

니트업체의 소재기획 및 생산·품질관리에 관한 실태 조사

손희순·김은희*·배진아**

숙명여대 의류학과 교수·숙명여대 대학원 의류학과 박사과정*·숙명여대 대학원 의류학과 석사과정**

A Study on the Fabric Planning and Production · Quality Management of Women's Knitwear Industries

Hee-Soon Sohn · Eun-Hee Kim* · Jin-Ah Bae**

Prof. , Dept. of Clothing and Textiles, Sookmyung Women's University
Doc. Course, Dept. of Clothing and Textiles, Sookmyung Women's University*
Ma. Course, Dept. of Clothing and Textiles, Sookmyung Women's University**
(2000. 10. 27 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide for the basic data useful to the high quality knitwear production. For this purpose, knit promotions that product knitwear for 20 age ~ 30 middle age women were sampled to survey the fabric planning and production · quality management of knitwear, and their directors were surveyed through direct interviews. Data is processed by a computer(SPSS) and analyzed by using frequency, percentage, mean.

The results of this study are as follows.

1. Most of the sample companies were getting smaller or pettier in terms of capital, number of employees.
2. Knit promotions were universally using acril and wool as knit fabric.
3. Knitwear tended to be produced much in knit promotions.
4. It is needed to use high quality fabric and perform careful sewing for knitwear quality rising.

Key Words : knit fabric, knitwear production, quality management

니트소재, 니트웨어 생산, 품질관리

I. 서론

기술문명의 발전으로 새로운 문화흐름이 생김에

따라 인간의 사고와 생활방식이 여러 스타일로 다양화·개성화 되어가고 있고, 패션산업에서의 초점도 소비자의 변화된 라이프 스타일에 따른 다양한

요구를 파악하는 것으로 맞추어지고 있다. 활동하기에 편리한 유연성과 쾌적성, 신축성 및 드레이프성을 갖고 있는 니트소재는 개성화·고급화된 현대인의 욕구를 충족시킬 수 있는 가장 적합한 소재로 여겨지고 있다.¹⁾²⁾ 니트웨어는 특히 1980년대 들어서면서부터 스웨터나 내의류, 양말 정도에 머물러 있던 수준에서 탈피해 원사에 의한 변화, 조직에 의한 변화, 실루엣에 의한 변화 등의 다양한 변화로 디자인의 개발에 박차를 가해 소비자의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 새로운 아이템으로 부상되기 시작하였다. 1990년대에 들어서는 일반직물로 제작되었던 재킷이나 코트 및 스커트, 바지 등의 하의류에 이르기까지 니트가 사용되었으며, 기존의 30~40대를 주 타깃으로 했던 니트웨어가 개성과 유행에 민감한 영 마인드층의 소비자들에게 많은 호응을 얻게 되어 고급화, 패션화, 대중화 경향이 두드러지게 나타나게 되었다.³⁾ 이러한 소비자들의 추세에 따라 니트를 생산하지 않던 기성복업체에서도 니트에 대한 생산비율을 증가시키고 있고, 니트 전문업체들은 사업다각화 방안으로 젊은층을 겨냥한 제2브랜드 런칭을 본격적으로 추진하고 있으며, 수입 니트브랜드들의 빠른 국내시장 진출로 니트 시장은 더욱 커지고 활성화되고 있다.⁴⁾ 이렇듯 니트시장이 불황화되고 있는 현실에 비해 니트에 대해 보고 발표된 학술자료는 여전히 소수의 연구논문에 지나지 않으며, 니트에 대한 문헌이나 관련자료도 아직 정립되지 못하고 있는 형편이다. 또, 니트를 직접 생산하고 있는 국내의 니트업체는 자본 규모가 매우 영세하여 하청위주의 생산을 주로 하고 있고, 니트웨어 생산제작에 관한 기술이 제대로 전수되어지지 않을 뿐 아니라 최신 기계설비가 부족하여 전반적인 기술수준이 최신기술이 아닌 과거의 기술수준에 머물러 있다. 그리하여, 현 니트업체는 소비자가 시판되고 있는 니트웨어에 대해 느끼는 울퉁임·필링발생 등으로 인한 니트소재 및 생산과정의 불만, 단순한 니트웨어 디자인으로 인한 불만 등을 해결하지 못하고 있어 니트웨어의 품질고급화에 대한 다양한 소비자의 욕구를 만족시키지 못하고 있다. 아울러, 니트의류제품을 구매하여 관리하는 소비자들은 니트웨어 취급에 관한 정보가

부족하여 시판되고 있는 니트웨어 관리에 곤란을 겪고 있는 형편이다.

이에, 본 연구는 니트웨어를 생산하는 니트업체의 소재기획실태와 니트패턴 및 샘플제작법 등을 포함한 니트웨어 생산실태 및 품질관리 등을 조사하여 니트업계에서 생산하는 니트웨어제품의 고급화방안을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구방법 및 절차

1. 조사 대상업체 선정 및 기간

본 연구의 조사대상업체는 20-30대 중반 여성을 타깃으로 정장용 니트웨어를 생산하는 NB의 협력업체로 서울시에 소재하고 있는 내수전문 숙녀복형편 니트 프로모션업체를 무작위추출법에 의해 선정하였다. 조사기간은 2000년 4월 1일부터 4월 30일에 걸쳐 예비조사를 실시하였고, 예비설문 내용을 수정·보완하여 2000년 5월 6일부터 6월 10일까지 본 조사를 실시하였다. 조사방법으로는 연구자 본인이 조사대상업체를 직접 방문하여 대표자와의 개별면담에 의한 면접법을 사용하였으며, 29개의 조사대상업체에서 작성된 설문지 중 응답이 불완전한 설문지를 제외한 총 25업체의 설문지가 자료처리에 이용되었다.

