

## 여자 대학생의 니트웨어 착용실태와 선호 디자인 연구

최 해 주

한성대학교 예술대학 패션학부 교수

### A Study on the Actual Wearing Conditions and Preferred Designs of Knitwear for Female College Students

Hae-Joo Choi

Professor, Schools of Fashion, College of Arts, Hansung University

(received date: 2016. 9. 23, revised date: 2016. 10. 27, accepted date: 2016. 12. 07)

#### ABSTRACT

Knitwear has been used as an active and functional clothing item due to its flexible and soft nature. Diverse design expressions have made knitwear into an essential fashion item for people today, who are constantly seeking for ways to display their individualism.

The purpose of this study is to analyze the actual wearing conditions, and the preferred designs of knitwear for female college students in order to provide a baseline data, which can be used to develop knitwear designs for the subjects of the study. Survey by questionnaire of 135 female college students in 3 universities in Seoul were analysed. The results of the study are as follows:

First, the most owned knitwear were sweaters and cardigans. Knitwear was viewed as soft and warm, as well as versatile. It was not restricted to certain sizes, and was comfortable to wear for different activities. Second, the most preferred items were sweaters and cardigans. The most preferred styles were round neckline sweaters and open V-neckline cardigans. Third, the most preferred designs were plain designs with achromatic colors and wool-blended fabrics. The most preferred images were simple images. The most preferred fit was loose enough for little bit of room inside. Fourth, appropriateness and design of the knitwear were assessed during the purchasing stage. the most preferred method of purchase was purchasing via online stores after researching the knitwear through various channels, such as store visits and the Internet. The preferred price of knitwear was below 100,000 KRW. Fifth, the most common complaints were as follows: changes in the shape and quality of the knitwear after a wash, appearance of nap, and loose threads.

In short, it is necessary for female college students to develop high quality knitwear with designs that can display individuality, while being simple.

Key words : actual wearing condition(착용실태), female college students(여자 대학생), knitwear(니트웨어), preferred design(선호 디자인), questionnaire(설문조사)

## I. 서론

니트웨어는 유연하고 부드러운 특성으로 인하여 활동적이고 기능적인 의류 아이템으로 활용되어 왔다. 또한 다양한 니트 소재와 니팅 기법의 개발로 다양한 디자인의 표현이 가능하게 됨에 따라 과거의 스웨터, 내의, 양말 등의 용도에서 점차 카디건, 스커트, 펜츠, 원피스, 드레스, 코트 등으로 용도가 확대되었다. 소비자들의 소득 수준과 생활, 문화 수준이 향상되고 패션에 대한 요구도 고급화, 개성화, 다양화되고 있으므로, 이에 적합한 패션 품목으로서 니트웨어는 활동적이며, 편안하고 고급스러운 취향으로 소비자들의 욕구를 충족시키고 있다(Lee, 2003).

우리나라의 니트 산업은 1960년대에 정부의 수출 장려 정책으로 발달하기 시작하여 고도의 성장기를 맞이하게 되었고(Lee, 1988), 1980년대 전문 니트 업체의 성장으로 니트 산업은 언더웨어에서 아웃웨어로의 변화를 초래하였다(Kim, 2001). 1990년대 이전에는 니트웨어가 중·노년층에 적합한 아이템으로 인식되었으나, 1990년대 들어 니트웨어 제품군과 소비층이 확대됨에 따라 각 브랜드에서는 다양한 소비층의 욕구를 충족시킬 수 있는 니트웨어를 개발하게 되었다(Hong, Lee, & Kim, 2002). 한국섬유산업연합회에 의한 우리나라의 의류소비 실태조사(2005년)에서 니트웨어의 소비는 전체 의류시장의 규모가 감소했음에도 불구하고 전 연령에서 증가하는 것으로 나타났다(Lee, 2013).

니트웨어 생산업체의 표적시장 현황에서 니트웨어의 용도는 캐주얼웨어가 가장 높게 나타났는데(Go & Park, 2005), 국내 의류시장이 캐주얼화 경향을 보이면서 단품 코디네이션에 의한 캐주얼화의 시도로 니트 분야로의 추세가 증가함에 따라 패션산업 분야에서도 니트웨어 생산의 비중이 커지게 되었다(Park & Lee, 2009).

또한 캐주얼시장에서의 니트 제품은 지난 10여년간 꾸준히 성장하여 2010년에는 전체 캐주얼

시장의 36.9%를 차지하였다(Korean Industry Association, 2010), 니트웨어 착용연령이 다양해지면서 젊은 층의 착용이 많아지게 되었으며(서서영, 이미숙, Suh & Lee, 2012), 20~30대를 타겟으로 하는 니트 전문브랜드도 증가현상을 보이게 되었다(Hong, Lee, & Kim, 2002).

