

등산복의 착용쾌적감에 대한 인식, 기대수준 및 만족도[†]

Consumer perception, expectation and satisfaction levels of wear comfort of hiking gear

유화숙*

울산대학교 의류학전공

Yoo Hwasook *

Department of Clothing & Textiles, University of Ulsan

Abstract

The purpose of this study was to examine the consumers' image and factors of wear comfort, expectation and satisfaction levels of wear comfort of hiking gear in order to investigate the consumer perception of wear comfort of hiking gear. The questionnaires were distributed to 400 people in their 40s and 50s and, 260 of which were used to data analysis. The questionnaires were comprised of questions about the image, factors, expectation and satisfaction levels of wear comfort of hiking gear, and demographic characteristics. Data were analyzed by frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, ANOVA, Duncan test, T-test with SPSS 19.0 IBM for Windows. In demographic characteristics, 43.5% of respondents were male and people under 45 years of age were at 17.7%, those between 46 and 50 with 46.5%, those between 51 and 55 with 28.9%, those between 56 and 60 with 6.9%. The results of this study are as follows. Responses of male and female consumers to image of wear comfort were similar and ten or more mentioned responses by men were well-being and freedom from pain, stretchability, light weight, absorption of sweat, softness. Wear comfort of hiking gear was shown to include mobility/pressure factors, moisture factor, psychological factor, tactile/ keeping body temperature factors. It was shown that the expectation and satisfaction levels of wear comfort of hiking gear were relatively high and were not influenced by consumer's sex and age, but were affected by the objective of mountaineering.

Keywords: wear comfort, hiking gear, consumers' image, factors of wear comfort, expectation and satisfaction levels

I. 서 론

의복에서의 착용쾌적감은 매우 중요하다. 인체는 일정 체온을 유지해야 하며 인체로부터의 열과 수분이 외부로 원활하게 배출되어 온도 $32\pm 1^{\circ}\text{C}$, 습도 $50\pm 10\%RH$, 기류 $50\pm 15\text{cm/sec}$ 의 조건을 가질 때 쾌

적한 착용감을 갖는다(Kim *et al.*, 2008). 이와 같은 의복 내 미세기후조건에서 벗어나게 되면 인체는 불쾌감을 느끼게 되므로 미세기후가 일정 조건을 갖는 것이 중요한데, 이는 인체, 환경, 의복 등의 영향을 받는다. 이 중 환경과 인체의 체내 반응은 변화시킬 수 없고 인체의 움직임이나 의복을 통한 조절이 가능하

[†] 이 논문은 2012년 울산대학교 연구비에 의하여 연구되었음.

* Corresponding Author: Yoo Hwasook

Tel: +82-52-259-2735

E-mail: uhwas@ulsan.ac.kr

다. 일례로 환경 온이 낮은 경우 인체가 운동을 한다거나 두꺼운 의복을 입어 체온을 조절하고, 환경 온이 높은 경우에는 가능한 움직임 줄이거나 얇은 의복을 입는다. 따라서 의복 착용 시 실외활동이 증가되거나 인체 활동량이 많을 경우에는 의복을 통해서만 착용쾌적감을 조절하게 되므로 이때 의복의 착용쾌적감은 중요하며, 그와 같은 이유에서 등산복에서의 착용쾌적감은 매우 중요하다.

착용쾌적감은 의복 착용 시의 쾌적감을 의미하고 지금까지 의류환경학 분야에서는 착용 쾌적감과 쾌적감을 혼용하고 있으며 때로는 착용감이라고 하여 표현하기도 한다. 착용감은 몸에 어떤 것을 걸치거나 부착 시에 받는 느낌을 의미하고 의류 학에서는 ‘어떤 것’을 의복으로 보고 의복이라는 용어를 생략한 채 착용감이라고 표현한다. 따라서 착용쾌적감은 의복 착용 시 느끼는 여러 느낌 중에 인체와 환경 간에 생리적, 정신적, 물리적으로 조화가 일어난 상태에서 느끼는 기분 좋음을 의미하게 되므로(Slater, 1985) 착용쾌적감은 착용감의 부분집합으로 생각된다.

