



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

디자인 석사 학위 논문

아웃도어 재킷의 구매행동과 디자인 선호도 연구



2012년 2월

부경대학교 대학원

패션디자인학과

김 지 원

디 자 인 학 석 사 학 위 논 문

아웃도어 재킷의 구매행동과 디자인 선호도 연구

지도교수 오 희 선

이 논문을 디자인학석사 학위논문으로 제출함.



2012년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

패션디자인학과

김 지 원

김지원의 디자인학석사
학위논문을 인준함.

2012년 2월



위원 오희선 (인)

목 차

제 I 장 서론	1
제1절 연구의 필요성	1
제2절 연구의 목적	4
제 II 장 이론적 배경	5
제1절 아웃도어 재킷 종류	5
1. 방수 재킷	5
2. 방풍 재킷	6
3. 방한 재킷	7
제2절 남성의 연령별 특성	8
1. 청년기(20대)	10
2. 성인기(30대)	12
3. 중년기(40대 이상)	13
제3절 구매행동	14
1. 구매동기	15
2. 평가기준	16
3. 정보원	19
제4절 디자인 선호도	22
1. 형태	23
2. 색	26
3. 소재	29
제 III 장 연구 방법 및 절차	31
제1절 연구문제	31
제2절 자료수집 및 분석방법	32
1. 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향 조사	32

2. 설문지 조사	33
제Ⅳ장 연구 결과 및 고찰	37
제1절 소비자 특성 및 아웃도어 활동실태	37
1. 소비자 특성	37
2. 아웃도어 활동실태	40
제2절 아웃도어 재킷 구매행동	47
1. 아웃도어 재킷 보유수	47
2. 아웃도어 재킷 사이즈	48
3. 아웃도어 재킷 구매목적	49
4. 아웃도어 재킷 구매동기	50
5. 아웃도어 재킷 구매횟수	52
6. 아웃도어 재킷 구매비	53
7. 아웃도어 재킷 구매시 평가기준	54
8. 아웃도어 재킷 선호 브랜드	55
9. 아웃도어 재킷 브랜드의 선호 이유	57
10. 아웃도어 재킷 구매시 정보원	59
11. 아웃도어 재킷 구매처	60
제3절 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향	62
1. 아웃도어 재킷 디자인 경향	65
2. 아웃도어 재킷 색 경향	70
제4절 아웃도어 재킷 디자인 선호도	76
1. 아웃도어 재킷 형태 선호도	76
2. 아웃도어 재킷 색 선호도	85
3. 아웃도어 재킷 소재 선호도	89
제Ⅴ장 결론 및 제언	91
참고문헌	95
Abstract	101
부록	104

표 목 차

<표 1> 아웃도어 재킷의 종류와 특징	8
<표 2> 연령기	11
<표 3> 의복 구매행동 변인	14
<표 4> 의복 구매동기	16
<표 5> 의복 구매시 평가기준	18
<표 6> 의복 구매시 정보원	21
<표 7> 의복 디자인 변인	23
<표 8> 선호 스타일과 디자인	25
<표 9> 선호 의복색	28
<표 10> 선호 의복소재	30
<표 11> 설문지의 구성 및 출처	35
<표 12> 소비자 특성	38
<표 13> 아웃도어 활동목적	40
<표 14> 아웃도어 활동 참여형태	42
<표 15> 아웃도어 활동종류	43
<표 16> 아웃도어 활동 참여횟수	44
<표 17> 아웃도어 활동 계절별 참여횟수	45
<표 18> 아웃도어 활동시 동반인	46
<표 19> 아웃도어 재킷 보유수	47
<표 20> 아웃도어 재킷 사이즈	48
<표 21> 아웃도어 재킷 구매목적	49
<표 22> 아웃도어 재킷 구매동기	51
<표 23> 아웃도어 재킷 구매횟수	52
<표 24> 아웃도어 재킷 구매비	53
<표 25> 아웃도어 재킷 구매시 평가기준	55

<표 26>	아웃도어 재킷 선호 브랜드	56
<표 27>	아웃도어 재킷 브랜드의 선호 이유	58
<표 28>	아웃도어 재킷 구매시 정보원	59
<표 29>	아웃도어 재킷 구매처	61
<표 30>	아웃도어 재킷 디자인 트렌드	64
<표 31>	아웃도어 재킷 디테일 출현빈도	66
<표 32>	아웃도어 재킷 절개 출현빈도	67
<표 33>	마켓의 아웃도어 재킷 디자인	68
<표 34>	아웃도어 재킷 단색 출현빈도	71
<표 35>	아웃도어 재킷 몸판배색 출현빈도	73
<표 36>	아웃도어 재킷 소매배색 출현빈도	75
<표 37>	아웃도어 재킷 스타일별 선호도	76
<표 38>	아웃도어 재킷 후드 선호도	78
<표 39>	아웃도어 재킷 소매밑단 선호도	79
<표 40>	아웃도어 재킷 포켓 선호도	80
<표 41>	아웃도어 재킷 몸판여밈 선호도	81
<표 42>	아웃도어 재킷 밑단 선호도	82
<표 43>	아웃도어 재킷 절개 선호도	84
<표 44>	아웃도어 재킷 색 선호도	86
<표 45>	아웃도어 재킷 배색 선호도	88
<표 46>	아웃도어 재킷 소재 선호도	90

그림 목 차

<그림 1> 아웃도어 재킷 색 경향	70
---------------------------	----



제I장 서론

제1절 연구의 필요성

아웃도어 웨어(Outdoor Wear)란 야외 스포츠나 레저 활동을 위해 착용되는 의복을 말하며, 등산복이나 스키복과 같은 산악활동을 위한 의류부터 조깅복, 자전거 용품, 수상스포츠 의복 및 다목적 스포츠 의류를 통칭한다.¹⁾ 아웃도어 웨어는 티셔츠, 베스트, 재킷, 바지 등의 아이템이 있으며, 아웃도어 활동의 목적에 따라 기능성을 고려하여 만들어지고 있다. 기능성을 부여하기 위해 소재, 패턴과 디자인이 활용되고 있다. 기능성 소재로 의복내의 땀이나 습기를 제때 방출 또는 흡수시켜 기후를 조절하고, 디자인에 따른 다아트 활용과 입체패턴으로 인체 움직임의 편안함과 활동성을 준다.

최근 삶의 질을 지향하는 웰빙 라이프스타일로 여가와 건강에 대한 관심이 높아지면서 레저 문화가 확산되고 더불어 라이프스타일도 다양하게 변화하고 있다. 스포츠 활동이 여가나 취미 활동 그 이상으로 건강을 증진시키는 자발적이고 적극적인 요소로 확산되면서 아웃도어 활동은 레저 스포츠 활동으로 사회적 붐을 일으키게 되었다. 초기의 아웃도어는 등산이나 캠핑 등의 야외활동에 국한되어 있었지만, 최근에는 걷기, 트레킹, 바이크, 서핑, 요트 등의 다양한 방식으로 그 영역을 확대되고 있다.²⁾

아웃도어 웨어 시장은 40~50대 중·장년층을 중심으로 형성되었으나 최근에는 패션성과 함께 타운캐주얼화 되고 있으며, 나이가 젊은 층으로 빠르게 확대되고 있다. 이러한 사회적 현상으로 인해 정통 스포츠 브랜드들조차도 아웃도어 상품군을 별도로 구성하고 있다.

1) 성희원, 전양진, 박혜선. (2005). 자외선 차단 의복에 대한 소비자 조사. 한국의류학회지. 29(8). p.89

2) 패션비즈. 2011년 10월호. p.143

아웃도어 웨어가 등산이나 운동할 때만 입는 옷으로 인식되던 초기와는 달리 회사 일을 마친 후 레저활동을 즐길 수 있는 ‘아웃트로(아웃도어+메트로)’의 개념으로 정착되었다.³⁾ 일상생활에서도 아웃도어웨어를 착용하며 캐주얼웨어로도 아웃도어 의류를 착용하는 젊은층이 증가하고 있다.⁴⁾ 아웃도어 소비자층이 확산되고 아웃도어웨어에 대한 소비자의 요구가 증가함에 따라 2000~2003년 동안 국내 아웃도어 패션시장은 3천 1백억원에서 6천 4백억원 규모로 증가하였다.⁵⁾ 2007~2011년 연평균 16% 이상의 성장률을 보였다. 1993년 매출이 1000억원, 2007년 1조 5000억원, 2008년 1조 8000억원으로 늘었고, 2009년 2조원에 이어 2010년에는 3조원을 상회하였다. 2010년 아웃도어 시장은 노스페이스와 코오롱스포츠가 각각 5000억원과 4200억원의 매출로 선두권을 달리고 있으며, K2 3100억원과 블랙야크 2500억원, 라푸마 2400억원, 네파 2400억원 등으로 뒤를 잇고 있다. 이어 컬럼비아, 아이더, 밀레, 몽벨, 에이글, 트랙스타, 머렐, 와일드로즈 등이 치열한 경쟁구도를 형성하고 있다.⁶⁾

이처럼 아웃도어 웨어 시장의 규모가 날로 확대되고, 소비자층이 세분화 되어 가고 있다. 하지만 아웃도어 웨어에 관련된 선행연구로는 등산용 외의 투습성에 관한 연구⁷⁾, 등산복 소비자의 구매행동

3) 최진영. (2009). 아웃도어 여성용 다운재킷 패턴연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.2

4) 아웃도어, 라이프 스타일을 지배하다, (2011. 9. 15), 파이낸셜뉴스, 자료검색 2011. 9. 30 자료출처 http://www.fnnews.com/view?ra=Sent1001m_View&corp=fnnews&arcid=0922415381&cDateYear=2011&cDateMonth=09&cDateDay=15

5) 2005 S/S스포츠웨어 상품동향 분석. (2005. 7. 19), 삼성디자인넷, 자료검색일 2010. 12. 10, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net/include/report-print.asp?tablename=SPECIALREPO...>

6) 제일모직 가세...아웃도어 시장 ‘지각변동’, (2011. 10. 7), 세계일보, 자료검색일 2011. 10. 9. 자료출처 <http://www.segye.com/articles/components/func/print.asp?aid=20111006005>

7) 박진희. (2000). 등산용 외의 투습성에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

특성에 관한 연구⁸⁾, 등산복 쾌적성에 대한 연구⁹⁾, 아웃도어 여성용 다운재킷 패턴연구¹⁰⁾, 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발¹¹⁾, 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인¹²⁾ 연구를 중심으로 이루어졌고, 아웃도어 웨어 선호도에 관한 연구로는 등산복 디자인 선호성향¹³⁾의 연구가 있다. 의복의 구매행동과 선호도에 대한 연구는 대부분 여성복을 중심으로 이루어졌으며, 남성복에 대한 연구는 미비한 실정이다. 특히 스포츠웨어 뿐만 아니라 아웃도어 웨어의 수요증가에도 불구하고 아웃도어에 대한 연구는 초기단계이다. 따라서 아웃도어 웨어의 아이템별 체계적인 연구가 필요한 시점이다. 아이템 중에서도 아웃도어 재킷은 등산 필수품이며, 특히 유행을 타지 않는 기본 스타일형 재킷은 여행이나 가벼운 외출 시에도 무난하게 입을 수 있어 매출이 꾸준히 증가하고 있다.¹⁴⁾ 아웃도어 웨어 중 재킷은 착용시 가장 눈에 두드러지는 아이템일 뿐만 아니라 가장 고가 아이템 중의 하나이다. 이에 아웃도어 재킷의 구매행동과 선호도에 대한 체계적인 연구가 더욱 필요한 것으로 사료된다.

또한 소비자 변인 중 연령은 아웃도어 활동과 아웃도어 웨어에 대

8) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매 행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문

9) 윤준식. (2001). 등산복 쾌적성에 대한연구. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문

10) 최진영. (2009). 아웃도어 여성용 다운재킷 패턴연구. 숙명여자대학교 일반대학원 석사학위논문

11) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

12) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4)

13) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

14) 아웃도어, 라이프 스타일을 지배하다. (2011. 9. 15), 파이낸뉴스, 자료 검색일 2011. 9. 30, 자료 출처 <http://www.fnnews.com/view?ra=sent1001m-View&corp=fnnew&arcid=0922415381&DateYear=2001&DateMonth=09&cDateDay=15>

한 소비행동에 영향을 미치는 중요한 변인으로 사료된다.

따라서 본 연구에서는 20~40대 이상의 청년기부터 중년기에 이르기까지 연령대에 따른 아웃도어 재킷의 구매행동과 디자인 선호도를 연구함으로써 아웃도어 재킷 디자인 개발에 응용하고자 한다.

제2절 연구의 목적

본 연구는 아웃도어 웨어 디자인의 개발을 위하여 부산시내에 거주하는 20~40대 이상의 남성 소비자를 대상으로 아웃도어 웨어 활동실태, 구매행동, 마켓의 디자인 경향, 디자인 선호도 조사를 실시하였으며, 그 목적은 다음과 같다.

첫째, 소비자의 특성을 파악하고, 연령대별 아웃도어 활동실태의 차이를 알아본다.

둘째, 연령대별 아웃도어 재킷 구매행동의 차이를 알아본다.

셋째, 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향을 알아본다.

넷째, 연령대별 아웃도어 재킷 디자인 선호도의 차이를 알아본다.

제Ⅱ장 이론적 배경

제1절 아웃도어 재킷 종류

아웃도어 재킷은 야외 스포츠나 레저 활동을 위해 착용되는 재킷을 말한다. 개인의 체형 및 치수에 맞는 의복이어야 하며, 그것은 정지하여 서 있을 때 뿐만 아니라 사지를 움직이거나 몸통을 굽히고 틀 때의 행동범위도 포착하여 의복과 신체동작과 상대적인 관계로 파악되어야 한다.

아웃도어 재킷 디자인의 기능성 설계는 격한 아웃도어 활동 시 땀 배출 및 체온의 밸런스를 유지시켜주기 위하여 겨드랑이 부분과 목 뒤부분에 많이 사용되는 벤틸레이션(Ventilation), 다목적 활용을 목적으로 집인집(Zip In Zip)제품, 겨울철 체온유지를 위한 충전재 제품, 장시간 워킹 시 착용한 제품의 무게를 줄이기 위한 경량소재를 활용한 디자인, 활동 시 인체의 움직임에 편안함과 활동성을 도와주는 닥트설계, 입체패턴, 무봉제 등 아웃도어 활동의 목적에 따른 제품 디자인의 기능성은 다양해지고 있다.¹⁵⁾ 또한 신소재의 개발로 과거처럼 우의 따로 방풍의 따로 착용해야 하는 불편함이 사라지고 있다. 비와 바람을 동시에 막는 복합기능의 방수·방풍·투습재킷이 생산되면서 윈드재킷과 방수재킷의 구분이 모호해지고, 다용도로 착용할 수 있는 재킷이 생산되고 있다. 아웃도어 재킷은 기능에 따라 방수 재킷, 방풍 재킷, 방한 재킷으로 구분된다.¹⁶⁾<표 1>

1. 방수 재킷

방수 재킷은 비나 눈 등의 수분이 인체 내에 침투하는 것을 방지하는 기능을 가진 재킷을 말한다. 엉덩이를 덮을 수 있는 길이로 안

15) 장은정. (2011). 트레킹 워킹 의류 소비자의 디자인 선호도 및 구매 행동에 관한 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문. p.8

16) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문. p.9

에 보온의류를 입을 수 있는 집인집(Zip In Zip)제품으로 품을 넉넉히 하여 활동 기능성을 살린 디자인이 요구된다. 후드는 시야를 가리지 않고, 목과 얼굴에 빗물이 떨어지지 않도록 챙이 있어야 하며, 소매 길이는 손목을 덮을 수 있도록 손목보다 약간 길게 하여 손등을 덮을 수 있어 손의 노출을 막아야 한다. 또한 눈이나 비에 노출되는 어깨나 등판 등의 봉제선은 방수봉합(Seam Sealing)으로 처리하며, 포켓은 사용하기 편한 위치에 장갑을 착용하고 사용하는데 불편이 없는 크기에 뚜껑이 달린 플랩포켓(Flap Pocket)으로 눈과 비가 들어가지 않도록 한다. 소재로는 미국 고어사가 만든 고어텍스(Gore-Tex)가 가장 많이 사용되고 있다. 고어사의 고어텍스 외에 미국 BHA테크놀로지사가 생산하는 이벤트(Event), 일본 도레이에서 개발된 엔트란트(Entrant)와 국내에서 개발한 힐텍스(Hill-Tex)등이 사용되고 있다.

2. 방풍 재킷

방풍 재킷은 바람을 막는 기능을 가진 재킷으로 주로 윈드 브레이커(Wind Breaker)라고 한다. 활동정도에 따라 옷의 길이를 달리하여 디자인되며, 땀이 나기 쉬운 좌우의 겨드랑이 부위에는 지퍼를 달아 통풍구를 내어 행동시 발생하는 열과 땀을 쉽게 배출되도록 한다. 앞 몸판의 개구부에는 지퍼로 열었을때 그 위에 덮개가 있고 스냅단추나 벨크로 테이프로 처리하고, 소매는 고무밴드보다 벨크로 테이프로 처리하여 착탈이 용이하도록 하는 것이 좋다. 재킷의 아랫단은 끈으로 조일 수 있어야 하며 안쪽 허리 부분에도 당김끈이 있어 옷 내부에는 밑으로부터의 바람을 막아주는 이중 가리개로 디자인한다. 소재는 고어텍스와 윈드 스토퍼(Wind Stopper) 등이 있으며, 고어텍스는 기본 2중 원단(G/T 2L)이나 흡수성과 보온성을 지닌 니트류의 소재를 덧붙인 3중 원단(G/T 3L)을 사용하여 방수투습기능을 부여한다.

3. 방한 재킷

방한 재킷은 추위를 막아주는 보온기능을 가진 재킷으로 파일 재킷과 우모복으로 나뉜다. 파일 재킷은 폴라시스템(Polar System) 또는 파일(Pile) 소재로 만들어진다. 천막 속이나 바람이 없는 장소에서는 보온의 성능을 발휘하나 바람에는 보온성을 유지하지 못하므로 방풍 재킷을 겹에 착용하면 보온효과를 볼 수 있다. 우모복은 오리나 거위 등의 수조류로부터 채취한 털을 이용하여 보온재로 사용된 파카를 말한다. 거위털은 단위 무게당 함기량이 가장 많아 뭉치면 아주 조그맣게 되고, 퍼면 재빨리 다시 부풀어 올라 원래의 보온성을 회복한다. 기온이 극심하게 떨어지면 파일 재킷과 방풍 재킷만으로는 추위를 이길 수 없으므로 이때 휴대하기 간편하고 부피와 무게가 작으며 보온성이 뛰어난 우모복이 필수적인 아이템이다.¹⁷⁾ 소재로 보온력이 뛰어난 울과 다운이 널리 사용되고 있으며, 탁월한 보온력과 안정성이 장점으로 아직도 다운의 보온력을 증가하는 보온재 소재는 찾아보기 어렵다. 하지만 다운은 습기에 매우 취약하며 물에 젖으면 보온 기능이 전혀 없어지며 잘 마르지도 않는 단점이 있다. 반면 울은 물에는 강하나 무겁고 부피가 크다는 단점이 있다. 최근에는 천연소재의 단점을 개선한 합성소재들도 널리 사용되고 있다. 그 대표적인 소재가 3M에서 생산하는 신슐레이트(Thinsulate)가 대표적인 인공소재로 다른 합성 보온소재보다 두께나 무게 대비 보온력이 뛰어나다. 또한 얇고 가볍기 때문에 활동이 자유롭고 젖었을 때 빨리 건조되어 보온성을 유지한다. 이외에 보온 기능을 가진 소재로는 아웃라스트(Outlast), 써모라이트(Thermo Lite), 써말프로(Thermal Pro), 에어클로(Air Clo) 등이 있다.

17) 최혜선, 박진희, 이경미, 도윤희, 김은경. (2001). 액티브 스포츠웨어 설계. 서울: 수학사. p.54

<표 1> 아웃도어 재킷의 종류와 특징

종류 특징	방수 재킷	방풍 재킷	방한 재킷
정의	수분이 인체내 침투 방지 기능 재킷	바람을 막는 재킷	추위를 막아주는 보온기능 재킷
디자인	·활동성 디자인 ·시야를 가지리 않는 후드에 챙 부착 ·손목보다 긴 소매장 ·방수봉합(Seam Sealing)처리 ·플랩포켓	·활동에 따라 길이 조절 ·겨드랑이 지퍼부착 ·지퍼 위에 스냅단추, 벨크로 처리 ·밑단 조절 끈처리	·퀼팅 소재 ·지퍼와 단추로 앞여밈 ·스냅과 벨크로의 소매단
소재	·투습방수 소재 ·고어텍스, 이벤트, 엔트란트, 힐텍스 등	·고어텍스, 윈드스토퍼	·울, 다운 ·신슬레이트, 아웃라이트, 씨모라이트, 씨모프로, 에어클로 등

제2절 남성의 연령별 특성

인간은 태어나는 순간부터 나이가 들어간다. 태어나서 성장하여 성인이 되고 사회생활과 결혼을 경험하고 나이가 들에 따라 노화한다. 연령의 변화에 따라 신체적, 정신적, 사회적, 경제적 변화를 경험하게 된다. 따라서 의복에 대한 요구와 구매력도 달라지게 되므로 연령 집단별로 특징적인 시장을 형성하게 된다.¹⁸⁾ 실생활에 있어 연령의 개념은 흔히 연대기적 연령, 즉 실제적인 연령을 기준으로 하고 있다.

