

알러지 인식과 알러지 방지 침구 구매 행동

신 정 재·박 명 자**

한양대학교 대학원 의류학과 석사·한양대학교 생활과학대학 의류학과 교수**

Allergy Recognition and Purchase Behavior for Anti-allergy Bedding Products

Jung-Jae Shin·Myung-Ja Park**

Master, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University**

(2013. 9. 13. 접수; 2013. 10. 31. 수정; 2013. 11. 7. 채택)

Abstract

Collection of data for this study was conducted by 271 questionnaire responded by the consumers of purchasing anti-allergy bedding products, and analysed statistically using SPSS. Research results through the questionnaire, it was determined to be the cause of allergic disease consumers most house dust mites. Recognition and recognition of house dust mite habitat, bedding called the most recognized. The anti-allergic bedding purchase motives and intelligence recommendations salesman recommendations and store display products that have the greatest impact. Highly educated respondents were more important role in the salesperson's recommendations and famous brand awareness to purchase. Higher income level of the respondents buy anti-allergic bedding for allergy symptoms allergy preventive and mitigation efforts. Quality ratings sewing, color, laundry management was more important in women than in men. The ages 20 to 30 showed that respondents think that more important than plush and brand. More than 40, laundry convenience is more important. Sewing and laundry management respondents of high school or less. Properties for the anti-allergic bedding satisfaction in women than in men, laundry, storage convenience, to prevent dust skimp on the effects of satisfaction was convenient. 30-40s for light weight than satisfaction, high durability and anti-allergic effect on satisfaction was higher than 20 respondents more than 50 respondents. Than 20 respondents more than 40 respondents also appeared to be more about the durability that meets. Anti-allergic bedding was soft to the touch, warmth, dust Blow out prevention effects, anti-allergic performance satisfaction of the properties has a positive effect on repurchase intent. It were also identified as important anti-allergic bedding inclined to the performance of a soft feel and anti-allergic recommended.

Key Words: Recognition(인식), Anti-allergy(알러지방지), Bedding products(침구류), Purchase behavior(구매행동)

I. 서 론

경제성장과 더불어 사회가 다양해지면서 자

연·사회적 환경 요인에 의하여 피부 질환의 유
병률이 점차 증가하고 있는 추세이다. 최근 들
어 아토피 피부염, 비염, 알러지 천식 등의 알러

Corresponding author; Myung-Ja Park

Tel. +82-2-2220-1192, Fax. +82-2-2220-1192

E-mail: mjapark@hanyang.ac.kr

지 질환이 그 예이다. 최근 국회 보도 자료에 따르면 알러지 질환의 진료 환자 수가 2010년 현재 879만 명이며, 진료비는 연간 6,611억 원에 이른다. 현대의 대기 오염이나 주거 환경 등의 변화로 인해 알러지 질환 즉 아토피 피부염, 천식, 알러지 비염 환자의 삶에 미치는 부정적 영향도 적지 않기 때문에 예방 관리가 요구되어지는 상황이다. 아토피 피부염이나 알러지 비염 증상은 유아는 물론 성장 후에도 계속되기 때문에 면역력이 약한 어린이뿐만 아니라 청소년과 노인층까지도 평소에도 관심을 기울이고 예방할 필요가 있다(삼성서울병원 아토피환경보건센터, 2012).

알러지 질환 예방 및 완화를 위해 식이요법이나 약물 치료와 같은 방법이 있지만 평상시 주변 생활환경의 개선 방법이 있다. 예를 들면 인간의 가장 가까운 환경이라고 할 수 있는 의복이나 주거환경의 개선이 알러지 증상을 예방하고 완화하는 데 도움이 된다고 할 수 있다(권준욱, 정성훈, 2009). 주거환경에서 알러지 유발에 직접적인 원인은 집먼지 진드기이고 이것은 주로 침구에 서식하고 있다고 알려져 있다(최정운 외 4인, 2002). 침구는 매일 피로를 회복하여 노동력을 재생하는 취침이 이루어지는 곳으로 현대인들의 쾌적한 수면과 관련되어 매우 중요함에도 불구하고 침구의 집먼지 진드기를 간과해 온 경향이 있다.

침구에 서식하고 있다고 보고된 집먼지진드기가 알러지 질환의 원인으로 관여할 것이라는 것은 1921년 Kern에 의해 제시되었으며, 1989년 Voorhost 외 6인의 집먼지진드기 알레르겐에 관한 연구에서 발표된 이후, 호흡기 알러지 질환과 집먼지진드기의 관계 연구가 진행되어 왔다. 집먼지진드기에 의해 나타나는 알러지에 대한 노출을 감소시키기 위해 가장 중요한 방법은 침구류, 카펫, 가구, 옷 등 알러지 저장소 역할을 하는 곳에 저장된 알레르겐을 없애고 알레르겐 노출을 피하는 것이다. 특히 침구에 있는 집먼지진드기 알레르겐에 대한 노출 회피는 가장 먼저 해야 할 중요한 조치이고, 가장 효과적인 방법이다. 예를 들면 집먼지진드기 알레르겐 성분을 통과하지 못하게 만든 특수 커버를 사용하여 이불, 요, 베개 등과 같은 침구류를 씌우는 것이

다(Tovey & Marks, 1999).

현재 침구 시장에서 시판되는 침구류의 소재는 천연섬유 혹은 천연 염색과 같은 위생적인 소재를 사용하는 것 이외에도 진드기 크기보다는 작은 공극을 가져 진드기의 통과가 불가능하도록 제작된 고밀도 직물로 만들어진 것들이 있다. 이러한 침구는 공극의 크기를 집먼지 진드기의 크기보다 작게 만든 고밀도 특수 직물로 제작되어 성체 및 유충 상태의 진드기의 통과를 불가능하게 함으로써 집먼지 진드기의 알레르겐의 농도를 감소시켜 알러지 원인이 되는 물질을 제거하고자 노력하였다.

향후 대기 오염 등 제반 환경 문제로 인한 알러지 질환자 증가는 계속 될 것이라고 보아지며, 알러지 방지 완화의 일환으로 집먼지 진드기 차단 등 기능성이 요구되는 알러지 방지 침구에 대한 요구가 높아질 것이라고 본다. 그러나 이에 대한 연구가 부족한 실정으므로, 본 연구는 집먼지진드기의 서식을 차단한 고밀도 원단으로 만든 알러지방지 침구에 대한 인식과 구매행동을 파악하고자 한다.

따라서 본 연구의 목적은 알러지방지 침구를 구매한 소비자를 대상으로 알러지 침구소재에 대하여 어떻게 인식하고 있는지를 알아보고, 또한 알러지방지 침구의 구매과정을 파악함으로써 알러지 질환을 관리 예방하기 위한 침구관련 정보를 제공하는 데에 있다. 따라서 본 연구의 구체적 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 소비자의 알러지에 대한 인식을 알아본다. 둘째, 소비자 특성에 따른 알러지방지 침구의 구매행동(구입동기 및 정보원, 품질 중요도, 속성만족도, 재구입의도)를 알아본다. 셋째, 가족 내 알러지 질환자 유무에 따라 침구의 구매 행동(구입동기 및 정보원, 품질 중요도, 속성만족도, 재구입의도)를 알아본다.

II. 문헌 연구

1. 알러지 질환

‘아토피’와 ‘알러지’라는 용어는 20세기 초부

터 사용했으며, ‘아토피’와 ‘알러지’라는 용어는 동일하지는 않지만 거의 같은 의미로 혼용되어 사용되고 있다. 엄밀한 의미에서, 과민반응이 임상적 증상으로 발현되는 경우를 아토피 질환 혹은 알러지 질환으로 부르며, 전통적으로 천식, 알러지 비염, 알러지 결막염, 아토피 피부염 등이 이러한 질환으로 분류되고 있다. 알러지 질환의 원인을 보면 사람의 면역 세포를 자극하는 꽃가루, 먼지, 음식물, 동물의 배설물, 화학 물질, 담배 연기 등의 특정 물질을 꼽을 수 있다. 그러나 알러지 증상을 유발하는 근본 원인은 간단하지는 않고, 생활양식의 변화에서도 기인된다. 즉 가옥구조가 서구화되면서 카펫, 침대 소파 등의 사용 증가로 인해 집안 내 집먼지진드기 등의 원인인 알레르겐 증가가 그 원인이 되는 것이다(삼성서울병원 아토피환경보건센터, 2012).

우리나라에서는 소아 천식질환자가 급격하게 늘고 있으며 여러 알러지성 질병 등이 문제가 되고 있으며, 소아 호흡기 알러지 질환자의 70% 이상과 성인 질환자의 반수에서 집먼지진드기 항원에 대한 알러지 피부 반응 검사에 양성을 보인다(강석영 외 4인, 1984).

