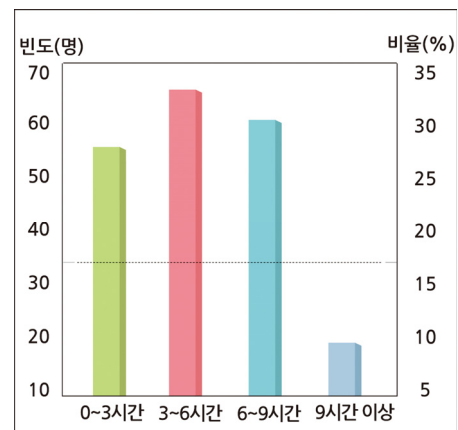


Figure 1. 구두 착용 시간.

주로 착용하는 구두로 인해 발의 변형이나 부작용 경험의 유무, 변형 및 부작용 부위에 대한 결과는 <Figure 2, 3>과 같다. ‘경험한 적이 있다’라고 답한 응답자는 75명(37.5%), ‘경험한 적이 없다’라고 답한 응답자는 125명(62.5%)으로 경험한 적이 없는 응답자의 수가 더 높은 비율을 차지하는 것을 알 수 있었으나 경험한 적이 있는 응답자 75명 중 부종(발이 붓는 것)이 29명(14.5%)으로 가장

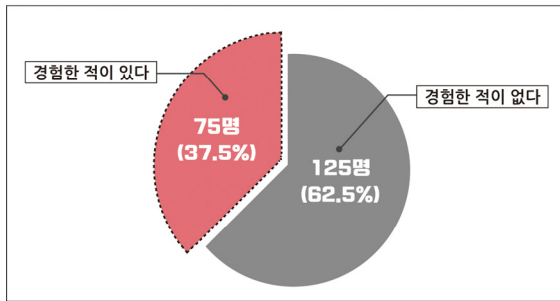


Figure 2. 발의 변형이나 부작용 경험 유무.

높게 나타났다. 그다음으로 굳은살이 19명(9.5%), 기타 10명(5.0%), 발가락 변형 8명(4.0%), 습진 3명(1.5%), 무좀, 티눈, 발톱의 변형 각각 2명(1.0%)의 순으로 나타났다. 이외에도 착용하는 구두로 인해 발의 동작을 방해하는 요인으로 물집, 살이 까짐, 발에서 쥐가 남, 무지외반증 등의 다양한 답변들이 나타났다. 이상의 결과는 Chun and Choi(2000)의 연구 결과를 지지하는 것으로 본 연구에서도 구두 착용으로 인해 피부가 벗겨지고 물집이 생기는 불편함을 느꼈고 이러한 과정이 반복됨에 따라 발의 피부에 굳은살이 생기는 등 발가락의 변형을 경험하는 것으로 볼 수 있다.

구두 착용 시 불편을 경험한 부위는 복수 응답 문항이므로 전체 응답자 중 해당 항목 응답자의 비율을 제시하였으며, 그 결과는 <Figure 4>와 같다. 새끼발가락이 98명(48.0%)으로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 이와 같은 결과는 Choi(2001)의 연구에 근거하여 이유를 추론해볼 수 있는데, 본 연구에서도 조사 표본의 성별 구성이 전반적으로 여성의 비중이 큰 영향을 미쳤을 가능성이 있

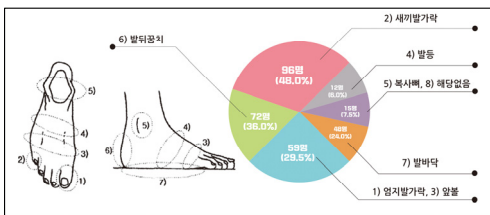


Figure 4. 구두 착용 시 불편을 경험한 부위.

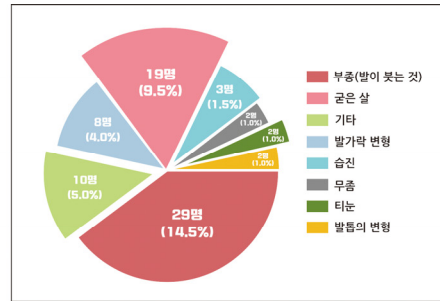


Figure 3. 발의 변형이나 부작용 부위.

