

아웃도어 재킷의 선호실태조사 및 디자인 프로토타입⁺

한은주* · 이정란

부산대학교 대학원 의류학과 박사과정*
부산대학교 의류학과 교수

Investigation of Preference for Outdoor Jacket and Design Prototype

Han Eunju* · Lee Jeongran

Dr. course, Dep. of Clothing & Textile, Pusan National University*
prof., Dep. of Clothing & Textile, Pusan National University

Abstract

This study had researched purchase trend and preference of jacket design in order to develop a prototype of an outdoor wear jacket that can be worn for a light outdoor activity targeting middle-aged men and women. An outdoor wear was purchased mostly in a permanent discount store and functionality such as activity and material was considered as important in addition to design. There was difference in ages for the jacket style, but in general, people preferred a wind protection jacket and men preferred black colors and women preferred red colors. For the design of jacket, both men and women had preferred a jacket that has moderate fitness with detachable hat and a zipper, and it was applied to the prototype. The jacket had applied different color in the armhole line that is connected to sleeve in order to make waist look slimmer and stretchable material was used to improve functionality in the armpit part.

Key Words : Outdoor wear(아웃도어 웨어), middle-aged men and women(중년 남녀), purchase state(구매 실태), design preference(디자인 선호도), jacket prototype(재킷 프로토타입)

⁺ 2010년 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (KRF-2010-0022699).

1. 서론

최근 생활수준의 향상으로 여가 선용 및 건강증진을 위한 레저·스포츠 활동이 대중화, 전문화 되어가면서 자연을 즐기는 활동 뿐 아니라 육체적·정신적인 만족감을 높일 수 있는 레저 활동으로 이어지고 있다.¹⁾ 레저·스포츠 활동참여는 현대인에게 있어 자기표현의 욕구 충족 및 건강한 삶을 위해 매우 중요한 일상이 되고 있으며 그에 따라 산책과 같은 가벼운 운동에서 산악자전거, 암벽 등반 같은 과격한 스포츠에 이르기까지 다양한 활동이 일반인들의 생활 속에 자리 잡게 되었다. 이러한 라이프스타일의 변화와 레저·스포츠 활동 인구의 증가 및 다양한 소비자의 요구는 아웃도어 웨어의 대중화를 가져 왔으며 주 소비자들의 연령층도 크게 확대되어가고 있다. 2003년 7,000억 원대 아웃도어 웨어 시장은 매년 20~30%대의 성장률을 기록하며 현재 3조 원대까지 성장해 전반적인 의류업계의 불황속에서도 커다란 영향을 주는 품목으로 자리 잡게 되었다. 아웃도어 웨어 시장은 매년 신규브랜드의 출시가 이루어지고, 브랜드마다 특화된 제품을 소개하고 있으며 2010년 '노스페이스'가 5200억 원, '코오롱 스포츠' 4000억 원, 'K2' 3100억 원, '컬럼비아스포츠'와 '블랙야크'가 각각 2000억 원, '라푸마' 1800억 원, '네파'가 1600억 원을 기록하는 등 이들 브랜드들의 매출이 2조 원대를 넘어서 과거 상위 3~4개의 브랜드에 편중되던 매출이 점차 중위권 브랜드로도 이어져 전반적인 성장세를 보여주고 있다.²⁾

아웃도어 시장의 기록적인 성장은 소비자의 인식과 라이프스타일의 변화에 기인된 것으로 과거의 등산복이라는 의미에 국한된 아웃도어 웨어가 현재에는 캐주얼한 생활 속 나들이복과 레저·스포츠를 위한 기능성, 편안함을 동시에 갖춘 일상복으로 인식되고 있기 때문이다. 또한 소비자들은 보다 향상된 기능의 아웃도어 웨어를 요구하므로 아웃도어 웨어 브랜드의 소재와 디자인 개발은 매우 중요하며 바이크, 여행, 러닝, 클라이밍, 캠핑 등 세분화되고 전문화된 기능적인 제품의 개발에 치중하고 있다.

현재까지 진행된 아웃도어 연구는 주로 등산복에 대한 연구에 치우쳐 있으며 그 내용을 살펴보면, 기

능성 등산복 조사(이아람 외³⁾), 디자인 선호 성향(차현정⁴⁾), 구매 행동 연구(추연숙⁵⁾, 이지나⁶⁾), 20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발(이은혜¹⁾)이 있다. 그 밖에 기능성 소재(김찬호⁷⁾), 착용 쾌적성 평가 연구(정정림⁸⁾)가 이루어졌고, 패턴에 관한 연구로는 여성용 다운재킷 패턴(최진영⁹⁾) 등이 있다. 그러나 다양한 연령대별 남녀 소비자 구매 실태를 파악하여 빠르게 변화하는 이들의 욕구와 디자인 선호도에 따라 일상생활에서 유행에 뒤처지지 않으며 가벼운 야외활동 및 레저·스포츠 활동에 필요한 기능성을 갖춘 아웃도어 웨어에 대한 연구가 필요한 실정이다.

이에 본 연구는 중년에 접어들면서 건강에 대한 관심과 레저·스포츠 활동에 관심이 많아지는 30~50대 남·여를 대상으로 아웃도어 웨어의 구매 실태와 아웃도어 재킷의 디자인 선호도 조사를 실시하고 이를 바탕으로 등산이나 야외 활동이 많은 봄·가을용 아웃도어 재킷의 프로토타입(Prototype)을 제시하고자 한다. 이 프로토타입은 일차적으로는 일상적인 아웃도어 웨어로서 만족스러운 외관과 소재의 기능성에 중점을 둔 것이지만 추후 고기능 스마트 아웃도어 웨어로 접목, 발전시킬 수 있도록 활용할 것이다.