니트웨어의 소비가 증가함에 따라 연령과 직업, 성별, 라이프스타일 등에 의한 특징적인 니트웨어 착용실태와 선호도를 연구하는 것이 요구되며, 이러한 연구결과는 소비자들의 요구에 부응할 수 있는 니트웨어 디자인 개발 및 생산에 도움을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

니트웨어 착용실태와 선호도 관련 선행연구를 살펴보면, Lee, Kim, Kim, Lee, Youn, & Lee(2007)는 소비자 연령대에 따른 니트웨어 착용 및 소비행동의 차이에 대한 연구를 통해 20~50대 이상의 연령대에서 무채색과 무늬가 없는 무지의 니트웨어를 선호하며, 만족도는 색상에서, 불만족은 보풀발생에서 가장 높은 것으로 분석하였다. 연령이 높을수록 풀오버와 모직 100%를 선호하며, 20대의 경우 카디건과 모혼방을 선호하는 것으로 나타났다. Park & Choi(2012)는 20~60대를 대상으로한 니트산업 현황에 따른 니트웨어 선호도 및 구매행동 연구에서 여자는 스웨터, 남자는 점퍼를 선호하며, 구매시 정보 활용은 매장방문이 높게 나타났으며, 디자인, 색상 등을 중요하게 생각하는 것으로 분석하였다.

Hong, Lee, & Kim(2002)에 의하면, 니트웨어 구매행동 분석을 통해 20~30대 여성은 심플하고 활동적인 디자인, 클래식하고 무난한 디자인을 선호하며, 소재로는 면, 모 100%을 선호하고, 무채색과 무늬없는 무지를 선호한다고 밝혔다. Lee(2013)는 20대 남녀를 대상으로 5년 단위로 구매행동과 선호도의 차이를 비교하였는데, 과거(2009년)에는 모두 기능성을 중요시하였으나, 최근(2013년)에는 유행성의 중요성이 커진 것으로 나타났다. 남자는 경제성을 중요시하는 것으로 나타났으며, 과거보다 남자의 니트웨어 소비량이 증가

한 것으로 분석하였다. 색상과 무늬는 남녀 모두 무채색과 무늬가 없는 것을 선호하였으며, 과거에 비해 과감한 색상의 선호가 높아졌다고 하였다. 형태선호도는 과거에 비해 남녀구분이 줄어들어 경향을 나타낸 것으로 분석하였다.

Shin & Lee(2008)는 자기이미지와 니트웨어 선호도 및 착용빈도 연구를 통해 여대생은 심플한 이미지를 선호하며, 무채색과 무늬없는 단색, 소재는 모혼방을 선호하는 것으로 분석하였다. Suh & Lee(2012)는 대학생의 성별에 따른 니트웨어 선호도와 구매행동을 비교하였는데, 여자대학생이 남자대학생보다 다양한 디자인을 선호하였으며, 남녀 모두 무채색, 무늬없는 무지와 캐주얼 이미지를 선호한다고 하였다. 구매장소는 남녀 모두 인터넷을 가장 많이 이용하였고, 구매 정보원은 인터넷을 주로 이용하였으며, 3~5만원 정도의 가격으로 많이 구입하였다. 선호 소재는 남자 대학생은 순면을, 여자 대학생은 면혼방을 선호하였고, 남자대학생은 맞음새를, 여자대학생은 디자인 등을 고려하였다.

Lee & Kim(2003)은 20대 여성을 대상으로 혜택세분화에 따른 니트웨어 구매행동에 관한 연구를 하였으며, Choi, Hwang, & Kim(2009)은 20~30대 여성을 대상으로 라이프스타일 세분집단에 따른 니트웨어 구매행동을 연구하였다.

Kim & Suh(2010)는 여고생을 대상으로 니트웨어 구매행동을 분석하고 감각 추구 성향과의 관계를 고찰하였으며, Lee(2009)는 중년 여성을 대상으로 니트웨어 구매시 선호이미지와 선호 디자인에 관한 연구를 하였고, Shin & Lee(2001)는 골프니트웨어의 소비자 선호도와 불만족에 대한 연구를 하였다.

선행연구를 종합하면, 연령, 라이프 스타일, 성별, 니트웨어 종류 등에 따라 니트웨어에 대한 선호도와 구매행동 등을 설문지법에 의해 분석하였으며, 연구결과로 연령, 라이프스타일 등에 따라 착용실태, 선호도, 만족도, 구매행동 등이 다양하게 나타나는 것을 파악하였다.

