

# 추동용 니트웨어 구매행동과 착용감에 관한 연구

## A Study of Purchase behavior and Wearing sensation of F/W Season Knit Wear

경성대학교 의상학과  
박사과정 박순천  
교수 이영주\*\*

Dept. of Fashion Design and Merchandising of Kyung Sung University  
Doctoral Course : Sun Chun Park  
Professor : Young Ju Lee

### Abstract

This research aims to invest consumers' purchase behavior and preference of F/W season knit wear to prepare for basic data in producing competitive knit wear which can meet consumers' demands. The results are as follows: 1. Consumers in their twenties are largely purchasing their knit wear at bonded clothing shops, consumers in their thirties at outlet stores and consumers in their forties and fifties at department stores. As for preferred materials in knit wear, the twenties like 100% of cotton, the thirties mixed wool, and the forties and the fifties 100% of wool. Across all age groups, they prefer knit wear pattern with no figures, while they consider its design and color as important factors in purchasing F/W knit wear. 2. As for the wearing sensations of F/W knitwear of three age groups, there are not significant differences in other factors except a factor of 'jacket length'. 3. As for the fitting sensation about F/W knit wear, consumers with 'thin' somatotype feel high comfort in the factor of 'girth', while consumers with standard somatotype feel high satisfaction in the factor of 'length'.

Key Words : knit wear, wearing sensation, purchase behavior

### I. 서론

최근 국내 의류시장은 캐주얼화경향을 보이면서 단품 코디네이션에 의한 캐주얼화의 시도로 니트 분야로의 소비추세가 증가함에 따라 패션산업 분야에서도 니트웨어 생산의 비중이 커지기 시작했다(정혜원, 2001).

니트웨어란 편성물을 의류화한 제품을 말하는데, 인체에 밀착되는 느낌이 좋고 신체에 구속감을 주지 않아 움직임이 자유롭고 촉감과 보온성, 신축성, 드레이프성 등이 뛰어나다. 그러므로 니트웨어는 편안함과 실용성, 그리고 미적인 측면까지 동시에 만족 시킬 수 있어 획일적인 구매행동 패턴에서 자신의 개성을 충분히 표현하면서 합리적이고 다양한 구매행동 패턴으로 변화되어가고 있는 현대의 소비자들이 선호하는 의류 아이템으로 부각되

고 있다.

니트웨어는 스웨터나 내의류, 양말 정도의 생산에 머물러 있던 과거에 비하여 최근에는 포멀웨어(formal wear), 타운웨어(town wear), 스포츠웨어(sports wear)로 까지 확산 되었으며, 의류뿐만 아니라 모자나 머플러 같은 액세서리 등 그 범주가 넓어지면서 여러 가지 패션 아이템으로 활용도가 높아져 선호되고 있다. 그러나 류경옥(2002)과 최진희·한진이(2005)의 연구에 의하면 생산현장의 활기나 소비자들의 요구에 의한 니트웨어시장의 확대에도 불구하고 국내 니트웨어 업계에서는 변화된 소비자들의 요구에 부응하는 디자인이나 다양한 연령대의 체형 등을 충분히 고려한 제품생산은 부족한 실정이라고 한다. 또 니트 의류가 대중화 되고 수요가 급격하게 늘어나면서 젊은층을 위한 니트웨어 선택의 폭은 넓어진 것에 반해 중·장년층을 위한 니트웨어는 특유의 편안함과 고급스러움을 강점으로

\* 이 논문은 2009학년도 경성대학교 학술지원연구비에 의하여 연구되었음.

\*\* Corresponding author: youngju Lee  
Tel: 051) 663-4667, Fax: 051) 623-5248  
E-mail: young99@ks.ac.kr

별다른 변화없이 베이직한 상품개발에만 머무르고 있다. 그러나 니트웨어의 보온성과 신축성의 장점을 고려한 다양한 디자인과 패턴설계가 이루어진다면 젊은 층 뿐만 아니라 중·장년층 여성까지 다양한 연령층에서 니트웨어의 구매력을 촉진시킬 수 있을 것이다. 또 다양한 연령층의 니트웨어에 대한 구매욕구를 실제의 구매로 연결시키기 위해서는 우븐(woven)과 차별화된 마케팅 전략이 필요할 것으로 생각된다. 그러므로 연령별 소비자들의 니트웨어에 대한 구매행동과 착용감에 대한 연구는 소비자들의 요구에 부응할 수 있는 니트웨어 생산에 도움을 줄 수 있을 것으로 생각된다.

