〔보 문〕

Journal of the Korean Society
of Clothing and Textiles
Vol. 34, No. 9 (2010) p.1470~1478

20~30대 여성 등산객의 등산복 착용실태 조사연구

이 은 혜†

경희대학교 예술디자인대학 디자인학부 의류디자인전공

A Study on the Suitability of Outdoor Wear among Female Trekkers in Their Twenties and Thirties

Eun-Hye Lee†

Dept. of Textile & Clothing Design, College of Art & Design, Kyung Hee University

접수일(2010년 5월 13일), 수정일(1차 : 2010년 6월 25일, 완료일 : 2010년 8월 10일), 게재확정일(2010년 9월 16일)

Abstract

This study investigates the suitability of outdoor wear among female trekkers in their twenties or thirties and provides data for developing outdoor wear more suitable for young females. Recently climbing has gained popularity as a leisure activity to enjoy the beauty of nature that increases physical and mental stamina. A survey was conducted on 304 female consumers in their twenties and thirties who enjoyed climbing in order to investigate the suitability of outdoor wear among young female consumers. The questionnaire covered the subjects' demographic information, duration and goal of climbing, purchase and suitability of outdoor wear, and preferred design for outdoor wear. As for the yearly situations, when they utilized outdoor wear, the biggest number of respondents chose "autumn" as the season for climbing. Most of the respondents were non-professional trekkers who enjoyed climbing as a hobby or for health. As for the size, the upper garment was 90 and 85 in the order, and the lower garment was 70 and 67 in the order. The pants were the most common item they owned, followed by round T-shirts, windbreaker jackets, zip-up T-shirts, and waterproof jackets. They mentioned moisture absorption and dry fabric breathability as the basic functions required of outdoor wear. The subjects displayed a preference for partial details under the design category. They most preferred the hood-type jacket with a detachable stand collar, the sleeve hem with a partial rubber band and velcro strap, a T-shirt with a stand color and zipper, the waist fit with proper room, pants with a partial rubber band waist, and straight silhouette pants.

Key words: Outdoor wear, Female trekkers, Wearing conditions; 등산복, 여성 등산객, 착용실태

I. 서 론

우리나라는 지형특성상 산이 많고 또 어느 지역이나 산이 가깝게 있어 경제적 부담 없이 누구나 등산을 즐길 수 있을 뿐 아니라 자연만을 무대로 하여 육체적 · 정신적 만족에서 주된 즐거움을 느낄 수 있다. 이러한 등산은 근래에 들어와서 레저 · 스포츠로서 활동이 활발해 졌으며 자연의 아름다움을 느끼고 자연의 향취를 즐기며 삶의 질을 높이는 활동으로 매우 각광을 받고 있다. 2006년 산림청이 한국갤럽에 의뢰하여 국민 등산실태를 조사한 자료에 따르면 매년 한 번 이상 등산하는 인구가 1991년 55%, 2001년 75%, 2006년 81%로 점점 늘어나는 추이를 보여 등산인구가 증가하는 것을 알 수 있다. 특히 주목해야

†Corresponding author
E-mail: gnleena@gmail.com

할 점은 월 1회 이상 등산하는 여성이 1991년 68%, 2001년 31.1%, 2006년 30.2%로 나타나 2000년대 들어 여성 등산인구가 크게 증가한 것으로 나타났다("아웃도어 급성장", 2009). 등산인구가 증가함에 따라 국내 아웃도어 시장 규모는 지난 2002~2003년 약 30%씩 성장해 2003년에는 이미 7,000억 원대를 넘어섰고, 2004년에는 8,800억 원대를 기록하고, 2005년에는 신규 브랜드들이 대거 참가하여 1조원대의 아웃도어 시장을 기록하였다(황정화, 2006). 또한 젊은 층과 일상생활에서 착용이 가능한 제품라인의 정비 및 신규브랜드 출시가 이루어지고, 브랜드마다 특화된 제품을 개발하여 제품력을 강화하고 있다. '노스페이스(North Face)'는 20~30대 여성들을 고객으로 끌어들이는데 주력하고 있으며, '에코로바(echoroba)'는 여성 중심의 고가라인을 생산 진행 중이다("에코로바, 아웃도어", 2008). 따라서 본 연구에서는 20~30대의 여성 소비자를 대상으로 하여 착용실태를 조사하고 요구되는 개선사항을 파악하고자 한다. 본 연구를 통해 소비자들에게는 등산복의 구매 만족도를 좀 더 높여주며, 나아가 국내 아웃도어 생산·판매업체에게 실증적인 자료를 제공해 줄 수 있을 것으로 기대된다.

