

스키웨어의 구매와 착용만족도에 관한 조사연구

김순분

대구대학교 패션디자인학과

A Study of the Purchasing Traits and the Wearing Satisfaction of Ski Wear

Soon-Boon Kim

Dept. of Fashion Design, Daegu University, Gyeongsan, Korea

Abstract : The purpose of this study was to research the purchasing traits and the wearing satisfaction of ski wears to provide the data needed to design ski wears to the related industries. This survey was performed during 2003's and 2004's winter with the 157 questionnaires containing 16 items of purchasing traits, 8 of design satisfaction, 12 of purchasing satisfaction and 13 of satisfaction of using convenience. The data were analysed with the frequency, the percentile, χ^2 -test, the average, the standard deviation and t-test through comparing with the groups of general people and experts, and the groups of male and female. The results were: 1. The most preferred style was the two pieces style(88.5%), and then the loose style(61.1%), and the shoulder-wireless style(36.9%). 2. The imported brands were more preferred because of the design(44.1%). 3. The main place of purchasing was the ski wear speciality shop(48.4%), the main source of the merchandise information was the surrounding men(43.3%), the most significant consideration aspect when purchasing was the design(35.7%), and the rate of size perception was 51.6%. 4. The wearing satisfaction score(5) of ski wears were; the satisfaction of design was 3.24, the satisfaction of material 3.00, and the satisfaction of using convenience 3.07. 5. In the rate of design satisfaction, the female(3.10) showed higher than the male(3.35) ($p < .05$). 6. In the satisfaction of material, 'the discoloration'(2.37), 'the abrasion'(2.75), 'the sense of volume'(2.76) and 'the sense of touch' showed dissatisfaction. 7. In the satisfaction of using convenience, 'the pollution by lifting ticket'(2.36) was showed most dissatisfaction.

Key words : ski wear, wearing satisfaction, purchasing traits

1. 서 론

문명의 발달과 고도의 경제성장으로 노동시간은 줄고 여가 시간이 늘어남에 따라 그 여가시간을 즐기거나 하는 욕구가 증대되고 있다. 또한 신체활동 감소로 인한 체력유지와 신체단련을 위하여 점점 스포츠의 중요성이 커지고 있는 실정이다. 스키는 눈이 많은 나라의 고대인들이 일상생활의 필수 용구로 고안된 썰매에서부터 진화되었다고 한다(나순성, 1969). 그 후 19세기 중반 노르웨이에서 시작되어 유럽 여러나라에 전해졌고, 우리나라에는 1930년에 도입되어 1975년에 국제 스키연맹에 가입하였으며 최근들어 젊은이들을 중심으로 스노보드와 함께 즐거움을 추구하는 겨울 스포츠로서 일반인에게 확산되어 행해지고 있다. 우리나라에서 열린 최초의 스키경기는 1930년 원산의 전조선 스키선수권대회가 처음 이었다(김용리·임영무, 1985). 그 후 소수인에 의해 발전되어오다가 1973년 용평, 83년 용인스키장이 개장되고 88년 용평스키장이 국제스키연맹으

로부터 공인을 받아 대규모 국제대회를 치르면서부터 서서히 보급되기 시작하였다. 1995년 무주스키장에서 동계유니버시아드 대회를 개최하면서 우리나라에서 영향력 있는 동계스포츠로 자리 잡게 되었다. 이제 스키를 즐기는 사람들은 기하급수적으로 늘어나 국민적인 스포츠라고 할 수 있게 되었다(김남수 외, 1999).

스키는 계절적·장소적 환경과 다양하고 스피디한 동작 때문에 각종 스포츠 중에서도 각별히 상해가 발생하는 스포츠이므로(김진혜 외, 1998) 의복과 장비에 대한 의존성이 높다고 할 수 있다. 좋은 품질의 스키웨어는 과학적으로 전문성 있게 만든 것이어야 하며 성능이 우수한 것과 패션면에서 뛰어난 것 두 가지 범주로 나눌 수 있다(박병로, 1996). 그러므로 스키의 보급과 함께 스키복의 사용 인구는 해마다 늘어나고 있어 그에 관한 연구개발은 반드시 필요하며 지속적으로 이루어져야 될 것이다. 스키복에 관한 선행연구들을 살펴보면 '스키웨어의 디자인에 관한 연구(이승무, 1987; 오윤정, 2000)' 등이 있고 '스키복의 디자인과 기능성의 상관관계 연구(박정화, 1988)', '스키웨어의 기능성을 일상복에 응용한 복식에 관한 연구(신명은, 1994)', '스키웨어 착용 시 온열생리학적 특성(홍현실, 1997)', '스키웨어에 대한 실태조사 및 디자인에 따른 착용감에

Corresponding author; Soon-Boon Kim
Tel. +82-53-850-6823, Fax. +82-53-850-6829
E-mail: sbkim@daegu.ac.kr

관한 연구(이주영, 2001)' 등 스키복 착용의 생리적 특성과 디자인에 관한 연구 등이 대부분이다. 그러므로 보다 나은 상품 개발을 위해서는 소비자의 특성을 중심으로 스키복의 여러 구성요소에 따른 착용 시의 만족 불만족에 대한 세밀한 분석과 검토가 필요하고 사료된다.

