

## 30~50대 남녀의 아웃도어 웨어 착용실태 및 인식조사(제 1보)

백경자<sup>1)</sup> · 황영미<sup>2)</sup> · 이정란<sup>3)†</sup>

<sup>1)</sup>백석문화대학교 디자인학부 패션디자인전공

<sup>2)</sup>농업진흥청 국립농업과학원

<sup>3)</sup>부산대학교 생활환경대학 의류학과/노인생활환경연구소

### Actual Wearing Conditions and Attitude: An Initial Report on an Outdoor Wearing Survey for Man and Woman in their 30s to 50s

Kyung Ja Paek<sup>1)</sup>, Young Mi Hwang<sup>2)</sup>, and Jeong Ran Lee<sup>3)†</sup>

<sup>1)</sup>Fashion Design, Baekseok Culture University; Cheonan, Korea

<sup>2)</sup>National Academy of Agricultural Science; Suwon, Korea

<sup>3)</sup>Dept. of Clothing & Textiles/Research Institute of Ecology for the Elderly, Pusan National University; Busan, Korea

**Abstract :** This study is an initial report of actual wearing conditions and attitude based on a survey of wearing outdoor wear for men and women in their 30s to 50s who enjoy daily leisure sport activities. Most middle-aged men and women who enjoy outdoor activities were interested in new trends and clothing styles. The greatest area of interest was health(42.9%), followed by leisure and sports(38.4%); in addition, hiking(40.2%) was the most popular outdoor activity. The majority of subjects participated in outdoor activities for over 5 years(34.4%). The highest frequency of outdoor activities was conducted once or twice a month, and it took one to three hours for each activity. Nearly half of the respondents(47.7%) answered that the goal of outdoor activities was to maintain their health. Subjects in their 40s and 50s were more equipped in their outdoor activities and in their 50s made ongoing investments despite costs. When wearing clothing, the subjects placed a priority on design(in the case of subjects in their 30s) and comfort(for subjects in their 40s and 50s). This survey shows that the subjects emphasized access to outdoor wear and equipment. In all age groups, the biggest complaint about outdoor wear was price; in addition, they were unsatisfied with the length and the sleeves of outdoor jackets. Outdoor wear will draw a positive attention for its practical use of clothing if it is developed according to consumer demands based on functionality for outdoor activities and convenience in daily life.

**Key words:** outdoor wear(아웃도어 웨어), outdoor activity(야외활동), attitude survey(태도조사), middle-aged(중년층)

## 1. 서 론

가능성에 편안함이 추가된 아웃도어 웨어는 남녀노소 모두가 편안하게 입을 수 있는 캐주얼웨어로 자리를 잡아가고 있다. 이러한 현상은 주 5일제 근무로 여가시간이 늘어나고 또 소비자들의 웰빙, 삶의 질에 대한 관심이 스포츠, 레저 활동으로 연결되면서 국내 패션시장의 침체에도 불구하고 아웃도어 웨어 시장은 꾸준히 성장하였기 때문이다. 과거 등산복이라는 의미가 지배적이었던 아웃도어 웨어가 현재는 등산, 낚시, 암벽등반, 스노우보드, 스케이트보드, 인라인스케이트, 산악자전거 등 다양한 레저 스포츠를 위한 룩(look)으로 그 의미를 확대하였고 나아가 일상복으로까지 그 인식이 변화되었다("outdoor market",

2010). Minister of culture, sports and tourism(2010)의 발표에 따르면 우리나라 국민이 스포츠를 통하여 여가생활에 참여하는 경우, 구기운동, 헬스/에어로빅, 육상/조깅, 배드민턴/줄넘기 외 수상운동, 사이클링/산악자전거 등 다양한 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 반면 외국에서의 아웃도어 스포츠란 자연과의 싸움을 통한 자연의 정복으로 인식되어 이동성과 기능성 및 실용성이 최대한 요구되는 제품을 추구하는 경향에서 그 차이가 있으며(KIS cortit monitor, 2009), 관련 연구도 익스트림(extreme) 스포츠 웨어나 극한 환경에서의 의복과 인체에 대한 인간공학적인 연구가 주를 이루고 있다(Givoni et al., 2003; Donaldson et al., 2001).

아웃도어 웨어 관련 국내의 최근 연구를 살펴보면 등산복에 한정이되었던 과거와는 달리 오토캠핑 아웃도어 스포츠 웨어, 고기능성 아웃도어 웨어, 동계 아웃도어 웨어, 다운재킷(Rhee & Lee, 2011; Bae, 2011; Lee & Kim, 2009; Choi, 2009) 등 아웃도어 시장흐름에 발맞추어 그 연구범위를 넓히고

†Corresponding author; Jeong Ran Lee  
Tel. +82-51-510-2841, Fax. +82-51-583-5975  
E-mail: lrj@pusan.ac.kr

있다. 그러나 더욱 다양해진 야외활동에 따라 세분화된 아웃도어 웨어 시장이 활성화되고 있는 것도 사실이지만, 아직까지 우리나라 지형의 영향과 캐주얼한 일상복으로도 착용하고자 소비자들이 구매하고 있는 아웃도어 웨어는 당연 등산복이 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 다만 등산복을 포함한 대부분의 아웃도어 관련 선행논문들이 소비자의 요구를 파악하기 위한 연구목적으로 아웃도어 웨어 소비자 구매행동, 브랜드 선호도, 디자인 선호 성향(Rhee & Lee, 2011; Chu, 2006) 등에 치우쳐 있고 특정 연령대나 성별에 한정되어 있어 보편적인 적용에 한계가 있다. 또한 그 연구 결과가 소비자 요구에 부합되도록 실제 의복에 적용되고, 야외활동 시 이러한 아웃도어 웨어의 착용성이나 기능성 평가결과를 동반한 연구는 찾아보기 어렵다.

따라서 활발한 아웃도어 활동을 즐기고 있는 연령대를 대상으로 그들의 요구를 바탕으로 한 고성능 아웃도어 재킷을 개발하고 그 만족도를 평가하는 연구가 필요하다. 이를 위해 본 연구에서는 특정 익스트림 스포츠를 제외하고 일상적인 스포츠 레저 활동을 즐기는 30~50대 중년 남녀의 라이프스타일, 아웃도어 활동, 아웃도어 웨어 만족도 등을 조사하고 그 결과를 분석하여 추후 기능적인 스마트 아웃도어 웨어의 개발과 평가를 위한 자료로 사용하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 아웃도어 웨어 연구 동향

아웃도어 웨어(outdoor wear)란 뜻 그대로 야외에서 입는 옷으로 현재와 같은 형태의 아웃도어 웨어는 아웃도어 스포츠가 생활 그 자체로 여겨졌던 19세기 영국에서 시작되었다. 반면 미국이나 타 유럽에서의 아웃도어 스포츠란 자연과의 싸움을 통한 자연의 정복으로 인식되어 이동성, 기능성, 실용성이 최대한 요구되는 제품을 추구하고 있어 관련된 생산 제품과 연구 동향에 있어서 그 차이가 있다.