어린이와 청소년에게 알러지 반응을 일으키는 원인은 미국형 집먼지진드기, 유럽형 집먼지진드기와 같은 집먼지진드기가 알러지에 가장 큰 영향을 주고 있는 것으로 나타났다(김용순 외 2인, 2002; 김준영 외 11인, 2006; 김지현, 2009; 질병관리본부, 2010). 이렇게 알러지 반응을 일으키는데 가장 큰 원인이 되는 집먼지진드기의 경우 먼지 1 mg을 기준으로 알레르겐이 2 μ g 이상 (집먼지진드기 100마리)이 되면 집먼지진드기에 대한 감각이 시작되며, 알레르겐이 10 μ g 이상 (집먼지진드기 500마리) 이면 천식 증상이 유발된다(Platts-Mills & de Weck, 1989).

우리가 살고 있는 아파트 실내 환경 중 집먼지 진드기가 가장 많이 서식할 수 있는 환경은 침구류이다. 아파트 10가구를 대상으로 침구류와 실내공기 먼지중의 집먼지진드기의 농도를 조사 연구한 결과, 진드기의 국제 Workshop (1992년) 권고치인 2,000 ng/g 이하 (100마리/gm) 보다 대부분 높게 나타났다. 또한 다른 연구에서는 아토피가 있는 자녀의 가구와 없는 가구를

대상으로 집먼지진드기를 측정 한 결과, 아토피가 있는 가정의 경우 집먼지 진드기의 농도가 아토피가 없는 가정의 경우보다 높게 나왔으며 권고치를 초과하는 것으로 나타났다(임용순 외 2인, 2002; 오영환, 2005; 김성호 외 7인; 권준욱, 정성훈, 2009; 권병철 외 8인, 2005; 손장열 외 2인, 2006).

이와 같은 집먼지 진드기는 우리 생활 환경에서 수면을 취하기 위해 장시간 머무는 침구류로부터 가장 많이 검출된 만큼, 사람들이 흡입할 가능성이 가장 큰 것이 침구이다. 만약 집먼지진드기의 습성 및 생태를 잘 이용하여 집안 환경 관리를 효과적으로 잘 하면 집안내의 진드기 수효를 10배 이상 감소시킬 수 있을 것이다. 진드기 수효의 감소는 집먼지진드기에 의한 알러지 발생을 예방하고 질환자의 증상을 호전시킬 수 있다고 본다고 하였다(Konishi & Uehara, 1994).

2. 알러지 환자들을 위한 증상완화 관련 섬유소재 연구

최근 알러지 질환이 급격히 증가하고 있으며 우리나라뿐만 아니라 전 세계적인 문제로 대두되고 있다. 특히 어린이의 알러지질환 증가 추세가 두드러지는데, 이는 미래세대의 건강문제에 있어서 심각한 위협이 되고 있다. 이러한 알러지 질환자들의 증상을 완화시키기 위한 의류 등에 대한 선행 연구가 다소 이루어져왔다.

국내에서는 쑥, 대나무, 솔잎 등으로 천연염색된 의류소재가 알러지 질환 증세 완화에 도움이 된다는 연구들이 보고되었다. 한성협 외 7인 (2008)에 의하면, 아토피 피부염 질환자에게 평소 피부에 직접 접하는 의류 선택은 아토피 질환자의 피부 관리에 중요하며, 항염, 항균, 항산화 작용이 있는 것으로 알려진 쑥 천연 염색하여 만든 의류는 경증 및 중등도의 아토피피부염 질환자에게 특별한 부작용 없이 병변의 소양증을 줄이는데 좋은 효과를 보인 것으로 확인되었다. 또한 대나무 및 솔잎 추출물이 아토피 피부염의 증상 완화에 효과가 있다고 하였다. 정고는 외 2인(2011)은 대나무 및 솔잎 추출물로 염

색한 직물의 아토피 피부 질환 호전을 위한 천연염색 의류로의 개발 가능성도 확인하였다.

또한 의류 소재의 수분량과 관련하여, 김현정 외 4인(2007)는 아토피 피부염에 대한 수분증기 투과를 제어하는 천으로 제작된 의류가 아토피 피부염 개선에 미치는 임상적인 효과를 연구하였다. 그 결과 경표피수분소실량의 감소 및 피부 각질층 내수분량 (skin hydration) 증가함을 보였다. 박영희(2008)의 소비자 조사 결과에서는 천연 아로마 함유소재, 숯 함유소재, 흡환속건소재, 향균가공소재 순으로 의복소재가 아토피 피부염에 효과적이었다고 보고하였다.

김인수 외 6인(2010)은 아토피질환용 의복 AtoSilk는 아토피 완화에 효과가 있다고 하였다. 이 소재는 실크재질의 의복에 향균시스템을 추가하여 아토피피부염 질환자의 피부에 존재하는 세균을 감소시키는 역할과 동시에 피부의 수분 함유력을 높임에 따라 피부장벽 기능을 유지하는데 도움을 준다고 하였다.

아토피 피부염 질환자에서 의복은 비교적 간과하기 쉬운 요인이지만, 적합한 옷감을 선택하는 것은 가장 기본적인 피부관리의 시작이며 아토피피부염 질환자에게는 필수적이다. 의복뿐만 아니라 알러지질환의 중요한 원인이 되는 집먼지진드기가 많이 서식한다고 보고된 침구 관련된 연구도 있는데, 김동희(2005)는 극세 공극 직물 침구가 먼지 양과 집먼지진드기 알레르겐에 미치는 효과에 대한 연구에서 특수 커버 사용 전후를 비교하였다. 그 결과 특수 커버 사용후 먼지 양이 감소하는 효과가 있으나 알레르겐에 대한 노출을 완전히 막아주지는 못하는 것으로 보고되었다. 건강한 삶의 질 유지를 위하여 알러지 증상 완화를 위한 의류뿐만 아니라 침구에 대한 연구가 지속적으로 필요하다고 본다.

3. 수면환경과 알러지 방지 침구

인간은 기본적으로 먹고·입고·자는 행위를 하면서 살아가고 있다. 그 중 하루 평균 수면을 8시간으로 생각해 볼 때 사람의 인생에 있어서 1/3은 잠을 자면서 보낸다 하여도 과언이 아니다(박지연, 2004). 취침의 주된 역할은 피로를 회

복하여 노동력을 재생하는 것에 있음으로(이현자, 2002) 현대인들의 쾌적한 수면과 침구류에 대한 관심과 중요성의 인식은 점점 더 커지고 있다(주정아, 김현철, 2013). 쾌적한 수면은 본질적으로 인체의 생리적 요인과 관련된 문제이지만 동시에 수면에 관한 다양한 외적인 요인과도 밀접하게 관련 된다.

수면시 신체의 발산 열량이 감소하여 체온이 내려가기 시작하고, 이러한 변화로부터 체온을 유지하기 위해서 침구에는 보온성이 가장 먼저 요구된다. 사람은 수면 중에도 체온 조절을 위해 많은 양의 땀을 발산하므로, 이러한 땀을 잘 흡수하여 쾌적한 수면 상태를 유지하기 위해 흡수성이 좋아야 한다. 또한 이러한 수분을 잘 배출시키는 투습성 또한 좋아야 한다. 보온성, 흡습성, 투습성, 방습성이 좋은 침구는 1차적으로 표면에 발생하는 땀과 오염을 잘 흡수하여 쾌적성을 증진시키고 정전기 발생을 적게 하며 위생적이고 보온성 또한 좋게 해 준다(권수애, 2003).

현재 침구류 소재로 가장 많이 사용되고 있는 것은 주로 면 100%이며 그 밖에 레이온, 폴리에스터, 견, 마, 모, 아크릴, 양모, 실크, 텐셀, 모달, 대나무섬유 등 계절의 변화와 유행에 따라 다양한 소재가 사용되고 있다. 면섬유는 목화에서 뽑은 섬유로 섬유의 길이가 보통 0.3~5.5 cm이며, 리본과 같은 납작한 모양을 하고 있으며 흡습성이 우수하여 피부 표면에 발생하는 땀을 잘 흡수하고, 생분해성이 좋으나 잘 구겨지고 단섬유로 인한 먼지가 잘 발생하는 단점이 있어(이옥경, 2009) 알러지 질환자에게는 적합성이 의심되고 있다. 한편 극세사로 제작한 직물의 침구류는 먼지 발생이 없어 알러지 질환자의 증상을 완화된다는 점에서 주목된다. 극세섬유(microfiber)의 공극 크기가 10 μm 이하로 집먼지진드기를 차단하고, 집먼지진드기의 알레르겐 성분이 존재하고 있지 않아 집먼지진드기로 인한 알러지가 발생하지 않게 되어 있다(서경선 외 3인, 2006). 또한 두 종류의 섬유 사이에 미세한 기공들이 형성되어 모세관 현상을 유발하여 다른 소재 대비 뛰어난 흡수성을 갖고 있다(이옥경, 2009).

