

# 니트웨어의 소비자성향 실태 및 업체에 관한 조사 연구

성신여자대학교 대학원 의류학과  
 김 경 희  
 성신여자대학교 의류직물학과  
 교수 이 순 흥

目	次
I. 서 론	IV. 니트웨어의 소비자성향 실태와 업체조사 분석
II. 니트웨어의 일반적 고찰	1. 니트웨어의 소비자성향 실태조사 분석
1. 니트웨어의 정의 및 특성	2. 니트웨어의 업체조사 분석
2. 니트웨어의 변천과정	V. 결 론
III. 니트산업의 현황	참고문헌
1. 니트산업의 도입 및 현황	ABSTRACT
2. 니트웨어 및 업체 현황	

## I. 서 론

사회가 복잡해짐에 따라 생활이 점차 다양해지고, 소득수준, 생활수준, 문화수준의 향상으로 인한 사회의 급속한 변화는 현대인들에게 끊임없이 새로운 경험을 갖게 한다.

오늘날 의류상품은 단순히 생활필수품이라는 용도를 넘어서 개인의 개성과 생활양식을 표현·연출하고자 하는 수단으로써 그 기능과 용도가 바뀌었으며, 최근 소비자들의 변화된 라이프스타일의 영향은 고급화·전문화·다양화를 요구하고 있다.

니트웨어가 과거의 스웨터나 내의류, 양말 정도의 생산에 머물러 있던 것에 비해 최근 포멀웨어(formal wear), 타운웨어(town wear), 스포츠웨어(sports wear)로 까지 확산되었으며, 대부분 내의부분으로만 알려져 있던 환편(丸編)니트의 아웃웨어(out wear) 출현으로 니트웨어는 우리 생활에 없어서는 안될 중요한 위치를 차지하고 있

다.

이와 같이 변화하는 추세에 맞추어 본 연구는 니트웨어의 지식을 넓히고 보다 나은 활성화를 위해 니트웨어에 대한 소비자성향 실태와 업체현황을 연구하고자 한다. 연구방법은 니트웨어의 이해를 돕기 위해 각종 문헌 및 논문, 잡지, 사진 등을 통하여 니트웨어의 정의 및 특성, 변천과정, 조직의 종류에 대한 일반적 고찰을 하고, 국내 니트산업의 도입 및 현황에 관한 자료를 이용하여 니트웨어 업체의 전반적인 흐름을 살펴보고자 한다.

소비자성향 실태조사는 서울에 거주하는 여대생과 주부를 대상으로 설문지를 통하여 조사·분석하여 니트웨어에 대한 인식, 선호, 구매시 선택 기준, 관리 등을 알아보고, 우리나라에서 여성용 니트웨어를 생산·판매하는 전문업체를 대상으로 니트웨어에 대한 생산 및 구성비율을 알아봄으로써 소비자들이 니트웨어에 대해 보다 합리적인 의생활을 할 수 있도록 하며 니트산업이 지향해야 할 방향을 제시하는 데 도움을 주고자 한다.

## II. 니트웨어의 일반적 고찰

### 1. 니트웨어의 정의 및 특성

니트란 니팅(knitting)과 관련된 용어로 메리야스, 편성물, 편물, 편직 등 여러말로 통용<sup>1)</sup>되고 있으며, 니팅(knitting)이라고 하는 단어는 산스크리트어(梵語)의 그물이나 실을 짜거나, 바구니를 뜨는 것이라고 하는 의미를 가진 「Nahyat」라는 단어에서 어원을 찾을 수 있다. 고대 단어에서는 「Cynttan」 「knotten」 등으로 「꼭 연결한다」 또는 「서로 연결하여 합한다」라는 의미를 나타내는데 사용되고 있다.<sup>2)</sup> 즉, 니트는 고리(loop)를 기본으로 해서 연결하여 한 가닥의 실로부터 이루어지는 것으로 실로 뜨는 모든 것을 말하며, 레이스 뜨기나 망 또는 다른 수예편물 등의 전부가 포함된다.<sup>3)</sup>

#### 1) 신축성

니트의 대표적인 특성의 하나로, 편환(loop)이 연결되어 구성된 천으로 직물에 비하여 자유도가 크며, 외력이 가해지면 쉽게 그 방향으로 변형되고 외력이 제거되면 원상태로 쉽게 회복된다.<sup>4)</sup>

#### 2) 다공성

구조상 같은 소재의 직물에 비하여 실과 실 사이의 간격이 큰 다공성 구조로 되어있다. 따라서 통기성이나 보온성이 직물보다 크다.

#### 3) 성형성

편성과정 중에 천의 폭을 증감시키거나 필요한

곳에 부가 접속시켜 바라는 형태로 만들 수 있다. 양말이나 스웨터는 이러한 제조상의 기능을 이용해서 만든 성형제품의 대표적인 예이다.<sup>5)</sup>

#### 4) 드레이프성

신축성이 크고 부드럽기 때문에 뛰어난 드레이프성을 발휘하며 착용하는 사람의 신체를 아름다운 맵시로 돋보이게 한다.<sup>6)</sup>

#### 5) Run

직물과는 달리 한개의 코가 끊기면 잇달아 코가 풀리는 결점이 있다. 이것을 run이라고 한다. 이 현상을 저지시키는 방법은 합성수지로 접착시키는 Non Run가공이 이용되고 있다.<sup>7)</sup>

#### 6) Curl-Up

대부분의 니트는 가장자리가 휘말리는 성질이 있다. 이것을 컬업(Curl-Up)이라고 하며 이로 인하여 재단과 봉제의 어려움이 있다.

#### 7) 내마찰성

마찰에 대해 매우 약해 내구성이 적은 편이며, 필링이 생겨 표면형태에 변화가 생기기 쉽다.<sup>8)</sup>

## 2. 니트웨어의 변천과정

### 1) 니트웨어의 발생

니트의 발전은 사회의 풍속과 중요한 관계를 맺고 있으며, 대부분 우리들의 살고있는 시대와 지역의 영향을 받아왔다.

니트가 언제부터 인류의 의복으로서 등장했는

1) 한국섬유공학회, 「섬유제품지침서-스웨터」(서울: 한국섬유산업연합회, 1988), p.7.

2) E. Harlow, 「The Art of Knitting」(東京: 우오그社, 1979), p.10.

3) 실바編物研究會, 「編物教科書」(東京: 실바編物研究會 總本部, 1969), p.2.

4) 한국의류 시험 검사소, 「스웨터제품의 소비자 상품학」, 「의류기술」, 1987, 12월, p.27.

5) 김석근, 「메리야스 공학」(서울: 문운당, 1991), p.2.

6) 한국섬유공학회<sup>2)</sup>, 「섬유제품기술지침서-편물제셔츠」(서울: 한국섬유산업연합회, 1987), p.7.

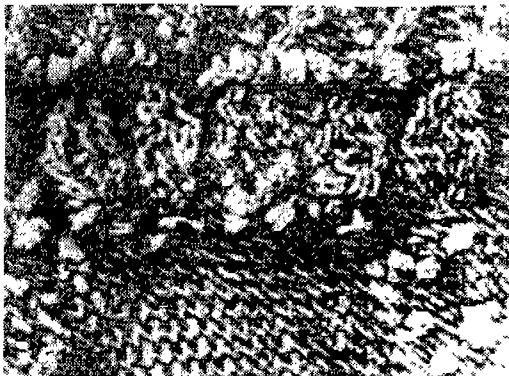
7) 남상우, 「피복재료학」(서울: 수학사, 1980), p.224.

8) 김성연, 「피복재료학」(서울: 교문사, 1986), p.318.

