Journal of the Korean Society
of Clothing and Textiles
Vol. 31, No. 2 (2007) p.189~196

애완견 의류 구매 실태에 관한 연구

김정숙 · 권수애* · 최종명*†
서원대학교 의류학과, *충북대학교 패션디자인정보학과

A Study on the Purchasing Practices of Pet Dog's Apparel

Jung Sook Kim · Soo Ae Kweon* · Jong Myoung Choi*†
Dept. of Clothing & Textiles, Seowon University
*Dept. of Fashion Design Information, Chungbuk National University
(2006. 6. 5. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to find out the purchasing practices and consumer's needs for pet dog apparel to provide useful information for the manufacture of pet dog's apparel. Data were obtained from 203 consumers who have purchased dog apparel(55 male, 148 female). 57.9% of them were 20-30 years old, 27.9% were living in houses, 54.3% were apartment residents. The kinds of dog included were Shihtzu, Martise, and Yorkshireterrier, and 2/3 of the respondents own a single dog, the remainder have at least two dogs. The most important factor to consider when purchasing dog apparel was size, followed by comfort, design, and materials in that order, Most of the apparel was purchased with convenience as the primary consideration, and the average price was 10-30 thousands won, and the items were purchased at pet beauty shops or specialty shops. For materials, it showed that the majority preferred cotton or a cotton mixture which was woven or woven with knit. The survey revealed that the main purposes for the apparel were, in order, to protect the dog from cold weather and direct sunlight, to be good looks and to memorialize a special day. Consumers put the apparel on their dogs 1-3 times per week, on average, and also when they went out for a walk. They were satisfied with the design, color and quality of the material now on the market, but unsatisfied with size and price. They have a preference for cute, but simple designs and a functional style. The respondents wanted to have material that was mild or neutral, stain-resistant, and something that would repel insects.

Key words: Purchasing practices, Consumer's needs, Pet dog's apparel; 구매 실태, 소비자요구도, 애완견 의류

I. 서 론

최근 현대사회가 빠른 속도로 다양하게 변화되면서 경제적 생활수준의 향상과 주 5일제 근무로 인한 여가 활동의 증가와 함께 핵 가족화, 독신자와 독거노인 증가 및 출산율 저하 현상이 두드러지고 있다. 이러한 사회현상은 애완동물에 대한 관심으로 표출되고 있어 애완견 소유 가구 수도 날로 증가하고 있으며, 애완견 의류에 대한 소비자의 관심이 높아지고 있다.

국내 애완산업은 초기만 해도 대부분 관련 용품을 미국과 일본에서 수입 판매하는 시장형태였지만, 애완산업이 정착된지 10년이 된 지금 전국적으로 300만 마리의 애견과 1,000만명의 애견인구를 형성하는

†Corresponding author
E-mail: jmchoi@cbnu.ac.kr

막대한 시장으로 성장하여 국내 애완산업이 해외경쟁력을 충분히 갖추고 있다("애완산업", 2006). 또한 1조 8,000억원에 달한다는 애견 관련 산업 중 애견패션용품 시장의 수요가 기하급수적으로 커지고 있어, 전문가들은 올해 애견패션용품 매출이 1,000억원을 넘을 것으로 예상하고 있다("싱글은 애완동물 좋아해", 2006). 애견용품은 한 온라인 쇼핑몰에서 주방/건강/생활용품 카테고리 인기 검색어 6순위에 올랐는데, 자신의 애견을 보다 개성있게 꾸며주려는 소비자들이 늘어나면서 튀는 디자인의 애견의류나 액세서리, 애견전용 소파 등이 잘 팔리고 있는 것으로 나타났다("봄맞이 집안 단장 '선반'과 '화분'으로", 2006).

애완견 의류는 추위나 주위환경으로부터 애견의 몸을 보호하거나 애견소유자의 기호에 따라 장식의 목적으로 사용되는 의상이다. 애완견 의류는 적은 양의 소재로 고부가가치를 창출 할 수 있는 아이디어 상품으로써 고급기술을 보유하고 있는 국내 의류업체의 경우 유망한 특종사업으로 인터넷을 통한 세계시장 개발이 가능한 사업이다.