으며 지나치게 좁은 토우 모양의 높은 굽을 선호하는 여성들은 체중이 앞으로 쏠려 발가락의 뒷부분에 위치한 중족골두에 힘이 몰려 새끼발가락에 아픔을 잘 느낀다는 결과와 어느 정도 일치한다고 볼 수 있다. 다음으로는 발뒤꿈치에서 아픔을 느낀다고 답한 응답자는 72명(36.0%), 엄지발가락과 앞발 각각 59명(29.5%), 발바닥 48명(24.0%), 복사뼈와 해당 없음 각 15명(7.5%), 발등 12명(6.0%)의 순으로 나타났다. 따라서 구두 디자인을 설계할 때 구두 앞부분의 디자인과 구두 바닥의 경사도를 포함하여 구두 착용 시 발가락과 뒤꿈치의 불편함에 미치는 요인들을 개선하여야 할 것으로 평가되었다(Figure 5).

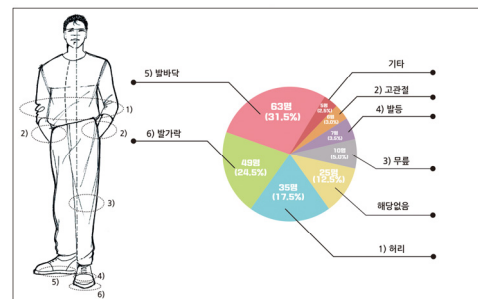


Figure 5. 구두를 착용 후 발생하는 통증 부위.

구두 착용 후 발생하는 통증 부위로는 발바닥 63명(31.5%)으로 가장 많았고, 발가락 49명(24.5%), 허리 35명(17.5%), 해당 없음 25명(12.5%), 무릎 10명(5.0%), 발등 7명(3.5%), 고관절 6명(3.0%), 기타

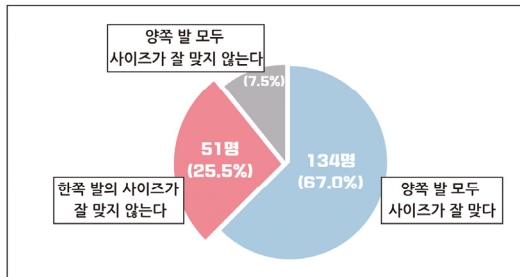


Figure 6. 구두의 착용 시 사이즈에 대한 느낌.

5명(2.5%)의 순으로 나타났다. 이외 구두를 착용 후 발생하는 통증 부위로 발뒤꿈치, 발목, 골반, 종아리 등 다양한 답변들이 나타났으며 이와 같은 결과는 Yeo(1994), Choi(2001)의 연구 결과와 일관된다.

주로 착용하는 구두의 착용 시 사이즈에 대한 느낌으로 ‘양쪽 발 모두 사이즈가 잘 맞다’라고 답한 응답자는 134명(67.0%)으로 가장 많았으며 ‘한쪽 발의 사이즈가 잘 맞지 않는다’라고 답한 응답자는 51명(25.5%), ‘양쪽 발 모두 사이즈가 잘 맞지 않는다’라고 답한 응답자는 15명(7.5%)의 순으로 나타났다(Figure 6). 구두의 개선 요구사항으로는 착용감 135명(67.5%) 가장 높은 비율로 나타났으며 외형 20명(10.0%), 무게 13명(6.5%), 내구성과 가격은 각각 11명(5.5%), 사이즈 10명(5.0%)의 순으로 나타났다(Figure 7).

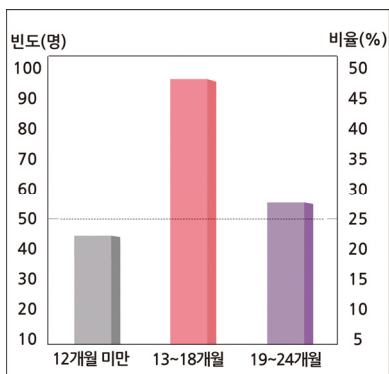


Figure 8. 구두의 교환 주기.

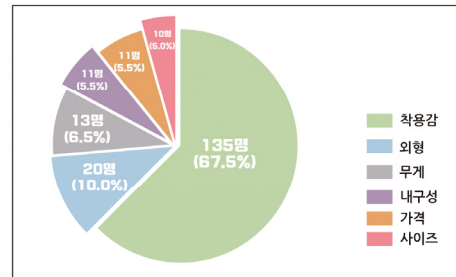


Figure 7. 구두 개선 요구사항.

구두의 교환 주기로는 13~18개월이 99명(49.5%)으로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며 19~24개월 54명(27.5%), 12개월 미만 47명(23.5%)으로 나타났다(Figure 8).

