

냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동과 디자인 선호도 연구

권은순·이미숙*

공주대학교 의류상품학과 강사·공주대학교 의류상품학과 교수**

A Study on Clothing Purchasing Behaviors and Design Preference of Summer Clothes using Cooling Textiles

Eun-Sun Kwon · Mi-Sook Lee**

Lecturer, Dept. of Fashion Design & Merchandising, Kongju National University

Prof., Dept. of Fashion Design & Merchandising, Kongju National University**

(2014. 2. 12. 접수; 2014. 4. 3. 수정; 2014. 4. 7. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to investigate purchasing behaviors of summer clothes using cooling textiles and clothing design preference in summer season. The subjects were 623 married women aged from 30s to 60s. The research method was a survey and the measuring instruments consisted of purchasing behaviors of summer clothes using cooling textiles, clothing design preference in summer season, and subjects' demographics attributions. The data were analyzed by frequency analysis, multiple response analysis, cross tabs analysis, and χ^2 test, using SPSS statistical program. The results were as follows. First, important clothing selection criteria were design, price, and textiles. The main items using cooling textiles that female consumers purchased were T-shirts, pants, and outdoor & sportswear. Main information sources of summer clothes using cooling textiles were internet and store display, and purchasing places were fashion outlet, internet, brand store, and department store. Second, female consumers most preferred comfortable and casual style. They mainly preferred white and blue color, pastel and pale tone, plain pattern, and cotton and functional materials in summer season. Third, there were many important differences among 4 age groups on purchasing behaviors of summer clothes using cooling textiles and design preference in summer season.

Key Words: Cooling textiles(냉감 소재), Purchasing behaviors(구매행동), Design preference(디자인 선호도), Female consumer(여성 소비자)

I. 서론

2000년대 이후부터 급격히 진행되는 지구 온난화에 의한 기상이변은 우리의 생활 여러 측면에 많은 영향을 미치고 있다. 우리나라가 위치한 동아시아 지역은 복잡한 지리적 특성 때문에

기후변동성이 큰 것으로 예측되고 있는데, 2012년 국립기상연구소에서 발표한 자료에 의하면 한반도의 기후가 점차 아열대성으로 바뀌는 중이며 우리나라의 기온상승 속도는 세계 평균보다 2배나 높은 것으로 나타났다(국립기상연구소, 2012). 실제로 2013년 여름은 유난히 길고

Corresponding author ; Mi-Sook Lee

Tel. +82-41-850-8301, Fax. +82-41-850-8301

E-mail : evanms@kongju.ac.kr

※ 본 논문은 중소기업청에서 지원하는 2013년도 산학협력 기술개발사업(No. C0096145)의 연구수행으로 인한 결과물임.

무더위 많은 사람들이 일상생활을 해나가는데 어려움을 호소하였으며, 불행히도 이러한 경향은 앞으로도 계속될 것으로 보인다. 기상청에서 발표한 한반도 기후변화 전망보고서에 따르면, 과거 30년간의 관측자료에서 나타나는 온난화 경향이 2100년까지 꾸준히 지속될 것으로 예상되며, 21세기 중반 이후에는 온난화가 더욱 가속되어 폭염일수는 현재 연간 7.3일에서 21세기 후반에는 13.1일 수준으로, 열대야일수는 현재 연간 2.8일에서 21세기 후반에는 13.6일 수준으로 크게 증가할 것으로 전망되었다(기상청, 2012).

의복은 날씨와 긴밀한 연관을 지니고 있으므로 지구온난화에 의한 기상이변이 패션산업에 미치는 영향은 매우 크다. 최근 몇 년간 여름이 길어지고 무더위가 지속됨에 따라 패션산업에서 냉감소재에 대한 관심이 급증하고 있다. 코오롱 패션머티리얼은 우체국 집배원들의 유니폼에 적용된 대표적인 쿨비즈 소재인 ‘쿨론’ 외에 자외선 차단기능을 갖춘 ‘유베일(U-VEIL)’을 출시하였으며, 효성은 흡한속건 기능을 가진 ‘에어로쿨’에 이어 ‘아스킨’, ‘아쿠아X’를 출시하였고 최근에는 흡한속건과 촉감 뿐 아니라 화려한 색상을 발현하는 ‘에어로쿨 프리즈마’를 선보였다(효성-코오롱, 쿨섬유 ‘뜨거운 전쟁’, 2012). 특허청에 따르면 폭염과 열대야가 이어진 2007년부터 2012년까지 냉감소재(쿨소재)에 대한 특허출원이 급상승하였으며, 이중 쿨의류나 쿨원단은 쿨소재 가운데 가장 많은 30건이 특허출원되고 있다고 밝혔다(더위 쫓는 ‘쿨소재’ 상품 특허출원 급증세, 2013). 이러한 변화에 맞추어 많은 패션업체들은 냉감소재 의류의 비중을 점점 늘리고 있으며, 최근 몇 년간 냉감소재 의류의 판매율은 급격한 상승세를 보이고 있다(냉감소재 패션 ‘불황 속 호황’, 2012). 2013년 업계 현황을 살펴보면 LG 패션의 라푸마는 ‘쿨링’이라 불리는 냉감소재를 사용한 기능성 티셔츠인 ‘쿨테크 티셔츠’를 출시한 후 세 차례나 추가생산을 진행하며 폭발적인 주문에 대응하고 있고, 컬럼비아의 쿨링기술 적용제품인 ‘옵니프리즈 제로’는 출시한 지 한 달 만에 완판되었다(올여름, 패션이 기능성과 눈 맞았다, 2013). 이너웨어에서도 냉감제품에 대한 인기는 매우 높아, 비

와이씨의 경우 쿨맥스 소재로 제작된 ‘쿨피아’ 라인의 인기가 압도적으로 높았으며, 좋은 사람들 역시 2013년 5, 6월 ‘보디가드’, ‘제임스딘’, ‘퍼스트올로’ 등의 판매반응을 분석한 결과 냉감제품의 판매비중이 42%를 차지한 것으로 나타났다(이너웨어, 냉감 제품 인기, 2013). 또한 LG패션의 ‘마에스트로’, 코오롱 FnC의 남성캐주얼 브랜드 ‘시리즈’ 등 남성 직장인을 위한 업체들도 냉감소재를 적용한 ‘쿨비즈(Coolbiz)’ 라인 제품을 경쟁적으로 선보이고 있다(빨리 온 여름.. 직장인 비즈니스룩 어떻게, 2013).

이처럼 온난화에 따른 기후변화로 인하여 여름철 냉감소재를 적용한 기능성 제품에 대한 소비자들의 관심과 반응은 매우 높다고 할 수 있다. 그러나 냉감소재에 대한 연구는 섬유소재 개발 분야에서만 일부 이루어지고 있을 뿐(강누리, 나영주, 2010; 이범수 외, 2012; 전은경 외, 2010) 냉감소재 의류에 대한 연구는 아직까지 매우 미흡한 실정이다. 더구나 냉감소재가 사용된 여름철 의류의 구매행동을 조사한 연구는 아직 이루어지지 않았다. 패션기업 입장에서 본다면, 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 냉감소재를 사용한 패션상품을 보다 소비자의 욕구에 부응할 수 있도록 개발하기 위해서는 소비자가 냉감소재를 사용한 여름철 의류에서 선호하는 기능적인 특성이 무엇이며, 냉감소재가 사용될 필요가 있다고 생각하는 주요 의류품목은 무엇인지 등 냉감소재를 사용한 여름철 의류에 대한 구매행동을 보다 구체적으로 이해할 필요가 있다고 판단된다. 또한 계절과 기온변화는 소비자의 신체적, 정서적인 쾌적함에 많은 영향을 미친다. 패션상품은 기능적 특성보다도 사회심리적 특성이 중요하게 부각되는 상품이라는 점을 고려해볼 때, 여름철이라는 계절적인 특성에 따라 소비자가 선호하는 의복의 색상, 소재, 문양 및 스타일 등의 디자인 선호도를 알아볼 필요가 있다고 판단된다. 따라서 본 연구에서는 최근의 기후변화에 따라 소비자의 욕구에 부응할 수 있는 패션상품개발을 위해서 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동과 디자인 선호도를 알아보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 냉감소재