한편, 사람은 자신에게 필요한 의복을 선택하고 착용할 수 있으나 애완견은 스스로 입고 벗는 것이 불가능하기 때문에 사람에 의해 착용되어지는 의류라는 수동적인 의미를 갖고 있다. 이런 점에서 애완견 의류는 애완견 소유자 즉 사람이 선호하는 디자인으로 개발되어야 한다는 점에서 패션시장과 거의 유사하다고 하겠다(박선영, 양숙향, 2005). 따라서 애완견 의류에 대한 연구는 애완견에 옷을 입히는 애완견 소유자의 구매 성향과 이들을 통한 애완견 의류의 적합성, 불편사항 등을 파악하는 연구가 선행되어야 한다.

그러나 현재 시판되고 있는 애완견 의류는 정확한 치수체계에 의한 것이 아니므로 소비자는 규격표시를 무시하고 판매자의 조언이나 눈짐작에만 의존하여 애완견 의류를 구입하고 있는 실정이다. 또한 생산업체에서도 애완견 의류의 치수별 생산량을 정확히 예측하여야 재고가 남지 않고 수익성을 높일 수 있기 때문에 치수데이터를 확보하는 것이 매우 중요하다. 정화숙, 문명옥(2006)에 따르면 애견복 업체의 사이즈 스팩은 서로 많은 차이가 있어 사이즈의 표준화가 되어 있지 않았고 애견복의 패턴 역시 애견들의 신체치수를 토대로 하여 체계적으로 설계되어 있지 않았다고 보고하였다.

심부자, 서추연(2003)의 애완견 시장의 실태를 조사하여 분석한 결과에 따르면, 애완견을 기르는 애견가 중 75%가 애완견 의류를 소유하고 있었고, 추위에 대한 애완견의 신체 보호용으로 착장시키고 있으며, 애완견 의류 중에서 티셔츠를 가장 선호하였고 애완견 의류 구입시 색상, 소재, 가격을 고려하였는데, 가격이 너무 비싸다는 응답이 높게 나타났다고 보고하였다. 또한 박선영, 양숙향(2005)은 애완견 의류 사이트의 아이템은 매우 다양했으나 가격 면에서는 대부분이 고가인 것으로 나타나 단가를 낮추기 위해서는 대량생산이 가능한 실용적인 의류 생산으로 전환하는 것이 바람직하다고 하였으며, 니트 소재를 활용한다면 단가를 낮출 수 있으며 편안하고 몸에 잘 맞는 애견의상을 만들 수 있을 것이라고 하였다.

한편, 조성태(2003)는 애견미용사들이 사용하는 제품은 외국제품에 대한 의존도가 높으며, 애견미용의 기술적 수준 또한 선진외국에 비하여 낮은 것으로 나타났으므로 체계적이고 전문화된 교육의 기회를 넓힘으로써 애견미용 산업의 점진적 발전을 도모해야 한다고 지적하였다.

이와 같이 지금까지 애완견과 관련하여 이루어진 연구를 살펴보면 애완견 의류 패턴과 디자인 개발 및 애견 미용 관련 연구가 있을 뿐 애완견 의류의 구매와 사용실태를 파악하고 시판 애완견 의류에 대한 디자인 선호도와 소재 기능 요구도를 포함한 소비자 선호도에 관한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구는 소비자가 요구하는 애견의류를 제작할 수 있도록 애완견 의류 제작업체에 도움을 주기 위하여 애완견 소유자를 대상으로 하여 첫째, 애완견의 특성을 살펴보고 둘째, 애완견 의류의 구매실태를 조사하며, 셋째, 애완견 의류의 사용실태를 알아보고, 넷째, 애완견 의류에 대한 만족도 및 소재의 기능 요구도 등을 조사하여 분석하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상

조사대상자는 애완견 의류를 착장시키고 있는 애완견 소유자 203명(남성 27%, 여성 73%)이었다. 조사는 서울, 경기, 충청지역에 위치한 애완견 병원과 미용 샵을 방문하여 이용하는 소비자를 대상으로 2004년 11월부터 2005년 1월에 걸쳐 설문조사를 실시하였다.