현재 시판되고 있는 알러지 방지 침구는 극세사 소재로 만들어진 침구커버가 대부분으로 소

비자의 관심을 모으고 있다. 알러지 질환을 완화시켜 주는 섬유 및 의류에 대한 조사는 지속적으로 이루어질 필요가 있다는 점에서 소비자의 알러지 질환 인식과 함께 알러지 방지 침구의 소비자 구매행동 및 만족도 등을 알아보는 데 의미가 있다고 본다.

III. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 알러지 질환 인식과 알러지 방지 침구에 대한 구매 행동 및 만족도를 실증적으로 조사하기 위한 것이다. 자료 수집은 2012년 9월 1일부터 9월 30일에 걸쳐 실시되었으며, 현재 극세사 소재의 알러지방지 침구류를 구입하여 사용하고 있는 소비자를 대상으로 조사되었다. 자료 수집도구로 구조화된 설문지를 사용하였으며 총 300부의 설문지를 배부하였고 이러한 과정을 거쳐 회수된 설문지는 모두 279부였으며 이중 내용 기재가 부실한 것을 제외한 271부를 본 연구의 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 측정도구 및 자료분석

본 연구의 측정도구로는 설문지를 사용하였으며, 설문지의 구성은 알러지방지 침구류 소비자 특성, 알러지 질환에 대한 인식, 알러지방지 침구류의 구매행동 및 만족도 등으로 나누어 작성되었다. 알러지방지 침구류 소비자 특성을 알아보기 위해 성별, 연령, 결혼 여부, 최종학력, 직업, 가계소득, 주거형태, 침대 사용여부, 주거환경, 가정내 알러지 질환자 유무 등의 문항을 포함시켰다. 알러지방지 침구류의 소비자의 품질 평가 기준, 제품 속성만족도, 재구매 의향 척도는 5점 Likert 척도로 사용하였고, 알러지 질환 인식 등 기타 질문은 선택형 질문을 사용하였다.

본 연구 설문지로부터 수집된 자료는 평균 및 빈도분석, 다중응답 분석, t-test, 분산분석과 사후검증으로서 scheffé-test를 하였고 다중회귀분

석을 사용하여 분석되었다.

3. 응답자 특성

본 조사에 응답한 응답자의 특성을 살펴본 결과는 <표 1>과 같다. 전체 271명 응답자 중 여자가 85.2%, 기혼이 75.2%이고, 연령대를 살펴보면, 20대 16.6%, 30대 29.5%, 40대 34.7%, 50대 이상이 19.2% 이고 직업군과 월평균 소득은 골고루 분포된 경향을 보인다. 주택유형은 아파트가 전체의 64.6%를 차지하고 침대사용이 전체의 80.1%로 높은 비중을 차지하였다. 가족내 알러지 질환자가 있는 경우는 전체의 63.1%인 것으로 나타났다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 알러지 질환에 대한 인식

1) 알러지 질환과 집먼지 진드기에 대한 인식

<표 1>은 소비자의 알러지 질환에 대한 인식을 조사한 것이다. 알러지 질환 발생을 원인으로 전체 응답자의 87.5%가 집먼지 진드기를 언급하였고, 그 다음은 곰팡이, 동물의 털, 꽃가루, 세균, 대기오염의 순으로 그 예를 들었다. 집먼지 진드기가 알러지 질환 발생에 영향을 미친다고 응답사람이 전체의 78.9%로 나타났다.

또한 집먼지진드기 서식 장소를 침구류 라고 응답한 소비자가 전체의 72.2%로 가장 높게 나타났다. 그 다음은 카펫, 소파, 커튼 등의 순서로 나타났다. 침구의 경우, 사람이 수면 동안 피부에 접촉하고 있는 것으로 집먼지진드기의 먹이가 될 수 있는 피부로부터 떨어진 각질이 많이 있으며, 적절한 온도와 습도가 집먼지진드기가 서식할 수 있는 최상의 조건을 갖고 있다. 소비자들도 이러한 정보를 알고 있기 때문에 진드기 서식 장소를 침구류로 인식하는 응답자가 높게 나온 이유로 사료된다.

<표 1> 응답자 특성

	구분	응답자 (N=271)	
		명	(%=100.0)
성별	여자	231	85.2
	남자	40	14.8
연령	20대	45	16.6
	30대	80	29.5
	40대	94	34.7
	50대 이상	52	19.2
결혼여부	미혼	66	24.4
	기혼	205	75.6
최종학력	고등 이하	106	39.1
	전문대	49	18.1
	대학 이상	116	42.8
직업	전업주부	71	26.2
	사무직	57	21.0
	전문직	45	16.6
	판매직	44	16.2
	서비스직	31	11.4
	무직/기타	23	8.5
월평균 소득	300 만원 미만	95	35.1
	300~500만원	80	29.5
	500만원 이상	86	31.7
주택유형	아파트	175	64.6
	빌라	52	19.2
	단독주택	31	11.4
	기타	13	4.8
침대사용 여부	침대 사용	217	80.1
	침대 비사용	54	19.9
가족내 알러지 질환자 유무	없음	100	36.9
	있음	171	63.1

2) 알러지 질환 여부에 따른 집먼지 진드기의 알러지 질환 발생영향 인식

<표 3>는 가정내 알러지 질환 여부에 따라 집먼지 진드기의 알러지 질환 발생에 대해 어떻게 차이가 있는지를 *t-test*한 결과이다. 가정내 알러지 질환자가 있는 경우는 없는 경우보다 집먼지

진드기가 알러지 질환 발생에 영향을 미친다고 인식하는 경향으로 나타났다($t=3.449, p<.01$). 이는 알러지 질환을 경험하는 가정에서 집먼지 진드기의 위험요소에 대해 인식하고 있는 것으로 보여진다.

<표 2> 알러지 질환에 대한 인식

알러지 질환 발생의 원인 인식*			집먼지진드기의 알러지 질환 발생영향 인식		
순위	항목	%	순위	항목	%
1	집먼지 진드기	87.5	1	영향을 미침	78.9
2	곰팡이	66.1	2	보통	14.8
3	동물의 털	60.1	3	영향 미치지 않음	7.4
4	꽃가루	55.0	집먼지진드기 서식 장소 인식*		
5	세균	52.0	1	침구류	72.2
6	대기오염	49.1	2	카펫	45.6
7	유전	45.0	3	소파	23.7
8	화학물질	25.5	4	커튼	10.0
9	음식물	23.6	5	쓰레기통	5.6
10	약물	17.7	6	공기중	2.6

* 복수응답

<표 3> 알러지 질환 여부에 따른 집먼지 진드기의 알러지 질환 발생영향 인식

	가정내 알러지 질환 여부	
	있음	없음
Mean	4.34	3.93
SD	.86	1.05
value	$t=3.449^{**}$	

** $p<.01$ 수준에서 유의함

2. 소비자 특성에 따른 알러지방지 침구 구매 행동

1) 소비자 특성에 따른 알러지방지 침구 구매 동기 및 정보원

소비자의 일반적 특성 (성별, 연령, 학력)에 따라 알러지방지 침구류 구매동기 및 정보원에 차이가 있는지를 t -test와 분산분석 (ANOVA) 및 사후검증을 한 결과를 <표 4>와 같이 나타냈다. 성별에 따라 알러지방지 침구류 구매동기 및 정보원의 차이를 분석한 결과를 보면, 의사추천 ($t=2.256, p<.05$), 판매원 추천 ($t=4.363, p<.001$), 광고 전단지 ($t=2.913, p<.01$), 매장진열 상품 ($t=3.035, p<.01$), 효능을 본 과거 경험 ($t=2.212, p<.05$), 유명 브랜드 인지도 ($t=3.302, p<.01$), 알러지 증상 완화를 위한 동기($t=4.419, p<.001$)에

있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에 따라서는 여자가 남자보다 더 의사추천, 판매원 추천, 광고 전단지, 매장진열 상품, 효능을 본 과거 경험, 유명 브랜드 인지도, 알러지 증상 완화를 위한 동기 때문에 알러지방지 침구류를 구입하고 이를 통한 정보원 이용이 더 많다는 것을 의미한다. 이러한 결과는, 일반적으로 가게 소비층과 가정생활을 주도하는 사람이 주로 여자이기 때문에 나타난 결과라고 본다.