최근 급격히 진행되고 있는 지구온난화에 의한 이상기후 현상으로 한반도 여름철 기온이 빠르게 증가하고 있으며, 여름시즌이 빨리 시작되고 오랜 기간 지속되는 현상이 일어남에 따라 무더위에 대처하기 위한 측면에서 냉감소재의 필요성이 급격히 증가하고 있다. 냉감소재란 착용시 시원함을 지속시켜 주는 소재로서, 현재 시장에서 판매되고 있는 냉감소재는 냉감기능을 발현하는 기능성 원사를 사용하는 방법과 기존 직물에 흡한속건, 자외선 차단, 투습방수, 냉감발현 등의 기능을 나타내는 기능성 약품 및 조제를 사용하여 염색가공 및 위생공정 등의 후가공 처리를 통해 냉감성을 나타내는 방법이 개발되고 있다(이범수 외, 2012). 냉감발현 원사를 이용하는 방법은 내구성과 성능이 뛰어난 장점이 있으나 원사단면 및 원사의 형태를 변형시켜야 하는 섬유소재에 대한 한계성과 제품의 생산단계 측면에서 후가공기술 적용보다 높은 비용이 소요되는 단점을 갖고 있으므로, 현재는 다양한 기능성 조제를 사용하여 냉감발현 기능을 실현하는 방법이 주로 이용되고 있다(田坂聰, 2005). 냉감소재로 사용되는 직물은 나일론이나 폴리에스테르 등의 합성섬유가 일반적이거나, 최근에는 기술발달로 인해 천연섬유와 합성섬유의 혼방 및 100% 천연섬유를 사용하여 냉감효과를 부여하는 방법도 개발되고 있다(이범수 외, 2012).

냉감소재를 사용한 의류제품이 빠르게 개발되어 판매되고 있으나, 냉감기능에 대한 소비자의 평가는 다양하다. 처음 착용할 때에는 시원한 느낌을 주지만 얼마 지나지 않아 냉감효과가 사라지거나, 일반 의류에 비해 뚜렷한 냉감효과를 보이지 않아 차이를 인지하기 어려운 경우도 많기 때문이다. 일반적인 의류에 비해 상대적으로 높은 가격을 지불해야 하는 소비자의 입장에서는 냉감의류에 대한 객관적인 평가기준이 제시되지 않은 상태에서 냉감효과에 대한 불신의 시각이 클 수밖에 없는 것이 현실이다. 그리고 냉감소재를 사용했다 하더라도 의복디자인, 구성방법 등

에 따라 소비자가 느끼는 쾌적성에서는 많은 차이가 발생할 수 있는데, 아직까지 이에 대한 연구는 거의 이루어지지 않은 실정이다. 또한 냉감소재를 적용한 의류의 구매행동이나 선호기능 등 소비자들의 욕구에 부응하기 위한 상품개발을 목적으로 마케팅적인 측면에서 소비자행동이나 태도를 파악하기 위한 연구도 아직 시도되고 있지 않은 상태이므로, 앞으로 냉감소재에 대한 다각적인 연구가 필요하다고 여겨진다.

2. 의복구매행동

의복구매행동이란 소비자가 사회문화적 환경 요인과 개인적 욕구 등의 동기에 따라 의류제품을 지각하고 정보를 탐색한 후 평가하여 선택하는 의사결정과정을 통해 제품을 구매하게 되는 일련의 과정을 의미한다(서현수, 2004). 의복구매행동에 대한 선행연구들을 살펴보면, 의복구매동기, 정보탐색, 의복선택기준, 구매장소, 구매시기 및 상황, 구매빈도, 구매가격 및 지불방법, 의복만족 및 불편행동 등의 다양한 변인에 대한 연구가 진행되어왔다. 그러나 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동을 조사한 연구는 아직 이루어지지 않아 이에 대한 직접적인 선행연구를 고찰하기에는 어려움이 있다. 따라서 여기에서는 본 연구의 피험자이며 자신 뿐 아니라 남편이나 자녀 등 가족의 의복구매에 중요한 영향력을 행사하고 있는 성인 기혼여성의 의복구매행동에 대한 선행연구 결과를 중심으로 살펴보기로 하겠다.

성인 기혼여성을 대상으로 조사한 선행연구 결과를 살펴보면, 김준희(1991)는 성인여성은 의류제품 선택시 디자인, 품질, 가격, 관리성, 브랜드 등을 고려하여 제품을 구매한다고 하였으며, 장혜원(1996)은 직물의 질이나 봉제상태 등의 품질이 가장 중요한 평가기준이라고 하였다. 조연심(1996)의 연구에서 20~40대 성인여성은 의복 구매시 디자인을 가장 중시하나 주부비율이 높은 집단은 실용성을 더 중요하게 고려한다고 하였고, 신지혜(1998)는 성인 여성은 디자인을 가장 중요하게 고려하며 그 다음으로 가격, 체형과의 어울림 등을 중시하였다고 하였다. 권보애와 오현정(2004)은 성인여성이 의복 구매시

중요하게 고려하는 정보원은 매장의 진열, 대중매체, 친구의 조언, 구매경험이라고 하였으며, 서현수(2004)도 30, 40대 여성은 과거의 구매경험, 매장 진열, 광고 또는 대중매체, 타인의 조언을 중시한다고 제시하였다. 중년 여성의 기성복 구입실태를 조사한 김인화와 권수애(2007)는 중년 여성은 구입편리성을 이유로 백화점을 가장 많이 이용한다고 하였으며, 서현수(2004)의 연구에서도 백화점이 가장 중요한 의복 구매장소였고 그 외에 브랜드 대리점과 상설할인매장의 이용빈도가 높게 나타났다.

3. 의복디자인 선호도

의복디자인 선호도란 전체적인 스타일과 디자인, 재질, 색상, 문양 등 의복에서 느낄 수 있는 여러 가지 형태에 대한 선호도를 의미한다. 본 연구의 피험자인 성인 기혼여성을 대상으로 의복디자인 선호도를 조사한 선행연구를 살펴보면, 최정원(2011)은 중년 여성의 선호의복 이미지를 조사한 결과, 세련되고 품위 있는 이미지, 편안하고 활동적인 이미지를 선호하는 것으로 나타났으며, 배현숙(1999)은 노년층 여성을 대상으로 선호하는 의복스타일을 조사한 결과, 단순하고 활동적인 스타일, 우아하고 여성스러운 스타일, 실제 나이보다 젊어 보이는 의복스타일을 선호한다고 하였다.

정삼호와 강혜원(1991)은 21~60세 성인 여성을 대상으로 선호색상을 조사한 결과, 검정색, 흰색, 분홍색을 주로 선호하는 것으로 나타났고, 김선희와 도월희(2002)의 연구에서는 성인들은 무채색 계열과 파스텔 계열을 선호하는 것으로 나타났다. 박준경(1986)은 노년층 여성을 대상으로 색상 선호도를 조사한 결과, 일반적인 의류의 색상 선호도와 여름철 의류의 색상 선호도에는 차이가 있었으며, 여름에는 특히 흰색, 파랑색, 청보라 계열을 선호한다고 하였다. 서미아와 이선희(1995)는 여름철에는 하늘색, 파랑, 연두색을 선호한다고 하였으며, 여혜린과 권영숙(2005)의 연구에서도 여름철 상의로 흰색, 청색, 녹색의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 남궁민지(2008)는 50~60대 여성은 봄/여름 색상으로 파랑색, 보라색, 노랑색을 선호하며, 톤은 grayish

tone, pale tone, light tone을 선호한다고 하였다.