지 정확히 알려져 있지는 않지만 독일의 민속학자인 리프스(Rips)는 뜨는 것과 짜는 것은 인류에 알려진 가장 오래된 두가지의 수공이며, 바구니나 광주리 같은 용기를 만드는데 이용됨으로써 편물의 기술적 원리를 얻었다고 말하고 있다.<sup>9)</sup> 이러한 뜨는 것과 짜는 것에 대해서 어느 것이 먼저 발생했는지 정확한 정설은 없지만 편물이 직물보다 먼저 시작된 것으로 보고 있다.<sup>10)</sup>

1946년 잉카제국의 「와가 리쁘엔다」의 유적지에서 약 3000개의 섬유제품이 발굴되었는데 그 4분의 3은 “안데스지대”에서 오래전부터 사용되고 있는 편물로 이 지대는 기원전 2370년-2578년으로 추정되고 있다.<sup>11)</sup>

뜨기방법의 초기 발달 형태로서는 북유럽의 스프랑(Sprang)이 있다. 이것은 짜여진 울이 두드러진 천으로 직물보다 더욱 탄력이 풍부하며, 스프랑의 기원은 대체로 기원전 1500~1000년이라 생각되고 편물과 대단히 닮았다(그림 1).



〈그림 1〉 Sprang의 부분확대(シルバ編物研究會, 「編物教科書」, p.3)

2) 고대

편물의 발상지로 여겨지는 중동지역의 근방에서 기원 후 4~5세기경의 가장 오래된 편물로 여겨지는 단편인 물품이 발견되었다.<sup>12)</sup>

최고의 유물은 기원전 5000년대로 추정되는 고대 이집트의 피라미드에서 발견된 레이스 편물로 생각되며<sup>13)</sup>, 이집트의 바나샤(Bahnasa)에서 발견된 완전히 원형을 따서 뜬 곱트(Coptic)인의 양말은 4세기 전후의 것으로 곱트양말(Coptic Sock)이라고 불리고 있다. 이것은 발목위까지 오며 엄지 발가락을 위한 부분이 있는데 이 부분은 아마 샌들의 가죽끈의 편의를 도모하기 위한 것이라 보여진다<sup>14)</sup>(그림 2).



〈그림 2〉 양모로 만들어진 양말 (R. Rutt, A History of Hand Knitting, p.31)

2세기 중반이전의 것이라 확인되어진 고대 시리아의 고도(古都) 듀라·유로바(Dura-Europos)에서 발견한 세개의 편물조각은 크로스 이스트스 티치(동방의 십자수)라 이름 붙여진 기법으로 되어있다.<sup>15)</sup>

9)シルバ編物研究會, 전계서, p.5

10) 이순홍 외, 「편물」(서울: 문교부, 1987), p.3

11)シルバ編物研究會, 전계서, p.4

12) E. Harlow, 전계서, p.49.

13) 이순홍, 「기초편조」(서울: 성신여자대학교 출판부, 1979), p.1

14) R. Rutt, A History of Hand Knitting(London: B.T. Bastsford Ltd. 1987), p.31.

15)シルバ編物研究會, 전계서, p.4

## 3) 중세 및 근세

편물이 세계에 널리 퍼진 것은 7세기 중엽 아랍인들이 이집트를 정복함으로써 편물기술이 유럽에 전파되었으며, 8세기에는 발달된 이슬람양식의 문화가 스페인에 최초로 영향을 끼쳤다.<sup>16)</sup>

로마네스크시대에 속하는 이슬람양식의 니트웨어는 모두 정교한 무늬뜨기의 것이며, 아라비아아문자가 도안되었다.

스페인에 들어온 비단이나 금사로 짜여진 편물은 이태리로 전해졌으며, 이와같은 편물은 일부 상류계층의 사치품으로 사용되었으나 14~15세기에서 16세기를 걸쳐서 일반인에게 알려졌다.<sup>17)</sup>

1417년경부터 시작된 독일의 편물은 대체로 양모를 엮어서 사용하였으며 이 시대의 편물은 대부분 종교관과 관계가 있는 것으로 성모마리아가 네



〈그림 3〉 편물을 하는 성모 (E. Harlow, The art of Knitting, p.15)

개의 바늘을 사용하여 편물을 하는 모습의 그림은 편물의 방법과 편물이 여성에 의해 집에서 이루어진 것이라는 점을 보여주고 있다(그림 3).

프랑스에서는 대규모의 편물공업이 발달하여 16세기 중엽까지 양모와 마를 사용한 양말을 만듦었으며, 1527년 처음으로 파리에서 실크와 양모제품의 양말을 판매하는 산업이 시작되어 길드가 활성화되었다.

영국의 편물은 15세기말경에 사용되었으며, 일반인이 편물로 된 긴 양말을 신게 된 것은 1577년부터 1587년 사이<sup>18)</sup>이며 16세기 중엽이 되면서 영국에도 스페인으로부터 실크양말이 들어왔다.

편물의 기술적인 발달은 다리에 잘 맞는 양말의 착용을 가능하게 하였으며<sup>19)</sup> 이 당시는 양말만이 편물이었던 것이 아니고 편물로 된 모자와 상의도 제작되었다.

1589년 영국인 목사 윌리엄 리(Willam Lee)에 의해 세계에서 처음으로 양말기계가 발명되었다<sup>20)</sup>. 18세기에 리브편기가 발명되었고, 에드몬드 카렌(Edmond Carne)에 의해 경편기가 발명되었으며<sup>21)</sup> 현재도 명칭이 남아있는 풀패션(Full Fashion)편기가 발명되어 영국을 중심으로 제편 산업 발전에 이바지 하였다.

## 4) 현 대

기계편물의 발명으로 수편물이 쇠퇴되었으나 19세기 후반이 되면서 자연주의를 배경으로 수편물이 다시 부활하게 되어<sup>22)</sup> 편물에 관한 각종 잡지나 교본이 출판되기 시작하였다. 패션으로서의 니트웨어에 대한 인식은 취미로써 가능해진 손뜨개의 폭넓은 대중화를 가져오게 하였다.

16) 상계서, p.5

17) シルバ編物研究會, 전계서, p.6

18) 상계서, p.7.

19) J. T. Millington and S. Chapman, Four Centuries of Machine knitting(Leicester : knitting International, 1989), p.26

20) シルバ編物研究會, 전계서, p.9

21) 김석근, 전계서, p.12.

22) シルバ編物研究會, 전계서, p.9

제1차 세계대전을 계기로 소품이나 속옷의 범위에 머물렀던 편물이 복장의 유행으로 등장하기 시작했으며, 스포츠에 적당한 따뜻하고 편안한 니트웨어는 부유한 계층사람들의 생활에 있어서 새로운 요소가 되었다.<sup>23)</sup>

그리고 기능주의의 발전과 함께 실용적인 니트웨어를 선호하게 되었으며 그 유행의 세계에 처음 니트웨어를 끌어들이는 것은 1920년대 프랑스 디자이너 샤넬(Chanel)이었다<sup>24)</sup>. 샤넬은 울저지(wool jersey)와 여성복지 사용을 일반화시키고 편물을 포멀웨어(formal wear)로 입게 하는데 기여하였다.

또한, 각종 편기들이 개발되어 전시스템의 자동화와 컴퓨터를 사용한 편기에 이르기까지 매우 많은 발전을 가져왔으며 현재 니트웨어의 다양화, 고급화에 이르게 되었다.

### Ⅲ. 니트산업의 현황

#### 1. 니트산업의 도입 및 현황

우리나라의 니트산업이 뿌리를 내리기 시작한 것은 1870년경 천주교 신부에 의해 양말의 수편기술이 도입된 시기부터였다. 1919년 미국산 자동양말기계를 도입함으로써 시설의 자동화가 이루어지기 시작하였으며<sup>25)</sup>, 1910년 이후부터 각종 외산편기를 도입한 이래 8.15해방 직후부터 환편기, 횡편기, 장갑편기 등이 보급되었다. 이로 인하여 우리나라 니트산업은 1900년 초반 소규모의 수제품 제조로 시작하여, 1950년대까지는 주로 가내공업형태 중심이었고 1962년 제1차 경제개발계획의 추진에 따라 니트산업이 수출전략산업의 하나로

육성<sup>26)</sup>되기 시작함으로써 고도의 성장기를 맞이하게 되었다.

우리나라 편직제조시설의 노후도는 85년 이후 77.6%를 기록하여 섬유분야 중 가장 심각한 현상을 보였다. 그러나, 최근 국내 편직업체는 87년 이후 정부로부터 지원을 받아 외산자동화 설비도입 등으로 5~6년전 70~80%에 이르렀던 설비 노후도는 50~60%선까지 현저히 낮아지는 추세를 보이고 있다<sup>27)</sup>.