연령대에 따라 알러지 방지 침구류 구매동기 및 정보원의 차이를 분산분석 결과, 판매원 추천 ($F=3.360, p<.05$), 광고 전단지 ($F=3.158, p<.05$), 매장진열 상품 ($F=3.318, p<.05$), 유행 ($F=3.901, p<.05$), 유명 브랜드 인지도 ($F=9.588, p<.001$), 알러지 예방 ($F=6.248, p<.001$), 알러지 증상 완화를 위한 동기($F=3.322, p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. scheffé

<표 4> 소비자 일반적 특성에 따른 알리지방지 침구류 구매동기 및 정보원

	성별		연령				최종학력		
	여자	남자	20대	30대	40대	50대 이상	고등 이하	전문대	대학 이상
의사추천	2.33	1.90	1.85	2.37	2.35	2.31	2.43	2.20	2.14
	$t=2.256^*$		$F=1.727$				$F=1.307$		
주변사람 권유	3.42	3.33	3.17	3.50	3.52	3.27	3.45	3.54	3.31
	$t=.451$		$F=1.142$				$F=.640$		
판매원 추천	3.69	2.85	3.18	3.37	3.74	3.80	3.79b	3.78b	3.24a
	$t=4.363^{***}$		$F=3.360^*$				$F=6.650^{**}$		
광고 전단지	3.04	2.45	2.70	2.71	3.20	3.04	3.12	2.98	2.77
	$t=2.913^{**}$		$F=3.158^*$				$F=2.449$		
매장진열 상품	3.79	3.26	3.62	3.47	3.80	3.96	3.81	3.57	3.67
	$t=3.045^{**}$		$F=3.328^*$				$F=1.156$		
신문잡지 기사	3.05	2.66	2.88	2.75	3.20	3.04	3.09	2.86	2.94
	$t=1.939$		$F=2.183$				$F=.776$		
효능 경험	3.63	3.16	3.30	3.46	3.72	3.65	3.55	3.57	3.57
	$t=2.212^*$		$F=1.303$				$F=.005$		
유행	2.50	2.16	2.13a	2.24ab	2.58ab	2.78b	2.62	2.36	2.31
	$t=1.987$		$F=3.901^*$				$F=2.215$		
브랜드 인지도	3.36	2.76	2.55a	3.07ab	3.61b	3.55b	3.46b	3.57b	2.95a
	$t=2.886^{**}$		$F=9.588^{***}$				$F=6.538^{**}$		
알리지 예방	4.15	3.54	3.44a	4.08b	4.16b	4.34b	4.21	4.15	3.87
	$t=3.302^{**}$		$F=6.248^{***}$				$F=2.807$		
알리지 증상완화	3.87	2.92	3.19a	3.74ab	3.89b	3.88b	3.92	3.80	3.51
	$t=4.419^{***}$		$F=3.322^*$				$F=2.787$		

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

ab: scheffé test 결과로 $p < .05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다.

test 사후검증의 결과에 의하면, 50대 이상의 응답자는 20대 응답자 보다 알리지 방지 침구류의 매장 진열 상품과 유행성 때문에 구입하는 경우가 더 많은 것으로 나타났고, 40대 이상의 응답자가 20대 응답자보다 브랜드 인지도와 알리지 증상 완화를 위한 동기 때문에 알리지방지 침구류를 구입하고 이를 통한 정보원 이용이 더 많은 것으로 나타났다. 또한 알리지 예방 차원에서 알리지방지 침구류를 구입하는 경우는 30대 이상이 20대 보다 더 많은 것으로 나타났다. 이

는 50대 이상의 소비자는 성인 자녀가 있는 가구로 알리지 방지 기능보다도 매장 진열상품과 유행성 침구를 선호하는 경우가 많은 것으로 보이며, 30대 이상의 경우는 결혼 후 어린 자녀가 가구로서 건강과 밀접한 알리지에 대한 관심이 많고 알리지 예방 및 방지 차원에서도 알리지 방지 기능을 더 중요하게 생각하는 것으로 생각된다.

최종학력에 따라 알리지방지 침구류 구매동기 및 정보원의 차이를 분산분석 결과, 판매원 추천 ($F=6.650, p < .01$)과 유명 브랜드 인지도 ($F=6.538,$

<표 5> 소비자 경제적 특성에 따른 알러지방지 침구구매 동기 및 정보원

	소득			직업					
	300만원 미만	300~500만원	500만원 이상	전업주부	사무직	전문직	판매직	서비스직	무직/기타
의사추천	2.16	2.40	2.28	2.35	2.09	2.15	2.18	2.46	2.55
	F=.672			F=.692					
주변사람 권유	3.40	3.40	3.46	3.14	3.63	3.36	3.83	3.21	3.27
	F=.069			F=2.226					
판매원 추천	3.36	3.59	3.71	3.53	3.23	3.46	4.05	3.71	3.48
	F=1.798			F=2.376*					
광고 전단지	2.76	2.94	3.12	3.00	2.79	2.85	3.13	3.14	2.76
	F=1.984			F=.753					
매장진열 상품	3.58	3.79	3.78	3.83	3.51	3.58	3.93	3.86	3.45
	F=1.403			F=1.811					
신문 잡지 기사	2.79	3.11	3.08	2.97	2.85	2.95	2.95	3.31	3.09
	F=2.0699			F=.690					
효능 경험	3.37	3.63	3.67	3.74	3.38	3.35	3.38	3.90	3.68
	F=1.457			F=1.361					
유행	2.32	2.46	2.52	2.64	2.28	2.35	2.41	2.31	2.68
	F=.719			F=.979					
브랜드 인지도	3.14	3.32	3.34	3.46	2.83	3.03	3.49	3.66	3.23
	F=.720			F=3.068*					
알러지 예방	3.77a	4.36b	4.10ab	4.26	3.68	4.00	4.17	4.38	3.82
	F=6.391**			F=2.810*					
알러지 증상완화	3.50a	4.09b	3.68ab	4.05	3.26	3.46	3.85	4.10	3.64
	F=4.899**			F=3.455**					

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$ ab: scheffé test 결과로 $p<.05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

$p<.01$)에서만 유의한 차이가 있게 나타났다. scheffé test 사후검증의 결과에 의하면, 전문대 졸업 이하의 응답자는 대학교 졸업 이상의 응답자보다 판매원의 추천과 유명브랜드 인지도가 알러지방지 침구류 구입에 중요한 요인인 것으로 나타났다.

소비자의 경제적 특성(소득수준, 직업)에 따라 알러지방지 침구류 구매동기 및 정보원에 차이가 있는지를 분산분석 및 사후검증을 한 결과

를 <표 5>에 나타냈다. 소득수준에 따라 알러지방지 침구류 구매동기 및 정보원의 차이를 분산분석 결과, 알러지 예방($F=6.391$, $p<.001$), 알러지 증상 완화를 위한 동기($F=4.899$, $p<.01$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. scheffé test 사후검증의 결과에 의하면, 300~500만원 소득수준의 응답자는 300만원 미만의 응답자보다 알러지 예방 차원과 알러지 증상 완화를 위한 노력 때문에 알러지방지 침구류를 구입하

<표 6> 소비자 일반 특성에 따른 알리지방지 침구 품질평가 기준

구분	성별		연령				최종학력		
	여자	남자	20대	30대	40대	50대	고등 이하	전문대	대학 이상
가격	4.16	4.12	4.20	4.14	4.11	4.21	4.22	3.96	4.18
	$t=.201$		$F=.206$				$F=1.441$		
디자인	4.20	4.25	4.25	4.23	4.19	4.17	4.23	4.10	4.24
	$t=-.345$		$F=.089$				$F=.453$		
봉제	4.56	4.08	4.30a	4.29a	4.69b	4.58ab	4.72b	4.46ab	4.28a
	$t=3.338^{**}$		$F=5.107^{**}$				$F=9.245^{***}$		
색상	4.35	4.05	4.18	4.27	4.41	4.29	4.37	4.29	4.26
	$t=2.191^*$		$F=.951$				$F=.524$		
브랜드	4.01	3.62	3.45a	3.62a	4.16b	4.52b	4.37b	4.29a	4.26a
	$t=2.217$		$F=14.696^{***}$				$F=18.345^{***}$		
촉감	4.56	4.43	4.57	4.48	4.59	4.54	4.65	4.45	4.48
	$t=1.104$		$F=.336$				$F=1.727$		
소재기능	4.66	4.40	4.39	4.61	4.74	4.63	4.73	4.67	4.51
	$t=2.091$		$F=2.339$				$F=2.530$		
세탁관리	4.60	4.28	4.32a	4.49ab	4.70b	4.60ab	4.78b	4.57ab	4.33a
	$t=2.240^*$		$F=2.946^*$				$F=11.172^{***}$		

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$ ab: scheffé test 결과로 $p<.05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

고 이를 통한 정보원 이용이 더 많은 것으로 나타났다. 알리지방지 침구의 소재는 가격대가 일반침구보다 높고 주로 백화점 매장에서 판매하고 있기 때문에 고객층은 소득이 높은 소비자층, 건강과 더불어 알리지 예방에 대한 관심이 많고 실질적 구매로 연결하는 결과라 생각된다.