응답자의 특성은 <표 1>과 같다. 연령은 20대가 57.9%로 가장 많았고 주거형태는 아파트 54.3%, 단

<표 1> 애완견을 기르고 있는 소유자의 개인적 특성

		빈 도(%)	계
성	남성	55(27.0)	203(100)
	여성	148(73.0)	
연령	19세 이하	21(10.2)	203(100)
	20세-29세 미만	116(57.9)	
	30세-39세 미만	31(14.7)	
	40세 이상	36(15.4)	
가정의 월 평균 수입	100만원 미만	20(0.7)	187(100)
	100만원-300만원 미만	85(45.5)	
	300만원-50만원 미만	51(27.3)	
	500만원-700만원 미만	20(10.7)	
	700 만원 이상	11(5.9)	
주거 형태	단독주택	55(27.9)	197(100)
	아파트	107(54.3)	
	원룸/다세대	28(14.2)	
	기 타	7(3.6)	
기르는 애완견 수	1 마리	130(64.0)	202(100)
	2 마리	49(24.3)	
	3 마리	15(7.4)	
	4마리 이상	8(4.0)	
애완견 치수 인지여부	안다	24(11.8)	203(100)
	모른다	179(88.2)	

독주택 27.9%이었다. 기르는 애완견의 수는 1마리가 64.0%로 가장 많았고, 그 다음은 2마리(24.3%), 3마리(7.4%)의 순이었으며, 자신이 기르는 애완견 신체치수를 알고 있다고 응답한 소비자는 단지 11.8%에 불과하였다.

2. 측정도구

측정도구는 본 연구목적에 맞게 관련자료(심부자, 서추연, 2003; Fashionbiz, 2003; Fogle, 2004)를 참고로 하여 의류학 전공자를 대상으로 내용타당도를 확인하여 작성한 설문지를 사용하였다. 2004년 9월 애완견 미용샵을 방문하여 20명을 대상으로 애완견 소유자의 개인적 특성과 애완견의 특성, 애완견 의류의 구매 및 사용실태, 애완견 의류에 대한 만족도 및 소재 요구도 등의 질문에 대하여 예비조사를 실시하여 분석한 결과를 토대로 본 설문지를 구성하였으며, 문항의 특성에 따라 선다형과 5점 리커트 형으로 구성되었다.

3. 자료분석

SPSS 통계 프로그램을 이용하여 문항별 특성에 따라 빈도와 백분율, 평균과 표준편차를 산출하였고, χ^2와 t-test를 통하여 항목과 집단간 차이를 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 애완견의 특성

<표 2>에 의하면 응답자들이 기르는 애완견의 종류는 시추(18.7%), 마르타스(16.3%), 요크셔테리어(16.3%), 푸들(11.8%) 순이었다. 애완견의 나이는 1년 미만이 40.5%로 가장 많았고 그 다음은 1년-3년 사이가 32.2%로 나타났는데, 5년 이상된 애완견을 기르는 사람도 13.4%인 것으로 나타났다.

따라서 주로 많이 기르는 애완견은 1년 미만의 시추, 마르티스, 요크셔테리어라는 것을 알 수 있었다.

조사대상자의 성, 연령, 수입 및 주거형태 등의 특성에 따라 기르는 애완견이 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하여 그 결과를 <표 3>과 <표 4>에 나타내었다.