국내 스웨터업체들이 보유하고 있는 컴퓨터 횡편기는 모두 86대에 달해 85년도 5~6백대 수준에서 크게 늘어나고 있는 추세를 보이고 있어, 연간 도입추세로 보아 오는 90년대 말에는 1천대 수준을 넘어설 것으로 보인다<sup>28)</sup>.

이같이 컴퓨터편기의 도입량이 크게 늘어나고 있는 것은 국내 니트업체들이 수출이나 내수를 포함, 생산설비를 컴퓨터화하여 실제 자동화된 컴퓨터편직기로 품질의 고급화에 따른 발전된 패턴과 다양한 디자인의 니트제품들을 만들고 있기 때문이다. 디자인과 색상이 기하학적으로 패셔너블하게 변하면서, 생산성 향상과 가격절감을 위한 자동 컴퓨터기종과 CAD의 보급은 니트패션의 발달을 진일보시키고 첨단기술로 전환된 섬유산업의 패션화에 중요한 역할을 담당하게 될 것이다.

#### 2. 니트웨어 및 업체 현황

니트웨어에 대한 구매력이 확대되면서 니트웨어의 국내 업체규모가 점진적으로 넓어지고, 받쳐입는 옷으로 인식되어 온 니트웨어는 대형 메이커들의 진출과 전문업체들의 활기찬 시장확대로 각광 받기 시작했다.

23) Richard Rutt, 전계서, p.138.

24) 실바編物硏究會, 전계서, p.10

25) 직업훈련연구소, 「편물」, (서울: 한국직업관리공단, 1989), p.2

26) 산업연구원, 「니트산업의 구조와 발전방향」(서울: 산업연구원, 1987), p.19.

27) 한국섬유산업 연합회, 「니트공업」, 「섬유년감」(서울: 한국섬유산업연합회, 1991), p.139.

28) 대한 메리야스 연합회<sup>3)</sup>, 「90년대 국내편직산업 설비」, 「니트산업」, 1990. 1·2월, p.40

70년대 전에는 주텍가를 중심으로 맞춤전문점이 시장을 좌우해 왔으며, 74~76년에는 수출 스웨터업체들의 호황과 함께 보세품이 주류를 이루었다. 그러던 것이 보세 스웨터와 달리 고급품으로 첫선을 보인 업체들이 등장하기 시작해 전문 니트웨어업체들이 증가하게 되었다.

이러한 전문 니트업체의 등장으로 인한 80년대 니트웨어의 대표적인 변화는 인어웨어(inner wear)에서 아웃웨어(out wear)로의 변화이다. 그러나 선진 외국의 경우에는 구성비가 각각 50%로 같은 수준을 차지하고 있는 것에 반해 국내 니트업체의 경우는 인어웨어가 70%, 투피스·원피스·점퍼·하프코트류가 30%인 것이 일반적인 현상<sup>29)</sup>으로 80년대는 아직 본격적인 아웃웨어화에는 미치지 못하고 있었다.

80년대 이후에 유행하기 시작한 니트셔츠는 70년대 초에 외의(外衣)에 받쳐입는 정도에서 벗어나지 못했으나 80년대의 내수 정착과 해외 진출이라는 중요한 분기점<sup>30)</sup>을 맞이하여 각광받는 니트셔츠로 발돋움하기 시작했다.

또한 레저·스포츠활동으로 여가를 즐기는 라이프 스타일이 정착된 90년대에 접어들면서 국내 니트업체는 많은 변화를 보이고, 최근에 나타난 주변환경의 변화로 이지웨어붐(easy wear boom)과 함께 편안하고 활동성이 있는 니트웨어 소재가 부각되었다. 연령에 있어서도 40·50대의 한정된 부인층에서 20·30대의 젊은층까지 폭넓게 조정<sup>31)</sup>되었으며, 소득이 향상됨에 따라 리조트웨어가 급성장하여 스포츠 니트웨어가 새로운 니트웨어로 정착되었다.

최근 업체에서는 니트웨어를 기존의 세트(Set) 판매위주의 생산방식체제에서 단품위주의 니트웨

어 생산방식체제로 바뀌어 코디네이션화가 대두되고 있으며<sup>32)</sup>, 90년대 니트웨어 업체의 주요흐름이라고 할 수 있는 환편(丸編)니트웨어는 이지웨어선풍이 불면서 환편니트원단(Circular Knitting)소재 의류에 대한 관심이 집중되었다.<sup>33)</sup> 착용감이 편하고 개성을 표현하는 패션성이 강한 환편니트웨어는 가벼운 외출복에서 실내복의 기능성을 갖춘 여성복으로 정착되어 많은 환편니트웨어 업체가 등장하게 되었다.

90년대 중반에 접어들면서 니트웨어의 중요성이 재인식되어 각 업체들의 니트비중이 높아가고 있으며, 니트전문업체 뿐만 아니라 일반 의류업체에서까지 니트의 비중이 낮은 업체에서는 20%, 높은 업체에서는 50%이상 늘리고 있어<sup>34)</sup> 니트웨어가 널리 확산되고 있음을 알 수 있다.

#### IV. 니트웨어의 소비자성향 실태와 업체조사 분석

##### 1. 니트웨어의 소비자성향 실태조사 분석

###### 1) 조사대상 및 방법

본 연구의 조사대상은 서울에 거주하고 있는 여대생과 주부를 대상으로 제한하였으며, 예비조사를 실시한 후 미비한 점을 수정·보완하여 1994년 2월 20일~3월 10일까지 총 400부를 배포하여 360부를 회수하였다(회수율 90.0%).

그중 대답이 불성실하게 기재된 자료를 제외한 총 339부를 본 연구의 통계처리에 사용하였다.

본 연구의 자료분석은 SAS프로그램을 사용하여 빈도, 백분율(%)을 산출하였고  $\chi^2$ 검증(chi-square test)을 실시하였다.

29) 대한메리야스 연합회<sup>4)</sup>, "스웨터내수시장 활로가 열렸다", 「니트산업」, 1986, 1·2월, pp.36~37.

30) 대한메리야스 연합회<sup>5)</sup>, "니트 스포츠셔츠", 「니트산업」, 1986, 5·6월, pp.50~51.

31) "92 섬유경기 전망과 전략", 「섬유저널」, 1992, 1월, p.242.

32) 어패럴유통정보사, "블룸커지는 니트상품 코디화로 신수요창출", 「패션마케팅」, 1993, 8월, pp.124~125.

33) 대한메리야스연합회<sup>6)</sup>, "국내 환편니트", 「니트산업」, 1992, 8월, p.53.

34) 패션정보사, "니트가 부상하고 있다", 「패션투데이」, 1994, 3월, p.110.

설문지의 내용중 조사 대상자의 일반적 사항에는 연령, 학력, 가족수입, 직업 등의 4개문항이 포함되어 있으며, 니트웨어에 대한 인식과 소유 및 착용에 관한 문항은 8개가 포함되어 있다. 니트웨어의 선호에 관한 5개문항과 니트웨어 구입시 선택기준, 경제성에 관한 것은 7개문항으로 구성하였으며, 니트웨어의 관리에 관한 것은 6개문항으로 구성하였다.

본 조사 대상이 여대생과 주부들로 한정되었기 때문에 우리나라 여성전체의 의견이라 보기 어려우며 일반화하는데 제한점을 갖고 있다.

2) 조사결과와 분석

조사 대상자의 일반적 사항은 통계처리시 빈도 균형을 위해 연령분포는 20대(44.8%), 30대(24.8%), 그리고 40대 이상(30.4%)으로 분류하였으며, 학력별 분포는 고졸이하(39.3%), 대학재학생(38.1%), 그리고 대졸 이상(31.6%)으로 분류하였다. 수입별로는 150만원 미만(28.5%), 150~250만원 미만(44.8%), 250만원 이상(25.7%)으로 분류하였으며, 직업별로는 학생(40.7%)과 직장을 가지고 있는 직장인 주부(23.0%)와 직장을 가지고 있지 않은 주부(36.3%)로 분류하였다.