II. 국내 아웃도어 웨어의 개발동향

1. 아웃도어 웨어의 시장동향

1) 아웃도어 캐주얼과의 융합

아웃도어 웨어란 야외에서 입는 옷을 말하며, 야외 스포츠나 레저 활동을 위해 착용되는 의복으로 등산복, 스키복과 같은 산악활동을 위한 의류에서 조깅복, 자전거, 수상스포츠 의복 및 다목적 스포츠를 목적으로 하는 의류를 지칭¹⁰⁾ 하였으나 최근에는 아웃도어 웨어가 타운웨어와 시티웨어로 정착되어가고 있다. 즉 아웃도어 활동 뿐 아니라 집 근처에서 가볍게 입고 다니기 편한 타운웨어나 도심 한가운데서 입고 다녀도 손색없는 시티웨어로 기능을 확대하며 각광을 받고 있다.¹¹⁾ 특히 멀티 아웃도어

웨어 룩이라 할 수 있는 최근 아웃도어 웨어는 세련된 디자인 뿐 아니라 소재의 기능성을 더하여 가볍고 편안한 강점을 가지고 있다. 아웃도어 웨어 브랜드 매장을 살펴보면 남방셔츠와 프린트 셔츠 등 실내에서 주로 입는 아이템들을 다양하게 매치 시키며 활용도를 높이고 있다. 또한 소비자들은 아웃도어 웨어 제품의 특별한 기능성을 일상복으로 타운웨어에서 활용하고 있다. 소비자의 편의와 요구에 맞춰 아웃도어 브랜드들은 친숙한 얼굴의 스타들을 통해 TV, 광고매체에서 캐주얼한 아웃도어 웨어를 지속적으로 선보이면서 시장을 더욱 넓혀 가고 있으며 다양한 색상의 원단과 기능적인 소재 및 프린트와 패턴을 통해 캐주얼 감성을 살리고 있다.¹²⁾

2) 폭넓은 연령대의 소비자층 증가

국내 아웃도어 웨어 시장은 40~50대 중·장년층이 타깃이었지만 라이프스타일의 변화와 패션성이 가미되면서 일상복 화하여 아웃도어 웨어 소비자의 연령 확대가 빠르게 진행되고 있다.⁹⁾ 예전에는 전문성을 갖추거나 산행을 오래 즐긴 40~50대의 특정 소비 연령층에 국한되었던 아웃도어 웨어 시장이 최근 캠핑, 걷기 운동, 자전거 붐 등으로 다양한 스포츠를 즐기는 젊은 소비층이 늘어나면서 아웃도어 패션 시장은 전문성 보다는 다양성을 추구하게 되었다. 또한 이러한 흐름은 여성이나 아이들에게까지 확대되어 소외되어 오던 소비층이 새롭게 부각되면서 이들을 위한 제품이 등장하게 되었다. H사에서는 2010년 여성을 위한 아웃도어 브랜드를 오픈하였으며 E 스포츠는 여성 전문 아웃도어 브랜드를 리뉴얼해 재 런칭 하여 여성 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있으며 일부에는 부모와 아이의 커플룩을 제안하여 키즈 라인의 강세를 가져오기도 하였다.¹³⁾

3) 아웃도어 웨어의 고기능화

아웃도어 웨어 시장의 확대와 성장 속에 다양한 소비자들의 요구는 트렌디한 감성은 물론 물리적, 생리적 기능 증진으로 이어지고 있다. 이에 따라 투습방수, 흡한속건, 항균항취, 발광, 자외선 차단 및 원적외선 방사 등 복합기능을 가진 소재들이 아웃도

어 웨어 제작에 다양하게 사용되고 있어 사용자 중심의 디자인 및 다양한 기능의 개선이 기대되고 있다. 또한 최근 아웃도어 웨어는 IT기기와의 접목을 통해 의류의 기능성을 확대하고 있으며 세계 최초로 전도고분자를 활용한 히텍스(Heatex), 라이프테크(Life Tech)재킷이나 LED 시스템을 적용, 아이폰 등과 연결하여 구동할 수 있는 스마트 시리즈를 개발하여 아웃도어의 고기능화를 실현하기 위한 꾸준한 노력이 이어지고 있고 태양전기를 활용한 재킷의 개발이 요구되어지는 실정이다.¹⁴⁾

4) 자연 친화적 소재의 증가

주 5일제 근무 대중화로 웰빙 라이프스타일이 정착되면서 환경 친화적인 가치관이 주 이슈로 부각되고 있다.¹⁵⁾ 친환경에 대한 관심과 마케팅 전개로 아웃도어 캐주얼시장에도 천연소재인 마, 대나무, 코코넛, 콩 등 식물성 성분 등을 활용한 아이템들이 지속적으로 출시되고 있으며 동절기에는 울사용이 많아졌고 면과의 혼방을 통해 다양한 재질 개발 및 기능성을 추구하고 있다. ‘노스페이스’는 재생섬유를 이용한 리젠 팬츠와 업계최초의 블루사인을 획득한 (주)첼러의 콜드 블랙으로 소비자의 호응을 얻고 있으며 ‘코오롱스포츠’는 에이플레 원사를 사용한 티셔츠를 출시하였다. ‘K2’는 등산, 트레킹 의류에서 일상 타운웨어 겸용 라인까지 천연 단백질 가공한 아이템들을 선보이면서 자연친화적인 브랜드 가치를 알리는 동시에 환경보호와 웰빙 스타일을 제안하고 있다.¹⁶⁾

2. 아웃도어 웨어의 디자인 동향

최근 아웃도어 웨어 디자인 경향은 전체적으로 기능성이 더욱 강화된 디자인으로 도시적인 감각을 살리며 심플하고 절제된 실루엣이 특징이다. 다양한 색의 조합을 통해 젊은 감성을 표현하고 있으며 원색과 무채색의 코디, 밝은 컬러 코디, 형광 빛 컬러로 포인트를 주어 밝고 경쾌한 분위기를 연출한다. 색상은 더욱 화려해져 과거의 파스텔 톤에서 강렬한 원색으로 과감한 보색대비가 특징이며 인체공학적 패턴을 활용하고 있다.¹⁷⁾ 여성복에는 자주계열과 오

렌지나 옐로우 컬러를 자연스럽게 매치시키고 있다. 기하학적 패턴 및 독특한 무늬 등으로 다양한 프린트 기법을 시도하고 있으며¹⁸⁾ 소재에 있어서는 고기능성 하드셸(Hard shell) 소재, 고어텍스 액티브셸, 플라텍의 네오셸 등 기능성과 실용성을 더욱 높일 수 있는 소재들이 지속적으로 사용되고 있으며 디테일에는 콘트라스트 지퍼, 프린트가 가미된 방수 지퍼의 사용이 두드러진 특징이다.¹⁹⁾

II. 연구방법

1. 조사대상

본 연구는 부산과 경남에 거주하며, 일상에서 아웃도어 웨어를 구매한 경험이 있는 30대부터 50대까지의 중년 남녀를 대상으로 하였다. 조사 대상자는 총 455명으로 연령대별로 살펴보면 30대 151명(33.2%), 40대 151명(33.2%), 50대 153명(33.6%) 이었고 남녀비율은 남성이 49.5%, 여성이 50.5%로 비슷하였다.