3. 조사 대상자의 착용 구두에 관련된 불만족 요인

착용 구두에 관련하여 불편함을 느끼는 부위를 알아보고 불만족 요인을 파악하고자 한다. 발가락, 발볼, 발바닥, 기타 부위로 발목, 복사뼈, 발등, 발꿈치 부위 등 총 16문항을 ‘전혀 그렇지 않다’는 1점, ‘매우 그렇다’는 5점으로 평균을 산출한 결과는 <Figure 9-12>와 같다.

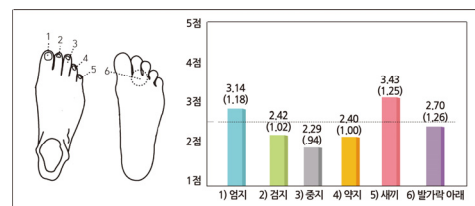


Figure 9. 발가락 부위 구두 제품 착용 평가.

발가락 부위의 불편감이 높은 점수를 나타낸 항목은 새끼발가락 부위(3.43), 엄지발가락 부위(3.14), 발가락 아래 부위(2.70), 검지 발가락 부위(2.42), 약지 발가락 부위(2.40), 중지 발가락 부위(2.29) 순으로 나타났다(Figure 9). 성인 여자 구두의 적합성에 관한 연구(Yeo, 1994)에서는 발뒤꿈치

돌출부에서 아픔을 가장 많이 느끼며, 새끼발가락, 엄지발가락 순으로 나타났으며 발의 불편감에 영향을 미치는 구두 형태에 관한 연구(Choi, 2001)에서는 엄지발가락, 중족골 골두, 새끼발가락 순으로 본 연구의 연구 결과와 유사하다.

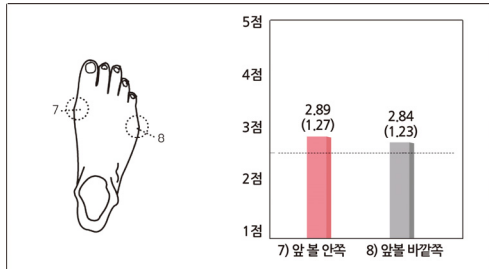


Figure 10. 발볼 부위 구두 제품 착용 평가.

발볼 부위의 불편감이 높은 점수를 나타낸 항목으로 앞 볼 안쪽 부위(2.89), 앞볼 바깥쪽 부위(2.84)로 나타났다(Figure 10). 이 결과는 여성 구두 착용에 관한 연구(Chun & Choi, 2000)에서 구두를 착용하였을 때 불편을 경험하였던 부위로 앞볼 부위에서 불편함을 경험한 응답자가 전체의 53.6%를 차지하는 결과와 일치한다고 할 수 있다.

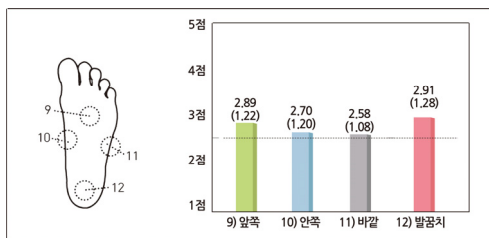


Figure 11. 발바닥 부위 구두 제품 착용 평가.

발바닥 부위의 불편감이 높은 점수를 나타낸 항목은 발바닥 쪽 발꿈치 부위(2.91), 발바닥 앞쪽 부위(2.89), 발바닥 안쪽 부위(2.70), 발바닥 바깥쪽 부위(2.58)의 순으로 나타났다(Figure 11). 이 결과는 성인 여자 구두의 적합성에 관한 Yeo(1994)의 연구에서 발꿈치에서 아픔을 가장 많이 느낀다는

결과와 일치한다.

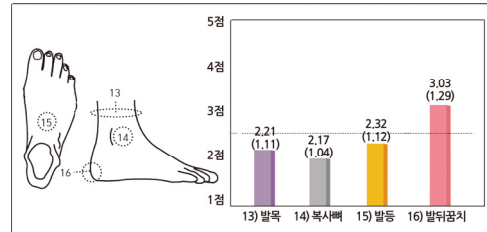


Figure 12. 기타 부위 구두 제품 착용 평가.