II. 연구방법 및 절차

1. 조사방법 및 기간

조사방법은 설문지를 작성하였으며, 총 31개 문항으로 구성하였다. 설문기간은 2008년 7월 4일부터 8월 30일까지 이루어졌다. 총 362부의 설문지를 배부하였으며, 그 중 응답이 불충분한 58부를 제외하고 304부가 분석자료로 사용되었다.

2. 조사대상 및 내용

소비자 설문조사는 서울 시내에서 활동하는 등산동호회 및 회사 내 등산모임회원, 등산복 매장의 고객들 중 20~30대 여성을 대상으로 실시하였다. 조사내용은 조사대상자의 인구통계학적 사항, 등산기간 및 목적, 등산복 구매 관련 사항, 착용 관련 사항, 디자인 관련 사항으로 5부분, 총 31문항으로 구성되었다.

3. 자료분석방법

수집된 설문자료는 SPSS 12.0 for windows를 사용하여 처리하였다. 분석방법은 기술통계분석, 빈도분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 등산복 소비자의 착용실태 조사결과

1) 조사대상의 인구통계학적 사항

전체 조사자는 304명이며 연령은 20대가 176명으로 58%이고, 30대는 128명으로 42%로 나타났다(표 1).

결혼 상태는 미혼이 214명(70%)이고 기혼이 90명(30%)이며, 직업 분포는 사무직이 108명(35%)으로 가장 많이 분포되어 있었다. 조사대상자의 75%가 직업을 가지고 있었다. 따라서 등산을 즐겨 하면서 주로 미혼이며, 직업을 가진 20~30대 여성들이 본 연구의 소비자 설문대상이 된다고 볼 수 있다.

2) 등산기간 및 목적 관련 사항

가장 자주 등산을 하는 시기에 대한 문항에 '가을'이 124명(41%)으로 가장 높은 비율로 나타났고, 그 다음으로는 '일 년 내내' 82명(27%), '봄' 75명(24.7%),

<표 1> 조사대상자의 인구통계학적 사항 (N=304)

항 목	구 분	빈 도(명)	비 율(%)	항 목	구 분	빈 도(명)	비 율(%)
연 령	20~24세	38	12.5	직 업	사무직	108	35.0
	25~29세	138	45.5		전문기술직	63	21.0
	30~34세	68	22.4		서비스판매직	42	14.0
	35~39세	60	19.6		주 부	35	11.0
결혼 상태	미 혼	214	70.0		학 생	23	8.0
	기 혼	90	30.0		기 타	20	7.0
					경영관리직	13	4.0

'여름' 16명(5.3%), '겨울' 7명(2.3%)의 순으로 분포되었다.

등산기간에 관한 문항에는 '4년 이상' 74명(24.3%), '1년 이상~2년 미만' 68명(22%)으로 나타났다. 또한 1~3년 이하로 준 등산객이 32.5%로 나타났다.

등산을 얼마나 자주하는지에 대한 문항에는 '한 달에 1~2번'하는 여성들이 119명(39%)로 가장 많이 분포되어 있었으며, 이것은 조사대상의 75%가 직업을 가진 여성이었으며 8%가 학생임을 가만할 때 주 중에는 업무나 학업으로 등산을 못한다고 볼 수 있다. 따라서 한 달에 1~2번 등산을 하는 것은 많은 시간을 할애하여 등산을 즐기는 것으로 판단된다.

등산을 하는 목적으로는 '취미 활동을 위해'가 125명(41%)으로 가장 많이 분포되었으며, 그 다음으로는 '건강을 위해' 97명(32%)로 나타났다.

3) 등산복 구매에 관한 사항

(1) 구매장소 및 횟수, 개수

등산복을 구매하는 장소는 '상설할인매장'이 101명으로 전체 33.2%로 가장 많은 비율로 나타났으며, 그 다음으로는 '전문 대리점' 83명(27.3%)으로 나타났다. 상설할인매장에서의 구매비율이 높은 것으로 나타나 구매 시 가격에 대해 고려사항이 높은 것으로 사료된다.

등산복의 구매횟수로는 '1년에 1~2번'이 124명(40.8%)으로 가장 많이 나타났다. 또한 구입 시 의복 품목의 개수로는 '2~3개'가 166명(54.6%)으로 가장 많이 나타났다. 1년에 1~2번 등산복을 구매하는 비율이 가장 높게 나타나 시즌별로 1번 이상 구매하는 것으로 판단된다.

(2) 구매 시 평가기준

등산복 구매 시 평가기준에 관한 문항은 5점 리커트 척도로 조사를 하였으며 조사 결과는 다음과 같다.

