

모자제품의 소비행동과 디자인 선호도 차이

김차현 · 박문희*†

경희대학교 의류디자인전공, *한양대학교 의류학과

Differences in Consumption Behavior and Preferences on Hat Products

Cha-Hyun Kim · Moon-Hee Park*†

Dept. of Textile & Clothing Design, Kyung Hee University

*Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

접수일(2009년 2월 5일), 수정일(1차 : 2009년 3월 9일, 완료일 : 2009년 4월 20일), 게재확정일(2009년 4월 23일)

Abstract

A hat is an important fashion accessory item for a total fashion coordination and the number of millineris is increasing in the current accessory market. This research provides basic information about the millinery in relation to consumer consumption behavior, preference, and satisfaction with hat products. A survey was conducted among 395 individuals age 20 and over who were quota sampled according to age and gender to investigate the differences between genders and different age groups. The collected data were statistically treated with the SPSS 12.0 program in terms of frequency, percentage, mean, standard error, cross tabulation, t-test, one-way ANOVA, and a Duncan-test. The results are as follows: 1. Respondents wear hats for ornamental purposes regardless of the season. They discard hats when they become out of style 2 to 3 years after the purchase. 2. In general, consumers prefer the baseball cap design among various hat product categories. Achromatic colors were the favorite color tone and the preferred material was woven cloth. 3. Consumers were most satisfied with colors and most dissatisfied with deformation after laundering. 4. There was a significant difference in preferences among the different age groups. Younger consumers were more concerned about individual image and style. Older consumers considered hats as a functional means such as protecting themselves from the sun. 5. There was a significant gender difference. Compared to males, female consumers were more concerned about the quality of sewing and colorfastness than male consumers.

Key words: Hat, Consumption behavior, Preference, Satisfaction; 모자, 소비행동, 선호도, 만족도

I. 서 론

현대에 이르러 패션에 대한 인식이 높아지면서 대중들은 머리에서 발끝까지 전체를 완벽하게 조화시키는 토탈 코디네이션을 지향하고 있다. 패션의 전체적인 이미지를 조화롭고 개성이 있는 스타일로 구현

하는데 있어서 액세서리의 역할은 더욱 부각 되고 있으며, 패션 소비자들의 각 옷차림의 이미지에 어울리는 다양한 액세서리 아이템을 갖추길 원하는 욕구가 증대함에 따라 모자 액세서리의 관심 또한 고조되고 있다.

모자 아이템은 패션의 일부분으로서 의복 디자인과 밀접한 관계를 가지면서 시대에 따라 다변화 되어오고 있다. 모자는 패션 산업 분야에서 밀리너리(Millinery)라 불리며 1960년대까지 성업을 이루어왔지만, 부평

†Corresponding author

E-mail: moonhee335@hanmail.net

(bouffant) 헤어스타일의 유행과 가발의 발전으로 인하여 침체되어 차츰 추위나 햇빛으로부터 보호하기 위한 수단으로만 착용하게 되어왔다. 그러나 1980년대에 이르러 젊은 Jeans 세대로 인하여 모자는 패션 액세서리의 한 아이템으로 되돌아왔으며(Remiasz, 1990), 1990년대 이후부터는 다양한 모자 스타일이 공존하면서 개성 표현의 중요한 수단으로 자리매김하고 있다(김은실, 배수정, 2005). 그렇지만, 우리나라의 모자 시장은 아직 전문 부자재 관련 산업이 부족하고 디자인 또한 진부한 현실이라, 개성적이고 다양한 소비자의 높아가는 감성에 부응할 수 있으려면 모자 소비자에 대한 기초 조사분석과 함께 모자 디자이너 발굴 및 관련 산업을 활성화 시킬 필요성이 시급한 현실이다.

현대 패션에 있어서 모자는 의상의 전체적인 이미지를 완성시킬 수 있는 액세서리의 장식적인 측면뿐 아니라 추위나 햇빛으로부터 보호하기 위한 기능적인 역할도 하고 있다. 또한, 착용자의 얼굴로 시선을 집중시키기 때문에 인상 형성에 큰 영향을 미쳐 다양한 인상 창출이 가능하게 하는 효과를 지니며(정해선, 강경자, 2004), 착용의도에 따라 얼굴을 감싸 사람들의 시선을 이끌 수도 있고 때로는 눈을 살짝 가리게 하여 자신감을 가지도록 하는 심리적인 효과를 지니는 중요한 액세서리이다(Hopkins, 1999).

선행연구를 살펴보면 모자의 변천(노혜은, 1995; 서정희, 2000; 이선영, 김득숙, 1990), 패션쇼에 나타난 모자 디자인 분석(김은실, 배수정, 2005; 유현정, 김민자, 2006; 정해선 외, 2006), 모자 제작을 위한 두 부계측(안영실, 서미아, 2004), 모자 치수체계(이진희, 도월희, 2003), 모자 소재(박혜경, 1990) 등에 관한 연구가 있으며, 모자제품의 소비자 실태에 관한 연구(빈경아, 2008; 이진희, 2002)는 설문대상자의 연령대가 편중되어있거나 젊은 여성층에 국한 되어있다.

따라서, 본 연구에서는 20대에서 50대 이상의 다양한 남녀 소비자층을 대상으로 인구통계학적 변인에 의해서 모자 착용 및 소비행동과 소비자 모자 착용의 디자인 선호도, 모자제품 만족도에 대한 실태를 파악하고 분석하여 모자 관련 업체의 상품개발 과정에 기초 자료를 제공하고자 한다. 본 연구는 증가하는 액세서리 시장에서 모자 산업이 고부가가치 산업으로 자리 매김 할 수 있게 할 것이라 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 액세서리와 모자 산업의 현황 및 추세

액세서리가 패션의 일부분으로 인식되면서 각 의복 스타일에 어울리는 다양한 액세서리를 갖추길 원하는 소비자들의 욕구가 확대되고 있고, 의류에 비해 상대적으로 마진율이 높은 잡화부분을 강화하려는 업체들의 이해가 맞물리면서 액세서리 산업이 활성화되고 있으며 매출 또한 늘고 있다. 액세서리가 틈새시장으로 급부상하면서 패션업체들은 전용 브랜드를 출시하고 단독매장을 확대하는 등 액세서리 부문을 집중 육성하고 있는 실정이다. 업계에 따르면 주요 패션업체들의 2006년도 상반기 액세서리 매출은 전년 대비 최대 100%까지 급성장하였다고 한다(“액세서리가 매출 효자”, 2006).