정삼호와 강혜원(1991)은 성인 여성의 문양 선호도를 조사한 결과, 일반적으로 점문양, 꽃문양, 추상문양에 대한 선호경향이 높게 나타났으며, 여혜린과 권영숙(2005)은 여름철 상의의 문양 선호도를 조사한 결과, 무지에 대한 선호도가 매우 높았고, 그 외 물방울이나 꽃무늬, 체크, 줄무늬가 선호된다고 하였다. 남궁민지(2008)는 봄/여름 문양으로는 민무늬와 줄무늬, 기하학적 무늬를 선호하며, 품목별로 하의는 민무늬를, 원피스는 문양이 있는 것을 선호하고, 연령이 낮을수록 모든 의복품목에서 민무늬를 선호하는 경향이 높다고 하였다. 한편, 봄/여름철의 의복소재에 대한 선호도를 살펴보면, 의류품목에 따라 약간의 차이는 있으나 일반적으로 면에 대한 선호도가 가장 높았고, 그 외에 마, 쉬폰, 기능성 소재에 대한 선호도가 높게 나타났다(남궁민지, 2008).

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 소비자의 욕구에 부응할 수 있는 냉감소재 의류의 개발을 위하여 자신 뿐 아니라 남편이나 자녀 등 가족의 의복구매에 중요한 영향력을 행사하고 있는 성인 기혼여성을 대상으로 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동과 디자인 선호도를 조사하고자 하며, 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동을 알아본다.

둘째, 여름철 의류에 대한 소비자의 디자인 선호도를 조사한다.

셋째, 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동과 디자인 선호도가 성인 여성의 연령에 따라 차이가 있는지를 비교분석해본다.

2. 연구대상

본 연구의 피험자는 전국에 거주하고 있는 30~60대 기혼여성으로 총 623명이 편의표집방법

에 의해 선정되었으며, 피험자들의 인구통계학적 특성은 다음과 같다.

<표 1> 피험자의 인구통계학적 특성

| | 항목 | n(%) |
|--------|--------------|-----------|
| 연령 | 30대(30~39세) | 167(26.8) |
| | 40대(40~49세) | 170(27.3) |
| | 50대(50~59세) | 174(27.9) |
| | 60대(60~69세) | 112(18.0) |
| 거주 지역 | 강원도 | 14(2.3) |
| | 서울·경기도 | 385(61.8) |
| | 충청남북도 | 40(6.4) |
| | 전라남북도 | 49(7.9) |
| | 경상남북도 | 135(21.6) |
| 학력 | 고등학교 졸업 이하 | 217(34.8) |
| | 대학교 졸업 | 368(59.1) |
| | 대학원 졸업 | 38(6.1) |
| 직업 | 사무직 | 169(27.1) |
| | 전문직 | 37(5.0) |
| | 판매/서비스직 | 64(10.3) |
| | 전업주부 | 326(52.3) |
| | 기타 | 27(4.3) |
| 가계 월소득 | 300만원 미만 | 102(16.4) |
| | 300~400만원 미만 | 144(23.1) |
| | 400~500만원 미만 | 145(23.3) |
| | 500~600만원 미만 | 109(17.5) |
| | 600~800만원 미만 | 74(11.9) |
| | 800만원 이상 | 49(7.8) |

3. 측정도구

본 연구는 설문지법에 의해 실시되었으며, 설문지는 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매 행동, 여름철 의류의 디자인 선호도, 그리고 피험자의 인구통계학적 특성에 대한 문항으로 구성되었다. 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매 행동에 대한 측정문항은 냉감소재에 대한 선행연구(이범수 외, 2012)와 일반적인 의복구매 행동에 대한 선행연구들(김효숙 외, 2011; 남영란 외, 2013; 서현수, 2004; 장혜원, 1996; 주예 외, 2013; 최경아 외, 2011), 그리고 본 연구에 맞는

측정도구 개발을 위해 연구자가 냉감소재를 구매해본 경험이 있는 성인여성 10명을 면접한 예비조사 내용을 토대로 개발하였으며, 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 의복선택기준, 구매 품목, 선호기능성, 구매정보원, 구매장소 등에 대한 문항이 포함되었다. 여름철 의류의 디자인 선호도에 대한 문항은 선행연구(남궁민지, 2008)를 토대로 제작하였으며, 선호 색상계열과 톤, 선호 소재, 선호 무늬, 선호하는 의복스타일에 대한 문항으로 구성되었다. 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동에 대한 문항과 여름철 의류의 디자인 선호도에 대한 문항은 의류학 분야 박사 5명으로 구성된 전문가 집단과의 토의를 통해 문항을 수정, 보완하는 과정을 거쳐 최종 제작하였다. 피험자의 인구통계학적 문항으로는 연령, 거주지역, 학력, 직업, 월수입을 묻는 문항이 포함되었다. 본 조사에 사용된 각 측정 문항은 응답자가 대답할 가능성이 있는 여러 가지 응답항목들을 미리 제시하고 이 중에서 자신이 답하고자 하는 내용과 가장 근접한 항목을 선택하도록 하는 선다형식(multiple choice)으로 제시하였다.

4. 자료수집 및 분석

본 연구는 2013. 8. 26~9. 13에 걸쳐 전국에 있는 30~60대 성인 기혼여성을 대상으로 온라인을 통한 설문조사를 실시하였다. 수집된 648부의 자료 중 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 자료를 제외하고 총 623부가 최종 연구자료로 사용되었으며, 자료분석은 SPSS(Ver. 20.0) 통계프로그램을 사용하여 빈도분석, 다중응답분석, 교차분석, χ^2 test를 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동

1) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 의복선택기준

일반적으로 소비자들은 의복 구입시 하나의

주된 기준만을 토대로 의복을 구입하지 않고 디자인, 색상, 가격, 품질 등 다양한 선택기준을 함께 고려하여 구입을 결정한다. 따라서 본 연구에서는 냉감소재를 사용한 여름철 의복 구입 시 소비자가 중요하게 고려하는 의복선택기준을 알아보기 위하여 다양한 의복선택기준 중 특히 중요하다고 생각되는 문항을 하나 이상 선택하도록 하여 다중응답분석을 실시하였다.

분석 결과를 살펴보면, 디자인/스타일(20.2%)과 가격(19.0%)이 가장 중요한 요인이었으며, 그 다음으로는 촉감(9.8%), 사이즈(9.6%), 소재 종류(8.2%), 기능성(8.1%), 색상(5.8%), 세탁관리의 용이성(5.5%) 등의 순으로 중요하게 제시되었다.

의복선택기준으로 디자인과 가격이 중요하게 제시된 점은 일반적인 의복선택기준에서의 선행연구 결과(조연심, 1996; 김준희, 1991; 신지혜, 1998)와 동일하나, 냉감소재를 사용한 여름철 의류에서는 일반적인 의복선택기준과 달리 유행성(1.9%)과 브랜드(2.8%)의 중요성은 감소하는 반면, 촉감, 소재 종류, 기능성, 세탁관리의

용이성 등 소재와 관련된 선택기준이 상대적으로 매우 중요하게 부각되는 것을 알 수 있었다.

