

패션비즈니스 제21권 2호

ISSN 1229-3350(Print)  
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 21,  
No. 2:91-104, May. 2017  
[https://doi.org/  
10.12940/jfb.2017.21.2.91](https://doi.org/10.12940/jfb.2017.21.2.91)

**Corresponding author**

Younghee Park  
Tel : +82-55-249-2219  
Fax : +82-51-980-0025  
E-mail: [phykk@kyungnam.ac.kr](mailto:phykk@kyungnam.ac.kr)

## 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도

**박영희**

경남대학교 의류산업학과

## The Buying Selection Criteria and Wearing Satisfaction Related with Socks

**Younghee Park**

Dept. of Clothing Industry, Kyungnam University

### Keywords

demographic characteristics,  
socks, buying selection  
criteria, wearing satisfaction  
인구통계학적 특성, 양말,  
구매선택기준, 착용 만족도

### Abstract

This study analyzed the difference of selection criteria when buying socks and wearing satisfaction related to socks according to demographic characteristics and fashion interest degree for the adults in their from 20s to 40s. Factor analysis, t-test, ANOVA, and Duncan multiple range test were used for data analysis. The result of factor analysis for selection criteria when buying socks showed that the drawn factors were design and coordination, hygiene and wearing comfort and practicality. The difference analysis results about selection criteria when buying socks showed that design and coordination, hygiene and wearing comfort, and practicality were significantly different according to gender, age, and occupation, and that design and coordination and practicality were significantly different according to marital status. The result of difference analysis for selection criteria when buying socks according to fashion interest degree showed that design, coordination, hygiene, wearing comfort and practicality were significantly different. The result of factor analysis for wearing satisfaction of socks showed that the drawn factors were wearing comfort, hygiene, durability, and design. The difference analysis results about wearing satisfaction of socks showed that design was significantly different according to gender and marital status, wearing comfort and design significantly different according to age, wearing comfort, hygiene, and design were significantly different according to occupation. According to fashion interest degree, wearing comfort and design showed the significant difference.

## 1. 서론

양말이란 다리부분과 발을 감싸는 편직의류로의 일종으로 길이에 따라 무릎, 종아리 그리고 발목양말 등으로 분류할 수 있다(Socks, 2012). 우리나라에서는 삼국시대부터 족의 즉 버선을 신기 시작하였으며 대한제국 개화기 때 서양으로부터 양말이 전해졌으며 이를 서양식 버선이란 뜻으로 양말이라 부르기 시작했다(Doopedia, 2014). 이러한 양말은 수편기의 기술의 발달로 각양각색의 디자인이 출시되고 있으며 특히 남성들의 수트 트렌드가 과거에 비해 바지 길이가 짧아지면서 양말은 패션 센스를 나타내기 위한 중요한 아이템이 되고 있다. 또한 21세기로 들어서면서 우리 사회 전반에 걸쳐 웰빙 붐이 확산됨에 따라 건강을 위한 기능들이 양말에도 영향을 미치게 되었다. 즉 발의 보온이나 마찰 및 땀으로부터의 보호와 같은 일반적 기능에서 습진이나 무좀 치료에 도움을 주기 위한 기능, 지압 효과, 항균, 소취, 생리 활성화 효과, 스포츠나 등산을 위한 양말 등 건강을 위한 다양한 기능이 추가된 양말 제품들이 출시되고 있다.

이처럼 양말의 용도에 있어서도 패션, 의료 그리고 스포츠 등으로 더욱 세분화되고 있으며, 소비자들의 요구 또한 구체적인 뿐 아니라 다양해지고 있다. 유행 변화도 양말 열풍의 한 요인이 되고 있다. 캐주얼한 스니커즈의 유행이나 롱스커트의 유행 등은 양말의 구매량을 높였다. 양말 수입 동향을 살펴보면 2013년 국내 양말 및 스타킹 수입 금액이 888억원이었으며 이중 양말류가 57.7%를 차지하였고, 8월 이후 수입액이 급증하고 있다(Korea Customs Service, 2013). 최근 한 보도에 따르면 우리나라 성인 1인당 1년 간 양말 소비량은 평균적으로 약 20켤레 이상으로 결코 적은 수량이 아님을 알 수 있다(The healthy and fresh world using a pair of socks, 2015). 미국의 경우에는 남성의 새로운 패션 아이템으로 양말이 급부상하면서 양말시장이 지속적인 성장세를 보이고 있다(Weekly trade, 2016). 미국뿐만 아니라 국내에서도 2015년에 비해 2016년도에 나이키와 아디다스의 양말 판매율은 더욱 증가한 것으로 보고되고 있다(Weekly trade, 2016).

현대인들의 의복 생활에 있어 양말은 더 이상 단순한 소모품이 아닌 자신만의 개성을 나타내는 패션 아이템이자 건강한 삶을 위한 의류 아이템으로써 패션시장에서의 점유율은 높아지고 있다. 또한 무역위원회의 양말산업 경쟁력 조사결과(Korea Trade Committee, 2011)에 따르면 이태리 제품은 디자인성에서 높은 경쟁력을 보였으며, 일

본의 경우는 제품 품질의 측면에서 높은 경쟁력을 보였고 중국은 저렴한 가격 면에서 높은 경쟁력을 보인 반면 국내 제품은 이러한 부문에서 두드러지는 경쟁력을 보이지 않았다. 이에 국내 양말 산업도 이러한 글로벌한 양말 제품에 맞서 경쟁력을 높이기 위해서는 무엇보다도 양말에 대한 소비자들의 제품 선택 시 어떤 요인이 중요시 되며 착용에 따른 소비자들의 만족도에 영향을 미치는 요인은 무엇인지 구체적으로 살펴볼 필요가 있다.

이와 같이 양말 산업의 비중이 커지면서 양말과 관련한 학술연구들도 함께 진행되고 있는데 양말과 관련한 선행 연구를 살펴보면 다음과 같다.

스포츠 양말 소재의 물성 및 운동 시 양말의 착용감에 대한 분석(Kim, Lee & Park, 2000), 양말 소재별 인체 생리적 반응 및 주관적 감각평가(Kim & Chung, 2001), 쾌적성 향상을 위한 발가락 양말 개발(Lee, 2007), 탁점유 양말 제품에 대한 소비자 만족도에 대한 조사(Ju, Shim & Kim, 2009), 당뇨환자의 당뇨양말 디자인 요소 선호도와 요구 성능(Lee & Kwon, 2011), 디자인 선호조사에 의한 양말 디자인 개발(Pan & Kim, 2014), 양말산업의 구조 분석과 수요예측에 관한 사례 연구(Shin, 2002) 등이 있다.