직업유형에 따라 알리지방지 침구류 구매동기 및 정보원의 차이를 분산분석 결과, 판매원 추천 ($F=2.376$, $p<.05$), 유명 브랜드 인지도 ($F=3.068$, $p<.05$), 알리지 예방 ($F=2.810$, $p<.05$), 알리지 증상 완화를 위한 선택 ($F=3.455$, $p<.01$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 직업에 따라 알리지예방, 알리지 증상완화 효능 기대가 다르고, 판매원 추천 및 브랜드 인지도도 다르다는 것을 보여준다.

2) 소비자 특성에 따른 알리지방지 침구 품질 중요도

소비자의 특성 (성별, 연령, 학력)에 따라 알리지방지 침구류 품질평가 기준에 차이가 있는지를 t-test와 분산분석 및 사후 검증을 한 결과는 <표 6>과 같다. 성별에 따라 알리지방지 침구류 품질평가 기준의 차이를 살펴보면, 봉제 ($t=3.338$, $p<.01$), 색상 ($t=2.191$, $p<.01$), 세탁관리 ($t=2.240$, $p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 여자가 남자보다 더 알리지방지 침구류의 봉제, 색상, 세탁관리를 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 여자가 남자보다 현실적인 부분에서의 알리지방지 침구류의 품질 평가기준을 더 중요하게 고려한 것으로 보여진다.

연령대에 따라 알리지방지 침구류 품질평가

기준에 차이가 있는지 분산한 결과, 봉제 ($F=5.107, p<.01$), 브랜드 ($F=14.696, p<.001$), 세탁관리 ($F=2.946, p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. *scheffé test* 사후검증의 결과에 의하면, 40대 이상의 응답자는 20~30대 응답자 보다 알리지방지 침구류의 봉제 및 브랜드를 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 또한 40대가 가장 세탁편리성을 중요하게 생각하였고 20대는 상대적으로 40대에 비해 세탁편리성에 대한 중요도가 낮았다. 이는 40대는 직접 침구 세탁을 하는 주부층이고, 20대의 경우는 미혼이 많으므로 다른 연령대보다 세탁편리성을 덜 중요하게 생각하는 것으로 보여진다. 최종학력에 따라 알리지방지 침구류 품질평가 기준에 차이를 분산분석 결과, 봉제 ($F=9.245, p<.001$), 브랜드 ($F=18.345, p<.001$), 세탁관리 ($F=11.172, p<.001$)에 있어서 유의한 차이

가 있는 것으로 나타났다. *scheffé test* 사후검증의 결과에 의하면, 알리지방지 침구류의 봉제와 세탁관리를 고등학교 이하의 응답자가 대학교 졸업 이상의 응답자보다 더 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 브랜드의 경우는 고등학교 이하의 응답자가 다른 응답자보다 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이는 학력이 낮을수록 제품정보가 적어 브랜드를 더 중요시 한 결과라고 볼 수 있다.

<표 7>은 소비자의 경제적 특성 (소득수준, 직업유형)에 따라 알리지방지 침구류 품질평가 기준에 차이를 분산분석 및 사후검증을 한 결과이다. 소득 수준에 따라 알리지방지 침구류 품질평가 기준에 차이를 분산분석 결과에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났으나 직업유형에 따라서는 디자인 ($F=2.296, p<.05$), 봉제 ($F=5.492, p<.001$), 브랜드 ($F=6.996, p<.001$),

<표 7> 소비자 경제적 특성에 따른 알리지방지 침구 품질 중요도

구분	소득			직업					
	300만원 미만	300~500만원	500만원 이상	전업주부	사무직	전문직	판매직	서비스직	무직/기타
가격	4.17	4.23	4.02	4.23	4.21	4.00	4.05	4.23	4.17
	$F=1.089$			$F=.574$					
디자인	4.13	4.40	4.16	4.27	4.16	4.09	4.00	4.61	4.22
	$F=2.713$			$F=2.296^*$					
봉제	4.55	4.49	4.37	4.64ab	4.25ab	4.11a	4.70b	4.74b	4.57ab
	$F=1.108$			$F=5.492^{***}$					
색상	4.27	4.24	4.37	4.43	4.20	4.20	4.09	4.53	4.52
	$F=.594$			$F=2.113$					
브랜드	3.81	4.04	3.98	4.19bc	3.61ab	3.44a	4.23bc	4.45c	3.91abc
	$F=1.145$			$F=6.996^{***}$					
촉감	4.56	4.58	4.45	4.51	4.46	4.36	4.70	4.77	4.57
	$F=.594$			$F=1.599$					
소재기능	4.60	4.70	4.55	4.61	4.43	4.44	4.91	4.94	4.52
	$F=.869$			$F=4.011^{**}$					
세탁관리	4.56	4.63	4.46	4.59ab	4.38ab	4.25a	4.70ab	4.90b	4.70ab
	$F=1.034$			$F=4.332^{**}$					

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

ab: *scheffé test* 결과로 $p<.05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

소재기능 ($F=4.011, p<.01$), 세탁관리 ($F=4.331, p<.01$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. scheffé test 사후검증의 결과에 의하면, 판매직과 서비스직 응답자가 전문직 보다 봉제를 더 중요하게 생각하고, 서비스직이 사무직과 전문직보다 브랜드를 더 중요하게 생각하며, 서비스직이 전문직보다 세탁관리를 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 소비자의 직업유형에 따른 봉제, 브랜드, 세탁관리 부분에 있어서, 서비스직이나 판매직은 전문직에 비해 직장 주변에서 제품에 대한 노출이 많고, 소비자들을

직접 상대하는 직업이기 때문에 소비자 입장에서 제품의 품질상태나 실용성을 많이 인지하고 있으며, 브랜드 관련 정보를 더 쉽게 얻을 수 있기 때문에 나타난 결과라고 본다.

3) 소비자 특성에 따른 알리지방지 침구 섬유 소재 속성 만족도

소비자의 일반적 특성 (성별, 연령, 학력)에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 성능 만족도

<표 8> 소비자 일반 특성에 따른 알리지방지 침구 섬유소재 속성 만족도

구분	성별		연령				최종학력		
	여자	남자	20대	30대	40대	50대	고등 이하	전문대	대학 이상
부드러운 촉감	4.43	4.38	4.31	4.34	4.46	4.56	4.48	4.29	4.42
	$t=.375$		$F=1.283$				$F=.993$		
보온성	4.11	4.05	4.11	3.95	4.14	4.24	4.24	3.96	4.03
	$t=.330$		$F=1.081$				$F=2.064$		
경량감	4.46	4.30	4.33ab	4.18a	4.65b	4.53ab	4.53	4.29	4.41
	$t=1.134$		$F=6.015^{**}$				$F=1.694$		
탄력성	3.61	3.36	3.45	3.38	3.68	3.76	3.66	3.64	3.46
	$t=1.454$		$F=1.916$				$F=1.167$		
세탁 편리성	3.97	3.48	3.66a	3.71ab	4.03ab	4.16b	4.10b	3.92ab	3.70a
	$t=3.311^{**}$		$F=4.384^{**}$				$F=5.632^{**}$		
보관 편이성	3.86	3.45	3.52	3.70	3.91	3.98	3.93	3.75	3.69
	$t=2.542^*$		$F=2.411$				$F=1.633$		
땀 흡수성	3.26	3.40	3.16	3.27	3.21	3.52	3.21	3.23	3.36
	$t=-.779$		$F=1.178$				$F=.543$		
공기 투과성	3.34	3.35	3.30	3.20	3.33	3.62	3.36	3.29	3.34
	$t=-.056$		$F=1.732$				$F=.076$		
내구성	3.68	3.46	3.36 a	3.41ab	3.84bc	3.92c	3.87b	3.69ab	3.43a
	$t=1.398$		$F=6.454^{***}$				$F=6.411^{**}$		
먼지날림 방지효과	4.45	4.10	4.24	4.30	4.47	4.56	4.45	4.41	4.35
	$t=2.198^*$		$F=1.786$				$F=.430$		
알리지 방지효과	4.17	4.08	3.89a	4.13ab	4.20ab	4.34b	4.26	4.10	4.08
	$t=.640$		$F=2.536^*$				$F=1.425$		

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

ab: scheffé test 결과로 $p<.05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

에 차이가 있는지를 *t-test*와 분산분석 및 사후검증을 한 결과를 <표 8>과 같이 나타냈다.

성별에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도의 차이를 *t-test* 결과, 세탁편리성 ($t=3.311, p<.01$), 보관편이성 ($t=2.542, p<.05$), 먼지날림 방지효과 ($t=2.189, p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 다시 말하면, 여자가 남자보다 더 세탁편리성, 보관 편이성, 먼지날림 방지효과에 대한 만족도가 더 높다는 것을 의미한다.