한편 성인 여성의 연령집단에 따른 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 선택기준을 알아보기 위하여 다중응답분석에 대한 교차분석을 실시하였으며, 집단 간 차이를 알아보기 위한 Chi-square 검정은 다중응답분석에서는 타당하지 않으므로 제시하지 않았다. 교차분석 결과를 살펴보면, 30, 40대보다 50, 60대가 상대적으로 촉감, 소재 종류, 기능성을 의복선택기준으로 더 중요하게 고려하는 것으로 나타났는데, 이는 50, 60대의 여성은 전반적인 신체기능의 저하로 인해 최근 지구온난화에 따른 급격한 기후변화에 대한 적응력도 30, 40대에 비해 떨어지므로 촉감, 소재, 기능성 등의 의복선택기준을 더 중시하는 것이라 판단된다. 또한 50대는 다른 연령집단에 비해 의복선택기준으로 가격을 덜 중시하는 것으로 나타났는데, 이는 자녀육아 및 교육에 많은 비용을 지출하게 되는 시기인 30, 40대와 퇴직 이후인 60대에 비해 50대는 경제활동

<표 2> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 선택기준

f=1869

| 의복선택기준 | 전체 | 연령집단 | | | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 |
| | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) |
| 디자인/스타일 | 377(20.2) | 107(21.4) | 98(19.2) | 107(20.5) | 65(19.3) |
| 의복형태 | 99(5.3) | 30(6.0) | 32(6.3) | 24(4.6) | 13(3.9) |
| 색상 | 108(5.8) | 27(5.4) | 25(4.9) | 35(6.7) | 21(6.2) |
| 무늬 | 6(0.3) | 4(0.8) | 1(0.2) | 1(0.2) | 0(0.0) |
| 가격 | 355(19.0) | 99(19.8) | 107(21.0) | 78(14.9) | 71(21.1) |
| 유행성 | 35(1.9) | 5(1.0) | 16(3.1) | 9(1.7) | 5(1.5) |
| 브랜드 | 52(2.8) | 16(3.2) | 16(3.1) | 14(2.7) | 6(1.8) |
| 촉감 | 184(9.8) | 46(9.2) | 39(7.6) | 62(11.9) | 37(11.0) |
| 소재종류 | 153(8.2) | 36(7.2) | 40(7.8) | 47(9.0) | 30(8.9) |
| 사이즈 | 180(9.6) | 45(9.0) | 54(10.6) | 49(9.4) | 32(9.5) |
| 기능성 | 151(8.1) | 30(6.0) | 38(7.5) | 51(9.8) | 32(9.5) |
| 세탁관리의 용이성 | 102(5.5) | 31(6.2) | 28(5.5) | 31(5.9) | 12(3.6) |
| 소유한 다른 옷과의 조화 | 50(2.7) | 20(4.0) | 10(2.0) | 12(2.3) | 8(2.4) |
| 품질 | 17(0.9) | 5(1.0) | 6(1.2) | 2(0.4) | 4(1.2) |

을 수행하면서 자녀들은 독립해나가는 시기가므로 다른 연령집단보다 경제적인 여건상 상대적으로 여유가 있기 때문이라고 여겨진다.

2) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구입 여부

냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구입 여부를 조사한 결과, 74.3%의 피험자가 최근 1년 동안 냉감소재를 사용한 여름철 의류를 구입한 적이 있다고 답하여 비교적 많은 소비자들이 냉감소재에 대해 인지하고 있으며 호의적인 태도를 지니고 있는 것으로 나타났다. 한편, 연령집단별 차이를 알아보기 위해 Chi-square 검정을 실시한 결과 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구입여부는 성인 여성의 연령집단에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있어, 50대는 기대빈도보다 관측빈도가 높아 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구입빈도가 다른 집단에 비해 높은 반면, 30대는 구입빈도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 이

러한 결과는 50대는 신체기능의 노화가 시작되는 시기로 30, 40대에 비해 신체적인 기능이나 능력의 저하로 인해 건강에 대한 관심이 증가하면서 기능적인 의복에 대한 선호경향이 높아지기 때문이라고 판단된다.

3) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 비구매 이유

냉감소재를 사용한 여름철 의류를 구입한 적이 없는 피험자를 대상으로 그 이유를 조사한 결과, ‘냉감소재에 대해 잘 몰라서’(45.0%)가 가장 많아서 아직 냉감소재에 대한 소비자의 인식이 부족한 것으로 보여진다. 그 다음으로는 디자인적인 측면(19.4%)과 냉감효과에 대한 불신(13.1%)이 주요 이유로 제시되었는데, 이러한 결과는 냉감기능을 갖고 있는 정상적인 섬유제품과는 달리 단순히 소비자를 현혹시켜 이윤만을 추구하는 검증되지 않은 유사상품들이 출시되어 소비자의 불신의 벽을 높이는 결과를 초래함

<표 3> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구입여부

n=623

| 구입여부 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|----------|-----------|------------|------------|------------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 구입한 적 있음 | 463(74.3) | 113(124.1) | 122(126.3) | 144(129.3) | 84(83.2) | 10.98* |
| 구입한 적 없음 | 160(25.7) | 54(42.9) | 48(43.7) | 30(44.7) | 28(28.8) | |

* $p < .05$, O:관측빈도, E:기대빈도

<표 4> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 비구매 이유

n=160

| 비구매 이유 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 냉감소재에 대해 잘 몰라서 | 72(45.0) | 24(24.3) | 20(21.6) | 15(13.5) | 13(12.6) | 13.07 |
| 가격이 비싸서 | 17(10.6) | 5(5.7) | 5(5.1) | 6(3.2) | 1(3.0) | |
| 냉감효과를 신뢰할 수 없어서 | 21(13.1) | 6(7.1) | 7(6.3) | 2(3.9) | 6(3.7) | |
| 어디에서 구입하는지 몰라서 | 13(8.1) | 3(4.4) | 4(3.9) | 2(2.4) | 4(2.3) | |
| 디자인/색상이 마음에 들지 않아서 | 31(19.4) | 14(10.5) | 11(9.3) | 4(5.8) | 2(5.4) | |

O:관측빈도, E:기대빈도

에 따라 많은 부정적인 시각이 시장에서 팽배해 있다고 한 이범수 외(2012)의 연구내용과 일치하는 것이라 할 수 있다. 한편, 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 비구매 이유는 성인 여성의 연령집단에 따라 유의한 차이를 보이지 않았다.

4) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매품목

최근 1년간 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매품목을 알아보기 위해 다중응답분석을 실시한 결과, 티셔츠(23.8%)를 가장 많이 구입한 것으로 나타났으며, 그 다음으로 바지(18.0%), 아웃도어/운동복(16.0%)의 비율이 비교적 높게 나타났다. 이것은 최근 라이프스타일의 캐주얼화와 운동 및 야외활동에 대한 관심의 증가 때문으로 생각된다. 그 다음으로는 액세서리(쿨토시, 스카프 등)가 12.6%, 셔츠/블라우스의 비율이 10.6%였으며, 치마의 비율(3.1%)은 매우 낮았다.

연령집단에 따른 냉감소재를 사용한 여름철 의류 구매품목을 살펴보면, 셔츠/블라우스는 60대가 다른 연령집단에 비해 많이 구매한 것으로 나타났으며 연령이 증가할수록 구매빈도가 높아지는 경향을 보였고, 내의류와 실내복/잠옷은 30대가, 아웃도어/운동복은 40대와 50대가 다른 연령집단보다 높은 구매빈도를 보였다. 이러한 결과는 30대 여성은 주로 출산과 육아로 인해 실내에서 지내는 시간이 많고 자신의 여가시간

을 즐길 여유가 없는 바쁜 시기인데 반해, 40대와 50대는 자신을 위한 자유시간이 증가하고 건강에 대한 관심이 점차 증가함에 따라 야외활동이나 운동을 시작하는 경향이 높아지기 때문이라고 판단된다.

