

# 영포티 세대의 과시적 패션 소비에 관한 연구: 이상적 자기불일치, 노화불안 및 삶의 만족도의 구조적 관계

김장현\*, 김지혜\*\*, 김유승\*\*\*

\*화성의과학대학교 라이프스타일테크학과, \*\*인하대학교 소비자학과, \*\*\*성신여자대학교

뷰티패션디자인학과

e-mail: kiyu0987@sungshin.ac.kr

## A Study on Conspicuous Fashion Consumption among the Young-Forty: The Structural Relationships among Ideal Self-Discrepancy, Aging Anxiety, and Life Satisfaction

Jang-Hyeon Kim\*, Jihye Kim\*\*, Yu-Seung Kim\*\*\*

\*Dept. of Lifestyle Tech, Hwasung Medi-Science University

\*\*Dept. of Consumer Science, Inha University

\*\*\*Dept. of Beauty Fashion Design, Sungshin Women's University

### 요약

최근 중년 소비자, 특히 '영포티(Young-Forty)'로 불리는 40대 집단이 주목받고 있다. 이들은 경제적 안정성과 자기 이미지 관리 욕구를 바탕으로 패션을 통해 자신을 표현하고 사회적 위치를 드러내는 경향을 보인다. 이에 본 연구는 영포티 세대를 대상으로 이상적 자기불일치, 노화불안, 과시적 패션 소비, 삶의 만족도 간의 구조적 관계를 규명하는데 목적이 있다. 이를 위해 한국의 40대 성인 250명을 대상으로 설문조사를 실시하고, 구조방정식 모형(SEM)을 활용하여 변수 간 관계를 분석하였다. 또한 분석 결과의 강건성을 확보하기 위해 랜덤포레스트 및 SHAP 분석을 추가로 수행하였다. 연구 결과, 첫째, 이상적 자기불일치는 노화불안에 유의한 영향을 미치지 않았으며, 이는 중년기에서는 자기불일치가 노화불안을 직접적으로 유발하지 않을 수 있음을 시사한다. 둘째, 신체적 매력 노화불안은 과시적 패션 소비에 정(+)의 영향을 미친 반면, 편견·뒤쳐짐 노화불안은 유의한 영향을 미치지 않아 외모 관련 불안이 소비로 보완되는 경향을 보였다. 셋째, 과시적 패션 소비는 삶의 만족도에 정(+)의 영향을 미쳐 심리적 보상 기능을 수행하는 것으로 나타났다. 넷째, 이상적 자기불일치는 과시적 패션 소비와 삶의 만족도에 모두 부(-)의 영향을 미쳐 중년 소비자의 핵심 심리 변수로 확인되었다. 다섯째, 매개효과 분석 결과, 이상적 자기불일치와 신체적 매력 노화불안은 과시적 패션 소비를 통해 삶의 만족도에 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 랜덤포레스트 및 SHAP 분석에서도 이상적 자기불일치가 가장 중요한 영향 변수로 확인되어 분석 결과의 강건성이 지지되었다. 본 연구는 영포티 세대의 과시적 패션 소비를 중심으로 심리적 요인과 삶의 질 간의 관계를 규명하고, 패션 소비 연구의 이론적 확장과 실무적 시사점을 제공한다. 또한 중년 소비자 특성을 반영한 마케팅 전략 수립과 향후 연구를 위한 기초자료로서 의의를 지닌다.

### 1. 서론

최근 중년 소비자의 라이프스타일과 소비 행태에 대한 관심이 증가하면서, 한국 사회에서 '영포티(Young-Forty)'로 불리는 40대 소비 집단이 주목받고 있다. 이들은 경제적 안정성과 자기 이미지 관리 욕구를 바탕으로 패션을 통해 자신을 표현하고 사회적 위치를 드러내는 경향을 보인다. 이러한 소비는 기능적 소비를 넘어 상징적 의미를 지닌 과시적 패션 소비로 확장되고 있다. 특히 영포티 세대의 과시적 패션 소비는 이상적 자기불일치와 노화불안과 같은 심리적 요인과 밀접하게 관련되며, 개인은 이러한 심리적 괴리와 불안을 해소하기 위해 소비 행동을 선택할 수 있다. 또한 과시적 패션 소비는 삶의 만족도를 높이는 긍정적 역할을 하는 반면, 자기불일치와 노화불안은 부정적 영향을 미칠 수 있다.

이에 본 연구는 한국의 영포티 세대를 대상으로 이상적 자기불일치와 노화불안이 과시적 패션 소비를 매개로 삶의 만족도에 미치는 구조적 관계를 규명하고자 한다. 이를 위해 구조방정식 모형(SEM)을 활용한 확인적 분석과 함께, 랜덤포레스트 및 SHAP 분석을 적용하여 변수 간 관계를 다각도로 검증하였다. 이러한 접근은 이론 기반의 구조적 관계 검증과 데이터 기반의 예측 분석을 통합함으로써 연구 결과의 강건성을 확보하고, 변수 간 영향력의 상대적 중요성을 보다 정교하게 파악하는 데 기여한다. 본 연구는 과시적 패션 소비를 중심으로 중년 소비자의 심리적 메커니즘을 통합적으로 설명함으로써, 패션 소비 연구의 이론적 확장을 도모한다. 나아가 영포티 세대의 소비 행동을 이해하고, 패션 산업 및 마케팅 전략 수립에 실질적인 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