니트웨어 착용연령이 다양해지면서 젊은 층의 착용이 많아지게 되었고, 니트웨어가 개성과 유행에 관심이 높은 젊은 연령층에 있어서 고부가가치 패션 아이템으로 발전하고 있으므로 젊은이들이 추구하는 니트웨어를 개발하기 위해서 젊은 연령층을 대상으로 니트웨어 착용실태와 선호디자인을 분석할 필요가 있다.

본 연구의 목적은 니트웨어의 새로운 소비층으로 부상하고 있는 20대의 여자 대학생을 대상으로 니트웨어에 대한 착용실태와 선호 디자인, 구매행동, 만족도 등을 분석함으로써 니트패션 분야의 연구의 활성화와 20대의 여자 대학생을 위한 니트 관련 업체의 니트웨어 디자인 개발 및 상품기획에 기초자료를 제공함으로써 니트산업의 경쟁력을 향상시키는데 도움이 되고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 서울시에 소재하는 3개 4년제 대학의 여자 대학생을 대상으로 총 162부의 설문지를 배포하여 149부를 회수하였고, 불성실한 응답자를 제외한 총 135부의 설문지를 통계분석 자료로 사용하였다.

본 연구의 자료 수집은 니트웨어 착용현황과 니트웨어의 선호 디자인 및 구매행동 등을 분석하기 위하여 19문항의 설문지를 사용하였다. 설문지는 Park(2011), Hong et al(2002), Suh & Lee(2012) 등의 선행연구와 예비조사를 참고로 하여 선정하였다.

설문지 내용은 니트웨어 착용현황과 선호도에 관한 문항으로 소지한 니트웨어 종류, 니트웨어에 대한 인식도, 니트웨어 아이템과 스타일 선호도, 니트웨어의 소재, 색상, 무늬 등에 대한 디자인 요소별 선호도, 선호 이미지 등으로 구성하였다. 니트웨어 구매행동과 불만사항에 관한 문항으로 구매시 고려요인, 주요 정보활용, 구매가격, 구매장소, 착용후 불만족사항 등으로 구성하였다.

## 2. 자료의 분석방법

연구대상 135명의 설문지 응답자료를 주요 항목별로 정리하였다. 자료의 통계적 분석을 위해 SPSS 19.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 문항별 세부측정은 5점 리커트 척도 등으로 측정하였다. 자료분석은 평균, 표준편차, 빈도, 백분율 등의 기술통계를 사용하였다. 자료분석을 통해 니트웨어의 착용실태와 선호도, 구매행동과 불만족 사항 등을 파악하고자 하였다.

## Ⅲ. 니트웨어 착용실태와 선호 디자인

### 1. 니트웨어 착용현황 및 평가

#### 1) 소지한 니트웨어 종류

<Table 1>은 여자 대학생이 소지하고 있는 니트웨어의 종류를 나타낸다.

여자 대학생의 니트웨어 착용현황을 살펴보면,

소지하고 있는 니트웨어로는 전체 아이템 중에서 스웨터가 27.6%로 가장 많이 소지하였고, 카디건 23.1%, 액세서리류 20.9%의 순으로 전체 니트웨어 종류 중 71.6%를 차지하였다. 그 다음으로 스커트와 바지류 8.4%, 원피스류 8.2%의 순으로 소지하였으며, 조끼와 점퍼는 3.4%, 3.3%로 소지량이 많지 않은 편이다.

#### 2) 니트웨어에 대한 인식도

니트웨어에 대한 인식도는 <Table 2>와 같다.

니트웨어에 대한 인식으로는 부드럽고 따뜻하다고 평가한 것이 가장 높은 점수를 나타내었다. 그 다음으로 사이즈에 구애받지 않고 다양하게 입을 수 있고, 활동하기 편리하며, 유행에 민감하지 않아서 오래 입을 수 있으며, 가지고 있는 옷과 코디하기 쉬운 것으로 평가하였다. 다른 액세서리와 신경 쓰지 않아도 멋스럽게 입을 수 있다, 구김이 적고 손질이 편리하다, 개성을 표현하는데

<Table 1> kinds of owned knitwear

unit: n(%)

item	frequency	%	item	frequency	%
sweater	692	27.6	one-piece dress	205	8.2
cardigan	580	23.1	coat	128	5.1
accessory	523	20.9	vest	85	3.4
skirt, pants	211	8.4	jumper	84	3.3

<Table 2> perception for knitwear

perception	Mean	S.D.
soft and warm	4.48	0.61
multiple costume changes with free size	4.08	0.86
easy to move	4.04	0.77
long wearing not sensitive to fashion	4.04	0.75
easy to coordinate with clothes to have	4.03	0.79
wearing nicely without accessory	3.67	0.93
less creases and easy to care	3.54	1.10
easy to present individuality	3.19	0.89

있어 용이하다 등에 대해서도 긍정적으로 인식하였다.