5) 냉감소재가 필요한 여름철 의류품목

냉감소재가 필요한 여름철 의류품목이 무엇인지를 조사하기 위해 다중응답분석을 실시한 결과, 티셔츠(24.0%)가 가장 높은 빈도를 보였으며, 그 다음으로 아웃도어/운동복(18.1%), 바지(17.4%), 셔츠/블라우스(13.5%), 내의류(11.8%)의 순으로 나타났다. 이것은 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매품목에서 티셔츠, 바지, 아웃도어/운동복의 구매빈도가 높게 나타난 결과와 일치하는 것이라 볼 수 있다. 셔츠/블라우스와 내의류는 필요성을 느끼는 것에 비해서는 구매빈도가 적은 것으로 나타났는데, 이는 현재 냉감소재 의류가 주로 아웃도어나 캐주얼 의류브랜드, 그리고 남성용 비즈니스웨어 중심으로 개발되고 있기 때문에 여성용 셔츠나 블라우스는 아직 냉감소재를 적용한 의류제품을 찾아보기 어려운 때문이라고 생각된다. 또한 냉감소재가 내의류에 적용된 것도 비교적 최근이므로 아직 제품개발이 활발히 이루어지지 못하여 소비자들의 욕구에 부합하기에는 상품의 다양성이 부족

<표 5> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매품목

f=1092

| 냉감소재 구매품목 | 전체 | 연령집단 | | | |
|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 |
| | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) |
| 티셔츠 | 260(23.9) | 52(22.0) | 68(23.9) | 86(25.2) | 54(23.8) |
| 셔츠/블라우스 | 116(10.7) | 20(8.5) | 28(9.8) | 36(10.6) | 32(14.1) |
| 팬츠 | 197(18.1) | 41(17.4) | 51(17.9) | 68(19.9) | 37(16.3) |
| 스커트 | 34(3.1) | 12(5.1) | 7(2.5) | 8(2.3) | 7(3.1) |
| 내의류 | 70(6.4) | 25(10.6) | 15(5.3) | 17(5.0) | 13(5.7) |
| 아웃도어/운동복 | 175(16.1) | 29(12.3) | 54(18.9) | 59(17.3) | 33(14.5) |
| 실내복/잠옷 | 99(9.1) | 25(10.6) | 25(8.8) | 29(8.5) | 20(8.8) |
| 액세서리 | 138(12.7) | 32(13.6) | 37(13.0) | 38(11.1) | 31(13.7) |

하다고 인식하는 것이라고 생각된다.

이러한 결과를 고려해볼 때, 앞으로 직장여성의 인구가 증가하고 기후온난화가 지속적으로 증가할 것으로 예측되므로 패션기업에서는 남성 비즈니스웨어 뿐 아니라 여성을 위한 비즈니스웨어로 여름철 셔츠/블라우스 품목에 대한 개발이 필요하다고 판단되며, 아울러 소비자의 욕구와 취향을 고려한 다양한 여성용 내의류 개발도 이루어져야 할 것이다. 한편, 연령집단에 따른 냉감소재가 필요한 여름철 의류품목을 살펴보면, 30대는 다른 연령집단에 비해 바지 품목에 냉감소재가 필요하다고 응답한 경우가 낮은 반면 내의류/실내복에서는 냉감소재의 필요성을 더 많이 느끼는 것으로 나타났다.

6) 냉감소재를 사용한 여름철 의류에서 선호되는 기능성

냉감소재를 사용한 여름철 의류에서 선호되는 기능성을 알아보기 위해 피험자에게 각 기능성에 대한 설명을 제공하고 가장 선호하는 기능성을 선택하도록 한 결과, 통풍성(35.2%)와 흡한속건성(30.3%)이 높은 비중을 차지하였으며, 그 다음으로 경량성(12.8%), 자외선 차단성(8.2%)과 소취/방취성(8.2%), 향균성(5.3%)의 순으로 나타났다. 따라서 패션기업에서는 냉감소재가 갖는

접촉냉감과 함께 통풍성과 흡한속건성을 고려한 기능성 의류제품을 개발한다면 보다 소비자들의 욕구에 부합할 수 있을 것이라 여겨진다. 한편, 냉감소재를 사용한 여름철 의류에서 선호되는 기능성은 성인 여성의 연령집단에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

7) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매정보원

대부분의 소비자들은 의복을 구매하기 위해 하나 이상의 구매정보원을 활용한다. 따라서 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매정보원을 알아보기 위해 다중응답분석을 실시하였다. 그 결과, 인터넷(29.2%)과 의류매장(22.0%)이 성인 여성의 주된 정보원이었으며, 그 다음으로 TV(16.8%)와 친구(15.2%)의 순으로 나타났다. 연령집단에 따른 구매정보원을 살펴보면, 30, 40대는 인터넷을 가장 중요한 정보원으로 활용하고 있는 반면, 50, 60대는 의류매장이 가장 중요한 정보원으로 나타났으며, 60대는 다른 연령집단보다 가족이나 친척, 친구나 주변사람 등의 인적 정보원을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 성인 여성들은 상점의 진열장, 친구가 정보원으로 의복구매에 중요한 영향을 미친다는 김준희(1991)의 연구결과와 50~60대 여성은 친구나 가족의 조언과 같은 인적 정보원을

<표 6> 냉감소재가 필요한 여름철 의류품목

f=1868

| 냉감소재 필요품목 | 전체 | 연령집단 | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 |
| | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) |
| 티셔츠 | 449(24.0) | 113(22.6) | 120(23.5) | 128(24.5) | 88(26.3) |
| 셔츠/블라우스 | 252(13.5) | 61(12.2) | 66(12.9) | 74(14.2) | 51(15.2) |
| 팬츠 | 326(17.5) | 68(13.6) | 98(19.2) | 102(19.5) | 58(17.3) |
| 스커트 | 41(2.2) | 16(3.2) | 11(2.2) | 8(1.5) | 6(1.8) |
| 내의류 | 221(11.8) | 69(13.8) | 58(11.4) | 54(10.3) | 40(11.9) |
| 아웃도어/운동복 | 338(18.1) | 90(18.0) | 95(18.6) | 98(18.8) | 55(16.4) |
| 실내복/잠옷 | 160(8.6) | 56(11.2) | 42(8.2) | 43(8.2) | 19(5.7) |
| 악세서리 | 81(4.3) | 28(5.6) | 20(3.9) | 15(2.9) | 18(5.4) |

<표 7> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 선호기능성

n=623

| 선호기능성 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|---------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 흡한속건성 | 189(30.3) | 60(50.7) | 48(51.6) | 48(52.8) | 33(34.0) | 18.22 |
| 자외선 차단성 | 51(8.2) | 5(13.7) | 16(13.9) | 17(14.2) | 13(9.2) | |
| 항균성 | 33(5.3) | 8(8.8) | 9(9.0) | 8(9.2) | 8(5.9) | |
| 소취/방취성 | 51(8.2) | 12(13.7) | 18(13.9) | 17(14.2) | 4(9.2) | |
| 통풍성 | 219(35.2) | 63(58.7) | 59(59.8) | 57(61.2) | 40(39.4) | |
| 경량성 | 80(12.8) | 19(21.4) | 20(21.8) | 27(22.3) | 14(14.4) | |

O:관측빈도, E:기대빈도

<표 8> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매정보원

f=1103

| 구매 정보원 | 전체 | 연령집단 | | | |
|----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 |
| | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) |
| TV | 185(16.8) | 44(15.0) | 44(15.8) | 56(17.2) | 41(19.9) |
| 인터넷 | 322(29.2) | 120(40.8) | 97(34.9) | 68(20.9) | 37(18.0) |
| 패션잡지 | 64(5.8) | 16(5.4) | 20(7.2) | 20(6.2) | 8(3.9) |
| 가족/친척 | 65(5.9) | 20(6.8) | 10(3.6) | 14(4.3) | 21(10.2) |
| 친구/주변사람 | 168(15.2) | 33(11.2) | 40(14.4) | 53(16.3) | 42(20.4) |
| 매장 디스플레이 | 243(22.0) | 48(16.3) | 55(19.8) | 91(28.0) | 49(23.8) |
| 판매원 | 56(5.1) | 13(4.4) | 12(4.3) | 23(7.1) | 8(3.9) |

중요시한다는 채진미(1997)의 연구결과와 일치하는 것으로 보여 진다. 한편, 과거 선행연구에서는 인터넷이 구매정보원으로 갖는 영향력이 크지 않았으나 본 연구에서는 인터넷이 성인 여성의 가장 중요한 구매정보원으로 제시되었으며, 특히 연령이 어린 집단일수록 구매정보원으로써 인터넷의 중요성이 부각되었다. 이러한 결과는 최근 사회문화적 환경을 고려할 때 당연한 것이라 생각되며 정보원으로써 인터넷의 중요성은 앞으로도 더욱 증가할 것으로 예측된다.