2. 조사방법

본 연구의 설문조사 내용은 조사대상자의 일반적인 사항 5문항, 아웃도어 웨어 구매 경향 5문항, 아웃도어 재킷의 선호 디자인에 관한 8문항으로 구성하였다. 선호 디자인에서 제시한 문항은 인터넷과 선행 연구를 참고로 의류학 전공 대학원생 이상으로 구성된 전문가 집단의 아이디어 회의를 통하여 재킷 스타일, 여미는 형태, 소매 부리의 형태를 도식으로 제시하였다. 본 연구의 조사기간은 2010년 11월~12월 이었다.

3. 자료 분석

본 연구의 아웃도어 웨어의 구매실태는 연령대를 중심으로, 디자인 선호도는 성별과 연령대별로 나누어 분석하였으며 설문지 455부를 각 항목별로 회수하여 각 항목에 대해 응답하지 않은 항목은 제외하고 분석에 사용하였다. 설문 자료의 분석은 SPSS

18.0 프로그램을 사용하여 통계 처리하였다. 문항별로 빈도 분석과 교차 분석을 실시하였다.

III. 연구 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사 대상자의 일반적 특성을 살펴보면 학력은 대학교 졸업이 265명(58.4%)로 가장 많았으며, 다음으로 고등학교 졸업, 대학원 졸업 순이었다. 직업분포는 전문직 106명(23.7%)과 사무직 101명(22.6%)이 가장 많았으며, 그 다음으로 무직, 주부, 자영업, 생산·기능직, 판매서비스직, 기타 순으로 나타났다. 월 가계소득은 500만원 이상이 115명(26.2%)으로 가장 많았고 200~300만원 95명(21.6%), 300~400만원, 400~500만원, 100~200만원 순으로 나타났다.

2. 아웃도어 웨어의 구매 실태

1) 아웃도어 웨어 구매 장소

아웃도어 웨어의 구매 실태 파악을 위하여 연령대별 구매 장소를 분석한 결과는 <표 1> 과 같다. 아웃도어 웨어 구매 장소로는 상설할인매장이 138명(30.4%)으로 가장 높았고 다음으로 백화점 118명(26.0%), 대형할인매장 78명(17.2%), 전문 대리점 75명(16.5%)순이었다. 등산복 구매행동 특성에 관한 연구(김찬호⁷⁾, 이지나⁸⁾, 이은혜¹⁾)에서도 상설할인매장, 전문점, 백화점의 순으로, 상설할인매장이 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 결과였다. 이는 가격에 대한 고려가 소비자들에게 중요한 비중을 차지하기 때문으로 생각된다. 연령대별로 살펴보면 30대, 40대는 TV홈쇼핑, 인터넷 구매가 50대에 비해 높고 30대에서 시장구매가 0명(0.0%)인데 비해 50대는 백화점, 대형할인점의 비율이 비교적 높게 나타났다. 이는 연령대가 높을수록 TV홈쇼핑, 인터넷 등 온라인 구매보다 상설할인매장과 백화점 등의 오프라인 구매에 더 익숙하기 때문인 것으로 사료된다. 30대에서 전문 대리점의 비율(19.9%)이 다른

연령대에 비해 높게 나타났는데 이는 최근 전문 산악, 바이킹 등 스포츠를 전문적으로 즐기는 젊은 층이 증가하는 추세를 반영한 것으로 보여 지나 이러한 점은 30대라도 기혼, 미혼에 따른 차이가 있을 것으로 생각된다.

2) 아웃도어 웨어 구매 정보

아웃도어 웨어 구매 시 정보를 얻는 곳에 대한 분석 결과는 <표 2> 와 같다. 30대, 50대는 친구, 가족의 조언이 42명(28.0%), 44명(29.1%)로 가장 많았고 40대에서는 TV, 잡지 광고를 통해 얻는다(38

명, 25.3%)가 가장 높게 나타나 연령에 따라 차이가 있었다($P \leq .05$). 전체적으로 친구, 가족이 조언에 의해 구매하는 응답자의 비율이 가장 많았으며 50대에서 친구, 가족의 조언에 의한 구매와 과거 구매 경험에 의한 구매가 높게 나타났다. 등산복 구매 행동 특성에 관한 연구(추연숙⁵, 이지나⁶)에서 등산복 구매 시 친구·소속 집단에서 정보를 얻는 경우가 가장 높고, 다음으로 과거의 구매경험에 의해 구입하는 경우가 많았는데 이는 등산복 소비자의 연령대가 높아 인터넷에 미숙하기 때문에 개인적 경험이나 매장 디스플레이에서 정보를 얻는 경우가 많기 때문이라고 하여 본 연구 결과와 일치하였다.

<표 1> 아웃도어 웨어 구매 장소

(단위:명(%))

구분 \ 내용	30대	40대	50대	합 계	χ^2
상설할인매장	49(32.5)	47(31.3)	42(27.5)	138(30.4)	14.56 (N.S)
백화점	38(25.2)	35(23.3)	45(29.4)	118(26.0)	
대형할인매장	19(12.6)	28(18.7)	31(20.3)	78(17.2)	
전문 대리점	30(19.9)	23(15.3)	22(14.4)	75(16.5)	
TV, 인터넷 홈쇼핑	14(9.3)	14(9.3)	7(4.6)	35(7.7)	
시장, 상가	0(0.0)	2(1.3)	5(3.3)	7(1.5)	
기타	1(0.7)	11(0.7)	1(0.7)	3(0.7)	
합 계	151(100)	150(100)	153(100)	454(100)	

<표 2> 아웃도어 웨어 구매 정보

(단위:명(%))

구분 \ 내용	30대	40대	50대	합 계	χ^2
친구 가족의 조언	42(28.0)	29(19.3)	44(29.1)	115(25.5)	24.42*
TV, 잡지 광고	29(19.3)	38(25.3)	29(19.2)	96(21.3)	
과거 구매경험	19(12.7)	29(19.3)	34(22.5)	82(18.2)	
매장 디스플레이	21(14.0)	30(20.0)	30(19.9)	81(18.0)	
상점 직원의 조언	26(17.3)	15(10.0)	9(6.0)	50(11.1)	
카탈로그	5(3.3)	4(2.7)	3(2.0)	12(2.7)	
기타	8(5.3)	5(3.3)	2(1.3)	15(3.3)	
합 계	150(100)	150(100)	151(100)	451(100)	