## II. 선행연구고찰

니트웨어는 신축성이 좋고 촉감이 부드러워 몸에 구속감을 주지 않아 활동이 자유롭고, 합기성이 커서 보온이 잘 되며, 잘 구겨지지 않아 다림질할 필요가 없다는 장점이 있다. 1919년에 사넬이 울 저지 드레스를 발표함으로써 니트웨어는 의류업계에서 주목받는 아이템으로 등장하였으며, 최근에는 원피스뿐만 아니라 재킷이나 스커트 등 다양한 아이템과 디자인으로 만들어져 대중화 되었다.

그 외 창구란(1999)의 20-40대 남녀 소비자들의 니트웨어에 대한 인식의 연구에서는, 소비자들은 카디건, 스웨터, 조끼 등을 니트웨어로 인식하고 있었으며 4계절 모두 입을 옷으로 많이 인식하고 있었다. 모든 연령대에서 파스텔계열의 색상을 가장 선호했고, 심플한 디자인에 간단한 무늬가 있는 것을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 니트웨어를 일상적인 캐주얼로 입기위해 구입하고 있었고, 니트웨어 선택 시 디자인, 소재, 컬러를 가장 고려하였으며, 소재는 면 100%를 가장 선호했다. 한성지 외(2001)은 니트산업 활성화를 위한 구매자의 의사결정 특성 연구에서, 직장여성인 소비자들은 실용적인 측면을, 여대생은 미적인 측면을 니트웨어 구매 시에 중요하게 생각하고 있었고, 선호하는 구매장소는 직장여성들의 경우 여대생들에 비해 상설할인매장을 많이 이용하고 있었으며, 니트웨어에 대한 만족도는 직장여성들이 품질과 소재 측면에서 여대생에 비해 만족도가 높게 나타났다. 류경옥(2002)은 니트웨어 품질 개선을 위한 니트웨어착용자의 만족·불만족의 연구에서, 소비자들은 사이즈와 디자인이 다양하지 못한 것으로 인식하고 불만족하고 있었으며, 니트웨어의 관리의 불편함에 대해서도 가장 큰 불만족을 하고 있는 것으로 나타났다. 홍병숙 외 2명(2002)은 20-30대 여성 소비자들의 니트웨어 구매행동에 관한 연구에서, 활동성이

뛰어나고 다른 의복과의 조화가 용이한 니트웨어를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 니트웨어 구입 후 디자인과 색상, 품질, 활동성, 착용감 및 소유의복과의 조화 등에는 만족하는 것에 비해 보풀의 발생이나 세탁 후 변형, 울 풀림, 보관 및 관리의 어려움 등에는 불만족 하고 있었다. 이옥희 외 2명(2002)은 혜택세분화에 따른 20대 여성의 니트웨어 구매행동에 관한 연구에서 니트웨어에 대한 정보원은 구매경험과 조언, 디스플레이, 판매원의 조언, 카탈로그를 가장 많이 이용하고 있다고 하였다. 권순호(2005)는 여성 니트웨어의 구매실태와 불만족에 관한 연구에서 니트웨어 구매 시 디자인을 가장 고려하였으며, 외출복으로 활용하려는 소비자들이 가장 많다고 하였다. 소비자들은 니트웨어 구매 시 세탁이나 관리에 대한 불만족도가 높게 나타났는데, 관리 시 형태의 불안정, 필링에 대한 불만족도가 높다고 하였다. 박나리 외 5명(2006)은 20-50대 남녀 소비자들을 대상으로 그들의 구매행동에 대해 알아보았는데, 주로 부드럽고 따뜻하기 때문에 니트 제품을 착용하는 것으로 나타났고, 가장 많이 보유하고 있는 아이템은 티셔츠로 나타났다. 이와 같이 니트웨어에 관한 다양한 연구가 이루어지고 있지만 대부분의 선행연구에서는 니트웨어의 부위별 패턴이나 기본원형에 관한 연구, 국내 니트 관련업체들의 생산실태나 니트 역사에 관한 연구, 그리고 동일한 연령대 소비자들의 니트웨어 구매행동에 관련된 연구들이 대부분으로 연령별 니트웨어의 구매행동이나 착용감 대한 비교연구는 거의 이루어지지 않고 있는 실정이다. 그러나 다양화 되어가고 있는 소비자들의 욕구를 충족시킬 수 있는 니트웨어의 생산과 판매촉진을 위해서는 니트웨어의 연령별 구매행동과 착용감에 대한 비교분석을 통하여 차별화 전략이 이루어져야 할 것으로 생각된다.