기타 부위의 불편감이 높은 점수를 나타낸 항목으로 발뒤꿈치 부위(3.03), 발등 부위(2.32), 발목 부위(2.21), 복사뼈 부위(2.17)의 순으로 나타났다(Figure 12). 이는 여대생의 발 유형과 선호 구두 형태에 관한 연구(Lee & Kim, 2003)에서 구두 착용 시 불편한 부위에 대한 설문 결과로 새끼발가락, 발뒤꿈치의 순으로 집계된 것과 본 연구의 결과를 종합해보면 구두 착용으로 인한 발의 불편요소는 새끼발가락과 발뒤꿈치가 서로 관련성이 있다는 것을 알 수 있다.

4. 구두 선택 요인의 추구 특성에 따른 집단 간 구두 선택 요인의 차이 분석

구두 구매 시 선택 유형에 대한 각 문항의 구성 타당도를 측정하기 위해 탐색적 요인을 분석하였다. 모든 측정변수는 구성 요인 추출을 위해 주성분 분석을 사용하였다. 직교회전(Varimax) 방식에 의해 고유치가 1 이상인 요인만을 선택하였으며 요인 부하량(요인적재량)이 .50 이상이면 유의한 것으로 간주하였다(Nunnally, 1967). 또한 문항들의 신뢰도를 측정하기 위해 크론바 알파(Cronbach's alpha)를 산출하였다.

선택 기준에 대한 요인 분석을 한 결과, 총 4개의 요인이 추출되었다. 기존의 항목 16개 중 요인 부하량이 낮은 5개의 항목을 제외하고 최종적으로 <Table 7>에 제시한 11개 항목을 사용하였다. 설명

력이 큰 요인부터 각 요인들에 적재된 문항들에 대해 요인 명을 착용감, 가격, 내구성, 디자인으로 명명하였다. 각각의 설명력이 22.28%, 16.40%, 16.25%, 15.62%로 총 설명력은 70.55%로 확인되어 기준치인 60%를 상회하는 양호한 설명력을 나타냈다.

착용감의 고유치는 3.34, 분산은 22.28%, 신뢰도는 .89이며, 가격의 고유치는 2.46, 분산은 16.40%, 신뢰도는 .78이었으며, 내구성의 고유치는 2.43, 분산은 16.25%, 신뢰도는 .57이며, 디자인의 고유치는 2.34, 분산은 15.62%, 신뢰도는 .76으로 나타나 요인의 내용 타당도와 신뢰도가 확인되었다. 각 요인 부하량은 .61부터 .90까지 분포하여 기준값인 .50보다 높게 나타났다. 이 결과를 바탕으로 각 요

인의 평균값을 산출한 결과, 착용감은 4.12($SD=.81$), 가격은 3.08($SD=.79$), 내구성은 3.75($SD=.73$), 디자인은 4.42($SD=.65$)로 착용감, 가격, 내구성, 디자인의 순으로 나타났으며 5점 척도의 중간값인 2.25보다 높은 것을 알 수 있다.

응답자의 구두 구매 시 선택 요인에 따라 비계층적 군집분석인 K-mean 군집분석 방법을 이용하여 구두 구매 시 선택 기준의 4요인에 대하여 군집분석을 실시하였다. 군집은 선행연구의 선택속성의 특성을 참고해 3개의 군집으로 분류하였으며, 분류된 집단을 독립변수로 구두 선택 요인을 종속변수로 일원배치 분산분석을 한 결과는 다음 <Table 8>과 같다.

Table 7. 구두 구매 시 선택 기준 요인 분석.

요인 / 문항		요인 부하량	고유치 (분산 / 누적분산%)	크론바 알파	평균 (표준 편차)
착용감	발이 편할 것이다	.90	3.34 (22.28/22.28)	.89	4.12 (.81)
	사이즈가 잘 맞다	.78			
	활동하기에 편할 것이다	.64			
	착용감이 좋을 것이다	.61			
가격	행사품목이다	.85	2.46 (16.40/38.69)	.78	3.08 (.79)
	관측을 많이 한다	.72			
	세일을 많이 한다	.69			
내구성	오래 신을 수 있을 것이다	.85	2.43 (16.25/54.94)	.57	3.75 (.73)
	형태 변형이 적을 것이다	.62			
디자인	디자인이 좋다	.84	2.34 (15.62/70.56)	.76	4.42 (.65)
	색상과 무늬가 마음에 든다	.83			

* 총 16개 문항 중 5개 문항은 요인부하량 기준값인 .50보다 낮게 나타나 제외함.

Table 8. 구두 선택 요인의 추구 특성에 따른 집단 간 구두 선택 요인의 차이.