국내의 경우 1970~1980년대 등산, 캠핑, 야외낚시 등으로 대표되는 야외 여가활동이 실질적인 아웃도어 시장의 시초로 1995년 K제화의 '썬크핑크' 브랜드가 출시되면서 '아웃도어'라는 명칭이 처음 등장하였으며(KIS credit monitor, 2009) 최근 전반적인 경기 불황에도 불구하고 아웃도어 웨어 시장은 높은 성장세를 지속하고 있다. 이러한 국내 아웃도어 웨어 시장의 현황과 전망에 발맞추어 관련 연구에서도 디자인, 마케팅, 의복구성, 소재 등 다양한 분야에서 '아웃도어 웨어'는 공통적인 논문 주제가 되고 있으며 연구 대상과 방법에 있어서도 점차 세분화되어지고 있는 실정이다. 즉, 연구의 대상이 대부분 등산복을 구매하는 소비자에서 다양한 레저 스포츠를 즐기는 소비자를 대상으로 하거나(Ryou, 2009; Rhee & Lee, 2011; Sung et al., 2005), 등산 뿐 아니라 특정 레저 스포츠 아웃도어 웨어 제품에 대한 디자인 개발 및 패턴, 기능성 소재, 패턴 연구(Bae, 2011; Kim & Ro, 2009; Lee & Kim, 2009; Park et al., 2002; Ryou, 2009), 현 아웃도어 브랜드에 대한 비교분석

(Kim et al., 2010; Sung, 2011) 등 다방면에서의 연구가 진행되고 있다.

Sung et al.(2005)은 자전거, 인라인 스케이트, 등산 활동을 하는 소비자들을 대상으로 자외선 차단 의복의 마케팅 전략 설정에 대한 중요성을 제시하였고, Rhee and Lee(2011)는 오토캠핑 아웃도어 스포츠 웨어 소비자를 대상으로 한 구매행동과 관련하여 제품 구매 시 의복의 기능성, 디자인, 색상을 중요하게 고려하며 가격을 고려하는 소비자는 거의 없다고 하였다. Ryou(2009)는 골프업계 현황조사와 소비자 실태조사를 실시하고 이에 대한 결과를 바탕으로 소재의 기능성과 골프 스윙 동작 기능성 향상을 위한 디자인으로 실험복을 제작하고 이에 대한 외관 및 동작적용성 평가를 실시하였다.

디자인 관련 연구에서 Lee and Kim(2009)은 동계 아웃도어용 스마트 웨어 디자인을 개발하고 착용성 평가를 실시하였으며 Park et al.(2002)은 특정 야외활동이 아닌 운동기능성과 심미성 즉, 스포츠 웨어와 일상복의 기능을 하는 다기능복으로 접근을 시도한 아웃도어 웨어 디자인 개발을 하고 패턴을 제시하였다. Bae(2011)는 다기능화되는 스포츠 웨어, 즉 아웃도어의 기능 확장에 대한 연구의 필요성을 언급하면서 기후와 환경에 대응하기 위한 아웃도어 웨어 디자인을 제시하였다. 그 밖에 Kim and Ro(2009)는 등산, 조깅, 산책, 인라인 스케이트, 사이클링, 골프와 같은 다양한 실외 스포츠, 즉 아웃도어 라이프 활성화에 따른 자외선 노출에 대한 우려를 나타내고 페이스 커버를 연구 개발하였다.

Sung(2011)은 최근 웰빙 열풍으로 건강과 레저에 대한 관심이 높아지고 합리적 소비를 지향하는 스마트 소비자가 증가하면서, 가격대비 실용성과 디자인을 겸비하고 다목적 사용이 가능한 아웃도어 스포츠 웨어가 소비자의 욕구 충족에 적합했다고 분석하였다. 이에 아웃도어 브랜드들은 이러한 소비 욕구에 대응하여 기존의 등산복에서 벗어나 자전거, 캠핑, 산악자전거, 겨울 스포츠 등 다양한 아웃도어 운동 분야로 영역을 확장하고 있으며, 또한 타운웨어로 착용 가능한 캐주얼 라인을 포함시켜 아웃도어 웨어의 사용 범위를 확대시키기 위한 마케팅 전략을 제시하여야 한다고 하였다. 즉, 아웃도어 스포츠웨어 브랜드 비교를 통한 경쟁우위를 측정함으로써 의류산업시장의 흐름 파악(Kim et al., 2010)에서도 나타났듯이 현 소비자들은 가격대비 실용성과 디자인을 겸비하고 다목적 사용이 가능한 아웃도어 스포츠 웨어를 원하는 것으로 분석하고 있다(Sung, 2011).

### 2.2. 등산복 연구동향

우리나라의 다양한 연령대 남녀를 대상으로 가장 즐기는 스포츠 활동을 조사한 결과(Shin, 2010), 20대는 헬스를 즐기는 사람이 많았으며 30대부터 60대까지는 등산을 하는 사람이 가장 많아 중년기 이후 국내에서 가장 많이 착용되는 아웃도어 웨어는 등산복으로 나타났다.

등산복 관련 선행논문을 살펴보면 소비자 특성(Chu, 2006)이나 레저라이프 스타일(Hwang, 2006) 또는 고기능성 등산복

(Kim, 2005) 등과 연관된 소비자들의 구매행동에 관련된 연구가 주를 이루고 있다. 나아가 Park(2011)은 구매행동을 포함한 소비자 라이프스타일에 따른 등산복의 활용성이 어떻게 이루어져 있는지 실제 등산복 구매경험자들의 설문조사를 통하여 알아봄으로써 아웃도어 기업 마케팅 전략에 도움을 주고자 하였다.

대부분의 등산복 착용실태에 관해서는 등산 참여 목적, 등산 관여도, 스포츠 관심도 등을 영향 요인으로 보고 스포츠 웨어 제품 선호 이미지 및 구매행동, 등산복 디자인 선호 경향 등을 분석하고 있다. Lee(2010)는 20~30대 여성 등산객을 대상으로 착용실태를 조사하여 개선요구사항을 파악하고자 하였다. Lee et al.(2009)은 소비자들이 기능성 등산복 선택 시 가장 중요하게 여기는 특성으로 흡습속건성, 보온성, 방수 방풍성, 스트레칭 기능을 제시하였다. 또 응답자들은 기능성 등산복의 가격이 너무 비싸다고 하였으며 세탁이 불편하다고 답하여 기능성 등산복의 개발 시 소비자들이 중요하게 여기는 기능을 고려해야 할 뿐 아니라, 세탁성이나 가격과 같은 소비자들이 개선을 원하는 요소들에 대한 고려도 필요할 것으로 밝혔다.

