

국내 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용현황과 디자인 선호도에 관한 연구

-전국의 만 19~39세 성인남녀를 대상으로-

**A Study of Purchase, Actual Wearing Conditions and
Design Preferences of Sports Casual Wear**

-Examination of 19~39 year-olds throughout Korea-

*김포대학 패션디자인과 조교수, 김포대학 패션디자인과 강사
김 선 희* · 도 월 희

*Dept. of Fashion Design, Kimpo College, Assistant Professor

Dept. of Fashion Design, Kimpo College, A part-time Lecturer

Son-Hee Kim* · Wol-Hee Do

(2002. 5. 22 접수)

Abstract

This study was aimed at conducting a survey and analyzing its results on the purchase and wearing conditions and design preference of sports casual wear among women and men in their twenties and thirties according to region, gender, age and income. The survey was administered using a website and was conducted among the persons who purchased sports casual wear more than once a year. The statistical results were analyzed from 497 questionnaires of respondents residing in Seoul, Gyeonggi Province, six metropolitan cities and other cities and provinces. The results of this study were summarized as follows.

1) Results of wearing conditions and preference of sports casual wear : The respondents of the survey answered that they had purchased 1 or 2 clothing items for a year and the order of buying the popular wear ranked sport shirt, jacket, trousers respectively. They chose mostly shades of gray, and the most favored design type were a chin collar, a set-in sleeves, a mixed type of band cuffs and elastic band, side zip-pockets, a full-zip front fastener, a light warm-up hood, and a small front upper chest type logo; 2) Analysis of the differences in purchase and wearing conditions in accordance with region, gender, age and income : The largest proportion of respondents who answered they had purchased 4 or more clothing items for a year were Seoul residents and in particular the residents south of the Han river. The customers under thirty usually obtained their information about sports casual wear by visiting stores in person. The men obtain a variety of information through printed materials and related Internet sites; 3) Analysis of preferential differences of the detailed partial design : The purchasers in their 20's preferred black, white, and gray patterns, however that preference shifted for those in their late 30's and the preference for pastel colors increased. The purchasers in their 20's and mid 30's had a preference for a chin collar and an eight-shaped zip type pockets. The men preferred a band cuff and a detachable hood type but women favored an elastic band and a light warm-up hood type.

Key words: Sports Casual wear, Character Sportswear, Design Preference, Wearing Condition;
스포츠 캐주얼웨어, 캐릭터 스포츠웨어, 디자인 선호도, 착용현황

I. 서론

최근 레저, 스포츠 인구의 증가와 월드컵이나 올림픽과 같은 국제 스포츠 행사마다 수요의 상승이 일어나 이벤트 고부가가치 상품으로서의 중요한 가치를 지니고 있는 스포츠 캐주얼웨어에 대한 관심이 점점 높아져가고 있으며 더불어 직장내 캐주얼웨어 착용이 가능한 근무환경의 확산 등과 같은 사회적 분위기에 힘입어 스포츠와 레저는 물론 직장에서도 착장이 가능한 캐주얼웨어를 선호하는 새로운 소비층이 생겨나고 있어¹⁾ 예전과는 다르게 착용연령층과 일상복 및 외출복으로서의 기능이 점점 확대되어 가고 있는 실정이다²⁾. 이러한 경향은 2001년 매출액 기준 국내 의류시장의 총규모가 약 14조 3천억인데 복종별 시장규모는 캐주얼웨어가 4조 3천 5백억, 여성복이 3조 2천 8백억, 남성복 2조 3천 5백억 순으로 나타나 전체 의류시장에서 캐주얼웨어 시장규모가 가장 크게 나타났으며 이중 고기능성 스포츠웨어는 세계시장 규모가 2002년에 약 25조원으로 예상되고 있는 사실을 통해서도 잘 알 수 있다³⁾. 국내 스포츠 캐주얼웨어의 경우, 디자인과 소재개발의 양쪽 측면에서 접근하여 동작적합성을 높여주어야 함에도 불구하고⁴⁾ 외국 유명상품의 디자인을 도용하거나 단순 카피본을 만들어 시판하고 있기에 디자인에서 국내 소비자들의 선호도가 반영되지 않고 기능성도 많이 떨어지는 제품이 시판되고 있는 실정이다⁵⁾. 현재 한국패션협회에 등록되어 있는 국내 스포츠웨어 브랜드는 총 200개이며 이중 내셔널 브랜드는 76개, 해외 라이선스 브랜드는 66개, 해외 직수입 브랜드는 58개로 수입품 또는 외국 라이선스 브랜드 상품이 국내수요의 많은 부분을 차지하고 있다⁶⁾.

국내에서도 의류소재개발에 관한 수많은 벤처기업의 등장으로 다양한 고기능, 다기능소재 개발이 급증하고 있으나, 이를 최종상품화 할 수 있는 의류업계의 상품개발능력은 이에 미치지 못하여 소재개발과 상품개발능력사이의 불균형상태에 이르게 되었으며, 이는 국내 소재개발업체 뿐 아니라 의류제조업체 및 부자재 생산업체가 함께 해결해 나가야 할 문제로 대두되고 있다. 또한, 디자인 개발과 함께 의류 브랜드의 타겟

마켓에 적합한 사이징 시스템에 대한 연구개발도 중요한 과제라 할 수 있다.

현재 스포츠 의류 시장 동향은 스포츠 캐주얼웨어인 '캐릭터 스포츠웨어'가 새롭게 등장하며 부각되고 있는데, 스포츠 캐주얼웨어는 기존의 스포츠를 기본으로 트레이닝 캐주얼과 스포츠 캐주얼, 아웃도어 등 다양한 분야의 컨셉을 접목한 이른바 '퓨전'을 테마로 하고 있는 디자인 감성이 가미된 스포츠웨어를 말한다. 따라서 이들은 기존 스포츠 브랜드에서는 볼 수 없었던 새로운 아이템과 컬러, 독특한 디자인으로 스포츠의 기능성을 기본으로 하면서 고급스럽고 심플한 디자인의 디테일을 사용한 것을 특징으로 차별화를 시도하고 있다.

지금까지 스포츠 시장에서 주 소비층은 크게 40대 이후 중장년층과 10대로 양분되었고, 20~30대의 경우 적합한 브랜드가 없었으나 스포츠 캐주얼웨어는 이들 연령대를 타겟으로 하고 있다. 이들은 기존 스포츠 브랜드의 획일화된 제품에 식상함을 느끼고 있으며 유행을 좇는 10대와는 크게 다르다. 또한 개인적인 가치 기준을 바탕으로 합리적인 소비생활을 하며 브랜드 이미지를 중시하고 자신만의 감도를 찾는 것이 공통된 특징이다. 특히 전 세계적으로도 스포츠가 주요 패션 트렌드로 자리잡으며 '구찌', '아르마니' 등 명품 브랜드들도 이 같은 컨셉의 제품을 잇따라 출시하고 있어 기존 대형 스포츠메이커들도 큰 관심을 표명하고 있다⁸⁾.