## 2. 니트웨어 선호도

### 1) 니트웨어 아이템별 선호도

선호하는 니트웨어 아이템과 스타일은 <Table 3>과 같다.

선호하는 니트웨어 아이템은 4.29로 평가된 스웨터류를 가장 많이 선호하였고 그 다음이 카디건류 4.28, 머플러와 모자 등의 액세서리류 4.07, 원피스류 3.36, 코트류 3.14의 순으로 선호하였다. 스커트, 바지류의 하의 종류와 점퍼, 조끼 등은 평균 이하의 점수로 비교적 덜 선호하는 니트웨어 아이템으로 나타났다.

<Table 1>의 니트웨어 소지량과 비교할 때 스웨터와 카디건은 가장 많이 소지하면서 가장 많이 선호하는 니트웨어 아이템인 것을 알 수 있다.

선행연구와 비교하면, Park & Choi(2012)의 연구에서 여자가 스웨터를 선호한다고 하였고, Lee et al(2007)의 연구에서 20대의 경우 카디건을 선호한다고 하였다. 본 연구결과에서 스웨터의 평균

치(4.29)와 카디건의 평균치(4.28)가 큰 차이가 없이 거의 동일한 수치를 보이는 것을 통해 대학생들을 포함한 20대 여성의 경우 스웨터와 카디건을 다른 아이템보다 선호하는 것을 알 수 있다.

### 2) 니트웨어 아이템별 선호 넥라인(칼라)

<Table 4>는 니트웨어 아이템별로 선호하는 넥라인(칼라)에 대한 평가 결과이다.

가장 많이 소지하고 있고 가장 선호하는 스웨터의 경우 대부분의 응답자인 113명이 라운드 넥라인을 가장 선호하였다. 그 다음으로 브이 넥라인 22명, 터틀 넥라인 10명이 선호하였다. 폴로 칼라(3명)와 피터팬 칼라(1명)는 거의 선호하지 않는 것으로 나타났다.

반면에 카디건의 경우에는 브이넥 오픈형을 가장 선호하였으며(81명), 그 다음이 51이 선호한 라운드 오픈형으로 나타났다. 솔칼라(6명)와 스텐칼라(1명)는 대체로 선호도가 낮게 나타났다.

### 3) 니트웨어의 디자인 요소별 선호도

디자인 요소에 따른 니트웨어의 선호도는 <Table 5>와 같다.

<Table 3> preferred knitwear item

item	Mean	S.D.	item	Mean	S.D.
sweater(pull-over)	4.29	0.73	coat	3.14	1.11
cardigan	4.28	0.75	skirt, pants	2.99	1.01
accessory(muffler, hat)	4.07	0.09	jumper	2.82	0.96
one-piece dress	3.36	1.02	vest	2.66	0.98

<Table 4> preferred neckline(collar) of knitwear

item	neckline(collar)	frequency	%	neckline(collar)	frequency	%
sweater	round neckline	113	22.9	polo neck collar	3	0.6
	V neckline	22	4.5	Peter Pan collar	1	0.2
	turtle collar	10	2.0			
cardigan	V neck open style	81	16.4	shawl collar	6	1.2
	round neck open style	51	10.3	soutien collar	1	0.2

선호하는 소재는 모혼방을 가장 선호하였고, 순모, 면혼방, 합성섬유, 순면의 순으로 선호하였다.

색상은 무채색계열을 가장 선호하였고, 파스텔계열, 난색계열, 한색계열, 브라운색 계열, 그린색 계열 순으로 선호하였다.

무늬의 경우 무늬가 전혀 없는 것을 가장 많이 선호하였다. 기하학적 추상무늬, 간단한 줄무늬의 순으로 선호하였으며, 체크 및 아가일 무늬, 자연 무늬 등은 선호도가 낮았다.

선행연구와 비교하면, 소재의 경우 Hong et al(2002)는 20~30대 여성이 면, 모 100%를, Shin & Lee(2008)는 여대생이 모혼방을, Suh & Lee(2012)는 여대생이 면혼방을 가장 선호한다고 하여 각각 다른 결과를 나타내었다. 선행연구의 20~30대 및 여대생의 가장 선호하는 소재 중 모혼방, 모 100%, 면혼방은 본 연구 결과에서 가장 선호하는 소재 세가지와 일치한다고 할 수 있다.

가장 선호하는 색상과 무늬는 본 연구 결과와

위의 세가지 선행연구와 함께 20대 남녀를 대상으로 한 Lee(2013)의 연구결과가 일치하는 것을 나타내었다.