따라서 본 연구는 스키복을 착용하는 사람들을 대상으로 선호 스타일 및 구매와 관련된 내용을 조사하고 스키복의 디자인, 소재, 사용편의성 등과 관련하여 착용만족도를 조사하고 소비자 집단별로 비교 분석하여 스키복 개발을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 조사대상 및 시기

조사대상자는 스키복을 구입해 직접 입어보고 스키를 타 본 경험이 있는 일반인 남, 녀와 스키 관련 전문인을 대상으로 하였다. 대명리조트, 성우리조트, 휘닉스파크 등에서 스키를 타는 일반인과 체육학 전공자로서 스키강사를 하고 있는 전문가들에게 설문지를 배포하여 총 180부를 회수하였으며, 그 중 응답이 불성실한 자료를 제외 한 157부를 분석 자료로 사용하였다.

조사시기는 스키를 즐기는 동호인들을 중심으로 예비조사를 실시하였고, 본 조사는 2003년 12월부터 2004년 스키시즌에 스키장이 밀집되어 있는 강원도 일대의 리조트를 중심으로 조사하였다. 연구목적에 따라 조사대상자 집단을 일반인집단과 전문인집단으로 구분하였으며 구분의 기준은 단순히 스키를 즐기는 집단을 일반인, 스키를 지도하는 강사집단을 전문인집단으로 하였다.

2.2. 조사내용 및 방법

설문지 내용은 선행연구(송정선, 2003; 류신아·박길순, 2003; 이주영, 2001)를 참조하여 구매선호 스타일, 브랜드, 구매 장소, 상품정보원, 구매가격, 치수인지 등에 관한 16문항으로 구성하였다. 착용만족도에 관한 내용은 디자인 만족도 8문항, 소재만족도 14문항, 사용편의성의 만족도 13문항 인구통계학적 변인 7문항으로 구성되었다. 착용만족도 평가는 5점 평정 척도법을 사용하였다. 일반인과 전문인 집단을 중심으로 비교분석하였고 착용만족도는 남녀집단의 비교도 추가하였다.

2.3. 자료분석

인구통계학적 문항은 기술 통계치를 산출하였다. 구매에 관한 사항은 빈도와 백분율을 구하고 집단별 차이에 의한 검증은 교차분석을 실시하였다. 착용만족도는 5점 만점의 평균과 표준편차를 산출하고 집단별 만족도의 차이를 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. 검증수준은 p<.05수준에서 유의성을 검증하였으며, 통계는 Spss. 12.0을 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 조사대상자

조사자의 성별 구성 비율은 남자가 51.6%, 여자가 48.4%로 총 157명을 대상으로 하였다. 연령구간은 17~52세까지로 20세 이상 24세 까지가 57.3%로 가장 많았고, 평균나이는 24.2세로 남자 24.6세, 여자 23.7세였다. 직업은 학생이 77.1%로 가장 많았으며, 스키 경력은 1년 이하 43.3%, 1년-3년 사이가 31.3%, 7년 이상이 7.6%였다. 본인의 월평균 수입은 200만원 이상 300만원미만이 가장 많았고 월평균 의복비 지출은 10만원미만이 54.1%였다(Table 1).

동절기 스키시즌 중 스키장에 머무는 기간은 전체적으로 1~7일 이내가 가장 많으며 집단별 비교에 있어서 일반인의 68%가 7일 이내인 반면 전문인은 77.2%가 30일 이상 스키장에 머물러서 집단별 확연한 차이가 있었다(Table 2).

Table 1. 조사대상자에 관한 사항

변수	구분	N (%)
성별	남	81(51.6)
	여	76(48.4)
연령	15세 이상~20세 미만	19(12.1)
	20세 이상~25세 미만	90(57.3)
	25세 이상~30세 미만	28(18.0)
	30세 이상~35세 미만	10(6.3)
	36세 이상~52세	10(6.3)
직업	사무/관리직	5(5.7)
	전문직	10(6.4)
	기술/생산직	1(6)
	학생	121(77.1)
	공무원	3(1.9)
	자영업	1(6)
	프리랜서	1(6)
	기타	11(7.0)
운동력	~1년	68(43.3)
	1년~3년	49(31.3)
	3년~5년	20(12.7)
	5년~7년	8(5.1)
	7년 이상	12(7.6)
평균 월수입	~100만원 미만	28(17.8)
	100만원~200만원 미만	49(31.2)
	200만원~300만원 미만	56(35.7)
	300만원~400만원 미만	11(7.0)
	400만원~500만원 미만	4(2.5)
	500만원 이상	9(5.7)
월의복비 지출	~10만원	85(54.1)
	10만원~20만원	56(35.7)
	20만원~30만원	8(5.1)
	30만원~40만원	3(1.9)
	40만원~50만원	4(2.5)
	50만원 이상	1(0.6)
최종학력	고등학교 재학 또는 졸업	6(3.8)
	대학교 재학 또는 졸업	141(89.8)
	대학원 재학 또는 졸업	10(6.4)

Table 2. 시즌 중 스키장에 머무는 기간

집단	일수					전체
	1~7일	8~14일	15~21일	22~29일	30일 이상	
일반인	68(68.0)	18(18.0)	6(6.0)	2(2.0)	6(6.0)	100(100.0)
전문인	10(17.4)	1(1.8)	1(1.8)	1(1.8)	44(77.2)	57(100.0)
전체	78(49.7)	19(12.1)	7(4.5)	3(1.9)	50(31.8)	157(100.0)
$\chi^2 = 85.155$ $df = 4$ $p < .000$						

3.2. 스키복의 구매현황

선호스타일 : 선호하는 스키복의 스타일은 88.5%가 상하 분리형을 가장 선호하였으며 상·하의 모두 여유 있는 스타일로 어깨 끈이 없는 것을 선호하였다(Table 3).