2. 조사내용

본 조사에 사용된 설문지는 20대-30대 중반 여성 정장용 니트웨어의 소재기획 및 생산·품질에 관한 현황을 조사하기 위한 것으로 관련자료⁵⁾⁶⁾⁷⁾⁸⁾를 참고하여 작성하였고, 니트 프로모션업체 대표자의 자문을 받아 수정·보완한 총 20문항으로 조사대상업체의 일반적 배경, 소재기획, 생산, 품질관리 등의 4부분으로 구성되었다.

1) 조사대상업체의 일반적 배경

니트 프로모션업체의 일반적 배경에 관한 문항은 기업형태, 런칭연도, 전년도 대비 매출 신장율, 거래원청사 수, 부서별 구성원현황 및 업무 등 6가지 문

향으로 구성되었다.

2) 니트웨어의 소재기획 실태

니트웨어의 소재기획을 조사하기 위해서 국내 사·수입사 구성율, 니트소재의 구성율, 스판사 혼방율 등 6문항으로 구성되었다.

3) 니트웨어의 생산부문

니트웨어의 생산부문을 파악하기 위한 문항은 패턴제작법, 샘플제작처, 니트웨어 제작시 중요도, 리오더율이 좋은 아이템, 리오더율이 좋은 이유 등 5문항으로 구성되었다.

4) 니트웨어의 품질관리부문

니트웨어의 품질관리부문을 조사하기 위하여 소비자들의 수선의뢰 사항, 업체의 수선의뢰 대처방안 및 취급시 주의사항 표시법 등 3문항으로 구성되었다.

3. 자료처리 및 분석방법

수집된 자료의 분석은 SPSS 통계프로그램을 이용하여 빈도(Frequency), 백분율(Percentage), 평균을 구하였고 전 항목별 무응답은 missing value로 처리하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상업체의 일반적 배경

조사대상업체의 일반적 배경을 파악하기 위해 기업형태, 런칭연도, 전년도 대비 매출 신장율, 거래원청사 수, 부서별 구성원현황 및 업무 등을 조사한 결과는 <표 1>, <표 2>와 같다.

니트 프로모션업체의 기업형태는 '개인회사'가 56.0%, '주식회사'가 36.0%, '기타법인'이 8.0%의 순으로 개인회사 형태가 많은 비중을 차지하여 니트 프로모션업체는 소자본의 개인회사 중심으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

런칭연도는 '1994년~1998년 이전'이 44.0%로 많은 비중을 차지하였고, '1998년~2000년'이 32.0%, '1990년~1994년 이전'이 16.0%, '1990년 이전'이 8.0%의 순으로 나타나 약 80%의 업체가 1994년 이후에 런칭한 것으로 조사되었다.

전년도 매출 대비 신장율은 전체적인 평균 신장율은 33.9%로 조사되었고, '0%~25%미만'이 36.0%, '25%~50%미만'이 32.0%, '50%이상'이 28.0%, '0%미만'이 4.0% 순으로 나타나 최근 니트의류 붐의 물결로 높은 신장세를 보이고 있다.

니트 프로모션업체의 각 업체 당 거래하는 여성 니트웨어 생산 원청사 수는 '3개 업체'가 52.0%로 가장 많았고, '2개 업체'가 24.0%, '4개 업체이상'이

<표 1> 조사대상업체의 일반환경변인

단위:%(업체수)

변인		통계치		변인		통계치		평균 (%)
			백분율 (빈도)				백분율 (빈도)	
기업 형태	개인회사		56.0(14)	신 장 율	0%미만		4.0(1)	33.9
	주식회사		36.0(9)		0%~25%미만		36.0(9)	
	기타법인		8.0(2)		25%~50%미만		32.0(8)	
	합 계		100.0(25)		50%이상		28.0(7)	
					합 계		100.0(25)	
런칭 연도	1990년 이전		8.0(2)	거래 원청 사수	1개업체		8.0(2)	
	1990년~1994년 이전		16.0(4)		2개업체		24.0(6)	
	1994년~1998년 이전		44.0(11)		3개업체		52.0(13)	
	1998년~2000년		32.0(8)		4개업체이상		16.0(4)	
	합 계		100.0(25)		합 계		100.0(25)	

<표 2> 부서별 구성원 현황 및 업무

단위:%(업체수)

부서명	평균 구성원수(명)	업체수 (개)	부서별 업무 형태	백분율(빈도)
디자인실 및 기획실	3.6	24	기획	54.1(13)
			디자인	95.8(23)
			부자재담당	79.1(19)
			샘플제시 및 제작	75.0(18)
			원사구입 및 담당	66.6(16)
샘플실	2.9	21	패턴제작	42.8(9)
			편직	85.7(18)
			재단	38.0(8)
			봉제	52.3(11)
영업부	1.6	17	영업담당	76.4(13)
			기타	41.7(7)
생산부	2.9	20	생산관리	85.0(17)
			납품담당	70.0(14)
자체 공장	13.1	12	생산관리	33.3(4)
			편직	75.0(9)
			재단	91.6(11)
			봉제	91.6(11)
			완성(수작업마무리, 검품 등)	100.0(12)
전체	24.1			

* 복수응답으로 처리되었음.