(1) 니트웨어의 인식과 소유 및 착용실태

<표 1> 니트웨어로 가장 먼저 인식되는 스타일

선택문항	N.%	N	%
티셔츠		168	15.9
폴오버		299	28.2
가디건 및 조끼		400	37.8
원피스		52	4.9
자켓 및 하프코트		91	8.6
스커트		45	4.2
바 지		4	0.4
전 체		1,059	100.0

\*다답형 문항

니트웨어에 대한 인식에 대해서 살펴보면, 니트웨어로 가장 먼저 인식되는 스타일은 <표 1>에 나타난 바와 같이 가디건 및 조끼가 가장 많이 나타났고, 폴오버(28.2%), 티셔츠(15.9%), 자켓 및 하프코트(8.6%) 순으로 나타났다. 그러나, 이에 비해 가장 많이 보유하고 있는 니트웨어를 보면 티셔츠를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타나서(표 4) 응답자들은 소유상태와 관계없이 티셔츠류를 니트웨어로 크게 인식하지 못하고 있음을 알 수 있다.

니트웨어에 대한 범위에 대해서는 「외의만을 말한다」가 57.8%로 가장 높게 응답하였고, 「외의와 내의, 각종 양말과 장갑, 츄리닝 및 각종 운동복도 포함한다」는 25.7%로 나타나 아직까지 많은 사람들이 니트웨어에 대한 범위를 외의(外衣)만으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

니트웨어의 계절적인 느낌에 관한 질문에 있어서는 「사계절 모두 입는 옷이다」가 62.2%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 「봄·가을 옷이다」가 24.8%로 나타났다.

<표 2>는 니트웨어에 대한 계절적인 느낌과 일반적 사항과의 관계를 살펴본 것으로, 연령과 학력에서  $p < .001$  수준에서 유의한 관계가 있었다.

연령별로는 20대가 사계절 모두 입는 옷으로 가장 높게 인식하고 있으며(75.7%), 40대 이상은 다른 연령대에 비해 봄·가을 옷으로도 높게 인식하고 있었다(35.0%). 또, 학력별은 고졸이하가 「봄·가을 옷이다」라고 39.2%로 인식하고 있으며, 대학 재학생(74.4%)이나 대졸이상(70.4%)은 거의 사계절 모두 입는 옷으로 인식하고 있는 것으로 나타났다(표 2). 이것은 그동안 니트웨어를 겨울옷으로 생각해 왔던 개념에서 많이 바뀌었음을 알 수 있다.

직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

니트웨어에 대한 장점을 직물로된 옷과 비교했을 때 학력과 니트웨어의 장점과의 관계에서  $p < .05$  수준에서 유의한 관계가 있었다. 고졸이하의

<표 2> 연령별·학력별과 니트웨어에 대한 계절적인 느낌과의 관계

Col(%)

일반적 사항 구분	연 령			학 력			전 체
	20대	30대	40대 이상	고졸 이하	대 재	대졸 이상	
겨울옷이다.	11 (7.2)	13 (15.5)	20 (19.4)	23 (22.5)	9 (7.0)	12 (11.1)	44 (13.0)
봄·가을 옷이다.	26 (17.1)	22 (26.2)	36 (35.0)	40 (39.2)	24 (18.6)	20 (18.5)	84 (24.8)
사계절 모두 입는 옷이다.	115 (75.7)	49 (58.3)	47 (45.6)	39 (38.3)	96 (74.4)	76 (70.4)	211 (62.2)
전 체	152 (100.0)	84 (100.0)	103 (100.0)	102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=24.703, \chi^2=37.005, ***p<.001$

응답자들은 「활동하기 편리하다」에 37.3%의 반응을 보여 주로 활동성과 관련된 것을 장점으로 인식하고 있었고, 대학재학생(34.1%)과 대졸이상(37.0%)의 응답자들은 「부드럽고 따뜻하다」로 인

식하는 것으로 나타났다(표 3).

연령, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

<표 3> 학력과 니트웨어의 장점과의 관계

Col(%)

선택문항	구분	고졸이하	대 재	대졸이상	전 체
활동하기 편리하다.		38 (37.3)	34 (26.4)	30 (27.8)	102 (30.1)
착용감이 좋다.		11 (10.8)	25 (19.3)	20 (18.5)	56 (16.5)
구김이 안가 착용하기 쉽다.		30 (29.4)	26 (20.2)	18 (16.7)	74 (21.8)
부드럽고 따뜻하다.		23 (22.5)	44 (34.1)	40 (37.0)	107 (31.6)
전 체		102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=13.548, *p<.05$



또, 니트웨어가 더욱 대중화되기 위한 증점사항에 관한 응답은 「다양한 디자인과 상품」이 45.1%로 가장 높게 나타났으며, 「가격인하」, 「품질향상과 고급화」, 「소재의 다양화」 순으로 나타났다. 소유하고 있는 니트웨어의 벌수를 살펴보면, 티

셔츠는 5벌 이상 소유하고 있는 응답자가 가장 많았고, 풀오버는 3~4벌 소유하고 있었으며 그외의 스타일은 대부분 1~2벌 소유하고 있는 것으로 나타나 전체적으로 단품류를 많이 소유하고 있음을 알 수 있다(표 4).

<표 4> 니트웨어의 스타일별 소유벌수

Col(%)

스타일 \ N, %	1~2벌		3~4벌		5벌 이상		전 체	
	N	%	N	%	N	%	N	%
티셔츠	54	16.6	84	25.9	187	57.5	325	100.0
풀오버	87	27.2	125	39.0	108	33.8	320	100.0
가디건	178	59.0	103	31.1	21	6.9	302	100.0
조끼	196	61.4	28	8.8	95	29.8	319	100.0
원피스	112	88.1	12	9.5	3	2.4	127	100.0
자켓 및 하프코트	114	75.5	24	15.9	13	8.6	151	100.0
스커트	126	72.4	35	20.1	13	7.5	174	100.0
바지	55	58.0	20	21.0	20	21.0	95	100.0

\* 다답형 문항

니트웨어 착용시 외형상 원하는 스타일에 관한 질문에 대해서는 「우아하고 여성적으로 보이길 원한다」고 답한 응답자가 45.7%로 가장 많이 나타

났고, 일반적 사항과의 관계를 살펴보면, 연령과 직업에서  $p < .001$  수준에서 유의한 관계가 있었다. 연령별로 보면, 20대는 스포티하고 캐주얼하게

<표 5> 연령별 · 직업별과 니트웨어 착용시 외형상 원하는 스타일과의 관계

Col(%)

일반적 사항 \ 구분	연령			직업			전체
	20대	30대	40대 이상	학생	직장인 (주부)	주부	
선택문항							
우아하고 여성적으로 보이길 원한다.	57 (37.5)	40 (47.6)	58 (56.3)	52 (37.7)	38 (48.7)	65 (52.9)	155 (45.7)
스포티하고 캐주얼하게 보이길 원한다.	72 (47.3)	33 (39.3)	20 (19.4)	67 (48.6)	30 (38.5)	28 (22.8)	125 (36.9)
보다 젊어 보이거나 어려 보이길 원한다.	3 (2.0)	7 (8.3)	19 (18.5)	2 (1.4)	8 (10.2)	19 (15.4)	29 (8.6)
별로 신경쓰지 않는다.	20 (13.2)	4 (4.8)	6 (5.8)	17 (12.3)	2 (2.6)	11 (8.9)	30 (8.8)
전체	152 (100.0)	84 (100.0)	103 (100.0)	138 (100.0)	78 (100.0)	123 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2 = 43.344, \chi^2 = 35.866, ***p < .001$

보이길 원하고 있으며(47.3%), 30·40대 이상은 우아하고 여성적으로 보이길 원하는 것으로 나타났다.

이것은 젊은층이 대담하고 패셔너블한 스타일을 선호하며 캐주얼, 스포티한 스타일을 원하는 반면에 나이가 들수록 클래식한 스타일을 선호하며 정장의 스타일을 원하는 것으로 나타난 조규화<sup>35)</sup>의 연구와 관련이 있는 것으로 여겨진다.