구입선호 브랜드 : 브랜드에 대한 선호도의 일반인집단과 전문인 집단의 비교는 두 집단 모두 국외 브랜드를 선호하지만 전문인 집단에서는 대다수의 응답자인 84.2%가 국외브랜드를 선호한다고 응답해 56.0%를 나타낸 일반인 집단과는 유의한 차이를 보였다($p < .000$)(Table 4).

국내와 국외 브랜드의 차이에 대한 인식은 Table 5와 같으며 41.4%가 디자인 22.9%가 착용감 차이를 지적하였다. 두 집단 간 모두 차이를 느끼는 경향은 같아서 집단 간 유의차는 없었으나 전문인 집단에서 디자인에 대한 인식이 더 높았다.

구매장소 : Table 6에서와 같이 구매장소는 스키복 전문샵 (48.4%)과 스포츠웨어 대리점(15.9%)에서 구매하는 경우가 가장 많았다. 일반인(32.00%)보다 전문가(77.2%)집단이 더 스키복 전문샵 구매하는 비율이 높아 집단 간 유의한 차이를 보였다($p < .000$).

상품정보원 : 스키복 상품의 정보는 43.3%가 주변사람들로부터 28.7%가 인터넷을 통하여 얻는 것으로 나타났다. 전문가 집단은 주변사람들로부터 정보를 얻는 경우가 61.4%로 높게 나타난 반면 일반인 집단은 인터넷으로 정보를 얻는 경우가 34.0%로 가장 많아 집단간 유의한 차이를 보였다($p < .000$)(Table 7). 인터뷰 결과 특수한 기능이 요구되는 스키복의 특성상 간접 정보 보다는 직접 착용을 경험한 사람들의 정보가 더

Table 5. 국내 외 브랜드에 대한 차이인식

집단	바느질	소재	착용감	색상	디자인	기타	전체
일반인	3(3.0)	23(23.0)	25(25.0)	6(6.0)	35(35.0)	8(8.0)	100(100.0)
전문인	0(0.0)	11(19.3)	11(19.3)	1(1.8)	30(52.6)	4(7.0)	57(100.0)
전체	3(1.9)	34(21.7)	36(22.9)	7(4.5)	65(41.4)	12(7.6)	157(100.0)
$\chi^2 = 6.694$ $df = 5$ $p < .244$							

Table 6. 구매장소

집단	장소								전체
	백화점	스포츠웨어대리점	스키 전문샵	캐주얼 웨어샵	상설할인 매장	인터넷	홈쇼핑	채널시장	
일반인	21(21.0)	20(20.0)	32(32.0)	3(3.0)	17(17.0)	3(3.0)	3(3.0)	1(1.0)	100(100.0)
전문인	2(3.5)	5(8.8)	44(77.2)	1(1.8)	4(7.0)	1(1.8)	0(0.0)	0(0.0)	57(100.0)
전체	23(14.6)	25(15.9)	76(48.4)	4(2.5)	21(13.4)	4(2.5)	3(1.9)	1(0.6)	157(100.0)
$\chi^2 = 31.201$ $df = 7$ $p < .000$									

Table 3. 선호스타일

집단	스타일		
	투피스 스타일	상·하의여유있는 스타일	어깨끈 선호스타일
일반인	86(86.0)	60(60.0)	38(38.0)
전문가	53(93.0)	36(63.2)	20(35.1)
전체	139(88.5)	96(61.1)	58(36.9)

Table 4. 구매 시 선호 브랜드

집단	국내	수입	전체
일반인	44(44.0)	56(56.0)	100(100.0)
전문인	9(15.8)	48(84.2)	57(100.0)
전체	53(33.8)	104(66.2)	157(100.0)
$\chi^2 = 12.921$ $df = 1$ $p < .000$			

Table 7. 상품정보원

집단	정보제공					전체
	잡지	인터넷	주변사람들	매장에서 직접	기타	
일반인	5(5.0)	34(34.0)	33(33.0)	28(28.0)	0(0.0)	100(100)
전문가	2(3.5)	11(19.3)	35(61.4)	5(8.8)	4(7.0)	57(100)
전체	7(4.5)	45(28.7)	68(43.3)	33(21.0)	4(2.5)	157(100)
$\chi^2 = 24.938$ $df = 5$ $p < .000$						

욱 유용하게 작용 되었기 때문인 것으로 사료된다.

구입 시 가장 많이 고려하는 점 : 스키복 구입 시 가장 많이 고려하는 점은 Table 8과 같이 35.7%가 디자인을 가장 우선시 하였으며, 다음이 가격 면 22.9%, 그 다음이 브랜드 인지도 12.7%였다. 집단별 비교는 일반인, 전문인 모두 같은 순위로 고려하였으며 집단 간 유의차는 없었다.

재 구매동기 : 스키복의 주된 재 구매 동기는 Table 9와 같이 43.3%가 유행에 뒤떨어지기 때문이었고 옷이 헐어서(24.2%)와 싫증이 나서(24.2%) 재 구매한다는 의견이 두 번째로 많았다. 전문인 집단도 비슷한 경향을 보임으로써 스포츠웨어도 기능성과 내구성과 더불어 보다 더 유행경향에 대한 연구 개발 비중을 높여야함을 알 수 있다.