평가기준의 문항 수는 12문항이었으며, 그 중 4.4점으로 가장 높은 점수를 나타낸 문항이 '가격이 적당하다'로 나타났다. 그 다음으로는 '등산 시 동작적합성이 좋다' 4.3점, '소재의 기능성이 적합하다' 4.3점, '봉제 상태 및 내구성 · 품질이 좋다' 4.2점, '디자인, 색상, 무늬 등이 마음에 든다' 4.1점, '세탁 및 관리가 편리하다' 4.1점, '사이즈가 잘 맞다' 4.1점, '등산 외 스포츠 활동이 가능하다' 3.4점, '브랜드(상표) 이미지가 좋다' 3.3점, '트렌디한 제품이다' 3.3점, '일상복으로도 착용이 가능하다' 3.2점, '소속집단의 동질성을 느낄 수 있다' 2.8점의 순으로 나타났다. 판매되고 있는 등산복은 대체로 고가이지만 산행 시에만 착용하는 의복이기 때문에 가격에 대한 고려사항이 가장 높은 것으로 생각된다. 또한 등산복이라는 아웃도어의 특성상 등산 시 동작적응성과 기능성 관련 문항에서 가장 높은 점수를 나타났으나 그 뒤를 이어 디자인과 색상, 무늬에 관한 문항이 높은 점수를 나타내 기능성이 최우선적이지만, 디자인 사항 또한 중요한 평가요소임을 알 수 있다.

4) 등산복 착용 관련 사항

(1) 등산복장 및 일상복 착용 여부

등산 시 주로 착용하는 등산복장의 문항에서 신발과 복장으로 구분하여 설문하였으며, 결과는 <표 2>와 같다.

등산 시 착용하는 신발은 '경등산화'가 203명(66.8%)으로 가장 많았으며, '일반운동화'는 67명(22%)으로 나타났다.

복장으로는 '재킷 등 부분적 기능을 갖춘 등산복'이 186명(61.2%)으로 가장 높게 나타났다.

소유한 등산복을 일상생활에서 타운웨어로 착용하

<표 2> 등산 시 착용하는 신발과 복장 (N=304)

신 발			복 장		
문 항	빈 도(명)	비 율(%)	문 항	빈 도(명)	비 율(%)
단 화	5	1.7	일상복	-	-
일반운동화	67	22.0	트레이닝복	3	1.0
경등산화	203	66.8	부분적 등산복	186	61.2
중등산화	22	7.2	기능성이 강조된 등산복	88	28.9
릿지화/암벽화	7	2.3	액세서리까지 모두 갖춘 전문 등산복	27	8.9
합 계	304	100.0	합 계	304	100.0

는지를 조사한 결과 <표 3>과 같으며 '타운웨어로 착용하지 않는다'가 216명으로 71.1%나 차지하였다. 이는 '타운웨어로 착용한다'의 88명(28.9%) 보다 무려 42.2%나 높은 비율로 나타났다.

타운웨어로 착용하지 않은 이유는 '디자인이 마음에 안든다'가 90명(30%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 타운웨어로 착용하는 이유는 '활동 시 편리해서'가 50명(16%)으로 가장 높은 비율을 나타냈다.

(2) 등산복 착용 사이즈

응답자의 착용하는 등산복 호칭을 상의와 하의로 구분하여 조사하였으며 결과는 <표 4>와 같다.

상의 호칭으로는 90사이즈가 143명(47%)로 가장 많이 분포되어 있었으며, 다음으로는 85사이즈가 121명(39.8%)으로 거의 비슷한 분포로 나타났다. 하의 호칭으로는 70, 67, 73의 사이즈 중심으로 고루 분포되어 있었으며 각각 98명(32.2%), 73명(24%), 70명(23%)의 빈도(비율)로 나타났다. 따라서 20~30대의 여성이 착용하기에 상의 90, 하의 70사이즈가 가장 적당한 것을 알 수 있었다.

(3) 보유한 의복 품목

보유하고 있는 등산복은 '기타'를 포함하여 총 14가지 품목으로 분류하였으며, 분류기준은 현재 판매업체에서 분류되고 있는 종류와 명칭이다.

보유하고 있는 의복을 모두 체크하도록 하였으며, 체크한 항목의 수는 총 1465개이다. 가장 많은 응답자가 보유하고 있는 등산복은 '바지'이며 216명으로 71.1%를 차지하였다. 그리고 14개의 의복 중 40~50% 이상의 비율을 나타내는 품목은 '라운드 티셔츠', '바람막이 재킷', '짚업 티셔츠', '방수 재킷'의 순으로 나타났으며 각각 174명(57.2%), 172명(56.6%), 152명(50%), 141명(46.4%)이다. 나머지 30% 이하의 비율을 나타낸 의복 순으로는 '플리스 티셔츠' 93명(30.6%), '폴로 티셔츠' 92명(30.3%), '플리스 재킷' 89명(29.3%), '플리스 바지' 85명(28%), '베스트(S/S)' 68명(22.4%), '셔츠' 61명(20.1%), '우모복류' 58명(19.1%), '베스트(F/W)' 48명(15.8%), '기타' 16명(5.3%)으로 나타났다.

