

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동 및 디자인 선호도

한남기¹, 김장현^{2*}

¹케이준 컴퍼니, ²디자인 팩토리

Design Preferences and Purchase Behavior of Casual Outer using Knitted Materials

Nam-Ki Han¹, Jang-Hyeon Kim^{2*}

¹Kayjune Company, ²Design Factory

요약 니트 소재는 활동성이나 기능성이 강조되는 스포츠 웨어 뿐만 아니라 디자인 측면이 강조되는 캐주얼 아우터 제품에서도 폭넓게 활용되고 있는 추세이다. 본 연구는 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 실용화 디자인을 위한 기초 조사로, 니트 소재를 사용한 캐주얼 아우터의 구매행동 및 디자인 선호도를 파악하고자 한다. 본 연구의 결과, 첫째, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동의 결과는 구매 동기는 착용의 편의성, 구매 정보는 인터넷을 활용하였다. 구매 장소는 백화점을 이용하였으며, 장소의 선택 동기는 상품 및 디자인의 다양성을 고려하였다. 선호 구매 가격은 10만원대였으며, 구매 아이템은 카디건이 높게 나타났다. 선택 시 가장 중요하게 생각하는 것은 디자인이었으며, 구매 소재는 울을 선호하는 것으로 나타났다. 브랜드의 선택 동기는 봉제 마감 수준 및 제품의 질을 중요하게 생각하였으며, 브랜드 아이덴티티의 중요 요소로는 클래식 라인 디자인이 가장 높게 나타났다. 불만족 요인으로는 제품의 수명도에 대한 불만을 갖고 있었다. 둘째, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 인구 통계적 특성에 따른 중요도는 연령에서 브랜드와 가격에서 집단 간 차이를 나타냈으며, 학력에서는 유행, 직업에서는 브랜드와 유행에서 집단 간 차이를 보였다. 셋째, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인 선호도에 대해 파악해본 결과, 선호 아이템과 패턴은 카디건과 메리야스 패턴이었으며, 길이와 라인은 튜닉길이와 박스 라인을 선호하는 것으로 나타났다. 여밈과 여밈 장치는 싱글 브레스트 여밈과 단추 여밈 장치를 선호하였다. 칼라디자인은 칼라가 없는 디자인을 선호하였으며, 포켓과 슬리브는 심 포켓과 래글런 슬리브를 선호하는 것으로 나타났다.

Abstract Knitted materials are widely used in sportswear that emphasizes activity or functionality and casual outerwear that emphasizes design. This study aims to understand the purchase behavior and design preference concerning casual outerwear made of knitted materials. First, the purchase behavior indicated that the purchase motive was comfortable wearing, the purchase information was from the Internet, and the purchase place was a department store. The motivation for choosing a purchase place was the variety of products and designs. The preferred purchase price was 100,000 won, and the preferred purchase item was a cardigan. The design was the most important thing considered when selecting a product, and wool was the preferred purchase material. The motivation for choosing the brand was the level of sewing finish and product quality. The classic line design was the most important factor in brand identity, and the most important dissatisfying factor was the product life. Second, the importance by demographic characteristics showed a difference between groups in terms of brand and price. These demographic groups varied in age, the trend in education, and brand and trend in occupation. Third, The design preference included a cardigan, stockinet pattern, tunic length, box line, single-breast, button closure, non-collar, seam pocket, and raglan sleeves.

Keywords : Casual Outer, Knit Material, Purchase Behavior, Design Preferences, Fashion Industry

*Corresponding Author : Jang-Hyeon Kim(Design Factory)

email: jamie8122@naver.com

Received January 20, 2022

Accepted April 1, 2022

Revised February 28, 2022

Published April 30, 2022

1. 서론

현대사회에서 소비자들의 라이프 스타일은 사회·경제적 수준의 향상이나 주 5일제의 근무제의 확산, 스포츠·레저의 대중화 등 질적으로 향상되었으며, 이는 소비자의 의복 소비를 위한 기호에도 영향을 주었다. 즉, 현대의 소비자들은 의류제품을 구매함에 있어 고급성과 전문성, 다양성, 기능성 등 고부가 가치가 함양된 의류 제품에 관심을 가지고, 구매하고자하는 경향으로 나타나고 있다[1]. 이는 소비자들이 의류 제품에 대한 기대 심리가 보다 다양화되고, 세분화되어 가고 있다는 측면을 반증해주는 결과라고 할 수 있으며, 이를 충족시켜줄 수 있는 의류 제품의 소재로 니트 소재가 주목을 받고 있다. 니트는 신축성이나 유연성, 방추성, 성형성, 드레이프성, 창작성 및 보온성이 우수하고, 편안한 착용감이나 구김이 적어 소비자가 보다 쉽게 다룰 수 있다는 다양한 장점을 함양하고 있다[2,3]. 1980년대까지만 해도 니트는 언더웨어에 주로 활용되었으나, 1990년대에 접어들면서 합리적이고 실용적인 측면을 중요시하는 경향이 지속됨에 따라 고급스러우면서도 착용감이 좋은 니트웨어가 대중적인 소재로 각광을 받기 시작하였다[4]. 현재 니트 소재는 활동성이나 기능성, 경량성이 강조되는 스포츠 웨어 뿐만 아니라 디자인 측면이 강조되는 캐주얼 아우터 제품에서도 폭넓게 활용되고 있는 추세이다.

이에 본 연구는 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 실용화 디자인을 위한 기초 조사로, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터를 구매한 경험이 있는 여성 소비자들을 대상으로 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동 및 디자인 선호도를 파악하고자 한다. 이는 현존하는 니트 소재를 활용한 의류 제품의 디자인에 대한 방향성을 제시할 수 있으며, 니트 소재가 적용된 의류 제품의 효과적인 판매 전략을 구축하기 위한 기초자료로 활용될 수 있다는데 의의가 있다고 판단된다.