이상과 같은 선행연구들은 주로 양말 제품의 착용감이나 쾌적성 향상을 위한 연구이거나 양말 디자인 선호도 등에 대한 연구들로써 양말 제품 구매 시 소비자들의 선택기준과 착용 만족도 등에 대한 연구는 아직 미흡한 상황이다. 무엇보다 국내 양말 제품의 경쟁력확보하고 트렌드를 반영한 제품을 개발하기 위해서는 시장 정보력, 즉 양말 소비자들의 인구통계학적 특성과 패션에 대한 관심에 따른 양말에 대한 선택기준과 만족도 등에 대한 조사가 필요하다. 특히 최근 남성 패션에서 정장 바지 길이가 짧아지면서 포인트를 주기 위해 양말에 대한 관심이 더욱 높아지는 등 패션에 대한 관심 정도는 양말 선택 기준에 영향을 미치고 있다(Yoon, 2016). 또한 패션시장에서 양말 제품이 차지하는 비중이 커지고 소비자들의 요구가 더욱 다양해져 이에 양말 시장의 세분화가 이뤄져야 하며 수요의 다양화와 개성화에 대응하여 실질적인 소비자들의 양말 착용에 대한 만족도를 최대화하기 위해서는 수요자의 인구통계학적 특성을 반영한 양말 구매 시 선택 기준이나 착용 만족도에 대한 연구가 선행되어야 한다.

따라서 본 연구에서는 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도에 대한 요인을 도출하고 인구통계학적 특성과 패션 관심 정도에 따른 양말 구매 시 선택기준의 차이와 착

용 만족도의 차이에 대해 살펴보고자 하며, 본 연구 결과는 양말 마케팅 전략 및 시장 세분화를 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 양말 제품의 선택기준

양말은 섬유제품 중 주요 품목으로써 주목을 끌지는 않았으나 우리 의생활에 있어서 없어서는 안 될 중요하고 필수적인 아이템이다. 최근 들어 건강한 삶에 대한 지향과 함께 여가활동을 즐기려는 레저 인구의 급증으로 스포츠나 레저의 종류만큼이나 양말의 기능도 세분화되고 있다. 또한 2013년부터 양말은 새로운 개성의 표현 수단으로 가장 핫한 패션 아이템으로 부각되기 시작하면서 서울디자인페스티벌에서도 다수의 양말디자인 브랜드가 참여했다(Socks, 2012).

이와 같이 사회적 분위기와 패션 트렌드가 반영되어 양말은 패션 아이템으로 새롭게 주목을 받고 있으며 특히 신세대들이 양말을 패션의 일부로 활용하면서 패션 시장에서 양말이 차지하는 비중 또한 높아지고 있다(Kim, 2016). 이처럼 양말제품의 수요는 지속적으로 증가될 것으로 예견하고 있으나 국내에서의 생산력 부족으로 해외로부터의 수입이 지속적으로 증가추세로 보이고 있으며, 뿐만 아니라 제품 가격과 품질에서도 양극화 현상을 보이고 있어 이에 대한 국내에서의 연구 및 개발이 필요한 실정이다(Korea Customs Service, 2013).

양말은 기능적, 위생적인 측면에서 뿐 아니라 착용한 의복과의 매치나 유행까지도 관련되므로 소비자들의 양말에 대한 선택 기준에 대한 조사는 양말 제품의 마케팅 전략을 위해 필요하다. 양말제품의 선택 시 요령을 위한 기존의 선행 연구를 살펴보면 국내제품과 외국 제품을 비교 평가한 결과 양말 제품의 가격을 비교해 볼 때 외국 브랜드와 국내 브랜드 간에 제품의 품질에서 별 차이가 없음에도 불구하고 가격은 국내 상품의 2배 가격에 판매되어 양말선택 시 이러한 부분에 대한 주의가 요구된다고 밝혔다(FITI, 1987). Kim, Nam, and Kim(1999)은 국내 양말 소비자의 브랜드 인지도와 디자인 선호도 분석을 연구한 결과 양말 구매 시 소비자들이 중요하게 생각하는 요인으로 스포츠/캐주얼 양말에는 디자인이, 신사용 양말에는 색상을 가장 우선적으로 고려하는 것으로 나타났음을 밝혔다.

양말과 같은 패션제품의 선택기준은 소비자가 패션 제품을 구매할 때 구매 목적과 제품으로부터 얻고자 하는 효익이 반영되며 제품을 선택할 때 사용되는 제품의 속성을 말한다(Park & Pyo, 2006; Engel et al., 1995). 제품의 속성으로는 크게 내재적 속성과 외재적 속성으로 분류할 수 있으며 패션제품에 있어 내재적 속성에는 색상, 디자인, 스타일, 소재, 품질 등이 포함되며, 외재적 속성에는 가격, 브랜드, 광고 등이 포함되는데(Korea Fashion & Tex News, 2016; Eckman et al., 1990), 선행연구(Kim, Nam, & Kim, 1999)를 통해 양말 제품 구매 시 선택기준으로 디자인과 색상이 선호되고 있음을 알 수 있었다. 최근 운동과 레저 활동이 일상생활에 널리 확산됨에 따라 양말의 판매율이 매년 증가세를 보이고 있으며 양말이 패션 아이템으로써 양말의 전성시대라고 할 만큼 패션 시장에서 양말이 차지하는 비중이 점차 커지고 있다. 따라서 본 연구에서는 아직 양말 구매 시 선택기준에 대한 연구가 거의 전무한 실정이며 이에 본 연구에서는 양말 구매 시 선택기준에 대해 살펴보고자 한다.

### 2. 양말 제품의 만족도

제품에 대한 소비자 만족도 결과는 제품 마케팅 전략에 중요한 요인이 된다. 즉 구매 후 만족도는 재구매에 대한 의사결정, 긍정적인 구전 그리고 소비자 충성도에 결정적인 영향을 미치기 때문에 소비자들의 제품 구매 후 만족 또는 불만족을 파악하는 것은 마케팅 활동에 있어 매우 중요하다(Bearden & Teel, 1983). 이와 같이 소비자에 대한 만족은 기업 경영에 있어 경쟁력 제고를 위한 방안으로 경영자의 입장에서 뿐만 아니라 학술적인 측면에서도 많은 관심의 대상이었다.

