

# 중장년층 소비자의 등산복 구매태도와 치수만족도

권수에 · 유정자

충북대학교 패션디자인정보학과

A study on the Purchasing Attitude and Size Satisfaction Climbing Sportswear in the Middle Aged Consumer

Soo Ae Kweon · Joung Ja Yoo

Dept. of Fashion Design Information, Chungbuk National Univ.

## 1. 서론

최근에는 빠른 사회변화와 급속한 경제성장에 따른 생활수준의 향상과 함께 인간의 삶의 질이 전반적으로 높아져서 여가선용에 대한 사회 구성원들의 관심이 증진되고 있다. 그 중 스포츠 활동은 건강한 삶을 위해 매우 중요한 일상이 되고 있다. 또한 중, 장년층의 경제력 향상과 함께 활발한 사회참여로 인하여 의복이나 외모에 대해 높은 관심을 나타내고 있는 추세이다. 건강에 대한 관심이 급증하면서 등산은 대중적인 건강법 중 하나로 등산복의 구매가 증가하고 있다. 오늘날의 등산복은 고유의 기능성에 패션성까지 가미하여 전 소비자층에 널리 확산되어 있고 때와 장소, 나이에 상관없이 착용할 수 있는 생활 속의 옷으로 영역을 넓혀가고 있다. 따라서 현재 소비자의 구매태도와 등산복의 치수만족도에 대한 소비자 분석과 제품 개발이 필요하다. 본 연구는 연령별 등산복의 구매태도와 치수만족도를 조사함으로써, 중장년층의 체형 특성에 따른 특별한 욕구를 충족시킬 수 있도록 다양한 디자인 개발과, 더욱 실용적이고 편안한 소재의 개발에 필요한 자료를 제공하고, 현재의 등산복 치수체계를 확대하여 등산복 생산 및 착용감 개선에 도움을 주고자 한다.

## 2. 연구방법

본 연구는 등산복을 구매하는 중장년층을 위주로 등산복 구매 시 태도와 구매 후 치수 만족도를 조사하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 연구대상은 30대 후반~60대 초반의 중장년층으로 40세 미만은 84명, 40세 이상~50세 미만은 126명, 51세 이상~60세 미만은 75명, 61세 이상은 11명이고, 남자와 여자 각각 138명과 158명이 응답하였다. SPSS 12.0 Program을 이용하여 각 항목별로 빈도와 백분율, 등산복 구매 시 중요시하는 항목과 만족도와의 관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시하고 연령과 체형에 따른 치수 만족도를 알아보기 위해 교차

분석을 실시하였다.

## 3. 조사결과

### 3.1 등산복 구매 시 중요도

등산복의 구매 시 중요도를 조사한결과 디자인, 기능성, 가격, 색, 봉제, 소재, 치수중요도가  $P<0.001$  수준에서 성별에 따라 유의한 차이를 보였고, 구매 시 중요도 중 연령에 따라 색중요도가  $p>0.05$ 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 구매 시 디자인, 가격, 색, 봉제 중요도가  $P<0.001$ 수준에서, 치수중요도는  $P<0.05$  수준에서 유의한 차이를 보였다. 또한 구매시 디자인, 기능성, 가격, 색 중요도는  $P<0.001$ , 봉제, 치수중요도는  $P<0.01$ , 브랜드, 소재 중요도는  $P<0.05$ 수준에서 체중에 따라 유의한 차이를 나타내어 등산복 구매 시 중요도는 성, 연령, 신장, 체중에 따라 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

### 3.2 등산복 구매 시 중요도와 만족도의 상관관계

등산복 구매 시 중요도와 구매 후 만족도의 상관관계를 분석한 결과 중요도와 만족도에 밀접한 관련이 있었으며 구매 시 브랜드, 기능성, 봉제 소재를 중요시 할수록 그에 대한 만족도가 높게 나타났다. 특히 가격부분에서 중요도와 만족도의 상관관계는 낮았고 브랜드, 기능성, 봉제, 소재부분에서 상관관계가 높게 나타났다.

### 3.3 등산복 구매 시 치수만족도

등산복의 치수불만족 부위별로 조사대상자특성과 상관 분석을 실시 해본 결과 전체적으로 키와 몸무게가 모든 항목에서 가장 밀접한 관련을 보였다.

치수 불만족 부위와 이유를 살펴보면 재킷은 소매길이가 크다(길다)가 26.7%, 셔츠는 소매길이가 크다(길다)가 20.9%, 바지의 경우 바지 길이가 크다(길다)가 37.2%로 가장 높은 것으로 나타났다. 바지의 경우 작다(짧다)라고 대답한 항목 중 배둘레가 가장 높게 나타났다.

#### 4. 결론

등산복의 구매 시 기능성, 소재, 봉제, 치수의 중요도가 높았고 디자인, 가격, 색의 중요도는 낮게 나타났다. 중장년층은 등산복구매 시 디자인, 브랜드, 기능성, 가격, 색, 봉제, 소재, 치수의 중요도에 성별로 유의한 차이가 났는데 비교적 남성보다 여성이 상품 구매 시 중요도에 더 가중치를 두는 소비태도를 보였다. 이는 등산복의 마케팅전략 수립 시에 차별적이고 구체적인 정보자료의 활용으로 높은 효과를 볼 수 있을 것이다.

바지의 경우 작다(짧다)라고 대답한 항목중 배둘레가 가장 높았다. 이는 연령이 증가할수록 허리부위의 지방 침착과 함께 배둘레의 증가가 두드러지는 중년의 체형특성으로 허리부분의 치수체계가 적절하지 않음을 알 수 있고, 한국인의 표준 키에 비해서 등산복이 대체적으로 크고 길게 생산되고 있어 현재까지 많이 진행된 Plus size에 대한 치수체계와 더불어 minus size에 대한 치수체계 개발도 필요함을 시사해주고 있다.

지속적으로 증가하는 웰빙에 대한 관심과 함께 더불어 노년인구 비율의 증가는 예비 실버 세대인 중장년층의 건강에 대한 관심과 구매력 증가로 아웃도어웨어 시장의 규모 역시 계속적 성장이 예상된다. 본 연구에서 노년의 중심이 될 현재 중장년층의 등산복 구매 및 치수 만족도 조사 결과를 통해 치수에 대한 요구와 취향을 충족하고 체형특성을 만족하는 기성복 제작이 필요하다고 보고 전반적인 중장년기 등산복에 대한 이론정립에도 기여할 뿐 아니라 아웃도어웨어에 대한 더욱 진지한 논의를 계속하고자 한다.

#### 참 고 문 헌

- 석혜정, 김인숙. (2003). 성인여성의 연령 비만조에 따른 기성복 맷음새 선호 경향조사. **대한가정학회지**, 41(9), 17-29.
- 임지영. (2008). 40, 50대 중년여성의 기성복 구매 및 치수만족도 조사. **한국의류산업학회지**, vol 10 no 3, 335-341.