Table 8. 구입 시 가장 고려하는 점

집단	브랜드 인지도	가격	색상	전체적 디자인	기능성	유행	품질	착용감	전체
일반인	12(12.0)	26(26.0)	5(5.0)	31(31.0)	14(14.0)	2(2.0)	5(5.0)	5(5.0)	100(100.0)
전문인	8(14.0)	10(17.5)	2(3.5)	25(43.9)	12(21.1)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	57(100.0)
전체	20(12.7)	36(22.9)	7(4.5)	56(35.7)	26(16.5)	2(1.3)	5(3.1)	5(3.2)	157(100.0)

$\chi^2= 11.239$ $df = 7$ $p < .260$

Table 9. 재구매 동기

집단	동기				전체
	옷이 저서	사이즈가 맞지 않아서	유행에 떨어져서	싫증나서	
일반인	28(28.0)	10(10.0)	36(36.0)	26(26.0)	100(100.0)
전문가	10(17.5)	3(5.3)	32(56.1)	12(21.1)	57(100.0)
전체	38(24.2)	13(8.3)	68(43.3)	38(24.2)	157(100.0)

$\chi^2=6.391$ $df=3$ $p<.094$

스키복의 가격 : 스키복 재킷과 팬츠의 구입가격은 Table 10, 11과 같다. 재킷의 구입가는 전체적으로 20~30만원대가 가장 많고 팬츠는 10~20만원대가 가장 많았다. 전문인 집단이 일반인보다 구입비용을 더 지출하는 것으로 나타났으며 재킷의 경우 일반인은 10~20만원대의 비율이 가장 높은 반면 전문인은 20~30만원대가 38.6%로 가장 높아서 두 집단간 구입가의 유의한 차이가 있었다($p<.001$).

스키복에 대한 성별의식 : Table 12와 같이 스키복을 구입할 때, 남녀 옷을 구별하여 구입하는 경우보다는 마음에 들면 남녀 구분 상관없이 구입하는 경우가 전체의 63.7%였으며 특히 전문인 집단은 75.4%가 성구별 없이 구입하였으며 $p<.05$ 수준에서 집단 간 유의한 차이가 있었다.

Table 10. 재킷의 구입가

품목	집단	10만원미만	10~20만원	20~30만원	30~40만원	40~50만원	50만원이상	전체
재킷	일반인	11(11.0)	36(36.0)	25(25.0)	12(12.0)	3(3.0)	13(13.0)	100(100)
	전문가	3(5.3)	6(10.5)	18(31.6)	14(24.6)	5(8.8)	11(19.3)	57(100)
	전체	14(8.9)	42(26.8)	43(27.3)	26(16.6)	8(5.1)	24(15.3)	157(100)

$\chi^2=17.495$ $df=5$ $p<.004$

Table 11. 팬츠의 구입가

품목	집단	10만원미만	10~20만원	20~30만원	30~40만원	40~50만원	50만원이상	전체
팬츠	일반인	19(19.0)	49(49.0)	18(18.0)	3(3.0)	4(4.0)	7(7.0)	100(100)
	전문가	4(7.0)	22(38.6)	19(33.3)	3(5.3)	5(8.8)	4(7.0)	57(100)
	전체	23(14.6)	71(45.2)	37(23.6)	6(3.8)	9(5.7)	11(7.0)	157(100)

$\chi^2=9.978$ $df=5$ $p<.076$

Table 14. 치수 맞춤 방법

집단	내치수를 미리 알고 입어보고 산다	치수라벨을 확인한 후 입어보고 산다	점원이 원하는대로 입어보고 산다	내 치수를 미리알아 입어보지 않고 그냥산다	전체
일반인	29(29.0)	40(40.0)	27(27.0)	4(4.0)	100(100.0)
전문가	27(47.4)	26(45.6)	4(7.0)	0(0.0)	57(100.0)
전체	56(35.7)	66(42.0)	31(19.7)	4(2.5)	157(100.0)

$\chi^2=13.328$ $df=3$ $p<.004$

Table 12. 스키복에 대한 성별의식

집단	구분해서 구입한다	마음에 들면 남·녀 구분 없이 구입한다	전체
일반인	43(43.0)	57(57.0)	100(100.0)
전문가	14(24.6)	43(75.4)	57(100.0)
전체	57(36.3)	100(63.7)	157(100.0)

$\chi^2=5.338$ $df=1$ $p<.021$

Table 13. 착용 스키복의 치수인지여부

집단	인지여부		전체
	알고 있다	모른다	
일반인	36(36.0)	64(64.0)	100(100.0)
전문가	45(78.9)	12(21.1)	57(100.0)
전체	81(51.6)	76(48.4)	157(100.0)

$\chi^2=26.813$ $df=1$ $p<.000$

착용 스키복의 치수인지여부 : 현재 입고 있는 스키복의 치수를 알고 있는가의 응답은 Table 13과 같다. 전체적으로 알고 있는 비율은 51.6%였다. 전문인 집단이 78.9% 알고 있는 반면 일반인 집단은 64.0%가 착용하고 있는 스키복의 치수를 모르고 있어 집단별 유의차가 컸다.

치수 맞춤방법 : 스키복 구매 시 치수맞춤 방법은 Table 14

와 같다. 미리 본인의 치수를 알고 착용해 보며 구매하는 비율은 전문인 집단이 47.4%로 가장 높았다. 전체적으로는 치수라벨을 확인한 후 입어보고 사는 비율이 42.0%로 가장 높았다. 치수적합 시 판매원의 안내를 많이 받는 집단은 일반인 집단으로 나타났으며 두 집단간 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이가 있었다.