* $P \leq .05$

3) 아웃도어 웨어 구매 횟수

아웃도어 웨어의 구매 횟수에 대해 비교 분석한 결과는 <표 3> 과 같다. '일 년에 1~2번 정도 구매 한다'가 236명(52.4%)으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '2년에 1번'이 122명(27.1%), '1년에 3~4번'이 60명(13.3%)으로 나타났다. 김찬호⁷⁾의 등산복 구매횟수에 대한 결과에서는 '1년 1~2회'가 45.1%, '1년에 3~4회'가 33.1%로 본 연구와 유사한 결과를 보이고 있는데 이처럼 다른 아이템에 비해 구매 기간이 길게 나타나는 이유로는 아직까지 아웃도어 웨어가 목적 구매 성격이 강하고, 시즌 트렌드 영향이 적으며 내구성이 강한 소재로 만든 제품이기 때문에 재 구매까지 상당한 시간이 걸리는 것이라 사료된다. 연령대별로는 30대가 '2년에 1회' 구매하는 비율(36.7%)이 높아 다른 연령대에 비해 구매 횟수가 적은 것으로 나타났다.

4) 아웃도어 웨어 연간 구입비

아웃도어 웨어 연간 구입비의 결과는 <표 4> 와 같다. 30만원 미만이 235명(52.2%)으로 가장 많았으며 30~50만원 142명(31.6%), 50~100만원 44명(9.8%) 순으로 나타났다. 김찬호⁶⁾의 연구에서 등산복 1회 구입비가 5~10만원 미만이 124명(45.1%), 3~5만원 미만 69명(25.1%), 11~20만원이 40명(14.5%)으로 나타난 것에 비해 본 연구 대상자의 아웃도어 웨어 구입비는 다소 증가한 것을 알 수 있었고 연간 1~2회 구입을 고려할 때 중저가의 가격대를 선호한다고 여겨진다.

구매횟수와 구입비의 상관관계를 순서 척도로 만들어 분석한 결과 <표 5> 와 같이 감마값이 0.60으로 구입횟수가 많아질수록 구입비가 늘어나는 경향을 확인할 수 있었다($P \leq .001$).

<표 3> 조사대상자의 구매 횟수

(단위:명(%))

내 용 \ 구 분	30대	40대	50대	합 계	χ^2
1년에 1~2번	72(48.0)	76(51.0)	88(58.3)	236(52.4)	18.29*
2년에 1번 이하	55(36.7)	37(24.8)	30(19.9)	122(27.1)	
1년에 3~4번	12(8.0)	26(17.4)	22(14.6)	60(13.3)	
1년에 5번 이상	3(2.0)	4(2.7)	7(4.6)	14(3.1)	
기타	8(5.3)	6(4.0)	4(2.6)	18(4.0)	
합 계	150(100)	149(100)	151(100)	450(100)	

* $P \leq .05$

<표 4> 조사대상자의 연간 구입비

(단위:명(%))

내 용 \ 구 분	30대	40대	50대	합 계	χ^2
30만원 미만	92(61.3)	69(46.0)	74(49.3)	235(52.2)	13.31 (N.S)
30만원 이상~50만원 미만	41(27.3)	52(34.7)	49(32.7)	142(31.6)	
50만원 이상~100만원 미만	11(7.3)	15(10.0)	18(12.0)	44(9.8)	
100만원 이상	3(2.0)	3(2.0)	4(2.7)	10(2.2)	
기타	3(2.1)	11(7.3)	5(3.3)	19(4.2)	
합 계	150(100)	150(100)	150(100)	450(100)	

〈표 5〉 구매횟수와 구입비의 상관성

(단위:명(%))

내 용	구 분				감마값	χ ²
	30만원 미만	30만원 이상 ~50만원 미만	50만원 이상 ~100만원 미만	100만원 이상		
1년에 1~2번	87(38.2)	24(17.1)	4(9.1)	1(10.0)	0.60	172.7 ***
2년에 1번 이하	131(57.5)	79(56.4)	21(47.7)	1(10.0)		
1년에 3~4번	8(3.5)	33(23.6)	17(38.6)	2(20.0)		
1년에 5번 이상	2(0.9)	4(2.9)	2(4.5)	6(60.0)		
합 계	228(54.0)	140(33.2)	44(10.4)	10(2.4)	422(100)	

***P<.001

〈표 6〉 아웃도어 구매 시 고려사항

(단위:명(%))

내 용	구 분				F 값
	전 체	30대	40대	50대	
활동 시 동작이 편하다	4.26	4.33	4.28	4.18	1.22
소재의 기능성이 우수하다	4.18	4.21	4.21	4.12	0.42
가격이 적당하다	4.16	4.28 a	4.18 ab	4.01 b	2.98*
디자인, 색상, 무늬 등이 마음에 든다	4.15	4.23	4.21	4.01	2.37
사이즈가 잘 맞다	4.15	4.13	4.16	4.18	0.08
봉제 상태 및 내구성이 좋다	4.10	4.19	4.04	4.10	0.90
세탁 및 관리가 편리하다	4.11	4.05	4.20	4.08	0.94
주머니 등 수납공간이 편리하다	3.83	3.80	3.75	3.95	1.36
야외활동 외 일상복으로 착용이 가능하다	3.75	3.76	3.68	3.81	0.44

*P<.05, a>b Duncan test 사후검증 결과

5) 아웃도어 구매 시 고려사항

아웃도어 구매 시 고려사항을 5점 평점척도로 평가한 결과는 <표 6>과 같다. 모든 연령층에서 '활동 시 동작이 편리하다'를 가장 크게 고려하였으며 다음으로 소재의 기능성과 적당한 가격을 중요하게 생각하였다. 그 외 디자인, 치수, 봉제 상태, 관리의 편리성 등의 순으로 나타났으며 가격을 제외하고는 전반적으로 연령에 따른 유의차는 없었다. 선행연구와 비교해보면 이지나⁶⁾의 연구에서는 등산복 구매 시 가장 고려하는 의복 선택 요인으로 품질, 색상, 가격, 소재로 품질을 가장 중요하게 생각한다고 하였으며 추연숙⁵⁾은 편리성, 소재, 디자인을 들어 활

동성과 편의성을 중요한 구매 요인으로 보고 있어 소비자들은 시각적인 효과의 디자인 뿐 아니라 착용 시 지속적인 만족감을 주는 기능적인 측면에서 활동성과 편리성을 중요한 의복구입 동기로 여기고 있으므로 소재와 품질의 개선의 노력이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