Im et al.(2011)은 가벼운 산행의 등산 환경에서 요구되는 등산복의 기본적인 기능성과 관련된 디자인 요소를 분석하여 기능성 아웃도어의 등산용 남성 재킷 디자인의 프로토타입을 제안하였으며 Han and Lee(2011)는 30-50대 남녀를 대상으로 디자인 선호도 조사를 토대로 일상생활용 아웃도어 재킷의 디자인을 제시하였다. 이상의 연구들에서 등산복을 포함한 아웃도어 웨어 개발 시, 다양한 연령대별 남녀 소비자의 착용 실태 및 인식 조사를 통하여 이들의 욕구가 충분히 반영되어야 할 것이다. 특히 일상복으로도 착용 가능한 디자인과 야외활동 시에도 충분한 기능성을 갖춘 합리적인 캐주얼 웨어와 스포츠 웨어 기능을 가진 아웃도어 웨어의 필요성이 요구되고 있다.

### 3. 연구방법

중년 남녀의 아웃도어 활동 및 아웃도어 웨어 착용실태를 알아보기 위하여 설문조사를 실시하였다. 연구대상은 부산과 경남에 거주하며, 월 1회 이상 야외활동을 하고, 아웃도어 웨어를 구매한 경험이 있는 30대부터 50대까지의 남녀로 선정하였다. 설문 문항은 선행 연구(Lee, 2010; Kim, 2005)에서 사용된 설문 문항을 참고로 하여 보완 수정 후 사용하였다. 본 연구의 설문조사 내용은 조사대상자의 인적 사항 6문항, 라이프스타일 관련 12문항, 야외활동 관련 9문항, 아웃도어 웨어 관련 24문항으로 구성되었으며 조사 결과를 연령 및 성별로 나누어 분석하였다. 회수한 설문지 455부 중 응답하지 않은 항목은 제외하고 분석에 사용하였으며 설문지 조사의 자료 분석 방법은 SPSS 18.0 프로그램을 사용하여 각 문항에 대한 기술 통계치와 빈도분석을 실시하고 성별, 연령별 비교를 위하여 교차분석 및 다중비교, t-test를 실시하였다. 본 연구의 조사기간은 2010년 11월~12월이었다.

## 4. 결과 및 논의

### 4.1. 인구통계학적 특성

설문조사 대상자는 총 455명으로 연령대별로는 30대 151명(33.2%), 40대 151명(33.2%), 50대 153명(33.6%)이었고 남녀 비율은 남성이 49.5%, 여성이 50.5%로 비슷하였다. 본 연구 설문 조사는 아웃도어 활동을 하는 사람들을 의도 표집하여 이루어졌으며 조사 대상자의 특성을 살펴보면 학력은 대졸 이상이 가장 많았고 직업은 전문직, 사무직이 많았으며 개인소득은 200~300만원이, 가계소득은 500만원 이상이 가장 많아 비교적 고학력, 고소득 소비자의 비중이 많았다. 30, 40대는 전문직, 사무직 비중이 많고 50대는 자영업이 많았으며, 가계소득에 있어서는 30대는 200~300만원, 40, 50대에서는 500만원 이상이 가장 많아 연령에 따른 차이를 보였다(Table 1).

### 4.2. 라이프스타일

본 연구 조사대상자의 라이프스타일 특성을 5점(매우 그렇다)부터 1점(전혀 그렇지 않다)으로 평가하여 분석한 결과는 Table 2와 같다. 본 연구 대상자들은 '새로운 기능성 제품에 흥미가 있다'에서 가장 높은 점수를 보여 기능적 의복에도 흥미를 가질 것으로 생각되며 대체로 이들은 새로운 기능을 다른 사람에게 알리고, 사고 모임에 대해 관심을 가지고 있으며 새로 유행하는 스타일에 관심을 갖고 쇼핑 할 때 계획을 세워서 하는 경향이였다. 연령대에 따른 라이프스타일 특성 차이는 나타나지 않아 50대도 과거에 비해 적극적이고 젊은 사고를 가지고 있음을 알 수 있었다. 성별에 따라서는 남성이 새로운 기능성 제품에, 여성은 최근 유행 스타일에 관심이 많으며 여성이 남성에 비해 계획적인 쇼핑을 하는 경향이였다( $p<.001$ ).

자신의 주요 관심분야에 대해 다중응답하게 한 결과 건강에 대한 관심이 가장 높았고(42.9%) 다음으로 레저와 스포츠(38.4%), 여행(29.8%), 문화생활(28.9%)의 순이었다. 50대는 건강에 대한 관심이 매우 높은 반면 문화생활에 대한 관심은 다소 낮는데 비해 30대는 건강보다 문화생활과 레저, 스포츠에 대한 관심이 더 높아 연령에 따른 관심분야의 차이를 볼 수 있었다. 그러나 전반적으로 중년층에서 건강에 대한 관심과 레저, 스포츠에 대한 관심이 높음을 알 수 있었다(Fig. 1).

여가활동에 대한 조사결과(Table 3)에서는 운동(27.8%), 문화생활(24.4%), 야외활동(21.4%)의 순이었으며 연령에 따른 차이가 뚜렷이 나타났는데 30대는 문화생활, 운동, 야외활동의 순서인 반면 40대는 문화생활이 가장 많았으며 운동과 야외활동은 동일 비율이었고 50대는 운동, 야외활동, 문화생활의 순이었다. 이는 연령에 따른 관심사를 반영하는 것으로 연령이 증가할수록 문화생활보다 운동이나 야외활동이 증가하는 경향을 알 수 있었다. 성별에 따라서는 남성의 경우 운동, 야외활동, 문화생활의 순인 반면, 여성은 문화생활, 운동, 야외활동으로 성별에 따른 차이가 나타났다( $p<.001$ ).

**Table 1.** General characteristics

Item		Total	Ages			$\chi^2$	N(%)
			30s	40s	50s		
Sex	Men	225(49.5)	75(49.5)	74(49.0)	76(49.7)	0.02	
	Women	230(50.5)	76(50.3)	77(51.0)	77(50.3)		
	Total	455(100)	151(100)	151(100)	153(100)		
Academic Background	Master's degree	61(13.4)	28(18.5)	20(13.2)	13( 8.6)	54.17***	
	Bachelor's degree	265(58.4)	107(70.9)	91(60.3)	67(44.1)		
	High school	119(26.2)	15( 9.9)	39(25.8)	65(42.8)		
	Middle school	9( 2.0)	1( 0.7)	1( 0.7)	7( 4.6)		
	Total	454(100)	151(100)	151(100)	152(100)		
Job	Unemployed/Housemother	76(17.0)	24(16.1)	20(13.4)	32(21.5)	74.61***	
	Production employed/Technician	29( 6.5)	4( 2.7)	11( 7.4)	14( 9.4)		
	Self employed	73(16.3)	9( 6.0)	22(14.8)	42(28.2)		
	Graduated student	17( 3.8)	15(10.1)	2( 1.3)	0( 0.0)		
	Office worker	101(22.6)	41(27.5)	44(29.5)	16(10.7)		
	Professional	106(23.7)	41(27.5)	31(20.8)	34(22.8)		
	Merchandiser	27( 6.0)	8( 5.4)	10( 6.7)	9( 6.0)		
	Etc.	18( 4.0)	7( 4.7)	9( 6.0)	2( 1.3)		
Total	447(100)	149(100)	149(100)	149(100)			
Individual Income(Won)	Over 5,000,000	34( 8.4)	2( 1.4)	12( 9.2)	20(16.1)	90.60***	
	4,000,000~5,000,000	43(10.7)	4( 2.7)	17(13.0)	22(17.7)		
	3,000,000~4,000,000	63(15.6)	12( 8.1)	30(22.9)	21(16.9)		
	2,000,000~3,000,000	108(26.8)	41(27.7)	36(27.5)	31(25.0)		
	1,000,000~2,000,000	93(23.1)	50(33.8)	24(18.3)	19(15.3)		
	Less than 1,000,000	37( 9.2)	16(10.8)	11( 8.4)	10( 8.1)		
	Etc.	25( 6.2)	23(25.5)	1( 0.8)	1( 0.8)		
	Total	403(100)	148(100)	131(100)	124(100)		
Household Income(Won)	Over 5,000,000	115(26.2)	23(15.9)	40(27.4)	52(35.1)	31.41**	
	4,000,000~5,000,000	80(18.2)	26(17.9)	29(19.9)	25(16.9)		
	3,000,000~4,000,000	91(20.7)	30(20.7)	40(27.4)	21(14.2)		
	2,000,000~3,000,000	95(21.6)	38(26.2)	28(19.2)	29(19.6)		
	1,000,000~2,000,000	41( 9.3)	19(13.1)	6( 4.1)	16(10.8)		
	Less than 1,000,000	11( 2.5)	6( 4.1)	3( 2.1)	2( 1.4)		
	Etc.	6( 1.4)	3( 2.1)	0( 0.0)	3( 2.0)		
	Total	439(100)	145(100)	146(100)	148(100)		