2. 연구 방법 및 절차

2.1 연구문제

본 연구는 니트 소재를 활용한 캐주얼 아우터의 구매 행동 및 디자인 선호도에 관한 조사 연구로 연구 문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동을 파악한다.

연구문제 2. 인구 통계학적 특성에 따라 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동을 파악한다.

연구문제 3. 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인 선호도에 대해 파악한다.

2.2 측정도구

조사 방법은 단순임의추출법을 활용하였으며, 선정된 응답자가 직접 기재하는 설문지법을 활용하였다. 설문지는 인구 통계학적 특성, 니트 소재를 활용한 캐주얼 아우터의 구매 행동 문항 및 디자인 선호도 문항에 관한 질문으로 구성하였다. 구매 행동은 선행연구[5-9]를 참고하여 11문항(구매 배경, 구매 정보, 구매 장소, 구매 장소 선택 배경, 선호 구매 가격, 구매 아이템, 선택 중요도, 구매 소재, 선호 브랜드 선택 배경, 브랜드 아이덴티티 중요도, 불만족 요인), 디자인 선호도는 선행연구[10-12]를 참고하여 9문항(아이템, 니트 패턴, 길이, 실루엣, 여밈 형태, 여밈 장치, 칼라 디자인, 포켓 디자인, 소매 디자인)으로 본 연구에 적합하도록 설문지를 구성하였다.

2.3 자료수집 및 분석방법

본 연구의 설문조사는 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터를 구매한 경험이 있는 여성 소비자들을 중심으로 구매행동과 디자인 선호도에 대한 설문을 진행하였다. 총 150부의 설문지를 배포하여 불성실한 응답자를 제외한 116부를 통계분석자료로 사용하였다. 자료 분석은 SPSS 19.0를 사용하여, 빈도분석, 평균과 표준편차, 교차분석, 분산 분석을 통해 결과를 산출하였다.

3. 선행연구 고찰

니트 소재가 활용된 의복의 구매 행동 및 디자인 선호도 관련 선행 연구들은 다음과 같다.

Han[13]의 연구에서는 니트 구매 시 직장 여성은 실용성을, 여대생은 심미성을 중요하게 생각하는 것으로 조사되었고, 구매 장소는 대학생 및 직장 여성들은 상설 할인매장과 백화점을 다수 이용하였으며, 니트웨어의 소재와 품질에 대한 만족도는 여대생이 직장여성들에 비해 낮게 나타났다. Hong et al.[6]은 20~30대 여성 소비자들이 대체적으로 니트웨어 구매 후 색상과 품질이나 디자인, 활동성, 착용감 또는 소유 의복과의 조화 등에서 높은 만족도를 갖는 것으로 나타났다. 특히, 다른 의복과

의 스타일링이 용이하다는 측면에서 선호하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 세탁 후 변형이나 올 풀림, 보풀의 발생, 관리나 보관의 어려움에 의해서 불만족하는 것으로 조사되었다. Park and Lee[14]의 연구에서는 연령에 따라 선호 소재나 구매 장소가 다소 차이를 보였지만, 무늬의 경우 무늬가 없는 것을 전 연령대에서 선호하는 것으로 나타났다. 또한, 전 연령대에서 니트웨어를 구매할 시 색상이나 디자인을 가장 주요한 요소로 고려하는 것으로 조사되었다. Kim and Suh[8]의 연구에서는 조사에 참여한 여고생들은 편안함과 활동성, 소유 의복과 스타일링의 용이성 및 개성을 살릴 수 있다는 측면에서 니트웨어를 선호하였으며, 가격을 매우 중요시 생각하는 것으로 조사되었다. 또한, 여고생들 중 자신의 감각을 추구하고자하는 성향이 높을수록 니트웨어가 개성을 나타낼 수 있는 하나의 도구로 활용되는 것으로 나타났다. Choi et al.[4]는 계획구매/사교형, 브랜드 지향형, 유행/충동 소비형 집단들은 니트웨어의 구매 행동에서 유의한 차이가 나타나는 것으로 분석되었는데, 중요한 요소로 디자인을 생각하고 있었으며, 세련되고 여성스러운 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. Kim and Lee[5]의 연구에서는 여대생들은 주로 겨울철에 캐주얼웨어로 니트웨어를 착용하였으며, 편안한 착용감 및 유행에 많은 영향을 받지 않는다는 측면이 니트웨어 소비에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 또한, 구매 결정 시 디자인, 소재, 색상, 다른 의복과의 조화 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 하지만, 세탁 후 사이즈 변화, 올 터짐, 관리의 어려움 등의 요소들이 불만을 갖는 요소로 나타났다.

이상의 선행연구에서와 같이, 니트웨어는 성별이나 연령층에 관계없이 선호하는 아이템으로 착용되고 있음을 파악할 수 있으며, 니트웨어에 대한 세부적인 요구도는 연구의 방향에 따라 각각 상이한 것으로 판단된다. 이에 본 연구에서는 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터를 구매한 경험자 중 여성 소비자를 대상으로 인구 통계학적인 특성에 따라 디자인 선호도 및 구매 행동을 파악해보고자 한다.

4. 분석결과 및 논의

4.1 인구 통계학적 특성

본 연구에 활용한 표본의 인구 통계학적 특성을 분석한 결과는 Table 1과 같다. 연령은 30대(45.7%)가 가장

많았으며, 20대(20.7%), 40대(19.8%), 50대 이상(13.8%)의 순으로 나타났다. 학력은 대졸이상(69.8%), 고졸(15.5%), 대학원 이상(12.9%), 대학교 재학(1.7%)의 순서로 나타났다. 직업은 사무직(42.2%)이 가장 많았으며, 전문직·전문기술직(31%), 서비스·판매직(9.5%)의 분포를 나타냈다. 월평균 의복 구매 비율은 5~10%미만(30.2%), 20~30%미만(27.6%), 10~20%미만(25%)의 순으로 나타났다. 거주지는 서울(36.2%)이 가장 많았으며, 기타(31.0%), 광주(12.9%), 논산시(9.5%), 인천시(5.2%)의 순서로 나타났다.