## III. 연구방법 및 절차

### 1. 연구방법

본 연구에서는 니트웨어의 비중이 높은 추동용 니트웨어로 그 범위를 한정하여 설문지법에 의해 니트웨어의 구매행동과 착용감에 대해서 조사하였다.

2. 측정도구

1) 구매행동

본 연구에서는 20대에서 50대까지의 여성소비자들의 추동용 니트웨어 구매행동을 파악하기 위해 홍병숙·이은진·김계연(2002)의 연구와 최진희·한진이(2005)의 연구를 참고로 하여 구매 장소, 니트웨어 선택 동기, 구매 동기, 구매 정보원, 추동용 니트웨어 선호소재, 추동용 니트웨어 선호색상, 추동용 니트웨어 선호무늬, 추동용 니트웨어 선택시 구매 기준으로 문항을 나누어 구성하였다.

2) 착용감

착용감에 대한 연구는 니트웨어 중 상의로 한정하였으며, 상의부위를 목둘레, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레, 진동둘레, 소매통, 소매부리, 어깨길이, 소매길이, 상의길이로 나누어 니트웨어 착용 시 소비자들이 느끼는 착용감을 조사하였다.

착용감은 연령별, 체형별로 나누어 분석이 이루어 졌다. 체형분류는 Rohrer지수에 의해 119이하는 야원형, 120-150은 보통형, 151이상은 비만형으로 분류하였다.

3. 조사대상 및 자료수집

본 연구에서는 20대에서 50대의 부산시내에 거주하는 여성 250명을 대상으로, 2007년 2월-3월에 설문조사를 실

시하여 불확실한 것을 제외한 202부가 사용 되었다.

4. 자료분석 및 방법

SPSS/WIN프로그램을 사용하여 각각  $\chi^2$ 분석, F검정 후 사후검정으로 duncan-test를 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 추동용 니트웨어의 구매행동

1) 구매장소

니트웨어 구매장소는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내었다. 니트웨어 구매장소로 20대는 보세의류점, 30대는 상설할인매장과 백화점, 40대와 50대는 백화점을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

20대의 경우 보세의류점에서 니트웨어를 가장 많이 구매하는 것으로 나타났는데 이와 같은 결과는 20대 여성은 다른 연령대 여성들에 비해 경제적으로 여유가 없는 연령대이므로 저렴하면서도 다양한 디자인과 아이템들이 구비되어 있으며, 자신들만의 개성 표현이 가능한 보세의류점을 선호하는 것으로 보인다. 30대는 고가이긴 하지만 인지도가 있는 브랜드들이 많은 백화점이나, 가격이 저렴한

<표 1> 연령별 추동용 니트웨어 구매장소

구매장소	연령				$\chi^2$
	20대 (n=51)	30대	40대	50대	
백화점	10(20.7) 5.0%	14(20.7) 6.9%	29(20.3) 14.4%	30(20.3) 14.9%	59.172***
상설할인매장	8(9.6) 4.0%	15(9.6) 7.4%	7(9.4) 3.5%	8(9.4) 4.0%	
대형쇼핑센터	7(6.6) 3.5%	9(6.6) 4.5%	4(6.4) 2.0%	6(6.4) 3.0%	
보세의류점	21(8.8) 10.4%	10(8.8) 5.0%	2(8.7) 1.0%	2(8.7) 1.0%	
니트웨어전문매장	2(3.8) 1.0%	3(3.8) 1.5%	7(3.7) 3.5%	3(3.7) 1.5%	
재래시장	3(1.3) 1.5%	0(1.3) 0.0%	1(1.2) 0.5%	1(1.2) 0.5%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	

( )는 기대빈도임. \*\*\*P<0.001

면서도 인지도가 있는 브랜드의 니트웨어를 구매할 수 있는 상설할인매장을 선호하는 것으로 보인다. 따라서 30대는 어느정도 인지도가 있는 브랜드를 선호하는 것을 알 수 있다. 다른 연령대에 비해 상대적으로 경제적 여유가 있으며 생활이 어느 정도 안정된 연령대인 40대와 50대 여성의 경우 가격대는 보세의류점이나 상설할인매장에 비해 높지만 한 장소에서 다양한 브랜드의 상품을 보고 선택할 수 있으며, 주차시설이 갖추어져 있으며 서비스 수준도 높은 백화점을 선호하는 것으로 보인다. 그러나 전 연령대에서 재래시장에서는 거의 니트웨어를 구매하지 않는 것으로 나타났다. 니트웨어 전문매장도 40대를 제외하고는 선호하지 않는 것으로 나타나 니트웨어 판매촉진을 위해서는 아직까지는 니트웨어 전문매장 보다는 니트웨어를 다양한 상품과 같이 쇼핑할 수 있는 매장형태가 바람직 할 것으로 보인다.