제품 만족이란 소비자들의 소비행동 결과에 대한 구매 제품에 대한 고객의 요구나 욕구의 척도가 될 수 있어 제품에 대한 만족도 연구는 다양하게 이루어져 왔다. 특히 패션제품은 실용적 측면이 우선시 되는 제품들에 비해 구매 후 만족 및 불만족의 감정이 제품의 재구매 의도와 구전에 영향을 크게 받기 때문에(Cho & Park, 2012) 제품의 차별화나 세분화를 위해 의류제품에 대한 만족도에 대한 연구는 이루어져 왔으나 양말 제품에 대한 만족도 연구로는 가능성 양말에 대한 소비자 만족도연구가 이루어져 있다. 즉 Ju et al.(2009)는 탁삼유로 된 양말 제품에 대한 소비자 의 만족도를 조사한 결과 인구통계학적 변수는 소비자 집단 및 소비자 개인이 가지고 있는 제품의 기

존 이미지 인식 및 소재감에 대한 제품 만족도에 유의한 영향을 미치고 있다고 밝혔다. 이러한 연구 외에 실질적으로 소비자들의 양말에 대한 불만족 요인으로 양말의 발목 부위가 느슨해져 흘러내리는 현상이나, 착용감이나 내구성에 불만족을 보이는 사례들이 올라와 있다(CoolMax, 2012). 한국패션협회에 따르면 현재 국내 양말 시장 규모는 약 2000억원으로 추정되며 전체 양말시장에서 약 75%가 국내에서 생산되고 있어 다른 의류 시장보다 국내 생산 비중이 더 높다(Popularity of socks, 2017). 또한 양말은 큰 비용을 들이지 않으면서도 패션성과 유행성을 동시에 추구할 수 있어 향후 양말 시장의 규모는 더욱 확대될 것이다. 이에 패션 산업에서 차지하는 새로운 시장을 개척하고 제품의 차별화를 추구하기 위해서는 소비자들의 양말에 대한 만족도에 대한 조사가 선행되어야 한다.

양말은 일상생활에서 거의 매일 착용되는 아이템으로써 기능적, 위생적인 측면 뿐 아니라 착용감이나 디자인에 대한 소비자들의 만족도는 고부가가치 제품 개발을 위해 중요한 요인이다. 또한 양말 소비시장을 이해하고 국내 양말 제품의 경쟁력을 확보하기 위해서는 소비자의 제품 구매 후 만족도에 대한 연구가 선행되어야 하나 양말 제품에 대한 소비자들의 만족도에 대한 연구는 거의 전무한 상태이다. 이에 본 연구에서도 양말제품 구매 후 착용 만족도를 살펴봄으로써 양말 시장의 마케팅 전략 수립에 기초 자료를 제공하고자 한다.

### III. 연구문제 및 방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 성인을 대상으로 양말 구매 시 선택기준과 구매 후 착용 만족도에 대해 살펴보기 위한 연구로써 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 양말제품 구매 시 선택기준과 착용 만족도에 대한 요인을 분석한다.

둘째, 인구통계학적 특성 및 패션 관심 정도에 따른 양말 제품 구매 시 선택기준의 차이를 분석한다.

셋째, 인구 통계학적 특성 및 패션 관심 정도에 따른 양말 착용 만족도의 차이를 분석한다.

#### 2. 연구 방법

##### 1) 자료 수집 및 연구 대상

본 연구는 인구통계학적 특성에 따른 양말 구매 시 선택 기준과 구매 후 만족도 차이를 살펴보고자 하는 연구로써 연구 대상자 양말 구매 및 착용 경험이 있는 20대에서 40대까지의 남녀를 중심으로 실시되었다. 설문 조사 지역은 경남, 부산, 울산을 중심으로 이루어졌으며, 설문 조사는 2016년 10월에서 11월 까지 약 2개월에 걸쳐 양말을 구매한 경험이 있는 사람을 중심으로 임의표본 추출하였다. 임의표본은 경남 소재의 대학교, 사람들이 많이 모이는 대형 마트와 백화점 그리고 시내 중심가 등에서 이루어졌다. 본 연구는 양말을 중심으로 이루어진 조사연구로 양말에서 스타킹은 제외시켰으며 연구대상자의 경우에는 구매 능력을 고려하여 무직자는 대상자에서 제외시켰다. 설문 자료는 330부를 배포하였으며, 그 결과 313부가 회수되었고 이러한 회수 자료 중 응답이 부실하거나 신뢰도를 저하시킬 수 있는 자료 13부를 제외한 후 300부를 본 연구에 활용하였다. 본 연구에 활용된 연구대상의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같다.

##### 2) 측정 도구 및 분석 방법

본 연구는 양말 구매 시 선택기준과 착용에 따른 만족도 및 불만족에 대한 차이를 살펴보고자 하는 연구로써 본 연구의 외적 타당성을 높이기 위해 스타킹을 제외한 양말 착용 및 구매 경험이 있는 성인 20대에서 40대의 남녀를 대상으로 조사하였다. 본 연구의 측정도구를 위한 설문 구성은 인구통계학적 특성(성별, 결혼 유무, 연령, 월 소득, 직업), 양말 구매 시 선택 기준, 양말 착용에 따른 만족도 그리고 착용에 따른 불만족 사항 등으로 구성하였다. 양말 구매 시 선택기준과 착용에 따른 만족도 문항은 5점 라이커트형 척도로 구성하였다. 양말 구매 시 선택기준 및 만족도 문항은 관련 선행연구(Lee, 2007; Ju et al., 2009; Kim et al., 2000; Lee and Kwon, 2011; Park and Kim, 1999; FITI, 1987)를 토대로 문항을 도출한 후 본 연구의 취지 및 목적에 알맞게 수정, 보완 하였다. 패션에 대한 관심 정도의 문항은 선행연구(Pan & Kim, 2014)를 토대로 1문항(5점 척도)으로 구성되었으며, 패션에 대한 관심이 아주 높다고 높다는 관심이 높은 집단으로, 보통이라는 중간 집단 그리고 낮다고 매우 낮다는 관심이 낮은 집단으로 명명하여 구성하였다. 이러한 문항들에 대한 타당도를 높이고자 의류 및 패션 전공자 30명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 최종적으로 구매 시 선택기준은 16문항, 양말 착용에 따른 만족도는 15문항으로 구성하였다. 이 중 양말 착용 만족도 문항은 요인 점수가 낮은

Table 1. Demographic Characteristics of Samples (N=300)

Demographic Characteristics		Frequency	Percentage(%)
Gender	Male	133	44.3
	Female	167	55.7
Marital status	Unmarried	187	62.3
	Married	113	37.7
Age	20-29	108	36.0
	30-39	98	32.7
	40-49	94	31.3
Incomes (KRW)	1,000,000-1,999,999	30	10.0
	2,000,000-2,999,999	59	19.7
	3,000,000-3,999,999	62	20.7
	4,000,000-4,999,999	49	16.3
	5,000,000-5,999,999	45	15.0
	6,000,000-6,999,999	55	18.3
Occupation	Self-employed	22	7.3
	Professional	40	13.3
	Service and production	41	13.7
	Office	46	15.3
	University students	103	34.3
	Housewives	18	6.0

2문항을 제외한 13문항을 분석에 이용하였다. 측정방법은 전혀 그렇지 않다는 1점에서 매우 그렇다의 5점 까지 5점 리커트 척도를 이용하였다. 분석방법은 SPSS 20을 이용하여 요인분석, t-test, ANOVA와 Duncan multiple range test 등을 실시하였다.