(4) 구입한 아웃도어 브랜드 및 선호 이유

최근 구입한 등산복의 브랜드를 국내, 국외 상관없이 3가지를 선택하도록 하였다. 국내 브랜드는 9가지(K2, 블랙야크, 코오롱스포츠, 에크로바, 에델바이스, 레드페이스, 예솔스포츠, 기타), 국외 브랜드는 11가지(노스페이스, 라푸마, 컬럼비아, 밀레, 마운틴하드웨어, 네파, 에이글, 아크테릭스, 사레와, 파타고니아, 기타)로 구분하여 제시하였다. 선택한 브랜드의 빈도

<표 3> 타운웨어로 착용여부와 이유 (N=304)

타운웨어로 착용하지 않는 경우			타운웨어로 착용하는 경우		
항 목	빈 도(명)	비 율(%)	항 목	빈 도(명)	비 율(%)
디자인이 마음에 안듬	90	30.0	활동 시 편리함	50	16.0
별다른 이유 없음	57	19.0	기능성 소재로 쾌적함	28	9.0
일상에는 기능성 불필요	43	14.0	디자인이 마음에 듬	9	3.0
활동 시 불편함	18	6.0	별다른 이유 없음	1	0.9
기 타	8	3.0	기 타	0	0.0
합 계	216	71.1	합 계	88	28.9

<표 4> 착용 등산복의 호칭 (N=304)

복 종	호 칭	빈 도(명)	비 율(%)	복 종	호 칭	빈 도(명)	비 율(%)
상 의	80	10	3.3	하 의	64	9	3.0
	85	121	39.8		67	73	24.0
	90	143	47.0		70	98	32.2
	95	26	8.6		73	70	23.0
	100	4	1.3		76	26	8.6
					79	15	4.9
					82	9	3.0
					85	4	1.3

는 국내 488명(56.8%), 국외 370명(43.1%)로 총 858개의 브랜드로 나타났다. 결과에 대한 빈도(명)와 비율(%)을 국내, 국외 구분하여 순위별로 나열하여 살펴보면 다음과 같다.

국내 브랜드에서 상위 3개의 브랜드는 'K2', '블랙야크', '코오롱스포츠'의 순으로 각각 153명(17.9%), 79명(9.2%), 77명(9.0%)으로 나타났다. 국외 브랜드에서 상위 3개의 브랜드는 '노스페이스', '라푸마', '컬럼비아' 순으로 나타났으며 각각 126명(14.7%), 60명(7.0%), 44명(5.1%)으로 나타났다.

선택한 브랜드에 대해 선호하는 이유를 13가지로 세분화하여 조사한 결과는 <표 5>와 같다.

가장 많이 선택한 항목이 '디자인, 색상, 무늬가 마음에 들어서'이며 114명(38%)이 선택하였다. 그 다음으로는 '소재의 기능성(투습, 방수 등)이 적합해서' 39명(13%), '등산 시 동작적합성이 좋아서' 38명(13%), '가격이 적당해서' 38명(11%)의 순으로 나타났다. 앞서 조사한 구매 시 평가기준에서는 가격이나 소재, 내구성 관련 사항을 많이 고려하는 것으로 나타났으나, 브랜드를 선호하는 이유는 디자인을 가장 많이 고려하는 것을 알 수 있다. 따라서 등산복의 브랜드를 선택할 때에는 디자인을 가장 많이 고려하지만, 구입하는 시점에서는 가격, 소재, 내구성을 우선으로 고려하는 것으로 판단된다. 동시에 브랜드를 선호하는 이유는 산행 시 착용해야 하는 의복으로서 소재의 기능성이나 동작적합성도 많이 고려되는 것으로 나타났다.