연령은 시장세분화의 중요한 기준이 될 수 있다. 나이가 들어 가는

18) 이은영. (1997). 패션마케팅. 서울:교문사. p.260

것을 토대로 개인의 신체적·정서적 성숙을 예측할 수 있으며, 또한 그 개인이 어떠한 책임감을 가질 것인가 그리고 그가 경험하게 될 의학적·사회적 문제에 대한 가능성까지도 예측하게 된다. 이는 나이가 많이 들수록 사람은 성장하고 발달하다가 후반기에 가면 쇠퇴하고 소멸한다는 논리에서 출발한 것이다. 인간발달 과정을 설명하는 이론들은 모두 연령증가에 따른 변화의 양상을 기술하고 있고, 특히 청소년기 이후 노인에 이르기까지의 변화 과정에 관심을 갖고 있다. 이러한 발달 과정은 생물학적, 심리적, 그리고 사회적 영향을 받고 있으며 이들 여러 변인들의 상호 작용은 연령이나 발달단계 지각에 영향을 미친다. 흔히 사람들은 자신의 연령을 다양한 방식으로 지각하는데, 이러한 연령은 그 내용과 용도, 그리고 기준에 따라 분류하면 5가지로 분류할 수 있다. 연대기적 연령(Chronological Age), 생물학적 연령(Biological Age), 심리학적 연령(Psychological Age), 사회적 연령(Social Age), 주관적 연령(Subjective Age)으로 분류된다.

첫째, 연대기적 연령이란 실제연령, 또는 생활연령이라고도 한다. 우리가 흔히 말하는 연령을 일컫으며, 생년월일에 의한 나이로 모든 사람에게 똑같이 적용된다.¹⁹⁾ 우리 사회의 법률 및 행정절차, 관습의 중요한 기준이 된다. 또한 연령의 분류 중 인간발달의 객관적인 지표가 된다. 이에 본 연구는 연대기적 연령을 기준으로 하였다.

둘째, 생물학적 연령이란 개인의 생물학적, 생리적 발달과 성숙의 수준 및 신체적인 건강수준을 나타내는 나이이다. 신체적 건강과 밀접히 관련되어 있으며, 연대기적 연령이 같다고 하더라도 생물학적 연령은 다를 수 있다.

셋째, 심리학적 연령이란 변화하는 주변 환경의 요구에 적응하는 개인의 행동적 능력이다. 즉 심리적 성숙과 적응이 연대기적 연령과 동시에 이루어져 인생의 발달단계를 제대로 거쳐가고 있는가를 본다.

넷째, 사회적 연령이란 우리가 살고있는 사회에서 일종의 규범으로 정한 것으로 이 연령에 따라서 지위나 기대감 등이 결정되는 것이

19) 이은아. (2000). 주관적 연령에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 경희대학교 대학원 의상학과 석사학위논문. pp.4~5

다. 이 기준에 따라 교육받을 시기, 결혼의 적령기, 취업시기, 은퇴시기가 정해지고 그에 따라 요구되는 사회적 기대가 있다.

다섯째, 주관적 연령이란 연대기적 연령과는 상관없이 스스로가 지각하는 연령이다. 신체적으로 70세가 넘었다 할지라도 스스로 지각하는 연령이 중년기의 수준이라면, 그에 따라 활동수준이 달라질 수 있으므로 굉장히 큰 의미를 갖는다. 즉, 신체적 건강이 좋을 수록 자신에 대한 지각연령이 젊어지며, 이와 반대로 건강상의 쇠퇴는 스스로를 위축시키며, 주관적 연령 지각에서 더 나이들게 인식하는 결정인자로 작용한다. 따라서 청년, 중년, 그리고 노년을 규정하는 것은 어떻게 지각하는가에 따라 달라질 수 있다.²⁰⁾

연령에 대한 범위는 분야별, 연구자별 약간의 연령 차이가 있으나, 크게 청년기, 성인기, 중년기로 나누어진다. 청년기는 18세~39세, 성인기는 25세~39세, 중년기는 40세~65세까지로 나타나고 있다. <표 2> 하지만 의류학 및 패션 마케팅에서는 패션 브랜드들의 경우 타겟 연령층을 20대, 30대, 40대로 분류하고 있다.

따라서 본 연구에서도 연령대별 범위를 20대 청년기, 30대 성인기, 40대 이상 중년기로 분류하였다.

1. 청년기(20대)

청년기는 청소년기 이후부터 성인기 이전까지를 의미한다. 이 시기에는 부모로부터 심리적으로 독립하기 시작하여 대학에 진학하거나 군 입대 혹은 직업 준비, 직업을 갖거나 결혼 준비, 결혼을 하게 되는 등 다양한 역할 탐색과 선택을 하며 환경적인 요인이 크게 작용된다. 이와 같이 중요한 결정에 앞서 준비하는 최종 단계이며 개인적인 정체감을 확립하는 시기이다.

20) 윤가현. (2001). 주관적 연령지각의 양상과 심리적 건강의 관계. 전남대학교 대학원 심리학과 석사학위논문. pp.1~3

<표 2> 연령기

저자 \ 연령기	청년기	성인기	중년기
이근홍(2009)	.	25세 ~ 39세 사이	40세 ~ 64세이전
장수한·김형주·임혁 (2010)	.	25세 ~ 39세 사이	40세 ~ 65세이전
이종복(2010)	20세 ~ 35세	.	35세 ~ 60세이전
신종우·윤경원·이우연 (2010)	19세 ~ 25세	.	30대 중반 ~ 60대 초반
손병덕·강란혜·백은령·서화 자·양숙미·양혜원 (2011)	18세이후 ~ 39세	.	40세 ~ 65세이전
이소희·손홍숙·홍숙자·송순· 이명옥·이규미·강란혜·박미 석·백경숙·조성연·도미향·강 기정·임원신·김민정(2006)	19세 ~ 25세	26세 ~ 39세 사이	40세 ~ 59세

인간의 신체적 성숙은 청년기에 대부분 마무리 된다. 이 시기에 신체적으로 활기, 힘 뿐만 아니라 건강이 최고 수준이다. 근육과 내부기관의 기능도 이 시기에 최고 수준에 달한다. 시각, 청각 등의 감각기관도 20세 전후에 가장 예민하며, 청소년기 말기와 청년기 초기에 걸쳐 거의 모든 신체적 성장과 성숙이 완결된다. 19세에서 30세 사이에 대부분의 사람들은 신체적인 조건의 절정에 이르며, 신체적인 힘은 최대가 되고, 심장혈관계는 가장 예민해진다.²¹⁾

신체적·생리적 발달과 마찬가지로 청년기의 지적 인지발달은 정점에 달한다. 양적·질적으로 충분히 사고력이 깊은 시기이며, 인지적

21) 신종우, 윤경원, 이우연. (2010). 인간행동과 사회환경. 서울:동문사. pp.136~137

기능이 고도로 분화되고 다차원적 문제들을 다룰 만큼 충분히 성장하는 시기이다. 그리고 성장하는 동안 지식을 획득하여 활용하는 능력이 최대한으로 성숙되어 여러 가지 정신적·물리적 위험이나 도전 등에 의연하게 대처할 수 있다.

2. 성인기(30대)

성인기는 청년기 이후부터 중년기 전까지로 이제까지 준비해 온 것을 실현하고 구체화시키는 시기로 사회적 측면에서 다른 사람을 사랑하고 보살피는 능력이 심화되 신체적·지적 능력이 가장 정점을 이루는 시기이다. 성인기의 발달은 신체적 지능이나 인지적 능력의 획득 보다는 주로 사회적·문화적 요소에 의해 주도된다.

신체적 특징으로 근육발달은 성인기에 완전히 이루어진다. 수공 능력의 정교성이 가장 효율적이지만 손가락과 손 움직임의 민첩성은 30대 후반 이후부터 감소되기 시작한다. 감각은 가장 예민한 상태이며 성인기에는 거의 변하지 않으며, 시각적 예민성은 40세까지는 감소하지 않는다. 신체발달의 절정기 이후에는 점진적인 감소가 일어나지만 40세까지는 분명하게 확인 될 수 있는 급격한 변화는 일어나지 않는다. 청년기 말부터 성인초기는 신체적 건강상태와 힘이 최고조에 달하는 시기이므로 이 상태를 유지하기 위하여 규칙적인 운동과 적절한 영양공급이 필요하다.²²⁾

인지발달에 있어서 일반적으로 신경계의 기능과 같은 기초적인 생리적 매커니즘에 의존하는 능력들은 연령 증가와 함께 감소하는 반면, 경험에 더 많이 의존하는 능력들은 연령 증가에도 불구하고 그대로 유지된다.²³⁾

22) 이소희, 손홍숙, 홍숙자, 송순, 이명옥, 이규미, 강란혜, 박미석, 백경숙, 조성연, 도미향, 강기정, 임원신, 김민정, 박미석, 백경숙, 조성연, 도미향, 강기정, 임원신, 김민정. (2006). 인간행동과 사회환경. 서울:학연사. p.268

23) 안나영. (2007). 20~30대 소비자의 의복태도에 따른 속옷 구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.6~7

3. 중년기(40대 이상)

중년기는 40세에서 노년기가 시작되는 65세 이전까지로 자녀양육과 노부모 부양에 대한 책임감을 수행해야 하므로 소위 ‘샌드위치세대’라 한다. 또한 이 시기는 자녀양육과 노부모 부양과 더불어 부부가 적합한 생활의 기준을 설정하여 유지시켜야 하고 여가활동을 개발해야 하며, 신체적인 변화에도 적응해 나가야 한다.²⁴⁾ 여가활동을 통해서 일상의 긴장과 스트레스를 해소하고, 개인적인 관심을 표현하며, 인간관계의 폭을 넓히고, 신체적·정신적 기능을 향상시킬 수 있다. 또한 경제적·시간적인 여유를 가질 수 있어서 여가활동을 즐길 수 있으며, 이러한 활동을 통해 이 시기의 위기를 극복하고 적응하는데 도움을 받을 수 있다.

신체적 변화로 신체의 능력과 전체적인 건강상태가 저하되어 노화가 점차 시작된다. 피부는 탄력을 잃게 되어 늘어지며, 더욱 얇아지게 되고 혈액순환이 잘 되지 않아 안색이 나빠진다. 모발이 많이 빠지며, 머리카락이 은백색으로 변하고 가늘어지면서 성장속도도 느려진다. 얼굴의 전체적인 모습에 변화가 생기며, 치아도 차츰 마모되어 간다. 또한 감각기관도 노화되기 시작하여 시력이 감퇴하고, 원시경향이 나타나며 청각의 예민성이 줄어들고 노안증상, 허리와 배 부위의 비대증, 소화기능 및 감각기능 등의 반응속도 저하 등 노화현상이 서서히 나타나기 시작한다.

인지적 측면에서는 유전적 요인에 의해 결정되는 지적 능력인 유동성 지능은 감퇴되는 반면 후천적 경험, 학습, 문화적 영향에 의해 습득되는 결정적 지능은 계속 발달된다. 심리사회적 발달의 측면에서는 개인의 생애와 사회환경 내에서의 자신의 위치를 고려하면서 자아에 대한 재평가 시기이다.²⁵⁾

24) 장수환, 김현주, 임혁. (2010). 인간행동과 사회환경. 경기도:공동체. p.102

25) 손은영. (2009). 중년 남성의 라이프스타일에 따른 의복추구이미지 및 캐주얼의류 구매의사결정요인 연구. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문. p.5

제3절 구매 행동

구매행동이란 욕구를 충족시키기 위해 재화나 서비스를 획득, 사용, 처분하는데 수반되는 의사결정 과정에서 보이는 정신적, 육체적 행동과정이다.²⁶⁾ 또한 의복 구매행동이란 소비자가 사회·문화적인 환경요인과 개인적 욕구인 동기유발로 인하여 필요로 하는 의류상품을 지각하게 되고, 정보를 탐색한 후 평가하여 선택하는 과정을 통하여 제품을 구매한다. 선행 연구에서 의복 구매행동의 변인들을 살펴보면, 구매동기, 의복 평가기준, 정보원, 구매처, 구매시기 및 상황, 구매빈도, 구매가격 및 지불방법, 의복 만족 및 불편행동 등 다양한 변인들이 연구되어 왔다.²⁷⁾<표 3>

본 연구는 아웃도어 재킷 디자인 개발을 위해 중요한 변인으로 작용한다고 판단되는 구매동기, 의복을 선택시 평가기준, 그리고 구매시 활용하는 정보원을 중심으로 선행연구를 살펴보고자 한다.

<표 3> 의복 구매행동 변인

연구자	연구 대상	구매행동 변인
남미우 외 (1995)	일반 의복	평가기준, 정보원, 상점유형
이은아 외 (2000)	일반 의복	구매기준, 점포선택기준
이지훈(2001)	일반 의복	구매동기, 상품정보원천, 정보매체, 구매횟수
김정은(2008)	일반 의복	구매동기, 의복선택기준, 정보원, 구매점포, 동행자, 구매시기, 구매횟수, 구매비용
신수연 외 (1999)	캐주얼 의복	선택기준, 정보원, 구매횟수, 쇼핑요일, 구입장소, 동반자, 점포속성

26) 최판욱. (2009). 스노보드 웨어 소비자들의 소비가치에 따른 선택기준과 구매행동유형 분석. 울산대학교 대학원 석사학위논문. p.15

27) 고수진. (2008). 인도 여성의 패션 라이프스타일에 따른 의복구매 행동 특성. 연세대학교 대학원 석사학위논문. p.25

박은정(2002)	골프웨어	구매동기, 정보원, 착용도, 선택기준, 구매처, 구매횟수, 구매비용, 만족도
이혜선(2005)	여가활동 의복	구입품목, 구입비용, 구매장소, 점포선택기준, 구매빈도, 의복선택기준, 동행인, 지불수단
이지나(2006)	등산복	구매목적, 구매빈도, 구매비용, 정보원, 구매장소, 선택기준

1. 구매동기

구매동기란 문제 인식과정에서 욕구발생 혹은 자극으로부터 부여 받은 것이며, 구매행동을 불러 일으키는 개인의 내적 충동세력이라고 정의한다. 구매동기의 발생은 구매행동 과정의 출발점이라고 볼 수 있다.²⁸⁾ 또한 의류제품에 대한 구매동기는 소비자들의 근본적인 욕구를 해결하기 위해 의복을 선택하는 과정으로 어떻게 의복을 구매하게 되는가를 설명해 주는 요소로서 의복 구매행동 분석에 매우 중요하다.

의복 구매동기에 대한 선행연구들을 살펴보면, <표 4>와 같다. 황진숙 외²⁹⁾의 연구에서는 남자 대학생의 의복 구매동기로 과시 및 사교성, 유행 및 개성추구, 제품고갈 및 경제성 추구의 세가지 요인으로 나누었으며, 이 중 남자 대학생들은 유행 및 개성 추구 요인이 가장 높다고 하였다.

김정은³⁰⁾의 연구에서 성인남성의 의복 구매동기로 30대와 40대에서 실용적 동기가 가장 높게 나타났으며, 20대에서는 심미·충동적 동기가 가장 높게 나타났다.

28) 이지훈. (2001). 남성복 소비자의 구매행동 및 점포선택에 관한 실증적 연구: 부산지역 H백화점 30~40대 남성 소비자를 중심으로. 중앙대학교 국제경영대학원 석사학위논문. p.22

29) 황진숙, 이기춘. (2000). 남자대학생의 라이프스타일 요인이 의복의 구매동기, 정보원 활용, 의복 선택기준에 미치는 영향 연구. 한국복식학회지. 50(4). pp.63~72

30) 김정은. (2008). 성인남성의 사회적 가치관에 따른 의복추구해택과 의복구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.61

박은정³¹⁾은 골프웨어 구매동기로 신체 사이즈에 변화가 있을 때는 20대와 30대가 비슷한 구매 동기를 보였고, 계절이 바뀔 때는 20대와 50대 이상이 비슷한 구매동기를 보였으며, 전 연령대에서 마음에 드는 의류를 발견했을 때가 가장 구매동기가 높은 것으로 나타났다. 이상의 선행 연구에서 연령대에 따른 의복 구매동기에 차이가 있음을 알 수 있다.

<표 4> 의복 구매동기

연구자	연구 대상	연령대	의복 구매동기
황진숙 외 (2000)	일반 의복	대학생	과시 및 사교성, 유행 및 개성추구, 제품고갈 및 경제성 추구로 분류
김정은(2008)	일반 의복	20대	심미·충동적 동기
		30대	실용적 동기
		40대	실용적 동기
박은정(2002)	골프웨어	20 ~ 50 대 이상	계절이 바뀔 때

2. 평가기준

의복 평가기준이란 ‘선택기준’이라고도 하는데, 상품을 선택시 고려하게 되는 기준 또는 특성이다. 이는 소비자의 주관적, 객관적 판단의 기준이 되어 구매목적과 동기를 함께 반영하게 된다.³²⁾ 소비자는 선택과정에서 개인의 욕구나 욕구체계를 만족시키기 위한 선택을 하는데 의복의 경우에 소비자의 욕구는 사회적 인자 그리고 개인적 가치, 흥미 뿐만 아니라 경제적 그리고 여러 다른 고려에 의해 영향을 받게 된다. 그러므로 선택기준은 소비자를 이해함에 있어서 중요한 개념이며, 선택기준을 알게 됨으로써 특정 상품에 관계된 욕구와 필요에 관한 통찰력을 얻을 수 있고, 계획전략 관계가 더욱 구체적

31) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.37

32) 윤은아. (2004). 주5일 근무제 도입에 따른 레저웨어 구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문. p.48

으로 만들어질 수 있다.³³⁾

평가기준에 대한 선행연구를 살펴보면, <표 5>와 같다. 황진숙 외³⁴⁾의 연구에서는 남자 대학생의 의복 구매시 선택기준으로 실용성, 유행 및 개성성, 동조성의 세가지 요인으로 나누었다. 그 결과 남자 대학생들은 실용성 요인이 가장 높다고 하였다.

이신아³⁵⁾의 연구에서는 남성복 구매시 평가기준으로 20대는 스타일과 실루엣을 가장 고려하였고, 30대는 다른 옷과의 조화, 40대는 세탁과 관리의 용이성을 가장 고려하는 것으로 나타나 연령별 차이가 나타나지 않았다.

남미우 외³⁶⁾의 연구에서는 일반 의복 선택기준으로 20대와 40대 이상 모두 활동에 편한 것을 가장 우선시 하였고, 다음으로 20대는 손질이 간편하고 오래 입을 수 있는 것, 40대 이상은 품위가 있는 것을 고려한다고 나타났다.

이은아 외³⁷⁾의 연구에서는 일반적 의복 선택기준으로 20대는 디자인을 가장 고려하였고, 다음으로 체형과의 적합성 여부, 색상을 고려한다고 나타났고, 30대는 디자인과 소재를 가장 고려하였으며, 40대는 소재와 봉제 상태 등을 가장 고려한다고 하였다.

김민정 외³⁸⁾는 남성 정장 소비자는 의복 평가기준 중 색상, 전체 이미지, 디자인, 가격, 사이즈 등을 중요하게 생각하고 단추 혹은 지

33) 신정원, 박은주. (1989). 의복선택기준 예측변인 연구. 한국복식학회지. p.125

34) 황진숙, 이기춘. (2000). 남자대학생의 라이프스타일 요인이 의복의 구매동기, 정보원 활용, 의복 선택기준에 미치는 영향 연구. 한국복식학회지. 50(4). pp.63~72

35) 이신아. (2006). 20~40대 남성복 의류기획을 위한 소비자행동 연구. 경희대학교 아트퓨전디자인대학원 석사학위논문. pp.56~57

36) 남미우, 고애란. (1995). 성인남자의 의복태도와 의복구매행동에 관한 연구 I - 대학생과 중년남성을 대상으로 -. 대한가정학회지. 33(4). p.285

37) 이은아, 김미숙. (2000). 주관적 연령에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 한국의류학회지. 24(8). p.162

38) 김민정, 이숙희. (2004). 남성 정장 구매 행동에 관한 연구(제1보): 20~40대 남성을 중심으로. 한국의류학회지. 28(5). p.326

퍼 부속품과 칼라, 소매, 포켓 등의 세부적인 형태를 다른 평가 기준보다 중요하게 생각하지 않았다.

신수연 외³⁹⁾의 캐주얼 의복 연구에서는 구매시 선택기준으로 20대와 30대, 40대의 전 연령 모두 디자인을 고려한다고 하였고, 다음으로 품질과 가격 등의 순으로 나타났다.

박은정⁴⁰⁾의 연구에서는 골프웨어 선택기준으로 전 연령대에서 스타일 및 디자인, 사이즈, 맞춤새 등의 순으로 고려한다고 하였다.

이혜선⁴¹⁾의 연구에서는 20~30대의 남성 소비자의 여가 활동 의복 구매시 선택기준으로 품질 및 활동성, 사회성, 심미성의 세가지 요인으로 분류하였다. 품질 및 활동성과 사회성이 가장 높게 나타났으며, 시각적으로 외적인 요소보다는 착용했을 때 특성과 옷의 질적인 면을 더 고려한다고 하였다.