맞음새 선택 방법의 비교 : 스키복을 구매할 때 일반 기성복과 맞음새 선택 시 차이점은 Table 15와 같으며 기성복보다 큰 치수를 구입하는 경우가 40.1%나 되었다. 전문인 집단은 기성복과 같은 치수를 50.9%가 구입하는 반면 일반인 집단은 46.0%가 기성복보다 큰 치수를 구입하여 $p < .01$ 수준에서 집단간 유의차가 있었다. 스포츠웨어는 제작 시 운동기능성을 위한 여유분을 감안하여 제작되므로 신체치수에 맞는 치수라벨을 선택하면 문제점이 없으리라 사료되나 착용방법에 따라 여유분이 달라질 것을 고려하였다고 생각되므로 스키복 패턴제작 시 활동여유분에 대한 연구에 참고하여야 할 것이다.

3.3 평가영역별 착용만족도

평가영역별 스키복 착용 만족도는 전반적으로 만족도가 낮

은 편으로 ‘그저 그렇다’와 ‘약간 만족’하는 수준 사이였으며 디자인 만족도가 3.24로 다른 부분의 만족도에 비해 조금 높게 나타났다. 각 집단별 비교는 디자인 만족도에 있어서만 $p < .05$ 에서 남녀 집단 간 유의한 차이가 있었으며 여자가 남자보다 만족도가 낮았다(Table 16). 이상의 결과에서 볼 때 스포츠웨어 일지라도 소재나 사용 편의성뿐만이 아니고 디자인에 있어서도 더 만족도가 높은 상품개발의 필요성이 있음을 알 수 있다.

스키복의 재 구매 동기가 유행에 뒤처짐 때문이 가장 많은 비중을 차지한 결과와 같은 맥락에서 해석될 수 있다.

디자인 만족도 : 디자인만족도는 전체적으로 컬러 만족도가 가장 높았으며(3.39) 일반인보다 전문인 집단이 여자보다는 남자가 만족도가 다소 컸으나 두 집단 간 의미 있는 차이는 없었다(Table 17).

디자인 만족도의 항목별 비교는 ‘전체적인 형태’나 ‘나의 스타일이나 취향을 잘 나타내는 면’에 있어서 남성(3.35)이 여성(3.1)보다 $p < .05$ 수준에서 더 만족하는 것으로 나타났다. 그 외 디자인 만족도 항목은 전반적으로 아직도 많은 디자인 개발이 이루어져야 하겠으며 남성이 여성보다 다소 만족도가 높은 것

Table 15. 상의 치수선택

집단	평상복과 같은 치수	평상복보다 큰 치수	평상복보다 작은 치수	어무거나 맞는대로	전체
일반인	43(43.0)	46(46.0)	3(3.0)	8(8.0)	100(100.0)
전문가	29(50.9)	17(29.8)	10(17.5)	1(1.8)	57(100.0)
전체	72(45.9)	63(40.1)	13(8.3)	9(5.7)	157(100.0)
$\chi^2=14.603$ $df=3$ $p < .002$					

Table 16. 평가영역별 착용만족도의 집단별 비교

만족도	평균	남	여	t-value	일반인	전문가	t-value
디자인 만족도	3.24	3.35	3.13	2.159*	3.19	3.33	-1.333
		.623	.628		.620	.648	
소재 만족도	3.00	3.04	2.96	1.624	3.03	2.93	0.855
		.504	.479		.487	.509	
사용편의성 만족도	3.07	3.14	3.02	1.508	3.08	3.07	0.270
		.397	.600		.527	.344	

* $p < .05$

Table 17. 디자인 만족도

항목	평균 (표준편차)	일반인	전문가	t값	남	여	t값
		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	
전체적이 형태가 마음에 들어서	3.35(0.97)	3.29(0.96)	3.34(1.00)	-1.029	3.51(1.03)	3.18(0.89)	2.094*
컬러가 마음에 들어서	3.39(0.90)	3.34(0.91)	3.49(0.89)	-1.008	3.51(0.91)	3.28(0.89)	1.600
디테일(장식)이 마음에 들어서	3.32(0.85)	3.18(0.87)	3.32(0.81)	-0.967	3.35(0.76)	3.11(0.92)	1.791
옷감의 무늬가 마음에 든다/(무늬가 없는경우)무늬가 없는 것이 마음에 들어서	3.28(0.86)	3.24(0.89)	3.35(0.81)	-0.775	3.41(0.82)	3.14(0.89)	1.927
나의 스타일이나 취향을 잘 나타내기 때문에 마음에 들어서	3.27(0.90)	3.18(0.93)	3.44(0.82)	-1.751	3.42(0.89)	3.12(0.88)	2.130*
스타일이 매력적이기 때문에 마음에 들어서	3.25(0.84)	3.22(0.84)	3.30(0.84)	-0.562	3.30(0.84)	3.20(0.83)	0.739
활동하기에 편안할것 같기 때문에 마음에 들어서	3.30(0.93)	3.32(0.95)	3.26(0.90)	0.367	3.40(0.90)	3.20(0.95)	1.334
남의 시선을 끌기 때문에 마음에 들어서	2.88(0.94)	2.78(0.93)	3.05(0.93)	-1.767	2.91(0.94)	2.84(0.94)	0.477
평균	3.31(0.90)	3.19(0.91)	3.32(0.88)		3.35(0.89)	3.13(0.90)	

* $p < .05$

은 남성이 더 만족하기보다는 여성이 디자인개발에 대한 요구가 더 많이 잠재해 있음으로 해석된다. 전문인 집단이 일반인보다 높은 점수는 디자인 보다는 소재나 기능, 편의성을 더 중요시 한 결과로 해석된다.