등산복은 착용자의 착용쾌적감 증진을 목적으로 발전해왔으며 이를 위해 많은 기능성 소재들이 개발되었다. 기능성 소재의 개발은 등산복의 품질을 크게 증가시켰으며 이로 인해 착용쾌적감도 향상되었고 등산복의 활용범위도 확장되어 등산 시 뿐만 아니라 일상복으로 까지 착용하게 되었다. 최근에 아웃도어 및 스포츠 활동에 대한 붐은 등산복시장의 규모를 더욱 확장시켰으며 그로 인해 의류시장에서 등산복이 차지하고 있는 비중 및 중요도는 크게 성장하였다. 이는 매출신장율에서도 나타나 최근 몇 년간 아웃도어 의류의 매출 신장률은 두 자릿수를 나타낼 만큼 급상승 중이므로 브랜드 내에 아웃도어 또는 등산복 브랜드가 없던 업체까지 새로운 브랜드를 런칭하고 있는 실정이다(Kim, 2013).

이처럼 등산복시장이 커지면서 경쟁이 치열해져 각 업체들은 앞 다퉈 새로운 기능성소재의 개발 및 적용을 통해 착용쾌적감을 증가시키기 위해 노력하였다. 그 결과 새로운 기능들을 가진 신소재들이 시장에 출현하였고 이러한 다양한 소재의 등장에는 모두 환영하는 분위기였으나, 계속되는 기능성 소재의 출현이 새 소재라기보다 비슷한 기능을 갖는 이름만 다른 소재들인 경우가 많아지면서 새로운 소재등장이 착용자의 착용쾌적감 상승을 가져오는 것

은 아니라는 것을 소비자들이 알게 되었고 소재 개발에 사용된 비용이 결국에는 제품가격을 상승시킨다고 보고 새로운 소재의 등장을 이전만큼 반기지 않는 분위기이다. 따라서 최근의 소비자들은 등산복의 착용쾌적감은 매우 향상되었으므로 새로운 소재보다 적정 가격을 갖는 등산복의 등장을 더 원하는 것으로 보인다.

이전의 제품 개발방향은 의복의 최종용도에 따른 요구기능을 파악하여 제조자들이 제품을 기획, 개발해서 시장에 내놓는 것이 일반적이었으나 최근에는 소비자들이 다양한 채널을 통해 제품에 대한 지식을 얻고 제품에 대한 의견을 교환하면서 제조자에게 새로운 제품 개발 방향을 제시한다거나 문제점을 지적하는 시대에 와 있다. 특히 기능성 소재의 등산복 착용 시 착용쾌적감 증진을 소비자들이 경험하였고 차별화된 제품을 보기 어려운 시장 상황에서 등산복 시장의 활황을 계속 유지하기 위해서는 지금까지의 제품개발 방향을 점검하고 현재 등산복 착용자들이 등산복의 착용쾌적감에 대해 어떻게 생각하고 무엇을 원하는지를 파악해 볼 필요가 있다. 그러기 위해서는 먼저 실제 소비자들이 원하고 생각하는 착용쾌적감은 무엇이고 이에 대한 기대수준과 만족도를 알아야 한다.

따라서 본 연구에서는 등산복 착용자인 소비자들의 착용쾌적감에 대한 인식을 알아보려 한다. 이를 위해 먼저 착용쾌적감에 대해 어떻게 생각하고 어떤 단어가 연상되는지를 통해 착용쾌적감에 대한 소비자들의 이미지를 알아보고 착용쾌적감의 구성요인이 무엇인지 알아보며 구성요인 중 중요한 요인을 확인해본다. 또한 현재 등산복의 착용쾌적감에 대한 만족도와 기대수준을 알아보고 이에 영향 미치는 요인을 파악하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 등산과 등산복

최근 한국사회 특징 중의 하나는 고령화 사회로의 빠른 진입을 들 수 있다. 이러한 사회적인 특성은 한국인의 생활에 큰 영향을 미쳐, 젊고 건강함에 대한 바람이 개인적인 바람이 되기도 하지만 젊고 건강한

삶을 살아야만 하는 것이 사회적인 요구가 되었다. 이러한 상황에서 개인은 젊고 건강함을 유지하기 위한 노력들을 하게 되는데, 그 노력중의 하나가 운동이고 운동 중에서도 특별한 기구나 기술이 필요 없고 큰 비용도 들지 않는 등산은 누구나 손쉽게 시작할 수 있어 등산인구가 폭발적으로 증가하고 있다.