2. 아웃도어 재킷의 디자인 선호도 조사

1) 아웃도어 재킷의 선호 색상

아웃도어 웨어 중 재킷의 디자인 선호도를 조사한 결과는 <표 7>과 같다. 남녀의 재킷 선호 색상에

대해 남성은 회색·검정색(100명, 44.6%), 여성은 붉은색(84명, 37.0%)을 선호하는 것으로 나타나 아웃도어 재킷 선택 시 성별에 따라 유의한 차이가 나타났다($P \leq .001$). 이는 차현정⁴⁾의 등산복 선호 색상 에 대한 연구 결과와도 일치하며 전반적으로는 남녀 모두 회색·검정색의 비율이 높게 나타났는데 그 이유는 다른 의복과도 다양하게 코디할 수 있으며 축소되어 보이는 컬러의 특성상 체형의 결점을 보완하면서 세련되게 연출할 수 있기 때문이라 생각된다. 연령대별로 살펴보면 회색, 검정색을 전반적으로 가장 선호하였으나 50대는 붉은색의 비율이 좀 더 많았다.

2) 아웃도어 재킷의 스타일

아웃도어 재킷 스타일 선호도를 조사하기 위해 먼저 국내 유명 아웃도어 브랜드 홈페이지 및 인터넷, 매장에 시판되는 재킷들을 조사하였다. 착용하는 용도 및 디자인, 소재, 기능별로 분류하여 편리하게 입을 플리스(Fleece)소재 재킷, 가벼운 운동 및 일상용 바람막이 재킷, 등산 및 레저를 목적으로 하는 등산복 형태의 재킷, 투습방수 및 보온, 자외선 차단 등의 특수한 목적을 강화한 형태의 재킷 등 크게 네 가지로 구분한 결과는 <표 8> 과 같다. 남성은 일반적 등산복 스타일(72명, 32.0%)을, 여성은 바람막이 재킷(89명, 39.2%)을 선호하여 성별 차이를

보였다($P \leq .001$). 연령별로도 30대는 바람막이 형태의 재킷(62명, 41.3%)을, 40대는 기능이 강화된 재킷(54명, 35.8%)을, 50대는 일반적인 등산복 스타일(48명, 31.8%)을 선호하는 것으로 나타나 연령대 별로도 즐겨 입을 스타일에 차이가 있음을 보여주었다 ($P \leq .001$).

전체적으로는 바람막이 재킷 스타일이 140명 (31.0%)으로 가장 선호되었는데, 최근 가벼운 야외 활동을 위한 의복이 확대 되면서 누구나 가볍게 입고 편하게 휴대할 수 있는 의복의 선호도가 높아졌다는 사실과 관계가 깊은 것으로 보인다. 등산복 품목 중 재킷의 보유 현황에 관한 이은혜¹⁾의 연구에서도 기능성으로는 방수 재킷이 더 많은 기능을 가지고 있음에도 10%가 바람막이 재킷을 더 소유하고 있는 것으로 조사되었으며, 이는 휴대하기 편리하면서 가격 면에서도 좀 더 부담이 없어서라고 하였다. 또한 바람막이 스타일 다음으로 기능이 강화된 스타일의 재킷의 선호도가 비교적 높은 것으로 볼 때 다양한 기후 조건이나 환경에서도 레저·스포츠 활동을 즐기려는 욕구가 강하며 이에 따라 고기능성을 추가한 제품의 개발도 중요한 것으로 사료된다.

특정 스타일의 아웃도어 재킷을 선호하는 이유에 대한 결과는 <표 9> 와 같다. 성별, 연령별 모두 활동하기 편해서 256명(56.8%), 단순하고 무난해서 93명(20.6%), 세련되고 유행해서 67명(14.9%) 순으

<표 7> 아웃도어 재킷의 선호 색상

(단위:명(%))

구분 \ 내용	회색 검정색	붉은색	파란색	초록색	노란색	흰색	기타	합 계	χ^2
성 별	남 성	100(44.6)	23(10.3)	65(29.0)	22(9.8)	3(1.3)	10(4.5)	1(0.4)	110.99***
	여 성	52(22.9)	84(37.0)	15(6.6)	33(14.5)	24(10.6)	6(2.6)	13(5.7)	
	합 계	152(33.7)	107(23.7)	80(17.7)	55(12.2)	27(6.0)	16(3.5)	14(3.1)	451(100)
연 령	30대	64(42.4)	28(18.5)	23(15.2)	17(11.3)	9(6.0)	4(2.6)	6(4.0)	13.51 (N.S)
	40대	47(31.1)	36(23.8)	28(18.5)	17(11.3)	10(6.6)	7(4.6)	6(4.0)	
	50대	41(27.5)	43(28.9)	29(19.5)	21(14.1)	8(5.4)	5(3.4)	2(1.3)	
	합 계	152(33.7)	107(23.7)	80(17.7)	55(12.2)	27(6.0)	16(3.5)	14(3.1)	

*** $P \leq .001$

로 나타나 활동성이 가장 중요한 것으로 나타났다. 등산복 재킷 스타일 선호도에 관한 차현정⁴⁾의 연구에서도 전반적으로 활동에 편안한 스타일(43.6%), 단순한 스타일(22.7%) 순으로 선호하는 것으로 나타나 남녀에 관계없이 활동성을 가장 중요한 이유로 들고 있다. ‘세련되고 유행해서’를 답한 응답자 중에

는 여성이 38명(16.7%)으로 남성보다 높고, 50대에 비해 30~40대의 비율이 다소 높게 나타나 남성보다 여성에서 그리고 낮은 연령대에서 유행에 더 민감하게 반응한다는 사실을 알 수 있었다.