Table 1. Demographic characteristic

Classification		N(%)
Age	20s~29s	24(20.7)
	30s~39s	53(45.7)
	40s~49s	23(19.8)
	50s~59s	16(13.8)
Academic ability	High school graduate	18(15.5)
	attending university	2(1.7)
	More than university graduate	81(69.8)
	More than graduate school graduate	15(12.9)
Occupation	Housewife	9(7.8)
	Student	2(1.7)
	Clerical work	49(42.2)
	Service work or sales work	11(9.5)
	Manufacturing work or technical work	2(1.7)
	Professional work or tech work	36(31)
	Etc.	7(6)
	The rate of clothing purchase in the monthly average	
Less than 5%	14(12.1)	
Less than 5~10%	35(30.2)	
Less than 10~20%	29(25)	
Less than 20~30%	32(27.6)	
Less than 30~40%	4(3.4)	
More than 40%	2(1.7)	
Residence	Seoul-si	42(36.2)
	Incheon-si	6(5.2)
	Bucheon-si	2(1.7)
	Dejeon-si	1(0.9)
	Kwangju-si	15(12.9)
	Nonsan-si	11(9.5)
	Goyang-si	3(2.6)
	Etc.	36(31)
Total	116(100)	

4.2 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동

4.2.1 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 동기 및 구매 정보

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 동기에 대한 빈도분석 결과(Table 2)는 입고 활동하기 편해서(43.1%)가 가장 많이 나타났으며, 보온성이 우수해서(20.7%), 소장하고 있는 의복과의 조화를 생각해서(12.9%)로 나타났다. 이는 [6,8]의 연구와 유사한 결과를 보였는데, 니트 소재의 활동성이나 보온성, 다른 의복의 아이템과의 스타일링에 대한 용이성의 장점이 중요한 구매 동기가 되었음을 파악할 수 있다. 새로운 유행성(3.4%)이나 자신의 개성을 잘 나타내기 위해(7.8%)의 분석 결과와 대비해 보았을 시, 유행성보다는 제품의 품질을 더 선호한다고 할 수 있다. 구매 정보에 대한 빈도 분석 결과(Table 3)는 인터넷(46.6%)이 가장 많았으며, 매장 내 정보: 디스플레이 및 판매원(37.9%), TV·잡지 등의 대중매체(7.8%)로 나타났다. 이는 인터넷을 통하여 니트 캐주얼 아우터에 대한 정보를 얻는 소비자가 점차 많아지고 있음을 시사해주고 있다. [1,2,6]의 선행 연구에서는 매장 내의 정보 및 대중매체가 높은 빈도를 보였고, 인터넷이 낮은 결과가 나타났는데, 이는 니트 제품에 대한 소비자의 구매 정보의 경로가 변화되고 있음을 유추해볼 수 있다.

Table 2. Purchase reason of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Comfortable to wear and work	50(43.1)
Excellent thermal insulation	24(20.7)
Considering the harmony with other clothes	15(12.9)
To express one's personality	9(7.8)
Impulse purchases due to promotions	7(6)
Considering the youthful image	6(5.2)
To follow new trends	4(3.4)
Easy to wash and care	1(0.9)
Total	116(100)

Table 3. Purchase information of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Internet	54(46.6)
Information in the store(display, sales clerk)	44(37.9)
Mass media(TV, magazine)	9(7.8)
Family, relative, friend, colleague, acquaintance	7(6)
Pamphlet/catalogue	2(1.7)
Total	116(100)

4.2.2 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 장소 및 구매 장소 선택 동기

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 장소에 대

한 빈도 분석 결과(Table 4)는 백화점(29.3%)이 가장 많았으며, 아울렛(24.1%), 편집매장 및 보세매장(21.6%)으로 나타났다. 구매 장소의 선택 동기에 대한 중복응답 빈도분석 결과(Table 5)는 상품 및 디자인이 다양해서(40.1%)가 가장 많았으며, 가격이 저렴해서(21.6%), 교통이 편리해서(13.6%)로 나타났다. 이는 소비자들의 의류 제품에 구매 경향이 점차 다양화되고 세분화되어가고 있다는 것을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 또한, 백화점에 진열하였던 시즌 오프의 다양한 니트 캐주얼 아우터를 진열하는 아울렛의 특성에 비추어볼 시, 소비자들이 상품의 구매에 있어 보다 다양해진 상품의 기대 심리와 경제적인 측면을 함께 고려하고 있다고 볼 수 있다.

Table 4. Purchase place of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Department store	34(29.3)
Outlet	28(24.1)
Select shop & road shop	25(21.6)
flagship store	6(5.2)
Large-scale Discount Store	2(1.7)
Home-shopping	7(6)
Duty Free Shop	1(0.9)
Etc.	13(11.2)
Total	116(100)

Table 5. Selection reason for purchase place of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Various products and designs	65(40.1)
Affordable price	35(21.6)
Convenient transportation	22(13.6)
Sympathetic store display	8(4.9)
Famousness of trademarks and shops	5(3.1)
Payment by installment or credit card is possible	3(1.9)
Good service of salesperson	3(1.9)
Good quality	21(13)
Total	162(100)

4.2.3 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 구매 가격 및 구매 아이템

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 구매 가격에 대한 빈도 분석 결과(Table 6)는 10만원대(42.2%)의 가격이 가장 높게 나타났으며, 20만원대(24.1%), 10만원 미만(19.8%)으로 나타났다. 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 아이템을 파악하기 위해 중복응답 빈

도 분석을 수행한 결과(Table 7)는 카디건(47.1%)을 가장 많이 구매하였으며, 코트(17.0%), 재킷(10.5%)순으로 나타났다. 이는 [1,8]의 선행 연구 결과와 비교해보았을 시, 카디건은 공통적으로 선정되어 다양한 니트웨어 중 선호도가 가장 높은 아이템임을 확인할 수 있었다.