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

**Table 2.** Lifestyle

Item	Total (N=449)		Ages						F-value	Sex				t-value
			30s (N=149)		40s (N=151)		50s (N=149)			Men (N=149)		Women (N=149)		
	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.		M	S.D.	M	S.D.	
I enjoy trying something new	3.4	0.81	3.4	0.78	3.3	0.81	3.3	0.83	0.97	3.4	0.76	3.3	0.85	1.59
I am interested in new functional products.	3.6	0.80	3.6	0.85	3.5	0.79	3.6	0.77	0.80	3.7	0.76	3.4	0.83	3.55***
I usually let people know new functional products.	3.6	0.80	3.6	0.85	3.6	0.80	3.6	0.76	0.03	3.5	0.77	3.6	0.83	-1.31
I go to lots of social parties.	3.3	0.85	3.3	0.86	3.3	0.82	3.4	0.86	1.11	3.3	0.86	3.3	0.83	0.72
I am interested in the latest style.	3.5	0.89	3.5	0.87	3.5	0.92	3.5	0.89	0.36	3.4	0.87	3.6	0.89	-3.52***
I like to plan for shopping.	3.5	0.93	3.4	0.99	3.5	0.97	3.5	0.84	1.03	3.3	0.97	3.7	0.86	-4.31***

\*\*\* $p < .001$

5: very interested, 4: interested, 3: neutral, 2: uninterested, 1: totally uninterested

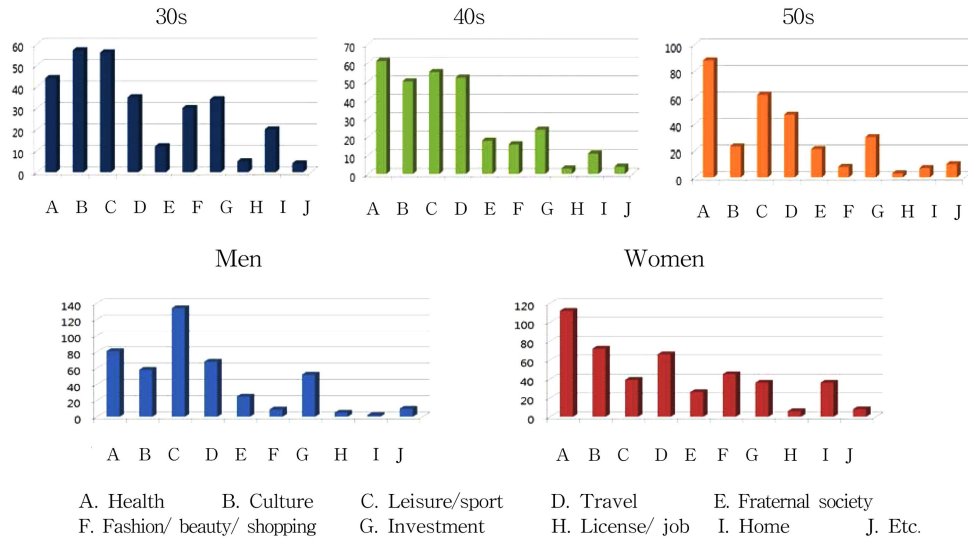


Fig. 1. Main area of interest.(Units: N)

Table 3. Leisure activities

Item	Total	Ages			$\chi^2$	Sex		$\chi^2$
		30s	40s	50s		Men	Women	
Sports	121(27.8)	30(20.3)	35(24.8)	56(38.4)	74(34.4)	47(21.4)	36.91****	
Outdoor activities	93(21.4)	19(12.8)	35(24.8)	39(26.7)	52(24.2)	41(18.6)		
Travel	31( 7.1)	11( 7.4)	8( 5.7)	12( 8.2)	20( 9.3)	11( 5.0)		
Shopping	28( 6.4)	16(10.8)	9( 6.4)	3( 2.1)	5( 2.3)	23(10.5)		
Cultural activities	106(24.4)	48(32.4)	40(28.4)	18(12.3)	44(20.5)	62(28.2)		
Fraternal society	45(10.3)	20(13.5)	12( 8.5)	13( 8.9)	12( 5.6)	33(15.0)		
Etc.	11( 2.6)	4( 2.7)	2( 1.4)	5( 3.4)	8( 3.8)	3( 1.4)		
Total	435(100)	148(100)	141(100)	146(100)	215(100)	220(100)		

\*\*\* $p < .001$

Table 4. Interest in clothing

Item	Total		Ages						F-value	Sex				t-value
	(N=453)		30s (N=151)		40s (N=151)		50s (N=151)			Men (N=225)		Women (N=228)		
	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.		M	S.D.	M	S.D.	
Everyday Dress	3.4	0.78	3.4	0.83	3.4	0.78	3.4	0.75	0.66	3.2	0.81	3.6	0.71	-4.84***
Distinctive Dress	2.7	0.84	2.6	0.86	2.7	0.80	2.8	0.85	1.91	2.6	0.78	2.8	0.87	-3.32***

\*\*\* $p < .001$

5: very interested, 4: interested, 3: neutral, 2: uninterested, 1: totally uninterested

### 4.3. 의복관심도

연령별로 살펴본 의복에 대한 관심도는 평균이 3.4로 보통 이상이었고 연령별 차이는 없었다. 독특한 스타일의 의복에 대한 관심은 2.7로 보통 이하였는데 여기에도 연령에 따른 차이는 없었으나(Table 4), 연령대가 높을수록 그 관심도가 약간씩 높아졌다. 이는 최근 중년층의 경제력 향상 및 활발한 사회참여로 인하여 의복이나 외모에 대한 높은 관심을 나타내는 추세를 반영한다(Kweon et al., 2010). 반면 성별에 따라서는 의복

에 대한 관심과 독특한 스타일에 대한 관심 모두 여성의 점수가 높아 유의한 차이가 나타났다( $p < .001$ ).