(5) 착용 시 필요한 기능성 및 불편사항

등산을 할 때 필요한 소재의 기능성을 8가지로 나누어 5점 척도로 조사하였다. '오염이 잘 되지 않는 방오성'을 제외한 나머지 7가지 기능성에서 4점 이상의 점수를 나타내어 등산 시 쾌적함과 편리함은 고루 중요한 것으로 나타났다. 그 중 4.5점 이상으로 '매우 중요하다'로 평가된 항목은 '땀을 빨리 흡수, 발산하는 흡수속건성' 4.6점, '바람이 잘 통하는 통기성' 4.5점으로 나타났다. 4점 이상으로 '중요하다'고 평가된 항목은 '비, 바람을 막아주는 방수・방풍성' 4.4점, '활발한 활동을 위한 신축성' 4.4점, '체온유지를 위한 보온성' 4.3점, '가볍게 입을 수 있는 경량성' 4.1점, '땀냄새를 중화시키는 항균・소취성' 4.0점의 순으로 나타났다. 따라서 등산 시 빈번한 체온변화에 따라 땀을 신속하게 발산하고 바람이 잘 통하여 쾌적함을 유지시킬 수 있는 흡수속건성과 통기성은 등산복으로서 반드시 갖추어야 할 기능임을 알 수 있었다.

등산 시 불편사항에 대한 조사는 구체적 부위와 현상을 그림으로 제시하여 순서대로 3가지를 선택하도록 하였다. 불편사항은 15가지 항목이며, 상하의로 구분하였다(그림 1). 전체를 912개(100%)의 응답으로 비율을 나타내었고, 무응답이 360개로 39.5%를 차지하였다.

15가지 항목 중 무응답을 제외하고 가장 많이 선택한 항목이 '햇볕에 탄다'로 113명(12.4%)이며 응답자 모두가 첫 번째로 선택한 항목이다. 그 만큼 자외선 노출에 대한 불안감과 불편함이 크다고 볼 수 있으며 개발이 요구되는 부분임을 알 수 있다. 나머지 불편사항은 <그림 1>과 같다.

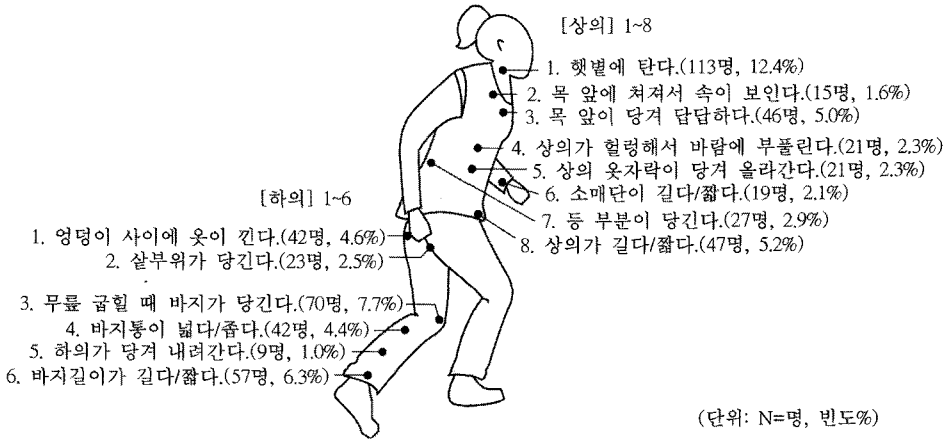
(6) 파손부위 및 형태

등산복 착용 시 재킷, 티셔츠, 바지에 대해 수선하거나 파손되었던 부위를 품목마다 하나씩 선택하도록 하였고, 모두 도식화로 제시하였다. 재킷은 9부위, 티셔츠와 바지는 각 7부위로 구분하였고 부위의 위치는 <그림 2>와 같다. 선택한 항목에 대한 결과는 다음과 같다.

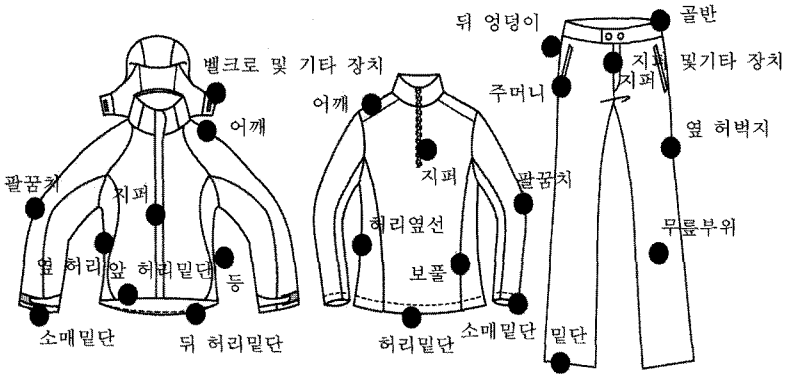
재킷에서 수선파손부위는 소매단부위가 40명(13.2%)으로 가장 많은 응답자가 선택하였고, 그 다음으로는

<표 5> 구입한 등산복 브랜드의 선호 이유 (N=304)