Table 6. Preferred purchase price of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Around 100,000 KRW	49(42.2)
Around 200,000 KRW	28(24.1)
Less than 100,000 KRW	23(19.8)
Around 300,000 KRW	11(9.5)
Around 400,000 KRW	4(3.4)
More than 500,000 KRW	1(0.9)
Total	116(100)

Table 7. Purchase item of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Jacket	16(10.5)
Coat	26(17)
Jumper	15(9.8)
Cardigan	72(47.1)
Vest	12(7.8)
Etc.	12(7.8)
Total	153(100)

4.2.4 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선택 중요도

캐주얼 아우터의 선택에 대한 중요도를 파악해 보기 위해 평균과 표준편차를 활용하여 분석해본 결과(Table 8)는 디자인(M=4.72, SD=0.56)의 평균이 가장 높았으며, 소재(M=4.48, SD=0.69), 품질(M=4.53, SD=0.62) 순으로 나타났다. 이는 다수의 니트 관련 선행 연구에서 많은 소비자들이 디자인을 중요시 여기는 것과 상응하는 결과라고 할 수 있다.

Table 8. Select importance of casual outer using knit material

Classification	Average	Standard deviation
Design	4.72	0.56
Material	4.48	0.69
Brand	2.83	0.97
Trend	3.40	0.91
Price	4.01	0.83
Quality	4.53	0.62
Purchase place	2.61	1.06

4.2.5 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매 소재

니트 소재를 활용한 캐주얼 아우터의 구매 소재에 대한 빈도 분석을 수행한 결과(Table 9), 울 100% 및 혼방 및 특수모(57.8%)를 가장 많이 선호하고 있었으며, 중요하지 않음(19.0%), 합성섬유 100% 및 혼방(10.3%)의 순으로 나타났다. [8]의 선행 연구 결과에서는 보풀의 발생 정도가 약한 캐주얼 이미지의 면제품을 주로 선호하는 것으로 나타났는데, 본 연구 결과에서는 혼방의 소재를 선호하는 것으로 나타나 아우터라는 아이템의 경향이 반영된 결과라 유추해볼 수 있다.

Table 9. Purchase material of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Wool 100% & blended fabric & special wool(cassimere, lama etc.)	67(57.8)
Unimportance	22(19)
Synthetic fiber 100% & blended fabric	12(10.3)
Cotton 100% & blended fabric	9(7.8)
Rayon blended fabric	5(4.3)
Silk 100%	1(0.9)
Total	116(100)

4.2.6 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 브랜드 선택 배경 및 브랜드 아이덴티티 중요도

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 브랜드 선택 배경에 대한 중복응답 빈도분석을 수행한 결과(Table 10), 봉제 마감 수준 및 제품의 질(24.8%)이 가장 높았으며, 디자인(22.4%), 유행하고 있는 제품인지(17.6%)순으로 나타났다. 이는 [2]의 선행 연구에서 심미성이나 상품 특성, 실용성을 중요시 하는 것과 일치한다고 할 수 있다. 브랜드 아이덴티티의 중요도에 대한 빈도 분석을 수행한 결과(Table 11), 클래식 라인 디자인(50.0%)이 가장 중요하다고 응답하였으며, 독창적인 기술력(18.1%), 코어 라인 디자인(17.2%)순으로 나타났다. 이는 [6,8]의 연구 결과에 비추어 보았을 시, 선택의 중요도가 가장 높은 디자인적인 측면에서 클래식하고 무난한 디자인을 선호하는 것과 일치한다고 할 수 있다.

Table 10. Selection reason for preferred brand of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Sewing finish level and product quality	41(24.8)
Design	37(22.4)
Price & Sale condition	35(21.2)

Trending products	29(17.6)
Brand awareness	14(8.5)
Brand promotion	7(4.2)
Integration point presence and affiliate discount	2(1.2)
Total	165(100)

Table 11. Brand identity importance of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Classic line design	58(50)
Originative technique	21(18.1)
Core line design	20(17.2)
Price	11(9.5)
Model image	5(4.3)
Brand nationality	1(0.9)
Total	116(100)

4.2.7 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 불만족 요인

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 불만족 요인에 대한 빈도 분석 결과(Table 12)는 보풀이 많아 제품 수명이 짧아 보인다(52.6%)의 응답이 가장 많았으며, 세탁 및 관리가 불편하다(37.1%)가 그 다음으로 많이 나타났다. 이는 [6,8]의 결과와 같이 다른 소재에 비해 만족도가 떨어지는 것으로 나타났으며, 장기간 활용이 가능하고, 세탁 및 관리가 용이한 니트 소재의 상품 개발이 필요할 것으로 판단된다.

Table 12. Dissatisfaction factor of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Product life seems short(a lot of fluff)	61(52.6)
Inconvenient to wash and maintain	43(37.1)
Stretches well and loses resilience	6(5.2)
Etc.	5(4.3)
Lack of warmth compared to other materials	1(0.9)
Total	116(100)

4.3 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 연령, 직업, 인구 통계학적 특성에 따른 구매 행동

4.3.1 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 연령에 따른 구매 배경과 정보

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 연령에 따른 구매 배경에 대한 교차 분석 결과(Table 13)는 전 연령대 모두 입고 활동하기 편해서라고 응답하였다. 이는 니트 소재가 주는 편안함이나 활동성이 니트 아우터의 소비 향상에 긍정적인 영향을 주는 것으로 파악되었다. 연령

에 따른 구매 정보에 대한 교차 분석 결과(Table 14)는 20대와 30대에서 인터넷 활용비율이 높았으며, 40대와 50대 이상의 경우 매장의 정보에 대한 영향을 많이 받는 것으로 나타났다.