애완견의 종류는 성에 따라 유의한 차이를 보였으나 수입과 연령 및 주거형태에 따라서는 차이가 나타나지 않았다. 즉 남성 소비자들은 여성 소비자에 비해 시추와 슈나우저를 많이 기르고 있었고 여성 소비자들은 요크셔테리어와 푸들을 더 많이 기르고 있었

<표 2> 애완견의 특성

		빈 도(%)	χ^2
애완견 종류	요크셔테리어	33(16.3)	29.5***
	시추	38(18.7)	
	푸들	24(11.8)	
	발발이	10(4.9)	
	마르티스	33(16.3)	
	슈나우저	15(7.4)	
	코커스패니엘	17(8.4)	
	기타	33(16.3)	
애완견 나이	1년 미만	82(40.5)	44.7***
	1년-3년 미만	65(32.2)	
	3년-5년 미만	28(13.9)	
	5년 이상	27(13.4)	

***p<.001

<표 3> 조사대상자의 성에 따른 애완견 종류

구 분		소유자 성별		χ^2
		남 성	여 성	
애완견 종류	요크셔테리어	5[a](11.9[b])	27(22.0)	12.5*
	시추	12(28.6)	25(20.3)	
	푸들	2(4.8)	22(17.9)	
	발발이	5(11.9)	4(3.3)	
	마르티스	7(16.7)	24(19.5)	
	슈나우저	6(14.3)	9(7.3)	
	코커스패니엘	5(11.9)	12(9.8)	
	계	42(100)	123(100)	

a: 빈도; b: 백분율
*p<.05

<표 4> 소유자의 연령에 따른 애완견 나이

구 분		소유자 연령대		χ^2
		29세 미만	30세 이상	
애완견 나이	1년 미만	67[a](50.4[b])	15(21.7)	16.7**
	1년-3년 미만	38(28.6)	27(39.1)	
	3년-5년 미만	13(9.8)	15(21.7)	
	5년 이상	15(11.3)	12(17.4)	
	계	133(100)	69(100)	

a: 빈도; b: 백분율
**p<.01

<표 5> 애완견 의류 구매 실태

		빈 도(%)	χ^2
구매자	부모	45[a](22.1[b])	51.9***
	자녀	36(17.8)	
	본인(단독가구)	94(46.3)	
	기타	28(13.8)	
구매 빈도	1개월마다	8(3.9)	68.7***
	2개월마다	28(13.8)	
	4개월마다	51(25.1)	
	1년마다	45(22.2)	
	2년-3년마다	11(5.4)	
	기 타	60(29.6)	
구매 장소	애완견 전문샵	70(34,5)	47.5***
	애완견 미용샵	80(39.4)	
	홈 쇼핑	29(14.3)	
	맞춤점/백화점	24(11.8)	
1매 구매 가격	1만원 미만	40(19.8)	191.1***
	1-3만원 미만	134(66.3)	
	3-5만원 미만	18(8.9)	
	5만원 이상	10(5.0)	

a: 빈도; b: 백분율
***p<.001

다. 또한 기르는 애완견의 나이는 조사대상자의 연령대에 따라 유의한 차이를 나타내었으나, 성, 수입이나 주거형태에 따라서는 차이를 보이지 않았다. 즉 응답자의 연령이 어릴수록 애완견의 나이가 적었으며, 40세 이상의 소비자들은 다른 연령층에 비해 3년 이상 된 애완견을 가장 많이 기르고 있음을 알 수 있었다.

2. 애완견 의류 구매 실태

애완견 의류의 구매 실태를 조사하여 정리한 결과는 <표 5>와 같다. 애완견 의류는 조사대상자를 포함한 가족이 구입하는 경우가 대부분이었으며, 구매빈도는 4개월마다 구입하는 경우가 25.1%로 가장 많았고 그 다음이 매년마다 구매하는 경우(22.2%)인 것으로 나타났다. 또한 애완견 의류 구매 장소는 애완견 미용샵(40.2%)이나 전문샵(35.2%)에서 주로 구입하는 것으로 나타났으며, 구매 가격은 1만원-3만원 미만이 66.3%로 가장 많은 비율을 나타내었고, 그 다음은 1만원 미만인 것으로 나타났다.