따라서 본 연구과제에서는 스포츠 캐주얼웨어의 타겟연령인 20~30대를 대상으로 기존 구매한 경험이 있는 캐주얼웨어 전반에 관한 착용실태와 이 중 아웃도어웨어용 스포츠 캐주얼 접미의 부분별 세부디자인의 선호도⁹⁾를 성별, 연령대별, 거주지별, 소득별로 비교 분석하여 기존 스포츠웨어의 기능성과 고감성을 지닌 국내 소비자들을 대상으로 한 캐릭터스포츠웨어의 설계를 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

II. 연구 방법 및 절차

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 스포츠 캐주얼웨어 제품설계를 위해 현

재 국내에서 시판되고 있는 스포츠캐주얼웨어 브랜드의 주 소비대상인 만19~39세의 성인 남녀를 대상으로 인터넷을 통하여 전국단위의 설문조사를 실시하였다. 설문대상자는 최근 1년내 1회 이상 스포츠캐주얼웨어를 구입해 본 경험이 있는 사람들로 선정하였고, 전국을 대상으로 조사하였는데 서울지역, 경기지역, 전국 6대 광역시, 그리고 광역시를 제외한 전국 시, 도지역으로 구성되어 있다. 조사기간은 2002년 3월 2일에서 10일까지였다.

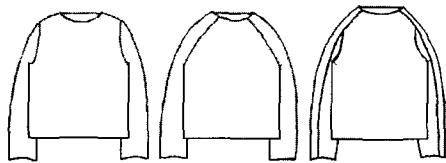
2. 조사내용

설문의 내용은 최근 1년내 스포츠 캐주얼웨어의 전반적인 구입 및 착용 현황, 구매결정시 고려되어지는



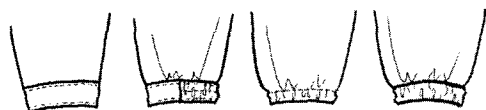
하이넥 셔츠칼라 친칼라

[그림 1-1] 칼라 형태



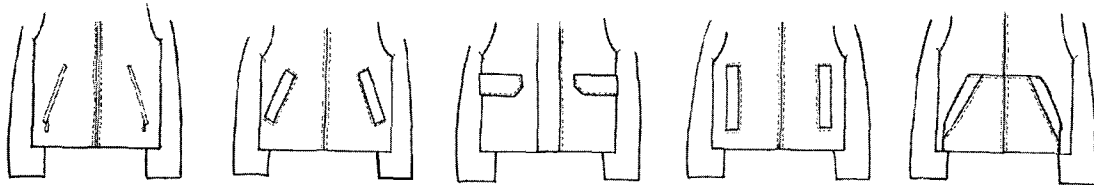
일반형 래글런형 절개형

[그림 1-2] 진동돌레 형태



밴드 커프스형 밴드 커프스와 고무밴드 혼합형 좁은 고무밴드형 넓은 고무밴드형

[그림 1-3] 소매부리 형태



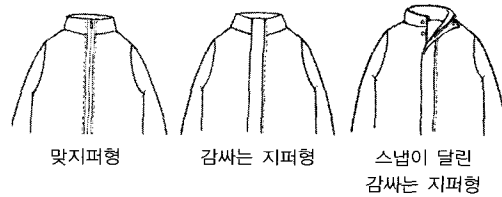
팔자지퍼형 팔자Welt형 플랩형 세로형 캥거루포켓형

[그림 1-4] 포켓의 형태와 위치

기준, 디자인 선호, 색상 선호, 소재 선호, 스포츠 캐주얼 아이템별 적정 가격대, 불만사항 및 불만부위, 부분별 선호되어지는 디자인의 종류와 인구통계학적 문항으로 구성하였다. 접퍼의 부분별 선호 디자인에 관한 문항에서 예시된 세부 디자인은 춘추용 접퍼로 범위를 한정시켜 2002년 한국패션총람에서 스포츠웨어 부문 상위 5위 안에 들어있는 업체들의 2002년 S/S 카탈로그를 토대로 디자인을 분석하여 제시한 후 선택하도록 하였으며 제시된 디자인의 형태는 [그림 1-1]에서 [그림 1-6]과 같다.

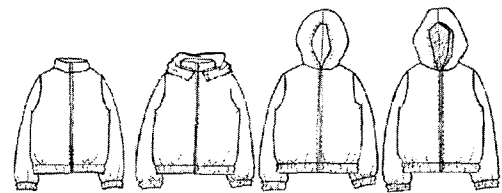
3. 자료분석

연구내용에 따른 자료분석은 SPSS for Windows 패키지를 이용하여 빈도 및 백분율, 평균 등의 기술 통계치를 얻어 전반적인 착용현황을 알아보고 교차분석, T-검증 및 χ^2 -검증을 실시하여 성별, 연령별, 거주지별,



맞지퍼형 감싸는 지퍼형 스냅이 달린 감싸는 지퍼형

[그림 1-5] 팩스너 형태



후드없는형 탈착식후드 가벼운 원업후드 무거운 원업후드

[그림 1-6] 전체 형태

소득별 차이를 비교 분석하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 스포츠 캐주얼웨어의 착용실태 및 디자인 선호도

조사대상자의 일반적인 인구통계학적 특성은 <표 1>에 나타난 바와 같다. 남녀의 성별에 따른 설문자의 비율은 각각 51.9%와 48.1%이었으며, 연령별로는 20대 초반인 만19~24세가 45.3%로 가장 많았고, 학생과 직장인이 각각 42.5%와 42.9%를 차지했다. 결혼여부는 미혼이 77.9%였고, 소득은 100만원대가 39.2%로 가장 많았고, 거주지는 전국 6대 광역시를 '지방광역시'로, 수도권을 제외한 전국 시, 도지역은 '지방중소도시'로 분류하였는데, 서울, 경기를 중심으로 한 수도권지역이 58.4%, 지방이 41.7%였다.