#### 4) 니트웨어의 선호 이미지

〈Table 6〉은 니트웨어 구매 시 선호하는 이미지를 분석한 결과이다.

니트웨어 구매 시 선호하는 이미지는 제시된 15가지 이미지 중에서 심플한 이미지를 가장 선호하였고, 그 다음으로 클래식한 이미지, 단정한 이미지, 고급스러운 이미지, 캐주얼한 이미지 순으로 나타났다.

가장 적게 선호하는 이미지는 섹시한 이미지였으며, 그 다음으로 스포티한 이미지, 화려한 이미지, 부유한 이미지가 비교적 적게 선호하는 이미지로 나타났다.

선행연구에서 Shin & Lee(2008)는 여대생이

〈Table 5〉 preferred design elements of knitwear

design element	item	frequency	%
fabric	wool-blended	83	16.8
	pure wool	51	10.3
	cotton-blended	42	8.5
	synthetic fiber	29	5.9
	pure cotton	28	5.7
color	achromatic colors	101	20.5
	pastel color	56	11.4
	warm color	49	9.9
	cold color	38	7.7
	brown	32	6.5
	green	24	4.9
	mixed color	16	3.2
pattern	plain	98	19.9
	geometric, abstract	23	4.7
	stripe	21	4.3
	check, argyle	7	1.4
	nature	6	1.2
	etc.	3	0.6

<Table 6> preferred images of knitwear

image	Mean	S.D.	image	Mean	S.D.
simple	4.10	0.81	youthful	3.30	1.06
classic	3.71	0.96	graceful	3.19	1.01
neat	3.68	0.99	intelligent	3.16	1.08
luxurious	3.58	0.99	rich	2.98	1.09
casual	3.57	0.91	showy	2.62	1.08
sophisticated	3.54	1.01	sporty	2.51	1.05
femine	3.46	0.98	sexy	2.29	1.06
modern	3.38	1.03			

<Table 7> preferred fit of knitwear

fitting	Mean	S.D.	fitting	Mean	S.D.
loose a little	3.84	0.80	box silhouette	2.82	1.26
loose much	3.60	0.87	fit tight	2.52	1.13

심플한 이미지를 가장 선호한다고 하여 본 연구결과와 일치하였으며, Suh & Lee(2012)는 여대생이 캐주얼한 이미지를 선호한다고 하여 본 연구결과와 비교하면, 선호하는 이미지 중 다섯 번째 이미지에 해당하여 유사한 경향을 나타내었다.

**5) 니트웨어의 선호하는 신체 맞음새**

<Table 7>은 니트웨어 착용시에 선호하는 신체 맞음 정도를 나타낸 것이다.

신체에 맞는 정도는 약간 여유있는 정도를 가장 선호하였고, 넉넉히 여유있게, 박스형태, 꼭 맞는 정도의 순으로 선호하였으며, 박스 실루엣과 신체에 꼭 맞는 맞음새는 비교적 선호하지 않았다.

**3. 구매행동 및 불만요인**

**1) 구매 시 고려요인**

니트웨어 구매 시 고려하는 요인들을 분석한 결과는 <Table 8>과 같다.

구매 시 고려 요인은 어울리는지 여부, 디자인, 소재, 색상, 사이즈, 세탁 후 변형여부, 편안한 착

용감 등의 순으로 나타났다.

가장 고려하지 않는 요인은 광고로 나타났으며, 광고, 브랜드, 유행은 구매시 비교적 고려하지 않는 것으로 나타났다.

선행연구와 비교하면, Suh & Lee(2012)는 여대생의 경우 디자인을 가장 중요시한다고 하였고, Park & Choi(2012)는 20~60대 여성이 전체적으로 디자인을 중시하나, 20대 초반은 소유한 의복과의 조화를 가장 고려한다고 하여 본 연구 결과에서 가장 고려하는 1순위와 2순위의 결과와 유사한 경향을 나타내었다.

따라서 여대생을 포함한 20대 초반의 여성들이 니트웨어 구매시 본인에게 어울리는지 여부, 소유한 의복과 조화가 되는지의 여부, 디자인 등을 중요시하며, 광고나 브랜드, 유행을 크게 중요시하지 않는 것을 통해 실용성과 심미성을 중요시하는 것을 알 수 있다.

**2) 구매시 중요 정보원**

<Table 9>는 니트웨어 구매 시 정보로 활용하는 정보원을 나타낸 것이다.