### III. 결과 및 논의

#### 1. 양말 구매 시 선택기준의 요인분석

20대에서 40대까지의 성인 남녀를 대상으로 양말 구매 시 선택기준에 대한 요인분석을 실시하였다. 선택기준 16문항을 Varimax 직교회전의 주성분분석으로 고유값 1 이상의 요인을 추출한 결과 3개의 요인이 도출되었으며 총 설명력은 약 70%를 보였다(Table 2).

요인 1은 문양, 의복과의 코디, 색상, 패션성, 배색 그리

고 착용상황과 같은 6개의 문항으로 구성되었으며, 이들 문항의 의미상 디자인 및 코디네이션이라고 명명하였다. 요인1의 설명력은 총 분산의 약 27.7%로 나타났으며, 요인 2는 흡수성, 소취성, 향균성, 촉감, 소재종류, 신축성 그리고 양말목부분의 조임성과 같은 7문항으로 구성되었으며 이들 문항의 의미상 위생 및 착용감으로 명명하였다. 요인 3은 가격, 양말 길이 그리고 양말 두께와 같은 3문항으로 구성되었으며, 이들 문항의 의미상 실용성으로 명명하였다.

#### 2. 양말 구매 시 선택 기준의 차이

인구통계학적 특성과 패션에 대한 관심 정도에 따른 양말 구매 시 선택기준의 차이를 살펴본 결과 Table 3에서 Table7과 같이 나타났다.

양말 구매 시 성별에 따른 선택기준의 차이를 분석한

Table 2. Factor Analysis for Selection Criteria when Buying Socks

Factor Name	Item	Factor Loading	Eigen Value	Variance Explained (Cumulative Variance)%	Cronbach's $\alpha$
Design and Coordination	Pattern	.832	4.591	28.697 (28.697)	.923
	Clothing and Coordination	.824			
	Color	.820			
	Fashion trend orientation	.805			
	Color Scheme	.793			
	Wearing Conditions	.701			
Hygiene and Wearing Comfort	Absorptiveness	.887	4.374	27.336 (56.033)	.890
	Deodorizing Property	.853			
	Antibacterial Property	.784			
	Touch	.658			
	Kinds of Materials	.656			
	durability	.655			
	Clamping Force of Socks Cuff	.574			
Practicality	Price	.773	2.229	13.930 (69.963)	.738
	Length of Socks	.677			
	Thickness of Socks	.649			

Table 3. The Difference of Selection Criteria when Buying Socks according to Demographic Gender and Marital status

Gender and Marital status Desired Image	Gender			Marital status		
	Male (n=133) Mean(SD)	Female (n=167) Mean(SD)	t	Unmarried (n=187) Mean(SD)	Married (n=113) Mean(SD)	t
Design and Coordination	3.341(.805)	3.741(.914)	-4.252***	3.790(.771)	3.188(.796)	6.456***
Hygiene and Wearing Comfort	3.335(.741)	3.530(.739)	-2.270*	3.471 (.724)	3.399(.780)	0.800
Practicality	3.393(.773)	3.599(.730)	-2.359*	3.604(.702)	3.348(.813)	2.884**

결과 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 구매 시 남성보다 여성이 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성을 더 중시여기는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Pan and Kim(2014)의 디자인 선호도 조사에 의한 양말

디자인 개발을 위한 연구에서 남성 보다 여성이 양말 구매 시 디자인을 더 중요한 요인으로 여긴다고 도출된 결과와 일맥상통하는 것으로 볼 수 있다. 또최근 국내 여성들의 트렌드 변화의 영향을 들 수 있다. 즉 최근 패션 와이드 팬츠나 롱스커트가 유행하면서 다리 노출이 현저히

Table 4. The Difference of Selection Criteria when Buying Socks according to Age

Age Desired Image	Age			F
	20s(n=108) Mean (SD)	30s(n=98) Mean (SD)	40s(n=94) Mean (SD)	
Design and Coordination	4.034 (.696) c	3.464 (.745) b	3.126 (.794) a	38.730***
Hygiene and Wearing Comfort	3.626 (.724) b	3.281 (.654) a	3.404 (.818) a	5.861**
Practicality	3.772 (.701) b	3.425 (.661) a	3.291 (.821) a	11.876***

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

Table 5. The Difference of Selection Criteria when Buying Socks according to Income

Income Desired Image	Income						F
	1,000,000-2,000,000 (n=30) Mean (SD)	2,000,000-2,999,999 (n=59) Mean (SD)	3,000,000-3,999,999 (n=62) Mean (SD)	4,000,000-4,999,999 (n=49) Mean (SD)	5,000,000-5,999,999 (n=45) Mean (SD)	6,000,000-6,999,999 (n=55) Mean (SD)	
Design and Coordination	2.400 (.893)	3.576 (.808)	3.561 (.845)	3.548 (.959)	3.467 (.816)	3.733 (.724)	.815
Hygiene and Wearing Comfort	3.400 (.708)	3.326 (.686)	3.460 (.746)	3.414 (.844)	3.396 (.706)	3.639 (.757)	1.126
Practicality	3.444 (.718)	3.610 (.730)	3.489 (.750)	3.442 (.749)	3.429 (.860)	3.575 (.732)	.522

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

줄어들면서 여성들은 스타킹보다는 양말을 더 많이 착용하는 경우가 많아졌으며 또한 굽 높은 구두보다는 스니커즈를 신는 경우가 늘어남에(Park, 2016) 따라 트렌디한 의복과 신발에 어울리는 양말을 신고자 하는 디자인 및 코디네이션에 대한 욕구 때문인 것으로 사료된다. 결혼 유무에 따라서는 디자인 및 코디네이션과 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 구매 시 미혼자가 기혼자보다 디자인 및 코디네이션과 실용성을 더 중요한 선택 기준으로 여기는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 구매 시 연령이 가장 낮은 20대가 30대나 40대에 비해 더 중요한 선택 기준으로 여기는 것으로 나타났다. 이는 최근 양말이 젊은이들 사이에서 패션 아이템으로 자리 잡으면서(Park, 2016) 젊은이들 사이에서 양말은 착용한 의복이나 신발과의 코디네이션이 중요한 선택기준이 되고 있는 것으로 사료된다. 소득에 따라서는 유의한 차이를 나타내지 않았다. 직업에 따라서는 디자

인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 구매 시 대학생들이 다른 집단에 비해 디자인 및 코디네이션과 실용성을 가장 중요한 선택기준으로 여기는 것으로 나타났으며 위생 및 착용감의 경우에는 대학생과 생산직의 집단이 가장 중요한 선택 기준으로 여기는 것으로 나타났다.