스포츠 캐주얼웨어의 구입문항에 관한 조사결과를 <표 2>에 나타냈는데, 최근 1년내 구입별수를 살펴보면 1벌이 41.2%로 가장 높게 나타났고, 구입시 색상선택은 '평소 선호하는 색'이 78.9%로 가장 높게 나타난 반면에 '현재 유행하는 색'으로 대답한 경우는 8.9%에 불과하였다. 상품정보 입수방법에 있어서는 매장을 직접 방문하여 진열된 상품을 보고 얻는 경우가 44.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 인쇄물, 인터넷사이트 순으로 나타났다. 또한, 구입한 스포츠 캐주얼웨어의 아이템종류를 살펴보면 [그림 2]에서와 같이 티셔츠(32.2%), 점퍼(28.1%), 슬랙스와 스커트의 하의류

(22.1%), 스웨터(10.7%), 조끼(3.6%), 코트(3.4%)의 순으로 나타났다. 구입시 고려사항은 디자인이 66.0%로 가장 높게 나타났으며 그밖에 가격(10.9%), 브랜드(8.5%), 소재(4.6%)의 순으로 나타났다.

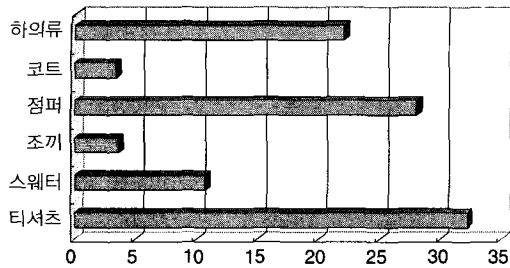
스포츠 캐주얼의 아이템별 선호가격대를 살펴보면

<표 2> 스포츠 캐주얼웨어의 구입문항에 관한 조사결과

구분	항목	빈도(명)	백분율(%)
최근 1년내 구입 별수	1벌	205	41.2
	2벌	165	33.2
	3벌	76	15.3
	4벌 이상	51	10.3
구입시 고려사항	브랜드	42	8.5
	유행	19	3.8
	디자인	328	66.0
	가격	54	10.9
	소재	23	4.6
	색상	8	1.6
	치수	2	0.4
	내구성	13	2.6
	세탁용이성	6	1.2
	기타	2	0.4
구입시 색상선택	평소 선호하는 색	392	78.9
	현재 유행하는 색	44	8.9
	특정 선호색 없음	61	12.3
상품정보 입수방법	TV	26	5.2
	인쇄물(카탈로그, 신문, 잡지)	151	30.4
	인터넷사이트	59	11.9
	매장직접방문	220	44.3
	주변사람을 통한 정보	38	7.6
기타	3	0.6	

<표 1> 조사대상자의 인구통계학적 사항

구분	항목	빈도(명)	백분율(%)	구분	항목	빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	258	51.9	학 력	고 졸	189	38.0
	여자	239	48.1		대 학생	198	39.8
연 령	만 19~24세	225	45.3		대 출 이상	110	22.1
	만 25~29세	147	29.6	소 득	100만원 미만	117	23.5
	만 30~34세	89	17.9		100만원대	195	39.2
	만 35~39세	36	7.2		200만원대	105	21.1
학 생	211	42.5	300만원 이상		80	16.1	
직 업	직 장 인	213	42.9	거 주 지	서울특별시	153	30.8
	주 부 및 기 타	73	14.7		경 기도	137	27.6
	미 혼	387	77.9		지 방 광 역 시	131	26.4
기 혼	110	22.1	지 방 중 소 도 시		76	15.3	



[그림 2] 최근 1년내 구입한 스포츠 캐주얼 아이템 종류

티셔츠와 스웨터의 경우 각각 3만원 이하가 68.8%, 4~5만원대가 58.1%로 가장 높게 나타났다. 점퍼의 경우 춘추용은 6~10만원대(43.7%), 4~5만원대(39.8%)의 순으로 나타났고, 겨울용의 경우에는 6~10만원대(40.0%), 11~20만원대(37.4%), 4~5만원대(11.3%)의 순으로 나타났다. 코트는 11~20만원대(46.1%), 6~10만원대(21.7%)의 순으로 나타났고, 슬랙스나 스커트의 하의류인 경우 4~5만원대(57.7%)가 가장 높게 나타났다.

스포츠 캐주얼웨어의 요인별 선호도를 <표 3>에서 살펴보면, 평상시 선호하는 의복형태는 일반 캐주얼이 72.9%로 과반수 이상을 차지하였고, 스포츠 캐주얼(13.9%), 정장류(9.9%) 순으로 나타났다. 반면에 외출시 선호하는 의복형태는 일반 캐주얼(70.2%), 정장류(19.5%) 순으로 나타나서 전반적으로 정장보다는 캐주얼의 선호도가 높은 것으로 나타났으나, 평상시와 외출시의 선호도를 비교했을 경우에는 평상시보다 외출시의 캐주얼의 선호도가 감소하는 것으로 나타났다. 또한, 캐주얼을 세분화하여 일반 캐주얼과 스포츠 캐주얼로 나누었을 경우에, 일반 캐주얼보다 스포츠 캐주얼의 외출시 선호도가 더욱 감소하는 것으로 나타났다. 선호하는 색상계열은 무채색 계열, 파스텔 계열, 원색계열, 기타의 순으로 나타났다.

스포츠 캐주얼웨어 점퍼의 부분별 세부디자인 선호도는 <표 4>에서와 같이 목둘레는 친칼라(54.3%)가, 진동둘레선은 일반형(40.8%)이 가장 높게 나타났다. 소매부리의 경우 밴드커프스와 고무밴드의 혼합형(44.9%)이, 포켓위치 및 형태는 팔자지퍼형(49.9%)이 가장 높게 나타났다. 전면 패스너는 스냅이 달린 감싸는 지퍼형(56.1%)이, 후드 형태는 워업후드-가벼운형(38.4%)이, 로고와 마크의 크기 및 위치는 전면 가슴상

<표 3> 스포츠 캐주얼웨어의 요인별 선호도

구분	항목	빈도(명)	백분율(%)	
의복 형태	평소	정장류	49	9.9
		일반 캐주얼	361	72.9
		스포츠 캐주얼	69	13.9
		정통 스포츠웨어	10	2.0
		기타	8	1.6
	외출시	정장류	97	19.5
		일반 캐주얼	349	70.2
		스포츠 캐주얼	37	7.4
		정통 스포츠웨어	6	1.2
		기타	8	1.6
디자인	개성이 강한 디자인	96	19.3	
	현재 유행하는 디자인	155	31.2	
	평범한 디자인	220	44.3	
	기타	26	5.2	
색상계열	원색계열	73	14.7	
	무채색 계열	239	48.1	
	파스텔계열	176	35.4	
	기타	9	1.8	

단의 작은 형태(62.0%)가 가장 높게 나타났다.