16.0%, '1개 업체'가 8.0%의 순으로 나타나 대부분이 2개이상의 원청사와 거래하고 있는 것으로 조사되었다.

25개 니트 프로모션업체의 부서별 구성원 현황 및 업무를 조사한 결과<표 2>, '디자인실 및 기획실'(24개업체)과 '샘플실'(21개업체), '생산부'(20개업체), '영업부'(17개업체)는 대다수의 업체에 있었지만 '자체공장'(12개업체)은 과반수정도의 업체에만 있는 것으로 나타나 니트웨어 생산은 자체공장 생산 뿐 아니라 외주생산에 의존하고 있음을 알 수 있다. 구성원 현황을 살펴본 결과, 전체 평균 고용인원은 24.1명이었고, 부서별로 살펴보면 '자체공장'에 소속된 사원이 13.1명으로 가장 많았고, '디자인실 및 기획실'이 3.6명, '샘플실'과 '생산부'가 2.9명으로 같았으며, '영업부' 1.6명 순으로 조사되어 니트 프로모션업체는 전체적으로 고용인원이 25명 미만의 소규모 영세업체임을 알 수 있다.

각 부서별 구성원의 업무를 살펴보면, 디자인실 및 기획실의 업무는 디자인실 및 기획실이 있다고 응답한 24개업체 중 23개업체가 '디자인'업무(95.8%)를 하고 있다고 응답하였고, '부자재담당'이 19개업체(79.1%), '샘플제시 및 제작'이 18개업체(75.0%), '원사구입 및 담당'이 16개업체(66.6%), '기획'업무가 13개업체(54.1%)순으로 나타나 니트프로모션업체의 디자인실 및 기획실의 평균인원은 3.6명인 것에 반해 업무의 형태는 매우 다양한 것으로 나타났다. 즉, 니트웨어의 디자인은 기본으로 하고 그 외에 니트웨어 제작에 관한 부자재 및 니트웨어의 샘플제시·제작과 원사까지 취급하는 등 다양한 업무를 하고 있어 폭넓은 디자인 계획은 이루어지지 않는 것으로 나타났다.

샘플실의 업무는 샘플실이 있는 21개업체 중에서 18개업체에서 '편직'업무(85.7%)를 한다고 응답하였고, '봉제'는 11개업체(52.3%), '패턴제작'은 9개

업체(42.8%), '재단' 8개업체(38.0%) 순으로 나타나 한편 니트 프로모션업체의 샘플실에서는 평균 2.9명의 인원이 니트웨어의 패턴제작과 재단·봉제 업무를 담당하고 있지만 그 보다 샘플용의 편직에 훨씬 많이 치중하고 있는 것으로 조사되었다.

영업부의 업무는 영업부가 있는 17개업체 중 13개업체에서 '영업담당'업무(76.4%)를 하고 있는 것으로 조사되었고, '기타'가 7개업체(41.7%)로 나타나 평균 1.6명의 인원이 영업이외에 기타 업무까지 포괄하여 담당하고 있다.

생산부의 업무는 생산부가 있는 20개업체 중 '생산관리'가 17개업체(85.0%), '납품담당'이 14개업체(70.0%)로 나타나 평균 2.9명의 인원이 생산관리 및 납품을 담당하는 것으로 조사되었다.

자체공장의 업무는 자체공장을 소유하고 있는 12개업체에서 모두 '완성(수작업마무리, 검품 등)'(100.0%)업무를 하고 있었고, '재단'과 '봉제'가 각각 11개업체(91.6%), '편직'이 9개업체(75.0%), '생산관리'가 4개업체(33.3%) 순으로 나타나 니트 프로모션업체내 자체공장에서는 평균 13.1명의 인원이 편직에서 완성까지 대부분의 업무를 담당하고 있는 것으로 나타났다. 재단·봉제·완성업무는 자체공장이 있는 대다수의 업체에서 행하고 있지만, 편직업무는 니트조직이 난해할 경우 외주에 의뢰하는 경우가 소수 있었고, 니트프로모션업체의 재정상의 어려움으로 자체공장에서 생산관리업무를 행하는 업체는 많지 않은 것으로 조사되었다.

2. 니트웨어의 소재기획실태

25개 니트 프로모션업체를 대상으로 그들이 거래하고 있는 총 60개 원청사의 소재기획실태를 조사

하기 위해 거래원청사에서 1999년에 사용한 소재들의 국내사·수입사 구성율, 니트소재의 구성율, 스판사 혼방율 등을 조사분석한 결과는 다음과 같다.

니트 프로모션업체에서 거래하고 있는 원청사에서 사용한 니트소재의 국내사·수입사의 구성율을 S/S와 F/W로 나누어 조사한 결과(표 3), S/S의 국내사 평균사용율은 78.9%, 수입사 평균사용율은 21.1%로 나타났고, F/W의 국내사 평균사용율은 66.2%, 수입사는 33.8%로 나타나 니트 프로모션업체에서는 S/S와 F/W 모두 니트웨어 제작시 니트 소재를 수입사보다는 국내사를 훨씬 많이 사용하는 것으로 나타났고, 수입사는 S/S보다는 F/W에서 더 많이 사용하는 것으로 조사되었다.