3) 아웃도어 재킷의 선호 칼라 형태

〈표 8〉 아웃도어 재킷의 선호 스타일

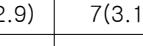
(단위:명(%))

구 분	내 용	바람막이 스타일	기능성이 강화된 스타일	일반적인 등산복 스타일	가볍고 부드러운소재 (플리스)	합 계	χ ²
							
성별	남 성	51(22.7)	69(30.7)	72(32.0)	32(14.2)	225(100)	22.99***
	여 성	89(39.2)	61(26.9)	38(16.7)	39(17.2)	227(100)	
	합 계	140(31.0)	130(28.8)	110(24.3)	71(15.7)	452(100)	
연령	30대	62(41.3)	43(28.7)	31(20.7)	14(9.3)	150(100)	26.70***
	40대	35(23.2)	54(35.8)	31(20.5)	30(19.9)	151(100)	
	50대	43(28.5)	33(21.9)	48(31.8)	27(17.9)	151(100)	
	합 계	140(31.0)	130(28.8)	110(24.3)	71(15.7)	452(100)	

***P<.001

〈표 9〉 아웃도어 재킷의 스타일 선호 이유

(단위:명(%))

구 분	내 용	활동하기 편해서	단순하고 무난해서	세련되고 유행해서	눈에 띄어서	가격이 적당해서	기타	합 계	χ ²
									
성별	남 성	126(56.3)	52(23.2)	29(12.9)	7(3.1)	4(1.8)	6(2.7)	224(100)	5.01 (N.S)
	여 성	130(57.3)	41(18.1)	38(16.7)	8(3.5)	1(0.4)	9(4.0)	227(100)	
	합 계	256(56.8)	93(20.6)	67(14.9)	15(3.3)	5(1.1)	15(3.3)	451(100)	
연령	30대	81(54.0)	35(23.3)	23(15.3)	5(3.3)	0(0.0)	6(4.0)	150(100)	14.13 (N.S)
	40대	84(56.4)	23(15.4)	25(16.8)	9(6.0)	3(2.0)	5(3.4)	149(100)	
	50대	91(59.9)	35(23.0)	19(12.5)	1(0.7)	2(1.3)	4(2.6)	152(100)	
	합 계	256(56.8)	93(20.6)	67(14.9)	15(3.3)	5(1.1)	15(3.3)	451(100)	

아웃도어 재킷의 칼라와 모자에 대한 결과는 <표 10> 과 같다. 모자가 있는 형태, 모자가 탈·부착되는 형태, 모자가 없는 형태를 제시하였는데 그 결과 남녀 모두 모자 탈·부착형(271명, 59.7%)을 가장 선호하여 상황에 맞게 모자를 활용하고자 하였다. 등산복 재킷 선호 칼라에 대한 이은혜¹⁾의 선행연구와도 일치하는 결과이다. 남성에 비해 여성은 모자가 있는 형태 67명(29.3%)를 더 선호하였고 연령별로는 30대에서 모자 있는 형태를 좀 더 선호하는 것으로 나타났다.

4) 아웃도어 재킷의 선호 피트 정도

아웃도어 재킷의 피트 정도에 대한 선호도 조사 결과는 <표 11> 과 같다. 남녀 모두 중간정도의 여유(358명, 78.9%)를 가장 선호하였으며 모든 연령대에서 중간정도의 여유를 원하였으나 50대에서는 여유 많은 스타일의 선호 비율이 30~40대에 비해 높았고 30대에서는 여유가 적은 스타일(27명, 18.0%)의 비율이 높게 나타났다. 최진영⁹⁾의 연구에서는 최근 몸의 실루엣을 살려 날씬하게 디자인된 등산복 스타일을 선호하는 경향이 많았으며 이은혜¹⁾은 20~30에서 활동성이 필요한 등산복 임에도 허리라인을 드러내 보여 날씬한 실루엣을 선호한다는 연구로부터 젊은 연령대에서는 유행에 민감하게 반응한다는 사실을 알 수 있었다.

<표 10> 아웃도어 재킷의 선호 칼라

(단위:명(%))

구 분	내 용	모자			합 계	χ ²
		탈·부착형	있는 형	없는 형		
성별	남 성	133(59.1)	42(18.7)	49(21.8)	225(100)	15.35*
	여 성	138(60.3)	67(29.3)	24(10.5)	229(100)	
	합 계	271(59.7)	109(24.0)	73(16.1)	454(100)	
연령	30대	86(57.3)	46(30.7)	17(11.3)	150(100)	11.92 (N.S)
	40대	98(64.9)	26(17.2)	27(17.9)	151(100)	
	50대	87(56.9)	37(24.2)	29(19.0)	153(100)	
	합 계	271(59.7)	109(24.0)	73(16.1)	454(100)	

*P<.05

<표 11> 아웃도어 재킷의 선호 피트 정도

(단위:명(%))

구 분	내 용	피트 정도			합 계	χ ²
		중간 정도 여유	여유 많음	여유 적음		
성별	남 성	171(76.0)	27(12.0)	27(12.0)	225(100)	2.39 (N.S)
	여 성	187(81.7)	19(8.3)	23(10.0)	229(100)	
	합 계	358(78.9)	46(10.1)	50(11.0)	454(100)	
연령	30대	115(76.7)	8(5.3)	27(18.0)	150(100)	17.76***
	40대	120(79.5)	16(10.6)	15(9.9)	151(100)	
	50대	123(80.4)	22(14.4)	8(5.2)	153(100)	
	합 계	358(78.9)	46(10.1)	50(11.0)	454(100)	

***P<.001

5) 아웃도어 재킷의 선호 앞여밈


아웃도어 재킷의 앞여밈 형태 선호도 결과는 <표 12>와 같다. 남녀 모두 지퍼로 된 형태(199명, 44.2%)를 가장 선호하였고 남성(105명, 47.1%)이 조금 더 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로는 지퍼위에 플랩(Flap)이 있는 형태(182명, 40.4%)가 많았으며, 지퍼위에 플랩이 반 정도 가린 형태 순으로 나타났다. 플랩 없는 지퍼형태는 착탈의에 용의 할

뿐 아니라 최근 트렌드에서 나타나듯이 콘스라스트 지퍼와 형광 지퍼를 사용해 강렬한 포인트를 줌으로써 스포티함과 활동성을 높이는데 효과적인 디테일으로써 젊은 층에서 더 선호하는 것으로 보여 지며 여성들은 단정한 느낌을 위해 플랩이 있는 여밈도 선호하는 것으로 생각된다.