## 2) 구매장소 선택 동기

니트웨어 구매장소 선택 동기는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내지 않았다. 모든 연령대에서 니트웨어를 구매하기 위한 장소를 선택할 때 다양한 상품과 디자인이 구비되어 있는 구매장소를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 다음으로 구매장소 선택동기로 20대, 30대 그리고 50대는 저렴한 가격을, 40대는 매장디스플레이를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 상표 및 상점의 유명도는 40대와 50대가 다른 연령대에 비해 상대적으로 구

매장소 선택 시 중요시하는 것으로 나타났다.

## 3) 니트웨어 구매동기

니트웨어 구매동기에서는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내지 않았다. 20대와 30대 여성들은 니트웨어의 부드럽고 포근한 느낌이 좋아서 니트웨어를 구매하는 것으로 나타났고, 40대와 50대는 입고 활동하기가 편하기 때문이 니트웨어 구매동기 중에서 가장 높게 나타났다. 그러므로 추동용 니트웨어의 소재, 조직 및 디자인 설계 및 선택시 20대와 30대는 부드럽고 포근한 촉감, 40대와 50대는 니트웨어의 신축성을 이용하여 기능적인 부분을 중점적으로 고려해야 할 것으로 생각된다.

## 4) 구매정보원

니트웨어 구매 시 활용하는 구매정보원에는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내지는 않았다. 니트웨어 구매정보원으로는 30대와 50대는 매장디스플레이의 활용도가 높았고, 20대는 대중매체, 40대는 주변사람들을 활용하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 소비자들의 연령에 따라 조금은 차별화된 판매전략을 세워야 할 것으로 생각되는데 30대와 50대 여성 소비자들을 위해서는 매장디스플레이에 비중을 두어서 그들의 감성과 소비력을 증대시킬 수 있는 동기를 제공해야 할 것으로 생각된다. 20대는 대중매체를 통한 광고나 연예인들을 통한 마케팅전략이 가장

<표 2> 니트웨어 구매장소 선택동기

구매장소 선택동기	연령				χ <sup>2</sup>
	20대	30대	40대	50대	
다양한 상품과 디자인	26(25.5) 12.9%	21(25.5) 10.4%	24(25.0) 11.9%	30(25.0) 14.9%	25.750
저렴한 가격	13(11.6) 6.4%	17(11.6) 8.4%	7(11.4) 3.5%	9(11.4) 4.5%	
교통의 편리	0(0.3) 0.0%	1(0.3) 0.5%	0(0.2) 0.0%	0(0.2) 0.0%	
상표 및 상점의 유명도	3(5.3) 1.5%	5(5.3) 2.5%	7(5.2) 3.5%	6(5.2) 3.0%	
매장 디스플레이	7(7.1) 3.5%	7(7.1) 3.5%	11(6.9) 5.4%	3(6.9) 1.5%	
판매원의 서비스	2(0.8) 1.0%	0(0.8) 0.0%	1(0.7) 0.5%	0(0.7) 0.0%	
할부 및 신용카드사용이 가능	0(0.5) 0.0%	0(0.5) 0.0%	0(0.5) 0.0%	2(0.5) 1.0%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	202 100%

( )는 기대빈도임.

<표 3> 니트웨어 구매동기

구매동기	연령				χ <sup>2</sup>
	20대	30대	40대	50대	
부드럽고 포근한 느낌이 좋아서	24(14.1) 11.9%	14(14.1) 6.9%	6(13.9) 3.0%	12(13.9) 5.9%	24.830
입고 활동하기 편해서	10(14.4) 5.0%	12(14.4) 5.9%	19(14.1) 9.4%	16(14.1) 7.9%	
소유의복과의 조화	5(6.1) 2.5%	8(6.1) 4.0%	6(5.9) 3.0%	5(5.9) 2.5%	
개성을 나타내기 위해	8(8.8) 4.0%	10(8.8) 5.0%	10(8.7) 5.0%	7(8.7) 3.5%	
구김이 적고 손질이 편해서	2(6.1) 1.0%	5(6.1) 2.5%	7(5.9) 3.5%	10(5.9) 5.0%	
디스플레이를 보고 구매충동을 느껴서	2(1.5) 1.0%	2(1.5) 1.0%	2(1.5) 1.0%	0(1.5) 0.0%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	202 100%

( )는 기대빈도임.