그런데, 애완견 의류의 구매 장소에 따라서 구매가격은 유의한 차이를 보여 홈쇼핑과 백화점 등에서의 구매가격은 1만원 미만이 많았으며, 애완견 전문샵과 애완견 미용샵에서의 구매 가격은 1만원-3만원인 경우가 많은 것으로 나타났다(표 6).

다음으로 애완견 의류 구매시 중요하게 고려하는 사항을 5점 리커트 형(1=전혀 중요하지 않다, 5=매우 중요하다)으로 조사한 결과는 <표 7>과 같다. 조사대상자들은 애완견 의류 구입시 치수(평균=4.73)를 가장 중요시하였으며, 그 다음으로는 편안한 착용감(평균=4.45), 디자인(평균=4.31), 가격과 재질(평균=4.25)의 순이었고, 색상(평균=4.11)과 세탁관리성(평균=4.05)도 중요시하는 정도가 높아 평가기준의 차이가 없었다. 애완견 의류는 사람이 착용하는 의류와 달리 상표 유명도(평균=2.35)나 유행성(평균=2.72)은 중요한 평가기준이 되지 않았다.

그런데, 애완견 의류 구매시 중요시하는 요인은 성에 따라 색상과 유행성에서 유의한 차이를 보였는데, 여성 소유자는 남성에 비해 애완견 의류의 색상을 더 중요시하였으나, 남성 소유자는 여성에 비해 애완견 의류의 유행을 더 고려하는 것으로 나타났다.

위에서 살펴본 바와 같이 애완견 의류 구입시 치수, 편안한 착용감 다음으로 디자인을 중요시하였으므로 선호하는 애완견 의류의 디자인에 대해서 5점 리커트

<표 6> 애완견 의류의 구매 장소에 따른 구매 가격

구 분		구매 가격				χ^2
		1만원 미만	1-3만원	3-5만원	5만원 이상	
구매 장소	애완견 전문샵	10(25.0)	53(39.6)	4(22.2)	3(27.3)	37.2***
	애완견 미용샵	7(17.5)	62(46.3)	7(38.9)	4(36.4)	
	홈쇼핑	11(27.5)	13(9.7)	4(22.2)	1(9.1)	
	백화점/맞춤점	12(30.0)	6(4.5)	3(16.7)	3(27.3)	
	계	40(100)	134(100)	18(100)	11(100)	

a: 빈도
b: 백분율
***p<.001

<표 7> 애완견 의류 구매시 중요시하는 요인

요 인	평 균(SD)			t-값
	남 성 (n=48)	여 성 (n=138)	전 체 (n=193)	
치수	4.60(0.82)	4.77(0.57)	4.73(0.64)	-1.52
디자인	4.32(0.87)	4.33(0.73)	4.31(0.77)	-0.10
색상	3.94(0.85)	4.18(0.67)	4.11(0.73)	-2.05*
가격	4.33(0.83)	4.22(0.91)	4.25(0.88)	0.74
재질	4.06(1.06)	4.32(0.72)	4.25(0.82)	-1.84
편안한 착용감	4.30(0.97)	4.50(0.74)	4.45(0.80)	-1.53
상표의 유명도	2.54(0.96)	2.28(0.96)	2.35(0.96)	1.62
유행	3.04(1.17)	2.64(1.07)	2.72(1.12)	2.24*
내구성	3.73(1.18)	3.85(1.07)	3.73(1.10)	0.67
세탁관리성	4.04(1.00)	4.05(1.02)	4.05(1.00)	0.06

*p<.05

<표 8> 애완견 의류 디자인의 선호도

선호하는 디자인	평 균(S.D)
심플한 디자인	4.04(0.93)
귀여운 디자인	4.18(0.96)
기능적인 디자인	4.01(1.09)
스포티한 디자인	3.53(1.08)
귀족적인 디자인	3.13(1.08)
낭만적인 디자인	2.97(1.04)