Table 13. Purchase reason of casual outer using knit material based on age

Classification	Age				x2
	20s	30s	40s	more than 50s	
Comfortable to wear and work	13 (54.2)	22 (41.5)	9 (39.1)	6 (37.5)	21.528 df=21
Considering the youthful image	0 (0)	3 (5.7)	2 (8.7)	1 (6.3)	
Easy to wash and care	1 (4.2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
To express one's personality	0 (0)	4 (7.5)	2 (8.7)	3 (18.8)	
Considering the harmony with other clothes	3 (12.5)	7 (13.2)	3 (13)	2 (12.5)	
To follow new trends	3 (12.5)	1 (1.9)	0 (0)	0 (0)	
Excellent thermal insulation	4 (16.7)	11 (20.8)	6 (26.1)	3 (18.8)	
Impulse purchases due to promotions	0 (9.4)	5 (4.3)	1 (6.3)	1 (6)	
Total	24 (100)	53 (100)	23 (100)	16 (100)	

Table 14. Purchase information of casual outer using knit material based on age

Classification	Age				x2
	20s	30s	40s	more than 50s	
Family,relative, friend,colleague, acquaintance	1 (4.2)	2 3.8%	1 4.3%	3 18.8%	22.258* df=12
Pamphlet, catalogue	0 (0)	2 3.8%	0 (0)	0 (0)	
Internet	19 (79.2)	23 (43.4)	9 (39.1)	3 (18.8)	
Mass media	1 (4.2)	4 (7.5)	2 (8.7)	2 (12.5)	
Information in the store	3 (12.5)	22 (41.5)	11 (47.8)	8 (50)	
Total	24 (100)	53 (100)	23 (100)	16 (100)	

4.3.2 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 연령에 따른 구매 장소와 연령에 따른 선호 소재

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 연령에 따른 구매 장소에 대한 교차 분석 결과(Table 15), 20대는 편집 매장 및 보세매장(33.3%), 30대는 백화점(43.4%), 40대는 아울렛(56.6%), 50대 이상은 백화점(43.8%)의 응답

을 보여 연령에 따라 선호하는 구매 장소가 집단 간의 차이를 나타내는 것으로 분석되었다($\chi^2=73.075$, $p<0.001$). 이는 20대에서는 디자인적인 측면을, 40대의 경우, 상품의 다양성과 함께 경제적인 부분까지도 고려한 것이라 할 수 있다.

니트 소재를 활용한 캐주얼 아우터의 연령에 따른 선호 소재에 대한 교차 분석을 수행한 결과(Table 16), 전 연령대 모두 올 100% 및 혼방, 특수모에 대한 선호도가 높게 나타나 집단 간 차이가 없었다.

Table 15. Purchase place of casual outer using knit material based on age

Classification	Age				z2
	20s	30s	40s	more than 50s	
Department store	3 (12.5)	23 (43.4)	1 (4.3)	7 (43.8)	73.075*** df=21
Outlet	1 (4.2)	8 (15.1)	13 (56.5)	6 (37.5)	
Select shop & road shop	8 (33.3)	15 (28.3)	2 (8.7)	0 (0)	
flagship store	0 (0)	2 (3.8)	4 (17.4)	0 (0)	
Large-scale Discount Store	2 (8.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
Home shopping	4 (16.7)	0 (0)	2 (8.7)	1 (6.3)	
Duty Free Shop	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (6.3)	
Etc.	6 (25)	5 (9.4)	1 (4.3)	1 (6.3)	
Total	24 (100)	53 (100)	23 (100)	16 (100)	

***p<0.001

Table 16. Preferred knit material of casual outer using knit material based on age

Classification	Age				z2
	20s	30s	40s	more than 50s	
Cotton 100% & blended fabric	3 (12.5)	4 (7.5)	2 (8.7)	0 (0)	24.944 df=15
Wool 100% & blended fabric & special wool	10 (41.7)	30 (56.6)	15 (65.2)	12 (75)	
Silk 100%	0(0)	0(0)	1(4.3)	0(0)	
Synthetic fiber 100% & blended fabric	5 (20.8)	6 (11.3)	1 (4.3)	0 (0)	
Rayon blended fabric	0 (0)	2 (3.8)	0 (0)	3 (18.8)	
Unimportance	6 (25)	11 (20.8)	4 (17.4)	1 (6.3)	
Total	24 (100)	53 (100)	23 (100)	16 (100)	

4.3.3 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 직업에 따른 구매 정보

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 직업에 따른 구매 정보에 대한 교차 분석 결과(Table 17), 주부는 매장 내 정보(44.4%)의 응답이, 사무직은 인터넷(44.9%)등의 결과를 보여 직업에 따라 구매정보에 차이가 있는 것으로 나타났다($\chi^2=40.489$, $p<0.05$).