8) 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매장소

냉감소재를 사용한 여름철 의류를 구입한 적

이 있는 피험자를 대상으로 구입장소를 조사한 결과, 패션 아울렛(21.5%), 인터넷(19.0%), 브랜드 대리점(17.3%)과 백화점(16.1%)이 주요 구매장소로 나타났다. 연령집단별 구매장소를 살펴보면, 30, 40대는 인터넷이 가장 주요한 구매장소였으며 그 다음으로 브랜드 대리점과 백화점의 순으로 나타났고, 50, 60대는 패션아울렛, 백화점, 브랜드 대리점이 유사하게 중요한 구매장소인 것으로 나타났다.

2. 여름철 의류의 디자인 선호도

1) 여름철 의류의 선호스타일

<표 9> 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매장소

f=827

| 구매장소 | 전체 | 연령집단 | | | |
|-------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 |
| | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) | f(%) |
| 백화점 | 133(16.1) | 27(13.3) | 24(11.3) | 49(19.1) | 33(21.2) |
| 브랜드 대리점 | 143(17.3) | 29(14.3) | 36(17.0) | 49(19.1) | 29(18.6) |
| TV 홈쇼핑 | 55(6.7) | 14(6.9) | 18(8.5) | 15(5.9) | 8(5.1) |
| 인터넷 | 157(19.0) | 55(27.1) | 55(25.9) | 28(10.9) | 19(12.2) |
| 패션아울렛 | 178(21.5) | 40(19.7) | 42(19.8) | 61(23.8) | 35(22.4) |
| 대형마트(이마트, 홈플러스 등) | 92(11.1) | 23(11.3) | 22(10.4) | 33(12.9) | 14(9.0) |
| 보세점 | 69(8.3) | 15(7.4) | 15(7.1) | 21(8.2) | 18(11.5) |

<표 10> 여름철 의류의 선호스타일

n=623

| 선호스타일 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|----------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 우아하고 클래식한 스타일 | 39(6.3) | 9(10.5) | 8(10.6) | 10(10.9) | 12(7.0) | 27.71 |
| 편안하고 캐주얼한 스타일 | 314(50.4) | 99(84.2) | 91(85.7) | 82(87.7) | 42(56.4) | |
| 활동적이고 스포티한 스타일 | 89(14.3) | 17(23.9) | 22(24.3) | 29(24.9) | 21(16.0) | |
| 개성있고 독특한 스타일 | 30(4.8) | 5(8.0) | 9(8.2) | 12(8.4) | 4(5.4) | |
| 섹시하고 화려한 스타일 | 5(0.8) | 2(1.3) | 1(1.4) | 1(1.4) | 1(0.9) | |
| 로맨틱하고 여성적인 스타일 | 33(5.3) | 12(8.8) | 9(9.0) | 9(9.2) | 3(5.9) | |
| 심플하고 모던한 스타일 | 113(18.1) | 23(30.3) | 30(30.8) | 31(31.6) | 29(20.3) | |

O:관측빈도, E:기대빈도

의류는 자신의 이미지와 개성을 표현하는 수단으로서 사회심리적인 특성이 중시되는 대표적인 품목이다. 따라서 소비자의 사회심리적 욕구를 이해하고 이들의 취향에 맞는 상품을 개발하기 위한 노력이 절실히 요구된다. 계절은 소비자의 신체적, 심리적 특성에 많은 영향을 미쳐 선호하는 색상, 소재, 스타일 등에 차이를 보일 것으로 판단되므로, 냉감소재가 주로 사용되는 여름철 의류를 중심으로 디자인 선호도를 조사하였다.

그 결과, 여름철 선호의복스타일로 성인 여성들은 편안하고 캐주얼한 스타일(50.4%)을 가장

선호하였으며, 그 다음으로 심플하고 모던한 스타일(18.1%), 활동적이고 스포티한 스타일(14.3%)에 대한 선호도가 높았고, 우아하고 클래식한 스타일(6.4%), 로맨틱하고 여성적인 스타일(5.3%), 개성 있고 독특한 스타일(4.8%)에 대한 선호도는 비교적 낮게 나타났다. 이러한 결과는 최근 건강과 웰빙에 대한 관심의 증가와 라이프스타일이 캐주얼화되고 스포티즘이 인기를 끌면서 나타난 현상으로 보여지며, 연령집단에 따른 차이를 나타나지 않았다.

2) 여름철 의류의 선호색상

<표 11> 여름철 의류의 선호색상

n=623

| 선호색상 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|-------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 빨강 계열 | 23(3.7) | 10(6.2) | 3(6.3) | 6(6.4) | 4(4.1) | 81.66*** |
| 주황 계열 | 22(3.5) | 4(5.9) | 3(6.0) | 5(6.1) | 10(4.0) | |
| 노랑 계열 | 17(2.7) | 9(4.6) | 3(4.6) | 3(4.7) | 2(3.1) | |
| 초록 계열 | 55(8.8) | 7(14.7) | 13(15.0) | 15(15.4) | 20(9.9) | |
| 파랑 계열 | 181(29.1) | 42(48.5) | 44(49.4) | 64(50.6) | 31(32.5) | |
| 보라 계열 | 10(1.6) | 1(2.7) | 6(2.7) | 1(2.8) | 2(1.8) | |
| 갈색 계열 | 25(4.0) | 1(6.7) | 5(6.8) | 10(7.0) | 9(4.5) | |
| 흰색 | 222(35.6) | 78(59.5) | 73(60.6) | 51(62.0) | 20(39.9) | |
| 회색 | 28(4.5) | 8(7.5) | 8(7.6) | 8(7.8) | 4(5.0) | |
| 검정색 | 40(6.4) | 7(10.7) | 12(10.9) | 11(11.2) | 10(7.2) | |

*** $p < .001$, O:관측빈도, E:기대빈도

여름철 의류로 선호하는 색상을 조사한 결과, 흰색(35.6%)이 가장 선호되었고 그 다음으로는 파랑색 계열(29.1%)에 대한 선호도가 높게 나타났으며, 이 두 색을 제외한 다른 색상들에 대한 선호도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 일반적인 색상 선호도를 조사한 선행연구 결과(김선희, 도윤희, 2002; 정삼호, 강혜원, 1991)와는 차이를 보이는 것으로 계절적인 특성에 따른 것이라 여겨진다.

성인 여성의 연령집단에 따라 선호색상에 차이가 있는지를 알아보기 위해 Chi-square 검정을 실시한 결과, 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 분석결과를 보면, 30대는 흰색과 빨간색에서 기대빈도보다 관측빈도가 높게 나타나 흰색과 빨간색을 선호하는 경향이 다른 연령집단에 비해 상대적으로 높은 것으로 보여지며, 40대는 흰색 뿐 아니라 회색, 검정색 등 무채색에 대한 선호경향이 높고 자주/보라계열도 선호하는 것으로 나타났다. 50대는 파랑색에 대한 선호경향이 다른 연령집단에 비해 매우 높으며 그 외에 갈색과 회색도 선호하는 것으로 나타났고, 60대는 특히 녹색에 대한 선호경향이 높았으며, 그 외에 갈색, 검정색, 자주/보라계열 등 비교적 다양한 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

한편, 여름철 의류에서 선호하는 색상 톤을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 일반 소비자들은 톤이라는 용어가 생소할 수도 있기 때문에 각 톤에 대한 자세한 설명을 제시하고 자신이 여름철 의류로 가장 선호하는 톤을 선정하도록 하였다. 분석 결과를 살펴보면, 성인 여성들은 여름철 의류로 파스텔톤(43.7%)을 가장 선호하였으며, 그 다음으로 페일톤(33.7%)에 대한 선호경향이 높게 나타났고, 비비드톤과 뎀톤은 여름철 의류에서는 선호경향이 낮은 것으로 제시되었다. 한편, 연령집단에 따른 차이는 나타나지 않았다.