모자 제조업체의 경우, 2001년도 부가가치는 657억 원으로, 1991년의 410억 원에 비해 60.42% 증가하였고, 1999년부터 2001년까지 부가가치의 CAGR(연평균 성장률)은 6.08%를 나타내어 모자 제조업의 부가가치는 증가하는 추세였으나(통계청, 2003), 그 후 차츰 하락세를 보이면서 2007년도 부가가치는 308억 원으로 떨어졌다(통계청, 2008). 그러나, 모자 사업체 수는 2006년에 157개소로 1999년의 137개소에 비하면 오히려 증가하였는데 이는 모자 시장의 규모가 증가할 것으로 기대하고 진입하여 생산을 노동력이 싼 해외 시장에서 해결하는 OEM(Original Equipment Manufacturing) 생산구조로 이루어졌기 때문에 국내 생산량의 감소가 이루어진 것으로 본다(빈경아, 2008). 또한, 최근 섬유산업연합회의 2008년 5월 수출입동향 자료에 의하면 유가상승에 따라 채산성 악화가 업-스트림(up-stream) 단계에서부터 심화되어가고 있는 가운데 의류제품의 수출은 큰 폭으로 감소하였으나(-13.1%) 모자, 양탄자, 손수건, 스카프 등 기타 섬유제품은 수출이 여전히 강세(당월 15.9%, 누적 12.8%)를 보이고 있다고 한다(섬유산업연합회, 2008). 실제로 1992년에서 1997년까지 미국의 모자 시장은 8.4% 증가하였으며 총 모자제품의 약 42%를 우리나라, 중국, 타이완과 제휴해서 만든다고 보고되었다(Stall-Meadows, 2004).

이상과 같이 우리나라는 액세서리 시장과 함께 모자 산업 시장도 꾸준히 증가하고 있지만, 모자 제작에 있어서는 모자 전문 부자재를 수입해서 사용하거나 의류 부자재를 대용하고 있는 실정이다. 모자 산업은

국민의 생활 의식이 어느 정도 수준에 이르렀을 때 발달하는 분야인데 실제로 미국, 프랑스, 영국, 일본 등 선진국의 경우, 모자 산업이 기반을 이루고 있어 모자 제작을 위한 소재와 부자재 산업이 발달되어 있다("루이엘", 2006). 따라서, 국내 모자 산업을 선진국 단계로 발전시키기 위해서는 모자에 관련된 제반 기초 자료를 수집분석하여 초석을 다지며 나아가 모자 디자이너 발굴과 함께 관련 산업을 활성화 시켜야 할 것이다.

2. 모자제품 착용실태와 선호도에 대한 선행연구 고찰

착용실태란 착용빈도, 착용목적, 착용특성 등 의류 제품이 일반 소비자들에게 어떻게 입혀지고 있는 상태를 말하며, 현대의 급변하는 패션 트렌드에 영향을 받아 빠르게 변화하고 있다. 다변화하는 패션 소비자의 니즈(Needs)에 부합하기 위해서는 소비자 착용실태를 조사분석하며 소비자가 좋아하고 추구하는 선호 제품을 바로 아는 것이 매우 중요하다. 이에 김영자(1983)는 현대 여자모자에 관한 연구에서 1976년 여성을 대상으로 모자 착용에 대한 실태조사를 실시하였는데 그 결과 우리나라 여성은 모자를 별로 애용하지 않으며 방한 방서용으로 많이 착용하는 것으로 나타났으며 무채색과 털실을 소재로 한 모자를 선호한다고 밝혔다. 김경희(1990)는 여성용 모자에 관한 연구에서 모자는 화려한 색상보다 어두운 색상인 검정이나 회색, 갈색의 색상이 많고, 모자 그 자체로서 표현 되기 보다는 의복과 이용되고 있어 현재 유행하는 의복의 색상과 밀접한 관계가 있다고 보고하였다. 유현정, 김민자(2006)는 20세기 이후 여성 모자의 조형성에 관한 연구에서 우리나라의 초기 모자는 서양 문물의 유입으로 클로쉐, 카플린, 보우터, 파나마 등의 입체형태의 모자가 잠시 유행했지만, 20세기 후반기에 접어들면서 비니, 후드, 벙거지, 두건 등의 평면적인 형태가 선호되면서 기존에 많이 사용되던 펠트나 밀짚 소재에 한정되지 않고 패브릭(우븐)으로 재단된 모자가 많이 나타났으며 모자의 장식은 약화되고 단순해져 왔다고 분석하였다. 박혜경(1990)은 모자에 활용된 섬유재에 관한 연구에서 모자는 주로 단색을 사용하며 보색을 이용한 디테일이 많으며, 무채색과 유채색의 비율은 유채색이 72.5%로 나타났으나 유채색상의 수에 비한 무채색 비율이 낮은 것을 감안

해 본다면 무채색 비중이 큰 것으로 사료된다고 하였다. 이진희(2002)는 대학생의 모자 치수 인지도 및 선호 디자인에 관한 연구에서 우리나라 남녀 대학생이 선호하는 모자 디자인은 야구모자이며 색상은 베이지, 흰색, 검정색 순으로 선호 한다고 보고하였다. 또한, 김은실, 배수정(2005)은 현대 패션에 나타난 모자 디자인의 경향에 관한 연구에서 1990년대 이후의 모자 특성을 예술양식에 입각하여 입체주의적 특성, 초현실주의적 특성, 미래주의적 특성, 복고적 특성, 민속적 특성으로 분류하고 의복과 조형적인 측면에서 분석해 본 결과 앞으로 포스트 모더니즘의 지속으로 복고적이고 민속적인 특징의 모자 디자인이 많이 등장할 것이라고 예측하였다.

착용현황 및 선호도 외에 사용해 본 제품에 대한 소비자의 만족도는 재 구매와 호의적인 구전으로 이어져 모자 산업 발전의 간접적 원인이 될 수 있다. 모자의 만족도를 다룬 연구 논문에는 빈경아(2008)의 여성 소비자들의 모자 구매행동에 관한 질적 연구가 있는데 소비자는 모자 구매 후 대체로 만족하고 있었으나 봉재 불량이나 피부 트러블이 일어난 불만족적인 문제점도 있는 것으로 지적하였다. 박기민 외(2006)는 자외선 차단 모자의 자외선 차단 능력 평가에서 모자제품의 가격과 제품에 언급된 실제적인 차단 정도가 일치하지 않은 것으로 발표하였다. 또한 Diffey and Cheeseman(1992)의 Sun protection with hats 연구에서 야구모자는 코 부위만 자외선을 효과적으로 차단하고 뺨이나 귀 부위는 차단이 되지 않으므로 넓은 챙을 가진 모자가 자외선 차단에 효과적이라는 연구결과가 있었다.