2009년 한국리서치 조사결과에 따르면(Ko, 2009) 두 달에 한 번 이상 산에 가는 사람은 1886만 명이고 한 달에 한 번 이상 산에 가는 사람은 1560만 명으로 나타났다. 한국리서치는 등산인구를 '두 달에 한 번 이상 산에 가는 사람'으로 정의했다. 한국리서치는 거의 매일 등산하는 인구가 국민의 2%인 86만 명, 일주일에 두 번 이상 303만 명, 일주일에 한 번 이상은 401만 명, 한 달에 1-2번이 770만 명으로 나타나 누적 등산인구는 1560만 명으로 조사되었다고 하면서 국민의 44%에 해당하는 숫자라고 하였다. 영국 등산 협회는 등산을 네 가지로 나누는데, 산을 오르는 목적보다 야외회성격이 강하면 산책, 산을 오르지만 정상을 고집하지 않고 자유롭게 즐기는 경우는 산행, 정상 정복을 목적으로 하고 어느 정도 등산이라는 개념을 가지고 산행하는 경우는 등산, 암벽, 빙벽, 해외 원정 등 전문적인 등산형태의 산행은 등반이라고 하였다. 우리나라 대부분의 등산인구는 산책이나 산행의 성격을 띠다고 보이지만 최근에는 등산과 등반도 크게 증가하고 있다. 또한, 등산인구의 남녀비율은 54%와 46%로 남성이 약간 많으며 연령별 비중은 18-29세가 13%, 30대가 19%, 40대가 29%, 50대가 23%, 60대가 17%로 나타났다고 하였다.

등산인구의 증가는 등산복에 대한 수요 증가를 가져왔고 이로 인해 등산복으로 대표되는 아웃도어 브랜드의 매출신장률은 매우 높다. 2011년 매출액을 보면 노스페이스가 6150억 원으로 아웃도어 시장에서의 1위를 차지하였고 뒤를 이어 코오롱스포츠가 5200억 원으로 2위를 차지하였으며 K2가 4100억 원으로 3위, 블랙야크는 3500억 원의 매출로 4위를 나타내었다. 매출액으로만 보아도 아웃도어 시장의 규모가 매우 큰 것을 알 수 있으며 이들의 성장률을 보면 매출액 순위대로 13.8%, 19.2%, 24.4%, 28.6%로 나타나 두 자릿수대의 높은 성장률을 나타내고 있어 대단히 빠르게 아웃도어 시장이 확대되고 있음을 알 수 있다(Rho & Park, 2012). SBS CNBC(2013)에 따르면 2009년부터 본격적으로 늘어나기 시작해 매년 30% 가량 성장해 온 국내의 아웃도어시장은 세계에서

유례가 찾아볼 수 없을 정도의 높은 신장률을 보이고 있는 것이며, 아웃도어 시장의 규모가 최근 6년간 4.8배 성장했다고 한다. 2000년대 중반 이후 급성장을 거듭해 2012년에는 5조 8천억 원의 규모로 커졌는데 올 초 삼성패션연구소는 2013년 국내 아웃도어 시장이 6조 4000억 원에 달할 것으로 전망하고 있다.

점차 시장이 커지면서 아웃도어 브랜드간의 경쟁도 심화되고 있다. 이러한 치열한 경쟁은 기업의 신제품 개발 및 이미 홍보로 이어지는 마케팅 활동의 강화를 가져온다. 특히 등산복의 경우 기능성이 최우선으로 여겨져 경쟁적으로 등산복업체들은 새로운 기능성소재를 개발하고 이를 적용한다.