소재만족도 : 소재 만족도에서 가장 불만족하는 부분은 ‘눈이나 땀, 일광에 의한 변색(2.37)’에서 가장 점수가 낮아 잦은 사용이나 보관에 의해 소재의 색상이 변색하는 것으로 나타났으며(Table 18), 그 밖에 ‘마찰이나 반복동작으로 인해 닳아서 헤지는 마모성(2.75)’, ‘옷감의 부피감(2.76)’, ‘옷의 무게감

(2.78)’, ‘뻣뻣한 촉감(2.78)’, ‘차가운 촉감(2.93)’ 등 이었다 (Table 18). 그러므로 스키복의 소재개발 부분에서 아직도 많은 연구개발이 필요함을 알 수 있다.

소재 만족도 항목에서 일반인과 전문인의 집단 간 비교는 ‘마찰이나 반복동작으로 인해 닳아서 헤지는 마모성’에서 전문인 집단(2.51)이 일반인 집단(2.88)보다 더 불만족하여 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이가 있었다. 이는 과도한 동작과 빈번한 사용빈도로 인한 결과로 해석되어 보다 더 마찰에 강한 소재개발의 필요성이 요구된다.

Table 18. 소재만족도

항목	평균 (표준편차)	일반인	전문가	t값	남	여	t값
		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	
겉감의 촉감이 거칠고 뻣뻣하다	2.78(1.04)	2.79(1.07)	2.75(0.99)	-0.207	3.19(1.04)	3.26(1.04)	-0.470
눈이나 땀 햇빛 의해 변색이 된다	2.37(0.93)	2.39(0.94)	2.33(0.91)	-0.367	3.79(0.83)	3.46(1.00)	2.251*
튼튼하고 질기다	3.24(0.91)	3.32(0.86)	3.09(0.99)	1.538	3.22(0.94)	3.25(0.90)	-0.190
눈이나 땀에 젖어도 쉽게 마른다	3.12(0.91)	3.16(0.87)	3.05(0.97)	0.711	3.25(0.92)	2.99(0.89)	1.806
겉감의 표면처리 상태가 마음에 든다	3.22(0.87)	3.24(0.88)	3.19(0.88)	0.323	3.35(0.88)	3.09(0.85)	1.830
살 때 어떤 원단으로 만들어 졌는지 확인하고 산다	3.06(1.16)	3.05(1.17)	3.09(1.17)	-0.195	3.04(1.18)	3.09(1.16)	-0.295
마찰이나 반복동작으로 인해 닳아서 헤지는 경우가 있다	2.75(0.95)	2.88(0.94)	2.51(0.95)	2.381*	2.68(0.89)	2.82(1.02)	-0.898
눈에 넘어졌을 경우 쉽게 젖는다	3.34(1.02)	3.43(1.01)	3.18(1.02)	1.516	3.44(1.00)	3.22(1.03)	1.364
겉감의 촉감이 너무 차갑다	2.93(0.93)	3.00(0.90)	2.81(0.99)	1.247	2.95(0.86)	2.91(1.01)	0.285
옷의 무게가 무겁다	2.78(0.98)	2.85(0.94)	2.65(1.06)	1.231	2.77(0.98)	2.79(1.00)	-0.152
옷의 부피가 너무 크다	2.76(0.98)	2.68(0.97)	2.89(0.99)	-1.319	2.77(0.91)	2.75(1.06)	0.098
추운날씨에 체온을 유지할수 있도록 보온성이 좋다	3.32(1.00)	3.35(0.96)	3.28(1.08)	0.416	3.52(0.91)	3.12(1.06)	2.545*
땀이나 냄새 등 통풍을 고려하여 만들었다	3.13(0.88)	3.16(0.91)	3.09(0.83)	0.495	3.22(0.84)	3.04(0.92)	1.307
전체적으로 착용감이 좋고 쾌적하다	3.17(0.83)	3.17(0.90)	3.16(0.70)	0.088	3.30(0.75)	3.03(0.89)	2.056*
평균	3.00(0.96)	3.03(0.95)	2.93(0.97)		3.04(0.92)	2.96(0.99)	