의복착용 시 가장 고려하는 우선순위를 다중 응답한 결과, 30대는 디자인, 편안함, 색상의 순이었고 40대와 50대는 편안함, 디자인, 소재의 순으로 40대와 50대가 실용성을 더 추구하는 경향을 보였다. 성별에 따라서는 남자는 편안함, 디자인, 소재의 순서로, 여자는 디자인, 편안함, 소재의 순서로 여성이 디자인을 더 중시함을 알 수 있었다(Fig. 2).

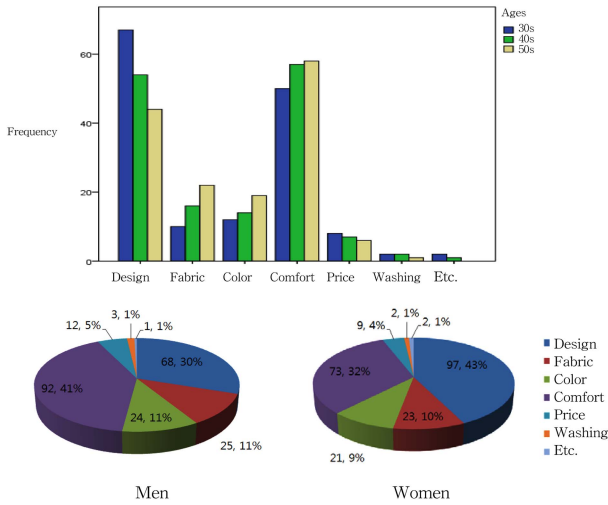


Fig. 2. Clothing preference.

4.4. 야외활동 실태 및 아웃도어 웨어 만족도

4.4.1. 야외활동 실태

야외활동 실태에 대한 조사 결과는 Table 5와 같다.

다양한 야외활동 중에서 이들이 즐기는 야외활동은 등산이 40.2%로 가장 많았고 다음으로 조깅(17.7%), 구기 종목(13.7%)이었으며 연령에 따른 유의차를 보였는데(p<.001), 등산을 즐기는 사람은 50대가 46.3%로 가장 많았고 다음으로 40대, 30대였다. Park(2011)의 결과에서도 등산을 즐기는 연령비율이 중년층이 가장 높게 나타나 이는 소비능력도 있고 여가생활도 즐길 수 있는 연령대라 하였고 30대의 비율도 높아 등산에 대한 관심이 과거와는 달리 젊은 층에게도 확산되고 있다고 하였다.

야외활동에 참여해 온 기간은 5년 이상이 34.4%로 가장 많았고, 1년 미만 23.0%, 1년 이상 2년 미만이 15.5%의 순이었다. 5년 이상 참여자는 50대가 가장 많았고 다음으로 40대, 30대였다. 야외활동 빈도는 1달에 1~2번이 가장 많았고 다음이 1달에 3~4번이었다. 선행연구(Park, 2011; Im et al., 2011; Lee, 2006)의 결과에서 조사한 등산복 구매자들의 등산횟수에서도 1달에 1번~3번이 가장 많아 주말을 이용한 야외 활동이 가장 많은 것으로 나타났다. 1회에 소요되는 야외활동 시간은 연령에 따른 차이 없이 1~3시간이 48.8%, 3시간 이상이 35.0%였다. 성별에 따라 살펴본 야외활동 기간 및 빈도결과는 여성이 남성에 비해 등산 활동이 훨씬 많았으며 야외활동 기간은 5년 이상인 경우 남성의 비율이 더 높고 1년 미만의 경우는 여성의 비율이 높아 성별에 따른 차이가 뚜렷하였다. 야외활동 빈도도 여성에 비해 남성의 활동 빈도가 더 많았고 야외활동 소요시간은 1~3시간은 여성이, 3시간 이상은 남성의 비율이 더 높았다.

야외활동 목적 및 참여방법에 대한 조사결과에서, 야외활동 목적은 건강(47.7%), 취미생활(31.7%), 가족과 시간을 보내기 위한 것(16.2%)의 순으로 나타났으며 연령에 따라서는 40, 50

대에 비해 30대는 건강보다 취미활동 목적이 더 커서 연령에 따른 차이가 있었다. 야외활동 참여방법은 연령에 관계없이 개별 활동이 62.1%로 월등히 많았고 전문 동호회 활동은 9.3%였다. Park(2011)의 결과에서도 등산 목적이 건강을 위해가 압도적으로 높았으며 다음으로 레저스포츠용, 친목도모의 순으로 조사되었다. 성별에 따른 야외활동 목적은 남성은 취미생활, 건강의 순서인 반면 여성은 건강, 가족과 함께하는 시간을 갖기 위해, 취미활동의 순으로 나타나 목적의 차이를 보였으며 참여 방법에서도 남성은 여성에 비해 개별적 활동은 적고 친목단체나 전문 동호회를 통한 활동이 더 많은 것으로 나타났다.

20~50대 등산복 소비자를 대상으로 조사한 결과(Lee, 2006)에서도 등산 횟수는 1달에 1~3번, 등산 목적은 건강을 위해서, 참여 방법은 개별적으로 산행하는 비율이 가장 높게 나타났으며 연령에 따른 등산 관련 변인에서 연령이 높을수록 건강을 위해 등산을 하는 경우가 많고 그 횟수도 증가하여 등산을 포함한 야외활동에 관련된 본 연구 결과를 지지한다. 건강을 위한 스포츠 활동의 중요도를 묻는 질문에는 전체 응답자의 약 87%가 '중요하다' 혹은 '매우 중요하다'로 응답하여 스포츠 활동을 건강 유지의 주요 수단으로 인식하고 있음을 알 수 있다. 반면 20~30대 여성 등산자(Lee, 2010)의 등산 목적은 '취미활동을 위해'가 125명(42%)로 가장 많이 분포되었으며, 다음으로 '건강을 위해' 97명(32%)로 나타나 연령과 성별에 따른 차이가 있는 것으로 나타났다.

야외활동 스타일을 보면(Table 6), 모든 연령대에서 무리하지 않는 정도의 야외활동을 선호하는 경향이였다. 40대와 50대가 야외활동 시 필요한 장비를 더 갖추며, 특히 50대는 비용이 들더라도 야외활동에 대해서 더욱 적극적인 행동을 보임을 알 수 있었다. 이는 연령이 높아질수록 건강에 대한 관심 및 건강을 위한 야외활동 시 필요한 지출비용도 높아지는 경향으로 보인다. 여성은 남성에 비해 신체에 무리가 없는 범위의 야외활동을 선호하였고, 야외활동에 드는 비용이나 장비를 갖추는데 있어서는 남성이 여성에 비해 비용을 더 지출하는 것으로 나타났는데 남성이 야외활동에 더 적극적일 뿐 아니라 대부분 직장을 갖고 있으므로 자신의 야외활동에 더 많은 투자를 하기 때문으로 생각된다.