3) 여름철 의류의 선호무늬

여름철 의류의 선호무늬를 조사한 결과, 성인 여성들은 여름철 의류로 민무늬(50.2%)를 가장 선호하였으며, 그 다음으로 줄무늬(13.6%)와 꽃무늬(11.4%)를 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 여름철 의복에서 민무늬의 선호경향이 높게 나타난 선행연구 결과(남공민지, 2008; 여혜린, 권영숙, 2005)와 일치한다. 연령집단에 따른 선호무늬를 살펴보면, 30대는 기대빈도와 관측빈도의 차이를 고려해볼 때 다른 연령집단보다 줄무늬를 매우 선호하는 것으로 나타났고,

<표 12> 여름철 의류의 선호톤

n=623

| 선호톤 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 페일톤 | 210(33.7) | 67(56.3) | 59(57.3) | 51(58.7) | 33(37.8) | 12.03 |
| 파스텔톤 | 272(43.7) | 63(72.9) | 69(74.2) | 83(76.0) | 57(48.9) | |
| 비비드톤 | 73(11.7) | 23(19.6) | 23(19.9) | 19(20.4) | 8(13.1) | |
| 딤톤 | 68(10.9) | 14(18.2) | 19(18.6) | 21(19.0) | 14(12.2) | |

O:관측빈도, E:기대빈도

<표 13> 여름철 의류의 선호무늬

n=623

| 선호무늬 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|-------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 민무늬 | 313(50.2) | 75(83.9) | 95(85.4) | 88(87.4) | 55(56.3) | 56.67*** |
| 줄무늬 | 85(13.6) | 42(22.8) | 17(23.2) | 16(23.7) | 10(15.3) | |
| 체크무늬 | 45(7.2) | 11(12.1) | 16(12.3) | 9(12.6) | 9(8.1) | |
| 꽃무늬 | 71(11.4) | 18(19.0) | 14(19.4) | 23(19.8) | 16(12.8) | |
| 식물무늬 | 10(1.6) | 1(2.7) | 1(2.7) | 6(2.8) | 2(1.8) | |
| 동물무늬 | 5(0.8) | 1(1.3) | 2(1.4) | 0(1.4) | 2(0.9) | |
| 기하학무늬 | 35(5.6) | 10(9.4) | 14(9.6) | 7(9.8) | 4(6.3) | |
| 추상무늬 | 52(8.3) | 9(13.9) | 11(14.2) | 19(14.5) | 3(9.3) | |

*** $p < .001$, O:관측빈도, E:기대빈도

40대는 민무늬와 기하학무늬, 체크무늬에 대한 선호경향이 상대적으로 높았으며, 50대와 60대는 꽃무늬와 추상무늬에 대한 선호경향이 높은 것으로 나타났다.

4) 여름철 의류의 선호소재

여름철 의류로 선호하는 소재를 조사한 결과, 면(44.5%)이 가장 선호되는 것으로 나타났으며 그 다음으로는 기능성 소재(20.6%)의 선호도가 두 번째로 높게 나타났다. 기능성 소재란 천연이나 합성섬유에 부가적으로 소비자들이 필요로 하는 성능을 추가하기 위하여 통기성, 보온성, 냉감성 등의 특수 기능성 가공을 추가한 소

재를 의미한다. 본 연구결과에서 면 다음으로 기능성 소재에 대한 선호도가 높게 나타난 것은 예전에 비해 여름이 길고 기온이 높아짐에 따라 기능성 소재에 대한 필요성이 증가함에 의한 것으로, 앞으로도 기능성 소재에 대한 선호도는 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 이러한 결과는 봄과 여름철 의류로 면에 대한 선호도가 가장 높으며 마, 쉬폰, 기능성 소재에 대한 선호도도 높게 나타났다고 한 선행연구(남궁민지, 2008)의 결과를 지지하는 것이라 할 수 있다.

한편, 연령집단에 따른 차이를 살펴보면, 30대는 면이 기대빈도에 비해 관측빈도가 매우 높은 것으로 나타나 면에 대한 선호경향이 매우 높음을 알 수 있었고, 40대는 면과 혼방섬유를

<표 14> 여름철 의류의 선호소재

n=623

| 선호소재 | 전체 | 연령집단 | | | | χ^2 |
|--------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| | | 30대 | 40대 | 50대 | 60대 | |
| | n(%) | O(E) | O(E) | O(E) | O(E) | |
| 면 | 277(44.5) | 109(74.3) | 80(75.6) | 52(77.4) | 36(49.8) | 66.33*** |
| 린넨 | 42(6.8) | 5(11.3) | 9(11.5) | 21(11.7) | 7(7.6) | |
| 레이온 | 63(10.1) | 11(16.9) | 10(17.2) | 25(17.6) | 17(11.3) | |
| 합성섬유 | 17(2.7) | 5(4.6) | 4(4.6) | 4(4.7) | 4(3.1) | |
| 혼방섬유(면+폴리 등) | 95(15.3) | 16(25.5) | 33(25.9) | 29(26.5) | 17(17.1) | |
| 기능성 섬유 | 128(20.6) | 21(34.3) | 34(34.9) | 42(35.7) | 31(23.0) | |

*** $p < .001$, O:관측빈도, E:기대빈도

비교적 선호하는 것으로 나타났으며, 50대는 시원한 느낌을 주어 여름철 소재로 선호되는 린넨과 레이온, 그리고 냉감소재와 같은 기능성 섬유에 대한 선호경향이 높게 나타났으며, 60대도 레이온과 기능성 섬유에 대한 선호경향이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 따라서 30, 40대는 일반적으로 면섬유를 여름철 의류로 많이 선호하는 반면, 50, 60대는 신체기능의 저하로 인해 최근 급격히 진행되고 있는 여름철 기후변화에 적응하기 위한 수단으로서 여름철 의류로 시원한 느낌을 주는 레이온이나 냉감소재와 같은 기능성 소재를 선호하는 경향이 젊은 연령층에 비해 상대적으로 매우 높은 것으로 나타났다.

V. 결론

본 연구는 지구 온난화 현상이 심화되면서 최근 관심을 받고 있는 냉감소재 의류에 대한 구매행동과 여름철 의류의 디자인 선호도를 알아보기 위해 실시되었으며, 연구결과를 요약해보면 다음과 같다.

첫째, 냉감소재를 사용한 여름철 의류의 구매행동을 살펴보면, 성인 여성들은 의복선택기준으로 디자인과 가격 다음으로 소재와 관련된 특성을 중시하였으며, 특히 촉감이 중요한 요인으로 제시되었다. 많은 소비자들이 냉감소재가 사

용된 의류를 구매한 경험이 있는 것으로 보아 무더위의 영향으로 냉감소재의 필요성을 인식하고 호의적인 태도를 지니는 것으로 여겨지나, 아직 냉감소재에 대한 인식의 부족과 디자인의 다양성 부족, 그리고 냉감효과에 대한 의문과 부정적 시선이 냉감소재 의류를 구매하기 꺼리는 요인으로 지적되었다. 티셔츠, 바지, 아웃도어/운동복은 소비자들이 주로 구입한 냉감소재 의류품목으로 냉감소재의 사용이 매우 필요한 주요 품목으로 나타났으며, 여성용 셔츠/블라우스와 내의류는 지금까지의 구매빈도는 적지만 앞으로 냉감소재의 사용이 필요하다고 여겨지는 품목이었다. 소비자들이 냉감소재 의류에서 선호하는 기능성으로는 통풍성과 흡한속건성이 높게 나타났다. 냉감소재 의류의 구매정보원으로는 인터넷과 의류매장이 가장 주된 정보원이었으며, 주요 구매장소는 패션아울렛, 인터넷, 브랜드 대리점과 백화점으로 나타났다.

둘째, 여름철 의류의 디자인 선호도를 조사한 결과를 살펴보면, 성인 여성들은 편안하고 캐주얼한 스타일을 여름철 의복스타일로 가장 선호하였으며 그 다음으로 심플하고 모던한 스타일, 활동적이고 스포티한 스타일을 선호하였다, 선호색상으로는 흰색과 파랑색이 두드러지게 높은 선호경향을 보였고 톤에서는 파스텔톤과 페일톤이 선호되었다. 선호무늬로는 민무늬가 가장 선호되었으며, 그 다음으로는 줄무늬와 꽃무늬에 대한 선호경향이 상대적으로 높게 나타났

고, 선호소재로는 면이 가장 선호되었고 기능성 소재가 두 번째로 높은 선호도를 보였다.