항 목	빈 도(명)	비 율(%)	항 목	빈 도(명)	비 율(%)
디자인이 마음에 든다	114	37.5	등산 외 스포츠 활동이 가능하다	10	3.3
소재기능성이 적합하다	39	12.8	소속집단과 동질성을 느낄 수 있다	5	1.6
동작적합성이 좋다	38	12.5	일상복으로도 착용이 가능하다	4	1.3
가격이 적당하다	33	10.9	봉제 상태 내구성이 좋다	2	0.7
상표이미지가 좋다	27	8.9	사이즈가 적합하다	0	0
트렌디한 제품이다	21	6.9	세탁관리가 편하다	0	0
기 타	11	3.6			



<그림 1> 등산 시 불편사항의 부위와 현상



<그림 2> 등산복 수선 또는 파손부위

팔꿈치 29명(9.5%), 지퍼 26명(8.6%), 벨크로 및 기타 여밈 장치 18명(5.9%), 등부위 13명(4.3%), 어깨 12명(3.9%), 뒤 허리단 6명(2%), 앞 허리단 4명(1.3%), 옆 허리 3명(1.0%)의 순으로 나타났다. 티셔츠에서 수선 파손부위는 보풀이 51명(16.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 소매밑단 28명(9.2%), 지퍼 26명(8.6%), 허리옆선 21명(6.9%), 허리단 15명(4.9%), 어깨와 팔꿈치는 동일하게 12명(3.9%)의 순으로 나타났다. 바지의 수선파손부위는 무릎부위가 52명(17.1%)으로 가장 많이 수선파손되는 부위로 나타났으며, 그 다음으로는 바지단 43명(14.1%), 뒤 엉덩이 27명(8.9%), 지퍼 및 기타 여밈 장치 16명(5.3%), 포켓 13명(4.3%), 옆 허벅지 11명(3.6%), 골반 6명(2.0%)의 순으로 나타났다. 반면 재킷과 티셔츠, 바지의 무응답 비율이 각각 50.3%, 45.4%, 44.7%로 반 이상으로 나타나 실제 수선이나 파손되는 비율은 적다고 볼 수 있다.

파손되는 부위의 형태를 '찢어진다', '닳는다', '구멍난다', '보풀이 생긴다', '기타'로 나누어 조사한 결과 '보풀이 생긴다'가 107명(35.2%)으로 가장 많이 응답하여 앞서 조사한 티셔츠의 파손부위와 동일한 결과로 나타났다. 그 다음으로는 '닳는다' 82명(27%), '기타' 73명(24%), '찢어진다' 31명(10.2%), '구멍난다' 11명(3.6%) 순으로 나타났다.

(7) 개선점

등산복의 시급한 개선점을 11가지 문항으로 세분화 하여 조사하였으며, 문항과 결과는 다음과 같다.

개선점으로 가장 높은 비율을 나타낸 문항은 '가격이 너무 고가이다' 169명(55.6%)으로 다른 항목에 비해 월등히 높게 나타났다. 따라서 등산복 생산업체에서 제작과정 시 비용이 불필요하게 많이 들어가는

부분을 절감하여 소비자의 부담을 줄여주는 방안을 모색하여야 하겠다. 그 다음 개선점으로는 '디자인이 너무 진부하고 획일적이다'가 70명(23%)으로 나타났다. 이 결과는 앞서 조사한 '등산복 구매 시 평가기준(가격)'의 설문과 '등산복 브랜드를 선호하는 이유(디자인)'의 설문과 일치하는 결과이다.

5) 디자인 관련 사항

(1) 재킷 형태

재킷의 부분적 선호 스타일에 조사 결과는 <표 6>과 같다. 네크와 후드 형태의 문항에서는 스탠드칼라(stand-collar)에 탈부착이 되는 후드의 형태가 135명(44.4%)으로 가장 높은 선호도를 나타냈으며, 그 다음으로는 스탠드칼라에 후드가 부착된 형태가 59명(19.4%)으로 나타났다. 네크와 후드 스타일은 후드가 없는 것 보다 후드가 있는 스타일을 선호하며, 스탠드칼라에 탈부착되는 후드를 가장 선호하는 것을 알 수 있다.

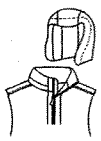
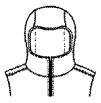
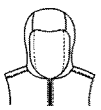
소매단은 벨크로 여밈 장치가 있으면서 부분적 고무밴드 형태로 소매단 폭을 조절 할 수 있는 형태가 139명(45.7%)로 가장 선호하는 것으로 나타났다.

(2) 티셔츠 형태 및 상의 허리라인 형태

티셔츠의 부분적 선호 스타일에 조사 결과는 <표 7>과 같다. '스탠드칼라에 지퍼 여밈이 있는 짚업 티셔츠 형태' 102명(33.6%)으로 가장 높은 선호도를 나타냈고, 그 다음으로는 '라운드 네크라인 형태' 69명(22.7%), '폴로칼라에 단추 여밈 형태' 54명(17.8%)으로 나타났다.