등산복은 등산 시에 인체움직임을 방해하지 않으면서 인체로부터 발생하는 열과 땀의 원활한 배출이 무엇보다 요구되어 우수한 보온성 및 땀 배출에 의한 체온조절능력과 뛰어난 신축성을 이용한 운동기능성이 중요하다. 또한 외부환경에 대한 대응력을 갖추기 위해 방수성과 발수성이 요구된다. 체온조절 능력을 위해 등산복에 사용되는 소재로는 보온성, 축열 발열성 소재 등이 사용되고 땀 배출과 흡수 및 땀에 의한 불쾌감을 줄이기 위한 흡수 속건 소재 또는 투습 방수소재가 사용되며 운동기능성을 위해 신축성 소재 등이 사용되고 있다. 이러한 기능들을 갖는 소재들 중에 대표적인 것들을 든다면, 체온조절 능력을 위해 사용되는 보온성소재로는 효성의 폴리에스터를 개질한 에어로웬과 나일론을 개질한 마이판에어가 있으며 코오롱의 파이로클이 있다. 축열 보온 소재로는 상변화물질을 사용한 아웃라스트가 대표적이다. 투습방수소재로는 고어텍스가 대표적이며 이를 더욱 발전시켜 방수와 방풍이 되면서 투습이 되는 윈드스토퍼가 최근에는 많이 사용되고 있다. 흡수 속건 소재는 듀폰에서 나온 쿨맥스가 대표적이며 국내에서도 효성에서 나온 에어로쿨, 코오롱의 쿨론과 아쿠아로드등이 있다. 신축성소재로는 듀폰의 라이크라를 위시하여 스위스 셀라텍스타일사의 셀라, 효성의 제나두 등이 있다. 최근에 들어서는 기능성소재들이 한 가지 기능을 갖는 것이 아니라 여러 기능을 같이 가지는 복합다기능을 특징으로 한다. 예로 에어로웬, 마이판에어와 파이로클은 보온성 소재이지만 에어로웬은 흡수 속건 기능을 가지며 마이판에어와 파이로클은 경량성을 자랑한다.

2. 착용쾌적감과 등산복

인간은 언제나 환경 그리고 정신적 압박으로부터 해방되고 평안을 찾으려는 욕구가 있어 인간의 감성 및 욕구와 관련된 삶의 중심에는 쾌적성이 자리하고 있다. 따라서 인간 역사는 쾌적성을 얻기 위한 과정들의 연속이라고 해도 과언이 아니다. 다양한 접근방식을 통해 쾌적성을 정의하고 이해하고자 하는 노력들이 있어 왔다.

쾌적성의 의미와 이를 구성하는 요소에 대해 Hatch(1993)는 쾌적성을 생리적, 심리적 두 측면에서 접근하고 열적-생리적 쾌적성, 감각적 쾌적성, 신체 운동적 쾌적성, 미적 외관이 쾌적성을 구성하고 있다고 하였으며, Tarafder와 Chatterjee(1994)는 심리적, 생리적, 물리적 변수들을 포괄하는 주관적 특질이라고 하였다. 또한 Fris(1997)는 의복의 쾌적성은 의복과 환경 간에 열교환시 열적 균형이 발생하면 얻을 수 있고 특히 피부에서 환경으로 열과 수분을 전달하는 의복의 능력으로부터 발생한다고 하였으며 Li(2001)는 시각적, 열적, 촉각적 감각, 심리적 과정, 인체와 의복 간의 상호작용, 외부환경의 영향 등에 대한 주관적 지각에 따라 쾌적성은 달라진다고 하였다.

위에 제시된 내용들의 공통점은 첫째, 쾌적성은 다양한 감각의 주관적 지각과 관련되며, 둘째, 시각, 온열감, 고통, 촉각과 같은 인간 감각의 여러 측면을 포함하고 셋째, 주관적 지각은 모든 감각적 지각이 과거 경험과 현재의 요구를 바탕으로 중요도를 정하고 서로 결합하며 평가되는 심리적 과정을 포함한다는 것이다. 넷째, 인체-의복 상호작용이 쾌적성 결정시 주요한 역할을 하고 다섯째, 물리적, 사회적, 문화적 외부환경이 쾌적성에 큰 영향을 미친다는 점이다.

이러한 요소들로 인해 쾌적성은 중요하고 다차원적이며 복잡해지지만 바로 이러한 특성 때문에 쾌적성에 대한 연구가 지속적으로 이루어지고 있다. 초기 쾌적성 연구들은 시험 장치를 사용하여 섬유, 직물, 의복의 특성이 쾌적성에 미치는 영향에 대한 객관적 평가 연구가 주를 이루었다. 이후 착용실험을 통해 주관적 착용감과 생리현상에 대한 연구가 이루어졌으나 최근에는 의복 착용 시 의복과 외부환경으로부터 보내오는 자극을 착용자가 지각하여 쾌적하다거나 불쾌하다고 지각하는 것으로 보고 쾌적성을 특히 착용 쾌적성이라 표현하면서 착용실험을 통해 주관

적 착용감을 측정하고 의복에 사용된 직물의 물리적 특성을 측정하여 이들 간의 관련성을 파악한 연구들(Jung & Hong, 2003; Hollies, 1984; Hollies *et al.*, 1970; Kim & Cho, 1996; Kweon & Choi, 2002; Kwon *et al.*, 2007; Li, 1998; Shim & McCullough, 2008)이 주를 이루고 있다.