국내사·수입사 사용정도를 4단계의 구성비율로 나누어 분포정도를 비교분석한 결과, S/S의 경우 국내사를 '75%이상' 사용하였다고 응답한 업체가 71.7%로 높은 분포를 보였고, F/W의 경우는 '50~75%미만'과 '75%이상'에서 높은 비율을 보였다. 수입사 사용의 구성비를 '25%미만'에서 보면 S/S의 경우 71.7%, F/W의 경우 50.0%로 나타나 S/S, F/W 모두 수입사는 '25%미만'에서 높은 사용율을 보였다. 이렇듯, 니트업체의 국내사의 사용율이 높은데 비해 아직까지 니트에 대한 소재개발이 다양하게 이루어지지 못하고 있는 실정이므로 다양한 소재개발을 위한 투자가 뒷받침되어야 한다.⁹⁾

니트 프로모션업체에서 거래하고 있는 원청사에서 1999년도 S/S와 F/W에 사용한 소재들을 섬유 성분 및 혼용율에 따라 4단계로 나누어 그 사용율을 조사한 결과는 <표 4>와 같다. 주 소재의 섬유성분이 100%가 아닌 소재를 혼방이라 하였다. S/S 소재로 레이온혼방(44개업체), 아크릴혼방(34개업체), 면혼방(33개업체), 나일론혼방(27개업체), 폴

<표 3> 국내사·수입사 구성율

단위:%(원청사 업체수)

소재		구성율				합 계	평균 사용율(%)
		25%미만	25~50%미만	50~75%미만	75%이상		
(S/S)	국내사	8.3(5)	8.3(5)	11.7(7)	71.7(43)	100.0(60)	78.9
	수입사	71.7(43)	8.3(5)	11.7(7)	8.3(5)	100.0(60)	21.1
(F/W)	국내사	13.3(8)	8.3(5)	28.4(17)	50.0(30)	100.0(60)	66.2
	수입사	50.0(30)	16.6(10)	20.1(12)	13.3(8)	100.0(60)	33.8

<표 4> 니트소재의 구성율

단위:%(원청사 업체수)

소재		구성율	25%미만	25-50% 미만	50-75% 미만	75%이상	합 계	평균 사용율(%)
S/S	울100%		80.0(20)	8.0(2)	12.0(3)	0.0(0)	100.0(25)	17.9
	아크릴/울		48.0(12)	12.0(3)	24.0(6)	16.0(4)	100.0(25)	36.2
	아크릴/울이외의 울혼방		84.6(11)	15.4(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(13)	12.8
	면100%		36.0(9)	36.0(9)	28.0(7)	0.0(0)	100.0(25)	31.5
	면혼방		42.4(14)	45.5(15)	12.1(4)	0.0(0)	100.0(33)	25.4
	아크릴100%		24.0(6)	24.0(6)	12.0(3)	40.0(10)	100.0(25)	52.1
	아크릴혼방		67.6(23)	20.6(7)	11.8(4)	0.0(0)	100.0(34)	22.9
	레이온100%		66.7(4)	33.3(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(6)	23.3
	레이온혼방		63.6(28)	34.1(15)	2.3(1)	0.0(0)	100.0(44)	18.9
	나일론100%		37.5(3)	62.5(5)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(8)	23.0
	나일론혼방		77.7(21)	22.3(6)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(27)	16.1
	폴리에스테르100%		90.0(9)	10.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(10)	20.6
	폴리에스테르혼방		77.7(21)	22.3(6)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(27)	18.2
	실크100%		0.0(0)	100.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	10.0
	실크혼방		100.0(5)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(5)	8.0
마혼방		92.3(12)	7.7(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(13)	12.7	
F/W	울100%		26.9(16)	30.1(18)	21.2(13)	21.8(13)	100.0(60)	44.8
	아크릴/울		18.2(8)	63.5(28)	13.9(6)	4.4(2)	100.0(44)	31.5
	아크릴/울이외의 울혼방		27.8(10)	50.0(18)	11.1(4)	11.1(4)	100.0(36)	32.8
	면100%		40.0(4)	30.0(3)	30.0(3)	0.0(0)	100.0(10)	30.7
	면혼방		70.0(7)	30.0(3)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(10)	17.1
	아크릴100%		75.0(9)	25.0(3)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(12)	15.2
	아크릴혼방		90.0(18)	10.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(20)	10.8
	레이온100%		100.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	5.0
	레이온혼방		80.0(8)	20.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(10)	12.9
	나일론100%		66.6(4)	33.4(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(6)	16.5
	나일론혼방		80.0(8)	20.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(10)	14.4
	폴리에스테르100%		75.0(3)	25.0(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(4)	10.0
	폴리에스테르혼방		83.3(5)	16.7(1)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(6)	11.3
	실크100%		0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	0.0
	실크혼방		100.0(5)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(5)	8.3
마혼방		100.0(2)	0.0(0)	0.0(0)	0.0(0)	100.0(2)	10.0	

* 복수응답으로 처리되었음.

리에스테르혼방(27개업체), 울100%(25개업체), 아크릴/울(25개업체), 면100%(25개업체), 아크릴100%(25개업체)는 비교적 많은 업체에서 사용하고 있다고 응답한 반면, 실크100%, 실크혼방, 레이온100%, 나일론100%는 소수의 업체만이 사용하고 있다고

응답하였다. S/S의 섬유소재별 평균사용율을 살펴보면 '아크릴100%'가 52.1%로 가장 높았고, '아크릴/울'혼방이 36.2%, '면100%'가 31.5% 순으로 나타났다 '실크혼방'이 8.0%로 가장 적게 나타났다.