지금까지 선행연구를 살펴보면 모자는 그 시대의 패션 스타일과 유사하게 표현 되어 왔고, 착용자의 의복과 외모를 돋보이게 하는 역할을 하므로 의복 스타일과 자신에게 어울리도록 전체의 통일과 조화를 고려하여 선택하여야 하며, 차광, 보온, 안전 등의 실용 액세서리의 역할도 간과해서는 안 된다는 것을 알 수 있다. 또한 연구대상이 젊은 세대의 여성에 국한되어 있고, 혹은 오래된 조사연구로서 빠르게 변화하는 패션 트렌드 속에 모자에 대한 착용실태와 선호하는 요소 또한 변화되었으리라 사료된다. 따라서 본 연구는 20대에서 50대 이상의 각 연령대 남성과 여성을 대상으로 연령대별 성별로 나타나는 특성을 조사 비교하여 기존의 연구와 차별화를 시키고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

- (1) 소비자의 모자 착용현황을 알아본다.
- (2) 소비자의 모자 종류, 디자인, 색상, 소재에 대한 선호도를 알아본다.
- (3) 소비자의 모자제품 만족/불만족도를 알아본다.
- (4) 인구통계학적 특성에 따른 모자 착용현황, 선호도 및 만족/불만족 차이를 알아본다.

2. 조사대상자 및 자료수집

소비자들의 모자제품의 착용현황과 디자인 선호도에 관한 실증적 연구를 하기 위하여 서울 및 수도권 도시에 거주하며 모자를 소유하고 있는 20대, 30대, 40대, 50대 이상의 남녀 420명을 대상으로 연령과 성을 고려한 할당 표본추출방법을 통하여 설문지 조사를 실시하였으며, 회수되고 무성의한 설문지를 제외한 395부가 통계에 최종적으로 사용되었다. 조사기간은 2007년 3월에서 4월까지 이루어 졌으며, 설문은 선행되었던 여러 소비실태조사연구(김영자, 1983; 빈경아, 2008; 이진희, 2002; 임지영, 2006)에서 사용되었던 척도들을 연구의 목적에 따라 수정 보완하여 총 32문항으로 구성하였다. 모자 착용실태에 관한 10문항과 선호도에 관한 5문항은 선다형으로, 모자제품의 만족도 알아보기 위한 10문항과 불만족도를 알아보기 위한 7문항은 5점 리커트 척도로 측정하였다. 그리고 인구통계학적 특성으로는 성별, 연령, 거주지의 문항으로 구성하였다(표 1).

3. 자료분석

본 연구의 자료분석은 SPSS 12.0 프로그램을 사용

<표 1> 조사대상자의 인구통계학적 분포 (n=395)

속 성	구 분	n	%
성 별	남	168	42.5
	여	227	57.5
거주지	서울	105	26.6
	수도권 도시	288	72.9
연 령	20~29세	103	26.1
	30~39세	94	23.8
	40~49세	81	20.5
	50세 이상	117	29.6

하였으며, 분석기법으로는 빈도, 백분율, 평균, 표준오차, 교차분석, t-test, 일원분산분석 통계처리를 통해 이루어졌다. 사후분석으로는 Duncan-test를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 모자제품 착용현황

소비자들의 모자 착용빈도, 착용용도, 착용목적, 미착용 이유, 구매 후 폐기하기까지의 기간과 이유 등 모자제품의 착용현황을 알아보기 위하여 빈도분석을 하였다(표 2). 소비자들은 대부분 월 1회 이하(42.0%, n=166) 정도 모자를 착용한다고 응답하였으며, 주 1회 이상(28.9%, n=114)의 착용도 비교적 높게 나타났다. 소비자의 모자 착용용도는 외출할 때(39.2%, n=155), 운동할 때(25.8%, n=102), 여행할 때(23.8%, n=94)의 순으로 나타났다. 모자의 착용목적에 대하여 알아본 결과는 대부분 멋으로(35.3%, n=136) 혹은 햇볕차단용(33.0%, n=127)으로 모자를 착용하고 있었으며, 이는 유현정, 김민자(2006)의 20세기 이후 여성 모자의 조형성에 관한 연구에서처럼 현대 모자는 20세기 후반으로 갈수록 차광, 보온 등의 기능적인 측면은 여전히 유지되고 있으나 개인의 개성 표현의 의미는 점차 증가되어 왔다는 결론과 일치한다. 또한, 김영자(1983)의 현대 여자모자에 관한 연구에서 1976년에 실시한 20대에서 50대 여성을 대상으로 모자 선호도를 조사한 통계자료를 보면 매력적인 옷차림으로(11.4%) 보다 방한 방서의 기능적인 목적(64.1%)이 더 높게 나타나 시대가 변함에 따라 모자 착용의 주 목적 또한 기능적 면에서 개성적인 표현으로 변해왔다는 것을 알 수 있다.

소비자의 모자 미착용 이유로는 머리 모양이 흐트러져서(26.3%, n=104), 쓸 필요를 못 느껴서(23.3%, n=92), 본인과 안 어울릴 것 같아서(15.9%, n=63)의 순으로 나타났다. 또한 모자제품을 구입한 후, 폐기하기까지의 기간은 2-3년 미만(22.3%, n=88)과 3-4년(20.3%, n=80)으로 보통 2-4년 정도를 착용하거나 소지하는 것으로 보이며, 더 이상 착용하지 않는 이유는 유행이 지나서(32.3%, n=127), 낡아서(25.2%, n=99), 마음에 들지 않아서(24.7%, n=97) 순으로 나타났다. 이 결과로 모자라는 액세서리는 유행에 민감한 아이템인 것을 설명해 줄 수 있다.