직업별로는 학생이 스포티하고 캐주얼하게 보이길 원하는 것으로 나타났다(48.6%), 주부는 직장의 유무에 관계없이 우아하고 여성적으로 보이

길 원하며 직장인(주부)이 주부보다 더 높은 비율로 스포티하고 캐주얼하게 보이길 원하는 것으로 나타나 밖에서 활동하는데 있어 편안하고 부담없이 보이길 원하는 것으로 나타났다(표 5).

학력, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

니트웨어를 착용하는 경우는 「외출시 캐주얼 차림으로 착용한다」가 55.8%로 가장 높게 나타났으며, <표 6>은 니트웨어를 착용하는 경우와 일반적 사항과의 관계를 살펴본 것으로 연령과 직업에서  $p < .001$ 수준에서 유의한 관계가 있었다.

<표 6> 연령별·직업별과 니트웨어를 착용하는 경우와의 관계 Col(%)

일반적 사항 구분	연령			직업			전체
	20대	30대	40대 이상	학생	직장인(주부)	주부	
외출시 정장차림으로 착용	9 (5.9)	36 (42.9)	50 (48.5)	8 (5.8)	38 (48.7)	49 (39.8)	95 (28.0)
외출시 캐주얼 차림으로 착용	126 (82.9)	40 (47.6)	23 (22.3)	117 (84.8)	30 (38.5)	42 (34.1)	189 (55.8)
집에서 일상복으로 착용	13 (8.6)	7 (8.3)	22 (21.4)	9 (6.5)	10 (12.8)	23 (18.7)	42 (12.4)
운동시 스포츠웨어로 착용	4 (2.6)	1 (1.2)	8 (7.8)	4 (2.9)	0 (0.0)	9 (7.4)	13 (3.8)
전체	152 (100.0)	84 (100.0)	103 (100.0)	138 (100.0)	78 (100.0)	123 (100.0)	339 (100.0)

$$x^2=20.574, x^2=92.710, ***p<.001$$

먼저 연령별 니트웨어를 착용하는 경우를 살펴보면, 20대는 외출시 캐주얼 차림으로 착용하는 경우가 82.9%로 가장 높게 나타났고, 40대 이상은 정장차림으로 착용하는 경우가 48.5%로 나타났다.

직업별로는 학생의 대부분이 외출시 캐주얼 차림으로 착용하는 것으로 나타났으며, 직장인(주부)이 주부보다 더 높은 비율로 정장차림을 하는

것으로 나타났다(표 6).

학력, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

(2) 니트웨어의 선호

니트웨어에 대한 선호도에 있어서 니트웨어를 선호하는 이유는 「편하고 활동적이기 때문에」가 47.0%로 가장 높았고 「자신의 개성을 잘 나타낼 수 있기 때문에」가 28.6% 나타났다. 반면에 선호

35) 조규화, 「현대여성의 소비실태 : 서울시내 거주 18~47세의 패션의식을 중심으로」(서울 : 한국패션협회, 1993), p.51.

하지 않는 이유는 「체형의 곡선이 너무 드러나 보이기 때문에」라고 대답하였다. 이것은 니트의 주요 특성인 신축성이 각각의 이유로 가장 크게 작용했음을 알 수 있다.

그리고, 횡편 니트웨어<sup>36)</sup>의 선호도에 대한 질문에 있어서, 직업별 횡편니트웨어와 환편니트웨어에 대한 선호와의 관계에서  $p < .001$  수준에서 유의한 관계가 있었다.

학생은 환편니트웨어를 더 많이 선호하고(44.2%), 주부는 직업의 유무에 관계없이 횡편니트웨어를 더 많이 선호하는 것으로 나타났다. 환편니트웨어에 있어서는 직장인(주부)보다 주부가 더 많이 선호하는 것으로 나타나 편안한 일상복으로 착용하고 있음을 알 수 있다(표 7).

연령, 학력, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

<표 7> 직업과 횡편니트웨어와 환편니트웨어 선호와의 관계 Col(%)

선택분향	구분	학 생	직장인 (주부)	주 부	전 체
횡편니트웨어를 더 많이 선호한다.		46 (33.3)	50 (64.1)	63 (51.2)	159 (46.9)
환편니트웨어를 더 많이 선호한다.		61 (44.2)	11 (14.1)	38 (30.9)	110 (32.4)
거의 비슷하게 선호한다.		31 (22.5)	17 (21.8)	22 (17.9)	70 (20.7)
전 체		138 (100.0)	78 (100.0)	123 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=25.609, ***p<.001$

그중 환편니트웨어를 선호하는 이유는 「일상복과 가벼운 외출복을 겸할 수 있다」라고 41.4%가 응답했으며, 「편안한 실루엣으로 활동성이 크다」라고 응답한 사람도 36.7%나 되었다.

선호하는 니트웨어의 무늬를 살펴보면, 조그만 무늬가 반복되어 있는 것(49.0%)을 가장 선호하였고, 아란무늬(새끼뿔 무늬) 같은 입체감 있는 무늬도 많이 선호하는 것으로 나타났다. <표 8>은 선호하는 니트웨어 디자인과 일반적 사항과의 관계를 살펴본 것으로 연령과 학력에서  $p < .001$  수준에서 유의한 관계가 있었다.

먼저, 연령별 선호하는 니트웨어 디자인에 있어서 20·30대의 대부분은 장식이 없는 단순한 디자인

을 선호하는 반면에 40대 이상은 색상이나 무늬가 다양한 디자인을 선호하고, 다른 연령에 비해 장식이 많이 부착된 디자인도 선호하는 것으로 나타나 연령에 맞고 그에 따른 소비자의 기호에 적합한 디자인이 제시되어야 함을 알 수 있다.

학력에 있어서는 고졸 이하의 응답자가 색상이나 무늬가 다양한 디자인을 선호하는 것(46.1%)으로 나타났다(표 8).

직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

새로 구입하고 싶은 니트웨어의 종류에 대한 응답을 살펴보면, 가디건을 새로 구입하고 싶다고 답한 응답자가 21.5%로 가장 높았고, 자켓 및 하

36) 횡편니트웨어 : 일반스웨터나 가디건 같은 니트웨어로 털실로 짠 것.  
 37) 환편니트웨어 : 티셔츠, 유리닝 같은 원단으로 만들어진 니트웨어

<표 8> 연령별·학력별과 선호하는 니트웨어 디자인과의 관계

Col(%)

일반적 사항 구분	연 령			학 력			전 체
	20대	30대	40대 이상	고졸 이하	대 재	대졸 이상	
장식물이 많이 부착된 디자인	2 (1.3)	2 (2.4)	14 (13.6)	9 (8.8)	2 (1.6)	7 (6.5)	18 (5.3)
장식이 없는 단순한 디자인	112 (73.7)	56 (66.7)	40 (38.6)	46 (45.1)	97 (75.1)	65 (60.2)	208 (61.4)
색상이나 무늬가 다양한 디자인	38 (25.0)	26 (30.9)	49 (47.6)	47 (46.1)	30 (23.3)	36 (33.3)	113 (33.3)
전 체	152 (100.0)	84 (100.0)	103 (100.0)	102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=41.471, \chi^2=23.430, ***p<.001$

프코트는 15.8%, 그리고 폴오버, 원피스, 투피스 순으로 나타났다. 가디건이나 폴오버뿐만 아니라 직물로 된 옷에서 많이 볼 수 있는 자켓 및 하프코트, 원피스 등을 새로 구입하고 싶은 것으로 나타나 스타일의 보편화가 이루어지고 있음을 알 수 있다.