## 2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 구체적인 내용과 절차는 다음과 같다. 첫째, 연구의 이론적 기반을 마련하기 위해 이상적 자기불일치, 노화불안, 과시적 소비 및 삶의 만족도에 관한 선행연구를 고찰하였다. 이를 통해 각 변수 간 관계를 중심으로 연구문제를 설정하고, 영포티 세대의 과시적 패션 소비를 설명하기 위한 분석 틀을 도출하였다. 둘째, 본 연구는 한국의 40대 성인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 자료 수집은 온라인 리서치 전문기관을 통해 이루어졌으며, 최종 분석에는 총 250명의 응답이 활용되었다. 응답자는 성별, 혼인 상태, 소득 수준 등에서 다양한 특성을 포함하도록 구성되었으며, 연구 참여는 자발적 동의에 기반하여 이루어졌다. 셋째, 주요 변수의 측정을 위해 검증된 척도를 활용하였다. 이상적 자기불일치는 통합적 자기불일치 지수(ISDI)를 기반으로 측정하였으며, 노화불안은 신체적 매력과 편견·뒤처짐의 두 하위차원으로 구성하였다. 과시적 패션 소비는 과시소비성향 척도를 바탕으로 측정하였으며, 삶의 만족도는 SWLS 척도를 활용하여 측정하였다. 모든 문항은 7점 리커트 척도로 구성하였다. 넷째, 수집된 자료는 SPSS 26.0과 AMOS 26.0을 활용하여 분석하였다. 기술통계 분석과 함께 확인적 요인분석(CFA)을 통해 측정모형의 타당성과 신뢰성을 검증하였으며, 구조방정식 모형(SEM)을 통해 변수 간 구조적 관계를 분석하였다. 또한 매개효과 검증을 위해 부트스트랩 방법을 적용하였다.

다섯째, 분석 결과의 강건성을 확보하기 위해 머신러닝 기반 분석을 추가로 수행하였다. Python 환경에서 랜덤포레스트(Random Forest)와 SHAP 분석을 활용하여 변수 간 상대적 중요도와 영향 방향을 검증함으로써, 구조방정식 분석 결과를 보완적으로 확인하였다.

본 연구의 범위는 한국의 40대 소비자, 즉 영포티 세대를 대상으로 한 과시적 패션 소비와 관련된 심리적 요인 및 삶의 만족도의 관계로 한정된다. 또한 연구에서 사용된 변수는 이상적 자기불일치, 노화불안, 과시적 패션 소비, 삶의 만족도로 설정되었으며, 분석 시점에서 일반 소비자 맥락에서 측정 가능한 심리적 특성에 초점을 두었다.

## 3. 연구 결과 및 결론

본 연구는 영포티 세대를 대상으로 이상적 자기불일치, 노화불안, 과시적 패션 소비, 삶의 만족도 간의 구조적 관계를 분석하고, 이들 변수 간 영향력과 예측 기여도를 종합적으로 검증하였다. 연구 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 이상적 자기불일치는 노화불안의 두 하위차원에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 40대 집단에서는 자기불일치가 노화불안을 직접적으로 유발하는 핵심 요인이 아닐 수 있음을 의미하며, 중년기의 심리적 특성이 기존

이론과 다르게 작용할 가능성을 시사한다.

둘째, 신체적 매력 노화불안은 과시적 패션 소비에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 반면, 편견·뒤처짐 노화불안은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 외모와 관련된 노화불안이 소비 행동을 통해 보완되려는 경향이 강한 반면, 사회적 불안은 소비로 직접 연결되지 않을 수 있음을 의미한다.

셋째, 과시적 패션 소비는 삶의 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 과시적 소비가 단순한 과시를 넘어 개인의 심리적 보상과 삶의 질 향상에 기여할 수 있음을 의미한다.

넷째, 이상적 자기불일치는 과시적 패션 소비와 삶의 만족도 모두에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자기불일치가 클수록 소비 행동과 삶의 만족이 동시에 저하될 수 있음을 의미하며, 중년 소비자의 심리적 불안정성을 설명하는 핵심 변수임을 시사한다.

다섯째, 매개효과 분석 결과, 이상적 자기불일치와 신체적 매력 노화불안은 과시적 패션 소비를 경유하여 삶의 만족도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 과시적 패션 소비가 심리적 요인과 삶의 만족을 연결하는 중요한 매개 메커니즘으로 작용함을 의미한다.

여섯째, 랜덤포레스트 및 SHAP 분석 결과, 이상적 자기불일치가 삶의 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 핵심 변수로 나타났다. 과시적 패션 소비와 편견·뒤처짐 노화불안이 그 뒤를 이었다. 이는 구조방정식 모형 분석 결과와 일관된 결과로, 본 연구의 분석 결과가 높은 강건성을 지니고 있음을 의미한다.

이상의 분석을 종합하면, 영포티 세대의 과시적 패션 소비는 단순한 소비 행위가 아니라 자기불일치와 노화불안과 같은 심리적 요인과 밀접하게 연결되어 있으며, 삶의 만족도 형성 과정에서 중요한 역할을 수행하는 것으로 나타났다. 따라서 중년 소비자를 대상으로 한 패션 전략은 외모 관리 욕구와 심리적 보상 메커니즘을 함께 고려할 필요가 있다.

※이 논문은 2025학년도 화성외과학대학교의 일반 연구 지원에 의하여 연구되었음