스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족과 선호 정도를 조사한 결과는 <표 5>에 나타내었는데, 스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족도에서는 '브랜드별 디자인이 너무 획일적이다'에 대해 '매우 그렇다' 혹은 '약간 그렇다'고 응답한 경우가 62%로 나타난 반면, 비교적 만족하다는 응답은 10.7%에 불과해서 디자인의 획일성에 대해서는 불만족한 것으로 나타났다. 스포츠 캐주얼의 시중 판매가격에 대한 불만도 80.9%로 높게 나타났고, 스포츠 캐주얼웨어의 치수의 다양성에 대해서는 전체 응답자의 38.2%가, 치수적합성에 대해서는 25.7%가 불만족한 것으로 나타났다. 스포츠 캐주얼 소재에 관한 문항을 살펴보면 '의복무게가 전반적으로 무겁다'에 전체 응답자의 21.3%가 '매우 그렇다' 혹은 '약간 그렇다'고 응답하였고, '땀이 빨리 마르지 않는다'는 문항에는 전체 응답자의 23.5%가 불만스러운 것으로 응답하여 소재의 경량화 및 속건성 기능이 좀 더 강화되어야 할 필요가 있는 것으로 보여진다. '세탁이 불편하고 까다롭다'에 대해서는 23.9%가 '매우 그렇다' 혹은 '약간 그렇다'고 응답했는데 다른 의복종류보다 상대적으로 세탁이 빈번히 요구되는 스포츠 캐

〈표 4〉 스포츠 캐주얼웨어 점퍼의 부분별 세부디자인 선호도

구분	항목	빈도(명)	백분율(%)
목 둘레	하이넥	65	13.1
	셔츠칼라	162	32.6
	친(chin)칼라	270	54.3
진동 둘레선	일반형(set-in sleeve)	203	40.8
	래글런형	143	28.8
	절개형	151	30.4
소매 부리	밴드커프스형	164	33.0
	밴드커프스와 고무밴드 혼합형	223	44.9
	좁은 고무밴드형	40	8.0
	넓은 고무밴드형	70	14.1
포켓 위치 및 형태	팔자지퍼형	248	49.9
	팔자벨트형	41	8.2
	플랩형	106	21.3
	세로형	22	4.4
	캐거투포켓형	80	16.1
전면 패스너	맞지퍼형	93	18.7
	감싸는 지퍼형	125	25.2
	스냅이 달린 감싸는 지퍼형	279	56.1
후드 형태	후드없는 형	49	9.9
	탈착식 후드	190	38.2
	워업(warm-up) 후드-가벼운형	191	38.4
	워업(warm-up) 후드-무거운형	67	13.5
로고와 마크의 크기 및 위치	전면 가슴상단의 작은 형태	308	62.0
	전면 가슴하단의 작은 형태	80	16.1
	전면 중앙의 큰 형태	23	4.6
	후면 상단의 작은 형태	40	8.0
	후면 중앙의 큰 형태	46	9.3

주얼의 설계시에 세탁용이성에 대한 좀 더 세심한 고려가 있어야 할 것으로 보여진다. '방수기능 점퍼 착용 시에도 빗물이 스며든다'에 대해서 조사해 본 결과 불만족한 경우가 28.8%로 나타나 방수기능성 소재 및 의류의 제조업체에서 품질관리를 좀 더 강화되어야 할 것으로 보여진다. 스포츠 캐주얼웨어의 기능성 소재 및 디자인 선호정도를 알아본 결과 '구입시 기능성 소재를 선호한다'는 전체 응답자의 41.7%가, '구입시 기능성 디자인을 선호한다'는 57.8%가 '매우 그렇다' 혹은 '약간 그렇다'고 응답하여 기능성 소재 및 디자인의 선호도가 높음을 알 수 있다.

스포츠 캐주얼웨어 점퍼의 치수불만 부위를 다중응답으로 조사해 본 결과 [그림 3]에서와 같이 목깊이가 37.0%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 소매길이(32.4%), 손목둘레(29.6%), 목둘레(26.4%), 몸판길이(21.7%), 진동둘레(20.3%), 허리둘레(17.3%), 가슴둘레(13.5%)의 순으로 나타났다.

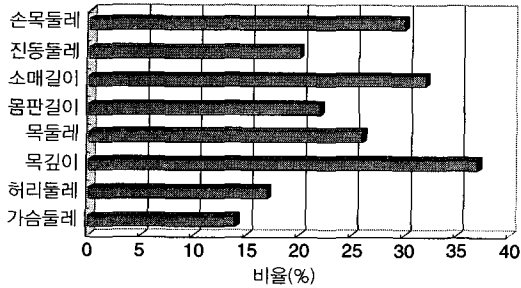
2. 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용실태의 차이분석

스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용실태의 차이를 분석 하기 위하여 지역별, 연령별, 성별, 소득별로 χ^2 -검증을 실시한 결과 통계적으로 유의한 차이를 나타낸 항목을 중심으로 빈도와 퍼센트 및 χ^2 값을 각 표에 제시하였다.

〈표 5〉 스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족과 선호정도

단위: 명(%)

항목	척도				
	매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	별로 그렇지 않다	매우 그렇지 않다
브랜드별 디자인이 너무 획일적이다	52(10.5)	256(51.5)	136(27.4)	49(9.9)	4(0.8)
의복가격이 일반적으로 비싸다	149(30.0)	253(50.9)	80(16.1)	15(3.0)	0(0.0)
의복치수가 다양하지 않다	37(7.4)	153(30.8)	199(40.0)	95(19.1)	13(2.6)
의복치수가 잘 맞지 않는다	19(3.8)	109(21.9)	186(37.4)	162(32.6)	21(4.2)
의복무게가 전반적으로 무겁다	12(2.4)	94(18.9)	199(40.0)	170(34.2)	22(4.4)
의복소재가 뻣뻣해서 불편하다	7(1.4)	74(14.9)	182(36.6)	201(40.4)	33(6.6)
땀이 빨리 마르지 않는다	12(2.4)	105(21.1)	214(43.1)	152(30.6)	14(2.8)
보온이 잘되지 않는다	11(2.2)	87(17.5)	200(40.2)	180(36.2)	19(3.8)
세탁이 불편하고 까다롭다	22(4.4)	97(19.5)	167(33.6)	181(36.4)	30(6.0)
방수기능 점퍼 착용시에도 빗물이 스며든다	16(3.2)	127(25.6)	167(33.6)	161(32.4)	26(5.2)
구입시 기능성 소재를 선호한다	54(10.9)	153(30.8)	179(36.0)	100(20.1)	11(2.2)
구입시 기능성 디자인을 선호한다	70(14.1)	217(43.7)	140(28.2)	61(12.3)	9(1.8)