형으로 조사하여 정리한 결과는 <표 8>에 나타내었다. 조사대상자들은 귀여운 디자인(평균=4.18)을 가장 선호하였으며, 그 다음으로는 심플한 디자인(평균=4.04), 기능적인 디자인(평균=4.01)을 원하는 것으로 나타나 애완견이라는 이름에 어울리는 단순하고 기능적이며 귀여운 디자인의 의류를 선호하였다. 그러나 사람이 착용하는 의복과 달리 귀족적이거나 낭만적인 디자인은 그다지 선호하지 않는 것으로 나타났다. 그런데 선호하는 디자인은 소유자의 성에 따라 유의한 차이를 나타내지 않았다.

3. 애완견 의류 사용실태

애완견 의류를 입히는 이유와 사용실태를 조사하여 정리한 결과는 <표 9>와 <표 10>에 나타나 있다.

조사 대상자들이 애완견 의류를 입히는 이유에 대해 5점 리커트 형으로 조사한 결과, 애완견의 추위나 직사광선을 막기 위해서라고 응답한 경우(평균=4.14)가 가장 큰 이유이었으며, 그 다음으로는 미관상 예쁘게 보이게 하려고(평균=3.84), 특별한 날을 기념, 축하하기 위해서(평균=3.27)라고 응답하였다. 그러나 애완견 소유자의 기분이 좋아지기 때문이라는 이유에 대해서는 평균 2.95를 나타내어 대부분의 조사대상자들은 애완

<표 9> 애완견 의류를 입히는 이유

이 유	평 균(S.D)
때 타는 것을 방지하기 위해서	3.14(1.10)
추위나 직사광선을 막기 위해서	4.14(0.93)
미관상 예쁘게 보이기 위해서	3.84(0.99)
사람처럼 옷이 필요할 것 같아서	2.88(1.08)
내 기분이 좋아지므로	2.95(1.17)
특별한 날을 기념, 축하하기 위해서	3.27(1.28)

<표 10> 애완견 의류 사용실태

		빈 도(%)
입히는 빈도	거의 매일	10(6.8)
	1주일에 3회	49(33.6)
	2주일에 1회	23(15.8)
	한달에 1회	9(6.2)
	겨울철에만	36(24.6)
	기타	19(13.1)
	계	146(100)
입히는 상황	집에서	3(1.6)
	외출시	135(74.2)
	항상	44(24.2)
	계	182(100)
집에서 입히는 옷*	니트 티셔츠	50(24.6)
	셔츠	51(25.1)
	바지	3(1.5)
	원피스	29(14.3)
	조끼	11(5.4)
	재킷	11(5.4)
	팬티	16(7.9)
	신발	8(3.9)
산책시 입히는 옷*	니트 티셔츠	55(27.1)
	셔츠	50(24.6)
	바지	15(7.4)
	원피스	48(23.6)
	조끼	19(9.4)
	재킷	51(25.1)
	팬티	4(2.0)
	신발	45(22.2)
	비옷	8(3.9)

*다중응답한 결과임.

견의 입장에서 보호성과 장식성을 목적으로 애완견 의류를 착용시키고 있음을 알 수 있었다.

다음으로 애완견 의류의 사용실태를 살펴보면 <표 10>과 같다. 애완견 의류를 매일 입힌다는 경우는 6.8%에 불과 하였으며, 1주일에 3회 정도 입힌다는 경우는 33.6%이었고 겨울철에만 착용시킨다는 경우는 24.6%로 나타나 보호성과 장식성을 위해 입히는 이유와 관련이 있었으며 추위나 장식이 필요할 경우에만 입히는 것을 알 수 있었다. 또한 애완견 의류를 입히는 상황으로는 외출시에만 입힌다고 한 경우가 74.2%이었으며, 외출시와 집에서 항상 입힌다고 응답한 경우는 24.2%이었다. 한편, 집과 외출시 입히는 의류를 아이템별로 다중응답으로 조사한 결과, 집에서는 셔츠(25.1%), 니트 티셔츠(24.6%), 원피스(14.3%), 팬티(7.9%)인 것으로 나타났으며, 외출 시에는 니트 티(27.1%), 재킷(25.1%), 셔츠(24.6%), 원피스(23.6%), 신발(22.2%)인 것으로 나타나서 집에서보다 외출시 의류를 더 입히는 것을 알 수 있었다.