<표 4> 구매정보원

구매정보원	연령				χ <sup>2</sup>
	20대	30대	40대	50대	
매장 디스플레이	20(23.5) 9.9%	28(23.5) 13.9%	20(23.0) 9.9%	25(23.0) 12.4%	22.161
대중매체	19(9.6) 9.4%	8(9.6) 4.0%	6(9.4) 3.0%	5(9.4) 2.5%	
팜플렛 및 카탈로그	1(2.8) 0.5%	1(2.8) 0.5%	5(2.7) 2.5%	4(2.7) 2.0%	
주변사람	9(11.9) 4.5%	11(11.9) 5.4%	15(11.6) 7.4%	12(11.6) 5.9%	
매장 판매원	2(3.3) 0.9%	3(3.3) 1.4%	4(3.2) 2.0%	4(3.2) 2.0%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	

( )는 기대빈도임.

효과적일 것으로 생각된다.

5) 추동용 니트웨어 선호소재

추동용 니트웨어 소재에 대한 선호도에서는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내었다. 20대는 면 100%, 30대는 모 혼방, 40대와 50대는 모 100%를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 연령대가 높을수록 고가의 천연소재를 선호하고 있는 것을 알 수 있다. 20대는 모에 비해 실용적이며 가격이 저렴한 면 100%와 면 혼방을 선호하는 것으로 나타나 모와 모혼방을 선호하는 것으로 나타난 30대, 40대, 50대와 뚜렷한 차이를 나타내었다.

6) 추동용 니트웨어 선호무늬

추동용 니트웨어 선호무늬에서 연령별로 유의한 차이를 나타내었다. 선호무늬는 모든 연령대에서 무늬가 없는 니트웨어를 선호하는 것으로 나타났는데 특히 연령이 낮은 20대와 30대 여성의 선호도가 높게 나타났다. 이와 같은 결과는 20대와 30대의 여성을 대상으로 한 홍병숙·이은진·김계연(2002)의 연구에서 20대와 30대가 무늬가 없는 것과 무채색을 선호하는 것으로 나타난 결과와 비슷한 결과이다. 이와 같은 결과는 젊은 연령층 일수록 너무 눈에 띄지 않는 무난한 색상과 디자인을 선호하고, 피부의 노화 등에 의해 젊게 보이고자하는 욕구가 강한 연령층으

&lt;표 5&gt; 추동용 니트웨어 선호소재

선호소재	연령				$\chi^2$
	20대	30대	40대	50대	
면100%	16(8.8) 8.0%	7(8.8) 3.5%	3(8.7) 1.5%	9(8.7) 4.5%	35.639***
모100%	11(11.7) 5.4%	13(17.7) 6.4%	22(17.3) 10.9%	24(17.3) 11.9%	
모혼방	12(17.4) 5.9%	27(17.4) 13.3%	19(17.1) 9.4%	11(17.1) 5.4%	
면혼방	11(6.3) 5.4%	4(6.3) 2.0%	6(6.2) 3.0%	4(6.2) 2.0%	
합성섬유	1(0.8) 0.5%	0(0.8) 0.0%	0(0.7) 0.0%	2(0.7) 1.0%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	202 100%

( )는 기대빈도임. \*\*\*P&lt;0.001

&lt;표 6&gt; 추동용 니트웨어 선호무늬

선호무늬	연령				$\chi^2$
	20대	30대	40대	50대	
무늬가 없는것	26(23.0) 12.9%	26(23.0) 12.9%	18(22.5) 8.9%	21(22.5) 10.4%	28.002*
간단한 줄무늬	2(6.6) 1.0%	6(6.6) 3.0%	10(6.4) 5.0%	8(6.4) 4.0%	
체크 및 아가일체크무늬	6(5.0) 3.0%	4(5.0) 2.0%	8(5.0) 4.0%	3(5.0) 2.0%	
자연물을 소재로 한 무늬	2(6.6) 1.0%	4(6.6) 1.9%	9(6.4) 4.5%	11(6.4) 5.4%	
기하학적 무늬	3(2.8) 1.4%	6(2.8) 3.0%	2(2.7) 1.0%	0(2.7) 0.0%	
돌출된 무늬	12(7.1) 5.9%	5(7.1) 2.4%	5(7.1) 2.4%	6(6.9) 3.0%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	202 100%

( )는 기대빈도임. \*P&lt;0.05

로 갈수록 화사하고 젊게 보이고 싶은 소비자들의 심리가 반영된 것으로 보여 진다.