쾌적성은 모든 의복에서 중요하지만 특히 외부 환경으로부터 착용자를 보호해야 하는 상황에 입는 의복이나, 인체에 과도한 열, 수분이 발생한다거나 운동을 하게 되는 상황에 입는 의복의 경우에 특히 중요하다. 일상생활에서 이러한 두 조건이 모두 적용되는 의복중의 하나가 등산복이다. 따라서 등산복에서의 쾌적성 연구가 반드시 필요한데, 지금까지 등산복 관련 쾌적성 연구는 등산복 직물에 사용되는 소재의 열, 수분 전달특성에 관한 것이 대부분이었다.

등산복과 관련된 쾌적성에 관한 선행연구로는 등산복의 착용쾌적감을 평가한 Lee와 Yoon(2001), 피부 젖음성을 평가하여 착용쾌적성을 평가한 Jeong과 Kim (2009), 등산복 외의의 투습성을 연구한 Park (2000), 등산용 셔츠 직물의 수분전달특성, 표면 온도 감, 주관적 수분 감을 평가한 Jeon *et al.*(2010)의 연구가 있다. 그러나 이들 연구들은 모두 주관적 착용감과 직물의 물리적 특성간의 관계를 고찰하고 있다. 이와 같이 선행 연구들은 등산복을 사용하여 일정 조건으로 환경조건을 통제된 상태에서의 주관적 착용 실험, 또는 기계나 장비를 사용하여 소재의 열 수분 전달 특성 및 촉각적 특성을 평가하거나 이들 간의 관계를 고찰한 연구들이 대부분이다.

등산복에 처리되는 많은 가공과 부여 되는 기능들은 최종적으로 착용자에게 쾌적한 착용감을 주기 위한 것인데 실제 이를 사용하는 소비자들이 등산복 착용 시 쾌적감을 어떻게 지각하고 있는지, 착용 시 쾌적감을 구성하는 요인들은 무엇인지, 이 요인 중 가장 중요한 것은 무엇인지 등을 규명하는 것은 제조업자나 소비자에게 모두 필요한 사항임에도 불구하고 그와 같은 연구를 실시한 것은 전무하다. 단지 최근에 등산복에 대한 기능성 인지 및 착용만족도에 관한 연구(Kweon *et al.*, 2011; Lee *et al.*, 2009)와 등산복의 구매 및 만족도에 관한 연구(Kim & Na, 2008)들이 이루어졌다. 기능성 인지 및 착용만족도 연구에서는 연구자들이 열 수분 전달과 촉각특성을 선정하여 응답자들에게 5점 척도로 이에 대한 인지정도와 만족도

를 평가하게 하였으며, 구매 및 만족도에 관한 Kim과 Na(2008)의 연구에서는 실버소비자를 대상으로 가격, 품질 착용감, 색상/디자인, 사이즈에 대해 뉴 실버 소비자(55~64세)와 실버소비자(65세 이상)간의 구매만족도 차이를 살펴보았다. 그 결과, 가격에서만 뉴 실버 집단의 만족도가 높았고 다른 요인 간에는 차이가 없다고 하였다. 따라서 등산복의 착용쾌적감에 대해 소비자들이 어떻게 인식하고 있고 그들의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도는 어떠한지 등 착용쾌적감에 대한 종합적인 조사가 필요하다.

지금까지 기능성 소재 개발은 인체의 물리적, 생리적 측면에 초점을 맞추어 열수분 전달 특성, 촉감관련 특성, 신축성 향상을 목적으로 제품 개발이 실시되어 등산복의 착용쾌적성을 크게 증가시켰다. 그러나 이와 같이 우수한 기능성은 때때로 등산복 착용 시에 필요한 기능의 범위를 훨씬 넘어 등산 조건에 맞지 않을 정도의 과도한 기능성을 갖는 경우도 있다. 이는 제조업자에게도 소비자에게도 바람직하지 않다.