상의의 허리라인 피트 정도에 관한 설문에서는 '적당한 여유의 형태'를 가장 선호하였으며 전체 304명의 응답자 중 243명(79.9%)이 선택하여 다른 문항에 비해 월등한 결과를 나타내었다. 그 다음은 '여유가 거의 없는 형태' 40명(13.2%), '여유가 많은 형태' 21명

<표 6> 재킷의 네크 형태와 소매단 형태의 선호 스타일 (N=304)

부 위	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)	부 위	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)
네크와 후드	스탠드칼라 +탈부착 후드		135	44.4	소매단	벨크로 여밈 장치 +부분적 고무밴드		139	45.7
	스탠드칼라 +부착된 후드		59	19.4		벨크로 여밈 장치		115	37.8
	라운드 네크라인 +부착된 후드		55	18.1		일 반		32	10.6
	스탠드칼라 +후드 없음		55	18.1		전체 고무밴드		18	5.9

<표 7> 티셔츠 네크 형태의 선호 스타일 (N=304)

형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)
스탠드칼라 +지퍼 여밈		102	33.6	V 네크라인		29	9.5
라운드 네크라인		69	22.7	V 네크라인 +단추 여밈		26	8.6
폴로칼라 +단추 여밈		54	17.8	폴로칼라 +지퍼 여밈		24	7.9

(6.9%)의 순으로 나타났다.

(3) 베스트 형태

베스트의 부분적 선호 스타일에 조사 결과는 <표 8>과 같다.

베스트 네크 형태는 재킷의 형태와 동일한 스탠드 칼라에 탈부착이 되는 후드 형태가 125명(41.1%)으로 가장 높은 선호도를 나타냈다.

(4) 바지 형태

바지의 부분적 선호 스타일 조사 결과는 <표 9>와 같다. 바지의 허리밴드 형태에 관한 설문에서는 '옆(부분적) 고무밴드 형태'가 122명(40.1%)로 가장 높은 선호도를 나타냈으며, 그 다음으로는 '고무밴드 형태에 둘레 조절이 가능한 벨트가 부착된 형태' 90명(29.6%)으로 나타났다. 바지의 밑단 형태에 관한 설문에서는 '일자 형태'가 100명(32.9%)으로 가장 높은 선호도를 나타냈으며, 그 다음으로는 '아래로 좁아지는 형태' 68명(22.4%), '아래로 넓어지는 형태' 43명(14.1%)으로 나타났다.

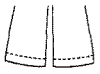
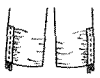
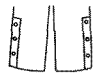
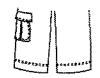
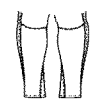
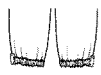
IV. 결 론

20~30대 여성 등산객의 등산복 착용실태 조사를 통

<표 8> 베스트 네크 형태의 선호 스타일 (N=304)

형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)
스탠드칼라 +탈부착 후드		125	41.1	라운드 네크라인 +부착된 후드		57	18.8
스탠드칼라		84	27.6	V 네크라인		38	12.5

<표 9> 바지의 허리밴드 형태와 밑단 형태의 선호 스타일 (N=304)

부 위	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)	부 위	형 태	부분 도식화	빈 도(명)	비 율(%)
허리 밴드	옆(부분적) 고무밴드		122	40.1	밑 단	일 자		100	32.9
	고무밴드+둘레 조절 가능한 벨트		90	29.6		아래로 좁아짐		68	22.4
	허리벨트(일반형)		45	14.8		아래로 넓어짐		43	14.1
	전체 고무밴드		25	8.2		길이 조절 가능		36	11.8
	둘레 조절 가능한 끈		22	7.2		옆선 트임		22	7.2
						카 고		19	6.3
						피트한 타이즈		9	3.0
						밑단 전체 고무밴드		7	2.3

해 얻어진 결론은 다음과 같다.

1. 구매 시 동작적응성과 기능성에 대한 고려사항이 가장 높았으며, 그 뒤를 이어 디자인과 색상, 무늬에 관한 문항이 높은 점수를 나타내 디자인 사항 또한 중요한 평가요소임을 알 수 있었다. 또한 구매 시 가격 및 소재에 대한 중요성이 높게 나타났으나 그 항목에 관하여 적당한 가격대 및 소재의 구체적인 내용이 조사되지 않았으므로 추후 연구가 필요할 것이다.

2. 20~30대의 여성이 착용하기에 상의 90, 하의 70사이즈가 가장 적당한 것으로 나타났다.