4.4.2. 아웃도어 웨어 관심 및 만족도

아웃도어 웨어에 대한 관심을 살펴보면 모든 연령에서 '유행 상품을 선택한다'에 대해서는 보통정도로 응답하여 아웃도어 웨어의 유행에 크게 민감하지 않은 것으로 나타났다(Table 7). 평소 아웃도어 웨어에 대한 관심은 평균 3.2였으며 50대는 유의하게 관심이 높았다(p<.001). 아웃도어 웨어를 갖추는 것의 중요성에 대해서는 '그렇다'에 가까운 3.7~3.8의 점수를 나타내었다. 성별에 따라 살펴보면 야외활동 스타일과 유사하여 남성이 여성에 비해 야외활동 의복에 더 관심이 높았다(p<.001). 아웃도어 웨어에 대한 만족도는 전체평균 3.2로 보통정도였으며 30대보다 40, 50대가(p<.01), 남성이 여성보다 만족도가 좀 더

Table 5. State of outdoor activities

Item	Total	Ages			$\chi^2$	Sex		$\chi^2$
		30s	40s	50s		Men	Women	
Hiking/ Climbing	182(40.2)	43(28.5)	66(43.7)	73(48.3)		73(32.4)	109(47.8)	
Fishing	25( 5.5)	4( 2.6)	13( 8.6)	8( 5.3)		21( 9.3)	4( 1.8)	
Camping	9( 2.0)	7( 4.6)	1( 0.7)	1( 0.7)		5( 2.2)	4( 1.8)	
Biking	27( 6.0)	12( 7.9)	6( 4.0)	9( 6.0)	31.54***	15( 6.7)	12( 5.3)	88.27***
Jogging	80(17.7)	28(18.5)	25(16.6)	27(19.9)		21( 9.3)	59(25.9)	
Baseball/ Football	62(13.7)	29(19.2)	16(10.6)	17(11.3)		59(26.2)	3( 1.3)	
Etc.	68(15.0)	28(18.5)	24(15.9)	16(10.6)		31(13.8)	37(16.2)	
Total	453(100)	151(100)	151(100)	151(100)		225(100)	228(100)	
Over 5 years	156(34.4)	37(24.5)	55(36.4)	64(42.4)		101(44.9)	55(24.1)	
35 years	58(12.8)	14( 9.3)	22(14.6)	22(14.6)		31(13.8)	27(11.8)	
23 years	54(11.9)	17(11.3)	14( 9.3)	23(15.2)		18( 8.0)	36(15.8)	
12 years	70(15.5)	31(20.5)	24(15.9)	15( 9.9)	26.12**	31(13.8)	39(17.1)	27.09***
Less than 1 year	104(23.0)	48(10.6)	32( 7.1)	24( 5.3)		40(17.8)	64(28.1)	
Etc.	11( 2.4)	4( 2.6)	4( 2.6)	3( 2.0)		4( 1.8)	7( 3.1)	
Total	453(100)	151(100)	151(100)	151(100)		225(100)	228(100)	
10 times/ month	39( 8.6)	10( 6.7)	14( 9.3)	15( 8.6)		27(12.1)	12( 5.2)	
5-9 times/ month	45(10.0)	13( 8.7)	12( 8.0)	20(13.2)		23(10.3)	22( 9.6)	
3-4 times/ month	98(21.7)	30(20.0)	34(22.7)	34(22.4)		62(27.8)	36(15.7)	
Once or twice/ month	206(45.6)	72(48.0)	69(46.0)	65(42.8)	7.33	94(42.2)	112(48.9)	30.28***
Once in two months	47(10.4)	20(13.3)	16(10.7)	11( 7.2)		15(6.7)	32(14.0)	
Etc.	17( 3.8)	5( 3.3)	5( 3.3)	7( 4.6)		2(0.9)	15( 6.6)	
Total	452(100)	150(100)	150(100)	152(100)		223(100)	229(100)	
Over 3hours	158(35.0)	43(28.7)	56(37.3)	39(39.1)		94(42.2)	64(28.1)	
13hours	220(48.8)	82(54.7)	74(49.3)	64(42.4)		100(44.8)	120(52.6)	
Below 1hour	60(13.3)	22(14.7)	14( 9.3)	24(15.9)	8.84	23(10.3)	37(16.2)	10.80*
Etc.	13( 2.9)	3( 2.0)	6( 4.0)	4( 2.6)		6( 2.7)	7( 3.1)	
Total	451(100)	150(100)	150(100)	151(100)		223(100)	228(100)	
For health	215(47.7)	47(31.3)	69(46.3)	99(65.1)		90(40.4)	125(54.8)	
For hobby	143(31.7)	59(39.3)	47(31.5)	37(24.3)		98(43.9)	45(19.7)	
For training	10( 2.2)	4( 2.7)	3( 2.0)	3( 2.0)	37.76***	8( 3.6)	2( 0.9)	42.46***
For spending time with one's family	73(16.2)	35(23.3)	27(18.1)	11( 7.2)		21( 9.4)	52(22.8)	
Etc.	10( 2.2)	5( 3.3)	3( 2.0)	2( 1.3)		6( 2.7)	4( 1.8)	
Total	451(100)	150(100)	149(100)	152(100)		223(100)	228(100)	
as a member of a professional society	42( 9.3)	15(10.0)	10( 6.7)	17(11.2)		28(12.6)	14( 6.1)	
as a member of a fraternal society	110(24.4)	31(20.7)	32(21.5)	47(30.9)		73(32.7)	37(16.2)	
Individually without involving	280(62.1)	98(65.3)	98(65.8)	84(55.3)	9.58	116(52.0)	164(71.9)	27.20***
Etc.	19( 4.2)	6( 4.0)	9( 6.0)	4( 2.6)		6( 2.7)	13( 5.7)	
Total	451(100)	150(100)	149(100)	152(100)		223(100)	228(100)	

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

높았다( $p<.001$ ).