<Table 8> factors considered to purchase

factors considered	Mean	S.D.	factors considered	Mean	S.D.
harmony	4.60	0.59	sewing condition	3.86	0.88
design	4.47	0.67	price	3.78	0.81
fiber	4.37	0.63	easy to wash	3.69	0.92
color	4.31	0.67	fashion	2.66	0.98
fitting(size change)	4.26	0.74	brand	2.37	0.95
stretch or shrink after wash	4.20	0.79	advertising	2.04	0.88
comfortable to wear	4.17	0.71			

<Table 9> source of information for purchase

source of information	Mean	S.D.
store visit	3.93	0.89
costume in display	3.58	0.84
costume s of others in the street	3.20	0.97
Internet, newspaper, advertising of magazine	3.14	0.95
attire of actress in TV, drama	3.11	1.08
advise, costume of friend or colleague	3.08	0.98

<Table 10> purchase price

unit: KRW

price	frequency	%	price	frequency	%
below 50,000	47	34.8	150,000~200,000	5	3.7
50,000~100,000	69	51.1	200,000~300,000	1	0.7
100,000~150,000	10	7.4	more 300,000	3	2.2

구매 시 중요시하는 정보로는 매장방문을 가장 중요시하였고, 그 다음으로 쇼윈도우나 매장 내에 진열된 의상, 거리에서 보는 다른 사람의 옷차림, 인터넷이나 신문과 잡지 등 매체의 광고 등의 순으로 중요시하였다.

선행연구에 의하면, 가장 중요시하는 정보로 Suh & Lee(2012)는 여대생의 경우 인터넷에 의한 정보를 가장 중요시한다고 하였고, Park & Choi(2012)는 20~60대 여성이 매장방문이나 쇼윈도에 진열된 의상을 중요시한다고 하였다. 따라서 본 연구결과와 비교하면, 동일한 2012년 자료이나

Park & Choi(2012)의 결과와는 일치하나 Suh & Lee(2012)의 결과와는 다소 차이가 있었다.

### 3) 주로 구매하는 가격

<Table 10>은 니트웨어 구매시 주로 구매하는 한 벌의 구매가격을 나타낸다.

구매가격은 5~10만원이 51.1%로 가장 많았고, 5만원 미만인 34.8%로 그 다음 순이었으며, 구매가격이 10만원 이하인 경우가 85.9%를 차지하였다. 20~30만원, 30만원 이상의 가격은 거의 구매하지 않았다.



선행연구의 경우 2012년에 발표된 대전, 공주시 역의 여대생을 대상으로 한 Suh & Lee(2012)의 연구결과에서 3~5만원이 가장 많이 구매하는 가격으로 나타났는데, 이와 같은 한 벌당 구매가격의 차이는 물가상승요인 또는 지역간 특성의 차이에 의한 것으로 사료된다.

4) 구매시 이용 장소

<Table 11>은 니트웨어 구매시 이용하는 장소에 따른 이용 빈도를 나타낸 것이다.

가장 자주 이용하는 구매장소는 인터넷으로 나타났으며, 백화점, 상설매장, 대리점을 가끔 이용하는 것으로 나타났다. 재래시장은 자주 이용하는 사람이 전혀 없으며, 전혀 이용하지 않는 사람이 가장 많은 장소로 나타나 가장 적게 이용하는 장소로 파악되었다. 홈쇼핑, 대형할인점, 면세점, 해외구입 등은 거의 이용하지 않는 것으로 나타났다.

선행연구의 경우, 여대생을 대상으로 한 Suh & Lee(2012)의 연구와 20대 남녀를 대상으로 한 Lee(2013)의 연구결과에서 구매시 인터넷을 가장 선호하였으며, 20~60대 여성을 대상으로 한 Park & Choi(2012)의 연구에서는 구매시 상설매장이나 백화점을 가장 많이 이용한다고 하였다. 본 연구결과와 선행 연구결과를 통해 여대생을 포함한 20

대 남녀는 구매시 인터넷을 가장 선호하는 것을 알 수 있으며, 20~60대 여성까지로 연령이 확대 되면 구매시 인터넷, 백화점, 상설매장을 주로 이용하는 것을 파악할 수 있으며, 이러한 결과를 마케팅과 홍보에 활용할 경우 도움이 될 것으로 사료된다.

5) 착용 후 불만족

제품 착용 후 불만족 사항은 <Table 12>와 같다.

가장 큰 불만사항은 세탁 후 형태 변형이며, 그 다음으로 보풀, 올풀림, 사이즈 변형, 봉제불량, 체형의 커보임 등의 순이었다. 그 밖에 보관과 관리 불편, 변색과 탈색, 소유 의복과의 부조화, 정전기 발생 등에 대해서도 불만족을 나타내었다.

선행연구의 경우, Lee et al(2007)은 20~50대 이상의 연령대에서 가장 큰 불만사항이 보풀 발생이며, 그 다음으로 세탁후 변형, 정전기 발생, 사이즈 변형 등이라고 밝혔다.