(3) 니트웨어 구입시 선택기준과 경제성

니트웨어 구입시 선택기준에 있어서, 니트웨어를 구입하는 계절을 살펴보면, 주로 봄·가을에 구입하는 것으로 나타났으며, 니트웨어 구입시 선택하는 소재는 학력에서  $p<.001$  수준에서 유의한 관계가 있었다. 대졸 이상에서는 모 100%를 가장 많이 선택하였으며(50.0%), 고졸이하에서는 35.3%가 선택하였다. 대학재학생은 모혼방을 가장

<표 9> 학력과 니트웨어 구입시 선택하는 소재와의 관계

Col(%)

구분 선택문항	고졸이하	대 재	대졸이상	전 체
모 100%	36 (35.3)	24 (18.6)	54 (50.0)	114 (33.6)
면 100%	23 (22.5)	26 (20.2)	18 (16.7)	67 (19.8)
합성섬유	7 (6.9)	4 (3.1)	2 (1.9)	13 (3.8)
모혼방	24 (23.5)	50 (38.7)	25 (23.1)	99 (29.2)
면혼방	12 (11.8)	25 (19.4)	9 (8.3)	46 (13.6)
전 체	102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=34.163, ***p<.001$

많이 선택하였고 세탁하기 쉬운 면 100%나 면혼방도 비슷하게 선택하는 것으로 나타났다(표 9).

연령, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

그리고 니트웨어 선택시 가장 중요하게 생각하는 것을 살펴보면, 선택시에 디자인 및 색상을 가장 중요하게 생각하였으며(28.1%), 그 다음은 품질, 가격, 실용성, 세탁 및 관리성 순으로 생각하고 있었다.

니트웨어를 구입하는 장소로는 대부분 일반의류 판매점에서 구입하는 경우가 59.6%로 가장 높았고, 니트 전문브랜드에서 구입하는 경우도 38.1%로 높게 나타났다.

구입시 사이즈 선택에 대한 질문에 있어서 대부

분 직물로 된 옷보다 약간 여유있게 선택한다는 대답이 반 이상의 높은 비율을 나타내고 있으며, 직물로 된 옷과 비교해서 니트웨어의 경제적인 면과 일반적 사항과의 관계를 살펴보면, 연령에서  $p < .05$  수준에서 유의한 관계가 있었다.

대부분의 응답자들이 니트웨어의 경제적인 면을 유행에 그다지 민감하지 않아 오랫동안 입을 수 있는 것으로 인식하고 있었다. 이것은 니트웨어가 개성을 나타낼 수 있는 반면에 유행에 크게 좌우되지 않는 특성을 잘 나타내는 것이라 하겠다(표 10).

학력, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

<표 10> 연령과 니트웨어의 경제적인 면과의 관계

Col(%)

선택문항 \ 구분	20대	30대	40대 이상	전 체
사이즈에 구애받지 않고 누구나 다양하게 입을 수 있다.	41 (27.0)	24 (28.6)	34 (33.0)	99 (29.2)
유행에 그다지 민감하지 않아 오랫동안 입을 수 있다.	106 (69.7)	57 (67.9)	57 (55.3)	220 (64.9)
직접 떼서 입을 때 재생이 가능하다.	5 (3.3)	3 (3.5)	12 (11.7)	20 (5.9)
전 체	152 (100.0)	84 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=11.194, *p < .05$

(4) 니트웨어에 대한 관리

니트웨어의 품질표시 확인 여부를 살펴보면, 품질표시를 늘 확인하거나 때때로 확인하는 경우가 95.0%로 대부분이 품질표시를 확인하는 것으로 나타났으며, 학력과 니트웨어 구입시 품질표시 확인여부와와의 관계를 보면,  $p < .001$  수준에서 유의한 관계가 있었다. 대학재학생은 많은 숫자가 때

때로 확인하는 것으로 나타났으나 다른 학력층에서의 응답자 대부분은 구입시 품질표시를 늘 확인하는 것으로 나타났다(표 11). 이것은 일반의류에 있어서 대부분의 응답자가 품질표시를 반드시 확인하거나 비교적 하는 편으로 나타난 박찬애<sup>37)</sup>의 연구결과와 일치한다고 볼 수 있다.

연령, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로

38) 박찬애, "시판의류제품의 품질표시 실태와 소비자 태도에 관한 연구"(석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1989), p.26.

〈표 11〉 학력과 니트웨어 구입시 품질표시 확인여부의 관계

Col(%)

구분	고졸이하	대 재	대졸이상	전 체
선택문항				
늘 확인한다.	66 (64.7)	55 (42.6)	77 (71.3)	198 (58.4)
때때로 확인한다.	34 (33.3)	61 (47.3)	29 (26.8)	124 (36.3)
확인하지 않는다.	2 (2.0)	13 (10.1)	2 (1.9)	17 (5.0)
전 체	102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=27.035, ***p<.001$

〈표 12〉 학력과 니트웨어 세탁시 취급표시에 따른 세탁실태와의 관계

Col(%)

구분	고졸이하	대 재	대졸이상	전 체
선택문항				
세탁취급 표시대로 한다.	62 (60.8)	67 (51.9)	79 (73.1)	208 (61.4)
세탁취급 표시에 관계없이 주로 물세탁한다.	32 (31.4)	57 (44.2)	22 (20.4)	111 (32.7)
세탁취급 표시에 관계없이 주로 드라이클리닝 한다.	8 (7.8)	5 (3.9)	7 (6.5)	20 (5.9)
전 체	102 (100.0)	129 (100.0)	108 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=16.195, *p<.05$

로 나타났다. 그리고 품질표시 확인에 따른 표시 실태는 「표시가 잘못되거나 안되어 있는 것이 있다」가 52.6%로 높게 나타났고, 「표시가 잘되어 있다」에 응답한 사람도 42.4%로 높게 나타났다.

니트웨어 세탁시 취급표시대로 세탁하는지의 여부를 살펴보면, 「세탁취급 표시대로 세탁한다」가 61.4%로 높게 나타났으며, 학력과 세탁시 취급표시에 따른 세탁실태와의 관계에서는  $p<.05$ 수준에서 유의한 관계가 있었다.

〈표 12〉에서 보는 바와 같이 대부분 세탁취급

표시대로 세탁을 하는 것으로 나타났다(61.4%). 이것은 여대생을 대상으로 한 일반의류에 있어서 「세탁시 취급표시대로 따른다」(46.5%)는 조난연<sup>39)</sup>의 연구결과보다 높은 비율로 나타나 니트웨어에 대한 세탁방법의 중요성을 인식하고 있음을 알 수 있다.

그리고, 대학재학생은 다른 학력층에 비해 세탁취급 표시에 관계없이 주로 물세탁을 하는 것으로 나타나 소재 선택과의 관계에서 볼 때 물세탁하기 쉬운 모혼방이나 면 100%를 선택하는 것과 관련

39) 조난연, 「여대생 의복구매 행동과 Label에 관한 태도분석」, (석사학위논문, 경희대학교 대학원, 1986), p.73.

지어 생각할 수 있다(표 12).

연령, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

연령과 니트웨어의 건조방법과의 관계를 보면  $p < .05$  수준에서 유의한 관계가 있었다. 대부분의

응답자들은 그늘진 곳에 뉘어서 건조시키는 것으로 나타나 비교적 올바른 방법으로 건조시키는 것으로 나타났다(66.0%) (표 13).

학력, 직업, 수입과는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다.

<표 13> 연령과 니트웨어 건조방법과의 관계

CoI(%)

구분	20대	30대	40대 이상	전 체
선택문항				
옷걸이에 걸어서 건조시킨다.	28 (18.4)	24 (28.6)	20 (19.4)	71 (21.2)
그늘진 곳에 뉘어서 건조시킨다.	82 (54.0)	44 (52.4)	68 (66.0)	194 (57.4)
건조대에 널어서 말린다.	42 (27.6)	16 (19.0)	15 (14.6)	73 (21.6)
전 체	152 (100.0)	84 (100.0)	103 (100.0)	339 (100.0)

$\chi^2=10.067, *p<.05$

울 소재로 된 니트웨어의 보관실태를 살펴보면, 일반옷과 같이 방충제를 사용하여 보관하는 경우가 37.2%로 높게 나타났으며, 방충제를 사용하지 않고 옷장속에 보관하는 경우도 14.7%나 되었다. 그리고 직물로 된 옷과 비교한 니트웨어의 보관상 차이에 관한 질문에는 특별한 차이가 없다고 답한 응답자가 가장 많았다.