현재 산업 경제 속 주체는 소비자이고 모든 제품은 소비자중심으로 생산 제조되고 있으므로 등산복이 아웃도어 룩으로까지 발전되는 이 시점에서 지금까지 열 수분전달 특성, 촉감, 신축성 등의 개발방향이 맞는 것인지 앞으로 도 그러한 방향을 갖고 가야하는지 확인해 볼 필요가 있을 것으로 생각되며 등산복에서 중요하게 생각하는 착용쾌적감을 실제 소비자들이 어떻게 지각하는지를 알아보고 착용쾌적감의 구성요소들이 무엇인지를 밝히는 것은 소비자나 제조자에게 모두 필요할 것이다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

본 연구의 목적을 달성하기 위해 설정된 연구문제는 다음과 같다.

1. 착용쾌적감하면 떠오르는 생각이나 단어 등을 조사하여 착용쾌적감에 대한 소비자들의 이미지를 알아본다.
2. 착용쾌적감의 구성요인이 무엇인지 알아보고 각 요인별 평균 점수 비교를 통해 가장 중요한 특성은 무엇인지 파악해본다.
3. 등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도를 알아보고, 이 기대수준과 만족도가 성별, 나이, 등산 목적에 의해 영향을 받는지를 알아본다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 등산복 착용 시 느끼는 착용쾌적감을 평가하기 위한 것으로 등산을 가장 많이 하는 4, 50대 성인을 주 대상으로 하여 설문조사를 하였다. 설문조사는 2013년 3월 4-24일에 걸쳐 실시되었으며 총 400부의 설문지 중 응답 누락 및 불성실한 설문지를 포함하여 산에 다녀온 지 1달 이 넘은 경우와 1년에 2-3번 이하로 산에 다니는 경우의 응답자를 제외하여 산에 다녀온 지 한 달 이내이면서 적어도 2-3개월에 한번은 산에 다니는 응답자를 대상으로 총 260부를 연구 분석에 사용하였다.

조사대상자들의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Demographic characteristics

Variable		n(%)	Variable		n(%)
Gender	Male	113(43.5%)	Place of living	Ulsan	134(51.5%)
	Female	147(56.5%)		Seoul	91(35.0%)
Age	≤ 45	46(17.7%)		Kyeonggi-do	14(5.4%)
	46-50	121(46.5%)		Gyeongsangnam-do	9(3.5%)
	51-55	75(28.9%)		Incheon	4(1.5%)
	56-60	18(6.9%)		Gyeongsangbuk-do	3(1.2%)
				Busan	3(1.2%)
				Kangwon-do	2(0.8%)

3. 측정도구

본 연구는 실증적 연구를 위해 설문지법을 이용하였으며 측정도구는 선행연구(Kim, 2005; Park, 2010)에서 사용한 문항을 수정 보완하거나 관련 연구들(Fan, 2009; Fan & Hunter, 2009; Lee *et al.*, 2009; Li, 2001)을 바탕으로 연구자가 만들어 사용하였다. 예비 설문은 2013년 2월 30명에게 실시하였으며 그 결과를 바탕으로 본 설문지가 제작되었다. 설문문항은 착용쾌적감에 대해 성인들이 갖는 이미지를 알아보기 위해 착용쾌적감이라는 표현에서 연상되거나 머릿속에 떠오르는 생각, 또는 단어를 직접 기입하도록 하는 문항, 등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도에 관한 문항, 착용쾌적감의 구성요인에 관련된 문항, 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로 구성되었다. 기대수준과 만족도는 5점 척도를 사용하였으며 착용쾌적감의 구성요인에 관련된 문항은 6점 척도로 하였다. 1점은 전혀 중요하지 않다, 2점은 중요하지 않다, 3점은 약간 중요하지 않다, 4점 약간 중요하다, 5점 중요하다, 6점은 매우 중요하다고 하였다.

4. 자료 분석

본 연구는 자료 분석을 위해 SPSS 19.0 IBM for Windows를 사용하였으며 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, t-검정, 상관분석, ANOVA와 Duncan test를 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 분석

1. 착용쾌적감 이미지

착용쾌적감에 대해 소비자들이 어떤 생각 또는 의견을 갖고 있는지를 알아보기 위해 착용쾌적감하면 떠오르는 생각 또는 의견들을 형식에 구애 없이 직접 기입하도록 하였다. 응답자들은 남자의 경우 총 184개 여성의 경우에는 210개의 응답을 기입하였으며, 그 내용들을 의미에 따라 비슷한 것들을 서로 묶어 본 결과, 남자의 경우에는 50개의 응답으로, 여성의 경우에는 42개의 응답으로 분류되었다. 그 결과는 <Table 2>와 같다.