<표 2> 모자의 착용현황

	구 분	n	%
착용빈도	주 1회 이상	114	28.9
	월 1회 이하	166	42.0
	거의 미착용	86	21.8
	거의 매일	29	7.3
	Total	395	100.0
착용목적	멋으로	136	35.3
	햇볕차단	127	33.0
	머리 손질(머리 슷, 머리 청결 등)	71	18.4
	방한용	38	9.9
	기 타	9	2.3
	안 전	4	1.0
	Total	385	100.0
미착용 이유	머리 모양이 흐트러져서	104	32.0
	쓸 필요를 못 느껴서	92	28.3
	본인과 안 어울릴 것 같아	63	19.4
	불편해서	42	12.9
	기 타	14	4.3
	다른 사람의 시선 때문에	7	2.2
	알레르기가 생겨서	3	0.9
	Total	325	100.0

무응답은 제외하였음.

2. 소비자의 모자제품 선호도

소비자들이 가장 선호하는 모자제품의 디자인, 소재, 색의 밝기, 색상, 착용 선호 계절에 대하여 알아본 결과<표 3>, 선호하는 디자인으로는 야구모자(55%, n=204)가 가장 많이 나타났고, 클로셰(12.7%, n=47), 썬캡(10%, n=37) 순으로 나타났다. 가장 선호하는 소재로는 우븐(68.9%, n=244)으로 나타났으며, 니트소재(15.3%, n=54)가 그 다음을 이었다. 색의 밝기에 대한 선호도 질문에 무채색(75.2%, n=294)을, 선호 색상에 대한 질문에는 블랙(29.5%, n=116)과 흰색(14%, n=55)을 가장 선호한다고 답하였다. 많은 모자 소비자들은 계절에 상관없이(49.5%, n=190) 모자를 착용하고 있으며 다음으로 차광기능이 필요한 여름(33.6%, n=129)에 사용한다고 응답하였다. 김영자(1983)의 1976년에 실시한 20대에서 50대 여성을 대상으로 모자 선호도를 조사한 통계자료에서 도출된 결과와 비교해 보면 디자인은 클로셰(26.6%) 형태를 가장 선호하여 본 논문의 통계결과와 다르게 나타나 디자인 면에서는 시대적인 차이를 보였다. 그러나 소재 면에서는 니트(39.7%)와

우븐(35.4%)의 순으로, 색상 면에서는 갈색(20%), 흑색(19.3%), 흰색(19%)의 순으로 응답하여 전체적으로 볼 때 70년대나 현재나 모자는 의복과 무난하게 어울릴 수 있는 소재와 무채색을 선호하여 시대적인 차이가 별로 생기지 않았음을 알 수 있었다.

3. 소비자의 모자제품 만족/불만족도

모자제품에 대한 소비자들의 만족도와 불만족도를 알아본 결과<표 4>, 색상(M=3.50), 소유한 의류와의 조화(M=3.47), 착용감(M=3.44)과 디자인(M=3.44) 순으로 만족하였으며, 세탁 후 변형(M=3.34), 세탁보관 및 관리의 어려움(M=3.22), 색상변형(M=3.07) 순으로 불만족을 나타내었다.

4. 인구통계학적 특성에 따른 모자 착용현황 차이

연령대에 따른 모자 착용현황 차이: 모자 소비자의 연령대에 따라 착용빈도, 착용용도, 착용목적, 미착용 이유, 구매 후 폐기하기까지의 기간과 이유 등 착용현

<표 3> 모자제품의 선호도

디자인	n(%)	소재	n(%)	색박기	n(%)	색상	n(%)	계절	n(%)
야구모자	204(55.0)	우븐	244(68.9)	무채색	294(75.2)	블랙	116(29.5)	무상관	190(49.5)
클로셰	47(12.7)	니트	54(15.3)	파스텔색	56(14.3)	흰색	55(14.0)	여름	129(33.6)
션캡	37(10.0)	밀짚	18(5.1)	원색	24(6.1)	남색	39(9.9)	겨울	57(14.8)
비니	25(6.7)	플라스틱	15(4.2)	혼합색	17(4.3)	베이지	37(9.4)	가을	6(1.6)
베레모	18(4.9)	모피	8(2.3)			브라운	32(8.1)	봄	2(0.5)
헌팅캡	15(4.0)	가죽	7(2.0)			핑크	25(6.4)		
중절모	14(3.8)	기타	6(1.7)			회색	21(5.3)		
캐플린	11(3.0)	펠트	2(0.6)			파랑	16(4.1)		
기타	0(0.0)					보라	11(2.8)		
						노랑	7(1.8)		
						초록	4(1.0)		
						주황	3(0.8)		
						빨강	2.7(0.69)		
Total	371(100.0)	Total	354(100.0)	Total	391(100.0)	Total	393(100.0)	Total	384(100.0)

무응답은 제외하였음.

<표 4> 소비자의 모자제품 만족도/불만족도

	순위		평균	표준편차
만족도	1	색상	3.50	.69
	2	소유한 의류와 조화	3.47	.69
	3	착용감	3.44	.72
	4	디자인	3.44	.75
	5	품질	3.36	.66
	6	소재	3.31	.67
	7	가격	3.18	.70
	8	유행	3.18	.75
	9	세탁 및 관리	2.95	.79
	10	서비스	2.84	.80
불만족도	1	세탁 후 변형	3.34	.86
	2	세탁, 보관 및 관리의 어려움	3.22	.84
	3	색상변형	3.07	.87
	4	봉제불량	2.82	.76
	5	정전기 발생	2.82	.82
	6	자외선 차단	2.80	.83
	7	보온성	2.77	.79

*5점 리커트 척도 평균값

항에 차이가 있는지 알아보기 위하여 카이 제곱 검정을 한 결과<표 5>, 착용빈도($\chi^2(df=9)=25.31, p<.01$), 목적($\chi^2(df=15)=89.10, p<.001$), 시점($\chi^2(df=15)=57.07, p<.001$)에서만 유의한 상관관계를 가지고 있었다. 10대와 50대는 모자를 주 1회에서 월 1회 이하 정도로 착

용하는데 반해 30대와 40대는 월 1회 이하 혹은 거의 착용하지 않는 것으로 나타났다. 또한 젊은 연령대일수록 멋을 내기 위한 수단으로 외출할 때나 여행 시 모자를 착용하고 있으며, 연령대가 높을수록 햇볕차단을 위해서 운동할 때나 외출 시 더 많이 착용하고

있는 것으로 나타났다.