[그림 3] 스포츠 캐주얼웨어 점퍼의 치수불만부위

최근 1년내 구입별수를 <표 6>에서 살펴보면, 전국을 서울, 경기, 전국 광역시, 전국 8도지역으로 나누어 살펴본 결과 4벌 이상 구입에서 서울지역이 21.6%로 가장 높게 나타났고, 경기지역(8.8%), 전국 8도지역(3.9%), 전국 광역시(2.3%)의 순으로 나타나 서울이 다른 지역보다 구입별수가 높게 나타났다. 또한 서울을 강남과 강북으로 나누어서 비교해 본 결과 강남지

역의 경우 4벌 이상이 32.2%로 가장 높게 나타난 반면, 강북지역의 경우 1벌구입이 38.2%로 가장 높게 나타나 서울지역 내에서도 구입별수가 크게 차이를 알 수 있다. 소득별로 비교해 본 결과 월평균 소득이 100만원 미만인 집단과 100만원대에서는 1벌구입, 200~300만원대에서는 2벌구입이 높게 나타났고 4벌 이상 구입율을 살펴보면 월평균 소득이 300만원대 이상인 집단에서 16.3%로 가장 높게 나타났다.

상품정보 입수방법의 연령 및 성별에 따른 차이를 <표 7>에서와 같이 살펴보면 먼저 연령별에서는 만19~24세와 만25~29세에서 '매장 직접방문'에 의한 제품정보 입수가 가장 높게 나타났으나, 만30~34세와 만35~39세에서는 카탈로그, 신문, 잡지와 같은 인쇄물에 의한 정보입수가 가장 높게 나타나 30세 이전에는 매장직접 방문에 의해서, 30세 이후에는 인쇄물에 의해서 주로 제품정보를 얻고 있음을 알 수 있다. 성별에 의한 차이를 살펴본 결과는 남성과 여성 모두에서 '매

<표 6> 최근 1년내 구입별수에 대한 지역 및 소득별 차이

구분	항목	서울	경기	전국광역시	전국8도 지역
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)
전국지역별 구입별수	1벌	50 (32.7)	58 (42.3)	60 (45.8)	37 (48.7)
	2벌	47 (30.7)	50 (36.5)	36 (27.5)	32 (42.1)
	3벌	23 (15.0)	17 (12.4)	32 (24.4)	4 (5.3)
	4벌 이상	33 (21.6)	12 (8.8)	3 (2.3)	3 (3.9)
	합계	153(100.0)	137(100.0)	131(100.0)	76(100.0)
$\chi^2 = 51.61^{***}$					
구분	항목	강남지역		강북지역	
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)
서울지역별 구입별수	1벌	25 (28.7)		29 (38.2)	
	2벌	22 (25.3)		25 (32.9)	
	3벌	12 (13.8)		12 (15.8)	
	4벌 이상	28 (32.2)		10 (13.2)	
	합계	87 (100.0)		76 (100.0)	
$\chi^2 = 8.31^*$					
구분	항목	100만원미만 (n=117)	100만원대 (n=195)	200만원대 (n=105)	300만원이상 (n=80)
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)
소득별 구입별수	1벌	53(45.3)	89(45.6)	36(34.3)	27(33.8)
	2벌	35(29.9)	59(30.3)	40(38.1)	31(38.8)
	3벌	20(17.1)	26(13.3)	21(20.0)	9(11.3)
	4벌 이상	9(7.7)	21(10.8)	8(7.6)	13(16.3)
	합계				
$\chi^2 = 21.68^*$					

*p<.05, **p<.01, ***p<.001에서 통계적으로 유의함(이하 모든 표에 적용됨)

〈표 7〉 상품정보 입수방법의 연령 및 성별에 따른 차이

항목	만19~24세 (n=225)	만25~29세 (n=147)	만30~34세 (n=89)	만35~39세 (n=36)	항목	남성 (n=258)	여성 (n=239)
	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)		빈도 (%)	빈도 (%)
TV	14(6.2)	11(7.5)	1(1.1)	0(0.0)	TV	15(5.8)	11(4.6)
인쇄물(카탈로그, 신문, 잡지)	64(28.4)	34(23.1)	38(42.7)	15(41.7)	인쇄물(카탈로그, 신문, 잡지)	60(23.3)	91(38.1)
매장 직접방문	99(44.0)	70(47.6)	36(38.2)	15(41.7)	매장 직접방문	117(45.3)	103(43.1)
인터넷사이트	26(11.6)	18(12.2)	10(11.2)	5(13.9)	인터넷사이트	39(15.1)	20(8.4)
주변사람을 통한 정보	21(9.3)	14(9.5)	3(3.4)	0(0.0)	주변사람을 통한 정보	25(9.7)	13(5.4)
기타	5(2.2)	0(0.0)	3(3.4)	0(0.0)	기타	2(0.8)	1(0.4)
$\chi^2 = 26.88^*$				$\chi^2 = 17.41^{**}$			

장 직접방문'이 가장 높게 나타났으나, 매장방문을 제외한 정보수집 방법에 있어서 남성이 인쇄물(23.3%)과 인터넷사이트(15.1%), 주변사람의 정보(9.7%)등으로 다양하게 정보를 얻는 것과는 달리 여성의 경우는 인쇄물(38.1%)이 다른 정보원보다 매우 높게 나타났다.

스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족도의 성별에 의한 차이를 조사한 결과 〈표 8〉에서 볼 수 있듯이 '브랜드 별 디자인이 너무 획일적이다'의 문항에 대해서 남성의 경우 '매우 그렇다'가 9.7%, '약간 그렇다'가 45.5%

〈표 8〉 스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족도의 성별에 따른 차이

구분	항목	남성 (n=258)	여성 (n=239)
		빈도 (%)	빈도 (%)
브랜드별 디자인이 너무 획일적이다	매우 그렇다	25(9.7)	27(11.3)
	약간 그렇다	117(45.3)	139(58.2)
	보통이다	82(31.8)	54(22.6)
	별로 그렇지 않다	31(12.0)	18(7.5)
$\chi^2 = 11.47^*$			
의복가격이 일반적으로 비싸다	매우 그렇다	72(27.9)	77(32.2)
	약간 그렇다	141(54.7)	112(46.9)
	보통이다	34(13.2)	46(19.2)
	별로 그렇지 않다	11(4.3)	4(1.7)
$\chi^2 = 7.84^*$			
방수기능성이 있는 겹퍼 착용시에도 빗물이 스며든다	매우 그렇다	11(4.3)	5(2.1)
	약간 그렇다	80(31.0)	47(19.7)
	보통이다	82(31.8)	85(35.6)
	별로 그렇지 않다	70(27.1)	91(38.1)
$\chi^2 = 13.52^{**}$			

로 나타난 반면 여성은 각각 11.3%, 58.2%로 보다 높게 나타나 남성보다 여성이 브랜드별 디자인의 획일성에 대한 불만도가 높은 것을 알 수 있다. '의복가격이 일반적으로 비싸다'는 문항에 대해서는 남성의 경우 '매우 그렇다' 혹은 '약간 그렇다'가 82.6%, 여성은 79.1%로 나타나 남성이 여성보다 의복가격에 대한 불만도가 높게 나타남을 알 수 있다.