연령대에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도에 차이가 있는지를 분산분석한 결과, 경량감 ($F=6.015, p<.01$), 세탁편리성 ($F=4.384, p<.01$), 내구성 ($F=6.454, p<.001$), 알리지방지 효과 ($F=2.536, p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. *scheffé test* 사후검증의 결과에 의하면, 40대 응답자가 30대 응답자 보다 경량감에 대한 만족도가 높고 50대 이상의 응답자가 20대 응답자보다 내구성과 알리지방지에 대한 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 또한 40대 이상의 응답자는 20대 응답자보다 내구성에 대해 더 만족하는 것으로 나타났다. 일반적으로 연령대가 높아질수록 생활용품이나 신체와 직접적으로 접촉하는 의류나 가방 침구 등에 있어서 가벼운 제품들을 선호하며 낮은 연령대 보다 오래도록 사용할 수 있는 실용적인 침구를 중요하게 생각한다. 알리지방지 침구의 소재는 매우 가느다란 극세 섬유로 제작했기 때문에 경량감이 높고, 합성섬유로서 내구성, 먼지, 진드기방지 소재로 알리지방지 효과가 있다고 알려져 있으므로 연령대가 높은 소비자가 20대 보다 더 만족감을 느끼는 것으로 여겨진다.

최종학력에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도에 차이가 있는지를 분산분석 결과를 보면, 세탁편리성 ($F=4.384, p<.01$)과 내구성 ($F=6.454, p<.001$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. *scheffé test* 사후검증의 결과에 의하면, 고등학교 졸업 이하의 응답자는 대학교 졸업 이상의 응답자보다 침구류 섬유소재의 세탁편리성과 내구성에 대해 만족하는 것으로 나타났다.

소비자의 경제적 특성 (소득수준, 직업유형)에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족

도에 차이가 있는지를 분산분석 및 사후검증을 한 결과를 <표 9>에 나타냈다. 소득수준에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도에 차이를 분석한 결과에 의하면, 탄력성 ($F=3.199, p<.05$), 세탁편리성 ($F=4.466, p<.05$), 보관 편이성 ($F=4.338, p<.05$), 땀 흡수성 ($F=7.025, p<.01$), 공기 투과성 ($F=3.649, p<.05$), 알리지방지 효과 ($F=3.947, p<.05$)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. *Scheffé test* 사후검증의 결과에 의하면, 알리지방지 침구류 섬유 소재의 탄력성, 세탁편리성, 보관 편이성, 땀 흡수성, 공기 투과성 만족도에 있어서 500만원 이상 소득의 소비자가 300만원 이하 소득의 소비자보다 더 높게 나타났다. 또한 알리지방지 효과 속성에 대한 만족도는 300~500만원 소득의 소비자가 300만원 이하 소득의 소비자보다 더 높게 나타났다. 반면 직업유형에 따라 알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

전반적으로는 소비자의 알리지 방지 침구소재에 대해 가벼운 경량감 속성과 부드러운 촉감에 대해 가장 만족하고 있다.

4) 알리지방지 침구 재구입의향

<표 10>은 알리지 방지 침구 소비자 특성에 따라 알리지 침구 재구입의향을 *t-test*와 분산분석한 결과이다. 성별, 연령대, 최종학력, 직업에 따라 재구입의향은 유의한 차이는 없으나 소득수준에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($F=4.417, p<.05$). 500만원 이상의 소득수준 소비자는 300만원 미만의 소비자보다 알리지 방지 침구 구입의향이 높다는 것으로, 소득수준이 높을수록 알리지 방지에 대한 관심도 높은 것으로 사료된다.

알리지방지 침구 섬유소재 속성 만족도가 알리지방지 침구류 재구입 의향에 미치는 영향을 파악하기 위해 알리지방지 침구 섬유 속성의 11가지 항목 즉, 부드러운 촉감, 보온성, 경량감, 탄력성, 세탁의 편리성, 보관의 편이성, 땀 흡수성, 공기투과성, 내구성, 먼지 날림 방지효과, 알리지방지 성능 효과를 독립변수로 두고, 재구입 의향과 추천 의향을 종속변수로 두고 각 다중

<표 9> 소비자 경제적 특성에 따른 알리지방지 침구 섬유소재 속성 만족도

구분	소득			직업					
	300만원 미만	300~500만원	500만원 이상	전업주부	사무직	전문직	판매직	서비스직	무직/기타
부드러운 촉감	4.32	4.48	4.43	4.48	4.26	4.56	4.43	4.35	4.43
	F=1.047			F=.924					
보온성	4.01	4.09	4.16	3.99	4.07	4.00	4.19	4.39	4.13
	F=.541			F=.975					
경량감	4.31	4.44	4.52	4.44	4.32	4.47	4.40	4.58	4.52
	F=1.656			F=.587					
탄력성	3.34	3.62	3.71	3.78	3.42	3.51	3.63	3.55	3.39
	F=3.199*			F=.977					
세탁편리성	3.69a	3.90ab	4.10b	4.07	3.70	3.75	3.93	3.97	4.00
	F=4.466*			F=1.426					
보관편이성	3.58a	3.81ab	4.01b	3.91	3.44	3.88	3.83	3.90	3.96
	F=4.338*			F=1.945					
땀 흡수성	2.98a	3.24ab	3.57b	3.29	3.16	3.53	3.37	3.32	2.83
	F=7.025**			F=1.530					
공기투과성	3.11a	3.35ab	3.53b	3.41	3.24	3.49	3.45	3.32	2.96
	F=3.649*			F=1.059					
내구성	3.56	3.60	3.76	3.76	3.39	3.62	3.70	3.81	3.70
	F=1.087			F=.335					
먼지날림 방지효과	4.34	4.48	4.37	4.39	4.30	4.34	4.51	4.48	4.48
	F=.685			F=.474					
알리지방지 효과	3.97a	4.29b	4.24ab	4.17	3.95	4.11	4.34	4.29	4.17
	F=3.947*			F=1.326					

* $p < .05$, ** $p < .01$ ab: scheffé test 결과로 $p < .05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

회귀분석을 실시한 결과를 <표 11>에 나타냈다.

알리지방지 침구 섬유 속성 만족도가 알리지방지 침구류 재구입 의향에 유의한 영향($F=10.057$, $p < .001$)을 미치는 것으로 나타났으며 설명력은 32%이다. 11개의 알리지방지 침구 섬유 속성 가운데 부드러운 촉감 ($\beta=.172$, $t=2.439$, $p < .05$), 보온성 ($\beta=.152$, $t=2.169$, $p < .05$), 먼지 날림 방지효과 ($\beta=.239$, $t=3.261$, $p < .05$), 알리지방지 성능 효과 ($\beta=.142$, $t=1.989$, $p < .05$)가

재구입 의향에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과로부터 알리지방지 침구류 재구입 의향에는 먼지 날림 방지 효과가 가장 중요한 영향을 미치고 그 다음으로 촉감, 보온성, 알리지방지 효과 순으로 높았다. 이는 알리지방지 침구의 먼지 날림 방지 효과의 중요성을 나타낸다고 할 수 있다.

<표 10> 소비자 특성에 따른 알리지방지 침구 재구입의향

구분		Mean	Value
일반적 특성	성별	여자	4.36
		남자	4.25
	연령대	20대	4.33
		30대	4.26
		40대	4.34
		50대 이상	4.48
	최종학력	고등학교 이하	4.31
		전문대	4.20
		대학교 이상	4.43
경제적 특성	소득수준	300만원 미만	4.19a
		300~500만원	4.29ab
		500만원 이상	4.53b
	직업	전업주부	4.38
		사무직	4.30
		전문직	4.40
		판매직	4.32
		서비스직	4.16
		기타무직	4.52

* $p < .05$

ab: scheffé test 결과로 $p < .05$ 수준에서 유의한 집단 간의 차이가 있는 집단을 서로 다른 문자로 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기를 나타낸다

<표 11> 알리지방지 침구섬유 속성만족도가 알리지방지 침구류 재구입 의향에 미치는 영향

변인		Beta	t	F	R ²
종속변인	독립변수				
재구매 의향	부드러운 촉감	.172	2.439*	10.057***	.32
	보온성	.152	2.169*		
	경량감	-.039	-.558		
	탄력성	-.088	-1.295		
	세탁 편리성	.085	1.142		
	보관 편이성	.026	.361		
	땀 흡수성	-.013	-.151		
	공기 투과성	.116	1.388		
	내구성	-.060	-.868		
	먼지 날림방지효과	.239	3.261*		
	알리지 방지효과	.142	1.989*		

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

3. 알리지 질환 여부에 따른 구매행동

1) 가정 내 알리지 질환자 여부에 따른 알리지 방지 침구 구매동기 및 정보원 이용

가정내 알리지 질환자 여부에 따라 알리지방지 침구류 구매동기 및 정보원에 차이가 있는지를 파악하기 위해 *t-test*한 결과를 <표 12>에 나타냈다. 알리지 방지 침구류 구매동기 및 정보원 가운데 판매원 추천 ($t=2.054, p<.05$), 알리지 예방을 위한 직접 선택 ($t=3.069, p<.01$)과 알리지 증상 완화를 위한 직접 선택 ($t=5.795, p<.001$)에 있어서 유의한 차이가 있게 나타났다. 전반적으로 알리지 질환자 있는 가정은 없는 가정보다 판매원 추천에 의한 구입을 더했고, 또한 알리지 예방을 위한 직접 선택, 알리지 증상 완화를 위한 직접 선택을 더한 것으로 나타났다.