## 2. 니트웨어의 업체조사 분석

### 1) 조사대상 및 방법

본 연구에서는 니트전문업체를 선정하기 위하여 서울시내 유명 백화점 4곳(롯데, 신세계, 현대, 갤러리)에 입주하고 있는 니트업체의 점유율을 여성복·남성복별로 살펴보았다. 백화점 4곳에 1개 이상의 매장을 갖고 있는 국내 니트전문업체의 대표라고 할 수 있는 8개 업체(김매자 니트, 정호진

니트, 유상숙 니트, 멜리사, 모라도, 가르뜨니트, 브리앙뜨, 유미파레트)를 선정하여 1994년 3월 10일~25일 사이에 설문지법과 기획실무자와 직접 면접하는 방법으로 자료를 수집하여 분석하였다.

본 조사에서는 니트웨어를 판매하는 일반업체를 제외한 니트전문업체만으로 선정하였다.

### 2) 조사결과와 분석

각 백화점별 니트웨어 업체의 점유율을 살펴보면, 여성복인 경우, 각 백화점에서 의 니트웨어업체는 10~13%의 점유율을 차지하고 있었으며, 남성복인 경우는 17~27%의 점유율을 보이고 있었다. 남성복이 여성복보다 더 많은 점유율을 보이고 있는 것은 남성복인 경우 레저·스포츠웨어 특히 폴프웨어의 비중이 높게 차지하고 있기 때문이다.

<표 14> 백화점별 니트웨어 업체의 점유율

백화점	구 분	
	여성복(%)	남성복(%)
롯데	10.2	17.3
신세계	12.3	25.0
현대	12.8	17.5
갤러리	10.6	26.8

<표 15>는 니트전문업체들이 구성하고 있는 니트웨어의 구성비율을 살펴본 것이다.

각 업체의 니트(knit)와 직물(woven)의 비율을 살펴보면, 대부분 70~90% 정도의 니트 구성비율을 나타내고 있었으며 니트웨어와의 코디화 개념으로써 직물의 비율은 10~30% 정도로 구성하고 있었다. 그리고 횡편니트와 환편니트의 구성

비율은 거의 100%에 가깝게 횡편니트만을 구성하고 있는 것으로 나타났으며, 환편니트는 1~5%의 아주 적은 비율만을 구성하고 있었다.

니트웨어의 아이템별 구성비율은 풀오버가 거의 30% 이상으로 높게 나타났고, 가디건도 20% 이상의 비율을 보이고 있었으며 아이템 모두가 코디네이트 될 수 있는 단품위주로 구성되어 Set화 될 수 있도록 전개되어 있었다. 그리고, 소비자들의 니트웨어 스타일별 소유별수(표 4)와 관련지어 볼 때 풀오버, 조끼, 가디건 등을 많이 소유하고 있는 것으로 나타나 업체에서의 조끼 구성비율은 지금보다 많은 전개가 요구되고 있음을 알 수 있었다.

각 업체에서 사용하고 있는 소재비율을 살펴보면, 모 100%를 가장 많이 사용하고 있었으며 모혼

<표 15> 업체별 니트웨어에 대한 구성비율

문 항	브랜드	김매자니트	정호진니트	논노	제일모직	모라도	마리오	코오롱	유미어패럴
		김매자니트	정호진니트	유상숙니트	멜티사	모라도	카르뜨니트	브리앙뜨	유미파레트
니트와 직물의 구성비율	니트	90%	90%	90%	65%	70%	90%	50%	80%
	직물	10%	10%	10%	35%	30%	10%	50%	20%
횡편니트와 환편니트의 구성비율	횡편니트	100%	99%	99%	95%	99%	100%	100%	100%
	환편니트		1%	1%	5%	1%			
아이템 구성비율	풀오버		30%	32%		20%	30%	50%	30%
	가디건		25%	25%		25%	20%	20%	30%
	자켓	30%	15%	12%		13%			
소재별 구성비율	울 100%		70%	70%	50%	85%	50%	70%	30%
	아크릴 /울	50%	25%						30%
	합성섬유기타	50%		30%		5%	30%	30%	
제품 생산형태	자체생산	100%	50%	5%		50%	70%		90%
	하청업체		50%	95%	100%	50%	30%	100%	10%
사이즈 전개		4	3	4	4	3	3	3~5	2'
판매율이 가장 좋은 아이템		자켓	자켓, 가디건	자켓, 가디건	자켓, 가디건	자켓	풀오버	쓰리피스	풀오버
니트웨어의 관리(보관, 세탁)를 위한 홍보		하지 않는다.	하는 편이다 (판매사 원교육)	하는 편이다 (취급표 시 라벨 부착)	하는 편이다 (홍보책 자비치)	하는 편이다 (취급표 시 라벨 부착)	하는 편이다 (홍보책 자비치)	하는 편이다 (판매사 원교육)	하는 편이다 (취급표 시 라벨 부착)



방, 합성섬유 등을 사용하고 기타소재로 수입사를 사용하는 것으로 나타났다.

제품의 생산형태는 업체의 규모와 실정 또는 정책에 따라 아주 다른 형태로 나타났다. 니트만을 생산하는 업체의 경우는 자체생산의 비율이 높으며, 대기업에서 주로 출발한 니트업체는 대부분 하청공장을 계열화하여 그곳에서 생산하고 있었다.

업체별 사이즈 전개방식을 살펴보면, 대부분 3~4가지로 전개하는 것으로 나타났다. 이것은 소비자성향 실태조사에서 나타난 바와 같이 니트웨어가 직물로 된 옷보다 신축성이 있어 몸에 꼭 맞게 착용하기보다는 약간 여유있게 착용하는 소비자들의 선택에 적합하게 전개되고 있음을 알 수 있다.

니트웨어중 판매율이 가장 좋은 아이템은 대부분의 업체에서 자켓 및 가디건의 판매율이 가장 좋았으며, 이러한 니트웨어의 판매율이 좋은 이유에 대한 질문에 대해서는 5군데 업체에서 여러 옷과 코디하기 쉬운 디자인이기 때문이라고 응답했다.

니트웨어의 관리(보관, 세탁)를 위해 소비자에게 홍보하는지에 관한 질문에 대해서는 대부분의 업체가 홍보를 하는 것으로 나타났으며, 홍보를 하는 방법은 안내 책자를 매장에 비치하거나 판매 사원을 교육시키거나 또는 취급표시라벨을 부착해 주는 것으로 나타났다.

각 업체에서 니트웨어 제작시 가장 중요하게 여기는 것에 대한 질문에 있어서는 디자인 및 색상을 가장 중요시 여겼고, 그다음으로는 품질, 소재, 착용감 순으로 나타났다.

니트웨어에 대한 소비자 크레임은 대부분의 업체가 핏팅이 가장 많이 들어온다고 대답하였으며, 이러한 것에 대한 대책방안으로 5군데 업체에서는 판매사원이 소비자에게 취급시 주의사항을 알려준다고 응답했고, 나머지 업체는 니트웨어의 특성상 소비자가 주의하여야 하며 소비자 크레임이 들어오는 경우 수선으로 그 대책을 대신하고 있다고

응답하였다.

니트웨어의 대중화를 위해서는 대부분의 업체가 품질향상과 고급화 그리고 다양한 디자인에 중점을 두어야 한다고 생각하고 있었다.

## V. 결 론

### 1. 니트웨어의 소비자성향 실태조사 분석

1) 니트웨어에 대한 인식에 있어서는 가장 많이 보유하고 있는 티셔츠보다 가디건, 조끼, 풀오버 순으로 떠올랐으며, 니트웨어를 외의(外衣)만으로 인식하고 있었다. 그리고 고학력층에서는 사계절 모두 입는 옷으로, 저학력층에서는 봄·가을옷으로 인식해 대부분 겨울옷이라는 개념에서 벗어나고 있음을 볼 수 있었으며, 20대는 외출시 캐주얼 차림으로 착용하여 스포티하고 캐주얼하게 보이길 원하고, 40대 이상은 외출시 정장차림으로 착용하여 우아하고 여성적으로 보이길 원하는 것으로 나타났다.