#### 7) 추동용 니트웨어 선호색상

추동용 니트웨어 선호색상에는 연령에 따라 유의한 차이를 나타내지 않았다. 선호하는 추동용 니트웨어의 색상은 20대, 30대, 40대, 50대 모두 무채색과 파스텔톤을 비슷하게 선호하는 것으로 나타났다. 원색과 혼합색은 모든 연령에서 선호도가 낮게 나타났다.

#### 8) 추동용 니트웨어 구매 시 선택기준

니트웨어 구매시 모든 연령대에서 디자인 및 색상을 가장 중요시 하는 것으로 나타났다. 활동성 및 착용감은 20대를 제외한 30대, 40대, 50대에서 니트웨어 구매시 디자인 및 색상 다음으로 중요시 여기고 있는 것으로 나타나 중·노년층을 위한 니트웨어는 각 연령에 따라 변화되는 체형적 특성을 정확히 파악하여 패턴설계와 디자인에 반영하여야 할 것으로 생각된다. 20대는 니트웨어 구매시 소유의복과의 조화를 디자인 및 색상 다음으로 중요시 하는 것으로 나타나 다른 연령대와 차이를 나타내었다. 소재 및 품질은 40대와 50대 여성들이 20대와 30대 여성

<표 7> 추동용 니트웨어 선호색상

선호색상	연령				χ²
	20대	30대	40대	50대	
무채색 (흰색,검정,화색..)	24(23.2) 11.9%	27(23.2) 13.4%	19(22.8) 9.4%	22(22.8) 10.9%	8.272
파스텔색 (핑크,옐은파랑..)	15(17.2) 7.4%	13(17.2) 6.4%	19(16.8) 9.4%	21(16.8) 10.4%	
원색 (빨강,노랑,파랑..)	7(5.6) 3.4%	7(5.6) 3.4%	4(5.4) 2.0%	4(5.4) 2.0%	
혼합색 (여러가지색이 섞인것)	5(5.0) 2.5%	4(5.0) 2.0%	8(5.0) 4.0%	3(5.0) 1.5%	
계	51 25.2%	51 25.2%	50 24.8%	50 24.8%	202 100%

( )는 기대빈도임.

<표 8> 추동용 니트웨어 구매 시 선택기준 (다중응답)

구매 시 선택기준	연령					χ²
	20 대	30대	40대	50대	계	
디자인 및 색상	45(43.9) 7.4%	44(43.9) 7.3%	43(43.1) 7.1%	42(43.1) 6.9%	174	0.381
소재 및 품질	18(18.4) 3.0%	14(18.4) 2.3%	19(18.1) 3.1%	22(18.1) 3.6%	73	3.098
소유의복과의 조화	26(20.7) 4.3%	27(20.7) 4.5%	18(20.3) 3.0%	11(20.3) 1.8%	82	7.123*
흡수성 및 질감	5(2.5) 0.8%	0(2.5) 0.0%	1(2.5) 0.2%	4(2.5) 0.7%	10	10.118
맞춤새(사이즈)	7(5.6) 1.2%	6(5.6) 1.0%	5(5.4) 0.8%	4(5.4) 0.7%	22	0.934
활동성 및 착용감	16(29.3) 2.6%	28(29.3) 4.6%	36(28.7) 6.0%	36(28.7) 6.0%	116	22.980***
가격의 적정성	22(18.4) 3.6%	23(18.4) 3.8%	14(18.1) 2.3%	14(18.1) 2.3%	73	5.726
서비스 (수선, 교환)	2(2.5) 0.3%	1(2.5) 0.2%	4(2.5) 0.7%	4(2.5) 0.7%	10	2.189
유행성	11(7.3) 1.8%	8(7.3) 1.3%	5(7.2) 0.8%	5(7.2) 0.8%	29	3.774
상표의 유명도	1(4.3) 0.2%	2(4.3) 0.3%	6(4.2) 1.0%	8(4.2) 1.3%	17	8.658*

( )는 기대빈도임.

들에 비해 니트웨어 구매 시 중요시 여기는 요인인 것으로 나타났다.

살펴본 결과 상의길이를 제외한 모든 항목에서 유의차는 나타나지 않았다. 니트웨어 착용 시 소비자들이 느끼고 있는 착용감은 대체적으로 보통이하로 낮게 나타났으며, 길이항목에 비해 둘레항목의 착용감이 더 낮게 나타났다.