성별에 따른 모자 착용현황 차이: 모자 소비자의 성별

에 따른 착용현황에 차이가 있는지 알아보기 위하여 카이 제곱 검정을 한 결과 <표 6>, 착용시점($\chi^2(df=5)=12.21$,

<표 5> 연령대에 따른 모자 착용현황 차이

		20대	30대	40대	50대	Total	χ^2 값
착용빈도	거의 매일	8(7.8)	3(3.2)	3(3.7)	15(12.8)	29(7.3)	25.31**
	주 1회 이상	38(36.9)	24(25.5)	15(18.5)	37(31.6)	114(28.9)	
	월 1회 이하	45(43.7)	41(43.6)	40(49.4)	40(34.2)	166(42.0)	
	거의 미착용	12(11.7)	26(27.7)	23(28.4)	25(21.4)	86(21.8)	
	Total	103(100.0)	94(100.0)	81(100.0)	117(100.0)	395(100.0)	
착용목적	멋으로	49(49.0)	36(38.7)	23(29.5)	28(24.6)	136(35.3)	89.10***
	방한용	1(1.0)	3(3.2)	12(15.4)	22(19.3)	38(9.9)	
	햇볕차단	9(9.0)	39(41.9)	29(37.2)	50(43.9)	127(33.0)	
	머리 손질	37(37.0)	12(12.9)	11(14.1)	11(9.6)	71(18.4)	
	안 전	0(0.0)	2(2.2)	1(1.3)	1(0.9)	4(1.0)	
	기 타	4(4.0)	1(1.1)	2(2.6)	2(1.8)	9(2.3)	
	Total	100(100.0)	93(100.0)	78(100.0)	114(100.0)	385(100.0)	
착용시점	외출할 때	67(66.3)	36(38.7)	21(27.3)	31(27.4)	115(40.4)	57.07***
	여행할 때	16(15.8)	30(32.3)	21(27.3)	27(23.9)	94(24.5)	
	운동할 때	9(8.9)	20(21.5)	29(37.7)	44(38.9)	102(26.6)	
	가정에서	1(1.0)	1(1.1)	0(0.0)	1(0.9)	3(0.8)	
	유니폼 착용 시	1(1.0)	1(1.1)	1(1.3)	4(3.5)	7(1.8)	
	기 타	7(6.9)	5(5.4)	5(6.5)	6(5.3)	23(6.0)	
	Total	101(100.0)	93(100.0)	77(100.0)	113(100.0)	384(100.0)	

** $p<.01$, *** $p<.001$

<표 6> 성별에 따른 모자 착용현황 차이

		남	여	Total	χ^2 값
착용시점	외출할 때	65(39.9)	90(40.7)	155(40.4)	12.21*
	여행할 때	33(20.2)	61(27.6)	94(24.5)	
	운동할 때	42(25.8)	60(27.1)	102(26.6)	
	가정에서	2(3.4)	1(1.0)	3(2.0)	
	유니폼 착용 시	5(3.1)	2(0.9)	7(1.8)	
	기 타	16(9.8)	7(3.3)	23(6.0)	
	Total	163(100.0)	221(100.0)	384(100.0)	
폐기기간	1년 미만	5(3.0)	4(1.8)	9(2.3)	21.31*
	1-2년 미만	24(14.5)	12(5.4)	36(9.3)	
	2-3년 미만	46(27.9)	42(18.8)	88(22.7)	
	3-4년 미만	23(13.9)	57(25.6)	80(20.6)	
	4-5년 미만	19(11.5)	32(14.3)	51(13.1)	
	5-6년 미만	12(7.3)	19(8.5)	31(8.0)	
	6-7년 미만	6(3.6)	9(4.0)	15(3.9)	
	7-8년 미만	8(4.8)	9(4.0)	17(4.4)	
	8-9년 미만	2(1.2)	4(1.8)	6(1.5)	
	9-10년 미만	3(1.8)	8(3.6)	11(2.8)	
10년 이상	17(10.3)	27(12.1)	44(11.3)		
Total	165(100.0)	223(100.0)	388(100.0)		

* $p<.05$

$p<.05$)과 폐기기간($\chi^2(df=10)=21.31, p<.05$)에서만 유의한 차이를 보였다. 남성은 외출 시나 운동할 때에 모자를 많이 착용하며, 여성은 외출할 때 주로 많이 착용하나 여행 시나 운동 시에도 많이 착용하는 것으로 나타났다. 또한 폐기기간에 있어서는 남성은 모자를 1-4년, 여성은 2-5년 동안 사용하고 폐기하는 것으로 여성이 남성보다 조금 더 길게 보유하고 사용하는 것으로 나타났다.

5. 인구통계학적 특성에 따른 모자 선호도 차이

연령대에 따른 모자 선호도 차이: 연령대에 따라 모자의 선호도의 차이가 있는지 알아보기 위해 카이 검증을 실시한 결과 <표 7>, 선호 디자인($\chi^2(df=21)=69.02, p<.001$), 색상($\chi^2(df=36)=58.10, p<.001$), 소재($\chi^2(df=21)=44.59, p<.01$), 착용계절($\chi^2(df=12)=25.64, p<.01$)에 있어서 유의한 결과를 나타내었다. 디자인에 있어서는 젊은 연령대일수록 야구모자를 편중되게 선호하고 있었으며, 높은 연령대일수록 야구모자와 함께 클로셰나 썬캡을 골고루 선호하고 있었다. 이는 이진희(2002)의 20대 남녀 대학생의 선호 디자인이 일반적이면서 캐주얼 웨어에 쉽게 어울릴 수 있는 야구모자를 대부분(65.8%) 선호하는 것으로 나타난 연구결과와 유사하다. 색상에 있어서는 젊은 연령대는 블랙을 대부분 선호하고 있으며, 50대 이상은 블랙뿐만 아니라 흰색, 베이지, 브라운, 핑크를 비슷한 수준으로 선호하는 것으로 나타났다. 착용 선호 계절에 있어서는 모든 연령대에서 계절에 상관없이 착용하고 있거나 여름철에 자주 착용하고 있지만, 50대 이상의 연령대에서 겨울철에도 높은 비율로 나타난 것은 건강상의 이유로 방한용으로 많이 착용하고 있는 것으로 사료된다.