* $p < .05$

Table 19. 사용 편의성 만족도

항목	평균 (표준편차)	일반인	전문가	t값	남	여	t값
		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	
바느질 상태, 봉제 끝머리가 잘 되어있다.	3.38(0.90)	3.39(0.94)	3.37(0.84)	0.144	3.37(0.87)	3.39(0.94)	-0.169
입고 벗기가 편하다	3.33(1.01)	3.30(1.05)	3.39(0.94)	-0.512	3.47(0.98)	3.18(1.03)	1.781
바지의 발목, 허리 부위에 추위(바람, 눈)을 막도록 여밈 장치가 잘 만들어져있다.	3.28(0.93)	3.38(0.98)	3.11(0.82)	1.788	3.43(0.89)	3.12(0.95)	2.130*
상의의 목, 허리, 손목 부위에 눈, 바람을 막도록 한 여밈 장치는 편리하게 사용된다.	3.22(0.92)	3.27(0.98)	3.12(0.80)	0.962	3.38(0.89)	3.04(0.93)	2.365*
지퍼나 주머니, 통풍구들의 부속품의 수나 위치가 적당하다.	3.25(0.92)	3.20(0.96)	3.33(0.83)	-0.875	3.28(0.90)	3.21(0.94)	0.500
전체적으로 필요이상으로 복잡하게 생겼다.	2.80(0.95)	2.88(1.01)	2.67(0.83)	1.356	2.79(0.82)	2.82(1.08)	-0.169
전체적으로 사이즈가 몸에 잘 맞는다고 생각한다.	3.30(0.84)	3.27(0.81)	3.35(0.88)	-0.582	3.41(0.79)	3.18(0.87)	1.682
전체적으로 부츠, 장갑을 끼고 벗기에 편리하게 만들어졌다.	2.94(0.96)	2.82(0.95)	3.16(0.94)	-2.155*	3.12(0.95)	2.75(0.93)	2.487*
리프트 끈에 의해 옷이나 장갑이 오염되거나 염색이 묻은 적이 있다.	2.36(1.15)	2.27(1.11)	2.51(1.21)	-1.254	2.26(1.14)	2.46(1.16)	-1.097
너무 쉽게 더러워지고 때가 잘 탄다.	3.13(1.04)	3.04(0.98)	3.30(1.12)	-1.505	3.02(1.00)	3.25(1.07)	-1.362
스키를 탈 경우 펜츠에 엉덩이, 무릎 등이 다치는 것을 고려하여 만들어졌다.	2.50(0.96)	2.65(1.00)	2.25(0.83)	2.589*	2.63(0.94)	2.37(0.96)	1.718
여밈 장치(지퍼, 찌꺼이)의 사용이 편리하다.	3.24(0.92)	3.29(0.95)	3.16(0.86)	0.869	3.41(0.80)	3.07(1.00)	2.370*
스키를 탈 때나 평상시 움직일 때 동작을 하기에 편하게 만들어져 있다.	3.19(0.84)	3.16(0.81)	3.25(0.89)	-0.612	3.30(0.81)	3.08(0.86)	1.627
평균	3.06(0.95)	3.07(0.96)	3.11(0.91)		3.14(0.91)	3.02(0.98)	

* $p < .05$

남녀 집단 간의 전체적 비교는 전체적으로는 여성이(2.96) 남성(3.04)보다 더 불만족 하였으며 문항별로는 ‘눈이나 땀, 햇빛에 의한 변색’의 불만족이 가장 컸으며 남성(2.2)이 여성(2.54)보다 더 불만족하였다. 남녀 집단별 유의차가 있는 문항은 ‘눈이나 땀, 햇빛에 의한 변색’ ‘보온성 유지’ ‘착용감과 쾌적감’의 문항 이었으며 모두 여성의 불만족이 $p<.05$ 수준에서 더 컸다.

사용 편의성 만족도 : 항목별 사용편의성 만족도(Table 19)에 있어서는 ‘리프트권에 의해 옷이나 장갑이 오염되거나 염색이 묻은 것(2.36)이 가장 불만족한 부분 이었으며 그 밖에 ‘펜츠의 엉덩이, 무릎부위 보호성’ ‘부츠나 장갑의 착탈 편의성’ ‘필요이상 복잡한 구성’ 등에서 불만족 점수를 받았다. 이 결과에서 알 수 있듯이 스키장에서 사용되는 리프트권은 오염이나 이염이 되지 않도록 방수코팅이 필요하다고 사료된다.

일반인과 전문인 집단의 항목별 비교는 전체적 만족도 점수의 차이는 없었으나, ‘부츠나 장갑의 착탈 편의성’은 전문인 집단이 더 만족(3.16)하였고, ‘펜츠의 엉덩이, 무릎부위 보호성’에 대해서는 전문인들이 더 불만족(2.25)스러워 하여 $p<.05$ 수준에서 집단 간 유의한 차이를 보였다.

이는 전문인집단은 잦은 사용으로 인해 착탈이 익숙해져서 덜 불만족하였으나, ‘펜츠의 엉덩이무릎부위 보호성’은 안전성 면에서 요구도가 커서 더 불만족하게 사료되므로 제품개발에 참조하여야 할 것이다.

남녀집단 비교에 있어서는 여성(2.99)이 남성(3.14)보다 모든 항목에서 불만족하였으며 특히 ‘바지의 발목, 허리 부위의 방풍, 방설 여밈 장치’, ‘상의의 목, 허리, 손목 부위의 방풍, 방설 여밈 장치’, ‘부츠나 장갑의 착탈 편의성’, ‘여밈 장치 사용의 편리성’, 등에서는 모두 $p<.05$ 수준에서 남녀 간 유의한 차이가 있었다.

4. 요약 및 결론

스키복을 구매해서 직접 입어보고 스키를 타 본 경험이 있는 157명을 대상으로 설문지법 의하여 구매와 착용만족도에 대한 조사 결과는 다음과 같다.

선호스타일은 상·하 분리형(88.5%)의 여유 있는 스타일로 어깨 끈이 없는 것을 선호하였으며 국내제품보다 수입브랜드를 더 선호(66.2%)하였고 선호 이유는 디자인 이었으며 전문인 집단이 수입 브랜드를 더 선호하였다.