따라서 이를 종합해보면 애완견 의류를 입히는 주된 이유로는 추위나 직사광선을 막기 위해서와 미관상 예쁘게 보이게 하기 위해서이었으며, 착용시키는 의류아이템은 셔츠, 니트 티, 재킷, 원피스 등이었으며, 주로 집에서보다는 외출 시에 입혔고 1주일에 1회-3회 정도 입히는 것을 알 수 있었다.

4. 애완견 의류에 대한 만족도 및 요구도

시판 애완견 의류에 대해서 만족도를 5점 리커트형으로 조사하여 정리한 결과는 <표 11>에 나타내었다. 조사대상자들은 디자인(평균=3.73)과 색상(평균=3.67) 및 소재(평균=3.30)는 만족하는 편이지만, 치수(평균=3.04)와 가격(평균=2.88)에 대해서는 가장 불만족스럽다고 하였다. 그러나 이러한 애완견 의류에 대한 만족도는 성과 월수입에 따른 유의한 차이는 나타나지 않았다.

<표 11> 애완견 의류에 대한 만족도

구 분	평 균(S.D)
디자인	3.73(0.73)
색상	3.67(0.72)
소재	3.30(0.78)
내구성	3.15(0.75)
세탁관리성	3.14(0.87)
치수	3.04(0.86)
가격	2.88(0.81)

<표 12> 애완견 의류 착탈시 부위별 불편한 정도

구 분	평 균(S.D)
여밈부분	3.64(0.78)
목 부분	3.58(0.72)
앞 다리	3.33(0.89)
뒷 다리	3.27(0.88)
배설부위	3.23(0.91)

<표 13> 애완견 의류에 대한 소재의 기능 요구도

구 분	평 균(S.D)
저자극성 소재	4.23(0.97)
더러움이 덜 타는 소재	4.02(0.92)
벌레를 붙지 않게 하는 소재	4.01(1.01)
냄새를 없애는 소재	3.89(0.96)
야광기능 소재	3.80(1.11)
발수성이 있는 소재	3.79(1.08)
체온감지 소재	3.49(1.09)

한편, 시판 애완견 의류를 입힐 때 조사대상의 81.3%가 불편하였다고 응답하였으며, 부위별로 불편한 정도를 5점 리커트 형(1=아주 편함, 5=매우 불편)으로 체크하라고 한 결과, 여밈부분(평균=3.64)이 가장 불편하다고 하였으며, 그 다음으로는 목(평균=3.58), 앞다리(평균=3.33)부위가 불편하다고 하였다(표 12). 또한 여밈위치로는 배(38.0%)와 등(24.0%)이 적당하다고 응답하였다. 한편, 장시간 애완견 의류를 착용시킬 때 경험한 불편사항으로는 옷이 벗겨짐(33.3%), 동작이 불편함(26.6%), 털이 엉킴(20.2%)의 순으로 응답하였다.

애완견 의류 소재에 대한 요구도를 5점 리커트 형으로 조사한 결과를 살펴보면<표 13>, 저자극성 소재(평균=4.23), 더러움이 덜 타는 소재(평균=4.02), 벌레가 붙지 않게 하는 소재(평균=4.01)의 순으로 기능성을 요구하고 있었다.

IV. 결 론

본 연구는 소비자가 요구하는 애완견 의류제작에 도움을 주고자 애완견 소유자를 대상으로 애완견 의류의 구매와 사용실태를 알아보고, 애완견 의류의 디자인 선호도와 소재의 기능 요구도 등을 조사하여 분석한 결과 다음과 같다.