니트의 혼방소재 사용현황을 살펴보면 '아크릴/

울'이 36.2%로 가장 많이 사용하는 것으로 나타났고, '면혼방' 25.4%, '아크릴혼방' 22.9%, '레이온혼방' 18.9%, '폴리에스테르혼방' 18.2%, '나일론혼방' 16.1%, '아크릴/울이외의 울혼방'이 12.8% 순으로 혼방류의 소재구성비율이 다양하게 나타났으며, 아크릴혼방은 '아크릴혼방'과 '아크릴/울'을 합쳐 59.1%의 높은 분포를 보였다. 울혼방 또한 '아크릴/울'과 '그 외의 울혼방'을 합쳐서는 49.0%의 높은 분포를 보인 반면 '울100%'의 사용비율은 17.9%로 나타나 S/S에는 울100%보다는 울혼방을 주로 사용하는 것으로 조사되었다. 니트업체에서는 아크릴혼방사, 울혼방사, 아크릴사, 면사를 S/S의 주된 소재로 사용하고 있었으며, 실크사와 마사는 아주 적게 사용하고 있는 것으로 나타났다.

F/W 소재로는 울100%(60개업체), 아크릴/울(44개업체), 아크릴/울을 제외한 울혼방(36개업체), 아크릴혼방(20개업체)을 많은 업체에서 사용하고 있다고 응답하였고, 나머지 소재는 소수의 업체에서만 사용하고 있는 것으로 나타나 F/W에는 S/S에 비해 보편적으로 사용하는 소재가 한정되어 있는 것으로 나타났다.

원청사가 F/W에 사용하고 있는 섬유소재별 평균사용율을 보면 '울100%'가 44.8%로 가장 높게 나타났고, '아크릴/울을 제외한 울혼방'이 32.8%, '아크릴/울'이 31.5%, '면100%'이 30.7% 순으로 나타났으며, '레이온100%', '실크100%', '실크혼방'은 소수의 업체에서 아주 적게 사용하거나 사용하지 않는 것으로 조사되었다.

S/S에는 니트소재를 비교적 다양하게 사용하고 있는 것에 비해 F/W에는 사용소재가 울과 아크릴로 제한하여 사용하고 있었으며, S/S에는 아크릴 100%와 아크릴혼방사, 울혼방사, F/W에는 울100%

와 아크릴/울을 포함한 울혼방사를 많이 사용하여 아크릴과 더불어 울소재가 니트소재로 계절에 관계없이 보편적으로 사용되는 소재임을 알 수 있다.

최근 스판사의 사용비율이 높아지고 있는 것을 고려하여 니트 프로모션업체에서 거래하고 있는 원청사에서 사용하고 있는 니트소재의 스판사 혼방율을 S/S와 F/W로 나누어 조사한 결과<표 5>, S/S의 경우 '스판사혼방' 평균사용율은 35.9%, '스판사와 혼방' 평균사용율은 64.1%로 나타났고, F/W의 경우 '스판사혼방' 평균사용율은 29.9%, '스판사의 혼방'은 70.1%로 나타나 일반사를 더 많이 사용하고 있으나 S/S와 F/W 모두 니트웨어 제작시 스판사를 일반사의 약 1/2정도 혼방하여 사용하는 것으로 나타나 스판사 혼방사용도 과거에 비해 많이 증가한 것으로 조사되었고, F/W보다 S/S에서 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 최근 니트제품의 고급화, 소재의 다양화 및 패션화 추세에 따라 스판사 소재의 사용이 타 소재에 비해 매우 증가하고 있음을 알 수 있다.

스판사혼방과 스판사의 혼방 사용정도를 4단계의 구성비율로 나누어 분포정도를 비교분석한 결과, 스판사혼방은 S/S에서는 '25%미만'에서 '50~75%미만'까지 비교적 고른 분포를 보였고, F/W에서는 '25%미만'과 '25~50%미만'에서 80%이상의 높은 분포를 나타내었으며, 스판사와 혼방 즉, 일반사혼방의 경우 S/S와 F/W 모두 '50~75%미만'과 '75%이상'에서 높은 비율을 보였다.

3. 니트웨어의 생산부문

니트웨어의 생산부문을 파악하기 위해 패턴제작법, 샘플제작처, 니트웨어 제작시 중요도, 리오더

<표 5> 스판사 혼방율

단위:%(원청사 업체수)

소재		구성율				합 계	평균 사용율(%)
		25%미만	25~50% 미만	50~75% 미만	75%이상		
(S/S)	스판사혼방	28.3(17)	36.7(22)	26.7(16)	8.3(5)	100.0(60)	35.9
	스판사와 혼방	6.6(4)	18.3(11)	36.8(22)	38.3(23)	100.0(60)	64.1
(F/W)	스판사혼방	38.3(23)	43.3(26)	16.7(10)	1.7(1)	100.0(60)	29.9
	스판사와 혼방	1.7(1)	13.3(8)	38.3(23)	46.7(28)	100.0(60)	70.1

율이 좋은 아이템, 리오더율이 좋은 이유 등을 조사 분석한 결과는 다음과 같다.

니트 프로모션업체의 패턴제작법을 조사한 결과 <표 6>, '귀사 패턴사가 직접제작'하는 경우가 88.0%로 가장 높았고, '거래 원청사에서 제작'한다가 16.0%, '외주 니트패턴사에게 의뢰'한다가 12.0%로 나타나 횡편니트의 패턴제작은 원청사에서 제작되어지기보다는 니트 프로모션업체에서 대부분 제작되고 있으며, 소수 업체는 외주 니트패턴사에게 의뢰하는 경우도 있었다.