<표 5> 의복 구매시 평가기준

연구자	연구 대상	연령대	의복 구매시 평가기준
황진숙 외 (2000)	일반 의복	대학생	실용성, 유행 및 개성성, 동조성
이신아(2006)	일반 의복	20대	스타일과 실루엣
		30대	다른 옷과의 조화
		40대	세탁과 관리의 용이성
남미우 외 (1995)	일반 의복	20대	활동에 편한 옷
		40대	활동에 편한 옷
이은아 외 (2000)	일반 의복	20대	디자인
		30대	디자인과 소재
		40대	소재와 봉제 상태
신수연 외 (1999)	캐주얼 의복	20~40대	디자인

39) 신수연, 김용덕. (1999). 성인남성의 캐주얼의복 구매행동에 관한 연구. 복식문화학회지. 7(4). p.107

40) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.40

41) 이혜선. (2005). 직장인의 여가행동과 의복구매행동 연구: 20~30대 직장인 남성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. p.45

박은정(2002)	골프웨어	20~50대 이상	스타일과 디자인
이혜선(2005)	여가활동 의복	20~30대	품질 및 활동성과 사회 성, 심미성으로 분류

3. 정보원

정보원은 소비자가 구매시 정보를 탐색하기 위해 사용하는 정보의 근원이다. 소비자는 구매에서 느끼는 위험의 정도가 클수록, 의사결정이 중요하고 복잡할수록 다양한 정보원과 많은 정보량을 필요로 한다.⁴²⁾ 소비자는 사회적으로 눈에 잘 띄는 상품일수록 수입에 비해 고가상품일수록 적극적인 정보탐색의 동기를 가지게 된다. 소비자는 바람직한 의사결정을 위해, 그리고 구매의사결정에 따른 위험감소를 위해 정보탐색을 하게 된다.

정보원에 대한 선행연구를 살펴보면, <표 6>과 같다. 이신아⁴³⁾의 연구에서는 남성복 구매시 정보원으로 20대는 인터넷을 가장 많이 활용하였고, 30대는 지인의 옷차림, 40대는 지인의 조언을 가장 많이 활용하는 것으로 나타났다.

김찬주⁴⁴⁾의 연구에서는 의복 구매시 정보원으로 20대는 중립적 정보원을 활용하는 것으로 나타났고, 40대는 마케터 주도 정보원을 주로 활용하였다.

황진숙 외⁴⁵⁾의 연구에서는 남자 대학생의 의복 구매시 정보원으로 인쇄매체 및 디스플레이, 인적조언, 패션쇼 및 타인관찰, 전파매체의 네가지 요인으로 분류하였다. 이 중 인쇄매체 및 디스플레이의 활용

42) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.13

43) 이신아. (2006). 20~40대 남성복 의류기획을 위한 소비자행동 연구. 경희대학교 아트퓨전디자인대학원 석사학위논문. pp.60~61

44) 김찬주. (1991). 의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(Ⅱ). 한국의류학회지. 16(1). p.80

45) 황진숙, 이기춘. (2000). 남자대학생의 라이프스타일 요인이 의복의 구매동기, 정보원 활용, 의복 선택기준에 미치는 영향 연구. 한국복식학회지. 50(4). pp.63~72

도가 가장 높았다.

이지훈⁴⁶⁾의 연구에서는 남성 소비자의 정보매체로 30대는 주로 카탈로그의 이용이 높았고, 40대 소비자들은 신문이나 잡지를 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타났다. 30대 소비자들은 대체로 패션에 민감하여 카탈로그와 같은 직접적인 정보를 탐색하고, 40대 소비자들은 신문이나 잡지와 같이 간접적이고도 소극적인 정보매체를 이용하였다.

김정은⁴⁷⁾의 연구에서는 의복 구매시 30대 남성은 정보원으로 매장 디스플레이를 가장 많이 활용하였다.

제은숙⁴⁸⁾의 연구에서 여가활동 소비자의 패션 정보원으로 20대가 30대 보다 관찰 정보원(타인 옷차림, 쇼윈도, 매장 디스플레이)의 활용도가 더 높았고, 경험·인적 정보원(과거구매경험, 지인과 판매원 조언)은 30대가 20대 보다 더 높게 나타났다.

이혜선⁴⁹⁾의 연구에서 20~30대의 남성 소비자의 여가활동 의복 구매시 정보원으로 매체정보원과 인적정보원, 점포정보원의 세가지 요인으로 분류하였다. 이 중 매체정보원이 가장 중요한 요인이었으며, 여가를 위한 의복을 구매하는 직장인 남성들은 매체를 통한 의류광고나 홍보 등을 통해서 의복에 대한 정보를 많이 얻었다.

신수연 외⁵⁰⁾의 연구에서는 캐주얼 의복 구매시 정보원으로 20대는 잡지와 TV·라디오, 30대는 TV·라디오, 가족·친구, 그리고 40대는 가족·친구, 주변사람의 옷차림에서 정보를 얻는 것으로 나타났다. 즉

46) 이지훈. (2001). 남성복 소비자의 구매행동 및 점포선택에 관한 실증적 연구: 부산지역 H백화점 30~40대 남성 소비자를 중심으로. 중앙대학교 국제경영대학원 석사학위논문. p.49

47) 김정은. (2008). 성인남성의 사회적 가치관에 따른 의복구매행태와 의복구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.61

48) 제은숙. (2011). 여가활동 소비자의 패션관여와 의복선택기준, 패션정보원에 관한 연구. 한국복식학회지. 61(7). p.62

49) 이혜선. (2005). 직장인의 여가행동과 의복구매행동 연구: 20~30대 직장인 남성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. p.49

50) 신수연, 김용덕. (1999). 성인남성의 캐주얼의복 구매행동에 관한 연구. 복식문화학회지. 7(4). p.106

20대는 비인적 정보원을 통한 패션정보를 얻고, 연령이 많아질수록 친구·동료·주변사람과 같은 인적정보원을 활용하였다.

박은정⁵¹⁾는 골프웨어에 대한 연구에서 사용 정보원으로 20대는 패션잡지, 브랜드 카달로그 등 매체, 30대와 40대는 친구&소속집단, 50대 이상은 가족, 친구&소속집단의 영향을 가장 많이 받았다. 그 다음으로 연령에 관계없이 자신의 의복구매 경험, 상품의 다양성 등의 순으로 활용하였다.

김진국 외⁵²⁾의 연구에서는 등산복 구매시 정보원으로 스포츠 저관여 집단과 중관여 집단은 인터넷, 매장 및 점원 순으로 많이 활용하였다. 스포츠 고관여 집단은 매장 및 점원, 인터넷 순으로 많이 활용하였다.

이지나⁵³⁾의 연구에서는 등산복 구매시의 정보원으로 모든 연령에서 친구&소속집단을 활용하였고, 다음으로 20대는 인터넷, 매장의 진열 등의 순으로 나타났으며, 30대는 인터넷, 판매원 조언 등의 순이었다. 40대와 50대 이상은 자신의 과거 의복 구매경험, 매장의 진열 등으로 나타나 연령대가 낮을수록 인터넷을 통한 정보원을 많이 활용하며, 연령대가 높을수록 개인적 경험에 의한 정보원을 많이 활용하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 의복 정보원은 구매하기에 앞서 보아온 구매결정을 위해 다양한 정보를 얻어 합리적인 선택을 하도록 하는 중요한 역할을 하였다.

<표 6> 의복 구매시 정보원

연구자	연구 대상	연령대	의복 구매시 정보원
이신아(2006)	일반 의복	20대	인터넷

51) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.48

52) 김진국, 지용관, 강현민. (2008). 스포츠 관여도에 따른 등산복 소비자의 구매행동 분석 연구. 한국사회체육학학지. 34. p.169

53) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문. p.36

		30대	지인의 옷차림
		40대	지인의 조언
김찬주(1991)	일반 의복	20대	중립적 정보원
		40대	마케터 주도 정보원
황진숙 외 (2000)	일반 의복	대학생	인쇄매체 및 디스플레이, 인적조언, 패션쇼 및 디스 플레이
이지훈(2001)	일반 의복	30대	카달로그
		40대	신문과 잡지
김정은(2008)	일반 의복	30대	매장 디스플레이
제은숙(2011)	여가 활동 의복	20대	관찰 정보원
		30대	경험·인적 정보원
이혜선(2005)	여가 활동 의복	20~30대	매체정보원, 인적정보원, 점포정보원
신수연 외 (1999)	캐주얼 의복	20대	잡지
		30대	TV·라디오
		40대	가족·친구
박은정(2002)	골프웨어	20대	매체(패션잡지, 카달로그)
		30대	친구&소속집단
		40대	친구&소속집단
		50대 이상	가족, 친구&소속집단
이지나(2006)	등산복	20~50대 이상	친구&소속집단

제4절 디자인 선호도

선호란 여럿 가운데서 특별히 가려서 좋아함을 의미한다. 의복 선택시 디자인 선호는 자신이 살고 있는 사회의 문화, 경제적 조건, 시대적 배경 등 사회 환경적인 특성과 그 사회 내에서의 개인의 역할이나 연령, 신체적 특징 등의 개인적인 특성에 따라 다르게 표현될 수 있다.⁵⁴⁾ 오늘날 의복에 대한 디자인 선호도는 개개인의 개성에 따라 선택되는 경향이 두드러지고 있으며, 아무리 유행하는 스타

54) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위 논문. p.9

일의 옷이라도 자신에게 어울리지 않는다고 생각되면 거부하게 되는데 이것은 디자인과 소재, 색상의 이용에서 나타난다.⁵⁵⁾ 선행 연구에서 의복 디자인 선호도의 변인들을 살펴보면, <표 7>과 같이 진행되어 왔다. 본 연구는 의복 디자인 선호도를 알아보기 위해 형태, 색상, 소재에 관한 선행연구를 중심으로 살펴보고자 한다.

<표 7> 의복 디자인 변인

연구자	연구 대상	의복 디자인 변인
이은지(1994)	일반 의복	의복색채, 의복형태
김선희 외(2002)	스포츠 캐주얼웨어	점퍼색상, 세부디자인(소매, 후드, 포켓)
박은정(2002)	골프웨어	스타일, 질루엣, 소재, 무늬
차현정(2004)	등산복	스타일, 형태, 색상, 소재, 상·하의 색상 코디네이션
남궁민지(2008)	시니어 패션	디자인, 디테일, 색상, 문양, 소재
임민정 외(2011)	아웃도어 재킷	디자인(후드, 포켓, 앞지퍼 형태, 소매 밑단, 밑단), 색상
장은정(2011)	트레킹 워킹 의류	재킷, 조끼, 소매, 칼라, 바지밑단

1. 형태

의복의 형태는 선의 구성으로 이루어지며, 선은 의복을 디자인하기 위한 중요한 시각적 요소이며, 선을 잘 다루는 것은 의복디자인에서 매우 중요하다.⁵⁶⁾

디자인에 대한 선행연구를 살펴보면, <표 8>과 같다. 박은정⁵⁷⁾의

55) 이은지. (1994). 정상인과 지체장애인 여성의 자아개념과 의복디자인 선호도와와의 상관연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문. p.14

56) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.10

연구에서는 골프웨어 선호 스타일로 젊고 고전적인 스타일과 제 나이보다 젊어 보이는 스타일에서 연령 간 가장 큰 선호도의 차이가 나타났다. 연령이 높을수록 젊고 고전적인 스타일과 제 나이보다 젊어 보이는 스타일에 대한 선호도가 높게 나타났고, 연령에 관계없이 심플한 스타일에 대한 선호도는 높은 것으로 나타났다.

한은주 외⁵⁸⁾의 연구에서는 아웃도어 재킷 스타일 선호도로 30대는 바람막이 스타일, 40대는 기능성이 강화된 스타일, 50대는 일반적인 등산복 스타일이 가장 높게 나타났다.

차현정⁵⁹⁾의 연구에서는 등산복 디자인 선호도로 스타일과 재킷 소매, 밑단의 디테일로 나누어 연령, 결혼여부에 따른 선호도의 차이를 연구하였다. 구체적으로 연령 간 등산복 선호 스타일로 30대와 40대 이상은 활동에 편안한 스타일, 단순한 스타일의 순으로 선호도를 나타내었고, 20대는 편안한 스타일, 눈에 띄는 스타일의 순으로 나타나 유의한 차이를 나타내었다. 연령 간 디테일별 선호도를 구체적으로 살펴보면, 재킷 소매로 20대는 고무밴드형, 벨크로형태 순으로 선호하였다. 30대와 40대 이상은 벨크로형태, 고무밴드형 순으로 나타났다. 선호 밑단으로 20대는 허리조절 조임끈, 일반형 순, 30대는 일반형, 부분 고무밴드형 순, 40대 이상은 일반형, 허리조절 조임끈의 순으로 높은 선호도를 나타내었다.

김선희 외⁶⁰⁾의 연구에서 스포츠 캐주얼 점퍼의 디테일별 선호도를 살펴보면, 소매밑단으로 20대와 30대 모두 밴드커프스와 고무밴드형, 밴드커프스형 순으로 선호하였다. 포켓은 20대와 30대 모두 팔자지퍼형, 플랩형 순으로 선호하였다. 후드는 20대는 워업후드(가벼

57) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.68

58) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). p.175

59) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.37

60) 김선희, 김월희. (2002). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구: 전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로. 한국의류학회지. 26(8). p.181

은 형), 30대는 탈부착식후드를 가장 선호하였다.

임민정 외⁶¹⁾는 등산용 남성 재킷 디자인 선호도로 후드, 소매, 포켓, 몸판으로 분류하여 연구하였다. 구체적인 선호도를 살펴보면, 후드는 일체형이 가장 높았고, 다음으로 탈부착형과 지퍼내장형, 후드없음 등의 순으로 나타났다. 소매 밑단은 고무밴드와 벨크로의 혼합형, 벨크로형, 전체 고무밴드형 순으로 높게 나타났다. 포켓 형태로는 지퍼포켓이 50% 이상으로 가장 높았고, 다음으로 지퍼 덮개, 아웃포켓(패치)의 순으로 나타났으며, 포켓 방향은 대각선 방향의 선호도가 81%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 수직, 수평의 순으로 나타났다. 몸판 앞여밈형은 전체적으로 덮개가 있는 것의 선호가 51%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 덮개가 없는 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 덮개가 없는 형을 선호하였고, 연령이 높을수록 덮개가 있는 것을 선호하여 연령간 유의한 차이를 나타내었다.

장은정⁶²⁾은 트레킹 워킹 아우터류의 재킷 디자인 선호도로 후드와 소매 밑단을 연구하였는데, 구체적으로 후드는 전 연령대 모두 탈부착형을 가장 선호하였고, 다음으로 후드부착형, 후드없는 형의 순으로 나타났다. 소매로는 전 연령대 모두 벨크로 조임형이 가장 높게 나타났고, 다음으로 시보리형, 일직선형, 고무줄 마무리형의 순으로 나타났다.

<표 8> 선호 스타일과 디자인

연구자	연구 대상	연령대	선호 스타일과 디자인
박은정(2002)	골프웨어	20~50대 이상	심플한 스타일
한은주 외 (2011)	아웃도어 재킷	30대	바람막이 스타일
		40대	기능성 스타일
		50대	일반 등산복 스타일

61) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). pp.160~162

62) 장은정. (2011). 트레킹 워킹 의류 소비자의 디자인 선호도 및 구매행동에 관한 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문. p.57

차현정(2004)	등산 재킷	20대	편안한 스타일
		30대	
		40대 이상	
	등산 재킷 소매	20대	고무밴드 형
		30대	벨크로 형
		40대 이상	벨크로 형
	등산 재킷 밑단	20대	허리조절 조임끈형
		30대	일반형
		40대 이상	일반형
김선희 외 (2002)	캐주얼 점퍼 소매밑단	20대	밴드커프스/고무밴드 혼 합형
		30대	밴드커프스/고무밴드 혼 합형
	캐주얼 점퍼 후드	20대	웜업후드(가벼운 형)
		30대	탈부착식후드
임민정 외 (2011)	등산용 재킷 앞지퍼 형태	20대	덮개 있음
		30대	덮개 없음
		40대	덮개 있음
		50대	덮개 있음
		60대 이상	덮개 없음
장은정(2011)	트레킹 워킹 재킷 후드	20~50대 이상	후드 탈부착형
	트레킹 워킹 재킷 소매	20~50대 이상	벨크로 조임형

이처럼 연령대별 선호 스타일과 디자인에 있어 연령이 높을수록 낮은 연령층에 비해 기능적인 형태의 디자인을 더 선호하였다.

2. 색

색(Color)이란 빛을 흡수하고 반사하는 결과로 나타나는 사물의 밝고 어두움이나 빨강, 파랑, 노랑 따위의 물리적 현상을 말한다. 의복에서 색은 선이나 스타일보다 먼저 지각되는 디자인 요소 중의 하나로 의복의 느낌을 형성하는데 큰 역할을 한다. 소비자의 의복 선택시 매우 중요한 결정요인으로 작용하여 타인에 대한 시각적 평가의 중요한 단서가 된다. 색의 선호는 개인의 심리상태가 기반이 되

므로 주관적인 판단이라고 볼 수 있고, 출생시부터 개인차가 생기며 유년기의 기억, 교육, 교양적 훈련에 의해서 형성된다.⁶³⁾ 의복색에 대한 개인의 선호도는 사회적 관념을 반영한 개인의 이미지에 많은 영향을 미치며, 이에 대한 여러 선행연구가 진행되었다.

색에 대한 선행 연구를 살펴보면, <표 9>와 같다. 김재숙 외⁶⁴⁾의 연구에서는 일반 대학생의 의복 선호색으로 무채색 계열과 파랑계열을 가장 선호하였다.

류숙희 외⁶⁵⁾의 성인남성의 의복색 연구에서 20대는 무채색을 가장 선호하였고, 다음으로 파랑과 노랑 등의 순으로 나타났다. 30대는 노랑을 가장 선호하였으며, 다음으로 무채색, 파랑 등의 순이었다. 착용 재킷의 색으로는 20대는 무채색, 노랑, 초록 등의 순으로 나타났고, 30대는 무채색, 파랑, 노랑 등의 순으로 나타났다. 구매하고 싶은 재킷의 색으로 20대와 30대 모두 무채색, 노랑, 파랑 등의 순이었다.

김선희 외⁶⁶⁾의 연구에서 스포츠 캐주얼웨어 선호색상으로 20대는 무채색 계열을 가장 선호하였고, 30대는 파스텔계열을 가장 선호하는 것으로 나타났고, 싫어하는 색은 빨강계열과 노랑계열로 나타났다.

이혜선⁶⁷⁾의 연구에서 20~30대의 남성 소비자의 여가활동 의복 구매시 선호색상으로 파랑색 계열이 가장 높았고, 선호색조로는 회색 계열이 가장 높았다.

63) 김정옥. (2000). 아동과 어머니의 아동복 디자인 선호도 비교: 5~7세를 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문. p.8

64) 김재숙, 이소라, 강현옥, 조은옥. (2004). 남녀 대학생의 의복 디자인 및 색 선호에 관한 연구. 충남생활과학연구지. 18(1). p.58

65) 류숙희, 김보연. (2001). 성인남성의 의복색채선호와 색채관심에 관한 연구: 연령, 성격, 피부색을 중심으로. 복식문화연구지. 9(2). p.141

66) 김선희, 김월희. (2002). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구: 전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로. 한국의류학회지. 26(8). pp.180~181

67) 이혜선. (2005). 직장인의 여가행동과 의복구매행동 연구: 20~30대 직장인 남성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. p.47

박은정⁶⁸⁾의 연구에서는 골프웨어 점퍼 선호색상으로 20대와 30대, 50대 이상은 회색과 검정계열, 흰색계열의 순으로 나타났고, 40대는 흰색계열, 회색과 검정계열의 순으로 선호하였다.

차현정⁶⁹⁾의 연구에서는 연령별 등산복 재킷 선호 색상으로 20대와 30대는 회·검정 계열을 가장 선호하였고, 40대 이상은 빨강계열을 가장 선호하여 유의한 차이를 나타내었다.

임민정 외⁷⁰⁾는 등산용 남성 재킷의 선호색상은 빨강계열의 선호도가 가장 높았고, 선호색조는 밝은색의 선호도가 높게 나타났다.

한은주 외⁷¹⁾의 연구에서는 아웃도어 재킷의 선호 색상으로 30대와 40대는 회색과 검정색이 가장 높았고, 50대는 빨강색이 가장 높게 나타났다.

<표 9> 선호 의복색

연구자	연구 대상	연령대	선호 의복색
김재숙 외 (2004)	일반 의복	대학생	무채색계열과 파랑계열
류숙희 외 (2001)	일반 의복	20대	무채색 계열
		30대	노랑계열
김선희 외 (2002)	스포츠 캐주얼웨어	20대	무채색계열
		30대	파스텔계열
이혜선(2005)	여가 활동 의복	20~30대	파랑계열
박은정(2002)	골프웨어 점퍼	20대	회색과 검정계열
		30대	회색과 검정계열
		40대	흰색계열

68) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.57

69) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.38

70) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). p.163

71) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). p.174

		50대 이상	회색과 검정계열
차현정(2004)	등산복 재킷	20대	회·검정계열
		30대	회·검정계열
		40대 이상	빨강계열
임민정 외 (2011)	등산용 재킷	20~60대 이상	빨강계열
한은주 외 (2011)	아웃도어 재킷	30대	회색과 검정
		40대	회색과 검정
		50대	빨강

이처럼 의복색 선호도는 연령층이 낮을수록 흰색과 검정색 같은 무채색의 선호도가 높았고, 연령층이 높을수록 유채색의 선호도가 높게 나타났다. 즉 의복색은 소비자의 의복선택에 있어서 중요한 결정 요인으로 작용함을 알 수 있다.