6) 아웃도어 재킷의 선호 소매부리

<표 12> 아웃도어 재킷의 선호 앞여밈

(단위:명(%))

구분 \ 내용		지퍼 형태	플랫(flat) 형태	부분적 플랫(flat) 형태	합 계	χ^2
						
성별	남 성	105(47.1)	87(39.0)	31(13.9)	223(100)	16.34 (N.S)
	여 성	94(41.4)	95(41.9)	38(16.7)	227(100)	
	합 계	199(44.2)	182(40.4)	69(15.3)	450(100)	
연령	30대	75(50.0)	55(36.7)	20(13.3)	150(100)	3.72 (N.S)
	40대	63(42.0)	65(43.3)	22(14.7)	150(100)	
	50대	61(41.3)	62(41.3)	27(18.0)	150(100)	
	합 계	199(40.4)	182(40.4)	69(15.3)	450(100)	

<표 13> 아웃도어 재킷의 선호 소매부리

(단위:명(%))

구분 \ 내용		백크로 형	고무 밴드 형	밴드 형	합 계	χ^2
						
성별	남 성	145(64.4)	44(19.6)	36(16.0)	225(100)	3.03 (N.S)
	여 성	129(56.6)	52(22.8)	47(20.6)	228(100)	
	합 계	274(60.5)	96(21.2)	83(18.3)	453(100)	
연령	30대	90(59.6)	30(19.9)	31(20.5)	151(100)	12.51 (N.S)
	40대	78(51.7)	43(28.5)	30(19.9)	151(100)	
	50대	106(70.2)	23(15.2)	22(14.6)	151(100)	
	합 계	274(60.5)	96(21.2)	83(18.3)	453(100)	

아웃도어 재킷 소매 부리 선호도에 대한 결과는 <표 13> 과 같다. 남녀 모두 벨크로로 소매 부리를 조절할 수 있는 스타일(274명, 60.5%)을 가장 선호하였고 다음으로 고무 밴드 형 96명(21.2%), 일반적 형태의 밴드형 83명(18.3%) 순으로 나타났다. 본 연구에서는 연령에 따른 차이는 없었으나 모든 연령에서 벨크로 형을 가장 선호하였다. 차현정⁴⁾의 연구에서는 20대는 고무 밴드를, 30~40대는 매직 테이프에 부분 고무 밴드형의 선호도가 높아 본 연구와 다른 결과를 보여주었다

7) 아웃도어 재킷 제작 시 고려사항

소비자들이 아웃도어 재킷 제작 시 고려해 주기를 원하는 사항은 <표 14> 와 같다. 남성은 소재 94명(41.8%), 여유량 46명(20.4%), 디자인 31명(13.8%), 가격 30명(13.3%)순으로 나타났으며 여성은 소재 80명(35.1%), 디자인 57명(25.0%), 가격 36명(15.8%), 여유량 32명(14.0%) 순으로 나타나 남녀 모두 소재를 가장 중요한 요인으로 고려하였다. 다음으로 남성은 여유량을, 여성은 디자인의 비율이 높게 나타났다. 연령별 결과에서도 소재를 가장 중요하게 생각했으며, 30대의 경우는 소재 다음으로 디자인을 중요하게 생각했고(41명, 27.2%), 40대와 50대에서는 여유량을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이는 연령대가 높을수록 체형을 커버할 수 있으면서 활동하기 편한 스타일을 선호한다는

차현정⁴⁾의 연구 결과와도 유사하였다. 이러한 결과를 앞서 제시한 아웃도어 웨어 구매 시 고려사항으로 높게 나타났던 활동성, 소재, 가격과 연관시켜 보면 유사하나 디자인이 가격보다 더 고려되어야 한다고 응답한 것은 현재 아웃도어 웨어의 디자인이 더 개발되어야 함을 의미한다고 생각된다.

3. 아웃도어 재킷의 프로토타입 개발

본 연구에서는 아웃도어 재킷의 디자인 선호도에 대한 결과 및 아웃도어 트렌드 분석 자료를 토대로 30~50대를 위한 봄, 가을용 바람막이 형태의 남·여 아웃도어 재킷 디자인을 개발하였다. 레저·스포츠 활동 시 운동 기능성과 일상생활에서의 편리성을 고려하여 심플하고 기능적인 디자인에 중점을 두었다. 재킷의 치수는 국내 중년 남녀 대상 기성복 브랜드 치수를 참고하여 여성은 95, 남성은 100을 기준으로 하였다. 재킷의 색상은 최근 유행색과 선호도를 중심으로 실물 제작이 가능하도록 소재 시장에서 구입 가능한 색상을 선택하였는데 남성은 검정색에 가까운 다크 네이비블, 여성은 자주 빛의 보라계열을 주조색으로 부분적으로 명도차를 이용해 변화를 주었다. 모든 연령대에서 아웃도어 웨어 선택 시 활동성과 기능성이 중요한 점을 고려하여 투습, 방수가 가능하고 지속적으로 쾌적함을 줄 수 있는 기능이 강화된 초경량 직물을 사용하였으며 겨드랑이와 소매 연결 부위의 통기성과 신축성을 위해 스트레치

<표 14> 아웃도어 웨어 제작 시 고려사항

(단위:명(%))

구분	내용	소재	디자인	여유량	가격대	기능성	기타	합계	χ ²
	성별	남성	94(41.8)	31(13.8)	46(20.4)	30(13.3)	24(10.7)	0(0.0)	
여성		80(35.1)	57(25.0)	32(14.0)	36(15.8)	21(9.2)	2(0.9)	229(100)	
합계		174(38.4)	88(19.4)	78(17.2)	66(14.6)	45(9.9)	2(0.4)	454(100)	
연령	30대	55(36.4)	41(27.2)	17(11.3)	21(13.9)	17(11.3)	0(0.0)	151(100)	19.88*
	40대	63(41.7)	22(14.6)	23(15.2)	26(17.2)	16(10.6)	1(0.7)	151(100)	
	50대	56(37.1)	25(16.6)	38(25.2)	19(12.6)	12(7.9)	1(0.7)	151(100)	
	합계	174(38.4)	88(19.4)	78(17.2)	66(14.6)	45(9.9)	2(0.4)	453(100)	

*P<.05

소재를 사용하였다. 남·여 모두 상황에 따라 모자를 탈·부착 할 수 있도록 하였으며 앞여밈에 지퍼를 사용하여 캐주얼한 감각을 살렸다. 안감은 쾌적함을 위해 남·여 모두 메시 원단을 사용하였다.

남성의 경우는 <그림 1> 과 같으며 소매와 이어지는 프린세스 라인에 몸판보다 진한 색을 배색해 최근 추세에 따라 남성도 허리라인이 살아나도록 하였다. 소매 중심에 세로의 장식선과 앞여밈의 세로 지퍼 선을 통해 길이 방향으로 길어 보이는 효과를

주었다. 프린세스 라인에 사이드포켓이 있어 수납에 용이하도록 하였다. 여성은 <그림 2> 와 같이 남성과 마찬가지로 소매와 이어지는 암홀 라인으로 디자인에 포인트를 주었고 몸판에 비해 한 톤 진한 색을 배색하여 체형을 더욱 슬림하게 보이도록 하였다. 프린세스 라인 에 사이드포켓을 넣고 숨은 지퍼로 처리함으로써 전체적 외관에 심플함을 주었다.