패션에 대한 관심 정도의 차이에 따라서는 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 패션에 대한 관심이 높을수록 양말구매 시 디자인 및 코디네이션이 중요한 선택기준인 것으로 나타났다. 패션에 대한 관심이 중간 이상의 집단이 낮은 집단에 비해 양말 구매 시 위생 및 착용감과 실용성을 더 중요한 선택기준으로 여기는 것으로 나타났다. 최근 패션매체에 소개되고 있는 구두트렌드에는 양말이 함께 등장할 만큼 양말은 포인트 액세서리라는 메시지가 강하게 전달되고 있다(Lee, 2017). 뿐만 아니라 스니커즈 유행으로 신세대들이 양말을 패션의 일부로 활용하고 있으며, 세

Table 6. The Difference of Selection Criteria when Buying Socks according to Occupation

Occupation Desired Image	Occupation							
	Office (n=46) Mean (SD)	Professional (n=40) Mean (SD)	Sale and Service (n=41) Mean (SD)	Self-employed (n=22) Mean (SD)	University Students (n=103) Mean (SD)	Production (n=30) Mean (SD)	Housewives (n=18) Mean (SD)	F
Design and Coordination	3.283 (.871) a	3.325 (.929) a	3.305 (.741) a	3.265 (.706) a	4.052 (.685) b	3.450 (.711) a	3.157 (.587) a	11.148***
Hygiene and Wearing Comfort	3.348 (.767) ab	3.192 (.811) a	3.230 (.685) ab	3.539 (.725) ab	3.631 (.727) b	3.605 (.634) b	3.278 (.707) ab	3.097**
Practicality	3.391a (.820) a	3.325a (.797) a	3.374 (.692) a	3.333 (.658) a	3.783 (.712) b	3.511 (.720) ab	3.148 (.628) a	4.205***

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

Table 7. The Difference of Selection Criteria when Buying Socks according to Interest for Fashion

Interest for Fashion Desired Image	Interest for Fashion			F
	Low (n=50) Mean (SD)	Medium (n=127) Mean (SD)	High (n=123) Mean (SD)	
Design and Coordination	2.780 (.788) a	3.358 (.711) b	4.094 (.960) c	76.716***
Hygiene and Wearing Comfort	3.048 (.822) a	3.437 (.668) b	3.611 (.744) b	10.792***
Practicality	3.167 (.960) a	3.498 (.744) b	3.655 (.619) b	7.824***

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

계적인 주요 브랜드에서도 양말에 포커스를 둔 컬렉션이 대세이다(Kim, 2016; Lee, 2017). 이러한 최근 패션 트렌드를 고려할 때 연령이나 패션에 대한 관심 정도에 따라 선택기준에 차이가 나타난 것은 이러한 트렌드가 영향을 미친 결과라고 사료된다.

### 3. 양말 착용 만족도 요인

성인 남녀를 대상으로 양말 착용에 따른 만족도에 대한 요인분석을 실시한 결과 Table 8과 같이 나타났다. 양말 착용에 따른 만족도 13문항을 중심으로 주성분 분석을 이용하여 Varimax 직교 회전을 실시한 결과 고유치가 1 이상인 요인을 추출하였다. 그 결과 4개의 요인이 도출되었

으며, 총 설명력은 약 67%로 나타났다.

요인 1은 양말목 부분의 가려움 유발, 양말목 부분의 자극 발생, 양말목 조임의 3개 문항들로 구성되었으며, 구성 문항의 의미상 착용감이라고 명명하였으며, 설명력은 총 분산의 19.57%를 차지하였다. 요인 2는 땀 흡수, 쾌적성, 발 냄새, 촉감 그리고 보풀의 5개의 문항들로 구성되었으며, 구성 문항의 의미상 위생성이라고 명명하였으며, 설명력은 총 분산의 19.10%를 차지하였다. 요인 3은 세탁 후 형태안정, 질기고 튼튼함, 세탁 후 물 빠짐의 3개의 문항들로 구성되었으며, 구성문항의 의미상 내구성이라고 명명하였으며, 설명력은 총 분산의 16.45%를 차지하였다. 요인 4는 색상 및 문양과 세탁 후 신축성의 2개 문항들로 구성되었으며, 구성 문항의 의미상 디자인성이라고 명명하



Table 8. Factor Analysis for Wearing Satisfaction of Socks

Factor Name	Item	Factor Loading	Eigen Value	Variance Explained (Cumulative Variance)%	Cronbach's $\alpha$
Wearing Comfort	Itch at the part of Socks Cuff	.865	2.544	19.570 (19.570)	.807
	Mark at the part of Socks Cuff	.846			
	Clamping Force of Socks Cuff	.716			
Hygiene	Sweat Absorbency	.861	2.483	19.100 (38.670)	.802
	Comfortability	.827			
	Foot Odor	.564			
	Touch	.545			
	Fluff	.507			
Durability	Shape Stability after Laundry	.829	2.139	16.451 (55.121)	.722
	Durable and Strong	.795			
	Decoloration after Laundry	.548			
Design	Color and Pattern	.841	1.662	12.783 (67.094)	.594
	Elasticity after Laundry	.582			

였으며, 설명력은 총 분산의 12.78%를 차지하였다. 디자인성 요인에서는 구성하는 항목 중 세탁 후 신축성이란 항목이 디자인성을 충분히 대표하기에는 다소 무리가 있으며 신뢰도에 있어서도 다른 요인들에 비해 낮게 나타남으로써 향후 연구에서는 이러한 한계점을 고려하여 신뢰도를 높일 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 사료된다.

#### 4. 양말 착용 만족도의 차이

성인들의 인구통계학적 특성과 패션에 대한 관심 정도에 따른 양말 착용 만족도의 차이를 살펴본 결과 Table 9에서 Table 13과 같이 나타났다.