선행연구 결과와 비교해 보면, 2007년에 20~50대 이상의 연령대를 대상으로 한 연구결과에서 가장 큰 불만사항이 보풀 발생과 세탁후 변형이고, 본 연구인 2016년 연구결과에서도 가장 큰 불만사항이 세탁후 형태 변형과 보풀 발생으로 나타남으로써 10년간의 시간이 경과하였음에도 불구하고

<Table 11> store visit frequency for purchase

store	never		rarely		often		frequently	
	frequ.	%	freq.	%	freq.	%	freq.	%
Internet	11	0.4	11	0.4	61	2.4	50	2.0
department store	8	0.3	17	0.7	79	3.1	30	1.2
standing store	8	0.3	41	1.6	65	2.6	20	0.8
agency	13	0.5	56	2.2	52	2.1	8	0.3
home shopping	82	3.3	28	1.1	16	0.6	7	0.3
large scale discount store	62	2.5	54	2.2	14	0.6	3	0.1
duty free	57	2.3	50	2.0	23	0.9	3	0.1
overseas	57	2.3	41	1.6	34	1.4	2	0.1
traditional market	85	3.4	35	1.4	13	0.5	0	0

<Table 12> complaints after wearing

complaints	Mean	S.D.	complaints	Mean	S.D.
changes in the shape after wash	4.62	0.61	look bigger	4.04	1.04
appearance of nap	4.46	0.67	uneasy to keep, care	3.87	0.99
loose threads	4.41	0.77	discolor, decolor	3.84	1.06
changes in the size	4.33	0.77	mismatch with owned costume	3.78	1.04
bad sewing	4.10	0.92	static electricity	3.61	1.03

불만사항이 그대로 지속되었다고 할 수 있다. 이러한 결과를 통해 해외 니트외류의 수입이 증가하고 있는 현실에서 해외 니트외류와의 경쟁력을 높이기 위해 국내 니트업계에서는 품질개선을 통해 보다 고품질의 니트웨어를 생산할 필요가 있는 것으로 사료된다.

연구결과를 요약하면, 여자 대학생은 니트웨어의 어울리는 정도, 디자인 등을 중요시하며, 무채색의 무늬없는 라운드 넥라인 등의 심플한 디자인, 모혼방 소재의 스웨터, 카디건 등을 선호하여 10만원 이하의 가격으로 주로 인터넷 등을 통해서 구매하고, 세탁 후 변형과 보풀 등에 불만족하는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과는 니트웨어의 디자인 개발, 생산, 마케팅 등의 분야에서 활용함으로써 니트업계의 활성화에 도움이 될 것으로 사료된다.

### III. 결론

유연하고 부드러운 특성으로 인하여 니트웨어는 활동적이고 기능적인 의류 아이템으로 활용되어 왔다. 국내 의류시장이 캐주얼화 경향을 보이면서 패션산업 분야에서도 니트웨어 생산의 비중이 커지게 되었다.

본 연구의 목적은 니트웨어의 새로운 소비층으로 부상하고 있는 여자 대학생을 대상으로 니트웨어에 대한 착용실태와 선호 디자인을 분석함으로써 니트패션 분야의 연구의 활성화와 여자 대학생들을 위한 니트웨어 디자인 개발 및 상품기획에

기초자료를 제공하는데 있다.

서울시에 소재하는 3개 4년제 대학의 여자 대학생 총 135명을 대상으로 설문지를 사용하여 자료를 분석하였다. 여자 대학생의 니트웨어 착용현황 및 선호 디자인과 구매행동 분석에 의한 결론은 다음과 같다.

첫째, 가장 많이 소지한 니트웨어는 스웨터, 카디건이었다. 니트웨어를 부드럽고 따뜻하며 사이즈에 구애없이 다양하게 입을 수 있는 의복으로 인식하였다.

둘째, 가장 선호하는 아이템은 스웨터와 카디건으로 나타나 소지하는 아이템과 선호하는 아이템이 일치하였다. 스웨터는 라운드 넥라인을, 카디건은 브이 넥라인의 오픈형을 선호하였다.

셋째, 모혼방 소재, 무채색 계열 색상, 무늬없는 디자인을 선호하였으며, 심플한 이미지의 약간 여유있는 정도의 맞춤새를 선호하였다.

넷째, 구매시 어울리는 정도, 디자인 등을 고려하며, 매장과 거리, 인터넷 등에서 니트웨어에 대한 정보를 입수하고, 주로 인터넷 등을 통해서 구매하며, 10만원 이하의 가격을 선호하였다.