<그림 1> 남성 재킷의 디자인 도식화



<그림 2> 여성 재킷의 디자인 도식화

IV. 요약 및 결론

건강한 삶에 대한 현대인의 욕구는 여가 선용과 생활 속 레저·스포츠의 확산으로 이어져 아웃도어 의류 시장은 지속적으로 확대되고 있다. 이에 본 연구에서는 30~50대 중·장년층 대상으로 아웃도어 웨어의 연령별 구매실태와 연령별, 성별 디자인 선호도를 조사하여 이를 반영한 남녀 아웃도어 재킷의 디자인 프로토타입을 제시하였다.

아웃도어 구매에 있어 모든 연령대에서 상설할인 매장의 비율이 가장 높았으며 연령에 따라 구매 시 정보를 얻는 방법에 약간의 차이를 보였다. 아웃도어 웨어의 연간구입비와 구입횟수는 모든 연령층에 유의차 없이 1년에 1~2회로, 재 구매가 이루어지는 기간이 길고, 구입비는 30만원 미만으로 구입 시 중저가를 선호하는 경향이었다. 아웃도어 구매 시 모든 연령대에서 활동성, 소재, 가격, 디자인 등의 사항을 우선 고려하여 구매하는 것으로 나타났다.

아웃도어 재킷 선호 색상에 대해서는 모든 연령에서 회색·검정색을 가장 선호하였으나 남성은 회색·검정색을, 여성은 붉은색을 더 선호하였다. 아웃도어 재킷 스타일에 대해 50대 남성은 일반적인 등산복 형태를 더 선호하였고 전반적으로는 바람막이 형태의 재킷 선호도가 높았는데 이는 기존의 투박한 라인의 재킷에서 벗어나 가벼운 스포츠 활동 및 일상의 캐주얼 복으로 활용도가 높기 때문인 것으로 생각된다. 남녀 모두 적당한 재킷의 여유를 선호하였으며 30대는 최근 피트 유행 현상으로 신체를 날씬하게 보일 수 있도록 여유가 적은 스타일을, 50대는 활동성을 높이기 위한 여유 많은 스타일을 선호하였다. 아웃도어 제작 시에는 모든 연령의 소비자들이 소재, 여유량, 디자인, 가격 등을 고려해야 한다고 하였는데 여성은 디자인에 대한 고려가 더 중요하다고 생각하였다.

재킷 선호 디자인 분석 결과에 따라 소비자의 요구에 중점을 두어 30~50대 남녀에 적합하고 가벼운 야외 활동에서 착용할 수 있는 바람막이 형태의 재킷 프로토타입을 제시하였다. 형태는 스탠드칼라에 모자가 탈, 부착되며 래글런소매와 이어지는 암홀 라인으로 허리 실루엣이 살아나도록 하였다. 색

상은 남녀를 구분하였고 투습·방수와 스트레치 두 가지 다른 소재를 조화롭게 접목하여 운동 기능성을 향상시킬 수 있도록 설계하였다.

최근 아웃도어 업체에서 다양한 형태와 용도의 아웃도어 웨어가 출시되고 있으나 본 연구는 중장년층 소비자를 대상으로 그 요구에 기반을 두어 프로토타입을 제시하였으며 후속 연구에서는 이를 활용하여 중장년층 남녀의 감성과 기능을 만족시키는 고기능 스마트 아웃도어로 재킷 개발을 하고자 한다.

참고문헌

- 1) 이은혜(2010), "20~30대 여성을 위한 타운웨어 겸용 등산복 개발", 이화여자대학교 대학원 박사학위논문. pp.76-88
- 2) "2010년 패션산업 10대 뉴스", (2010, 12, 20), 자료검색일 2010, 12, 24, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 3) 이아람, 정정림, 김희은(2009), "기능성 등산복의 착용실태", *한국의류학회지*, 33(12), pp.1935-1940.
- 4) 차현정(2004), "등산복 디자인 선호 성향", 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp. 74-89
- 5) 추연숙(2006), "등산 참가자 특성에 따른 등산복 구매행동에 관한연구", 서울여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.16-25
- 6) 이지나(2006), "등산복 소비자의 구매행동 특성에 관한 연구", 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp.24-38
- 7) 김찬호(2005), "등산객의 기능성 소재 등산복 구매행동", 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, pp.43-45
- 8) 정정림, 김희은(2009), "Skin wettedness 분석을 통한 아웃도어웨어의 착용쾌적성 평가", *한국의류학회지*, 33(10), pp.947-952.
- 9) 최진영(2010), "아웃도어 여성용 다운재킷 패턴 연구", 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.38-39.
- 10) 박우미 외(2002), "운동기능성과 심미성을 고려

- 한 아웃도어 웨어의 디자인 개발연구", *한국의 류학회지*, 52(8), PP.29- 39.
- 11) "2010년 아웃도어 7대 뉴스", *outdoor journal*, 2010. 12, p. 96-207.
 - 12) "젊은 감각 캐주얼풍이 대세", *outdoor journal*, 2011. 3, p. 154-164.
 - 13) "아웃도어 시장 대기업 진출 활발", (2010. 12. 10). 자료검색일 2011, 1, 24, 자료출처 <http://www.outdoornews.co.kr>
 - 14) 한국섬유개발연구원(편)(2010), *하이테크 패션 의류소재 제조 기술*, pp.26.
 - 15) 이학영, 김유경(2009), "동계 아웃도어용 스마트 의류의 디자인 프로토타입 개발", *한국디자인문화학지*, 15(3), pp.339-355.
 - 16) "친환경 소재로 만든 프리미엄 아웃도어", (2011, 4, 26), 자료검색일 2011, 5, 10, 자료출처 <http://www.chosun.com>
 - 17) "아웃도어 도시를 활보하다", *outdoor journal*, 2011. 2, p.160-179.
 - 18) "2011 outdoor market reoport", (2011, 2, 23), 자료검색일 2011, 2, 21, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
 - 19) "'소프트-셸'기능성 혁신 소재 패브릭 컬렉션", *fashion insight*, 2011. 5, p.10.

접수일(2011년 6월 20일),
수정일(1차 : 2011년 7월 18일, 2차 : 8월 10일),
게재확정일(2011년 8월 16일)