Table 17. Purchase information of casual outer using knit material based on Occupation

Classification	Occupation							z2
	Housewife	Student	Clerical work	Service or sales work	Manufacturing or technical work	Professional or tech work	Etc.	
Family, relative, friend, colleague, acquaintance	1 (11.1)	0 (0)	3 (6.1)	3 (27.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	40.489* df=24
Pamphlet, catalogue	1 (11.1)	0 (0)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
Internet	2 (22.2)	2 (100)	22 (44.9)	2 (18.2)	1 (50)	20 (55.6)	5 (71.4)	
Mass media	1 (11.1)	0 (0)	1 (2)	4 (36.4)	0 (0)	3 (8.3)	0 (0)	
Information in the store	4 (44.4)	0 (0)	22 (44.9)	2 (18.2)	1 (50)	13 (36.1)	2 (28.6)	
Total	9 (100)	2 (100)	49 (100)	11 (100)	2 (100)	36 (100)	7 (100)	

*p<0.05

4.3.4 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 인구 통계적 특성에 따른 중요도 차이분석

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 인구 통계적 특성에 따른 중요도의 평균 분석을 위해 분산 분석을 수행한 결과(Table 18), 연령에서는 브랜드와 가격에서 집단 간 차이를 나타냈으며, 학력에서는 유행, 직업에서는 브랜드와 유행에서 집단 간 차이를 보였다.

Table 18. Analysis on the importance differences of casual outer using knit material based on demographic characteristic

Classification	N	Design			Material			
		A	SD	F	A	SD	F	
Age	20~29	24	4.63	0.71	1.740	4.41	0.65	.909
	30~39	53	4.77	0.54		4.43	0.69	
	40~49	23	4.87	0.34		4.69	0.55	
	50~59	16	4.50	0.63		4.43	0.89	

Classification	N	Brand			Trend			
		A	SD	F	A	SD	F	
Academic ability	High school graduate	18	4.44	0.70	2.048	4.22	1.00	1.909
	attending university	2	5.00	0.00		4.00	0.00	
	More than university graduate	81	4.75	0.55		4.50	0.61	
	More than graduate school graduate	15	4.86	0.35		4.73	0.59	
Occupation	Housewife	9	4.66	0.50	1.050	4.66	1.00	1.343
	Student	2	5.00	0.00		4.00	0.00	
	Clerical work	49	4.81	0.48		4.36	0.66	
	SSW	11	4.54	0.68		4.45	0.68	
	MTW	2	4.00	1.41		4.00	1.41	
	PTW	36	4.69	0.57		4.69	0.57	
	Etc.	7	4.71	0.75		4.28	0.75	
Age	20~29	24	2.41b	1.017	3.492*	3.12	0.99	1.039
	30~39	53	2.77b	0.91		3.49	0.82	
	40~49	23	3.26a	0.91		3.52	0.94	
	50~59	16	3.06a	0.99		3.37	1.02	
	High school graduate	18	2.88	1.02		3.44a	0.98	
Academic ability	attending university	2	1.50	0.70	2.415	1.50b	0.70	3.189*
	More than university graduate	81	2.77	0.93		3.41a	0.83	
	More than graduate school graduate	15	3.26	1.03		3.53a	1.06	
	Housewife	9	3.33a	1.41		2.470*	3.33a	
Student	2	1.50c	0.70	1.50b	0.70			
Clerical work	49	2.83ab	0.82	3.36a	0.85			
SSW	11	3.36a	0.92	3.45a	0.52			
MTW	2	1.50	0.70	2.50b	0.70			
PTW	36	2.69ab	1.03	3.66a	0.89			
Etc.	7	2.85ab	0.37	3.14a	0.89			
Age	20~29	24	3.62b	0.82	3.619*	4.41	0.58	1.264
	30~39	53	3.98a	0.84		4.50	0.63	
	40~49	23	4.39a	0.65		4.73	0.54	
	50~59	16	4.12a	0.88		4.43	0.72	
	High school graduate	18	4.11	0.83		4.50	0.51	
Academic ability	attending university	2	2.50	0.70	2.446	4.00	0.00	.735
	More than university graduate	81	4.00	0.85		4.51	0.67	
	More than graduate school graduate	15	4.13	0.63		4.6667	0.48	
	Housewife	9	4.44	0.88		1.969	4.77	
Student	2	0.70	4.00	0.00				
Clerical	49	4.02	1.82	4.46	0.61			

work						
SSW	11	4.18	0.87		4.45	0.82
MTW	2	4.00	0.00		4.50	0.70
PTW	36	3.86	0.79		4.63	0.59
Etc.	7	4.28	0.75		4.28	0.75

*p<.05, **p<.01, a, b is scheffé verification result(a>b).
 A(Average)/SD(standard deviation)/SSW(Service or sales work)/MTW(Manufacturing or technical work)/PTW(Professional or tech work)

4.4 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인 선호도

4.4.1 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 아이템 및 패턴

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 아이템에 대한 빈도 분석 결과(Table 19), 카디건(45.7%)을 가장 많이 선호하고 있었으며, 코트(26.7%), 재킷(14.7%)의 순으로 나타났다. 선호 니트 패턴에 대한 빈도 분석 결과(Table 20)는 메리야스(24.1%)를 가장 많이 선호하고 있었으며, 교차무늬(30.2%), 스트라이프 무늬(11.2%)의 순으로 나타났다.

Table 19. Preference item of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Cardigan	53(45.7)
Coat	31(26.7)
Jacket	17(14.7)
Jumper	10(8.6)
Vest	5(4.3)
Total	116(100)

Table 20. Preference Knit pattern of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Stockine	50(43.1)
Cross pattern	35(30.2)
Stripe pattern	13(11.2)
Perforated lace pattern	5(4.3)
Jacquard pattern	5(4.3)
Lamb's head pattern	8(6.9)
Total	116(100)

4.4.2 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 길이 및 선호 실루엣

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 길이의 빈도 분석 결과(Table 21), 튜닉 길이(33.6%)가 가장 많이 선호되고 있었으며, 무릎 길이(29.3%), 힙길이(20.7%)순으로 나타났다. 선호 실루엣에 대한 빈도 분석 결과

(Table 22)는 박스 라인(38.8%)이 가장 많이 선호되고 있었으며, 스트레이트 라인(34.5%), 코쿰 라인(12.9%)순으로 나타났다.