3. 등산복의 품목 중 가장 기본적인 아이템은 바지인 것을 알 수 있었다. 또한 기능성으로는 방수 재킷이 더 많은 기능성을 가지고 있지만 바람막이 재킷을 10%나 더 많이 보유하고 있었으며, 이는 휴대하기 편리하면서 가격 면에서도 좀 더 부담이 없는 품목이기 때문으로 생각된다.

4. 조사대상자의 브랜드 선호도는 국외 브랜드보다 국내 브랜드의 선호율이 14% 더 높게 나타났으며, 국내, 국외 구분하지 않고 순위를 나열했을 때 상위 5순위 안에 있는 브랜드 중 4개의 브랜드가 국내 브랜드로 나타났다. 이는 국외 환경에 적합하도록 제작된 등산복보다 우리나라의 기후나 환경에 적합한 등산복을 더 선호하는 것으로 생각되며, 등산복으로서 요구되는 기능성 또한 국외 브랜드 못지않게 그 우수성을 인정받고 있기 때문이다.

5. 흡수속건성과 통기성은 등산복으로서 반드시 갖추어야 할 기능임을 알 수 있었다.

6. 등산 시 불편한 사항 중에서 '햇볕에 탄다'의 문항이 월등히 많은 응답자가 선택한 것으로 볼 때, 가장 높은 선호도를 나타낸 스탠드칼라에 지퍼 여밈의 티셔츠는 뒷목이나 목둘레를 자외선으로부터 차단하는 효과가 있어 높은 이점으로 생각한 것으로 보인다.

7. 상의 허리라인에 여유가 많은 형태보다 여유가 적당하거나 거의 없는 형태를 선호하는 것으로 나타나, 20~30대 여성을 위한 등산복은 활동성이 필요한 등산복임에도 허리라인을 드러내 보여 날씬한 실루엣을 제시해야 할 것이다.

8. 등산복의 시급한 개선점을 네 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 색상과 무늬뿐 아니라 20~30대 여성이 일상에서도 타운웨어로 착용하기에 충분한 세련된 디자인으로서 진부함에서 벗어나야 한다. 둘째, 수입에 의존하고 있는 기능성 소재를 국내에서 더욱 연구개발하여 하향 조절할 수 있는 비용을 모두 절감하여 20~30대 여성이 구매하기에 적당한 가격이어야 한다. 셋째, 등산복의 필수 요건이 되는 흡수속건성, 통기성, 방풍성, 신축성의 기능성을 갖추면서 세탁관리가 용이한 소재가 개발되어야 한다. 넷째, 등산 시 움직임에 대한 동작적응성을 고려하여 착용 시 요구되는 편리성을 더욱 연구개발하여야 한다.

참고문헌

마호니 마리, 브래독 사라. (2004). *스포츠테크: 현신적 직물, 패션 그리고 디자인*. 차임선 옮김 (2004). 서울: 예경.

산업자원부 기술표준원. (2009). *KS 한국산업표준*. 서울: 산업자원부 기술표준원.

심창섭. (2004). *레저와 웰빙시대의 생활체육*. 서울: 홍경.

아웃도어 급성장, 소비자 불만도 급증. (2009, 5. 8). *머니투데이*. 자료검색일 2009, 6. 3, 자료출처 http://www.mt.co.kr

어패럴뉴스사. (2008). *한국패션브랜드 연감* 2008-2009. 서울: 어패럴뉴스사.

에코로바, 아웃도어 '와일드 로즈' 런칭. (2008, 4. 7). *어패럴뉴스*. 자료검색일 2009, 5. 28, 자료출처 http://www.appnews.co.kr

이용대. (2006). *등산교실*. 서울: 해냄.

인하대학교 스포츠·레저 섬유연구센터. (2006). *스포츠·레저 웨어 기업체, 소비자 조사 분석 2006*. 인천: 인하대학교 스포츠·레저 섬유연구센터.

조지현, 류덕환. (2000). 성인 남녀의 투습방수소재 스포츠웨어의 소재별 착용감에 관한 연구. *한국생활과학회지*, *9*(1), 47-61.

황정화. (2006). *레저 라이프스타일에 따른 등산복 구매행태 및 점포선택연구*. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.

Bernetein, J. (1978). *Mountain passages*. Lincoln: University of Nebraska Press.

Hal, W. (1998). *Secrets of warmth: For comfort or survival*. Seattle: The Mountaineers Books.

Harvey, M. (1986). *Backpacking one step at a time*. London: Random House.

Mitchell, D. (1996). *Mountaineering first aid: A guide to accident response and first aid care*. Seattle, Washington: The Mountaineers Books.