3. 소재

소재는 디자인, 색과 더불어 제품을 구매의사 결정에 있어 중요한 요소 중 하나이다. 디자인의 선과 색을 실제 의복으로 표현하는 물질이며 매개물이 된다. 또한 소재의 특성에 따라 쾌·불쾌의 심리적인 반응을 일으켜 개인의 취향에 따른 소재 선택은 의복형태는 물론 개인의 감정과 분위기에 중요한 영향을 미친다.⁷²⁾

소재에 대한 선행 연구를 살펴보면, <표 10>과 같다. 김희숙 외⁷³⁾의 대학생의 재킷 소재 선호도 연구에서 봄과 가을 소재로 모 변화평직을 가장 선호하였고, 여름소재로 면 평직물 브로드, 겨울 소재로 위 파일직 코듀로이(Corduroy)를 가장 선호하였다.

안신호⁷⁴⁾의 대학생들의 일반 의복소재 선호도 연구에서 봄과 여름, 겨울 소재로 면, 폴리에스테르와 면 혼방 소재 순으로 선호하였다.

72) 남궁민지. (2008). 시니어 패션 디자인 분석 및 선호도. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문. p.43

73) 김희숙, 나미희. (2004). 재킷용 의복소재에 대한 대학생의 선호도 조사 연구. 대한가정학회지. 42(10). pp.107~111

74) 안신호. (2002). 동대문 패션상가 소비자의 의복 소재 선호도 연구: 대학생들을 중심으로. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p. 26

여름소재로는 마소재, 가을 소재로는 면소재를 가장 선호하였다.

박은정⁷⁵⁾의 연구에서는 골프웨어 점퍼 선호 소재로 연령대에 관계 없이 봄과 여름용 소재는 면100%, 혼방의 순으로 나타났고, 가을과 겨울 소재로는 20대와 30대는 혼방, 모100%를, 40대와 50대는 모 100%, 혼방의 순으로 선호하였다.

차현정⁷⁶⁾의 연구에서는 연령별 겨울 등산복 재킷 선호 소재로 20대는 고어윈드 스토퍼, 30대와 40대 이상은 고어텍스를 가장 선호하여 유의한 차이를 나타내었다.

이처럼 의복 소재선호는 연령별로 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 10> 선호 의복소재

연구자	연구 대상	연령대	선호 의복소재
김희숙 외 (2004)	일반 의복 재킷	대학생	봄과 가을: 모
			여름: 면
			겨울: 코듀로이
안신호(2002)	일반 의복	대학생	봄과 여름, 겨울: 면 혼방
			여름: 마
박은정(2002)	골프웨어 점퍼	20대	면, 혼방
		30대	면, 혼방
		40대	면, 모
		50대 이상	면, 모
차현정(2004)	등산복 재킷	20대	고어윈드 스토퍼
		30대	고어텍스
		40대 이상	고어텍스

75) 박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.71

76) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.49

제Ⅲ장 연구방법 및 절차

제1절 연구문제

본 연구는 아웃도어 활동의 경험이 있는 남성 소비자들을 대상으로 연령대별 아웃도어 활동실태와 아웃도어 재킷 구매행동의 차이를 파악하고, 아웃도어 재킷 마켓의 디자인 경향과 소비자 특성에 따른 디자인 선호도의 차이를 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1. 소비자의 특성을 파악하고, 연령대별 아웃도어 활동실태의 차이를 알아본다.

연구문제2. 연령대별 아웃도어 재킷 구매행동의 차이를 알아본다.

연구문제3. 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향을 알아본다.

연구문제4. 연령대별 아웃도어 재킷 디자인 선호도의 차이를 알아본다.

제2절 자료수집 및 분석방법

본 연구의 자료수집 및 분석은 다음과 같다.

첫째, 아웃도어 재킷 마켓의 디자인 경향을 알아보기 위해 아웃도어 남성재킷 자료를 통한 분석을 실시하였다.

둘째, 아웃도어 활동실태와 아웃도어 재킷 구매행동, 디자인 선호도를 알아보기 위해 설문지를 이용한 조사방법을 이용하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

1. 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향 조사

1) 분석 대상

아웃도어 마켓에서 재킷 디자인 경향을 알아보기 위해 아웃도어 브랜드 중 시장점유율 상위 5개의 브랜드인 노스페이스, 코오롱 스포츠, K2, 블랙야크, 라푸마를 선정하였다.⁷⁷⁾

2) 분석 범위 및 내용

분석 범위는 2010년 F/W와 2011년 S/S 시즌의 재킷 사진을 각 브랜드 사이트에서 2010년 9월 12일부터 2011년 4월 8일까지 수집된 남성재킷 사진 325개로 한정하였다.

분석 내용은 남성재킷 디테일과 외복색을 분석하였다. 구체적으로 디테일은 차현정⁷⁸⁾의 재킷 소매와 밑단의 분류 기준과 임민정 외⁷⁹⁾의 재킷 후드, 소매, 포켓, 몸판 앞여밈의 분류기준을 토대로 수정, 보완하여 아웃도어 남성 재킷의 디테일인 후드, 소매밑단, 포켓형태, 포켓방향, 포켓수, 몸판 앞여밈, 밑단, 절개 형태로 8가지로 분류하여

77) 제일모직 가세...아웃도어 시장 '지각변동', (2011. 10. 7), 세계일보, 자료검색일 2011. 10. 9. 자료출처 <http://www.segye.com/articles//func/print.asp?aid=2011100600523>

78) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

79) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4)

분석하였다. 의복색은 단색과 배색(몸판, 소매)으로 나누어 분석하였다.

3) 분석 방법

아웃도어 남성재킷 디자인 경향은 수집된 재킷 사진으로 패션디자인 전공의 전문가들로 구성된 5인의 평가를 통해 분석하였다. 아웃도어 재킷 디테일은 빈도로 분석되었고, 의복색은 SPSS 17.0 통계 프로그램을 사용하여 비모수 카이제곱 분석을 하였다.

2. 설문지 조사

1) 설문지 구성

본 연구에서는 아웃도어 활동실태와 아웃도어 재킷 구매행동, 디자인 선호도를 알아보기 위해 설문지를 이용한 조사방법을 이용하였다. 설문지는 아웃도어 활동실태, 아웃도어 재킷의 구매행동, 아웃도어 재킷 디자인 선호도, 소비자 특성에 관한 문항으로 구성하였다. 구체적인 설문지 구성은 다음과 같다.

(1) 아웃도어 활동실태

아웃도어 활동실태를 측정하는 문항으로 이지나⁸⁰⁾, 이은혜⁸¹⁾의 연구에 사용되었던 6문항을 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 구성하였으며, 선다형으로 측정하였다.

(2) 아웃도어 재킷 구매행동

아웃도어 재킷의 구매행동을 측정하는 문항으로 차현정⁸²⁾, 이은혜⁸³⁾의 연구에서 11문항을 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 구성하였

80) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문

81) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

82) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

고, 선다형으로 측정하였다.

(3) 아웃도어 재킷 선호도

아웃도어 재킷 선호도를 측정하는 12문항 중 3문항은 차현정⁸⁴⁾, 이은혜⁸⁵⁾, 류현숙⁸⁶⁾, 임민정 외⁸⁷⁾의 문항을 본 연구에 맞게 수정, 보완하였고, 나머지 9문항은 아웃도어 재킷 디테일인 후드, 소매밑단, 포켓형태, 포켓방향, 포켓수, 몸판앞여밈, 밑단, 절개 디테일의 8문항과 배색의 1문항으로 2010년 F/W와 2011년 S/S 시즌의 남성재킷 경향조사를 토대로 2문항을 첨가하여 구성하였고, 12문항 모두 선다형으로 측정하였다.

(4) 소비자 특성

소비자 특성의 문항으로 연령, 학력, 결혼여부, 직업, 월 평균 가계 총 수입, 월 평균 의복지출비, 거주지를 차현정⁸⁸⁾, 이은혜(2009)⁸⁹⁾의 선행 연구를 토대로 총 7문항으로 구성하였고, 선다형으로 측정하였다.

본 연구에서 사용한 설문지 구성 및 출처를 정리하면 <표 11>과 같다.

83) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

84) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

85) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

86) 류현숙. (2009). 기능성 골프 바라막이 개발에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원. 박사학위논문

87) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). pp.158~159

88) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

89) 이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

<표 11> 설문지의 구성 및 출처

측정변수	문항내용	문항수	측정방법	출처
아웃도어 활동 실태	목적, 참여형태 종류, 참여횟수(2), 동반인	6	선다형	이지나(2005), 이은혜(2009)
아웃도어 재킷 구매행동	보유수, 착용사이즈, 구매목적, 구매동기, 구매횟수, 구매비, 평가기준, 선호브랜드(2), 정보원, 구매처	11	선다형	차현정(2004), 이은혜(2009)
아웃도어 재킷 선호도	스타일, 디테일(8), 색상(2), 소재	12	선다형	차현정(2004), 이은혜(2009), 류현숙(2009), 임민정외 (2011), 마켓 디자인 경향조사
소비자 특성	연령, 학력, 결혼여부, 직업, 월 평균 가게 충수입, 월 평균 의복지출비, 거주지	7	선다형	차현정(2004), 이은혜(2009)
합계		36		

2) 조사대상 및 자료수집

본 연구는 부산 지역의 산악회와 동호회 소속 등산객, 등산 경험이 있는 20대에서 40대 이상의 남성 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 2011년 7월 9일에서 7월 24일까지 실시되었다. 총 350부의 설문지를 배포하여 332부가 회수되었으며, 이중 불성실하거나 부정확하게 기재된 것을 제외한 총 317부를 본 연구의 최종 분석 자료로 사용하였다.

3) 자료의 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료분석을 위해 SPSS 17.0 통계프로그램을 사용하였으며, 연구문제의 규명을 위한 구체적인 분석방법과 분석내용은 다음과 같다.

첫째, 소비자 특성을 알아보기 위해 빈도분석과 백분율을 산출 하였다.

둘째, 연령대별 아웃도어 활동실태의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시하였다.

셋째, 연령대별 아웃도어 재킷 구매행동을 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시하였다.

넷째, 연령대별 아웃도어 재킷 디자인 선호도를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시하였다.

제Ⅳ장 연구 결과 및 고찰

제1절 소비자 특성 및 아웃도어 활동실태

1. 소비자 특성

본 연구에 사용된 표본 응답자의 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 12>와 같다. 연령은 20대가 72명(22.7%), 30대가 99명(31.2%), 40대 이상이 146명(46.1%)으로 조사되었다. 학력은 대학교 재학 또는 졸업이 198명(62.5%), 고등학교 졸업이 58명(18.3%), 대학원 재학 또는 졸업이 39명(12.3%), 고등학교 졸업 이하가 22명(6.9%)으로 나타났으며, 결혼여부는 기혼이 197명(62.1%), 미혼이 120명(37.9%)으로 나타났다. 직업은 사무직이 99명(31.2%), 전문직 및 전문기술직이 88명(27.8%), 자영업이 61명(19.2%), 판매 및 서비스직 자영업이 28명(8.8%), 생산관리직이 22명(6.9%), 학생이 14명(4.4%), 기타가 5명(1.6%)으로 조사되었다. 거주지는 부산 지역을 중심으로 조사하였으며, 해운대구가 82명(25.9%), 금정구가 76명(24.0%), 남구가 50명(15.8%), 수영구가 41명(12.9%), 진구가 31명(10.1%), 동래구가 21명(6.6%), 연제구가 15명(4.7%)으로 나타났다. 월 평균 가계 총수입은 200만원이상~300만원미만이 113명(35.6%), 200만원미만이 62명(19.6%), 500만원이상 56명(17.7%), 300만원이상~400만원미만이 51명(16.1%), 400만원이상~500만원미만이 35명(11.0%)으로 조사되었다. 월 평균 의복지출비는 20만원미만이 129명(40.7%), 20만원이상~40만원미만이 106명(33.4%), 40만원이상~60만원미만이 46명(14.5%), 80만원이상이 22명(6.9%), 60만원이상~80만원미만이 14명(4.4%)으로 나타났다.

<표 12> 소비자 특성

n=317

항목	구분	빈도(명)	비율(%)
연령	20대	72	22.7
	30대	99	31.2
	40대이상	146	46.1
합계		317	100
학력	고등학교 졸업 이하	22	6.9
	고등학교 졸업	58	18.3
	대학교 재학 또는 졸업	198	62.5
	대학원 재학 또는 졸업	39	12.3
합계		317	100
결혼여부	미혼	120	37.9
	기혼	197	62.1
합계		317	100
직업	전문직 및 전문기술직	88	27.8
	생산관리직	22	6.9
	사무직	99	31.2
	자영업	61	19.2
	판매 및 서비스직	28	8.8
	학생	14	4.4
	기타	5	1.6
합계		317	100
거주지	해운대구	82	25.9
	남구	50	15.8
	금정구	76	24.0
	수영구	41	12.9
	진구	31	10.1
	연제구	15	4.7
	동래구	21	6.6
합계		317	100

항목	구분	빈도(명)	비율(%)
가계 총수입 (월 평균)	200만원 미만	62	19.6
	200만원이상~300만원미만	113	35.6
	300만원이상~400만원미만	51	16.1
	400만원이상~500만원미만	35	11.0
	500만원이상	56	17.7
합계		317	100
의복지출비 (월 평균)	20만원미만	129	40.7
	20만원이상~40만원미만	106	33.4
	40만원이상~60만원미만	46	14.5
	60만원이상~80만원미만	14	4.4
	80만원이상	22	6.9
합계		317	100



2. 아웃도어 활동실태

1) 아웃도어 활동목적

연령대별 아웃도어 활동목적의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 13> 아웃도어 활동목적은 건강, 레저, 친목도모 등의 순으로 나타났다. 20대는 레저, 건강 등의 순, 30대는 건강, 레저 등의 순으로 높게 나타났다. 40대 이상은 건강을 위해서가 가장 높았고, 다음으로 친목도모를 위해서로 나타났다. 연령이 낮을수록 레저로, 연령이 높을수록 건강을 위해서 아웃도어 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 40대부터는 중년기에 접어들게 되므로 신체적 노화가 일어난다. 따라서 40대는 아웃도어 활동을 통해 신체적·정신적 기능을 향상시키고자 아웃도어 활동을 하는 것으로 사료된다. 이러한 결과는 이지나⁹⁰⁾의 연구에서 등산목적으로 20대는 친목도모가 가장 높게 나타난 결과와는 차이가 있고, 30대부터 40대 이상은 건강을 위해서 가장 많이 한다는 결과와 일치하였다.

<표 13> 아웃도어 활동목적

연령대 활동목적	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
건강	14 (19.4)	48 (48.5)	108 (74.0)	170 (53.6)	83.90***
레저	51 (70.8)	34 (34.3)	17 (11.6)	102 (32.2)	
친목	5 (6.9)	16 (16.2)	19 (13.0)	40 (12.6)	
전문 산악	2 (2.8)	1 (1.0)	2 (1.4)	5 (1.6)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

90) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp.24~25

2) 아웃도어 활동 참여형태

연령대별 아웃도어 활동 참여형태의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 14> 아웃도어 활동 참여형태는 개별적 산행, 동호회 소속, 전문산악회 소속 등의 순으로 나타났다. 20대는 개별적 산행이 가장 많았고, 다음으로 동호회 소속, 전문산악회 소속 등의 순으로 나타났고, 30대는 개별적 산행이 가장 많았고, 다음으로 동호회 소속, 참여 미미 등의 순으로 나타났으며, 40대 이상은 동호회 소속이 가장 높았고, 다음으로 개별적 산행, 전문산악회 소속 등의 순으로 나타났다. 연령이 낮을수록 개별적 산행을 하며, 연령이 높을수록 동호회에 소속되어 아웃도어 활동을 하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이지나⁹¹⁾의 연구에서 등산 참여형태로 연령층이 낮을수록 동호회 소속, 연령층이 높을수록 개별적 산행을 많이 한다는 결과와는 상반되는 결과이다. 이는 본 연구의 40대 이상 조사 대상자의 74%가 아웃도어 활동의 목적으로 건강을 위해서라고 나타나 건강에 대한 관심이 상대적으로 더 높아 동호회의 소속이 더 많다는 결과가 나타난 것으로 사료된다.

91) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp.42~43

<표 14> 아웃도어 활동 참여형태

연령대 활동 참여형태	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
전문산악회 소속 (전문가모임)	7 (9.7)	3 (3.0)	19 (13.0)	29 (9.1)	18.46**
동호회 소속	20 (27.8)	36 (36.4)	68 (46.6)	124 (39.1)	
개별적 산행	40 (55.6)	54 (54.5)	55 (37.7)	149 (47.0)	
참여 미미	5 (6.9)	6 (6.1)	4 (2.7)	15 (2.7)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

3) 아웃도어 활동종류

연령대별 아웃도어 활동종류의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 15> 아웃도어 활동종류는 등산을 가장 많이 하였고, 다음으로 조깅, 스키 등의 순으로 나타났다. 모든 연령층이 등산을 압도적으로 가장 많이 하는 것으로 나타났다, 다음으로 20대는 스키와 조깅으로 나타났고, 30대는 조깅을 많이 하는 것으로 나타났으며, 40대 이상은 조깅, 스키 등의 순으로 나타났다. 이는 최근 조깅, 걷기, 트레킹, 바이크, 서핑, 요트, 스키 등의 다양한 방식으로 아웃도어 활동 영역이 확대되어 가고 있지만,⁹²⁾ 아직까지 아웃도어 활동으로 기존의 등산을 가장 많이 하고 있음을 알 수 있다. 즉, 등산이 아웃도어 활동이란 개념을 뒷받침해 주고 있다.

92) 패션비즈. 2011년 10월호. p.143

<표 15> 아웃도어 활동종류

연령대 활동종류	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
등산	46 (63.9)	56 (56.6)	111 (76.0)	213 (62.2)	26.67**
스키	9 (12.5)	9 (9.1)	10 (6.8)	28 (8.8)	
조깅	9 (12.5)	20 (20.2)	11 (7.5)	40 (126)	
사이클링	6 (8.3)	4 (4.0)	6 (4.1)	16 (5.0)	
수상스포츠	2 (2.8)	0 (0.0)	1 (0.7)	3 (0.9)	
가타	0 (0.0)	10 (10.1)	7 (4.8)	17 (5.4)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

4) 아웃도어 활동 참여횟수

연령대별 아웃도어 활동 참여횟수 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 16> 아웃도어 활동 참여 횟수는 한달에 1~2번을 가장 많이 하였으며, 다음으로 일주일에 한번, 일주일에 4~5번 등의 순으로 나타났다. 20대는 한달에 1~2번이 가장 많았고, 다음으로 일주일에 4~5번으로 나타났고, 30대는 한달에 1~2번이 가장 높았고, 다음으로 두 세달에 1번으로 나타났으며, 40대 이상은 일주일에 1번이 가장 많았고, 다음으로 한달에 1~2번으로 나타났다. 연령층이 높아질수록 아웃도어 활동 참여횟수도 증가하는 것을 알 수 있다. 이는 연령이 중년기가 되면서 경제적·시간적인 여유를 가질 수 있어서 여가활동을 즐길 수 있으며, 아웃도어 활동의 횟수가 많아지는 것으로 보여진다. 또한 이러한 아웃도어 활동을 통해 이 시기의 신체노화나 정신적 스트레스를 극복하

는데 도움을 받는 것으로 사료된다. 이러한 결과는 이지나⁹³⁾의 연구에서 등산 횟수로 연령층이 낮을수록 등산횟수가 작고, 연령층이 높을수록 등산횟수가 많아진다는 결과와 일치한다.

<표 16> 아웃도어 활동 참여횟수

연령대 활동 참여횟수	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
매일한다	2 (2.8)	0 (0.0)	7 (4.8)	9 (2.8)	62.95***
일주일에 4~5번	10 (13.9)	13 (13.1)	25 (17.1)	48 (15.1)	
일주일에 2~3번	11 (15.3)	6 (6.1)	14 (9.6)	31 (9.8)	
일주일에 1번	1 (1.4)	15 (15.2)	52 (35.6)	68 (21.5)	
한 달에 1~2번	38 (52.8)	39 (39.4)	37 (25.3)	114 (36.0)	
두세 달에 1번	6 (8.3)	15 (15.2)	4 (2.7)	25 (7.9)	
일년에 2~3번	4 (5.6)	11 (11.1)	7 (4.8)	22 (6.9)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

93) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문

5) 아웃도어 활동 계절별 참여횟수

연령대별 아웃도어 활동의 계절별 참여횟수의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 17> 아웃도어 활동 계절별 참여횟수는 가을에 가장 많이 한다고 나타났고, 다음으로 일 년 내내, 봄 등의 순으로 나타났다. 20대와 30대는 가을에 가장 많이 한다고 하였고, 다음으로 봄에 많이 하는 것으로 나타났다으며, 40대 이상은 일 년 내내 한다가 가장 많았고, 다음으로 가을에 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 연령층이 높아질수록 건강에 대한 관심과 그로 인한 아웃도어 활동 참여횟수의 증가로 계절과 관계없이 일년 내내 꾸준히 아웃도어 활동이 이루어지는 것으로 사료된다.

<표 17> 아웃도어 활동 계절별 참여횟수

연령대 계절별 참여횟수	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
봄	12 (16.7)	24 (24.2)	19 (13.0)	55 (17.4)	43.18***
여름	4 (5.6)	5 (5.1)	8 (5.5)	17 (5.4)	
가을	40 (55.6)	45 (45.5)	40 (27.4)	125 (39.4)	
겨울	7 (9.7)	8 (8.1)	10 (6.8)	25 (7.9)	
일 년 내내	9 (12.5)	17 (17.2)	69 (47.3)	95 (30.0)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

6) 아웃도어 활동시 동반인

연령대별 아웃도어 활동시 동반인의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 18> 아웃도어 활동 동반인은 동료·친구와 가장 많이 하며, 다음으로 가족·친지와 많이 하는 것으로 나타났다. 20대는 가족·친지와 한다가 압도적으로 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 동료·친구와 가장 많이 한다고 나타났고, 다음으로 가족·친지와 많이 하는 것으로 나타났다. 즉, 연령이 낮을수록 가족·친지와 함께 가을에 가장 많이 하고, 연령이 높을수록 동료·친구와 함께 계절에 무관하게 일년내내 아웃도어 활동을 하였다. 이는 연령이 높을수록 동호회 소속이 많음으로 동호회 동료들과 함께 활동을 하는 것으로 사료된다.