성별에 따른 모자 선호도 차이: 성별에 따라 모자 선호도에 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 한 결과 <표 8>, 소재($\chi^2(df=7)=15.39, p<.05$), 디자인($\chi^2(df=7)=56.60, p<.001$), 색상($\chi^2(df=12)=32.93, p<.001$), 색의 톤($\chi^2(df=3)=13.55, p<.01$), 선호 착용계절($\chi^2(df=4)=14.74, p<.01$)에서 유의한 결과를 나타내었다. 남성이 선호하는 모자 디자인은 야구모자, 비니, 페도라 순으로 나타난 것에 비해, 여성은 야구모자, 클로셰, 썬캡의 순으로 선호하였다. 색상으로는 남성은 블랙, 남색계열, 흰색 순에 비해 여성은 블랙, 흰색, 베이지 순으로 나타났다. 색의 밝기로는 남성, 여성 모두 무채색을 선호하고 있지만 남성은 다음으로 강한 원색을 여성

은 부드러운 파스텔을 선호하는 것으로 나타났다.

6. 인구통계학적 특성에 따른 모자제품 만족/불만족 차이

연령대에 따른 모자제품 만족/불만족 차이: 연령에 따른 모자제품 만족/불만족 차이를 살펴보기 위하여 일원분산분석(ANOVA)과 Duncan-test를 실시한 결과는 <표 9>와 같다. 분석결과 만족 요인별 차이에서는 색상($F=3.33, p<.05$), 소유한 옷과의 조화($F=3.08, p<.05$)와 디자인($F=5.22, p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 다중 비교결과 젊은 연령대보다 50대 이상일수록 색상, 다른 옷과의 조화, 디자인 면에서 높은 만족도를 나타내고 있었다. 불만족 요인별 차이에서는 자외선 차단($F=3.74, p<.01$)에서 유의한 결과가 나타났다. 40대가 자외선 차단에 많은 불만족을 표시하였으며 50대 이상도 비교적 높은 불만족을 표시하였다. 자외선 차단 기능에 민감한 40대 이상을 타깃으로 모자를 생산할 때는 불만족한 요인을 보완하는 방안 마련에 더욱 주력해야 할 것이다.

성별에 따른 모자제품 만족/불만족 차이: 성별에 따른 모자제품 만족과 불만족 차이를 살펴보기 위하여 t 분석을 실시한 결과, 만족 요인에는 별 차이는 없었으나 불만족 요인에 차이를 보였다(표 10). 성별에 따른 불만족 요인 중 색상변형($t=2.01, p<.05$)과 봉제불량($t=3.01, p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 여성은 남성보다 색상변화와 봉제상태에 더욱 만족하지 않는 것으로 나타나, 여성층을 타깃으로 모자를 생산하는 업체는 불만족한 요인을 보완하는 방안 마련에 더욱 주력해야 할 것이다.

V. 결 론

본 연구는 우리나라의 액세서리 시장과 함께 꾸준히 증가하고 있는 모자 산업체에 상품개발의 기초자료를 제공하기 위하여 20대에서 50대 이상의 남녀를 대상으로 모자 착용실태, 디자인 선호도와 제품 만족도에 대해 조사하고 분석하였다. 그 결과는 다음과 같다.

1. 응답자들은 모자를 월 1회 정도 착용하며 일상 외출 할 때의 용도로 많이 사용하고 있었다. 멋을 위한 목적으로 가장 많이 착용하나 머리 모양이 흐트러지는 것이 싫어서 모자를 착용하는 것을 꺼리는 것으로 나타났다. 또한 모자제품을 구입 후 폐기까지의 기간은 2-3년 정도 걸리며 폐기이유는 유행이 지났기 때문이라는 답변이 가장 많았다.

<표 7> 연령대에 따른 모자 선호도

		20대	30대	40대	50대	Total	χ^2 값
소 재	우 분	72(78.3)	55(61.2)	50(71.4)	67(65.7)	244(68.9)	44.59**
	니 트	15(16.3)	20(22.2)	11(15.7)	8(7.8)	54(15.3)	
	밀 쥘	1(1.1)	8(8.9)	2(2.9)	7(6.9)	18(5.1)	
	가 족	1(1.1)	4(4.4)	2(2.9)	0(0.0)	7(2.0)	
	모 피	1(1.1)	1(1.1)	1(1.4)	5(4.9)	8(2.3)	
	펠 트	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(2.0)	2(0.6)	
	신소재	1(1.1)	1(1.1)	4(5.7)	9(8.8)	15(4.2)	
	기 타	1(1.1)	1(1.1)	0(0.0)	4(3.9)	6(1.7)	
	Total	92(100.0)	90(100.0)	70(100.0)	102(100.0)	354(100.0)	
디자인	야구모자	67(67.7)	59(65.6)	44(58.7)	34(31.8)	204(55.0)	89.02***
	베레모	6(6.1)	5(5.6)	4(5.3)	3(2.8)	18(4.9)	
	헌팅캡	2(2.0)	4(4.4)	0(0.0)	9(8.4)	15(4.0)	
	클로쉐	5(5.1)	8(8.9)	10(13.3)	24(22.4)	47(12.7)	
	션 캡	2(2.0)	6(6.7)	9(12.0)	20(18.7)	37(10.0)	
	캐플린햇	0(0.0)	2(2.2)	3(4.0)	6(5.6)	11(3.0)	
	비 니	16(16.2)	3(3.3)	4(5.3)	2(1.9)	25(6.7)	
	중절모	1(1.0)	3(3.3)	1(1.3)	9(8.4)	14(3.8)	
	기 타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
Total	99(100.0)	90(100.0)	75(100.0)	107(100.0)	371(100.0)		
색 상	빨강계열	10(9.8)	4(4.3)	5(6.2)	8(6.9)	27(6.9)	58.10**
	주황계열	1(1.0)	1(1.1)	0(0.0)	1(0.9)	3(0.8)	
	노랑계열	1(1.0)	2(2.1)	3(3.7)	1(0.9)	7(1.8)	
	초록계열	0(0.0)	1(1.1)	3(3.7)	0(0.0)	4(1.0)	
	파랑계열	4(3.9)	6(6.4)	1(1.2)	5(4.3)	16(4.1)	
	남색계열	16(15.7)	6(6.4)	10(12.3)	7(6.0)	39(9.9)	
	보라계열	1(1.0)	0(0.0)	3(3.7)	7(6.0)	11(2.8)	
	핑크계열	7(6.9)	3(3.2)	3(3.7)	12(10.3)	25(6.4)	
	브라운계열	5(4.9)	5(5.3)	8(9.9)	14(12.1)	32(8.1)	
	베이지계열	9(8.8)	8(8.5)	5(6.2)	15(12.9)	37(9.4)	
	흰 색	9(8.8)	14(14.9)	13(16.0)	19(16.4)	55(14.0)	
	회색계열	7(6.9)	6(6.4)	2(2.5)	6(5.2)	21(5.3)	
블 랙	32(31.4)	38(40.4)	25(30.9)	21(18.1)	116(29.5)		
Total	102(100.0)	94(100.0)	81(100.0)	116(100.0)	393(100.0)		
계 절	봄	0(0.0)	1(1.1)	1(1.3)	0(0.0)	2(0.5)	25.64**
	여 름	21(20.8)	35(37.2)	34(43.6)	39(35.1)	129(33.6)	
	가 을	2(2.0)	1(1.1)	0(0.0)	3(2.7)	6(1.6)	
	겨 울	11(10.9)	11(11.7)	12(15.4)	23(20.7)	57(14.8)	
	계절에 상관없이	67(66.3)	46(48.9)	31(39.7)	46(41.4)	190(49.5)	
Total	101(100.0)	94(100.0)	78(100.0)	111(100.0)	384(100.0)		

** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 8> 성별에 따른 모자 선호도

		남	여	Total	χ^2 값
소재	우븐	114(76.5)	130(63.4)	244(68.9)	15.39*
	니트	17(11.4)	37(18.0)	54(15.3)	
	밀짚	4(2.7)	14(6.8)	18(5.1)	
	가죽	5(3.4)	2(1.0)	7(2.0)	
	모피	3(2.0)	5(2.4)	8(2.3)	
	펠트	1(0.7)	1(0.5)	2(0.6)	
	신소재	2(1.3)	13(6.3)	15(4.2)	
	기타	3(2.0)	3(1.5)	6(1.7)	
	Total	149(100.0)	205(100.0)	354(100.0)	
디자인	야구모자	103(66.0)	101(47.0)	204(55.0)	56.60***
	베레모	4(2.6)	14(6.5)	18(4.9)	
	헌팅캡	7(4.5)	8(3.7)	15(4.0)	
	클로쉐	8(5.1)	39(18.1)	47(12.7)	
	션캡	4(2.6)	33(15.3)	37(10.0)	
	캐플린햇	2(1.3)	9(4.2)	11(3.0)	
	비니	15(9.6)	10(4.7)	25(6.7)	
	페도라	13(8.3)	1(0.5)	14(3.8)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
Total	156(100.0)	215(100.0)	371(100.0)		
톤	무채색	133(80.1)	161(71.6)	294(75.2)	13.55**
	파스텔	12(7.2)	44(19.6)	56(14.3)	
	원색	14(8.4)	10(4.4)	24(6.1)	
	혼합색	7(4.2)	10(4.4)	17(4.3)	
	Total	166(100.0)	225(100.0)	391(100.0)	
색상	빨강계열	11(6.6)	16(7.1)	27(6.9)	32.93***
	주황계열	1(0.6)	2(0.9)	3(0.8)	
	노랑계열	3(1.8)	4(1.8)	7(1.8)	
	초록계열	2(1.2)	2(0.9)	4(1.0)	
	파랑계열	11(6.6)	5(2.2)	16(4.1)	
	남색계열	25(15.0)	14(6.2)	39(9.9)	
	보라계열	2(1.2)	9(4.0)	11(2.8)	
	핑크계열	2(1.2)	23(10.2)	25(6.4)	
	브라운계열	12(7.2)	20(8.8)	32(8.1)	
	베이지계열	10(6.0)	27(11.9)	37(9.4)	
	흰색	22(13.2)	33(14.6)	55(14.0)	
	회색계열	10(6.0)	11(4.9)	21(5.0)	
	블랙	56(33.5)	60(26.5)	116(29.5)	
Total	167(100.0)	226(100.0)	393(100.0)		
계절	봄	0(0.0)	2(0.9)	2(0.5)	14.74**
	여름	41(25.3)	88(39.6)	129(33.6)	
	가을	4(2.5)	2(0.9)	6(1.6)	
	겨울	21(13.0)	36(16.2)	57(14.8)	
	계절에 상관없이	96(59.3)	94(42.3)	190(49.5)	
	Total	162(100.0)	222(100.0)	384(100.0)	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 9> 연령대에 따른 모자제품 만족/불만족 요인별 차이

		20대	30대	40대	50대	F 값
만족도	색 상	36.5 ^a B ^b	3.47 AB	3.53 AB	3.36 A	3.33*
	소유한 의류와 조화	3.60 B	3.53 AB	3.43 AB	3.33 A	3.08*
	착용감	3.60	3.35	3.41	3.39	2.41
	디자인	3.65 B	3.33 AB	3.51 A	3.29 A	5.22**
	품 질	3.33	3.40	3.38	3.33	.28
	소 재	3.27	3.36	3.37	3.28	.60
	가 격	3.23	3.16	3.18	3.14	.26
	유 행	3.32	3.23	3.11	3.06	2.43
	세탁 및 관리	2.94	2.88	3.01	2.96	.40
	서비스	2.84	2.91	2.91	2.73	1.09
불만족도	세탁 후 변형	3.49	3.20	3.43	3.26	2.36
	세탁, 보관 및 관리의 어려움	3.23	3.18	3.26	3.22	.12
	색상변형	3.23	3.00	3.11	2.96	1.90
	봉제불량	2.82	2.77	2.93	2.79	.69
	정전기 발생	2.78	2.73	3.00	2.81	1.74
	자외선 차단	2.64 AB	2.69 AB	2.99 C	2.80 BC	3.74**
	보온성	2.71	2.69	2.89	2.81	1.10

*p<.05, **p<.01

^a5점 리커트 척도 평균값

^bDuncan-test 결과를 문자로 표시한 것.

<표 10> 성별에 따른 모자제품 불만족 요인별 차이

		성 별	n	평 균	표준편차	r 값
세탁 후 변형	남		164	3.38 ^a	.86	.82
	여		225	3.31	.86	
세탁, 보관 및 관리의 어려움	남		164	3.15	.83	-1.38
	여		224	3.27	.85	
색상변형	남		165	3.18	.88	.01*
	여		225	3.00	.86	
봉제불량	남		165	2.96	.88	.01**
	여		223	2.72	.65	
정전기 발생	남		165	2.81	.84	-.34
	여		224	2.83	.81	
자외선 차단	남		165	2.85	.89	.95
	여		223	2.77	.78	
보온성	남		165	2.80	.86	.62
	여		219	2.75	.73	

*p<.05, **p<.01

^a5점 리커트 척도 평균값

2. 소비자들은 야구모자를 가장 선호하고 있었으며 계절에 상관없이 착용하며 우븐으로 된 소재, 그리고 무채색과 블랙 색상을 가장 선호 하였다.