요인명	군집1 (n=72)	군집2 (n=95)	군집3 (n=33)	F값
착용감	4.59a	4.28b	2.64c	208.98***
가격	3.66a	2.68c	3.00b	45.34***
내구성	4.47a	3.44b	3.09c	123.19***
디자인	4.44b	4.57b	3.92c	13.50***
	착용감 중시집단	디자인 중시집단	무관심 중시집단	

* a,b,c는 Duncan 사후검정 결과임.
*** $P<.001$.

분류된 군집의 특성을 살펴보면 군집 1은 구두 구매 시 착용감과 내구성의 요인이 상대적으로 높게 나타나 ‘착용감 중시집단’으로 명명하였다. 군집 2는 디자인의 점수가 높게 나타나 ‘디자인 중시집단’으로 명명하였으며 군집 3은 평균이 상대적으로 모두 점수가 낮게 나타나 어떤 선택 기준도 특별히 중요하게 여기지 않는 집단이므로 ‘무관심 중시집단’으로 명명하였다. 각 집단의 구두 선택속성의 특성을 살펴보면 ‘착용감 중시집단’은 상대적으로 디자인보다 착용감과 내구성에 민감한 특성으로 보인다. 이는 Chun and Choi(2000)의 선행연구에서 구두 착용 특성 중 유행 디자인과 착용감을 모두 중요하게 생각하나 디자인 특성보다 구두의 착용 특성을 더 중요하게 생각하는 집단과 유사한 결과로 볼 수 있다. ‘디자인 중시집단’은 대학생은 디자인과 유행을 더 중요시한다는 Chun and Choi(2000)의 연구 결과를 뒷받침하는 집단으로 이 집단의 특성은 착용감과 내구성보다 디자인 특성을 가장 중요시되는 기준으로 나타났다. 이는 다른 집단에 비해 상대적으로 유행을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 가격을 크게 중요하게 생각하지 않는다는 Chang(2011)의 선행연구에서 나타난 집단과 유사하게 보인다. ‘무관심 중시집단’은 다른 집단에 비해 선택 기준요인이 모두 낮게 나타났다. 이는 Cha(2004)의 선행연구에서 이러한 이유를 추론해볼 수 있는데 구두 구매 선택 기준으로 내구성이 탁월하거나 구두 디자인의 여러 요소를 복합적으로 고려하여 소비가 이루어진다고 한다. 이에 무관심 중시집단 또한 어떠한 선택 기준도 특별히 중요하게 여기지 않고, 모든 요인을 복합적으로 고려하는 특성을 보이고 있기에 상대적으로 다른 집단에 비해 모두 낮게 나타난 것으로 생각해볼 수 있다.

본 연구는 구두 구매 선택 기준에 따른 집단별 분포는 착용감 중시집단이 36%, 디자인 중시집단이 47.5%, 무관심 중시집단 16.5%로 나타났다. 세

집단별 구두 구매 선택 기준요인의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시한 결과, 4개요인 모두 군집에 따라 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. ‘착용감 중시집단’은 다른 집단에 비해 착용감 및 내구성 요인이 높게 나타났으며, ‘디자인 중시집단’은 구두 구매 시 디자인과 착용감의 요인이 높지만 가격에서는 매우 낮게 나타났다. 이는 본 연구의 연구 대상자가 20대 대학생임을 고려할 때 대학생 집단 특성으로 경제적인 부분보다 멋과 기능성을 중시하는 경향이 잘 반영된 것(Han, 2005)으로 보인다. ‘무관심 중시집단’은 다른 집단에 비해 선택 기준의 요인이 모두 낮게 나타났지만, 그 중 상대적으로 착용감의 요인이 다른 집단에 비해 매우 낮게 나타난 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 성인 여성을 대상으로 구두 구매 행동을 연구한 Kim(2014)의 선행연구와 연령에 따른 구두 선호도를 비교한 Lee(2012)의 선행연구에서 나타난 집단과 유사하게 나타난다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 구두 선택속성 중 평가요소와 착용 만족도를 알아보고자 대구·경북 지역 20대 남녀 대학생으로 조사하였다. 20대 여성들의 일상적인 구두 착용 시간이 길다는 Choi and Chun(2009)의 선행연구 결과와 20대가 유행에 민감하다는 Chang(2011)의 연구대상에 따른 것이다. 특히 대학생들은 유행에 민감한 만큼 다양한 구두를 접해왔을 것으로 판단되어 연구대상으로 선정하였다. 이에 구두 구매 행동, 구두 착용 실태를 알아보고, 조사 대상자의 착용 구두에 관련된 만족도를 조사하여 만족과 불만족 요인을 분석하고자 하였다. 마지막으로 구두 구매 선택 기준으로 집단을 분류하여 집단별 착용감, 가격, 내구성, 디자인에 대하여 비교 분석하고자 하였으며, 본 연구의 결과 요약과

결론은 다음과 같다.