Table 21. Preferred length of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Tunic length	39(33.6)
Knee length	34(29.3)
Hip length	24(20.7)
Maxi length	11(9.5)
Waist length	5(4.3)
Short length	3(2.6)
Total	116(100)

Table 22. Preferred silhouette of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Box line	45(38.8)
Straight line	40(34.5)
Cocoon line	15(12.9)
A line	10(8.6)
X line	6(5.2)
Total	116(100)

4.4.3 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 여밈 형태 및 여밈 장치

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 여밈 형태에 대한 빈도 분석 결과(Table 23), 오픈형(36.2%)을 가장 많이 선호하였고, 싱글 브레스트(30.0%), 더블브레스트(11.2%)의 순으로 나타났다. 선호 여밈 장치의 빈도 분석 결과(Table 24)는 단추(56.0%)를 가장 많이 선호하였고, 지퍼(29.0%), 끈이나 리본(11.2%)의 순으로 나타났다.

Table 23. Preferred adjust form of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Open type	42(36.2)
Single breast	36(31)
Double breast	13(11.2)
Two Button	12(10.3)
Four Button	9(7.8)
One Button	4(3.4)
Total	116(100)

Table 24. Preferred adjust device of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Button	65(56)
Zipper	22(19)
String or ribbon	13(11.2)
Snap button	10(8.6)
Hook	6(5.2)
Total	116(100)

4.4.4 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 칼라 디자인, 포켓 디자인 및 소매 디자인

니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 선호 칼라 디자인에 대한 빈도 분석 결과(Table 25), 칼라가 없는 디자인(38.8%)이 가장 높게 나타났으며, 테일러드 칼라(30.9%), 솔 칼라(11.2%)순으로 나타났다. 선호 포켓 디자인에 대한 빈도 분석 결과(Table 26), 심 포켓(33.6%)의 선호도가 가장 높게 나타났으며, 패치 포켓(33.8%), 입술 포켓(12.9%)의 순으로 나타났다. 마지막으로 선호 소매 디자인의 빈도 분석 결과 (Table 26)는 래글런 슬리브(33.6%)의 디자인 선호도가 가장 높게 나타났으며, 셋인 슬리브(30.2%), 돌먼 슬리브(19.0%)의 순으로 나타났다.

Table 25. Preferred collar design of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Non-collar	45(38.8)
Tailored collar	37(31.9)
Shawl collar	13(11.2)
Lapel collar	11(9.5)
Stand collar	8(6.9)
Cascade collar	2(1.7)
Total	116(100)

Table 26. Preferred pocket design of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Seam pocket	39(33.6)
Patch pocket	38(32.8)
Lip pocket	15(12.9)
Flap pocket	13(11.2)
Patch pocket with flap	8(6.9)
Welt pocket	3(2.6)
Total	116(100)

Table 27. Preferred sleeve design of casual outer using knit material

Classification	N(%)
Raglan sleeve	39(33.6)

Set-in sleeve	35(30.2)
Dolman sleeve	22(19)
Kimono sleeve	20(17.2)
Total	116(100)

이상에서 살펴본 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인 선호도를 종합적인 관점에서 시각적인 그래프로 도표화하면 Fig. 1과 같다.

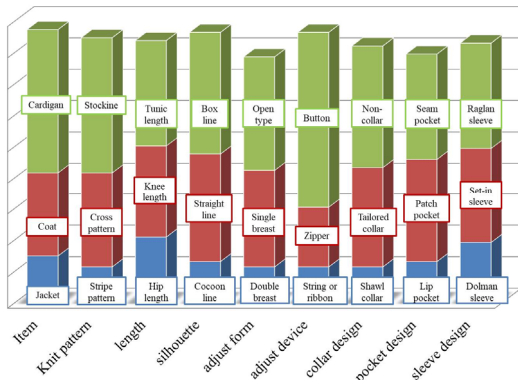


Fig. 1. Design preference of casual outer using knit material

5. 결론

본 연구는 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인을 위한 기초 조사로, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터를 구매한 경험자 중 여성 소비자를 대상으로 구매행동 및 디자인 선호도를 파악하고자 한다. 본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동을 조사해본 결과, 구매 동기는 착용의 편의성과 보온성, 스타일의 용이성으로 조사되었으며, 구매 정보의 경우, 인터넷이나 매장 내의 디스플레이 및 판매원 등을 통하여 정보를 얻는 것으로 조사되었다. 구매 장소는 주로 백화점이나 아울렛을 통하여 구매하는 것으로 나타났으며, 장소의 선택 시, 상품 및 디자인의 다양성, 저렴한 가격을 가장 많이 고려하는 것으로 분석되었다. 선호 구매 가격의 경우, 10만원대가 가장 적절한 가격으로 조사되었으며, 구매 아이템의 경우, 카디건을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다. 니트 소재를 활용한 캐주얼 아우터의 선택 시, 가장 중요하게 생각하는 것으로 디자인이 가장 높게 나타났으며, 구매 소재는 주로 울 100% 및 혼방 또는 특수모를 가장 많이 선호하고 있었다. 선호 브랜드의 선

택 배경으로 봉제 마감 수준 및 제품의 질이나 디자인 및 유행의 반영을 고려하는 것으로 조사되었다. 니트 소재로 제작된 캐주얼 아우터의 브랜드 아이덴티티의 중요 요소로 클래식 라인 디자인을 고려하는 것으로 나타났으며, 독창적인 기술력이나 코어 라인 디자인 또한 살펴보는 것으로 나타났다. 불만족 요인으로는 소재 특성상 제품의 수명도에 대한 불만이 높게 나타났으며, 세탁 및 관리의 불편함 또한 부정적인 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