주된 구매장소는 스키복 전문샵(48.4%)이며 주된 상품정보원은 주변사람들(43.3%)이었으며 전문인 집단은 주변사람들의 정보(61.4%)를 가장 중요시 하는 반면 일반인은 인터넷(34.0%) 정보를 가장 이용하였다. 구매 시 가장 중요시하는 점은 디자인(35.7%)이었으며 채 구매동기는 유행이 지나서 (43.3%)가 가장 많았으며 평균 구입가는 재킷은 20~30만원대(27.3%)가 바지는 10~20만원대(45.2%)가 가장 많았고 재킷의 경우 전문인은 20~30만원대가 가장 많은 반면 일반인은 10~20만원대가 가장 많았다.

스키복에 대한 성별의 견해는 마음에 들면 성별에 상관없이 구입(63.7%)하였고 특히 전문인 집단(75.4%)의 그 비율이 높았으며 일반인에 비해 유의차가 있었다.

착용스키복의 치수 인지율은 51.6%였고 전문가 집단의 인지율이 더 높았으며(78.9%) 치수 맞춤방법은 치수라벨을 확인한 후 입어보고 사는 경우(42.0%)가 가장 많았고, 전문인 집단은 미리 본인의 치수를 알고 착용해 보며 구매하는 비율이 47.4%로 가장 높았다.

조사대상자 전체의 착용만족도는 평균이 3.00~3.24 수준으로 그저 만족하는 수준 이었으며 디자인만족도가 가장 높았고 소재 만족도가 가장 낮았다. 집단별 비교는 남성이 여성보다 다소 더 만족하였으며($p<.05$), 디자인 만족도의 항목별 비교는 ‘컬러만족도’가 가장 높았고 ‘나의 스타일과 취향을 잘 나타내는’ 면에서 남성이 여성보다 높았다($p<.05$).

소재만족도는 일반인보다 전문인 집단의 만족도가 더 낮았으며, 남성보다 여성이 더 낮았다. 전체적으로 ‘눈이나 땀, 햇빛에 의한 변색’ 이 불만족도가 가장 컸고 ‘마모성’, ‘옷감의 부피감’, ‘옷의 무게’, ‘촉감’등에서 불만족 하였다.

일반인과 전문인 집단의 비교는 전문인 집단이 ‘마모성’에서 더 불만족하여 $p<.05$ 수준에서 유의차가 있었다. 남녀 집단의 비교는 ‘변색’부분은 남성의 불만족이 더 크고 ‘보온성’과 ‘착용 쾌적감’은 남성이 만족감이 높아 $p<.05$ 수준에서 성별 간 유의차가 인정되었다.

사용편의성 만족도는 ‘리프트권에 의한 오염’ 항목의 불만족이 가장 높았고 ‘엉덩이, 무릎부위 보호성’ ‘부츠나 장갑의 착탈 편의성’등에서 불만족 하였다. ‘부츠 장갑의 탈착 편의성’은 일반인이 더 불만족하였고, ‘펜츠의 엉덩이 무릎 보호성’에서는 전문인 집단이 더 불만족하였다($p<.05$).

‘부츠 장갑 착탈 편의성’, ‘여밈 장치 사용편의성’, ‘재킷의 방설, 방풍 여밈 장치’, ‘바지의 방설, 방풍 여밈 장치’ 항목에서 남성이 여성보다 다소 더 만족하여 유의한 차이를 보였다($p<.05$).

이상의 결과에서 얻은 결론은 시판 스키복이 과거에 비하여 과학적으로 기능성면이나 패션성에서 많은 진보가 있었지만 착용만족도는 아직도 ‘그저 그렇다’ 정도이거나 ‘약간 불만족하다’의 수준이므로 보다 착용만족도를 높이기 위한 끊임없는 연구개발이 필요하다고 하겠다. 본 연구 결과의 세부 항목 간 불편사항이나 불만족 평가항목에 대해서는 관련업계에서 사용자의 특장별 면밀한 검토를 거쳐 신제품개발에 참조할 수 있을 것으로 사료된다.

감사의 글 : 본 연구는 2004년 대구대학교 교내학술연구비 지원에의 함.

참고문헌

김남수 외 5인 (1999) “사회체육 실기종목III 이론과 실제”. 교학연

- 구사, 서울, pp.54-55.
- 김용리·임영무 (1985) “한국체육사”. 교학연구사, 서울, pp.244-245 .
- 나순성 (1969) “한국스포츠사”. 문천사, 서울, p.152.
- 박정화 (1988) 스키복의 디자인과 기능성의 상관관계연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 송정선 (2003) 소비자의 트렌드 선호에 기초한 익스트림 스포츠웨어 상품기획의 모색. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 신명은 (1994) 스키웨어의 기능성을 일상복에 응용한 복식에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승무 (1987) SKI WEAR 디자인에 관한연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 오윤정 (2000) 스키웨어 디자인에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이주영 (2001) 스키웨어에 대한 실태조사 및 디자인에 따른 착용감에 관한 연구. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 홍현실 (1997) 스키웨어 착용시 온열 생리학적 특성. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 류신아·박길순 (2003) 스노우보드웨어에 대한 착용실태 조사연구. *복식문화연구*, 11(5), 721-736.
- 김진해 외4인 (1998) “스포츠 안전-스키를 중심으로-”. 도서출판두남, 서울, p.11.
- 박병로 (1996) “스키스쿨”. 오성출판사, 서울, p.31.
(2006년 5월 9일 접수)
-