첫째, 조사 대상자의 구두 구매 행동 요인을 알아본 결과, 1년에 구두를 구매하는 횟수로는 1~2 회 정도 구두를 구입하는 경우가 보편적이라는 것을 알 수 있었으며 구매 장소는 인터넷 쇼핑몰을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 신뢰하는 정보원은 대부분 주위 사람들의 조언으로 나타났으며 구두 구입 동기는 사고 싶은 구두의 발견과 새 옷과의 매치를 위해 구입하는 것을 알 수 있었다. 또한 20대 대학생들이 현재 보유하고 있는 구두의 켄데수는 1~3켄데였으며 구두 구입 시 선호하는 가격대는 2만 원~10만 원 미만을 가장 선호하는 편이었다. 따라서 20대 남녀 소비자들을 위해서 온라인을 중심으로 가격대가 낮은 구두 제품을 전개하여 그들의 구매 욕구를 자극하여야 할 것이며 그 외 백화점, 브랜드 대리점, 개인 점포 등을 염두에 두고 저렴하고 합리적인 가격대의 제품을 개발하는 것이 효과적일 것이다.

둘째, 조사 대상자의 구두 착용 실태를 분석한 결과, 하루에 구두를 착용하는 시간은 3시간~6시간 미만으로 발의 변형이나 부작용 경험을 한 적이 없는 응답자의 수가 많은 편으로 나타났다. 그 이유는 구두 제작기술의 향상(Koo, 2009)과 최근 트렌드에 따라 굽이 낮은 구두의 상용화와 장시간 구두를 착용하지 않은 집단에서 응답한 결과로 볼 수 있다. 그러나 발의 변형이나 부작용을 경험한 적이 있는 응답자 중 부작용 부위로 발의 부종, 굳은살, 발가락 변형 등 다양하게 나타났고 불편을 경험한 부위는 새끼발가락, 발뒤꿈치, 엄지발가락, 앞발 등의 불편을 호소하였다. 구두를 착용 후 발생하는 통증 부위는 발바닥, 발가락, 허리 등 여러 발의 여러 부위에서 통증을 느끼는 것으로 파악된다. 구두의 개선 요구사항으로는 착용감과 외형으로 제화 관련 업체에서는 외관과 함께 착용감이 만족 여부에 큰 영향을 주는 속성임을 인식하고 특히 착용감이 우수한 구두를 제작하는 것이 필요

하다고 본다.

셋째, 조사 대상자의 착용 구두에 관련된 불편함을 느끼는 부위를 알아본 결과, 발가락 부위에서는 새끼발가락 부위와 엄지발가락 부위, 발볼 부위에서는 앞볼 바깥쪽 부위 보다는 안쪽이, 발바닥 부위에서는 발바닥 쪽 발꿈치 부위와 앞쪽 부위, 기타 부위로는 발뒤꿈치와 발등에 아픔을 호소하였다. 이는 구두 토우 모양과 굽의 영향으로 자연히 체중이 한쪽으로 몰리면서 견게 되므로 발가락에 불편함을 주게 되는 요인이라 생각된다. 따라서 제화업계에서는 구두로 인한 상해를 줄이기 위해 구두 착용 시 체중이 몰리지 않도록 발바닥에 골고루 체중을 분산시킬 수 있는 인soles 제작하는 것과 착용감이 좋은 바닥재를 개발할 수 있도록 관심을 기울여야 하는 것이 바람직하다.

넷째, 구두 구매 시 선택 기준에 따라 요인 분석한 결과, 착용감, 가격, 내구성, 디자인으로 총 4개의 요인이 추출되었다. 그리고 구두 구매 시 선택 기준의 요인에 따른 응답자를 세분화하기 위하여 군집분석을 실시한 결과, ‘착용감 중시집단’, ‘디자인 중시집단’, ‘무관심 중시집단’ 3개의 집단으로 분류가 되었다. 집단별 구두 구매 시 선택 기준의 차이에서 ‘착용감’, ‘가격’, ‘내구성’, ‘디자인’ 등에 있어서 매우 유의한 차이가 나타났다. 집단별 마케팅 전략을 제시하면 ‘착용감 중시집단’은 착용감, 내구성에서 가장 높게 나타나고 있어 무엇보다 착용감이 뛰어나고 형태 변형이 적은 실용적인 디자인을 추구하는 콤포트 슈즈와 같은 디자인으로 개발되어야 할 것이다. ‘디자인 중시집단’은 가격에서는 가장 낮게 나타났고 디자인에서 가장 높게 나타났다. 이에 패션 트렌드 유행을 접목하여 디자인의 다양성이 강한 패션 구두를 개발하는 것이 효과적일 것이다. ‘무관심 중시집단’은 가격의 프로모션으로 합리적인 가격대의 제품을 개발하는 것이 효과적일 것이며 무관심 중시집단을 유인할 수 있는 다양한 상품개발이나 이벤트성 마