선호의복 형태 및 구입시 고려사항에 대한 성별에 따른 차이는 〈표 9〉에 나타냈는데, 선호의복형태에서 남녀 모두 일반 캐주얼을 가장 선호하는 것으로 나타

〈표 9〉 선호의복 형태 및 구입시 고려사항에 대한 성별에 따른 차이

구분	항목	남성 (n=258)	여성 (n=239)
		빈도 (%)	빈도 (%)
선호 의복형태	정장류	21(8.1)	28(11.7)
	일반 캐주얼	181(70.2)	180(75.3)
	스포츠캐주얼	45(17.4)	24(10.0)
	정통 스포츠웨어	8(3.1)	2(0.8)
	기타	3(1.2)	5(2.1)
$\chi^2 = 10.78^*$			
구입시 고려사항	브랜드	25(9.7)	17(7.1)
	유행	10(3.9)	9(3.8)
	디자인	156(60.5)	172(72.0)
	가격	39(15.1)	15(6.3)
	소재	13(5.0)	10(4.2)
	색상	3(1.2)	5(2.1)
	치수	2(0.8)	0(0.0)
	내구성	8(3.1)	5(2.1)
	세탁용이성	0(0.0)	6(2.5)
기타	2(0.8)	0(0.0)	
$\chi^2 = 23.91^{**}$			

〈표 10〉 색상계열 선호도의 연령별 차이

구분	항목	만19~24세 (n=225)	만25~29세 (n=147)	만30~34세 (n=89)	만35~39세 (n=36)
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)
선호 색상계열	원색계열	32(14.2)	27(18.4)	12(13.5)	2(5.6)
	무채색계열	125(74.2)	68(46.3)	34(38.2)	12(33.3)
	파스텔계열	24(10.7)	51(34.7)	42(47.2)	22(61.1)
	기타	3(1.3)	1(0.7)	1(1.1)	0(0.0)
$\chi^2 = 28.29^{***}$					

〈표 11〉 점퍼의 부분별 세부디자인 선호도의 연령별 차이

구분	항목	만19~24세 (n=225)	만25~29세 (n=147)	만30~34세 (n=89)	만35~39세 (n=36)
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)
목둘레	하이넥	22(9.8)	20(13.6)	17(19.1)	6(16.7)
	서츠칼라	73(32.4)	38(25.9)	33(37.1)	18(50.0)
	친(Chin)칼라	130(57.8)	89(60.5)	39(43.8)	12(33.3)
$\chi^2 = 16.94^{**}$					
진동둘레선	일반형(set-in sleeve)	91(40.4)	58(39.5)	37(41.6)	17(47.2)
	래글런형	54(24.0)	43(29.3)	30(33.7)	16(44.4)
	절개형	80(35.6)	46(31.3)	22(24.7)	3(8.3)
$\chi^2 = 14.79^*$					
소매부리	밴드커프스형	66(29.3)	46(31.3)	41(46.1)	16(44.4)
	혼합형(밴드커프스+고무밴드)	91(40.4)	76(51.7)	36(40.4)	22(61.1)
	좁은 고무밴드형	26(11.6)	7(4.8)	6(6.7)	4(11.1)
	넓은 고무밴드형	42(18.7)	18(12.2)	6(6.7)	7(19.4)
$\chi^2 = 23.71^{**}$					
포켓위치 및 형태	팔자지퍼형	112(49.8)	82(55.8)	42(47.2)	12(33.3)
	팔자벨트형	12(5.3)	7(4.8)	14(15.7)	8(22.2)
	플랩형	46(20.4)	29(19.7)	22(24.7)	9(25.0)
	세로형	10(4.4)	5(3.4)	4(11.1)	3(8.3)
	갱겨루포켓형	45(20.0)	24(16.3)	36(40.4)	4(11.1)
$\chi^2 = 31.7^{**}$					
후드형태	후드없는형	20(8.9)	12(8.2)	12(13.5)	5(13.9)
	탈착식 후드	77(34.2)	56(38.1)	35(39.3)	22(61.1)
	웜업후드-가벼운형	96(42.7)	58(39.5)	32(36.0)	5(13.9)
	웜업후드-무거운형	32(14.2)	21(14.3)	10(11.2)	4(11.1)
$\chi^2 = 15.84^{NS}$					
로고와 마크의 크기와 위치	전면 가슴상단의 작은 형태	147(65.3)	74(50.3)	65(73.0)	22(61.1)
	전면 가슴하단의 작은 형태	28(12.4)	29(19.7)	11(12.4)	12(33.3)
	전면 중앙의 큰 형태	13(5.8)	8(5.4)	2(2.2)	0(0.0)
	후면상단의 작은 형태	17(7.6)	17(11.6)	6(6.7)	0(0.0)
	후면 중앙의 큰 형태	20(8.9)	19(12.9)	5(5.6)	2(5.6)
$\chi^2 = 28.86^{**}$					

났고, 그 다음으로 남성의 경우 스포츠 캐주얼(17.4%)을, 여성은 정장류(11.7%)를 선호하는 것으로 나타났다. 구입시 고려사항에서 남녀 모두 디자인이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 남성의 경우는 가격, 브랜드, 소재, 유행으로 순으로, 여성의 경우는 브랜드, 가격, 소재, 유행의 순으로 나타나 남성에 비해 여성은 상대적으로 가격보다 브랜드를 중시함을 알 수 있다.

3. 스포츠 캐주얼웨어의 색상계열과 점퍼 부분별 세부디자인에 대한 선호도

스포츠 캐주얼웨어의 색상계열과 점퍼의 부분별 세부디자인에 대한 선호도 차이를 분석하기 위하여 연령별, 성별로 χ^2 -검증을 실시한 결과, 통계적으로 유의한 차이를 나타낸 항목을 중심으로 빈도와 퍼센트 및 χ^2 값을 제시하였다.