2) 니트웨어에 대한 선호 측면에서는 편하고 활동적이기 때문에 니트웨어를 선호하며, 20·30대는 장식이 없는 단순한 디자인을, 40대 이상은 색상이나 무늬가 다양한 디자인을 선호하는 것으로 나타나 연령층에 맞고 그에 따른 소비자기호에 적합한 디자인이 제시되어야 함을 알 수 있다. 대학 재학생은 일상복과 가벼운 외출복을 겸할 수 있는 환편니트웨어를 선호하였다.

3) 니트웨어의 구입 측면에서 보면, 구입시기는 봄·가을에 주로 구입하였으며, 소재는 대졸이상에서 100%의 소재를 가장 많이 선택하고 다른 학력층에서는 비교적 고른 분포를 보이고 있어 고 품질을 위한 신소재 개발이 뒤따라야 함을 알 수 있다.

4) 니트웨어 관리에 있어서, 대부분 품질표시를

확인하고 있었고, 세탁시 주로 취급표시대로 세탁을 하며 대학재학생은 모흔방, 면 100%, 면혼방 등 세탁이 손쉬운 소재를 선택함으로써 주로 세탁표시에 관계없이 물세탁 하는 것으로 나타났다. 니트웨어의 건조방법은 대부분 그늘진 곳에 누어서 건조시키는 올바른 방법을 채택하고 있기는 하지만 취급방법에 관한 홍보는 앞으로 계속적으로 제시되어야 하겠다.

## 2. 니트웨어의 업체조사 분석

각 백화점에서 니트웨어의 점유율을 살펴보면, 여성복인 경우 10~13%, 남성복인 경우 17~27%를 차지하고 있어 국내시장에서 직물로 된 옷과 비교해 볼 때 니트웨어가 확대되어 발전될 가능성을 크게 보여주고 있었다.

니트전문업체의 구성비율에 있어서 니트의 비율은 90% 정도를 차지하고 있었으며, 코디네이트될 수 있는 단품위주의 풀오버와 가디건을 가장 많이 제작하고 있었다.

소재에 있어서 모 100%를 가장 많이 사용하고 있었고, 수입소재를 많이 사용해 국내 소재개발 또한 시급하며, 브랜드별 사이즈 전개는 3~4가지로 분류하고 있었다.

니트웨어의 소비자 크레임은 핏팅이 가장 많이 들어오는 부분이었으며, 니트웨어의 관리(보관, 세탁)에 대한 홍보는 매장에 책자를 비치하거나 판매사원을 교육시키거나 또는 품질표시 라벨을 부착하는 것으로 나타났다.

이상과 같이 니트웨어의 소비자성향 및 업체조사 분석을 통하여 보다 나은 소비자 중심의 경영으로 소비자가 요구하는 것을 올바르게 파악하고, 다양한 디자인 개발을 위해서는 소비자의 인식과 선호, 구매시 선택기준의 실태조사를 통한 지속적인 관계가 유지되어야 한다. 앞으로 좀 더 폭 넓은 소비자층을 선정하여 분석함으로써 니트웨어의 발전에 보다 나은 방향을 제시하고, 니트비율이 증가 추세에 있는 일반의류업체나 환편니트업체

를 비교분석하는 구체적인 연구가 필요하며, 일반의류에 비하여 부족한 니트웨어에 대한 체계적이고 다양한 연구가 절실히 요구된다.

## 참고문헌

- 김문상·박신웅, 「편물공학」. 서울: 문운당, 1992.
- 김석근, 「메리야스공학」. 서울: 문운당, 1991.
- 김성연, 「피복재료학」. 서울: 교문사, 1986.
- 남상우, 「피복재료학」. 서울: 수학사, 1980.
- 대한 메리야스 시험검사소, 「메리야스 핸드북」. 서울: 대한 메리야스 시험검사소, 1974.
- 대한 메리야스 연합회, “스웨터 내수시장에 활로가 열렸다.” 「니트산업」. 1986. 1·2월
- “니트 스포츠 셔츠.” 「니트산업」. 1986. 5·6월
- “90년대 국내편직 산업설비.” 「니트산업」. 1990. 1·2월
- “신니트 기술교본.” 「니트산업」. 1991. 3·4월
- “국내환편니트.” 「니트산업」. 1992. 8월
- “신니트 기술교본.” 「니트산업」. 1992. 11월
- 박찬애, “시판 의류제품의 품질표시 실태와 소비자 태도에 관한 연구.” 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 1989.
- 산업연구원, 「니트산업의 구조와 발전방향」. 서울: 산업연구원, 1987.
- 섬유저널, “92 섬유경기 전망과 전략.” 「섬유저널」. 1992. 1월
- 손회정, “니트웨어의 발달과정과 착용실태에 관한 연구.” 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원, 1989.
- 어패럴 유통정보사, “볼륨커지는 니트상품 코디화로 신수요 창출.” 「패션마켓팅」. 1993. 8월
- 이순홍, 「기초편조」. 서울: 성신여자대학교 출판부, 1979.
- 이순홍 외, 「편물」. 서울: 문교부, 1987.
- 이호은, “우리나라 니트웨어의 대중화를 위한 연구.” 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학

- 인, 1982.
- 이희찬, “니트웨어의 머천다이징에 관한고찰.” 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원, 1986.
- 조규화, 「현대여성의 소비실태 : 서울시내 거주 18~47세의 패션의식을 중심으로」. 서울 : 한국패션협회, 1993.
- 조난연, “여대생 의복 구매행동과 Label에 관한 태도 분석.” 석사학위논문, 경희대학교 대학원, 1986.
- 최광돈, “남성 니트웨어의 대중화 및 패션화를 위한 연구.” 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 1989.
- 패션정보사, “니트가 부상하고 있다.” 「패션투데이」. 1994. 3월
- 한국 서비스신문사. “세탁정보.” 「의류와 크리닝」. 1993. 6·7월
- 한국 섬유공학회. 「섬유제품 지침서-스웨터」. 서울 : 한국섬유산업 연합회, 1988.  
· 「섬유제품 지침서-편물제 셔츠」. 서울 : 한국 섬유산업 연합회, 1988.  
· 「섬유제품 용어집-봉제, 편성, 패션디자인」. 서울 : 한국 섬유산업 연합회, 1987.
- 한국 섬유산업 연합회. 「니트산업의 합리화」. 서울 : 한국 봉제과학 연구소, 1987.
- 한국 섬유산업 연합회. “니트공업.” 「섬유년감」. 서울 : 한국섬유산업 연합회, 1991.
- 한국 의류시험 검사소. “스웨터제품의 소비자 상품학.” 「의류기술」. 1986. 12월
- 한국 직업훈련소. 「편물」. 한국 직업훈련 관리공단, 1989.
- 홍미경, “현대 여성니트웨어 디자인에 관한 연구.” 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 1987.
- シルバ編物研究会. 「編物教科書」. 東京 :シルバ編物研究会 總本部, 1969.
- 田中千代. 「服飾事典」. 東京 : 同文書院, 1969.
- Harlow, E. The Art of Knitting. 東京 : 日本ウォーグ社, 1979.

- Millington, J. T. and Chapman, S. Four Centuries of Machine Knitting. Leicester : Knitting International, 1989.
- Tranquillo, M. D. Styles of Fashion. New York : Van Nostrand Reinhold Company Inc. 1984.
- Rutt, R. A History of Hand Knitting. London : BT Bastsford Ltd, 1987.

## ABSTRACT

A Research Study on the Actual Conditions of Propensity to Consume and Enterprises of the Knitwears.

Lee, Soon Hong · Kim, Kyung Hee  
Department of Clothing  
Graduate School  
Sungshin Women's University

Knitwears are originated earlier than textiles in human beings life. And then human beings have been continuously developing as life patterns of human beings are becoming various and society is rapidly changing.

Recently, changing life styles of the consumer emphasize the importance of the high quality, individuality, variety, and activity of knitwears.

In this study, university women and housewives living in Seoul have been surveyed in the cause of analyzing of the consumer's actual conditions.

And eight brands of the specialized knit enterprises also have been surveyed, though it is imperfect.

The purpose of this study lies in giving a help to the rational clothing habits of con-

sumer and presenting some courses for aiming of korean knit industry.

I made use of percentage and  $\chi^2$ -test for the

analysis of the data and analyzed the contents of the question papers.