성별에 따른 양말 착용 만족도 차이 결과 착용감, 위생성 그리고 디자인성에서는 유의한 차이를 보이지 않았으며, 내구성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 남성이 여성보다 양말 착용 만족도 중 내구성에 대한 만족도가 더욱 높

게 나타났다. 결혼 유무에 따른 양말 착용 만족도 차이 결과 착용감, 위생성 그리고 내구성에서는 유의한 차이를 보이지 않았으며, 디자인성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 미혼자가 기혼자보다 양말 착용 만족도 중 디자인에 대해 더 높은 만족도를 보였다. 연령에 따른 양말 착용 만족도 결과 위생성과 내구성에서는 유의한 차이를 보이지 않았으며, 착용감과 디자인성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 착용에 따라 착용감은 30대가 가장 높은 만족도를 보인 반면 40대가 가장 낮은 만족도를 보였다. 양말 착용에 따른 디자인 만족도의 경우에는 20대와 30대가 40대보다 더 높은 만족도를 보였다. 따라서 연령에 따른 양말 착용감과 디자인성에 대한 차이 결과 40대의 만족도가 가장 낮게 나타났다. 월 소득에 따른 양말 착용 만족도 결과 유의한 차이가 나타나지 않았다. 직업에 따른 차이 결과 착용감, 위생성 그리고 디자인성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 양말 착용감에 대해서는 주부들의 만족도가 가장

Table 9. The Difference of Wearing Satisfaction of Socks according to Gender and Marital Status

Gender and Marital Status Wearing Satisfaction	Gender			Marital status		
	Male (n=133) Mean (SD)	Female (n=167) Mean (SD)	t	Unmarried (n=187) Mean (SD)	Married (n=113) Mean (SD)	t
Wearing Comfort	3.127 (.757)	3.137 (.673)	-.120	3.184 (.700)	3.051 (.722)	1.579
Hygiene	3.134 (.624)	3.087 (.535)	.702	3.082 (.582)	3.150 (.566)	-0.989
Durability	3.145 (.706)	2.964 (.729)	2.580*	3.045 (.702)	3.044 (.764)	.004
Design	3.274 (.555)	3.341 (.554)	-1.037	3.369 (.556)	3.216 (.542)	2.332*

\*p<.05

Table 10. The Difference of Wearing Satisfaction of Socks according to Age

Age Wearing Satisfaction	Age			F
	20s (n=108) Mean (SD)	30s (n=98) Mean (SD)	40s (n=94) Mean (SD)	
Wearing Comfort	3.161ab(.661)	3.252b(.706)	2.978a(.749)	3.727*
Hygiene	3.041(.547)	3.179(.584)	3.109(.596)	1.497
Durability	3.031(.676)	3.054(.728)	3.050(.781)	0.043
Design	3.394b(.568)	3.342b(.525)	3.186a(.553)	3.792*

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, Duncan multiple range test : a<b<c

높게 나타난 반면 사무직, 전문직, 판매 및 서비스, 자영업 그리고 생산직이 가장 낮은 만족도를 보였다. 위생성에 대해서는 주부들의 만족도가 가장 높게 나타난 반면 판매 및 서비스직이 가장 낮은 만족도를 보였다. 디자인에 대해서는 전문직이 가장 높은 만족도를 보였으며, 반면 판매 및 서비스직과 자영업 집단들이 가장 낮은 만족도를 보였다. 양말 착용에 따른 착용감에 영향을 미치는 주요 요인으로는 땀 흡수와 배출 작용 그리고 양말의 형태안정성 등이 될 수 있다. 따라서 착용 중에 발생하는 땀이 흡수되어 이것이 기체 상태로 양말 밖으로 배출이 원만하게 이뤄질 때 착용감이나 위생성에 대한 만족도가 높아질 것으로 기대할 수 있다. 본 연구 결과를 객관적으로 응용하기 위해서는 착용자의 주관적 감각이나 활동 정도에 따른 인체 생리적 특성 등에 대한 후속 연구가 진행되어야 할 것이다. 패션 관심 정도에 따른 양말 착용에 따른 만족도의

차이 결과 위생성과 내구성에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 착용감과 디자인성에 유의한 차이를 보였다. 즉 패션에 대한 관심이 가장 높은 집단이 양말의 착용감과 디자인성에 만족도가 더 높게 나타났다.

이상과 같은 연구 결과 인구통계학적 특성 중 월 소득은 영향을 미치지 않으나 성별, 결혼 유무, 연령, 직업 그리고 패션에 대한 관심 정도는 양말 착용에 따른 만족도에 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다. 특히 양말 착용에 따른 만족도와 관련한 선행 연구 중 닥섬유 양말 제품에 대한 소비자들의 만족도 조사 연구 결과(Ju, et al., 2009)에 의하면 닥섬유 양말 사용 후 만족도 차이 결과 연령에 따라 차이를 보였는데 40대 이상의 연령대가 그 이하의 연령대보다 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다. 이와 같이 연령에 따른 결과는 본 연구결과와는 상반되는 결과로써 선행연구에서는 대상 양말이 닥섬유로 된 양말

로 제한되어져 있기 때문에 나타난 차이라고 사료된다. 특히 최근 양말은 남녀를 불문하고 패션의 완성을 위해 또는 액센트를 주기 위해 필수 패션 아이템이 되고 있으며 더군다나 양말 달린 슈즈가 나올 만큼 양말은 핫한 패션

아이템이 되고 있다. 반면 이러한 양말 만족도와 관련한 선행연구는 상당히 부족한 실정이며 향후 양말의 종류나 기능에 따른 만족 불만족에 대한 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다

Table 11. The Difference of Wearing Satisfaction of Socks according to Income

Income Wearing Satisfactione	Income						F
	1,000,000-2,000,000 (n=30) Mean (SD)	2,000,000-2,999,999 (n=59) Mean (SD)	3,000,000-3,999,999 (n=62) Mean (SD)	4,000,000-4,999,999 (n=49) Mean (SD)	5,000,000-5,999,999 (n=45) Mean (SD)	6,000,000-6,999,999 (n=55) Mean (SD)	
Wearing Comfort	3.077 (.725)	3.107 (.845)	3.145 (.593)	3.034 (.609)	3.192 (.566)	3.218 (.858)	.804
Hygiene	3.213 (.463)	3.057 (.660)	3.045 (.533)	3.102 (.420)	3.146 (.510)	3.145 (.739)	.516
Durability	3.100 (.628)	3.039 (.782)	3.037 (.759)	2.884 (.743)	3.133 (.630)	3.097 (.703)	.998
Design	3.283 (.552)	3.305 (.594)	3.250 (.632)	3.255 (.480)	3.388 (.424)	3.390 (.582)	.667

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

Table 12. The Difference of Wearing Satisfaction of Socks according to Occupation