<표 18> 아웃도어 활동시 동반인

활동시 동반인	연령대				χ^2
	20대	30대	40대 이상	합계	
혼자서	12 (16.7)	11 (11.1)	14 (9.6)	37 (11.7)	68.39***
가족·친지	49 (68.1)	26 (26.3)	28 (19.2)	103 (32.5)	
동료·친구	11 (15.3)	58 (58.6)	100 (68.5)	169 (53.3)	
기타	0 (0.0)	4 (4.0)	4 (2.7)	8 (2.5)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

제2절 아웃도어 재킷 구매 행동

1. 아웃도어 재킷 보유수

연령대별 아웃도어 재킷 보유수의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 19> 아웃도어 재킷 보유수는 3~4벌의 보유수가 가장 많았고, 다음으로 1~2벌, 5벌 이상의 순으로 나타났다. 20대는 1~2벌이 가장 많았고, 다음으로 3~4벌, 5벌 이상의 순으로 나타났고, 30대와 40대 이상은 3~4벌이 가장 많았고, 다음으로 1~2벌, 5벌 이상의 순으로 나타났다. 연령층이 낮을수록 아웃도어 재킷 보유수가 작고, 연령층이 높아질수록 보유수가 많았다.

<표 19> 아웃도어 재킷 보유수

재킷 보유수 \ 연령대	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
1~2벌	47 (65.3)	26 (26.3)	45 (30.8)	118 (37.2)	33.57***
3~4벌	15 (20.8)	50 (50.5)	75 (51.4)	140 (44.2)	
5벌 이상	10 (13.9)	23 (23.2)	26 (17.8)	59 (18.6)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

2. 아웃도어 재킷 사이즈

연령대별 아웃도어 재킷 사이즈의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 20> 아웃도어 재킷 착용 사이즈는 100호가 가장 많았고, 다음으로 95호, 105호의 순으로 나타났다. 20대와 30대는 100호가 가장 많았고, 다음으로 95호, 105호의 순으로 나타났고, 40대 이상은 95호가 가장 많았고, 다음으로 100호, 105호의 순으로 나타났다. 2010년 인체형상을 측정한 결과⁹⁴⁾에 따르면 직장생활을 시작하거나 하고 있는 20대와 30대 가슴둘레와 허리둘레가 40대와 50대에 비해 증가하였다. 또한 청년기인 20대에 신체적 성장과 성숙이 완성되며, 성인기인 30대에 절정기를 이룬다. 40대 이후 중년기에 접어들어면서 신체적 변화가 일어나고 건강상태의 저하와 함께 노화가 시작되므로 20대와 30대에 보다 40대 이상에서 95호의 사이즈가 50% 이상으로 높은 것으로 사료된다.

<표 20> 아웃도어 재킷 사이즈

재킷 사이즈 \ 연령대	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
95호	13 (18.1)	47 (47.5)	75 (51.4)	135 (42.6)	26.38***
100호	57 (79.2)	51 (51.5)	49 (33.6)	157 (49.5)	
105호	2 (2.8)	1 (1.0)	22 (15.1)	25 (7.9)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

94) 한국인 평균 남자 키 174cm, 여자 160.5cm, (2010. 12. 16), 연합뉴스, 자료검색일 2011. 12. 15. 자료출처 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/h2010/12/16/0200000000AKR20101216079500003.HTML?did=1179m>

3. 아웃도어 재킷 구매목적

연령대별 아웃도어 재킷 구매목적의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 21> 아웃도어 재킷 구매목적은 등산복으로 가장 많이 구매하였고, 다음으로 일상복, 캐주얼복, 스포츠복 등의 순으로 구매하는 것으로 나타났다. 20대는 일상복으로 구매한다가 압도적으로 높았으며, 다음으로 등산복으로, 스포츠복으로 등의 순으로 나타났고, 30대와 40대 이상은 등산복으로 구매한다가 가장 높았으며, 다음으로 일상복, 캐주얼복으로 등의 순으로 구매하는 것으로 나타났다. 연령층이 낮을수록 아웃도어 활동의 횟수가 작아 일상복으로 입으려는 목적으로 구매를 하고, 연령층이 높아질수록 아웃도어 활동이 많으므로 등산복과 일상복으로 착용하기 위해 구매하는 것으로 사료된다.

<표 21> 아웃도어 재킷 구매목적

연령대 구매목적	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
등산복	15 (20.8)	39 (39.4)	73 (50.0)	127 (40.1)	29.88***
일상복	41 (56.9)	31 (31.3)	32 (21.9)	104 (32.8)	
캐주얼복	7 (9.7)	15 (15.2)	23 (15.8)	45 (14.2)	
스포츠복	9 (12.5)	14 (14.1)	18 (12.3)	41 (12.9)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

4. 아웃도어 재킷 구매동기

연령대별 아웃도어 재킷 구매동기의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 22> 아웃도어 재킷 구매동기는 세일(할인판매), 입을 옷이 없어서, 품위유지를 위해 등의 순으로 나타났다. 20대는 품위유지를 위해서, 유행제품이어서, 입을 옷이 없어서 등의 순으로 나타났으며, 30대는 세일(할인판매), 입을 옷이 없어서, 품위유지를 위해서 등의 순으로 나타났다. 40대 이상은 입을 옷이 없어서, 세일(할인판매), 품위유지를 위해서 등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 김정은⁹⁵⁾의 연구에서 일반 의복구매 동기로 20대는 심미·충동적 동기가 가장 높게 나타난 결과와는 차이가 있고, 30대와 40대에서 실용적 동기가 가장 높게 나타났다는 결과와는 일치한다.



95) 김정은. (2008). 성인남성의 사회적 가치관에 따른 의복추구혜택과 의복구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.61

<표 22> 아웃도어 재킷 구매동기

연령대 구매동기	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
입을 옷이 없어서	13 (18.1)	29 (29.3)	44 (30.1)	86 (27.1)	69.36***
계절이 바뀌어서	2 (2.8)	7 (7.1)	17 (11.6)	26 (8.2)	
세일(할인판매)	8 (11.1)	46 (46.5)	38 (26.0)	92 (29.0)	
품위유지를 위해	26 (36.1)	8 (8.1)	23 (15.8)	57 (18.0)	
제품광고를 보고	8 (11.1)	6 (6.1)	15 (10.3)	29 (9.1)	
유행제품이어서	14 (19.4)	1 (1.0)	7 (4.8)	22 (6.9)	
충동적인 구매로	1 (1.4)	2 (1.4)	2 (1.4)	5 (1.6)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

5. 아웃도어 재킷 구매횟수

연령대별 아웃도어 재킷 연 평균 구매횟수의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 23> 아웃도어 재킷 구매횟수는 1~2회, 3~4회, 5회 이상의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 한은주 외⁹⁶⁾의 연구에서 30~50대의 전 연령대에서 1년에 1~2번이 가장 높게 나타난 결과와 일치한다. 연령대별 결과를 살펴보면, 20대와 30대는 1~2회, 3~4회, 5회 이상의 순으로 나타났고, 40대 이상은 3~4회, 1~2회, 5회 이상의 순으로 나타났다. 이는 일반 의복 구매횟수에 비해 아웃도어 재킷의 구매횟수가 작은 이유는 아웃도어 재킷은 고기능성에 따라 높은 가격대로 구성되어 있어 재 구매가 빈번하지 않는 것으로 사료된다.

<표 23> 아웃도어 재킷 구매횟수

구매횟수 \ 연령대	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
1~2회	55 (76.4)	57 (57.6)	43 (29.5)	155 (48.9)	55.53***
3~4회	10 (13.9)	26 (26.3)	85 (58.2)	121 (38.2)	
5회 이상	7 (9.7)	16 (16.2)	18 (12.3)	41 (12.9)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

96) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). p.172

6. 아웃도어 재킷 구매비

연령대별 아웃도어 재킷 연 평균 구매비의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 24> 아웃도어 재킷 구매비는 50만원미만이 가장 많았고, 다음으로 50만원이상~100만원미만으로 나타났다. 20대와 30대는 50만원미만이 가장 많았고, 40대 이상은 50만원이상~100만원미만이 가장 높은 비율을 차지하였다. 연령층이 낮을수록 구매횟수가 작아 구매비가 작으며, 연령층이 높을수록 구매횟수가 많아지므로 구매비용이 많다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 한은주⁹⁷⁾의 연구에서 전 연령층에서 30만원미만이 가장 높았다는 결과보다는 좀 더 높음을 알 수 있고, 이는 본 연구의 조상 대상자는 전문산악인과 동호회 소속이 48.2%로 상당부분 차지하고 있음으로 구매비용이 좀 더 높게 나타났다.

<표 24> 아웃도어 재킷 구매비

구매비 \ 연령대	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
50만원미만	47 (65.3)	49 (49.5)	52 (35.6)	147 (46.4)	22.94***
50만원이상~ 100만원미만	15 (20.8)	30 (30.3)	75 (51.4)	120 (37.9)	
100만원이상	10 (13.9)	21 (21.2)	19 (13.0)	50 (15.8)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

97) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). p. 172

7. 아웃도어 재킷 구매시 평가기준

연령대별 아웃도어 재킷 구매시 평가기준의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 25> 아웃도어 재킷 구매시 평가기준은 디자인·유행을 가장 고려하는 것으로 나타났고, 다음으로 기능성 소재·품질, 브랜드명 등의 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 20대는 브랜드명을 고려한다가 가장 높았고, 다음으로 디자인·유행, 기능성 소재·품질 등의 순으로 나타났고, 30대는 디자인·유행을 가장 고려하였고, 다음으로 기능성 소재·품질, 색상 등의 순으로 나타났으며, 40대 이상은 기능성 소재·품질을 가장 고려하였고, 다음으로 디자인·유행, 색상 등의 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이은아 외⁹⁸⁾의 연구결과에서 일반적 의복 선택기준으로 연령층이 낮을수록 디자인을 고려한다는 결과와는 차이가 있고, 연령층이 높아질수록 소재를 더 고려한다라는 결과와는 일치하며, 연령층이 높을수록 디자인 뿐 아니라 착용시 지속적인 만족감을 주는 기능적인 측면에서 활동에 편리함을 중요하게 고려하였다.

98) 이은아, 김미숙. (2000). 주관적 연령에 따른 의복구매 행동에 관한 연구. 한국의류학회지. 24(8). p.162

<표 25> 아웃도어 재킷 구매시 평가기준

연령대 구매시 평가기준	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
브랜드명	33 (45.8)	14 (14.1)	9 (6.2)	56 (17.7)	69.75** *
가격	3 (4.2)	4 (4.0)	15 (10.3)	22 (6.9)	
색상	6 (8.3)	15 (15.2)	27 (18.5)	48 (15.1)	
착용감	1 (1.4)	4 (4.0)	2 (1.4)	7 (2.2)	
기능성 소재·품질	13 (18.1)	18 (18.2)	51 (34.9)	82 (25.9)	
디자인·유행	16 (22.2)	44 (44.4)	42 (28.8)	102 (32.2)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

8. 아웃도어 재킷 선호 브랜드

연령대별 아웃도어 재킷 선호 브랜드의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 26> 아웃도어 재킷의 선호 브랜드는 노스페이스를 가장 선호하였고, 다음으로 코오롱 스포츠, K2 등의 순으로 선호한다고 나타났다. 20대는 노스페이스가 가장 선호도가 높았고, 다음으로 아이더로 나타났으며, 30대는 노스페이스를 가장 선호하였고, 다음으로 K2로 나타났으며, 40대 이상은 코오롱 스포츠를 가장 선호하였고, 다음으로 노스페이스의 선호도가 높게 나타났다. 이는 이지나(2006)의 연구에서 노스페이스는 연령층이 낮을수록 선호하는 브랜드이고, 코오롱 스포츠는 연령층이 높아질수록 선호하는 브랜드라는 결과와 일치하였다.

<표 26> 아웃도어 재킷 선호 브랜드

연령대 선호 브랜드	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
노스페이스	26 (36.1)	26 (26.3)	39 (26.7)	91 (28.7)	104.97* **
코오롱 스포츠	1 (1.4)	16 (16.2)	47 (32.2)	64 (20.2)	
K2	4 (5.6)	25 (25.3)	13 (8.9)	42 (13.2)	
컬럼비아스포츠	7 (9.7)	5 (5.1)	13 (8.9)	25 (7.9)	
라푸마	4 (5.6)	6 (6.1)	12 (8.2)	22 (6.9)	
아이더	19 (26.4)	3 (3.0)	1 (0.7)	23 (7.3)	
버그하우스	1 (1.4)	2 (2.0)	0 (0.0)	3 (0.9)	
트렉스타	2 (2.8)	1 (1.0)	5 (3.4)	8 (2.5)	
밀레	2 (2.8)	3 (3.0)	3 (2.1)	8 (2.5)	
탐버랜드	1 (1.4)	1 (1.0)	0 (0.0)	2 (0.6)	
호프힐	1 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	
블랙야크	3 (4.2)	7 (7.1)	6 (4.1)	16 (5.0)	
에코로바	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.7)	1 (0.3)	
에델바이스	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (0.7)	2 (0.6)	
네파	0 (0.0)	1 (1.0)	2 (1.4)	3 (0.9)	
마운틴하드웨어	1 (1.4)	2 (2.0)	3 (2.1)	6 (1.9)	
합계	72(100)	99(100)	146(10)	317(100)	

***p<0.001

9. 아웃도어 재킷 브랜드의 선호 이유

연령대별 아웃도어 재킷 브랜드의 선호 이유의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 27> 아웃도어 재킷 선호 브랜드의 이유는 디자인과 색상이 좋아서가 가장 높았으며, 다음으로 브랜드 이미지가 좋아서, 소재의 기능성 순으로 나타났다. 20대와 30대는 브랜드 이미지가 좋아서가 가장 높았으며, 다음으로 기능성 소재 때문애가 높게 나타났고, 40대 이상은 기능성 소재 때문애가 가장 높았고, 다음으로 색상이 좋아서가 높게 나타났다. 이는 아웃도어 재킷 구매시 평가기준의 결과에서 연령층이 낮을수록 브랜드명을 고려하고, 연령층이 높을수록 기능성 소재를 고려한다는 결과와 일치하였다.



<표 27> 아웃도어 재킷 브랜드의 선호 이유

연령대 브랜드의 선호 이유	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
동작 적합성	4 (5.6)	6 (6.1)	13 (8.9)	23 (7.3)	42.72* *
기능성 소재	13 (18.1)	27 (27.3)	43 (29.5)	83 (26.2)	
색상	10 (13.9)	16 (16.2)	39 (26.7)	65 (20.5)	
합리적 가격	2 (2.8)	5 (5.1)	8 (5.5)	15 (4.7)	
유행제품	4 (5.6)	2 (2.0)	4 (2.7)	10 (3.2)	
브랜드이미지	29 (40.3)	29 (29.3)	12 (8.2)	70 (22.1)	
소속집단과의 동일성	2 (2.8)	1 (1.0)	4 (2.7)	7 (2.2)	
스포츠복으로 착용가능	2 (2.8)	5 (5.1)	8 (5.5)	15 (4.7)	
일상복으로 착용 가능	5 (6.9)	7 (7.1)	13 (8.9)	25 (7.9)	
봉제 상태 및 내구성	0 (0.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	
매장의 접근성	1 (1.4)	0 (0.0)	2 (1.4)	3 (0.9)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

10. 아웃도어 재킷 구매시 정보원

연령대별 아웃도어 재킷 구매시 정보원 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 28> 아웃도어 재킷 구매시 정보원은 지인이 가장 높았고, 다음으로 TV나 광고, 인터넷 등의 온라인(On-line), 오프라인(Off-line) 등의 순으로 나타났다. 20대와 40대 이상은 지인에게 가장 정보를 많이 얻으며, 다음으로 TV나 광고, 인터넷 등의 온라인(On-line)으로 나타났으며, 30대는 온라인(On-line)이 가장 높았고, 다음으로 지인에게서 정보를 얻는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이지나⁹⁹⁾의 연구에서 등산복 정보원으로 전 연령대가 지인에게 가장 많이 얻는다는 결과와는 차이가 있음을 알 수 있다. 또한 신수연¹⁰⁰⁾의 연구에서 20대는 잡지가 가장 높았다는 결과와 차이가 있고, 30대는 TV·라디오, 40대는 지인(가족, 친구)에게서 가장 많은 정보를 얻는다는 결과와는 일치한다.

<표 28> 아웃도어 재킷 구매시 정보원

구매시 정보원 \ 연령대	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
지인(가족,친지,친구,동료)	41 (56.6)	31 (31.3)	57 (39.0)	129 (40.7)	16.37*
On-line(TV,광고,인터넷)	20 (27.8)	46 (46.5)	47 (32.2)	113 (35.6)	
Off-line (신문,잡지,카달로그)	9 (12.5)	16 (16.2)	34 (23.3)	59 (18.6)	
판매원	2 (2.8)	6 (6.1)	8 (5.5)	16 (5.0)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

*p<0.05

99) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문. p.36

100) 신수연, 김용덕. (1999). 성인남성의 캐주얼의복 구매행동에 관한 연구. 복식문화학회지. 7(4). p.106

11. 아웃도어 재킷 구매처

연령대별 아웃도어 재킷 구매처의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 29> 아웃도어 재킷 구매처는 상설할인 매장에서 가장 많이 구매하며, 다음으로 전문스포츠 매장, 백화점, 온라인(On-line)의 순으로 구매하는 것으로 나타났다. 상설 할인 매장이 가장 높은 것은 가격 소비자에게 중요한 요소로 작용한 것으로 보인다. 이러한 결과는 이지나¹⁰¹⁾, 한은주 외¹⁰²⁾의 연구에서 구매처로 상설할인 매장을 가장 많이 활용한다는 결과와 일치하였다. 구체적으로 살펴보면, 20대는 전문스포츠 매장이 높았고, 다음으로 상설할인 매장, 백화점 등의 순으로 구매를 많이 하고, 30대는 백화점, 상설할인 매장, 전문스포츠 매장 등의 순으로 백화점에서 가장 많이 구매를 하는 것으로 나타났다. 40대 이상은 상설할인 매장, 전문스포츠 매장, 백화점 등의 순으로 상설할인 매장에서 가장 많이 구매하는 것으로 나타났다. 이는 연령이 높아질수록 구매시 가격이 중요한 변인임을 알 수 있다.