2) 가정 내 알리지 질환자 여부에 따른 알리지 방지 침구 품질 평가 기준

<표 13>은 가정내 알리지 질환자 여부에 따라 알리지방지 침구류 품질 평가 기준에 차이가

있는지를 *t-test*한 결과이다. 알리지 방지 침구류 품질 평가 기준 가운데 소재 기능성 ($t=2.565, p<.05$)만 유의한 차이가 있게 나타났다. 이는 가정내 알리지 질환자가 있는 경우($M=4.71$)가 없는 경우($M=4.47$)보다 알리지방지 침구류의 집먼지진드기 방지 소재 기능성을 더 중요하게 생각하고 있다는 것을 의미한다. 가정내 알리지 질환자가 있는 경우, 아토피 피부염은 침구는 피부와 직접적인 접촉을 하므로 부드러운 촉감이 가장 중요시 되고 피부염의 원인인 알레르겐의 주 요인인 집먼지진드기 방지가 되는 소재 기능성을 더 중요시 하고 있는 것으로 보여진다.

3) 가정 내 알리지 질환자 여부에 따른 알리지 방지 침구 속성만족도

가정내 알리지 질환자 여부에 따라 알리지 방지 침구류 속성만족도에 차이가 있는지를 *t-test*한 결과를 <표 14>에 나타냈다. 알리지방지 침구류 속성만족도 가운데 알리지 방지 성능효과 ($t=2.886, p<.05$)만 유의한 차이가 있게 나타났다. 이는 알리지 질환자 ($M=4.26$)가 일반 소비자 ($M=3.96$) 보다 알리지방지 침구류의 알리지방지 성능 효과에 더 만족하고 있는 것을 의미한다.

<표 12> 일반 소비자와 알리지 질환자의 알리지방지 침구 정보원 이용 및 구매 동기

구분	Mean		t-test
	알리지 질환자 (N=175)	일반 소비자 (N=94)	
의사추천	2.35	2.12	1.367
주변사람 권유	3.50	3.24	1.663
판매원 추천	3.68	3.34	2.054*
광고 전단지	3.00	2.85	.966
매장진열상품	3.75	3.62	1.133
신문잡지기사	3.06	2.87	1.296
효능 경험	3.63	3.44	1.154
유행	2.43	2.47	-.279
브랜드 인지도	3.27	3.27	.008
알리지 예방	4.21	3.78	3.069**
알리지증상완화	4.05	3.14	5.795***

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

<표 13> 가정내 알러지 질환자 여부에 따른 알러지방지 침구 품질 평가 기준

구분	Mean		t-test
	알러지 질환자 (N=175)	일반 소비자 (N=94)	
가격	4.16	4.15	.057
디자인	4.23	4.17	.566
봉제	4.52	4.41	1.103
색상	4.28	4.35	-.689
브랜드	3.97	3.93	.344
촉감	4.61	4.41	1.975
소재기능성	4.71	4.47	2.565*
세탁관리성	4.57	4.52	.497

* $p < .05$

<표 14> 가정 내 알러지 질환자 여부에 따른 알러지방지 침구속성 만족도

구분	Mean		t-test
	알러지 질환자 (N=175)	일반 소비자 (N=94)	
부드러운 촉감	4.47	4.33	1.139
보온성	4.08	4.14	-.541
경량감	4.40	4.49	-.872
탄력성	3.58	3.56	.138
세탁 편리성	3.94	3.82	1.080
보관 편이성	3.80	3.80	.007
땀 흡수성	3.25	3.32	-.468
공기투과성	3.32	3.39	-.530
내구성	3.70	3.55	1.241
먼지날림방지효과	4.45	4.30	1.413
알러지 방지 성능 효과	4.26	3.96	2.886**

** $p < .01$

알러지 질환자일수록 알러지방지 침구를 쓰고 난 후 일반인에 비해 효과를 더욱 확실히 느끼므로써 알러지방지 성능 효과에 더 만족하는 것으로 생각된다.

<표 15>는 가정내 알러지 질환자 여부에 따라 알러지 방지 침구류 재구매의향에 차이가 있는지를 t -test한 결과이다. 가정내 알러지 질환자

가 있는 경우($M=3.44$)는 없는 경우($M=4.16$)보다 알러지방지 침구류를 재구매할 의향이 높게 나타났다. 이는 알러지 질환을 경험한 가정에서는 알러지방지 침구 사용후 그 효과를 경험함으로써 향후에도 알러지 방지 침구류를 구매할 동기를 갖는 것으로 사료된다

<표 15> 가정 내 알리지 질환자 여부에 따른 알리지방지 침구 재구매의향

구분	Mean		t-test
	알리지 질환자 (N=175)	일반 소비자 (N=94)	
재구매 의도	4.44	4.16	2.769**

** $p < .01$

V. 결론 및 제언

1. 요약 및 결론

첫째, 알리지 질환 발생 원인은 주로 집먼지 진드기로 인식하고, 집먼지진드기가 서식하는 장소를 주로 침구류라고 하였다. 가정내 알리지 질환자가 있는 경우는 없는 경우보다 집먼지 진드기가 알리지 질환 발생에 더 영향을 미친다고 인식하였다.

둘째, 소비자 특성에 따른 구매동기 및 정보원 이용에 있어서 여자가 남자보다 더 의사추천, 판매원 추천, 광고 전단지, 매장진열 상품, 효능을 본 과거 경험, 유명 브랜드 인지도, 알리지 증상 완화를 위한 동기 때문에 알리지방지 침구류를 구입하고 이를 통한 정보원 이용이 더 많았다. 50대 이상의 응답자는 20대 응답자보다 알리지방지 침구류의 매장 진열 상품과 유행성 때문에 구입하는 경우가 더 많고 40대 이상의 응답자가 20대 응답자보다 브랜드 인지도와 알리지 증상 완화를 위한 동기 때문에 알리지방지 침구류를 구입하고 이를 통한 정보원 이용이 더 많은 것으로 나타났다. 최종학력에 있어서 전문대 졸업 이하 소비자는 대학교 졸업 이상의 소비자보다 판매원의 추천과 유명브랜드 인지도가 알리지방지 침구류의 구입동기가 되었다. 소득수준에 따라서는 300~500만원 소득수준의 소비자는 300만원 미만의 소비자보다 알리지 예방 차원과 알리지 증상 완화를 위한 동기 때문에 알리지방지 침구류를 구입하고 이를 통한 정보원 이용이 더 많은 것으로 나타났다.

알리지방지 침구의 품질 중요도에서는 여자가 남자보다 더 봉제, 색상, 세탁관리를 더 중요하게 생각하였다. 연령대에 있어서는 40대 응답

자는 20~30대 응답자보다 알리지방지 침구류의 봉제를 중요하게 생각하고 40대 이상의 응답자는 20~30대 응답자보다 브랜드를 더 중요하게 생각하였다. 또한 40대가 20대보다 세탁편리성을 더 중요하게 생각하였다. 최종학력에 따라서는 알리지방지 침구류의 봉제와 세탁관리를 고등학교 이하의 응답자가 대학교 졸업 이상의 응답자보다 더 중요하다고 생각하였고 고등학교 이하의 소비자가 다른 응답자보다 브랜드를 더 중요하게 생각하였다. 직업유형에 있어서는 판매직과 서비스직 응답자가 전문직 보다 봉제를 더 중요하게 생각하고, 서비스직이 사무직과 전문직보다 브랜드를 더 중요하게 생각하며, 서비스직이 전문직보다 세탁관리를 더 중요하게 생각하였다.

알리지방지 침구류 섬유소재 속성 만족도와 관련하여, 여자가 남자보다 더 세탁편리성, 보관편이성, 먼지날림 방지효과에 대해 만족하였다. 연령대에 따라서는 40대가 30대보다 경량감에 대한 만족도가 높고 50대 이상은 20대보다 내구성과 알리지방지 효과에 대한 더 만족하였다. 또한 40대 이상은 20대보다 내구성에 대해 더 만족하였다. 최종학력에 따라서는 고등학교 졸업 이하의 소비자는 대학교 졸업 이상의 소비자보다 침구류 섬유소재의 세탁편리성과 내구성에 대해 만족하였다. 소득수준에 따라서는 알리지방지 침구류 섬유 소재의 탄력성, 세탁편리성, 보관 편이성, 땀 흡수성, 공기 투과성 만족도에 있어서 500만원 이상 소득의 응답자가 300만원 이하 소득의 응답자보다 더 높게 나타났다. 또한 알리지방지 효과 만족도는 300~500만원 소득의 응답자가 300만원 이하 소득의 응답자보다 더 높았다.