첫째, 조사대상자들이 기르는 애완견의 종류는 시추와 요크셔테리어 및 마르티스가 많았으며, 외출시에는 대다수가 애완견 의류를 입히고 있었다. 둘째, 애완견 의류를 입히는 이유는 체온조절과 미관상의 이유가 가장 많았다. 셋째, 애완견 의류는 대부분 애완견 미용샵에서 1만원-3만원 정도를 주고 구입하고 있었는데, 치수와 편안함을 중요시하는 반면, 상표나 유행은 그다지 중요시하지 않았다. 넷째, 시판 애완견 의류에 대해서 디자인과 색상 및 소재는 만족하는 편이지만, 치수와 가격에 대해서는 불만족하는 편이었으며, 특히 애완견 의류를 착탈시킬 때 불편하다고 응답하였다.

따라서 소비자의 요구도를 반영한 웰빙 애완견 의류를 개발하기 위해서 몇가지 제언을 해 보면 다음과 같다.

현재 애완견 용품점과 미용샵에서 애완견용 액세서리와 의류를 함께 판매하고 있는 경우가 많은데, 소비자들은 애완견 의류 구매 장소에 따라 구입비용에 차이를 보이고 있으므로, 저렴한 상품을 구매하고자 하는 소비자를 위해 전문점보다 무점포상이나 백화점에서 더욱 저렴한 상품을 판매해야 할 것으로 보인다.

또한 시판되고 있는 애완견 의류의 평균 구입가격 1만원-3만원대인 것을 가장 많이 구입하고 있었으나 치수 다음으로 가격에 대한 만족도가 낮았으므로 소비자의 수요를 적극 반영하여 원가를 절감하고 판매가를 낮추는 방안을 모색해야 한다.

애완견 의류는 외출 시 추위와 직사일광에 대한 방어기능을 충분히 수행할 수 있는 귀엽고 단순하며 착탈이 편리한 디자인이어야 할 것으로 생각된다. 여밈부분은 배나 등 부분에 두되 동작시 털이 엉키지 않고 두드러지지 않는 여밈도구를 부착해야 한다. 소재로는 애완견의 털과 피부에 자극이 적으며 오염을 방지할 수 있는 소재를 원하므로 목과 앞다리 부분에 구속감이 적도록 신축성이 커야 하므로 방오가공된 편성물이나 스판덱스 혼방소재를 활용하는 것이 효과적일 것으로 사료된다. 아이템으로는 트임이 큰 셔츠나 신축성이 우수한 소재의 라운드형 티셔츠 적당할 것으로 생각된다.

참고문헌

박선영, 양숙향. (2005). 애견의상 디자인 개발에 관한 연구. *한국의류산업학회지, 7*(3), 270-276.

봄맞이 집안 단장 '선반'과 '화분'으로. (2006, 4. 27). *매일경제TV*. 자료검색일 2006, 9. 11, 자료출처 http://kr.news.yahoo.com

심부자, 서추연. (2003). 애견의 동작분석을 통한 애견복 패턴 개발. *한국패션비즈니스학회지, 7*(2), 1-13.

싱글은 애완동물 좋아해. (2006, 4. 12). *스포츠서울*. 자료검색일 2006, 5. 8, 자료출처 http://kr.news.yahoo.com

애완산업, 이제는 글로벌화시대. (2006, 4. 19). *뉴스와이어*. 자료검색일 2006, 5. 8, 자료출처 http://kr.news.yahoo.com

정화숙, 문명옥. (2006). 애견복 원형개발에 관한 연구. *한국의류산업학회지, 8*(1), 99-106.

조성태. (2003). 애견미용의 현황 및 헤어미용과의 연관성에 대한 연구. *한국미용학회지, 9*(3), 55-62.

Fashionbiz. (2003). 애견마니아 시장 뜨겁다. *Fashionbiz, 6*, 124-143.

Fogle, B. (2004). *최신애견백과사전*. 서울: 신흥메드싸이언스.