Occupation Wearing Satisfaction	Occupation							F
	Office (n=46) Mean (SD)	Professional (n=40) Mean (SD)	Sale and Service (n=41) Mean (SD)	Self-employed (n=22) Mean (SD)	University Students (n=103) Mean (SD)	Production (n=30) Mean (SD)	Housewives (n=18) Mean (SD)	
Wearing comfort	3.094a (.833)	2.950a (.825)	3.114a (.705)	3.121a (.621)	3.197ab (.628)	3.022a (.752)	3.519b (.460)	2.636*
Hygiene	3.338bc (.679)	3.070abc (.563)	3.961a (.494)	3.109abc (.477)	3.058abc (.552)	3.033ab (.668)	3.356c (.403)	2.505*
Durability	3.098 (.866)	2.938 (.652)	2.781 (.707)	2.932 (.744)	2.985 (.684)	2.967 (.668)	3.306 (.769)	1.377
Design	3.435b (.553)	3.225ab (.565)	3.134a (.548)	3.136a (.413)	3.398ab (.561)	3.383ab (.536)	3.194ab (.572)	2.296*

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

Table 13. The Difference of Wearing Satisfaction of Socks according to Interest for Fashion

Interest for Fashion Wearing Satisfaction	Interest for Fashion			F
	Low(n=50) Mean (SD)	Medium(n=127) Mean (SD)	High(n=123) Mean (SD)	
Wearing Comfort	3.173(.660)ab	3.13(.706)a	3.241(.720)b	3.363*
Hygiene	3.032(.541)	3.058(.552)	3.189(.607)	2.114
Durability	3.106(.747)	3.034(.726)	3.030(.716)	0.312
Design	3.130(.551)a	3.189(.491)a	3.512(.559)b	15.112***

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ , Duncan multiple range test : a<b<c

#### IV. 결론

본 연구는 성인 소비자들의 인구통계학적 특성과 패션에 대한 관심 정도에 따른 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도 차이를 살펴보는 것으로, 연구 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

양말 구매 시 선택기준에 대한 요인분석 결과 3개의 요인이 도출되었으며, 요인명은 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성으로 명명하였다.

인구통계학적 특성에 따른 양말 구매 시 선택기준의 차이 결과 성별, 연령, 직업에 따라서는 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 결혼 유무에 따라서는 디자인 및 코디네이션과 실용성에서 유의한 차이를 보였다. 그리고 월 소득에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 패션에 대한 관심 정도의 차이에 따른 양말 구매 시 선택기준의 차이 결과 디자인 및 코디네이션, 위생 및 착용감 그리고 실용성에서 유의한 차이를 보였다.

성인 남녀를 대상으로 양말 착용에 따른 만족도에 대해 요인분석을 실시한 결과 4개의 요인이 도출되었으며, 요인명은 착용감, 위생성, 내구성 그리고 디자인성이라고 명명하였다.

인구통계학적 특성에 따른 양말 착용의 만족도 차이 결과 성별과 결혼 유무에 따라서는 디자인성에서, 연령에 따라서는 착용감과 디자인성에서 그리고 직업에 따라서는 착용감, 위생성, 디자인성에서 유의한 차이를 보였다. 월 소득에 따른 양말 착용 만족도 결과 유의한 차이는 나타나지 않았다. 패션에 대한 관심 정도에 따라서는 위생성과 내구성에서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 착용감과 디자인성에 유의한 차이를 보였다.

본 연구를 통해 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도에는 성별, 결혼 유무, 연령, 직업과 같은 인구통계학적 특성은 영향을 미쳤으나 월 소득은 영향을 미치지 않음을 알 수 있었다. 또한 패션에 대한 관심의 정도에 따라 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도가 다르다는 것을 파악할 수 있었다. 이러한 결과는 최근 스니커즈 유행으로 신세대들이 양말을 패션의 일부로 활용하고 있으며, 세계적인 주요 브랜드에서도 양말에 포커스를 둔 컬렉션이 대세인 것을 감안할 때 양말제품 기획 시 소비자들의 패션의 관심 정도가 고려되어야 할 것이다(Kim, 2016; Lee, 2017). 이와 같이 패션으로써 뿐 아니라 다양한 기능을 부여한 양말 등 우리 일상생활에서 양말이 차지하는 비중이 점차

커지고 있는 현 상황을 고려할 때 양말시장의 변화가 이루어져야 할 것이다. 이에 성별이나 결혼 유무, 연령, 직업 그리고 패션에 대한 관심 정도에 따라 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도에 차이가 있다는 것을 파악할 수 있었다. 국내 양말에 대한 소비자의 디자인 선호도를 분석한 선행연구 결과(Kim et al., 1999)에서도 양말 구매 시 중요하게 생각하는 인자가 다르게 나타났다는 결과를 고려할 때 양말 제품 기획 차별적 마케팅 전략이 요구됨을 파악할 수 있다. 이에 양말제품 기획 시 20대의 여성을 대상으로 할 경우에는 특히 디자인에 초점을 두고 현재 유행하고 있는 의복이나 슈즈와의 다양한 코디네이션 활용성을 반영하여야 할 것이다. 또한 생산직과 대학생을 대상으로 할 경우에는 위생성 및 착용감을 좀 더 어필할 수 있도록 제품이 기획되어야 할 것이다. 여러 직업 집단 중에서 특히 사무직과 전문직의 경우는 착용성과 위생성의 만족도가 낮게 나타났으나 디자인에 대한 만족도는 높게 나타났다. 이러한 결과를 고려할 때 양말제품 기획 시 특히 사무직과 전문직을 대상으로 할 경우에는 디자인성과 착용감을 동시에 만족시켜 줄 수 있는 양말제품이 개발될 수 있도록 해야 할 것이다. 이제는 양말도 패션센스를 나타내는 중요한 패션 아이템으로 인식되고 있으며 양말 시장에 대한 관심이 더욱 증가하고 있다(Kim, 2016). 뿐만 아니라 기존의 대량생산 체제에서 탈피하여 시장과 소비자들의 변화와 요구에 부응한 세분화 및 차별화가 이뤄져야 하며 이러한 측면에서 이상과 같은 연구 결과는 소비자들의 요구를 반영한 양말제품 개발을 위한 기초 자료로 유용하게 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구의 결과를 중심으로 후속연구로는 라이프 스타일에 따른 양말 선택 기준과 요구 성능의 차이를 분석하고자 하며 이러한 결과를 통해 소비자들의 특성 및 요구에 부합하는 양말 제품 세분화를 위한 데이터를 마련할 수 있을 것이다. 본 연구는 설문지를 도구로 경남, 부산, 울산 지역을 중심으로 편의 표집에 의해 조사되었다. 이에 조사 지역과 대상자의 수에 있어 한계가 있으므로 본 연구 결과를 일반화하기에는 무리가 있음을 밝힌다. 또한 본 연구는 양말 구매 시 선택기준과 착용 만족도에 대한 연구로 본 논문에서 조사하고자 하는 양말의 구체적인 속성이나 종류를 구체적으로 제시하지 않은 점 그리고 집단별로 특히 큰 차이를 보이는 집단의 경우 집단 간 크기를 조절하지 못한 한계점이 있음을 밝힌다.