선호 색상계열에 있어서 연령별 차이를 <표 10>에서 살펴보면, 만19~24세 집단과 만25~29세 집단에서는 무채색 계열이 가장 높게 나타났고, 만30~34세와 만35~39세 집단에서는 파스텔 계열이 가장 높게 나타났다. 연령증가에 따른 색상 계열별 선호도 변화를 살펴보면 원색계열은 만19~24세 집단과 만25~29세, 만30~34세 집단에서 비슷한 수준의 선호도를 나타내지만, 만35~39세 집단은 선호도가 떨어졌다. 무채색 계열은 연령이 많아질수록 지속적으로 선호도가 떨어지는 경향을 보였고, 만19~24세 집단과 만35~39세 집단

의 차이가 40.9%로 나타난 반면, 파스텔 계열은 연령이 많아질수록 선호도가 높아져 만19~24세 집단과 만35~39세 집단의 차이가 50.4%로 크게 상승한 것으로 나타났다. 즉, 10대 후반에서 20대 후반까지는 블랙이나, 화이트, 그레이와 같은 무채색 계열의 선호도가 높게 나타나다가, 연령이 증가하여 30대 후반이 되면서 무채색의 선호도는 떨어지고 파스텔 계열에 대한 선호도가 높아지게 된다고 볼 수 있다.

<표 11>에서 스포츠 캐주얼 점퍼의 부분별 세부디자인의 선호도 차이를 연령별로 살펴본 결과 전 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 목둘레의 경우 만19~34세 연령집단에서는 턱까지 올라오는 친칼라의 선호도가 높게 나타났으나, 만35~39세 집단에서는 셔츠칼라가 높게 나타났다. 하이넥의 선호도는 만19~24세 집단이 다른 연령집단에서 보다 낮게 나타났다. 진동둘레의 경우 전 연령대에서 일반형인 셋인슬리브의 진동둘레선을 가장 선호하는 것으로 나타났고, 래글런형은 연령이 증가할수록 선호도가 증가하는 것으로 나타난 반면, 소매 및 어깨부위에 여러 형태의 절개선을 넣은 절개형은 연령이 증가할수록 선호도가 감소하는 것으로 나타났고, 특히 만35~39세 집단에서는 8.3%로 매우 낮게 나타났다. 소매 부리의 경우 밴드커프스와 고무밴드의 혼합형과 밴드 커프스형이 전반적으로 선호도가 높게 나타난 반면, 고무밴드형은 선호도가 떨어지는 것으로 나타났다.

<표 12> 점퍼의 부분별 디자인 선호도의 성별 차이

구분	항목	남성 (n=258)	여성 (n=239)	구분	항목	남성 (n=258)	여성 (n=239)
		빈도(%)	빈도(%)			빈도(%)	빈도(%)
소매부리	밴드커프스형	101(39.1)	63(26.4)	후드형태	후드없는 형	34(13.2)	15(6.3)
	혼합형(밴드+고무)	114(44.2)	109(45.6)		탈착식 후드	95(36.8)	95(39.7)
	좁은 고무밴드형	16(6.2)	24(10.0)		웍업후드-가벼운형	90(34.9)	101(42.3)
	넓은 고무밴드형	27(10.5)	43(18.0)		웍업후드-무거운형	39(15.1)	28(11.7)
	$\chi^2 = 13.46^{**}$				$\chi^2 = 9.09^*$		
포켓위치 및 형태	팔자지퍼형	125(48.4)	123(51.5)	로고 마크의 크기 위치	전면 가슴상단의 작은 형태	141(54.7)	167(69.9)
	팔자벨트형	29(11.2)	12(5.0)		전면 가슴하단의 작은 형태	48(18.6)	32(13.4)
	플랩형	58(22.5)	48(20.1)		전면 중앙의 큰 형태	17(6.6)	6(2.5)
	세로형	15(5.8)	7(2.9)		후면 상단의 작은 형태	24(9.3)	16(6.7)
	캐거루포켓형	31(12.0)	49(20.5)		후면 중앙의 큰 형태	28(10.9)	18(7.5)
	$\chi^2 = 14.26^{**}$				$\chi^2 = 13.72^{**}$		

포켓위치 및 형태에 있어서는 만19~34세 집단에서는 팔자지퍼형이, 만35~39세 집단에서는 플랩포켓이 달린 플랩형의 선호도가 높게 나타났다. 후드형태에 있어서는 전반적으로 탈착식 후드와 가벼운 워업 후드형에 대한 선호도가 높게 나타났다. 로고와 마크의 크기와 위치에 있어서는 '전면 가슴상단의 작은 형태'가 가장 선호되는 것으로 나타났다.

〈표 12〉에서 스포츠캐주얼웨어의 부분별 세부디자인 선호도에 있어서 성별차이를 살펴보면 소매부리의 형태에서 남성은 밴드커프스형을, 여성은 고무밴드형을 선호하였고, 후드형태는 남성은 탈착식 후드를, 여성은 가벼운 워업 후드형을 선호하였다. 포켓위치 및 형태에 있어서는 남성은 상대적으로 플랩형, 팔자지퍼형, 세로형을 더 선호하고, 여성은 캥거루포켓형을 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타났다. 로고마크의 크기와 위치는 여성의 경우 전면 가슴상단의 작은 형태를 상대적으로 높게 선호하는데 비해, 나머지 형태는 남성의 경우가 상대적으로 높은 선호도를 나타내었다.

IV. 결 론

본 연구에서는 최근 1년내 스포츠 캐주얼웨어를 구입해본 경험이 있는, 전국지역의 만 19~39세의 성인 남녀 497명을 대상으로 국내 스포츠 캐주얼웨어의 구입 및 착용실태와 스포츠 캐주얼웨어 세부디자인에 대한 불만족 및 선호도를 지역별, 성별, 연령별, 소득별로 비교 분석하였다. 연구결과를 요약해 보면 다음과 같다.

1. 스포츠 캐주얼웨어의 착용실태 및 디자인 선호도

1) 최근 1년내 구입별수를 살펴본 결과 평균 1년에 1벌 구입하는 비율이 높았고, 구입한 스포츠 캐주얼웨어의 아이템별 구입비율은 티셔츠, 점퍼, 하의류, 스웨터, 조끼, 코트의 순으로 나타났다. 상품정보 입수방법은 매장 직접방문이 가장 높았고, 그 다음으로 인쇄물, 인터넷 사이트 순이었다. 스포츠 캐주얼의 아이템별 선호 가격대는 티셔츠의 경우 3만원 이하, 스웨터는 4~5만원대, 점퍼는 6~10만원대, 코트는 11~20만원대,

하의류는 4~5만원대로 나타났다.