케팅을 접목하여 판매촉진에 기여해야 할 것이다.

마지막으로 본 연구의 한계점은 대상자를 선정하는 데 있어 20대 남녀 대학생으로 한정하여 일반화에 한계를 가진다는 점이다. 유행에 민감한 20대를 선정하여 연구를 진행하였으나 후속 연구에서는 다양한 연령층을 고려한 표본 구성이나 남녀 성비의 구성을 통한 연구가 필요할 것이다. 또한 구두라는 특정 제품으로 제한을 두었기에 본 연구의 결과를 신발 전체로 확대하여 해석할 수 없다는 것이다. 여성의 구두는 굽, 디자인 등에 있어서 다양성이 많은 점 등이 남성과 동일한 조사대상으로 지정하기에는 무리가 있어 향후에는 성을 분리하여 연구되어야 할 것이다. 또한 후속 연구가 이루어질 시 최근 디지털과 AI, AR 등의 기술 발전을 반영한 문항이 포함된 창의적인 문항 개발 등을 통해 온라인 맞춤, 온라인 피팅 등 사회의 요구와 기술 발전 등을 고려하여 진행해야 할 것이다.

References

- Bang, S. K. (2003). *A study on fashion accessory consumer's purchasing behavior: Focusing on women's shoes and handbags*. Unpublished master's thesis, Ewha womans University, Seoul.
- Cha, E. J. (2004). *Research on design character and fashion image of female shoes in 1990's*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung-Hee University, Seoul.
- Cha, E. J., & Park, M. Y. (2006). Research on design character and fashion image of female shoes in 1990's. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(6), 840-850.
- Chang, M. S. (2011). A study on selection criteria for purchasing designer shoe brands according to fashion leadership of women in their 20's and 30's. *Journal of Fashion Business*, 15(2), 71-85.
- Cho, B. M., & Lee, H. S. (2009). The research of the actual use of orthopedic shoes for people with foot disabilities and Its related factors. *Journal of Rehabilitation Research*, 13(4), 135-165.
- Cho, S. M., Kim, H. S., & Koh, A. R. (2009). A qualitative study on the psychological meanings of wearing female high-heeled shoes. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(9), 1361-1373. doi:10.5850/JKSCT.2009.33.9.1361
- Choi, J. M., Kim, J. S., & Kweon, S. A. (2004). Footwear wearing practices and overall shoes satisfaction for males. *Family and Environment Research*, 42(10), 53-61.
- Choi, K. H. (1991). *A study on the development process of western shoes by type*. Unpublished master's thesis, Chung-ang University, Seoul.
- Choi, S. B. (2001). *Influences of shoe shape and gait characteristics on feet discomforts according to adult women's foot type*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul.
- Choi, S. B., & Lee, W. J. (2002). Influences of shoe shape and gait characteristics on feet discomforts according to women's foot type. *The Costume Culture Association*, 10(3), 306-317.
- Choi, S. H., & Chun, J. S. (2009). The relationship between shoe wearing trait and foot shape of women in their twenties. *The Research Journal of the Costume Culture*, 17(1), 68-75. doi:10.29049/rjcc.2009.17.1.68
- Chun, J. S., & Choi, S. H. (2000). A study on purchase and use of women's dress shoes. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 91(1), 185-191.
- Ha, Y. M. (2014). *The effects of female star model advertisement characteristics on consumers' attitudes and purchase intention towards walking shoes market*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Han, H. J. (2005). *A study of shoes size suitability for Korean women*. Unpublished master's thesis, Ulsan University, ulsan.
- Han, S. W. (2000). *Design: Ergonomic*. Seoul: chohyungsa
- Jung, S. E., & Kim, H. K. (2009). A study of modern fashion shoes applying a pattern of vines. *Journal of Fashion Design*, 9(2), 1-11.
- Kim, K. M. (2014). *The benefit segmentation of female consumers and shoes buying behavior*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Kim, W. S. (1999). *Study of shoes design as applying lotus bloom pattern around the transfer printing*. Unpublished master's thesis, Dankook University, Seoul.
- Koo, I. S. (2009). A study on the wearing pattern and design preference of shoes for men. *Journal of fashion business*, 13(5), 121-134.
- Kwon, M. Y. (2002). *Adult women's values & preference of dress shoes design*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Lee, G. S. (1992). *The effect of social status variables on clothing attitudes and buying behavior of Korean homemakers*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul.
- Lee, H. S. (2009). The development of comfort shoes designs. *Archives of Design Research*, 22(4), 133-142.
- Lee, J. E. (2013). *Classification of foot types for female high school students by 2D and 3D scan data*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Lee, J. H., & Kim, K. H. (2003). Relationship of types of foot shape and favorite shoes shape of female university students. *Korean Journal of Human Ecology*, 12(1), 75-84.