101) 이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문. p.38

102) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). pp.170~171

<표 29> 아웃도어 재킷 구매처

연령대 구매처	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
백화점	10 (13.9)	32 (32.3)	34 (23.3)	76 (24.0)	14.13*
상설할인 매장	27 (37.5)	29 (29.3)	60 (41.1)	116 (36.6)	
전문스포츠 매장	29 (40.3)	26 (26.3)	44 (30.1)	99 (31.2)	
On-line (인터넷쇼핑, 홈쇼핑)	6 (8.3)	12 (12.1)	8 (5.5)	26 (8.2)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

*p<0.05



제3절 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향

마켓의 아웃도어 재킷 트렌드를 알아보기 위해 아웃도어 패션 전문 신문인 어패럴뉴스를 통해 2011년 S/S의 제품을 중심으로 분석하였다. 구체적인 분석 내용은 다음과 같다.<표 30>

아웃도어 재킷 디자인 트렌드는 캐주얼과의 믹스 매치이다. 아웃도어 시장의 규모가 확대될수록 타킷 소비자 연령층도 넓어지고 있으며, 아웃도어 브랜드들은 여성 및 10~30대의 젊은 소비자층에게 어필할 수 있는 트렌디한 디자인의 제품으로 소비자들을 공략하고 있다. 타킷 연령층이 넓어지면서 트렌디하면서 아웃도어 활동뿐 아니라 시티캐주얼 및 일상생활에서 착용이 가능한 제품들이 주를 이루고 있다. 산악 중심의 아이템에서 트래블, 캐주얼 아웃도어 스타일로 선택의 폭을 넓히고 일상복과의 자연스러운 믹스 매치를 통해 다양한 연출이 가능하도록 디자인되고 있는 추세이다. 코오롱스포츠는 도심에서도 캐주얼한 포켓의 트래블라인 팬츠와 코디가 가능하게 심플한 디자인의 방풍 재킷을 디자인하여 출시하였고, 노스페이스는 아웃도어 활동 뿐 아니라 도심 속 일상생활에서도 연출이 가능한 4포켓의 사과리 재킷을 선보여 캐주얼과 믹스 매치가 가능하도록 하였다. 아이더는 야상점퍼 스타일을 적용한 고어텍스 재킷을 심플하고 세련된 디자인으로 일상적인 외출복과 함께 코디 연출이 가능하도록 제안하였다.¹⁰³⁾

소재의 트렌드는 경량화이다. 아웃도어 제품의 패션성과 함께 경량성도 동시에 강조한 것이 특징이다. 노스페이스는 초경량의 에어포리(Airfoli) 재킷을 주력 제품으로 출시하였다. 고밀도 초경량 소재를 사용한 제품으로 후드와 심플한 라인으로 디자인하였으며, 발수성과 방풍성 기능의 제품이 특징이다. 블랙야크는 일본 도레이사에서 공

103) 아웃도어, 캐주얼과 믹스매치. (2011. 4. 21), 어패럴뉴스, 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 http://www.appnews.co.kr/21cNet/inews.php?table=internet_news&where=ALL&search_step=1&category=OK&query=view&uid=39049&p=1

급받은 폴리에스터 7데니어를 사용한 재킷을 선보였다. 무게감을 최소화하여 절제된 심플한 디자인에 휴대성을 높였다. K2는 10데니어 경량 소재를 사용한 초경량 방풍 재킷을 출시하였다. 사이드 포켓을 없애고 가슴포켓처리로 무게감을 줄였다.¹⁰⁴⁾

컬러는 블랙 컬러가 크게 감소하면서 화려한 컬러의 제품이 크게 증가하는 추세이다. 또한 블랙과 함께 레드 컬러가 줄어들고, 대신 블루, 베이지, 그린, 오렌지 등의 밝고 경쾌한 트렌드 컬러의 제품이 크게 증가하고 있다. 블랙야크는 2010년 전체 30% 수준을 차지했던 블랙 제품의 비중을 20%대로 줄였다. K2는 블랙 재킷의 수를 2011년에 비해 15% 가량 줄이고, 대신 블루와 오렌지 등의 화사한 컬러를 사용하였다. 컬럼비아스포츠웨어는 상의류에 블랙 컬러를 배제하였고, 코오롱스포츠도 익스트림 라인에 2010년 대비 10% 정도 블랙 제품을 감소시켰다.¹⁰⁵⁾

이처럼 그동안 고기능성에 주안점을 두고 캐주얼이나 타 복종을 접목해 패션성을 확보하는데 주안점을 두었으나 이젠 패션에 기반을 두고 기능성을 접목한 새로운 개념의 패션 아웃도어 시장이 확대되어 가고 있다. 이러한 패션 아웃도어는 컬러와 핏 등을 우선시하는 스타일리쉬 아웃도어를 표방하며, 기존 정통 아웃도어 제품보다 합리적인 가격대를 만들어지고 있다.¹⁰⁶⁾

104) 아웃도어, 초경량 제품 출시 경쟁. (2011. 3. 24), 어패럴뉴스, 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 http://www.appnews.co.kr/21cNet/21cNet/inews.php?table=internet_news&where=ALL&search_step=1&category=OK&query=view&uid=38746&p=1

105) 익스트림 아웃도어 블랙 사라진다. (2011. 3. 2), 어패럴뉴스, 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 http://www.appnews.co.kr/21cNet/pnews.php?table=internet_news&where=ALL&search_step=1&category=OK&query=view&uid=38486&p=1

106) 신 개념 패션 아웃도어 주목. (2011. 6. 2), 어패럴뉴스, 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 http://www.appnews.co.kr/21cNet/inews.php?table=internet_news&where=ALL&search_step=1&category=OK&query=view&uid=39497&p=1

<표 30> 아웃도어 재킷 디자인 트렌드

분류	특징	디자인 트렌드
스타일(Style)	믹스 매치	·방풍재킷: 심플 디자인에 캐주얼 팬츠와 코디 ·사파리재킷: 4포켓 디자인으로 캐주얼과 코디 ·야상점퍼: 심플 디자인으로 외출복으로 코디
소재(Fabric)	경량화	·에어포리 재킷(초경량) ·폴리에스터 재킷(7테니어) ·초경량 방풍 재킷(10테니어)
색(Color)	화려한 컬러	·블랙, 레드 컬러가 감소 추세 ·블루, 베이지, 그린, 오렌지 등의 밝고 경쾌한 컬러

1. 아웃도어 재킷 디자인 경향

마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향을 알아보기 위해 아웃도어 브랜드 중 시장점유율 상위 5개의 브랜드인 노스페이스, 코오롱 스포츠, K2, 블랙야크, 라푸마를 선정하였다. 각 브랜드의 2010년 F/W와 2011년 S/S 시즌의 남성재킷 사진을 325개로 한정하여 디테일과 색상을 분석하였다. 구체적인 분석 결과는 다음과 같다.

마켓의 아웃도어 재킷 디테일의 경향을 분석하기 위해 후드, 소매 밑단, 포켓(포켓형태, 포켓방향, 포켓수), 몸판앞여밈, 밑단, 절개로 나누어 분석하였다. 분석한 결과는 <표 31>과 같다.

후드는 내장후드형이 123개, 스탠드칼라/탈부착 후드형이 93개, 라운드칼라/후드형이 60개 등의 순으로 나타나 내장후드형이 가장 많은 출현 빈도를 보였다.

소매밑단은 벨크로형이 173개, 벨크로/고무밴드 혼합형이 107개, 고무밴드형이 39개 등의 순으로 나타나 벨크로형이 가장 높게 나타났다.

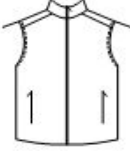
포켓은 지퍼형이 201개, 다음으로 플랩지퍼형이 121개로 나타났다. 포켓 방향은 대각선 방향이 199개, 세로 방향이 118개 등의 순으로 나타났으며, 포켓수(결)로는 2개가 162개, 3개가 133개, 4개가 30개 등의 순으로 나타나 2개가 가장 많았다. 몸판앞여밈은 플랩지퍼가 218개로 플랩이 없는 지퍼 보다 더 많았다.

밑단형은 부분 고무밴드형이 132개, 허리조절 조임끈형이 110개, 고무밴드형 46개 등의 순으로 나타났다.

절개는 크게 단순절개와 복합절개로 크게 두가지로 분류하여 분석하였으며, 가로와 세로의 단순한 절개를 단순절개라 명하였고, 가로/세로의 단순절개 외 복잡한 절개들을 복합절개라 명하였다. 아웃도어 남성재킷 절개의 출현 빈도는 <표 32>와 같이 단순절개가 49개, 복합절개가 82개로 복합절개가 더 높은 출현 빈도를 나타내었다 <표 33>.

이러한 남성 재킷 절개는 기능성을 부여하기 위해서 사용하지만 필요이상 많은 절개로 아웃도어 웨어의 가격 상승을 가져오기도 한다.

<표 31> 아웃도어 재킷 디테일 출현빈도

형태 분류	스탠드 칼라/후 드	라운드 칼라/후 드	내장 후드	스탠드 칼라/탈 부착후드	후드없음	합계
후드						
빈도	41	60	123	93	8	325
형태 분류	일반형	벨크로형	벨크로/ 고무밴드 형	고무밴드 형		
소매 밀단						
빈도	6	173	107	39		325
형태 분류	지퍼형	플랩 지퍼형	아웃 포켓형			
포켓 형태						
빈도	201	121	3			325
형태 분류	가로	세로	대각선			
포켓 방향						
빈도	8	118	199			325

형태 분류	1개	2개	3개	4개		
포켓 수 (겉)						
빈도	0	162	133	30		325
형태 분류	플랩지퍼	플랩이 없는 지퍼				
몸판 여밈						
빈도	107	218				325
형태 분류	일반형	부분 고무 밴드형	고무 밴드형	허리조절 조임끈형	언발란스 형	
밑단						
빈도	23	132	46	110	14	325

<표 32> 아웃도어 재킷 절개 출현빈도

단순절개	복합절개	합계
49	82	131

<표 33> 마켓의 아웃도어 재킷 디자인

합계:131개



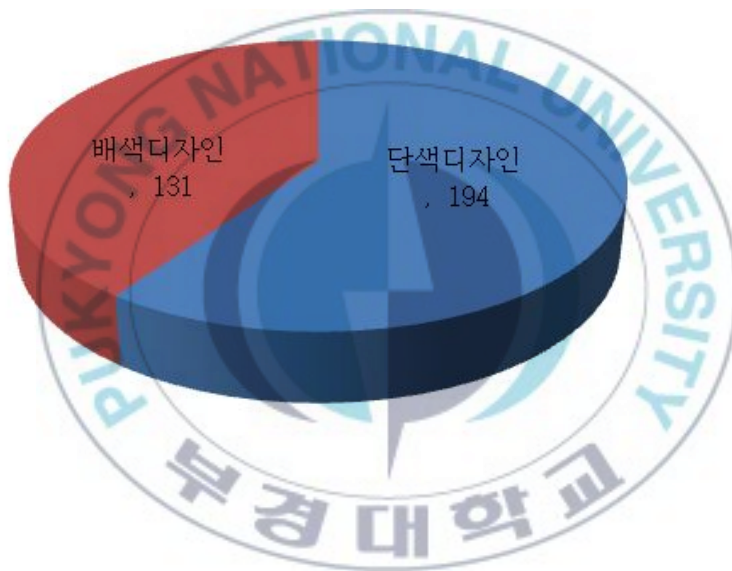


2. 아웃도어 재킷 색 경향

마켓의 아웃도어 재킷 색 경향을 알아보기 위해 단색과 배색으로 나누어 분석한 결과는 <그림 1>과 같다. 총 325개 중 단색디자인이 194개(60%), 배색디자인이 131개(40%)로 나타났으며, 배색디자인이 40%로 높은 비율을 차지하고 있음을 알 수 있다.

<그림 1> 아웃도어 재킷 색 경향

합계:325개

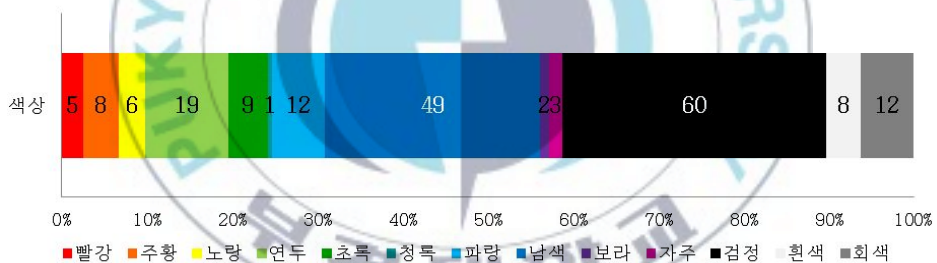


1) 아웃도어 재킷 단색 출현빈도

아웃도어 재킷 단색 출현 빈도간의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 카이제곱검정통계량이 222.75이고 유의확률값이 0.000으로 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, <표 34>와 같이 총 194개 중에 검정 60개, 남색이 49개, 연두가 19개, 파랑이 12개, 회색이 12개 등의 순으로 나타나 검정과 남색이 가장 많이 출현한 것을 알 수 있으며, 무난하고 어두운 색상의 재킷이 가장 많이 시판되고 있었다.

<표 34> 아웃도어 재킷 단색 출현빈도

색상	빨강	주황	노랑	연두	초록	청록	파랑	남색	보라	자주	검정	흰색	회색	합계
빈도	5	8	6	19	9	1	12	49	2	3	60	8	12	194



2) 아웃도어 재킷 배색 출현빈도

아웃도어 재킷의 배색은 몸판배색과 소매배색으로 나누어 분석하였다. 총 131개 중 몸판배색은 109개로 나타났고, 소매배색은 92개, 몸판배색/소매배색 70개로 나타났다. 몸판배색/소매배색 70개는 몸판배색과 소매배색을 각각으로 나누어 포함시켜 분석하였다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

(1) 아웃도어 재킷 몸판배색 출현빈도

아웃도어 재킷 몸판배색 출현빈도 간의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 카이제곱검정통계량이 18.48이고 유의확률값이 0.005으로 유의한 차이를 보였다. <표 35>와 같이 총 109개 중에 유채색/유채색 배색이 52개, 유채색/무채색 배색이 44개, 무채색/무채색 배색이 13개로 유채색/유채색 간의 배색이 가장 많이 나타났다. 구체적으로 연두와 D/연두의 배색이 8개, 남색과 D/남색의 배색이 8개, 남색과 검정의 배색이 8개, 주황과 검정의 배색이 7개, 회색과 검정의 배색이 7개, 주황과 D/주황이 배색이 5개, 파랑과 남색의 배색이 5개 등의 순으로 나타나 유채색 간의 배색과 유채색과 무채색 간의 배색이 가장 많이 시판되고 있으며, 유채색 간의 배색은 톤온톤(Tone On Tone) 배색이 50% 이상을 차지해 많이 시판되고 있었다.

<표 35> 아웃도어 재킷 몸판배색 출현빈도

합계:109개

SUB \ MAIN	D 빨	주	D 주	L 노	D 노	연	D 연	초	D 초	파	남	D 남	흰	검	회	유 / 유채색	유 / 무채색	무 / 무채색
빨	3									1	1			4	1	5	5	
D/빨																		
주		5												7		5	7	
노				1	1					2	2			3	2	6	5	
D/노																		
연						8	3			1				2	1	12	3	
D/연																		
초						1		2		3				3		6	3	
D/초																		
파						1					5			2		6	2	
남						1		1		1		8		8	1	11	9	
보														1			1	
자										1						1		
흰								1		1				2	3		2	5
검		3				2				1			1				6	1
회		1												7			1	7
합계																52	44	13

(2) 아웃도어 재킷 소매배색 출현빈도

아웃도어 재킷 소매배색 출현빈도 간의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 카이제곱검정통계량이 13.04이고 유의확률값이 0.023으로 유의한 차이를 보였다. <표 36>과 같이 총 92개 중에 유채색/유채색 배색이 43개, 유채색/무채색 배색이 42개, 무채색/무채색 배색이 7개로 유채색/유채색 배색과 유채색/무채색 배색이 비슷한 빈도로 가장 많이 나타났다. 구체적으로 주황과 검정의 배색이 8개, 남색과 D/남색의 배색이 8개, 연두와 D/연두의 배색이 7개, 주황과 D/주황의 배색이 5개, 회색과 검정의 배색이 5개 등의 순으로 나타났다. 유채색 간의 배색과 유채색/무채색 간의 배색이 주를 이루어 시판되고 있음을 알 수 있고, 유채색 간의 배색에서는 몸판 배색과 마찬가지로 톤온톤(Tone On Tone) 배색이 50% 이상 시판되고 있었다.



<표 36> 아웃도어 재킷 소매배색 출현빈도

합계:92개

SUB MAIN	D / 빨	주	D / 주	D / 노	연	D / 연	초	D / 초	파	남	D / 남	흰	검	회	유 / 유 채색	유 / 무 채색	무 / 무 채색
빨	3								1				1	1	4	2	
D/빨																	
주			5										8	1	5	9	
노				1					3	1			3	1	5	4	
D/노																	
연						7	3						2	1	10	3	
D/연																	
초								2		3			5		5	5	
D/초																	
파					1					3			3		4	3	
남										1	8		8		9	8	
보													1			1	
자									1						1		
흰													1	1			2
검		2				2			1	1						6	
회													5			1	5
합계															43	42	7

제4절 아웃도어 재킷 디자인 선호도

1. 아웃도어 재킷 형태 선호도

1) 스타일별 선호도

연령대별 아웃도어 재킷 스타일별 선호도의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 37> 아웃도어 재킷 스타일은 활동적이고 편안한 스타일의 선호가 가장 높았으며, 다음으로 착용자의 체형을 고려한 스타일, 유행하는 감각적인 스타일로 나타났다. 이러한 결과는 차현정¹⁰⁷⁾의 연구에서 등산복 선호 스타일로 편안한 스타일을 가장 선호한다라는 결과와 일치하였다. 20대는 착용자의 체형을 고려한 스타일이 가장 높았고, 다음으로 활동적이고 편안한 스타일로 나타났으며, 30대는 활동적이고 편안한 스타일이 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 유행하는 감각적인 스타일, 40대 이상은 활동적이고 편안한 스타일이 가장 높았으며, 다음으로 착용자의 체형을 고려한 스타일로 나타났다. 연령층이 높을수록 아웃도어 활동에 있어 움직임이 편안한 스타일을 더 선호하는 것으로 보여진다.

<표 37> 아웃도어 재킷 스타일별 선호도

연령대 스타일	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
유행하는 감각적인 스타일	19 (26.4)	37 (37.4)	26 (17.8)	82 (17.8)	24.82***
활동적이고 편안한 스타일	20 (27.8)	39 (39.4)	83 (56.8)	142 (44.8)	
착용자의 체형을 고려한 스타일	33 (45.8)	23 (23.2)	37 (25.3)	93 (29.3)	
합계	72(100)	99(100)	146(100)	317(100)	

***p<0.001

107) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위 논문. p.37

2) 디테일 선호도

(1) 후드

연령대별 아웃도어 재킷 후드 형태별 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 38> 아웃도어 재킷 후드는 스탠드칼라/탈부착 후드형을 가장 선호하였고, 다음으로 내장후드형, 라운드칼라/후드형, 스탠드칼라/후드형 등의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 20대는 스탠드칼라/후드형, 30대는 스탠드칼라/탈부착 후드형, 라운드칼라/후드형 등의 순으로 선호하였으며, 40대 이상은 스탠드칼라/탈부착 후드형, 내장후드형 등의 순으로 선호하였다. 낮은 연령대일수록 기능적인 면보다는 외관적으로 깔끔한 후드 디테일을 선호하였고, 연령대가 높을수록 탈부착형과 같은 다기능적인 형태를 선호하는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 임민정 외¹⁰⁸⁾의 연구에서 등산용 남성 재킷의 탈부착형 후드를 가장 선호한다는 결과와 일치하였다.

108) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). pp.160~162

<표 38> 아웃도어 재킷 후드 선호도

연령대 후드 형태	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
스탠드칼라/후드 형	33 (45.8)	11 (11.1)	17 (11.6)	61 (19.2)	48.48***
라운드칼라/후드 형	11 (15.3)	27 (27.3)	25 (17.1)	63 (19.9)	
내장후드형	12 (16.7)	25 (25.3)	39 (26.7)	76 (24.0)	
스탠드칼라/ 탈부착 후드형	10 (13.9)	28 (28.3)	52 (35.6)	90 (28.4)	
후드 없음	6 (8.3)	8 (8.1)	13 (8.9)	27 (8.5)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

(2) 소매밀단

연령대별 아웃도어 재킷 소매밀단 형태별 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 39> 아웃도어 재킷 소매밀단은 벨크로/고무밴드 혼합형, 벨크로형, 일반형, 고무밴드형 등의 순으로 선호하였다. 20대와 30대는 벨크로/고무밴드 혼합형, 벨크로형 등의 순으로, 40대 이상은 벨크로형, 벨크로/고무밴드 혼합형 등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 임민정 외¹⁰⁹⁾의 연구에서 등산용 남성 재킷의 소매밀단 형태 중 전 연령대가 벨크로와 고무밴드 혼합형을 가장 선호한다라는 결과와 일치하였다.

109) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). pp.160~162

<표 39> 아웃도어 재킷 소매밑단 선호도

연령대 소매밑단 형태	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
일반형	13 (18.1)	11 (11.1)	29 (19.9)	53 (16.7)	19.04**
벨크로형	17 (23.6)	30 (30.3)	59 (40.4)	106 (33.4)	
벨크로/고무밴드 혼합형	35 (48.6)	47 (47.5)	37 (25.3)	119 (37.5)	
고무밴드형	7 (9.7)	11 (11.1)	21 (14.4)	39 (12.3)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

(3) 포켓

연령대별 아웃도어 재킷 포켓 형태별 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 40> 아웃도어 재킷 포켓은 플랩지퍼형, 포켓수는 3개와 2개, 포켓방향은 대각선을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 포켓은 20대는 지퍼형이 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 플랩지퍼형이 가장 높게 나타났다. 포켓수로 20대는 2개가 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 3개가 가장 높게 나타났다. 포켓방향은 20대는 세로방향이 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 대각선 방향이 가장 높은 비율을 차지하였다. 전체적으로 20대는 지퍼형에 2개의 포켓과 세로 방향의 디테일을 선호하였고, 30대와 40대 이상은 플랩지퍼형에 3개의 포켓과 대각선 방향의 디테일을 가장 선호한다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 임민정 외¹¹⁰⁾의 연구에서 남성 등산용 재킷의 포켓으로 연령이 높을수록 덮개가 있는 형태를 더 선호하며, 포켓 방향으로 대각선 방향의 선호

110) 임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 61(4). pp.160~162

도가 월등히 높은 것으로 나타난 결과와 일치하였다.

<표 40> 아웃도어 재킷 포켓 선호도

연령대		20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
포켓형태						
포켓 형태	지퍼형	33 (45.8)	23 (23.2)	53 (36.3)	109 (34.4)	14.86**
	플랩	26 (36.1)	67 (67.7)	76 (52.1)	169 (53.3)	
	아웃	13 (18.1)	9 (9.1)	17 (11.6)	39 (12.3)	
	포켓형	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	
	합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	
포켓 수(길)	1개	2 (2.8)	2 (2.0)	11 (7.5)	15 (4.7)	17.09**
	2개	40 (55.6)	35 (35.4)	48 (32.9)	123 (38.8)	
	3개	18 (25.0)	43 (43.4)	65 (44.5)	126 (39.7)	
	4개	12 (16.7)	19 (19.2)	22 (15.1)	53 (16.7)	
	합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	
포켓 방향	가로	13 (18.1)	23 (23.2)	22 (15.1)	58 (18.3)	14.86**
	세로	34 (47.2)	24 (24.2)	41 (28.1)	99 (31.2)	
	대각선	25 (34.7)	52 (52.5)	83 (56.8)	160 (50.5)	
	합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

(4) 목판여밈

연령대별 아웃도어 재킷 목판여밈 형태별 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 41> 아웃도어 재킷 목판여밈은 플랩지퍼가 가장 선호도가 높게 나타났다. 20대와 30대는 플랩지퍼를 선호한 반면, 40대 이상은 플랩이 없는 지퍼를 선호하였다.