본 연구결과를 통한 결론은 다음과 같다.

첫째, 본 연구결과 많은 소비자들이 냉감소재의 필요성을 인식하고 냉감소재 의류에 대해 호의적인 태도를 지니고 있으나 아직 냉감소재에 대한 인식이 부족하고 냉감효과에 대한 객관적인 기준이 마련되지 않아 냉감효과에 의문과 부정적 시선을 가지는 것으로 나타났다. 따라서 패션기업에서는 냉감소재 의류의 판매에 앞서 냉감소재의 기능과 효과에 대한 소비자와의 커뮤니케이션 노력이 선행되어야 하며, 냉감효과를 입증할 수 있는 객관적인 기준을 마련하여 제시할 필요가 있다고 판단된다.

둘째, 패션 소비자의 취향과 선호경향을 파악하여 소비자들의 감성적인 욕구를 만족시킬 수 있는 다양한 품목과 디자인의 개발이 필요하다. 냉감소재는 비교적 최근 의류제품에 사용되기 시작하여 주로 아웃도어나 캐주얼 브랜드, 남성 비즈니스웨어에서는 상품이 빠르게 출시되고 있으나 아직 내의류, 아동복, 여성복 부분에서는 소비자들이 느끼는 필요성에 비해 상품개발이 부족한 상태라고 판단된다. 또한 냉감소재 의류를 구입하지 않는 중요한 이유 중 하나가 다양한 디자인의 부족이라고 지적한 점을 고려하여, 패션 기업에서는 소비자의 취향과 특성을 고려한 보다 다양한 품목과 디자인의 상품을 개발하여야 할 것이다.

셋째, 본 연구결과 성인 여성의 연령집단에 따라 냉감소재를 사용한 여름철 의류에 대한 구매행동과 여름철 의류에 대한 디자인 선호도에는 많은 차이가 존재함을 알 수 있었다. 따라서 패션기업에서는 소비자의 연령집단별 구매행동과 디자인 선호도를 고려하여 상품개발계획과 마케팅전략을 수립한다면 보다 소비자의 욕구에 부응할 수 있을 것으로 예측된다.

본 연구는 최근 많은 관심을 받고 있는 냉감소재 의류에 대한 연구를 실시함으로써 패션업체에게 냉감소재 의류에 대한 소비자의 구매행동을 이해하고 소비자들의 욕구에 부응할 수 있는 상품개발을 위해 도움이 되는 기초자료를 제공하였다는데 연구의 의의가 있다. 후속연구에서는 성인 남성, 임신부나 유아동과 같이 다양

한 소비자를 대상으로 한 연구를 수행할 필요가 있다고 생각되며, 냉감소재의 기능성을 높이는 기술적인 측면에서의 연구와 함께 인체생리를 고려한 피복환경학 분야의 연구가 병행된다면 소비자들이 쾌적한 의생활을 영위하는데 많은 도움을 줄 수 있을 것이라고 여겨진다.

참고문헌

- 강누리, 나영주. (2010). 냉방환경에서 쿨맵시 착용에 따른 생리적 반응과 주관적 감각. *감성과학*, 13(2), 359-370.
- 국립기상연구소. (2012). *IPCC 5차 평가보고서 대응을 위한 전지구 기후변화 보고서 2012. 기상청*. (2012). 한반도 기후변화 전망보고서.
- 김선희, 도윤희. (2002). 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구: 전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로. *한국의류학회지*, 26(8), 1286-1297.
- 김인화, 권수애. (2007). 중년 여성의 기성복재킷 구입실태 및 만족도. *한국의류학회지*, 31(3), 398-409.
- 김준희. (1991). *성인여성의 성격과 의복구매행동과의 상관관계-서울시에 거주하는 중년여성을 중심으로*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김효숙, 최창숙, 이소영. (2011). 한국 베이비붐 세대 여성의 체형인지 및 관리와 디자인 선호도에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 13(2), 13-26.
- 권보애, 오현정. (2004). 성격유형별 의복 라이프스타일과 의복구매행동. *한국의류학회지*, 28(7), 927-938.
- 남궁민지. (2008). *시니어패션 디자인 분석 및 선호도*. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 남영란, 최혜선, 김은경. (2013). 40대와 50대 중년 여성의 의복 착용 실태 및 맞춤새 비교 연구. *한국의상디자인학회지*, 15(3), 137-156.
- 냉감소재 패션 ‘불황 속 호황’ (2012. 8. 6). 매일경제. 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 <http://>

- news.mk.co.kr/news.
- 더위 쫓는 ‘쿨소재’ 상품 특허출원 급증세. (2013. 7. 29). 뉴시스 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 http://www.newsis.com/article/print.htm?ar_id=NISX20130729_0012255294&type=1.
- 박준경. (1986). *우리나라 노년층의 의복색 기호에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 배현숙. (1999). *노년층 여성의 의복 자아이미지와 의복 구매유형 및 선호디자인과의 관계*. 대구 효성가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 빨리 온 여름.. 직장인 비즈니스룩 어떻게. (2013. 6. 5). 파이낸셜뉴스 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 <http://www.fnnews.com/view>.
- 서미아, 이선희. (1995). 노년기 여성의 의복디자인 선호도 및 의복 만족도에 대한 연구. *복식문화연구*, 3(1), 41-64.
- 서현수. (2004). *30-40대 여성의 라이프스타일과 의복구매행동*. 서울여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 신지혜. (1998). *성인여성의 의복쇼핑성향과 정보탐색에 관한 연구*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 여혜린, 권영숙. (2005). 노년기 의생활 실태조사. *한국의류학회지*, 29(1), 177-188.
- 올여름, 패션이 기능성과 눈 맞았다. (2013. 8. 16). 아시아경제. 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 <http://www.asiae.co.kr/news>.
- 이너웨어, 냉감 제품 인기. (2013. 7. 10). 어패럴뉴스. 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 <http://www.apparelnews.co.kr/21cNet>.
- 이범수, 남승일, 송재웅, 노용환. (2012). 냉감/발열(보온) 기능성 섬유소재 기술 개발 동향. *한국섬유공학회<섬유기술과 산업>*, 16(2), 77-88.
- 장혜원. (1996). *사회계층에 따른 의복행동에 관한 연구-서울 시내 40-50대 주부의 의출복을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 전은경, 유신정, 김은애. (2010). 흡한속건성 셔츠 직물의 수분 전달 특성과 표면 온냉감 및 주관적 수분감의 평가. *한국생활환경학회지*, 17(3), 302-307.
- 정삼호, 강혜원. (1991). 성인여성의 체형과 연령에 따른 의복디자인 선호연구(II)-색채 및 직물문양을 중심으로. *한국의류학회지*, 15(3), 297-307.
- 조연심. (1996). *성인 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동연구*. 전북대학교 대학원 석사학위논문.
- 주예, 이지연, 박재욱. (2013). 인터넷 쇼핑 성향에 따른 한국과 중국 소비자의 의류제품 구매행동. *한국의상디자인학회지*, 15(3), 51-67.
- 채진미. (1997). *50-60대 여성들의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동*. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 최경아, 고미경, 정성지. (2011). 중년층 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 35(4), 385-395.
- 최정원. (2011). *신중년층 여성의 자아정체감과 주관적 연령에 따른 추구의복이미지 및 의복구매행동에 관한 연구*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 효성-코오롱, 쿨섬유 ‘뜨거운 전쟁’. (2012. 6. 19). 한국경제. 자료검색일 2013. 8. 17. 자료출처 <http://www.hankyung.com/news/app/newsview>.
- 田坂聰. (2005). 웰빙 붐 확대, 기능성 가공제 관심 고조: 일본 대화화학공업(주) 온·냉감 가공제, 원적외선 가공제 인기. *염색비전*, 25, 73-84.