- doi:10.5805/SFTI.2013.15.6.977
- Lee, J. S., & Kim, Y. S. (2013). Middle-school boys' shoes purchasing behavior according to their shoes shopping orientation. *The Costume Culture Association*, 21(5), 671-683. doi:10.29049/rjcc.2013.21.5.671
- Lee, J. S., & Lee, J. J. (2016). A study on the development of shoe design using 3D scanning and 3D printing: Focused on heel design. *Journal of Fashion Design*, 16(2), 99-111. doi:10.18652/2016.16.2.7
- Lee, S. H. (2007). *Relationship between female high-school students' lifestyle and shoes purchasing pattern and shoes-wearing-satisfactions*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Lee, Y. J. (2012). Comparison of preferences for shoes according to 20s and 40s women's fashion lifestyles and age. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 14(2), 171-183.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Park, S. H. (2005). *A study on purchasing behavior according to consumers' shopping orientation: Focusing on shoes and handbags*. Unpublished master's thesis, Sookmyung women's University, Seoul.
- Shin, D. D. (2007). *The different energy consumption effect between the power-walking shoes and common shoes when middle school girls' walking for exercise with the shoes on*. Unpublished master's thesis, Kongju National University, KongJu.
- Song, J. E. (2008). *The research about fashion luxury purchasing behavior according to adult female spending value*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Wikipedia. (2020). 구두 [Shoes]. *Wikipedia*. Retrieves June 21, 2020, from <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B5%AC%EB%91%90>
- Yeo, H. R. (1994). *A study on the suitability of adult female shoes: Focused on survey of questionnaire and measurement of footprint*. Unpublished master's thesis, Busan National University, Busan.
- Yoo, J. H. (2010). *Discomfort and the fatigue of feet from shoe-wearing*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.

A Study of the Attributes of Shoe Choice Evaluation Factors and Wear Satisfaction

- Focused on University Students in Their 20s in Gyeongsangbuk-do Province -

Kim, Jae Hee • Kim, Mun Young • Huh, Jung Sun⁺

Ph.D. Candidate, Dept. Fashion Business, Keimyung University

Professor, Dept. Fashion Marketing, Keimyung University

Professor, Dept. Fashion Design, Kyungpook National University⁺

Abstract

In modern times, shoes have become a fashion tool that people seek to harmonize with their clothing. However, shoes that do not fit wearer's feet cause pain and fatigue, and perpetual fatigue can lead to foot deformation. Therefore, this study set out to identify the factors that contribute to discomfort when wearing shoes using the oral responses of 20 college students from the Gyeongbuk area regarding shoe attribute evaluation factors and wearing satisfaction. The conclusions of this study are as follows. First, the examination of the survey respondents' shoe purchasing behaviors indicated that they purchased shoes one or two times a year, and generally preferred to buy shoes on the Internet. Their most trusted sources of information for shoe-related advice were the people around them, and they were motivated to find the shoes they wanted and ones that matched new clothes. Second, the analysis of shoe wearing behaviors of the survey respondents showed that, they spent between three and six hours per day wearing shoes and experienced various side effects. Third, regarding the areas of discomfort related to wearing shoes, the respondents reported pain in the areas of the toes, the big toe, the inner part of the feet, and the sole. Fourth, the analysis of the selection criteria respondents used when purchasing shoes identified four common selection criteria: wearing sensation, price, durability, and design; it also showed, significant group-based variation among the respondents when it came to the application of these selection criteria.

Key words : shoes, selection criteria, wearing practices, foot discomfort, satisfaction