<표 41> 아웃도어 재킷 목판여밈 선호도

연령대 앞여밈 형태	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
플랩지퍼	51 (70.8)	67 (67.7)	71 (48.6)	189 (59.6)	13.75**
플랩이 없는 지퍼	21 (29.2)	32 (32.2)	75 (51.4)	128 (40.4)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

**p<0.01

(5) 밑단

연령대별 아웃도어 재킷 밑단 형태별 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 42> 아웃도어 재킷 밑단은 허리조절 조임끈형, 부분 고무밴드형, 스트레이트형, 고무밴드형 등의 순으로 나타났다. 20대는 부분 고무밴드형, 30대와 40대 이상은 허리조절 조임끈형을 가장 선호하는 것으로 나타나 연령이 높아질수록 체형에 맞게 조절이 가능한 밑단 형태를 선호함을 알 수 있다. 이러한 결과는 차현정¹¹¹⁾의 연구에서 등산복 밑단으로 20대는 허리조절 조임끈형, 30대와 40대 이상은 일반형을 가장 선호한다는 결과와 일치한다.

<표 42> 아웃도어 재킷 밑단 선호도

연령대 밑단 형태	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
스트레이트형	15 (20.8)	11 (11.1)	38 (26.0)	64 (20.2)	30.34***
부분 고무밴드형	30 (41.7)	35 (35.4)	25 (17.1)	90 (28.4)	
고무밴드형	10 (13.9)	6 (6.1)	22 (15.1)	38 (12.0)	
허리조절 조임끈형	15 (20.8)	39 (39.4)	53 (36.3)	107 (33.8)	
언발란스형	2 (2.8)	8 (8.1)	8 (5.5)	18 (5.7)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

111) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위 논문. p.37

(6) 절개

연령대별 아웃도어 재킷 절개의 선호도 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 43> 아웃도어 재킷의 절개는 복합절개를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 20대와 30대는 단순절개를 더 선호하였고, 40대 이상은 복합절개를 더 선호하는 것으로 나타났으며, 복합절개 중에서도 비대칭 보다는 대칭적인 절개의 선호도가 더 높게 나타났다. 이는 40대 이상 즉, 중년기에 접어들면서 신체적인 변화를 접하게 된다.¹¹²⁾ 감각기관이 노화되기 시작하며 시력이 감퇴되므로 젊은층에 비해 외관이 복잡하여 시각적 효과가 큰 디자인을 더 선호하는 것으로 사료된다.



112) 장수한, 김현주, 임혁. (2010). 인간행동과 사회환경. 경기도:공동체. p.102

<표 43> 아웃도어 재킷 절개 선호도

단순절개				
연령대				
20대	1(1.4)	13(18.1)	5(6.9)	4(5.6)
30대	4(4.0)	10(10.1)	11(11.1)	12(12.1)
40대	8(5.5)	8(5.5)	3(2.1)	6(4.1)
이상				
합계	13(4.1)	31(9.9)	19(6.0)	21(6.9)
단순절개				
연령대				
20대	8(11.1)	1(1.4)	5(6.9)	
30대	7(7.1)	2(2.0)	4(4.0)	
40대	7(4.8)	4(2.7)	13(8.9)	
이상				
합계	22(6.9)	7(2.2)	22(6.9)	
복합절개				
연령대				
20대	7(9.8)	8(11.1)	5(6.9)	5(6.9)
30대	11(11.2)	6(6.1)	5(5.1)	11(11.1)
40대	10(6.9)	6(4.1)	15(10.3)	26(17.8)
이상				
합계	28(8.8)	20(6.3)	26(7.9)	42(13.2)
복합절개				
연령대				
20대	5(4.2)	3(4.2)	2(2.8)	
30대	10(10.1)	4(4.0)	2(2.0)	
40대	15(10.3)	9(6.2)	16(11.0)	
이상				
합계	30(9.5)	16(11.0)	20(6.3)	
χ^2	53.09**			

**p<0.01

2. 아웃도어 재킷 색 선호도

1) 색 선호도

연령대별 아웃도어 재킷 색 선호도의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 44> 아웃도어 재킷 색은 파랑을 가장 선호하였고, 다음으로 검정, 녹색, 연두, 주황, 노랑 등의 순으로 나타났다. 20대는 파랑이 가장 높았고, 30대는 검정, 파랑 등의 순으로 나타났으며, 40대 이상은 녹색, 주황 등의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 차현정¹¹³⁾(2004)의 연구에서 등산복 재킷 선호색으로 20대와 30대는 흰색을 가장 선호하고, 40대 이상은 회색과 검정을 가장 선호한다라는 결과와는 차이가 있었다. 그러나 한은주 외¹¹⁴⁾의 연구에서 연령층이 낮을수록 무채색을 선호한다라는 결과와는 차이가 있고, 연령층이 높아질수록 빨강색과 같은 유채색의 선호도가 높다는 결과와 일치하였다.

113) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위 논문. p.38

114) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). p.174

<표 44> 아웃도어 재킷 색 선호도

연령대 색상	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
빨강	7 (9.7)	5 (5.1)	3 (2.1)	15 (4.7)	93.84***
주황	8 (11.1)	10 (10.1)	17 (11.6)	35 (11.0)	
노랑	6 (8.3)	7 (7.1)	15 (10.3)	28 (8.8)	
연두	6 (8.3)	20 (20.0)	10 (6.8)	36 (11.4)	
녹색	5 (6.9)	2 (2.0)	31 (21.2)	38 (12.0)	
청록	2 (2.8)	3 (3.0)	9 (6.2)	14 (4.4)	
파랑	26 (36.1)	14 (14.1)	16 (11.0)	56 (17.7)	
남색	2 (2.8)	5 (5.1)	8 (5.5)	15 (4.7)	
보라	2 (2.8)	0 (0.0)	10 (6.8)	12 (3.8)	
자주	2 (2.8)	0 (0.0)	3 (2.1)	5 (1.6)	
흰색	1 (1.4)	5 (5.1)	8 (5.5)	14 (4.4)	
회색	2 (2.8)	2 (2.0)	6 (4.1)	10 (3.2)	
검정	3 (4.2)	26 (26.3)	10 (6.8)	39 (12.3)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001

2) 배색 선호도

연령대별 아웃도어 재킷 배색 선호도의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 45> 아웃도어 재킷 배색은 파랑/연두, 파랑/검정, 빨강/검정, 흰색/파랑, 흰색/회색 등의 순으로 높게 나타났다. 20대는 흰색/회색, 빨강/검정 등의 순, 30대는 빨강/검정, 검정/연두 등의 순, 40대 이상은 파랑/연두, 파랑/검정 등의 순으로 높게 나타났다. 20대는 무채색의 배색, 30대와 40대는 유채색/무채색의 배색을 가장 선호하였다. 이는 중년기에 접어들게 되면 점점 감각기관도 노화되기 시작하고, 시력이 감퇴되므로 좀 더 눈에 잘 띄는 유채색 선호도가 높은 것으로 사료된다. 이러한 결과는 한은주¹¹⁵⁾의 아웃도어 재킷 색상으로 30대와 40대는 회색과 검정색, 50대는 빨강색을 가장 선호하였다는 연구 결과와 부분적으로 일치한다. 그러나 톤온톤(Tone On Tone)의 유채색 배색이 주류를 이루고 있는 마켓의 제품과 실제 소비자의 선호도 배색과는 다소 차이가 있는 것 같다.

115) 한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 15(4). pp.173~174

<표 45> 아웃도어 재킷 배색 선호도

연령대	배색	빨강/검정	노랑/L노랑	노랑/파랑	노랑/검정
					
20대		7(9.7)	2(2.8)	6(12.5)	4(5.6)
30대		12(12.1)	1(1.0)	5(5.1)	1(1.0)
40대이상		6(4.1)	8(5.5)	4(2.7)	11(7.5)
합계		25(7.9)	11(3.5)	18(5.7)	16(5.0)
연령대	배색	노랑/회색	연두/회색	초록/연두	초록/검정
					
20대		3(4.2)	4(5.6)	1(1.4)	2(2.8)
30대		6(6.1)	6(6.1)	3(3.0)	6(6.1)
40대이상		8(5.5)	8(5.5)	11(7.5)	10(6.8)
합계		17(5.4)	18(5.7)	15(4.7)	18(5.7)
연령대	배색	파랑/연두	파랑/검정	남색/연두	남색/파랑
					
20대		3(4.2)	2(2.8)	3(2.8)	2(2.8)
30대		6(6.1)	10(6.1)	2(10.1)	4(4.0)
40대이상		18(12.3)	13(6.8)	5(3.4)	7(4.8)
합계		27(8.5)	26(5.7)	10(3.2)	13(4.1)
연령대	배색	남색/회색	보라/검정	흰색/파랑	흰색/회색
					
20대		5(6.9)	2(2.8)	6(8.3)	9(12.5)
30대		7(7.1)	3(3.0)	6(6.1)	6(6.1)
40대이상		4(2.7)	10(6.8)	10(6.8)	9(6.2)
합계		16(5.0)	15(4.7)	22(6.9)	22(6.9)

배색 연령대	검정/연두	기타		
				
20대	5(6.9)	3(4.2)		
30대	9(9.1)	6(6.1)		
40대이상	3(2.1)	1(0.7)		
합계	17(5.4)	10(3.2)		
χ^2	57.89**			

**p<0.01

3. 아웃도어 재킷 소재 선호도

연령대별 아웃도어 재킷 소재 선호도의 차이를 알아보기 위해 χ^2 검정을 실시한 결과 유의한 차이가 나타났다.<표 46> 아웃도어 재킷 소재는 고어텍스를 가장 선호하였고, 다음으로 나일론/폴리 혼방, 윈드 스톱퍼의 순으로 선호도를 나타내었다. 20대는 윈드스톱퍼가 가장 높았고, 다음으로 고어텍스가 높았으며, 30대와 40대 이상은 고어텍스를 가장 선호하였고, 다음으로 나일론/폴리 혼방을 선호하는 것으로 나타났다. 본 연구의 조사 대상자의 30대와 40대 이상이 동호회나 전문산악회에 30%이상 소속되어 있어 아웃도어 활동의 횟수가 20대에 비해 많고, 재킷 구매횟수 또한 많다. 그러므로 대표적인 투습방수의 고기능성 소재인 고어텍스에 대한 인지도와 선호도가 30대와 40대 이상에서 더 높은 것으로 사료된다. 이러한 결과는 차현정¹¹⁶⁾의 연구에서 20대는 고어윈드스톱퍼, 30대와 40대는 고어텍스를 가장 선호한다는 결과와 일치하였다.

116) 차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.49

<표 46> 아웃도어 재킷 소재 선호도

연령대 소재의 종류	20대	30대	40대 이상	합계	χ^2
나일론	6 (8.3)	1 (1.0)	6 (4.1)	13 (4.1)	65.92***
폴리 에스테르	6 (8.3)	7 (7.1)	18 (12.3)	31 (9.8)	
나일론/폴리 혼방	7 (9.7)	24 (24.2)	34 (23.3)	65 (20.5)	
윈드 스토퍼	35 (48.6)	12 (12.1)	13 (8.9)	60 (18.9)	
고어텍스	18 (25.0)	55 (55.6)	75 (51.4)	148 (46.7)	
합계	72 (100)	99 (100)	146 (100)	317 (100)	

***p<0.001



제 V 장 결론 및 제언

본 연구는 20~40대 이상의 아웃도어 웨어 남성 소비자들을 대상으로 연령에 따른 아웃도어 활동실태와 아웃도어 재킷의 구매행동, 디자인 선호도에 차이를 밝히고, 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향을 파악해 봄으로써 향후 아웃도어 남성재킷 디자인 개발에 응용하고자 하였다.

실증적 연구를 통해 밝혀진 결과는 다음과 같다.

첫째, 연령대별 아웃도어 활동실태의 차이를 알아본 결과 유의한 차이를 보였다. 아웃도어 활동목적으로 20대는 레저, 30대와 40대 이상은 건강을 위해서가 가장 많이 나타났다. 참여형태는 20대와 30대는 개별적 산행을 가장 많이 하였고, 40대 이상은 동호회 소속이 가장 많은 것으로 나타났다. 종류로는 모든 연령층이 등산을 가장 많이 하였고, 다음으로 20대는 스키, 30대와 40대 이상은 조깅을 많이 하는 것으로 나타났다. 참여횟수로 20대와 30대는 주로 가을에 하며, 한달에 1~2번이 가장 많았고, 40대 이상은 일년내내 일주일에 한번을 가장 많이 하고 있었다. 동반인으로 20대는 가족·친지가 압도적으로 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 동료·친구가 가장 높게 나타났다. 이러한 결과로 연령층이 낮을수록 가족·친지와 함께 개별 산행을 가을에 많이 하고, 연령층이 높아질수록 동호회에 소속되어 동료·친구들과 건강을 위해 등산을 많이 하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 연령대별 아웃도어 재킷 구매행동의 차이를 알아본 결과 유의한 차이를 보였다. 아웃도어 재킷 보유수로 20대는 1~2벌의 보유수가 가장 많았으며, 30대와 40대 이상은 3~4벌의 보유수가 가장 높게 나타났다. 사이즈는 20대와 30대는 100호가 가장 많았고, 40대 이상은 95호가 가장 많은 비율을 차지하였다. 목적으로 20대는 일상복으로 구매를 많이 하며, 30대와 40대 이상은 등산복으로 구매를 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 구매동기로 20대는 품위유지를 위해서가 가장 높았고, 30대는 세일(할인판매)이 가장 높았으며, 40대 이상은 입을 옷이 없어서가 가장 높았다. 연 평균 구매횟수로 20대

와 30대는 1~2회의 구매횟수가 가장 많았으며, 40대 이상은 3~4회의 구매횟수가 가장 높게 나타났고, 구매비용으로 20대와 30대는 50만원미만이 가장 많았고, 40대 이상은 50만원이상~100만원미만이 가장 높았다. 평가기준으로 20대는 브랜드명, 30대는 디자인·유행, 40대 이상은 기능성 소재·품질을 가장 중요시 하였다. 선호브랜드로 20대와 30대는 노스페이스가 가장 선호도가 높았고, 40대 이상은 코오롱 스포츠를 가장 선호하였다. 선호 브랜드의 이유로 20대와 30대는 브랜드 이미지가 좋아서가 가장 높았으며, 40대 이상은 기능성 소재 때문애가 가장 높게 나타났다. 정보원으로 20대와 40대 이상은 지인에게 가장 정보를 많이 얻으며, 30대는 TV나 광고, 인터넷 등의 온라인(On-line)에서 가장 많이 얻는 것으로 나타났다. 구매처로 20대는 전문스포츠 매장이 가장 높았고, 30대는 백화점, 40대 이상은 상설할인 매장이 가장 높게 나타났다.

셋째, 마켓의 아웃도어 재킷 디자인 경향을 디테일별로 분석한 결과, 후드는 내장후드형이 가장 많았고, 소매밀단은 벨크로형이 가장 많은 출현 빈도를 보였다. 포켓은 지퍼형, 방향으로는 대각선 방향, 포켓수는 2개가 가장 많이 나타났다. 몸판여밈은 플랩지퍼가 플랩이 없는 지퍼 보다 더 많았고, 밀단은 부분 고무밴드형이 가장 많이 나타났다. 절개는 단순절개보다 복합절개가 더 많은 출현 빈도를 보였다. 재킷 색은 검정, 남색 등이 가장 많이 나타났고, 배색은 톤온톤(Tone On Tone)의 유채색 배색이 가장 많이 시판되고 있었다.

넷째, 연령대별 아웃도어 재킷 디자인 선호도의 차이를 알아본 결과 유의한 차이를 보였다. 아웃도어 재킷 스타일로 20대는 착용자의 체형을 고려한 스타일, 30대와 40대 이상은 활동적이고 편안한 스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 후드로 20대는 스탠드칼라/후드형, 30대와 40대 이상은 스탠드칼라/탈부착 후드형을 가장 선호하였으며, 소매밀단은 20대와 30대는 벨크로/고무밴드 혼합형, 40대 이상은 벨크로형을 가장 선호하였다. 포켓은 20대는 지퍼형가 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 플랩지퍼형이 가장 높게 나타났으며, 포켓수는 20대는 2개가 가장 높았고, 30대와 40대 이상은 3개가 가장 높게 나타났으며, 포켓방향은 20대는 세로방향이 가장 높았고, 30대

와 40대 이상은 대각선 방향이 가장 높은 비율을 차지하였다. 20대는 지퍼형에 2개의 포켓과 세로 방향의 디테일을 선호하였고, 30대와 40대 이상은 플랩지퍼형에 3개의 포켓과 대각선 방향의 디테일을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 몸판여밈으로 20대와 30대는 플랩지퍼를 가장 선호하였고, 40대 이상은 플랩이 없는 지퍼를 가장 선호하였다. 밑단으로 20대는 부분 고무밴드형을 가장 선호하였고, 30대와 40대 이상은 허리조절 조임끈형을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 절개로 20대와 30대는 단순절개를 가장 선호하였고, 40대 이상은 복합절개를 더 선호하는 것으로 나타났다. 색상으로 20대는 파랑이 가장 높았고, 30대는 검정이 가장 높았으며, 40대 이상은 녹색이 가장 높게 나타났다. 배색으로 20대는 흰색/회색이 가장 높았고, 30대는 빨강/검정이 가장 높았고, 40대 이상은 파랑/연두가 가장 높게 나타났다. 이는 20대는 무채색 배색을 가장 선호하고, 30대와 40대 이상은 유채색/무채색의 배색을 가장 선호하는 것을 알 수 있다. 소재로 20대는 윈드스토퍼를 가장 선호하였고, 30대와 40대 이상은 고어텍스를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과를 바탕으로 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 아웃도어 활동으로 등산을 가장 많이 하였고, 연령이 낮을수록 등산 횟수가 작고, 개별적 산행을 하며 레저용으로 하고 있었으며, 연령이 높을수록 등산 횟수가 많고, 동호회에 소속되어 건강을 위한 목적으로 하고 있는 것으로 나타났다. 이에 아웃도어 웨어 판매를 위해서 소비자의 특성에 따라 시장을 세분화할 필요가 있다.

둘째, 아웃도어 재킷 구매시 구매목적으로는 연령이 낮을수록 일상복으로 착용하려는 목적이 높았으며, 연령층이 높을수록 등산복 목적으로 구매하였다. 구매시 평가기준으로 디자인·유행을 중요시 하였고, 다음으로 기능성 소재·품질, 브랜드명을 고려하였다. 연령층이 낮을수록 구매비용과 횟수가 작고, 브랜드명을 고려하여 구매하였으며, 연령층이 높을수록 구매비용과 횟수가 높으며, 기능성 소재·품질을 더 중요하게 고려하여 구매를 하는 것으로 나타났다. 이는 아웃도어웨어의 필수조건인 기능성도 중요하지만 소비자들의 특성에 따라 디자인을 고려한 다양한 컨셉으로 구매횟수가 작은 소비층까지

소비를 늘릴 수 있도록 고려해야 할 것이다.

셋째, 아웃도어 재킷 디테일 선호도로 연령이 낮을수록 기능적인 디테일보다는 외관이 깔끔하고 단순한 디자인을 선호한 반면 연령이 높을수록 후드 탈부착이 되거나, 밑단의 조절이 가능하고 포켓이 많은 기능성을 부여한 디자인을 선호하였고, 고어텍스의 선호도 연령이 높을수록 강하였으며, 색상에서도 연령이 낮을수록 단색이나 무채색 배색을 선호하며, 연령이 높을수록 유채색이 들어간 배색을 선호하였다. 이처럼 연령에 따른 아웃도어 재킷 디자인과 색상 선호도의 차이가 나타났다. 시판 재킷 색은 검정, 남색, 톤온톤(Tone On Tone) 배색이 주를 이루고 있어 소비자의 선호도와는 차이가 나는 것으로 나타났다. 이에 아웃도어 웨어 생산업체는 소비자의 특성과 선호를 고려하여 세분화된 디자인과 색으로 소비자의 만족도와 선택의 폭을 넓여야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 연령대에 따른 아웃도어 활동실태와 아웃도어 재킷의 구매행동, 디자인 선호도에 차이 분석 결과를 바탕으로 소비자 욕구에 부합되는 디자인 개발에 활용하고자 한다.

본 연구의 한계점 및 후속연구를 제안하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 아웃도어 활동의 경험이 있는 부산 지역에 거주하는 남성 소비자들만을 대상으로 설문조사를 하였다. 향후 연구에는 아웃도어 활동의 경험이 있는 소비자에 대한 양적연구와 질적연구를 병행한다면 보다 구체적인 연구결과를 도출할 수 있을 것이다.