둘째, 연령, 직업, 인구 통계학적 특성에 따라 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 구매행동을 조사해본 결과, 연령에 따른 구매 배경으로 전 연령대 모두 착용의 편의성과 활동성을 가장 큰 이유로 응답하였다. 연령에 따른 구매 정보의 경우, 20대, 30대는 인터넷을 이용하여 관련 정보를 얻는 반면 40대, 50대 이상은 매장 내 디스플레이나 판매원이 제공하는 정보를 활용하여 구매 정보를 획득하는 것으로 분석되었다. 연령에 따른 구매 장소는 20대는 편집 매장 및 보세매장을 주로 이용하였으며, 30대는 백화점, 40대는 아울렛, 50대 이상은 백화점의 응답을 보여 연령에 따라 선호하는 구매 장소가 차이가 있었다. 연령에 따른 선호 소재의 경우, 전 연령대 모두 울 100% 및 혼방, 특수모에 대한 선호도가 높게 나타나 연령간의 차이가 없었으며, 직업에 따른 구매 정보의 경우, 주부는 매장에서 정보를 주로 이용하였고, 사무직은 인터넷이 높게 나타나 직업에 따라 구매정보에 대한 차이가 있는 것으로 나타났다. 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 인구 통계적 특성에 따른 중요도를 파악해본 결과, 연령에서는 브랜드와 가격에서 집단 간 차이를 나타냈으며, 학력에서는 유행, 직업에서는 브랜드와 유행에서 집단 간 차이를 보였다.

셋째, 니트 소재가 적용된 캐주얼 아우터의 디자인 선호도에 대해 파악해본 결과, 선호 아이템으로 카디건을 가장 많이 선호하고 있었으며, 패턴의 경우, 교차무늬나 메리야스를 가장 많이 선호하는 것으로 조사되었다. 길이의 경우, 튜닉 길이를 가장 많이 선호하고 있었으며, 실루엣은 박스 라인이나 스트레이트 라인을 선호하고 있음을 고려해 볼 시, 신체에 여유 있는 무릎 정도 길이를 선호하는 것으로 나타났다. 여밈 형태로는 오픈형이나 싱글 브레스트를 가장 많이 선호하였으며, 선호 여밈 장치는 단추를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다. 칼라 디자인으로는 칼라가 없는 디자인의 선호도가 가장 높게 나타났으며, 선호 포켓 디자인은 심 포켓과 패치 포켓을, 선호 소매의 경우, 래글런 슬리브나 셋인 슬리브를 주로 선호하는 것으로 나타났다.

References

- [1] J. Choi, H. Park, "Investigation of men`s innerwear purchasing behavior and preference-For men aged between 20`s and 60`s-", *Family and Environment Research*, Vol.43, No.6, pp.133-144, 2005.
- [2] O. Lee, K. Kim, M. Choi, "A study on knit wear buying behavior according to shopping orientations", *The Research Journal of the Costume Culture*, Vol.10, No.4, pp.364-376, 2002.
- [3] A. Park, I. Choi, "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*, Vol.10, No.2, pp.97-115, 2012.
- [4] S. Choi, J. Hwang, Y. Kim, "Purchase behavior of knit wear based on lifestyle segments", *Fashion & Textile Research Journal*, Vol.11, No.1, pp.48-56, 2009.
- [5] J. Kim, S. Lee, "A study on knitwear preferences and buying behaviors of female college students", *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, Vol.14, No.2, pp.19-26, 2016.
- [6] B. Hong, E. Lee, K. Kim, "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*, Vol.26, No.7, pp.1055-1065, 2002.
- [7] O. Lee, K. Kim, "Benefits segmentation and knitwear purchasing behavior", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.27, No.6, pp. 601-611, 2003.
- [8] S. Kim, M. Suh, "Analysis on the knitwear purchase behavior and the sensation seeking tendency of high school girls", *The Research Journal of the Costume Culture*, Vol.18, No.2, pp.304-321, 2010.
DOI: <https://doi.org/10.29049/rjcc.2010.18.2.304>
- [9] A. Park, "Research on the status of the knitting industry and the preference and consumer spending on knitwear", Ph.D dissertation, Sungshin Women`s University, Seoul, Korea, pp.1-84, 2011.
- [10] M. Namkoong, "A study on the senior fashion market and the preference of the senior women", Ph.D dissertation, Seoul Women`s University, Seoul, Korea, pp.1-168, 2008.
- [11] I. Lee, "A study on development of knitwear for silver generation: Focusing on circular knit", Ph.D dissertation, Daegu Catholic University, Daegu, Korea, pp.1-97, 2009.
- [12] H. Lee, "A study of outdoor jacket design applying characteristics of digital environment", Ph.D dissertation, Chung-Ang University, Seoul, Korea, pp.1-266, 2013.
- [13] S. Han, "A study on the buyers` decision making characteristics for revitalization of knit industry", Ph.D dissertation, Seoul Women`s University, Seoul, Korea, pp.1-143, 2000.
- [14] S. Park, Y. Lee, "A study of purchase behavior and wearing sensation of F/W season knit wear", *Korean Journal of Human Ecology*, Vol.18, No.2, pp.431-439, 2009.

한 남 기(Nam-Ki Han)

[정회원]



- 2011년 2월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학박사)
- 2016년 1월 ~ 2018년 11월 : 한국이류지능화연구소 연구지원본부 책임연구원
- 2022년 2월 ~ 현재 : 케이준 컴퍼니 기업부설연구 소장

<관심분야>

패션디자인, 서비스디자인, 기능성소재, 융합콘텐츠

김 장 현(Jang-Hyeon Kim)

[정회원]



- 2010년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학석사)
- 2015년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 패션디자인학과 (패션예술학박사)
- 2019년 8월 ~ 현재 : 디자인 팩토리 대표

<관심분야>

패션디자인, 스포츠패션디자인, 디지털패션디자인