2. 추동용 니트웨어의 착용감

1) 추동용 니트웨어의 연령별 착용감

니트웨어 착용 시 부위별로 느끼는 착용감을 연령별로

2) 추동용 니트웨어의 체형별 착용감

니트웨어 착용 시 느끼는 체형별 착용감을 신체부위별로 살펴본 결과 목둘레, 가슴둘레, 엉덩이둘레, 소매통, 소

<표 9> 추동용 니트웨어의 연령별 착용감

부위	연령(n=202)								F-value
	20대 (n=51)		30대 (n=51)		40대 (n=50)		50대 (n=50)		
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	
목둘레	2.96	0.53	3.00	0.40	2.90	0.50	2.84	0.37	1.194
가슴둘레	2.82	0.56	2.98	0.58	2.96	0.60	2.94	0.42	0.842
허리둘레	3.02	0.58	2.86	0.45	3.02	0.38	2.88	0.56	1.502
엉덩이둘레	2.92	0.69	2.90	0.36	3.00	0.50	2.86	0.61	0.566
진동둘레	2.90	0.54	2.90	0.36	2.94	0.47	2.96	0.45	0.200
소매통	2.90	0.61	2.96	0.40	2.92	0.44	2.98	0.32	0.314
소매부리너비	3.04	0.45	3.00	0.28	3.04	0.35	3.00	0.45	0.175
어깨길이	3.06	0.71	3.12	0.48	3.02	0.43	3.16	0.55	0.638
소매길이	3.16	0.67	3.08	0.66	3.14	0.45	3.12	0.63	0.156
상의길이	2.92 b	0.69	2.92 b	0.66	3.12 ab	0.48	3.20 a	0.67	2.543*

\*P<0.05. 알파벳은 P<0.05에서 Duncan test결과를 표시한 것임.(a>b)

<표 10> 추동용 니트웨어의 체형별 착용감

부위	체형(n=202)						F-value
	아원형 (n=67)		보통형 (n=118)		비만형 (n=17)		
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	
목둘레	3.01 a	0.37	2.92 a	0.48	2.65 b	0.49	4.640*
가슴둘레	3.09 a	0.57	2.84 b	0.51	2.88 b	0.60	4.731*
허리둘레	3.06	0.49	2.90	0.44	2.82	0.81	2.821
엉덩이둘레	3.06 a	0.55	2.85 b	0.48	2.88 b	0.86	3.305*
진동둘레	3.01	0.48	2.89	0.43	2.82	0.53	2.092
소매통	3.01 a	0.48	2.93 a	0.43	2.71 b	0.47	3.273*
소매부리너비	3.10 a	0.31	2.99 ab	0.38	2.88 b	0.60	3.071*
어깨길이	3.12	0.57	3.10	0.55	2.88	0.49	1.347
소매길이	3.10	0.63	3.16	0.60	2.94	0.56	1.028
상의길이	3.03	0.58	3.04	0.67	3.06	0.66	0.017

\*P<0.05. 알파벳은 P<0.05에서 Duncan test결과를 표시한 것임.(a>b)

매부리에서 체형에 따라 착용감에 유의한 차이가 있는 것으로 나타나, 착용감은 연령에 비해 체형에 따라 큰 차이를 나타내는 것을 알 수 있다. 목둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레, 진동둘레의 둘레항목에서는 아원형의 소비자들이 어깨길이, 소매길이, 상의길이의 길이항목에서는 보통형의 소비자들이 니트웨어 착용 시 착용감이 좋다고 느끼고 있는 것으로 나타났다. 이는 니트웨어의 특성상 몸의 실루

엣이 드러나기 때문에 비만형 소비자들 보다는 아원형이나 보통형의 소비자들이 니트웨어 착용 시 착용감이 좋게 나타난 것으로 생각된다.



## V. 결론

최근 소비자들은 변화된 라이프스타일의 영향으로 인해 의복에 대해서 고급화, 전문화, 다양화를 요구하고 있다. 의복 중에서도 소비자들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 니트웨어는 유연성, 신축성, 드레이프성과 같은 특유의 특성으로 현대인의 라이프스타일에 가장 잘 부합되는 아이템이라고 할 수 있다.

그러므로 본 연구에서는 갈수록 소비량이 증가하고 있는 니트웨어에 대한 소비자들의 구매행동과 착용감에 대해서 알아보았다. 본 연구의 결론은 다음과 같다.