2) 스포츠캐주얼웨어의 요인별 선호도에서, 평상시 선호하는 의복형태는 일반 캐주얼이 과반수 이상이었고 그 다음으로 스포츠 캐주얼, 정장류 순이었고, 외출시 선호하는 의복형태는 일반캐주얼, 정장류 순으로 나타났다. 선호하는 색상계열은 무채색 계열, 파스텔 계열, 원색계열의 순으로 나타났다.

3) 점퍼의 부분별 세부디자인 선호도에서 목둘레는 친칼라, 진동둘레선은 일반형태, 소매부리는 밴드커프스와 고무밴드의 혼합형, 포켓위치 및 형태는 팔자지퍼형, 전면 패스너는 스냅이 달린 감싸는 지퍼형이, 후드 형태는 가벼운 워업 후드형, 로고와 마크의 크기 및 위치는 전면 가슴상단의 작은 형태가 각각 가장 많이 선호되었다.

4) 스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족도를 조사한 결과 디자인의 확실성과 가격에 대한 불만이 높게 나타났으며, 치수의 다양성과 치수적합성에 대해서도 불만족한 것으로 나타났다. 소재에 관한 불만족도에서 소재의 경량화와 속건성 기능의 필요성이 지적되었고, 방수기능 점퍼의 기능성에 대해서도 개선이 필요한 것으로 나타났다. 스포츠 캐주얼웨어 점퍼의 치수 불만 부위는 목깊이, 소매길이, 손목둘레, 목둘레의 순으로 나타났다.

2. 스포츠 캐주얼웨어의 구매 및 착용실태의 차이분석

1) 최근 1년내 구입별수에 있어서 1년에 4벌 이상 구입하는 인구가 서울지역에서 가장 높게 나타났고, 서울지역 내에서도 강남이 강북보다 높았다. 소득별로는 월평균 소득이 300만원대 이하 3집단의 구입비율은 비슷하였으나, 300만원대 이상인 집단에서는 1년에 4벌 이상 구입하는 인구가 높게 나타났다.

2) 상품정보 입수방법의 연령 및 성별에 따른 차이를 살펴보면 연령별에서는 30대 이전에서는 매장 직접방문에 의해서, 30대 이후에는 인쇄물에 의해서 주로 제품정보를 얻고 있음을 알 수 있었고, 성별의 차이에서는 매장방문을 제외한 정보수집 방법에 있어서 남성이 인쇄물과 인터넷사이트, 주변사람의 정보 등을 통해 정보를 얻는 것에 비해 여성의 경우는 인쇄물 이용

이 다른 정보원보다 매우 높게 나타났다.

3) 스포츠 캐주얼웨어에 대한 불만족도 조사 결과, 남성보다 여성이 브랜드별 디자인의 확실성에 대한 불만도가 높게 나타났고, 의복가격에 대한 불만족도는 남성이 여성보다 높게 나타났다. 선호의복 형태 및 구입시 고려사항에 대한 성별에 따른 차이를 살펴보면 선호의복형태에서 남녀 모두 일반캐주얼을 가장 선호하였고, 그 다음으로 남성의 경우 스포츠 캐주얼에 대한 선호도가, 여성의 경우 정장류에 대한 선호도가 높게 나타났다.

3. 스포츠 캐주얼웨어의 색상계열과 점퍼 부분별 세부디자인에 대한 선호도

1) 스포츠 캐주얼웨어의 색상계열에 대한 선호도 차이를 연령별로 살펴본 결과, 10대 후반에서 20대 후반까지는 무채색 계열의 선호도가 높게 나타났으나 연령증가에 따라 30대 후반에 이르면 무채색의 선호도는 떨어지고 파스텔 계열에 대한 선호도가 높아지는 것으로 나타났다.

2) 점퍼의 부분별 세부디자인에서 목둘레의 경우 만 19~34세 연령에서는 친칼라의 선호도가, 만 35~39세 집단에서는 셔츠칼라가 높게 나타났다. 진동둘레의 연령별 선호도는 래글런형은 연령이 높아질수록, 절개형은 연령이 낮아질수록 선호도가 높아지는 것으로 나타났다. 포켓위치 및 형태에 있어서는 만 19~34세 연령대에서는 팔자지퍼형을, 만 35~39세 집단에서는 플랩형의 선호도가 높게 나타나 차이를 보였다. 후드 형태에 있어서는 전반적으로 탈착식 후드와 가벼운 워업 후드형에 대한 선호도가 높게 나타났고, '로고와 마크는 전면 가슴상단의 작은 형태'가 가장 선호되었다.

3) 점퍼의 부분별 세부디자인의 선호도 차이를 성별로 살펴본 결과 소매부리의 형태에서는 남성은 밴드 커프스형을, 여성은 고무밴드형의 선호비율이 높게 나타났다. 포켓위치 및 형태에 있어서는 남성이 여성

보다 좀 더 다양한 포켓형태에 대한 전반적인 선호도가 높은 것으로 나타났다. 후드형태에 있어서 남성은 탈착식 후드를, 여성은 가벼운 워업 후드형을 선호하는 것으로 나타났고, 로고와 마크의 크기와 위치에 있어서도 남성이 여성보다 다양함을 선호하였다.

차후에는 스포츠 캐주얼웨어의 착용실태 및 연령별, 지역별 차이분석 등을 통하여 좀 더 다양하고 심도 있는 스포츠 캐주얼웨어의 디자인 및 소재, 치수 등의 개발이 이루어짐으로써 캐주얼웨어를 선호하는 새로운 소비층의 요구에 충족될 수 있도록 하는 것이 바람직할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- 1) 이정주, 진병호, 국내 중저가 캐주얼 의류의 상표이미지 분석 -요인분석을 이용한 인식도를 중심으로-, 한국 의류학회지, 19(6), 1040-1050, 1995
- 2) 최혜선 외 4인, 액티브스포츠웨어 설계, 수학사, 2001
- 3) 섬유산업연합회, 2001년 분기별 국내외류소비 실태조사 보고서, 2002
- 4) Watkins S. M., Clothing ; the portable environment, Ames, IA : Iowa State Univ., 1995
- 5) 안의수, 손태열, 스포츠생리학, 성균관대학교 출판부, 1987
- 6) 쾌적한 스포츠웨어소재, 섬유기술, 15, 72-79, 1986
- 7) 한국패션총람, 한국패션협회, 2002
- 8) 인터넷 정보자료, 삼성디자인넷, www.samsungdesign.net
- 9) 인터넷정보자료, (주)나이키, www.nike.com
- 10) Mee-Sung Choi, "The preferred Style of Bicycle Apparel in Korea and United States", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 23(5), 684-693, 1999
- 11) 권중선, 스포츠의류 디자인의 선호도에 관한 연구, 성신여대 석사학위논문, 1986