알리지방지 침구 섬유 속성만족도가 알리지방지 침구류 재구매 의향에 유의한 영향을 미쳤

으며, 재구입 의향에는 알러지방지 침구의 부드러운 촉감, 보온성, 먼지 날림 방지효과, 알러지 방지 성능 효과 속성이 중요하게 영향을 미쳤다.

셋째, 가정내 알러지 질환자가 있는 경우는 없는 경우보다 더 판매원 추천에 의한 알러지방지 침구 구입을 하였으며, 알러지 예방과 알러지 증상 완화를 위하여 구입하였다. 또한 알러지 질환자가 있는 경우는 없는 경우보다 알러지방지 침구류의 소재 기능성을 더 중요하게 생각하고 있었다. 알러지 질환자가 일반 소비자보다 알러지방지 침구류의 알러지방지 성능 효과에 더 만족하고 있었다. 특히 가정내 알러지 질환자 여부 상관없이 모두가 품질 중요도나 속성 만족도에 있어서 먼지날림 방지효과, 부드러운 촉감, 경량감등의 소재 기능성에 높은 만족감을 인식하고 있었다. 침구업계는 침구의 필요성인 보온성과 더불어 디자인과 소비자들의 건강향상을 위한 신소재 개발에 더욱더 투자와 관심을 가져야 할 것이다.

2. 연구의 제한점 및 제언

본 연구에서는 알러지방지 침구 구매행동 및 소비자 만족도를 알아봄으로써 알러지 질환을 갖고 있는 사람들에게 필요한 정보를 제공하고 자 하지만 다음과 같은 몇 가지 제한점을 가지고 있으므로 후속 연구가 필요하다고 본다. 첫째로, 본 연구의 조사 대상은 서울, 수도권 지방 대도시 지역으로 한정 되어 있으므로 모든 소비자의 의사를 반영하지 못하였다. 따라서 앞으로의 연구에서는 지방 소도시의 소비자의 의견도 반영되는 연구가 필요하다고 생각한다. 둘째, 본 연구의 조사 대상은 알러지 방지 침구를 판매하고 있는 소수 브랜드의 알러지 방지 침구류를 구입한 소비자를 대상으로 조사한 것으로 본 연구 결과를 시중에 판매중인 모든 알러지방지 침구 구매행동을 확대 해석 할 때는 신중할 필요가 있겠다.

본 연구에서는 알러지 질환 방지 침구에 대해 소비자의 주관적 인식 및 평가를 알아보았다. 향후 연구로서 알러지 질환 방지 침구와 관련하여 알러지 완화 효과가 있는지 객관적으로 검증

될 수 있는 의학적인 임상 연구가 기대된다.

참 고 문 헌

- 강석영, 최병휘, 문희범, 민경업, 김유영. (1984). 한국인 호흡기 알레르기 질환자에 있어서의 피부시험 성적에 관한 연구. *알레르기*, 4, 49-56.
- 권병철, 송태원, 최성연, 신운호, 이경은, 손명현, 김규인, 박중원, 홍천수. (2005). 실내 환경에서 집먼지 내독소에 대한 노출과 알레르기 감작과의 관계. *소아알레르기 및 호흡기학회지*, 5(1), 18-25.
- 권수에 (2003). *의복과 인체의 환경적응*. 교학연구사. 205-213.
- 권준옥, 정성훈. (2009). 실내환경 관리가 알레르기질환 예방관리의 첩경. *보건복지부질병관리본부*.
- 김동희. (2005). 극세공극 직물 침구가 먼지 양과 집먼지진드기 allergen에 미치는 효과에 대한 연구. *화학공학회지*, 43(1), 136-139.
- 김성호, 박동진, 변혜정, 이현수, 오인보, 심창선, 김양호, 윤충식. (2012). 아토피 아동 가정내 집먼지 진드기 농도의 환경요인: 환자 대조군 연구. *한국환경보건학회지*, 38(3), 204-212.
- 김정옥, 황선옥, 박성옥, 김상현, 홍순권, 오두진, 박정훈. (2007). 아토피피부염 치료에 있어서 음이온 원단의 효과와 안정성 평가. *대한피부과학회 춘계 학술대회 논문집*, 45(1), 99.
- 김용순, 박지원, 송영신. (2002). 주거환경 특성에 따른 집먼지진드기 항원량에 관한 조사. *지역사회간호학회지*, 13(1), 79-88.
- 김인수, 장우선, 서성준, 노영석, 박영립, 박천옥, 조상현. (2010). 아토피질환용 의복 (Atosilk)의 피부 효능과 안전성에 대한 연구. *대한피부과학회추계 학술대회 논문집*, 192, 83.
- 김준영, 최수영, 이인용, 이용원, 용태순, 김철우, 송연신, 박지원, 김용순, 박중원, 홍천수. (2006). 서울 지역의 집먼지진드기의 계절별 서식현황 및 거주자의 건강에 미치는 영향. *천식및알레르기*, 26(1), 27-34.
- 김지현. (2009). 가정 내 집먼지진드기 알레르겐이 소아 아토피피부염의 중증도와 사이토카인 농도에

- 미치는 영향. *중앙대학교 박사학위논문*.
- 김현정, 정세규, 최선영, 박병덕, 이승현. (2007). 아토피 피부염 개선 보조 요법의 일환으로 개발된 수분증기 투과를 제어하는 천으로 제작된 의류의 아토피 피부염에 대한 효과 연구. *대한피부과학회 추계학술대회 초록집*, 59(2), 142.
- 박영희. (2008). 의복소재가 아토피 피부염에 미치는 영향에 대한 소비자 조사. *한국의류학회지*, 32(7), 1116-1128.
- 박지연. (2004). *조선시대 침구에 관한 연구*. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 삼성서울병원 아토피환경보건센터. (2012). *아토피질환 예방 관리 총람*.
- 서경선, 박정희, 이선화, 남해선. (2006). 집먼지진드기 알리지 억제 기능성 침구류 소재 개발. *한국의류학회 학술대회 논문집*, 293.
- 손장열, 최달용, 백용규. (2006). 일부주택의 침구류 및 실내공기중의 집먼지 진드기 알러젠 농도 측정. *한국생활환경학회지*, 13(3), 237-240.
- 오영환. (2005). 집먼지 진드기를 통제하기 위한 기능성 직물의 유효성에 관한 시험평가. *섬유정보*, 33(1), 215-220.
- 이옥경. (2009). *침구의 사용실태 및 소재의 물리적 특성에 관한 연구*. 공주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이현자. (2002). *침대 매트리스의 인체적합성 평가*. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 임용순, 박천옥, 이철현. (2001). 아토피 피부염 환자에서 집먼지 진드기 항원에 대한 첵포검사와 피부 단자검사 및 혈청 특이 IgE치와의 비교. *대한피부과학회지*, 39(10), 1072-1079.
- 주정아, 김현철. (2013). 침구 쇼핑성향에 따른 한지 침구류 이미지 평가에 관한 연구. *한국의류학회지*, 37(2), 174-185.
- 질병관리본부. (2010). *어린이·청소년 천식 및 알레르기 질환 조사*.
- 정고은, 우효정, 이정순. (2011). 대나무 및 솔잎 추출물의 기능성 NC/Nga 마우스에서의 아토피성 피부염병변에 대한 효과. *한국의류학회 학술 대회 논문집*, 243.
- 최정윤, 손명현, 김철홍, 이경은, 김규언. (2002). 침구류에서의 집먼지 진드기 농도 측정. *소아알레르기 및 호흡기학회지*, 12(3), 185-191.
- 한성협, 변지원, 송희진, 홍원규, 이현숙, 이승규, 신정현, 최광성. (2008). 아토피피부염 환자에서 쭉을 이용한 천연 염색의류의 효과에 대한 임상연구. *대한피부과학회 초록집*, 46(2), 144-145.
- Kern, R. A. (1921). Dust sensitization in bronchial asthma. *Medical Clinical A noth Am*, 5, 751-758
- Konishi E., & Uehara, K. (1994). Antigen levels of dermatophagoides mites (Acai: pyroglyphidae) in dust samples collected in homes of allergic patients. *Journal of Medical Entomology*, 31, 394-399
- Platts-Mills T.A. and de Weck, A.L. (1989). Dustmite allergens and asthma-A worldwide problem. *Journal of Allergy Clinical Immunology*, 83, 416-427.
- Tovey, E. and Marks, G. (1999). Methods and effectiveness of environmental control, *Journal of Allergy Clinical Immunology*, 103, 179-191.
- Voorhost, R., Spieksma, F. T. M., Varekamp, H., Leupen, M. J. And Platts-Mills, T. A. E. and de Week, A. L. (1989). Dust mite allergens and asthma- a worldwide problem, *Journal of Allergy Clinical Immunology*, 83, 416-427.