<표 6> 패턴제작법

구 분	백분율(%)	빈도(업체수)
자사 패턴사가 직접제작	88.0	22
외주 니트패턴사에게 의뢰	12.0	3
거래 원청사에서 제작	16.0	4

* 복수응답으로 처리되었음.

니트 프로모션업체의 샘플제작처를 조사한 결과 <표 7>, '자사 샘플실에서 제작'하는 경우가 64.0%, '자사 공장에서 제작'하는 경우가 40.0%로 높게 나타났다. '외주 공장에서 제작'하는 경우가 24.0%, '외주 니트샘플실에서 제작'하는 경우가 20.0%로 나타나 패턴제작 뿐 아니라 샘플제작까지 프로모션업체내의 샘플실이나 자체공장에서도 주로 제작하고 있고, 프로모션업체내에 샘플실이 없거나 특수한 공정을 거치는 샘플일 경우 또는 빠르게 진행되어야 하는 작업일 경우 외주 니트샘플실이나 외주 공장에서 제작하는 것으로 조사되었다.

<표 7> 샘플제작처

구 분	백분율(%)	빈도(업체수)
자사 샘플실에서 제작	64.0	16
외주 니트샘플실에서 제작	20.0	5
자사 공장에서 제작	40.0	10
외주 공장에서 제작	24.0	6

* 복수응답으로 처리되었음.

조사대상업체의 니트웨어 제작시 중요도를 살펴본 결과<표 8>, '디자인'이 88.0%, '품질'이 80.0%, '실'과 '조직'이 각각 72.0%로 높게 나타났고, '색상'이 60.0%, '패턴'과 '수량'이 각각 44.0%, '납품가

28.0%로 제일 낮게 나타나 니트 프로모션업체에서 니트웨어 제작시 가장 중요시하는 것은 실의 조직을 포함한 디자인과 품질인 것으로 조사되었고, 신속성있는 니트소재의 패턴과 납품가와 수량은 그리 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 손희정(1988)의 연구¹⁰⁾에서 소비자가 니트웨어 선택시 가장 중요시하는 것이 디자인이라고 한 것과 비추어 볼 때 고품질과 다양한 디자인을 겸비한 니트웨어에 대한 소비자들의 욕구에 부응하기 위해 디자인 개발, 품질향상, 고품질 실의 사용, 다양한 조직개발 등 니트웨어 제작시 니트 프로모션업체 나름대로 노력을 기울이고 있는 것으로 나타났다. 그러한 노력과 더불어 소비자들이 니트웨어 착용시 보다 안락하고 편안함을 느낄 수 있는 고급화된 니트웨어를 생산하기 위한 니트패턴에 대한 연구 또한 이루어져야 하겠다.

<표 8> 니트웨어 제작시 중요도

내 용	백분율(%)	빈도(업체수)
디자인	88.0	22
색상	60.0	15
실	72.0	18
조직	72.0	18
패턴	44.0	11
품질	80.0	20
납품가	28.0	7
수량	44.0	11

* 복수응답으로 처리되었음.

니트 프로모션업체에서 생산된 니트웨어 중 리오더율이 좋은 아이템을 조사한 결과<표 9>, '라운드T셔츠'와 '플라T셔츠'가 92.0%로 가장 높았고, '베스트'가 80.0%, '카디건'이 76.0%, '스커트' 20.0%, '원피스' 12.0%로 나타났으며, '재킷'과 '코트'는 리오더율이 거의 없는 것으로 조사되었다. 김경희(1994)의 선행연구¹¹⁾에서 소비자들이 티셔츠, 폴오버, 베스트, 카디건을 가장 많이 소유하고 있다는 것과 관련지어 볼 때 소비자에게 반응이 좋아 니트업체에서 리오더를 포함하여 가장 많이 생산하는 아이템은 라운드T셔츠, 플라T셔츠, 베스트, 카디건인 것으로 나타났다.

<표 9> 리오더율이 좋은 아이템

내 용	백분율(%)	빈도(업체수)
라운드T셔츠	92.0	23
플라T셔츠	92.0	23
카디건	76.0	19
스커트	20.0	5
베스트	80.0	20
재킷	2.0	1
원피스	12.0	3
코트	4.0	1

* 복수응답으로 처리되었음.

니트 프로모션업체에서 리오더된 아이템의 리오더율이 좋은 이유를 조사한 결과<표 10>, '여러 옷과 코디하기 쉬운 디자인이므로'로 인식하는 경우가 60.0%로 가장 높았고, '활동하기 편안한 디자인이므로'가 20.0%, '컬러가 좋으므로' 12.0%, '브랜드 인지도가 좋아서' 8.0% 순으로 나타났고, '다양한 사이즈로 선택의 폭이 넓어서'와 '가격이 저렴해서', '납품시기가 적절해서'는 0.0%로 나타나 리오더율이 좋은 라운드T셔츠, 플라T셔츠, 베스트, 카디건은 여러 다른 아이템과 다양하게 코디하기 쉽고 활동하기 편안한 디자인이기 때문에 리오더를 많이 한다고 인식하는 것으로 나타났다. 더불어, 소비자들의 요구에 부응하기 위해 니트 프로모션업체들은 다양한 코디가 가능하고 활동하기 편안한 디자인에 초점을 맞추어 생산하고 있음을 알 수 있다.