3. 소비자들의 만족도는 색상에서 가장 높았으며 친절, 배달, 교환, 수선 등 구매 전후의 서비스가 가장 낮게 나타났다. 불만족 정도는 세탁 후 변형이 가장 높았으며 보온성이 가장 낮았다.

4. 10대와 50대가 3, 40대보다 모자를 더 애용하고 있으며, 연령이 낮을수록 모자를 개성적인 패션 아이템 수단으로 착용하고 연령이 높을수록 햇빛차단이나 방한용 기능적인 수단으로 사용하고 있었다. 여성은 남성보다 1-2년 정도 더 오래 사용하고 보유하는 것으로 나타났다.

5. 젊은 연령대일수록 야구모자를 편중되게 선호하고 있었으며 높은 연령대일수록 야구모자와 함께 클로셰나 썬캡을 골고루 선호하고 있었다. 연령이 높을수록 소재에 있어서도 우븐이나 니트 외의 다양한 소재를 선호하였다. 색상 또한 젊은 연령대는 블랙을 대부분 선호하고 있으며 50대 이상은 블랙뿐만 아니라 흰색, 베이지, 브라운, 핑크를 비슷한 수준으로 선호하는 것으로 나타났다. 남성은 야구모자, 비니, 페도라를, 여성은 야구모자, 클로셰, 썬캡을 즐겨 착용하며 남녀 모두 무채색을 선호하나 남성은 강한 원색 톤을 여성은 부드러운 파스텔 톤을 선호하였다.

6. 여성은 남성보다 색상변화와 붕제상태에 더욱 불만족한 것으로 나타났으며, 연령대가 높을수록 색상, 다른 옷과의 조화, 디자인 면에서 높은 만족도를 나타내고 있었으며 자외선 차단 면에서 불만족을 표시하였다.

모자는 개성과 다양한 토털 패션을 완성하게 해주는 패션 아이템으로 앞으로도 그 관심이 증대될 것으로 보인다. 본 연구에서는 서울과 수도권 대도시의 20대에서 50대까지 선행에서 다루지 않았던 다양한 연령대를 표집대상으로 모자의 착용현황 및 소비자 행동에 대하여 연구하였다. 그런데, 모자 아이템은 패션과 함께 변화해 가는 유행성이 강한 액세서리이기 때문에 유행에 덜 민감한 지방의 모자 착용현황과는 차별되어야 하는 본 연구의 한계점이 있으며, 시대에 따라 모자 소비자의 행동 변화를 계속적으로 후속조사 하여야 할 것이다.

참고문헌

광업 제조업 통계조사[산업별]. (2003). 통계청. 자료검색일 2008, 10. 28, 자료출처 <http://www.nso.go.kr>

- 김경희. (1990). *여성용 모자에 관한 연구*. 원광대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김영자. (1983). 현대 여자 모자에 관한 연구. *복식*, 7, 57-69.
- 김은실, 배수정. (2005). 현대 패션에 나타난 모자 디자인의 경향에 관한 연구. *복식*, 55(3), 108-121.
- 노혜은. (1995). 모자에술2. *한국여성교양학회*, 2(1), 1-36.
- 박기민, 남용호, 김은미, 김태홍. (2006). 자외선 차단 모자의 자외선 차단 능력 평가. *대한피부과학회지*, 44(1), 28-34.
- 박혜경. (1990). *모자에 활용된 섬유재에 관한 연구*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 빈경아. (2008). *여성 소비자들의 모자 구매행동에 관한 질적 연구*. 성균관대학교 대학원 석사학위 논문.
- 서정희. (2000). *Millinery Design의 특성과 시대적 배경에 관한 연구*. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 시도/산업 분류별 출하액, 생산액, 부가가치 및 주요생산비. (2008). 통계청. 자료검색일 2008, 10. 28, 자료출처 <http://www.nso.go.kr>
- 유현정, 김민자. (2006). 20세기 이후 여성 모자의 조형성에 관한 연구. *복식*, 56(9), 50-65.
- 안영실, 서미아. (2004). 모자 제작을 위한 여자 머리계측에 관한 연구. *복식문화연구*, 12(5), 743-756.
- 이선영, 김득숙. (1990). 서양여성의 머리 형태와 모자에 관한 고찰. *가정학연구*, 6, 37-54.
- 이진희. (2002). 대학생의 모자 치수 인지도 및 선호 디자인에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 11(3), 301-306.
- 이진희, 도윤희. (2003). 모자업체의 유형별 치수체계에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 12(4), 571-578.
- 인터뷰 천순임 '루이엘' 대표. (2006, 11. 22). *한국섬유신문*. 자료검색일 2008, 5. 4, 자료출처 <http://www.ktnews.co.kr>
- 임지영. (2006). 연령대에 따른 여성의 청바지 착용실태조사. *의류산업학회지*, 8(4), 413-419.
- 정혜선, 강경자. (2004). 헤어스타일 길이와 모자유형이 인상에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 28(3/4), 460-471.
- 정혜선, 강경자, 정수진. (2006). 패션 컬렉션에 나타난 모자와 의복의 조형성에 따른 이미지 평가. *한국생활과학회지*, 15(6), 1049-1062.
- 패션업체 액세서리가 매출 효과. (2006, 9. 4). *서울경제신문*, p. 19.
- 08년 5월 수출입동향 자료. (2008). *섬유산업연합회*. 자료검색일 2008, 10. 29, 자료출처 <http://www.textopia.or.kr>
- Diffey, B. L., & Cheeseman, J. (1992). Sun protection with hats. *British Journal of Dermatology*, 127(1), 10-12.
- Hopkins, S. (1999). *The century of hats*. Edison: Chartwell Books, Inc.
- Remiasz, S. V. (1990). *Hats* (2nd ed.). Evergreen Park: Hat tree studio.
- Stall-Meadows, C. (2004). *Know your fashion accessories*. New York: Fairchild Publications, Inc.