1. 니트웨어의 구매행동 중 연령에 따라 구매장소, 선호소재, 선호무늬에서 유의한 차이가 나타났다. 구매장소는 20대는 보세의류점, 30대는 상설할인매장, 40대와 50대는 백화점을 이용하는 것으로 나타났다. 선호소재는 20대는 면 100%, 30대는 모혼방, 40대와 50대는 모 100%를 선호하는 것으로 나타났으며, 선호무늬로는 모든 연령대에서 무늬가 없는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 추동용 니트웨어 구매 시 모든 연령대에서 디자인 및 색상을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 니트웨어 구매장소, 선택동기, 니트웨어 구매동기, 구매정보원, 니트웨어 선호색상에서는 연령별로 유의한 차이를 보이지 않아 모든 연령대에서 유사한 니트웨어 구매행동을 보이는 것으로 나타났다.

2. 추동용 니트웨어의 연령별 착용감에 대해서 살펴본 결과 상의길이를 제외한 모든 항목에서 유의한 차이는 나타나지 않았다. 니트웨어 착용 시 소비자들이 느끼고 있는 착용감은 대체적으로 보통이하로 낮게 나타났으며, 길이항목에 비해 둘레항목의 착용감이 더 낮게 나타났다.

3. 추동용 니트웨어의 체형별 착용감에 대해서 살펴본 결과 목둘레, 가슴둘레, 엉덩이둘레, 소매통, 소매부리에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 목둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레, 진동둘레의 둘레항목에서는 아원형의 소비자들의 니트웨어 착용감이 높게 나타났다. 반면에 어깨길이, 소매길이, 상의길이의 길이항목에서는 보통형의 소비자들이 니트웨어착용감이 높게 나타났다.

본 연구의 제한점으로, 체형별 착용감 분석에서 체형별 인원분포가 보통형에 치우쳐 있어, 앞으로 아원형과 비만형의 인원을 선택적으로 표집하여 체형별 착용감 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

주제어 : 니트웨어, 착용감, 구매행동

## 참고 문헌

- 권순호(2004). 여성 니트웨어의 구매실태와 불만족에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문
- 권진(2005). 현대 니트웨어의 니트기법 특성에 관한 연구. 세종대학교 박사학위논문
- 김계연(2001). 니트웨어 구매행동 분석을 통한 상품기획. 중앙대학교 석사학위논문
- 김경미(2003). 니트웨어의 토르소·슬리브 원형설계. 대구가톨릭대학교 석사학위논문
- 김영미(2006). 국내 니트웨어 비즈장식업체의 의류생산 현황 조사 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문
- 류경옥(2002). 니트웨어 품질 개선을 위한 니트웨어 착용 경험자의 만족·불만족 연구 : 질적연구를 통하여. *복식문화연구*, 10(3), 236-247
- 손영주(2005). 바늘비우기 기법을 이용한 니트웨어 디자인 연구. 단국대학교 석사학위논문
- 심정희, 함옥상(2001). 중년 여성의 체형 분류 및 연령별 특징 연구. *한국의류학회지*, 25(4), 795-806
- 유연실(1998). 의복 구매의사결정 과정 중 문제인식 단계에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문
- 이경림, 박숙현(2004). 신체만족도와 신체인지도에 따른 의복 맞춤성(apparel fit) 만족도. *복식*, 54(1), 69-81
- 이민정(1996). 노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 의복구매행동. 숙명여자대학교 석사학위논문
- 임숙자(1992). 여대생의 의복구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 박사학위논문
- 이옥희, 김경희, 최미연(2002). 쇼핑성향에 따른 니트웨어 구매행동에 관한 연구. *복식문화연구*, 10(4), 364-376
- 최순란(2005). 니트웨어 소비자의 라이프스타일과 구매행동. 건국대학교 석사학위논문
- 최유경(1997). 여성체형의 형태적 분류 및 연령증가에 따른 변화. 서울대학교 박사학위논문
- 최진희, 한진이(2005). 중년여성용 니트 재킷의 생산실태 및 만족도에 관한 연구. *한국의류학회지*, 29(8), 1068-1078
- 한성지, 양리나, 김문숙(2002). 50·60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구 : 의복평가기준과 구매장소를 중심으로. *복식문화연구*, 10(5), 504-517
- 홍병숙, 이은진, 김계연(2002). 20~30대 여성의 니트웨어 구매행동. *한국의류학회지*, 26(7), 1055-1065

(2008. 12. 3 접수; 2009. 3. 16 채택)