<표 10> 리오더율이 좋은 이유

리오더율이 좋은 이유	백분율(%)	빈도(업체수)
브랜드 인지도가 좋아서	8.0	2
활동하기 편안한 디자인이므로	20.0	5
컬러가 좋으므로	12.0	3
여러 옷과 코디하기 쉬운 디자인이므로	60.0	15
다양한 사이즈로 선택의 폭이 넓어서	0.0	0
가격이 저렴해서	0.0	0
납품시기가 적절해서	0.0	0
합 계	100.0	25

4. 니트웨어의 품질부문

니트웨어의 품질부문을 파악하기 위하여 소비자들의 수선의뢰 사항, 업체의 수선의뢰 대처방안 및 취급시 주의사항 표시법 등을 조사분석한 결과는 다음과 같다.

니트 프로모션업체에서 생산하는 니트웨어에 대한 주된 수선의뢰 사항을 조사한 결과<표 11>, '올풀림'이 88.0%로 가장 많은 것으로 응답하였고 '봉제불량'이 76.0%, '필링발생'이 72.0%로 높게 나타났다. 또, '세탁 후 수축'이 32.0%, '세탁 후 늘어짐'과 '자수 및 손뜨개 불량'이 24.0%로 같은 비율을 보였고, '사이즈문제' 20.0%, '세탁 후 변색·탈색' 8.0% 순으로 응답하여 니트소재의 단점인 올풀림 현상과 필링발생 및 봉제불량은 니트웨어 사용자인 소비자들에게 가장 큰 불만족요인으로 직결되는 문제이므로 니트웨어 제작을 위한 소재선정시 보다 고품질의 니트소재선정과 주의있는 편직작업 및 봉제과정의 수행이 필요하다고 사료된다.

<표 11> 수선의뢰 사항

내 용	백분율(%)	빈도(업체수)
세탁 후 수축	32.0	8
세탁 후 늘어짐	24.0	6
필링발생	72.0	18
사이즈문제	20.0	5
올풀림	88.0	22
세탁 후 변색·탈색	8.0	2
봉제불량	76.0	19
자수 및 손뜨개 불량	24.0	6

* 복수응답으로 처리되었음.

니트 프로모션업체의 소비자 수선의뢰에 대한 대책방안을 조사한 결과<표 12>, '봉제에 보다 많은 주의를 기울임'이 44.0%로 가장 높게 나타났고, '니트제품취급에 대한 주의사항을 상세히 기입'한다가 24.0%, '보다 좋은 품질의 원·부자재를 사용하려고 노력'한다가 20.0%, '생산시 수선을 염두에 두어 부자재와 원사를 비축해 둔다'가 8.0%, '수선 전담요원을 둔다'가 4.0% 순으로 나타났다. 니트업체들은 수선의뢰 대책방안으로 철저한 봉제작업과 고품질의 원·부자재를 사용하려고 노력하고 있음에도 불구하고 <표 11>의 니트제품의 수선의뢰사항을 보면 소비자들의 경우 봉제불량과 필링발생 및 울풀림현상을 가장 큰 불만점으로 지적하고 있어 니트업체의 보다 세심한 봉제작업의 이행과 함께 현재보다 더 좋은 품질의 원·부자재의 사용으로 니트웨어의 품질향상과 고급화가 이루어져야 할 것이다. 또, 니트웨어는 취급시 소비자의 주의가 필요하므로 니트업체는 니트웨어 취급에 대한 주의사항을 소비자에게 상세히 인식시키기 위한 보다 구체적인 조치가 필요하다.

<표 12> 수선의뢰 대책방안

내 용	백분율(%)	빈도(업체수)
니트제품취급에 대한 주의사항을 상세히 기입	24.0	6
보다 좋은 품질의 원·부자재를 사용	20.0	5
봉제에 보다 많은 주의를 기울임	44.0	11
생산시 수선을 염두에 두어 부자재와 원사를 비축	8.0	2
수선 전담요원을 둔	4.0	1
합 계	100.0	25

조사대상업체에서 니트웨어의 라벨에 기입하는 취급시 주의사항 표시법을 살펴본 결과<표 13>, '그림+글로 상세히 표시한다'가 40.0%, '그림으로 표

<표 13> 취급시 주의사항 표시법

내 용	백분율(%)	빈도(업체수)
그림으로 표시	28.0	7
글로 표시	28.0	7
그림+글로 상세히 표시	40.0	10
표시하지 않음	4.0	1
합 계	100.0	25

시한다'가 28.0%, '글로 표시한다'가 28.0% 순으로 나타나 그림과 글을 같이 표시해 주는 업체는 절반에도 미치지 못했고, 다수의 업체가 그림이나 글 중 한가지 방법으로 표시하는 것으로 나타났고 표시하지 않는 업체도 있는 것으로 나타나 소비자들의 니트웨어 취급에 대해 보다 이해하기 쉬운 방법으로 주의사항을 표시하는 것이 필요하다.

IV. 결론 및 제언

니트업계의 니트웨어제품 고급화를 위해 앞으로 지향해야할 방안을 제시하고자 니트업체의 니트소재 기획실태와 니트패턴 및 샘플제작법 등을 포함한 니트웨어 생산실태, 품질관리 등을 조사분석한 결과에 따른 결론 및 제언은 다음과 같다.