둘째, 아웃도어 남성 재킷에 한하여 연구를 하였기에 향후 연구에서는 다른 의류와 용품에 관한 구매행동과 선호도 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

<단행본>

손병덕, 강란혜, 백은령, 서화자, 양숙미, 황혜원. (2011). 인간행동과 사회환경. 서울:학지사

신종우, 윤경원, 이우언. (2010). 인간행동과 사회환경. 서울:동문사

이근홍. (2009). 인간행동과 사회환경. 경기도:공동체

이소희, 손홍숙, 홍숙자, 송순, 이명옥, 이규미, 강란혜, 박미석, 백경숙, 조성연, 도미향, 강기정, 임원신, 김민정, 박미석, 백경숙, 조성연, 도미향, 강기정, 임원신, 김민정. (2006). 인간행동과 사회환경. 서울:학연사

이은영. (1997). 패션마케팅. 서울:교문사

이종복. (2010). 인간행동과 사회환경. 경기도:학현사

장수한, 김현주, 임혁. (2010). 인간행동과 사회환경. 경기도:공동체

최혜선, 박진희, 이경미, 도월희, 김은경. (2001). 액티브 스포츠웨어 설계. 서울: 수학사

<정기간행물>

패션비즈. 2011년 10월호

<학위 논문 및 학술지>

김민정. 이숙희. (2004). 남성 정장 구매 행동에 관한 연구(제1보): 20~40대 남성을 중심으로. 한국의류학회지. 제28권, 제5호. p.326

김선희, 김월희. (2002). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구: 전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로. 한국 의류학회지. 제26권, 제8호. p.181

김재숙, 이소라, 강현옥, 조은옥. (2004). 남녀 대학생의 의복 디자인 및 색 선호에 관한 연구. 충남생활과학연구지. 제18권, 제1호. p.58

김찬주. (1991). 의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(Ⅱ). 한국 의류학회지. 제16권, 제1호. p.80

김희숙, 나미희. (2004). 재킷용 의복소재에 대한 대학생의 선호도 조사연구. 대한가정학회지. 제42권, 제10호. pp.107~111

고수진. (2008). 인도 여성의 패션 라이프스타일에 따른 의복구매 행동특성. 연세대학교 대학원 석사학위논문

김정옥. (2000). 아동과 어머니의 아동복 디자인 선호도 비교: 5~7세를 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문

김정은. (2008). 성인남성의 사회적 가치관에 따른 의복추구혜택과 의복구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문

남궁민지. (2008). 시니어 패션 디자인 분석 및 선호도. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문

남미우, 고애란. (1995). 성인남자의 의복태도와 의복구매행동에 관한연구 I -대학생과 중년남성을 대상으로-. 대한가정학회지 제33권, 제4호. p.285

김진국, 지용관, 강현민. (2008). 스포츠 관여도에 따른 등산복 소비자의 구매행동 분석 연구. 한국사회체육학회지. 제34호. p.169

류숙희, 김보연. (2001). 성인남성의 의복색채선호와 색채관심에 관한 연구: 연령, 성격, 피부색을 중심으로. 복식문화연구지. 제9권, 제2호. p.141

류현숙. (2009). 기능성 골프 바라막이 개발에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원. 박사학위논문

박진희. (2000). 등산용 외의의 투습성에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

박은정. (2002). 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도. 경희대학교 대학원 석사학위논문

성희원, 전양진, 박혜선. (2005). 자외선 차단 의복에 대한 소비자 조사. 한국의류학회지. 제29권, 제8호. p.89

손은영. (2009). 중년 남성의 라이프스타일에 따른 의복추구이미지 및 캐주얼의류 구매의사결정요인 연구. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문

신수연, 김용덕. (1999). 성인남성의 캐주얼 의복구매행동에 관한 연구. 복식문화학회지. 제7권, 제4호. p.107

신정원, 박은주. (1989). 의복선택기준 예측변인 연구. 한국복식학회지. p.125

안나영. (2007). 20~30대 소비자의 의복태도에 따른 속옷 구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문

안신호. (2002). 동대문 패션상가 소비자의 의복 소재 선호도 연구: 대학생 을 중심으로. 경희대학교 대학원 석사학위논문

윤가현. (2001). 주관적 연령지각의 양상과 심리적 건강의 관계. 전남대학교 대학원 심리학과 석사학위논문

윤은아. (2004). 주5일 근무제 도입에 따른 레저웨어 구매행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문

윤준식. (2001). 등산복 쾌적성에 대한연구. 건국대학교 산업대학원 석사학

위 논문

이신아. (2006). 20~40대 남성복 의류기획을 위한 소비자행동 연구. 경희대학교 아트퓨전디자인대학원 석사학위논문

이은아. (2000). 주관적 연령에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 경희대학교 대학원 의상학과 석사학위논문

이은아, 김미숙. (2000). 주관적 연령에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 한국의류학회지. 제24권, 제8호. pp.4~5

이은지. (1994). 정상인과 지체장애인 여성의 자아개념과 의복디자인 선호도와 의 상관연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문

이은혜. (2010). 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문

이지나. (2006). 등산복 소비자의 구매 행동 특성에 관한 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문

이지훈. (2001). 남성복 소비자의 구매행동 및 점포선택에 관한 실증적 연구: 부산지역 H백화점 30~40대 남성 소비자를 중심으로. 중앙대학교 국제경영대학원 석사학위논문

이혜선. (2005). 직장인의 여가행동과 의복구매행동 연구: 20~30대 직장인 남성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문

임민정, 서문정, 박주연, 김영인. (2011). 기능성 아웃도어 웨어의 등산용 남성 재킷 프로토타입 디자인. 한국복식학회지. 제61권, 제4호. pp.160~162

장은정. (2011). 트레킹 워킹 의류 소비자의 디자인 선호도 및 구매 행동에 관한 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문

제은숙. (2011). 여가활동 소비자의 패션관여와 의복선택기준, 패션정보원에

관한 연구. 한국복식학회지 제61권, 제7호. p.62

차현정. (2004). 등산복 디자인 선호성향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

최판옥. (2009). 스노보드 웨어 소비자들의 소비가치에 따른 선택기준과 구매 행동유형 분석. 울산대학교 대학원 석사학위논문

최진영. (2009). 아웃도어 여성용 다운재킷 패턴연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문

한은주, 이정란. (2011). 아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입. 한국패션비즈니스학회지. 제15권, 제4호. pp.170~177

황진숙, 이기춘. (2000). 남자대학생의 라이프스타일 요인이 의복의 구매동기, 정보원 활용, 의복 선택기준에 미치는 영향 연구. 한국복식학회지. 제50권, 제4호. pp.63~72

<인터넷 자료>

삼성디자인넷, 2005 S/S스포츠웨어 상품동향 분석. (2005. 7. 19), 자료검색일 2010. 12. 10, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>

세계일보, 제일모직 가세...아웃도어 시장 '치각변동'. (2011. 10. 7), 자료검색일 2011. 10. 9. 자료출처 <http://www.segye.com>

어패럴뉴스, 아웃도어, 초경량 제품 출시 경쟁. (2011. 3. 24), 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>

어패럴뉴스, 아웃도어, 캐주얼과 믹스매치. (2011. 4. 21), 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>

어패럴뉴스, 신 개념 패션 아웃도어 주목. (2011. 6. 2), 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>

어패럴뉴스, 익스트림 아웃도어 블랙 사라진다. (2011. 3. 2), 자료검색일 2011. 10. 5, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>

연합뉴스, 한국인 평균 남자 키 174cm, 여자 160.5cm, (2010. 12. 16), 자료 검색일 2011. 12. 15. 자료출처 <http://www.yonhapnews.co.kr>

파이낸뉴스, 아웃도어, 라이프 스타일을 지배하다. (2011. 9. 15), 자료검색일 2011. 9. 30, 자료 출처 <http://www.fnnews.com>

<http://www.thenorthfacekorea.co.kr>

<http://www.kolonsport.com>

<http://www.lafumakorea.co.kr>

<http://www.blackyak.co.kr>

<http://www.k2outdoor.co.kr>

<http://www.columbiakorea.co.kr>

<http://www.eider.co.kr>

<http://www.berghauskorea.co.kr>

<http://www.treksta.co.kr>

<http://www.millet.co.kr>

<http://www.timberland.com>

<http://www.hopehill-korea.com>

<http://www.echoroba.com>

<http://www.nepa.co.kr>

<http://kr.mountainhardwear.com>



A Study on Purchase Behavior and Design Preference of Outdoor Jacket

Kim Ji Won

Department of Fashion Design, Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

This research, focused on male adult customers of the Outdoor Jacket, is aimed to examine the differences on their outdoor activities, purchase behavior, and design preferences, according to their age, as well as to apply what has been found from surveying a trend of the Outdoor Jacket design for future design development.

Collecting materials and analytical method of this research have been done by two approaches.

First, details and colors of Outdoor Jacket have been analyzed to look into a trend of Outdoor Jacket market. Selected were top five Outdoor Jacket brands in market share - Northface, Kolonsport, K2, Blackyak, and Lafuma, and from their websites, 325 photographs of Outdoor Jacket for fall and winter seasons in 2010 and for spring and summer seasons in 2011 were chosen for this research. Details of Outdoor Jacket were analyzed by its frequency, and its color was chi-squared non-parametrically by a statistics program, SPSS 17.0. Second, a survey was used to examine male customers' outdoor activities, purchase behavior, and design preference. 317 out of 350 questionnaires from male customers of twenties to over forties were selected and analyzed through a frequency analysis, a percentage calculation, and a χ^2 test.

The results of this study are as following:

First, meaningful differences in outdoor activities were shown among different ages. Twenties wear the Outdoor Jacket at leisure mostly, and thirties and over forties for health mainly. The major participation form is not only individual climbing for twenties and thirties, but also

jogging for over forties. The number of participations for twenties and thirties is once or twice a month mainly in the fall season, and for over forties is once a week all the year round. For most of twenties, their accompanies tend to be their family or relatives, and for thirties and over forties, their coworkers or friends.

Second, significant differences were shown through the research in purchase behavior of different ages. It was found that twenties mostly own one or two Outdoor Jackets, and thirties and over forties three or four Jackets in general. Most twenties and forties wear the Outdoor Jackets of size 100, and over forties size 95. The major purpose of purchasing the Outdoor Jacket is to wear every day for twenties, while thirties and over forties is to wear for climbing. The motivation of the purchase is mostly to keep themselves dignified for twenties, while it is to economize from the sale for thirties and over forties, because they have no other alternative. The average number of the purchase in a year is once or twice for twenties and thirties, and three or four times for over forties. The expense on the purchase is mostly less than 500,000 won for twenties and thirties, and mostly between 500,000 and one million won. When buying the Outdoor Jacket, the most important criterion is the brand name for twenties, and its design and trend for thirties, and its material and quality for over forties. Twenties and thirties prefer Northface because of the fine brand image, and over forties prefer Kolonsport because of its good functional materials. Twenties and over forties get most information from their friends or acquaintances, and thirties mainly from commercials on TV and internet on-line websites. Twenties buy the Outdoor Jacket mostly from the professional sport shops, thirties from the department stores, and over forties from the mass market.

Third, through an analysis of the design trend by details, it has been found that hoods tend to be internal, and the edges of sleeves to be velcro. Pockets mostly are zipper form with diagonal direction, and the number of external pockets is usually two. Adjusting forms in front of the body tend to appear more with a cover than without it, and lower hem forms are usually of rubber band. Complex incision forms appear

more frequently than simple ones do. Colors tend to be black and deep blue, and the arrangement is mostly among chromatic colors, based on 'tone on tone'.

Fourth, noticeable differences were found through investigations of the Outdoor Jacket design preferences by ages. Twenties prefer ones designed for wearers' body shape, and thirties and over forties ones with comfortable style. As for hoods, twenties prefer a stand collar or hood, and thirties and over forties a stand collar or removable hood. As for the edges of sleeves, twenties and thirties prefer velcro or mixed rubber band, and forties velcro. As for a form of pockets, twenties prefer a zipper form, and thirties and over forties one with a cover. As for numbers of pockets, twenties prefer two pockets, while thirties and over forties three ones. As for direction of pockets, twenties prefer vertical ones, thirties and over forties diagonal ones. Most twenties prefer two zipper form pockets with vertical details, and thirties and over forties three zipper form pockets with covers and diagonal details. As for front adjusting forms, twenties and thirties prefer a zipper cover, but over forties don't. As for lower hem, twenties prefer partial rubber band, and thirties and over forties do waist-adjustable straps. As for incision, twenties and thirties prefer simple incision details, while over forties do complex one. As for colors, twenties prefer blue, thirties black, and over forties green, which indicates that twenties prefer a color arrangement among achromatic colors, thirties and over forties a combination of chromatic colors and achromatic colors. As for materials, twenties prefer 'Wind Stopper' the most, and thirties and over forties Gore-Tex.

Thus, this research is to examine male customers' outdoor activities, purchase behavior, and design preference, according to their age, and to apply the outcome to design development that suits their wants.

Key words : Outdoor Jacket, Outdoor Activities, Purchase Behavior, Design Trend, Design Preference

부록: 설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 설문 조사에 응답해 주시는 귀하께 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 아웃도어 웨어에 대한 구매행동과 아웃도어 재킷 선호도 조사에 관한 것입니다.

아웃도어용 재킷이란 야외 스포츠나 레저활동을 위해 착용되는 의복으로 등산복, 스키복, 조깅복, 자전거 용품, 수상스포츠 의복 및 다목적 스포츠 의류의 재킷을 통칭합니다.

설문지의 문항에 대해 옳고 그른 답이 없으니 귀하의 생각을 솔직하게 응답해 주시면 됩니다. 귀하가 작성해 주시는 모든 내용은 학문적인 연구목적 이외의 어떠한 목적으로도 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

귀하의 성실한 답변이 귀중한 자료가 되오니 각 문항을 잘 읽으시고 빠짐없이 응답하여 주시기 바랍니다.

2011년 7월

소 속: 부경대학교 대학원 패션디자인과

지도교수: 오 희 선 교수

연구자: 김 지 원(kilei33@hanmail.net)

I. 다음은 귀하의 **아웃도어 활동실태**에 관한 질문입니다.

다음 문항을 읽어보시고, 해당하는 곳에 표(V)해 주십시오.

1. 귀하는 아웃도어 활동에 어느 정도 관심이 있습니까?

- ① 전문 산악회 등 전문가 모임에 소속되어 있다.
- ② 동호회에 소속되어 있다.
- ③ 소속된 단체 없이 개별적으로 산행한다.
- ④ 거의 관심 없다.

2. 귀하는 어떤 아웃도어 활동을 하고 계십니까?

- ① 등산 ② 스키 ③ 조깅 ④ 사이클링 ⑤ 기타()

3. 귀하가 아웃도어 활동을 하시는 이유는 무엇입니까?

- ① 건강을 위해서 ② 레저용으로 ③ 친목도모를 위해서
- ④ 전문 산악인이어서

4. 귀하는 아웃도어 활동을 얼마나 자주 하고 계십니까?

- ① 매일한다. ② 일주일에 4번~5번 ③ 일주일에 2~3번
- ④ 일주일에 1번 ⑤ 한달에 1~2번 ⑥ 두세 달에 1번
- ⑦ 일 년에 2~3번

5. 아웃도어 활동을 가장 많이 하는 계절은 언제입니까?

- ① 봄 ② 여름 ③ 가을 ④ 겨울
- ⑤ 일 년 내내

6. 귀하는 주로 누구와 함께 아웃도어 활동에 참여하십니까?

- ① 혼자서 ② 가족·친지 ③ 동료·친구
- ④ 기타()

Ⅱ. 다음은 귀하의 아웃도어 재킷 구매행동에 관한 질문입니다.

다음 문항을 읽어보시고, 해당하는 곳에 표(V)해 주십시오.

1. 귀하는 아웃도어 재킷을 구매하는 이유는 무엇입니까?
① 입을 옷이 없을때 ② 계절이 바뀌어서 ③ 세일(할인판매)
④ 품위 유지를 위해서 ⑤ 제품 광고를 보고
⑥ 유행 제품이어서 ⑦ 충동 구매
2. 귀하는 아웃도어 재킷을 어떠한 목적으로 착용하십니까?
① 등산복으로 ② 일상복으로 ③ 캐주얼복으로 ④ 스포츠복으로
3. 귀하는 아웃도어 재킷을 1년에 몇 회 정도 구입하십니까?
① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5회 이상
4. 귀하의 아웃도어 재킷 구매 비용은 일년에 얼마정도 됩니까?
① 50만원 미만 ② 50만원 이상~100만원 미만 ③ 100만원 이상
5. 귀하가 보유하고 있는 아웃도어 재킷의 수량은 얼마입니까?
① 1~2벌 ② 3~4벌 ③ 5벌 이상
6. 귀하는 아웃도어 재킷 구매시 가장 많이 고려하시는 점은 무엇입니까?
① 브랜드명 ② 가격 ③ 색상 ④ 착용감
⑤ 기능성 소재 및 품질 ⑥ 디자인·유행
7. 귀하가 현재 착용하는 아웃도어 재킷의 사이즈는 얼마입니까?
① 95호 ② 100호 ③ 105호 이상
8. 귀하의 아웃도어 재킷 구매시 정보원은 어느 것입니까?
① 지인(가족, 친지, 친구, 동료)
② On-line(TV, 광고, 인터넷)
③ Off-line(신문, 잡지, 카달로그)
④ 판매원

9. 귀하의 아웃도어 재킷 구매 장소는 어디입니까?

- ① 백화점 ② 상설할인 매장 ③ 전문스포츠 매장
④ Off-line(인터넷 쇼핑, 홈쇼핑)

10. 아래 보기의 등산복 브랜드 중 귀하가 가장 선호하는 아웃도어 브랜드는 무엇입니까?

①노스페이스	②코오롱스포츠	③K2	④컬럼비아 스포츠
⑤라푸마	⑥아이더	⑦버그하우스	⑧트렉스타
⑨밀레	⑩팀버랜드	⑪호프힐	⑫블랙야크
⑬에코로바	⑭에텔바이	⑮네파	⑯마운틴하드웨어

11. 위 질문에서 선택한 브랜드를 선호하는 이유는 무엇입니까?

- ① 등산시 동작 적합성이 좋아서 ④ 가격이 적당해서
② 소재의 기능성(투습, 방수 등)이 좋아서 ⑥ 브랜드 이미지가 좋아서
③ 색상이 마음에 들어서 ⑦ 소속집단과 동질성을 느낄수 있어서
⑧ 등산 외 스포츠복으로 가능해서 ⑨ 일상복으로 착용 가능해서
⑩ 봉제 상태 및 내구성이 좋아서 ⑪ 매장의 접근성이 좋아서

Ⅲ. 다음은 귀하의 아웃도어 재킷 구매시 선호도에 관한 질문입니다. 다음 문항을 읽어보시고, 해당하는 곳에 표(V)해 주십시오.

1. 귀하는 아웃도어 봄/여름 재킷 구매시 어떤 스타일을 가장 선호하십니까?

- ① 유행하는 감각적인 스타일
② 활동적이고 편안한 스타일
③ 착용자의 체형을 고려한 스타일

2. 귀하는 아웃도어 재킷 구매시 어떤 소재를 가장 선호하십니까?

- ① 나일론 ② 폴리에스테르 ③ 나일론/폴리혼방
④ 윈드스토퍼 ⑤ 고어텍스

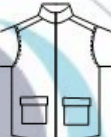
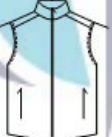
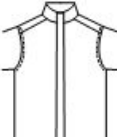
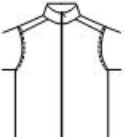
3. 귀하의 아웃도어 재킷 구입시 선호하는 색상은?

- ① 빨강 ② 주황 ③ 노랑 ④ 연두 ⑤ 녹색 ⑥ 청록
 ⑦ 파랑 ⑧ 남색 ⑨ 보라 ⑩ 자주 ⑪ 흰색 ⑫ 회색
 ⑬ 검정

4. 아웃도어 재킷의 배색 디자인입니다. 가장 선호하는 배색에 표(V)해 주십시오.

빨강/D빨강	빨강/파랑	빨강/남색	빨강/검정	주황/회색	주황/D주황	주황/검정
노랑/L노랑	노랑/D노랑	노랑/파랑	노랑/남색	노랑/검정	노랑/회색	연두/D연두
연두/초록	연두/파랑	연두/검정	연두/회색	초록/연두	초록/D초록	초록/남색
초록/검정	파랑/연두	파랑/남색	파랑/검정	남색/연두	남색/초록	남색/파랑
남색/D남색	남색/검정	남색/회색	보라/검정	자주/파랑	흰색/초록	흰색/파랑
흰색/검정	흰색/회색	검정/주황	검정/연두	검정/파랑	검정/흰색	회색/주황
회색/검정						

5~11. 다음은 귀하의 아웃도어 재킷의 구매시 선호도에 관한 질문입니다. 다음 문항을 읽어보시고, 해당하는 곳에 표(V)해 주십시오.

	①스탠드칼라 /후드	②라운드칼라 /후드	③내장형후드	④스탠드칼라 /탈부착후드	⑤후드없음
5.후드					
6.소매 밑단	①일반형태	②벨크로형태	③벨크로/고무밴드형태	④고무밴드형태	
					
7.포켓 형태	①지퍼	②지퍼덮개	③아웃포켓		
					
8.포켓 방향	①가로	②세로	③대각선		
					
9.포켓 수(결)	①1개	②2개	③3개	④4개	
					
10.몸판 앞여밈	①앞지퍼 덮개 유	② 앞지퍼 덮개 무			
					
11.밑단	①스트레이트	②부분 고무밴드	③고무밴드	④허리조절 조임끈	⑤언발란스
					

12. 아웃도어 재킷의 절개 디테일입니다. 가장 선호하는 디테일에 표(V)해 주십시오.

① 	② 	③ 	④ 	⑤ 
⑥ 	⑦ 	⑧ 	⑨ 	⑩ 
⑪ 	⑫ 	⑬ 	⑭ 	

IV. 다음은 귀하의 일반적인 특성에 관한 질문입니다.

다음 문항을 읽어보시고, 해당하는 곳에 표(V)해 주십시오.

1. 귀하의 나이는?

① 20대

② 30대

③ 40대 이상

2. 귀하의 최종 학력은?

① 고등학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학교 재학 또는 졸업

④ 대학원 재학 또는 졸업

② 기혼

⑦ 기타()

⑤ 500만원 이상

⑤ 80만원 이상

00만원 이상~400만원 미만 ④ 400만원 이상~500만원 미

00만원 이상

의 월 평균 일반의복 지출비는?

0만원 미만 ② 20만원 이상~40만원 미만

0만원 이상~60만원 미만 ④ 60만원 이상~80만원 미만

0만원 이상

의 거주지는 어디입니까? ()구