다섯째, 제품을 착용한 후에 세탁 후 형태 변형, 보풀 발생, 울풀림 등에 대해 불만족을 나타내었다.

연구결과를 요약하면, 여자 대학생은 니트웨어의 어울리는 정도, 디자인 등을 중요시하며, 무채색의 무늬없는 라운드 넥라인 등의 심플한 디자인, 모혼방 소재의 스웨터, 카디건 등을 선호하여 주로 인터넷 등을 통해서 10만원 이하의 가격으로

구매하고, 세탁 후 변형과 보풀 등에 불만족하는 것으로 나타남으로써 실용성과 심미성을 중요시하는 것으로 분석할 수 있다. 이러한 연구결과는 니트웨어의 디자인 개발, 생산, 마케팅, 홍보 등의 분야에서 활용함으로써 니트산업의 활성화와 경쟁력 강화에 도움이 될 것으로 사료된다.

니트웨어는 다른 의상과 코디네이트가 용이하며, 쉽게 싫증이 나지 않아서 오래 착용할 수 있는 실용적인 장점이 있다고 할 수 있다. 그러나 여자 대학생들은 어울리는 정도, 디자인 등을 중요시하며, 착용후 변형과 보풀 등에 불만이 있으므로 심플하면서 개성을 표현할 수 있는 고품질의 창의적인 니트웨어 디자인을 개발하는 것이 필요한 것으로 사료된다.

본 연구의 한계점으로 연구대상이 여자 대학생으로 되어 있어서 추후 젊은 연령층의 여성을 대상으로 한 니트웨어 착용실태와 선호도 등을 파악하기 위하여 연령층을 확대하여 분석할 필요가 있으며, 니트패션이 젊은 여성의 세분화된 요구에 보다 부응하기 위하여 20대 전·후반기의 여성의 니트웨어 선호도와 구매행동 등에 관한 비교분석을 통한 후속연구를 제안한다.

## References

- Choi, S. R., Hwang, J. S., & Kim, Y. H. (2009). Purchase behavior of knit wear based on lifestyle segments. *Fashion & Textile Research Journal*, 11(1), 48-56.
- Go, S., & Park, M. (2005). A study on the design process and knit structure in knit production. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 7(3), 157-166.
- Hong, B., Lee, E. & Kim, K. (2002). The analysis of knit wear purchaser's behavior of the women in their twentieth and thirtieth. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(7), 1055-1065.
- Kim, K. (2001). Merchandising strategy based on analysis of knit wear purchaser's (Unpublished master thesis). Chung-ang University, Republic of Korea.
- Kim, S., & Suh, M. (2010). Analysis on the knitwear purchase behavior and the sensation seeking tendency of high school girls. *Research Journal of the Costume Culture*, 18(2), 304-321.
- Korean Apparel Industry Association (2010). *The competition analysis & leading strategy in knitted apparel industry*, Seoul, Republic of Korea.
- Lee, M. (1988). A study on the marketing of specialized knitbrand. *Journal of the Korean Society of Costume*, 12, 55-67.
- Lee, M. (2003). A study on the design inclination of modern women's knit. (Unpublished master thesis). KonKuk University, Republic of Korea.
- Lee, O., & Kim, K. (2003). Benefits segmentation and knitwear purchasing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(6), 601-611.
- Lee, Y., Kim, Y., Kim, M., Lee, Y., Youn, & Lee, K. (2007). Consumer age group differences in knitwear consumption behavior. *Research Journal of the Costume Culture*, 15(2), 284-298.
- Lee, S. M. (2009). A study on knitwears preferred image and preferred design of middle-aged women. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 7(2), 70-82.
- Lee, Y. (2013). Comparison of knitwear preference and buying behavior in their 20's male and female. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 15(4), 29-45.
- Park, A. (2011). Research on the status of the knitting industry and the preference and consumer spending on knitwear (Unpublished doctoral dissertation). Sungshin Women's University, Republic of Korea.
- Park, A., & Choi, I. (2012). Research on the status of the knitting industry and the preference and purchasing behaviour on knitwear. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 10(2), 97-115.
- Park, S. C., & Lee, Y. J. (2009). A study of purchase behaviour and wearing sensation of F/W season knit wear. *Korean Association of Human Ecology*, 18(2), 431-439.
- Shin, S., & Lee, J. (2001). Consumers' preference and dissatisfaction on knitted golf wear. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(4), 97-112.
- Shin, Y., & Lee, M. (2008). Preference and wearing frequency of knit-wears related to self-image. *Research Journal of the Costume Culture*, 16(3), 518-532.
- Suh, S., & Lee, M. (2012). Comparison of knitwear preferences and purchase behavior of university students by sex. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 14(1), 43-59.