1) 조사대상업체의 기업형태는 과반수이상인 개인회사형태의 소규모의 영세업체로 대부분 1994년 이후에 런칭하였고, 2-4개의 원청사와 거래하고 있는 것으로 조사되었으며, 33.9%의 평균 신장율을

보여 니트업계가 자본금이나 인적형태에 있어서 소규모 영세업체임에도 불구하고 높은 신장추세를 보이고 있었다. 자체공장이 있는 업체의 평균 고용인원은 약 25명이고, 공장이 없는 업체일 경우는 약 10명의 소수인원으로 구성되어 있었다. 디자인실 및 기획실에서는 디자인은 물론 부자재와 샘플제작, 원사취급까지 다양한 업무를 담당하고 있었고, 샘플실에서는 패턴제작, 재단, 봉제를 담당하고 있지만 편직에 보다 많은 비중을 두고 있었다. 니트업계는 소수의 인원으로 다양한 업무를 행하는 것으로 인해 업무별로 전문성이 결여되어 있어 니트웨

어의 품질향상을 저해하는 문제점으로 지적될 수도 있으므로 고급품질의 니트웨어 생산을 위해 전문화된 니트웨어 지식정보 및 기술을 보유하기 위한 대책마련이 시급하다.

2) 니트 프로모션업체에서는 S/S와 F/W 모두 국내사를 수입사보다 훨씬 많이 사용하는 것으로 나타나 니트소재업체의 다양한 니트소재개발을 위한 투자가 필요하다. 니트에 사용되는 소재로 S/S에는 소재종류를 비교적 다양하게 사용하고 있는 것에 비해 F/W에는 사용소재를 울과 아크릴로 제한하고 있었으며, S/S에는 아크릴100%와 아크릴혼방사, 울혼방사, F/W에는 울100%와 아크릴/울을 포함한 울혼방사를 많이 사용하여 아크릴과 더불어 울소재가 니트소재로 계절에 관계없이 보편적으로 사용되는 소재임을 알 수 있다. 스판사와의 혼방은 S/S와 F/W 모두 스판사를 일반사의 약 절반정도 혼방하여 사용하는 것으로 나타나 최근 소재의 다양화 및 패션화 추세에 따라 스판사 소재의 사용이 과거에 비해 많이 증가한 것으로 조사되었고, F/W보다 S/S에서 더 많이 사용하는 것으로 나타났다.

3) 니트 프로모션업체의 패턴 및 샘플제작은 원청사보다는 프로모션업체내의 패턴실과 샘플실에서 이루어지고 있으며 니트 프로모션업체는 실의 조직을 포함한 디자인개선과 품질향상을 통해 보다 질 높은 제품을 개발하기 위해 노력하고 있는 것으로 나타났다. 리오더율이 좋은 아이템으로는 소비자들이 가장 많이 소유하고 있는 라운드T셔츠, 플라T셔츠, 베스트, 카디건으로 조사되었고, 이러한 아이템의 리오더율이 좋은 이유는 여러옷과 다양하게 코디하기 쉽기 때문인 것으로 나타났다.

4) 니트제품의 주된 수선의뢰부분은 울폴립과 봉제불량 및 필링발생으로 나타나 니트업체의 니트소재선정시 보다 고품질의 니트소재선정이 필요하고 편직작업 및 봉제과정에서의 세심한 주의가 필요하다. 니트업체가 소비자의 니트웨어에 대한 불만요인에 대한 대책방안으로 주의있는 봉제작업과 고품질의 원·부자재를 사용함으로써 현재 시판되는 니트

웨어의 문제점을 해결하려는 노력이 보여지기는 하지만 보다 좋은 소재의 사용과 보다 세심한 봉제작업의 이행으로 니트웨어의 품질향상과 고급화가 필요하다. 니트웨어 취급시 주의사항 표시법은 다수의 업체가 그림이나 글 중 한가지만을 사용해서 표시하고 있었고 그림과 글을 모두 사용하는 업체는 절반에도 미치지 못해 니트웨어 취급에 대한 주의사항을 소비자들이 보다 이해하기 쉽게 인식시키기 위한 구체적인 방안이 필요하다.

본 연구는 20-35세 여성 정장용 횡편 니트웨어로 한정하였으므로 후속연구로 다양한 연령층과 여러 스타일의 니트웨어 및 남성용 니트웨어에 대해 연구할 필요가 있다.

참고문헌

- 1) 장지선, 환편니트 의류산업에 관한 연구-환편니트 전문브랜드를 중심으로-, 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, 1994, p.1.
- 2) 손희정, 니트웨어의 발달과정과 착용실태에 관한 연구-서울시내 거주 주부와 여대생을 중심으로-, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 1988.
- 3) 김종미, 니트숙녀복 디자인연구-횡편조직을 중심으로-, 숙명여자대학교 산업대학원 석사학위논문, 1994, p.1.
- 4) 이경애, 수편기 Knit 기법을 응용한 현대의상 디자인 연구, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 1997, p.19.
- 5) 김경희, 니트웨어의 소비자성향 실태 및 업체에 관한 조사 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 1994.
- 6) 김진, 유아복 브랜드 치수규격 실태조사연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1999.
- 7) 손희정, 앞의 책.
- 8) 이미옥, 니트전문브랜드의 마케팅 연구-여성복을 중심으로-, 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 9) 장지선, 앞의 책, pp.52-53.
- 10) 손희정, 앞의 책, p.45.
- 11) 김경희, 앞의 책, p.30.
- 12) 허지혜, 니트의 신축성에 따른 상의의 패턴 설계방법 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1997.
- 13) 이호은, 우리나라 니트웨어의 대중화를 위한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1982.