아웃도어 웨어에 대한 불만족 사항으로 가장 높게 나타난 것은 '가격'이었으며 이는 모든 연령에서 동일하였다. 아웃도어 웨어의 가격에 대한 불만은 이미 매스컴에서도 여러 차례 지적

된 만큼 유통과정의 거품을 빼는 업체의 노력이 매우 필요한 실정이다. 다음으로 제기된 불만족 요인으로 30대와 50대는 '다른 옷과의 코드', '디자인'이었다. 40대는 '디자인', '다른 옷과의 코드'로 순서에 차이는 있으나 공통적인 경향이었다. 성별에 따

Table 6. Outdoor lifestyle

Question	Total (N=449)		Ages						F-value	Sex				t-value
			30s (N=150)		40s (N=149)		50s (N=150)			Men (N=224)		Women (N=225)		
	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.		M	S.D.	M	S.D.	
I prefer doing light activities to hard activities.	4.0	0.63	4.0	0.68	3.9	0.63	4.0	0.58	0.63	3.9	0.69	4.1	0.55	-2.79**
I do outdoor activities without regard to cost.	3.5	0.74	3.4	0.84	3.5	0.68	3.6	0.68	2.93	3.6	0.72	3.4	0.75	2.14*
I get ready for outdoor activities.	3.4	0.88	3.1	0.95	3.5	0.80	3.5	0.82	10.99***	3.6	0.86	3.2	0.86	4.08***
			B		A		A							

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan test A>B

5: very important, 4: important, 3: neutral, 2: unimportant, 1: totally unimportant

Table 7. Concern and satisfaction with outdoor wear

Outdoor wear	Total (N=449)		Ages						F-value	Sex				t-value
			30s (N=150)		40s (N=150)		50s (N=149)			Men (N=223)		Women (N=226)		
	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.		M	S.D.	M	S.D.	
To choose the latest items	3.1	0.82	3.1	0.78	3.1	0.77	3.1	0.82	0.10	3.2	0.82	3.1	0.82	0.66
To care about outdoor wear usually	3.2	0.78	3.1	0.81	3.1	0.80	3.4	0.69	7.19***	3.3	0.76	3.1	0.77	3.42***
To be well equipped with outdoor wear and goods	3.7	0.76	3.7	0.82	3.7	0.68	3.8	0.76	1.08	3.8	0.78	3.7	0.74	0.82
I am satisfied with the outdoor wear	3.2	0.71	3.0	0.67	3.2	0.77	3.3	0.66	5.47**	3.3	0.73	3.1	0.66	3.26***

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

5: very important, 4: important, 3: neutral, 2: unimportant, 1: totally unimportant

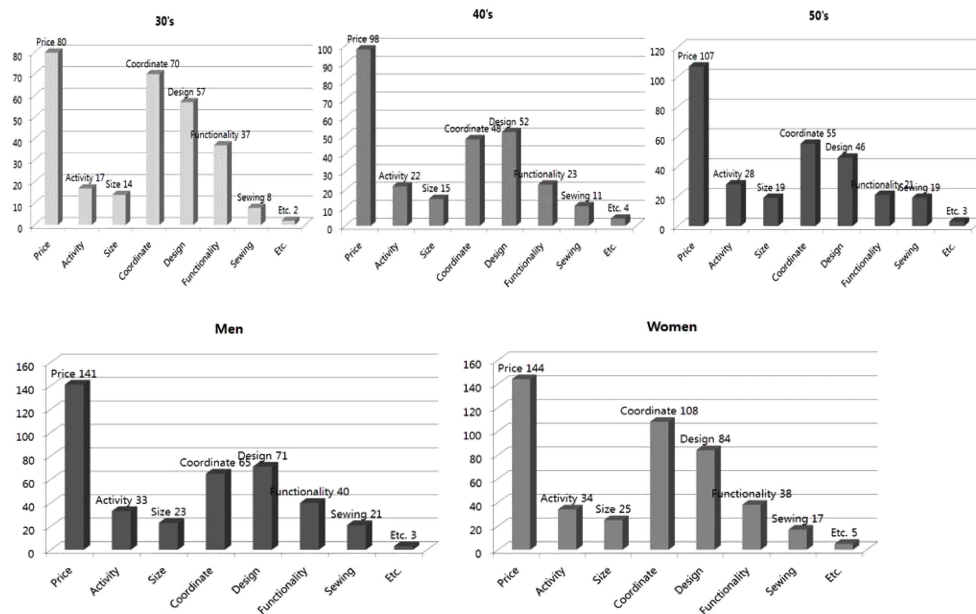


Fig. 3. Dissatisfaction reason for outdoor wear.

라 살펴보았을 때도 남녀 모두 '가격'에 대한 불만이 월등히 높았으며 남성은 '디자인', '다른 옷과의 코디', 여성은 '다른 옷과의 코디', '디자인' 순으로 불만이 나타났다(Fig. 3). 아웃도

어 웨어의 기능적인 측면에 대해서는 불만족이 크게 높지 않았으므로 앞으로 연령에 적합하고 다른 옷과 코디하기 좋은 디자인의 개발이 필요한 것으로 생각된다. Lee and Kim(2010)은 노



년 여성 레포즈 점퍼 상품의 세탁 후 변색 및 형태 변화에 따른 문제점이 불만족의 큰 원인으로 밝혔으며 Park et al.(2002)은 아웃도어 웨어가 갖추어야 할 중요한 조건은 편안함이며 20~40대 조사대상자의 아웃도어 웨어의 맞춤새에 대한 평가는 대체로 보통이라고 생각하고 있거나 좋다고 생각하는 것으로 나타났다. 20~30대 여성에서도 동일한 불만족 부분으로 지적되었는데(Lee, 2010), '가격이 너무 고가이다' 169명(55.6%)로 다른 항목에 비해 월등히 높게 나타나 가격에 대한 합리적인 방안이 필요한 것으로 사료된다.

아웃도어 웨어 상의에 대한 기능적 불편함을 조사한 결과, 재킷 길이나 소매길이의 불편함, 목 부위가 햇볕에 타기 쉬움 등이 제기되었다. Kweon et al.(2010)은 등산복의 치수 불만족 이유를 분석한 결과, 재킷의 경우 소매길이(26.7%), 어깨너비, 엉덩이둘레(22.3%), 가슴둘레(18.6%), 재킷길이(16.6%), 허리둘레(15.6%) 순으로 모든 항목에서 크다고 응답한 경우가 많았다고 밝혔다. 또 소재에 있어서는 재킷의 경우 보온성(37.2%), 신축성(22.0%), 투습방습성(17.2%), 중량(15.2%) 순으로 소재의 불만족 이유를 밝혔다.

아웃도어 재킷은 지난 몇 년간 꾸준히 착용되고 있는 바람막이 재킷이나 초경량이면서 보온성이 높아 외출용으로 각광을 받고 있는 패딩 점퍼로 인해 여러 연령대에서 즐겨 입는 아이템이 되었다. 특히 본 연구 대상자들과 같이 건강을 지키기 위해 아웃도어 활동을 즐기는 사람들을 위해서는 기능성과 안전성을 중요시한 아웃도어 재킷의 개발이 중요한 과제이다. 이에 이상의 결과를 통해 가벼운 야외활동 뿐 아니라 일상생활에서도 쉽게 코디하여 착용할 수 있는 디자인과 편안함을 함께 고려한 기능성 아웃도어용 재킷이 개발된다면 그 활용성은 매우 높을 것으로 사료된다.

## 5. 결 론

본 연구에서는 건강과 여가를 중요시하는 현대인의 라이프스타일에 맞추어 아웃도어 활동 시 뿐 아니라 일상생활에서도 활용도가 높은 스마트 아웃도어 재킷 개발과 평가를 위한 기초자료로 사용하고자, 30~50대 중년 남녀를 대상으로 라이프스타일, 일상생활 관심분야, 야외활동, 아웃도어 웨어 착용실태, 아웃도어 웨어 만족도 등을 조사하였다. 그 결과는 다음과 같다.