## References

- Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. *Journal of Marketing Research*, 20(1), 21-28.
- The healthy and fresh world using a pair of socks. (2015, September, 02). *Naeilsinmun in Chunsheon, Hongcheon*. Retrieved from <http://cafe.naver.com/likemywork/1208>
- Cho, N., & Park, S. (2012). A qualitative study on the post-purchase emotion of 'regert' of fashion product consumers. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(2), 1-16.
- Choi, J., & Chang, M. (2010). A study on conspicuous consumption and the purchasing motives, selection criteria, satisfaction of collaborated fashion products. *Journal of the Korean Society*, 34(4), 628-641.
- CoolMax. (2012). Retrieved from [http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1id=10&dirId=100502&docId=152165919&qb=7JaR66eQ7J2YIOusuOygnA==&enc=utf8&section=kin&rank=5&search\\_sort=0&spq=0&pid=TdhKCwpySEKssuM8vldsssssUl-175194&sid=3K4Xgd6Ai1z7zjClhun4hg%3D%3D](http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1id=10&dirId=100502&docId=152165919&qb=7JaR66eQ7J2YIOusuOygnA==&enc=utf8&section=kin&rank=5&search_sort=0&spq=0&pid=TdhKCwpySEKssuM8vldsssssUl-175194&sid=3K4Xgd6Ai1z7zjClhun4hg%3D%3D)
- Doopedia. (2014). Socks. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1124232&cid=40942&categoryId=32094>
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kodolph, S. J. (1990). Toward a model of the in-store purchase decision process : Consumer use of criteria for evaluating women's apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1982). *Consumer behavior*(4th ed.). New York: The Dryden Press.
- FITI Testing & Research Institute. (1987). Methods of selecting socks. *Textile Information*, 41(4), 84-86.
- Hong, B., Lee, E., & Chu, Y. (2010). The effect of environmental values of fashion consumers on purchase satisfaction and repurchase intention of eco-friendly fashion products. *Journal of Korean Society of Clothing Industry*, 12(4), 431-438.
- Hong, K., & Lee, Y. (2010). Clothing selection criteria and the use of fashion information sources based on the perceived age of elderly female consumers in their 60s-70s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile*, 34(2), 200-211.
- Je, E. (2012). Study on the clothing selection criterial and purchasing satisfaction according to the outdoor wear benefit. *Journal of Fashion Business*, 16(4), 1-12.
- Ju, J., & Shim, J., & Kim, H. (2009). A study on consumer satisfaction with socks made of mulberry fiber. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(5), 752-763.
- Kim, C., & Chung, M. (2001). Evaluation of physiological responses and subjective sensation in different sock materials. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(8), 1475-1483.
- Kim, C., & Lee, H., & Park, M. (2000). Physical properties of sports socks material and wear trial test of sports socks during exercise. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(8), 1115-1124.
- Kim, C., Nam, Y., & Kim, H. (1999). Analysis of Korean consumer brand awareness and preferred type of sock design. *Journal of Korean Society for Clothing Industry*, 1(4), 335-341.
- Kim, S. (2006). *A study on women's perception of self for new elderly women and clothing purchasing behavior according to leisure life* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, S. (2016). The Sock's story of men. Retrieved from [http://navercast.naver.com/magazine\\_contents.nhn?rid=1801&contents\\_id=126476](http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=1801&contents_id=126476)
- Korea Customs Service. (2013, November 07). The recent trend in Socks, Tights income. Retrieve form [www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr)
- Korea Trade Committee. (2011). *Hosiery Industry Competition 2011*, pp.117-134.
- Lee, D. (2017, April 5). This spring, if you put on your socks you take off. *The Joong-ang newspaper*

- Co. Retrieved from [http://news.joins.com/article/2144\\_0664](http://news.joins.com/article/2144_0664)
- Lee, H. (2014). A study on purchase satisfaction and repurchase intention according to usage motivation when purchasing fashion products in social commerce. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(4), 596-603.
- Lee, J. (2007). *A study on the development of toes socks for improvement in comfortable sensation* (Unpublished master's thesis). Silla University, Busan, Korea.
- Lee, J., & Kwon, Y. (2011). Diabetics preference in the design factors and performance requirements of diabetic socks. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(5), 527-536.
- Sock design. (2014, February 1). *Monthly design*. Retrieved From [http://navercast.naver.com/magazine\\_contents.nhn?rid=1499&contents\\_id=70209](http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=1499&contents_id=70209)
- Pan, R. & Kim, J. (2014). Socks design development based on design preferences research. *Journal of the Korea of Costume*, 64(4), 76-90.
- Park, E., & Lee, E. (1982). The factorial structure analysis of the criteria on clothing selection. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile*, 6(2), 49-55.
- Park, H. (2016, October 03). Socks, completion of smart fashion are the vogue again. *Apparel News*, Retrieved from [http://www.apparelnews.co.kr/mpnews.php?table=paper\\_news&query=view&uid=82246](http://www.apparelnews.co.kr/mpnews.php?table=paper_news&query=view&uid=82246)
- Park, M., & Kim, C. (1999). A study of sports socks varying knitted fabrics on hygienic and stability properties. *The Research Journal of the Costume Culture*, 7(5), 165-176.
- Park, E., & Pyo, H. (2006). Effects of shopping value on store choice behavior for golf wear. *Journal of Korean Society of Clothing Industry*, 8(5), 545-551.
- Popularity of socks, (2017, May 1). *ChosunBiz*. Retrieved from [http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2016/12/12/2016121200638.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2016/12/12/2016121200638.html)
- Shin, G. (2002). *A case study on the structure analysis and demand forecast of socks industry* (Unpublished master's thesis). Chung-Ang University, Seoul, Korea.
- Socks. (2012). Naver visual dictionary. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1715036&cid=49009&categoryId=49009>
- Korea trade committee. (2011). *Competition analysis hosiery industry 2011*. Korea trade committee
- Yoon, J. (2016, November. 13). Enterprise, socks emerged the center of fashion with sandals. *Choson Biz*. Retrieved from [http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2014/05/22/2014052202881.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/05/22/2014052202881.html)
- Weekly trade. (2016, June. 10). The appearance of startup using socks, new fashion item of American men. *Trade Korea*. Retrieved from <http://weeklytrade.co.kr/news/view.html?section=1&category=136&ite=&no=19604>

---

Received (April 12, 2017)

Revised (May 1, 2017; May 16, 2017)

Accepted (May 17, 2017)