1. 대부분 야외활동을 즐기는 중년 남녀는 새로 유행하는 스타일에 관심을 갖고 있으며 특히 남성은 새로운 기능성 제품에, 여성은 최근 유행 스타일에 관심이 많았다. 가장 큰 관심분야는 건강이었고 다음으로 레저와 스포츠, 여행, 문화생활 순으로 나타났다.

2. 야외활동으로는 등산을 가장 많이 하고 다음으로 조깅, 구기 종목의 순으로 조사되었는데, 연령에 따른 차이를 보여 50대가 등산을 즐기는 비율이 가장 높았다. 본 연구 대상자의 야외활동 참여기간은 5년 이상이 가장 많았고 이 중에는 50대의 비율이 가장 높았다. 활동 빈도는 1달에 1~2번, 1회 소요시간

1~3시간이 가장 많았으며 활동 목적은 건강을 위해서가 가장 많았다. 또 모든 연령대에서 무리하지 않는 정도의 야외활동을 선호하는 경향이었고 40, 50대가 야외활동 시 필요한 장비를 더 갖추며 50대는 비용이 들더라도 투자를 하는 것으로 나타났다.

3. 이들은 야외활동 의복에 대하여 보통 이상의 관심을 가지고 있었으며 연령에 따른 차이는 없었으나 성별에 있어서는 여성의 관심도가 유의하게 높았다. 의복 착용 시 30대는 디자인, 40, 50대는 편안함이 우선시 되었으며 여성은 디자인, 남성은 편안함을 더 중시하였다. 아웃도어 웨어의 유행에는 크게 민감하지 않았으며 아웃도어 웨어나 용품을 갖추는 것은 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 전 연령에서 아웃도어 웨어에 대한 가장 큰 불만족은 '가격'이었다. 현재 착용하고 있는 아웃도어 웨어에 대해서는 재킷의 길이, 소매에 불편함이 있는 것으로 조사되었다.

이상의 결과를 바탕으로 소비자들이 요구하는 야외활동 기능성을 갖추되 일상생활에서도 편안하게 착용할 수 있는 아웃도어 웨어를 개발한다면 캐주얼웨어로도 활용이 가능하여 소비자들에게 긍정적으로 받아들여질 것으로 기대된다. 이에 추후 2보에서는 야외활동 시 필요한 아웃도어 웨어의 기능성에 관련된 조사결과를 밝히고, 일상적인 아웃도어 웨어 디자인에 충분한 기능성을 만족시킬 수 있는 고기능 스마트 아웃도어 재킷의 프로토타입을 제시하고자 한다.

## 감사의 글

본 논문은 2010년 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(KRF-2010-0022699).

## References

- Bae, J. M. (2011). A study on development of out-door wear design to respond to the climate and environment. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(7), 101-109.
- Choi, J. Y. (2009). *A study of the down jacket pattern for the outdoor women*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Chu, Y. S. (2006). *A study on mountaineering clothing purchase behaviors by mountaineers' properties*. Unpublished master's thesis, Seoul Women's University, Seoul.
- Donaldson, G. C., Rintamaki, H., & Nayha, S. (2001). Outdoor clothing : its relationship to geography, climate, behaviour and cold-related mortality in Europe. *International Journal of Biometeorology*, 45(1), 45-51.
- Givoni, B., Noguchi, M., Saaroni, H., Pochter, O., Yaacov, Y., Feller, N., & Becker, S. (2003). Outdoor comfort research issues. *Energy and Buildings*, 35(1), 77-86.
- Han, E. J., & Lee, J. R. (2011). Investigation of preference for outdoor jacket and design prototype. *Journal of Fashion Business*, 15(4), 167-181.
- Hwang, J. H. (2006). *A study of the outdoor wear purchase behavior*

- and store selection according to leisure life style. Unpublished master's thesis, Chungang University, Seoul.
- Im, M. J., Seo, M. J., Park, J. Y., & Kim, Y. I. (2011). Development of the design prototype for functional men's outdoor-wear jacket. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(4), 152-168.
- Kim, C. H. (2005). *Hiker's purchasing behavior on mountaineering apparels in high-performance textiles*. Unpublished master's thesis, Chungang University, Seoul.
- Kim, C. J., & Ro, M. K. (2009). The development of face cover designs to activate outdoor life. *Journal of the Korean Society of Costume*, 59(1), 47-59.
- Kim, J. K., Kim, B. H., & Kang, H. M. (2010). A study on positioning strategy of outdoor sportswear brand based on selected attributes evaluation. *Korean Journal of Sport Management*, 15(4), 13-24.
- Kweon, S. A., Kang, E. S., & Youn, H. R. (2010). Purchasing behaviors and size satisfaction of climbing wear for elderly. *Journal of Human Ecology*, 14(1), 235-245.
- Lee, A. L., Jeong, J. R., & Kim, H. E. (2009). Research on the wearing condition of functional mountaineering garments. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(12), 1935-1940.
- Lee, E. H. (2010). A study on the suitability of outdoor wear among female trekkers on their twenties and thirties. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(9), 1470-1478.
- Lee, H. J., & Kim, J. (2010). A study on satisfaction and formative appropriateness of leisure sports jumpers for elderly women. *Korean Journal of Human Ecology*, 19(1), 119-126.
- Lee, H. Y., & Kim, Y. K. (2009). Development of a design prototype for winter outdoor smart clothing. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 15(3), 340-355.
- Lee, J. N. (2006). *A study on characteristics of purchase behavior of outdoor wear consumers*. Unpublished master's thesis, Kyungsoong University, Busan.
- 'Outdoor Market'. (2010, December 10). *OutdoorNews*. Retrieved January 24, 2011, from <http://www.outdoornews.co.kr>.
- Park, W. M., Park, C. D., Lee, G. R., & Ra, J. E. (2002). Design process of outdoor-wear for improvement of comfort and appearance. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(8), 29-39.
- Park, Y. J. (2011). *A study of the use of outdoor wear based on the consumer's lifestyle*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Rhee, Y. J., & Lee, E. O. (2011). The qualitative study on outdoor sportswear purchase behavior. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1088-1101.
- Ryou, H. S. (2009). A study on the development of women's golf windbreaker design. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(3), 420-432.
- Shin, J. Y. (2010). *Consumer's usage and performance evaluation of absorption and fast-drying fabric*. Unpublished master's thesis, Pusan National University, Busan.
- Sung, H. W. (2011). Merchandising process analysis of outdoor sportswear brands. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(3), 243-253.
- Sung, H. W., Jeon, Y. J., & Park, H. S. (2005). A study on UV protective clothing - An emphasis on outdoor sports consumers-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(8), 1136-1144.
- 'Survey on national activity'. (2010, November 24). *Ministry of Culture, Sports and Tourism*. Retrieved August 10, 2012, from <http://www.mcst.go.kr>.
- 'The present state and future prospect of outdoor market'. (2009, June 22). *KIS Credit Monitor*. Retrieved August 10, 2012, from <http://www.kisating.com>.

(Received 31 December 2012; 1st Revised 11 March 2013; 2nd Revised 25 April 2013; Accepted 27 September 2013)