결과는 응답자들이 기입한 내용을 그대로 나타내

었으며 가능한 매우 유사한 의미를 띠는 것을 제외하고는 합하지 않고 그대로 분석에 이용하였다. 예를 들어 신축성과 좋은 활동성은 넓은 의미에서 같은 범주로 하여 묶을 수 있지만 좋은 활동성에는 신축성, 가벼움, 피트 성 등의 특성들이 모두 포함된 것으로 생각되므로 함께 묶어 빈도를 측정하지 않고 따로따로 측정하였다. 한 줄 안에 표기되어 있으면서 콤마로 나누어져 있는 것은 각각이 언급되었다는 의미이다. 단어 뒤에 괄호가 있고 그 안에 담긴 표현은 괄호 앞의 단어와 같은 의미로 보고 함께 빈도를 측정하였다는 의미이고, 표현된 용어 옆에 괄호로 그 용어의 빈도수를 나타내었다. 예를 들어 남성의 경우 착용쾌적감하면 떠오르거나 연상되는 용어로 편안함을 22명이 언급하였는데 그중에 편안한 착용감을 한 명이 언급하였고 이들을 같은 의미로 취급하여 총 빈도수를 22명으로 나타내었으며, 편안한 착용감을 제외하고 편안함을 언급한 응답자는 21명이다. 22명은 남성의 총 응답자수에 대해 12.0%가 응답하였으나 여성의 경우에는 19명이 응답하였고 여성 총 응답자수에 대해 9.1%가 응답한 것을 나타낸다.

남성과 여성 모두에서 가장 많이 착용쾌적감하면 떠오르는 단어는 편안함인 것으로 나타났다. 국립국어원 표준국어대사전에 따르면 ‘편안하다’는 ‘편하고 걱정 없이 좋다’로 풀이되어 있으며 ‘편하다’는 ‘몸이나 마음이 거북하거나 괴롭지 아니하여 좋다’로 풀이되어 있다. ‘쾌적하다’는 ‘기분이 상쾌하고 즐겁다’로 나와 있다. 따라서 착용쾌적감이라고 했을 때 소비자들은 몸과 마음이 거북하거나 괴롭지 않은 상태로 걱정 없이 좋은 상태에 느끼는 감각으로 가장 많이 인식하고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 소비자들은 착용쾌적감이라고 했을 때 몸과 마음의 상태를 다 고려하고 있는 것으로 추측된다. 그러나 현재 등산복은 몸의 쾌적함만을 위한 기능성 개발에만 초점이 맞추어져 있다. 따라서 마음의 편안함을 가져올 수 있는 특성에 대한 고려가 필요할 것으로 생각된다.

남녀 공통으로 많이 언급된 표현을 살펴보면 두 번째가 신축성이었으며 그 다음이 가벼움, 땀 흡수 잘 됨 순으로 나타났다. 이러한 결과를 통해서 볼 때 착용쾌적감이라는 표현에서 소비자들은 편안함이라고 하는 정신적, 육체적인 측면을 모두 고려하여 걱정도 없고 괴롭음 없는 좋은 상태를 떠올렸고, 움직임에 구애받지 않는 것을 고려하여 신축성을 많이 응답한 것으로 보인다.

〈Table 2〉 Images of wear comfort

male response	%	n	%	female response
well-being and freedom from pain and burden (comfortable wearing sensation(1))	12.0	22		
stretchability(span(5), elasticity(2))	9.8	19	9.1	well-being and freedom from pain and burden (comfortable wearing sensation(1))
		18	8.6	stretchability(span(1), elasticity(1)), thermal insulation(keep body temperature(4))
		17	8.1	lightweight
lightweight	8.7	16		
absorbing sweat well(absorbency & absorbent capability(5))	8.15	15		
		12	5.7	absorbing sweat well(absorbent capability(1))
		11	5.2	ventilation(breathability(1)),
softness(not harsh(1))	5.4	10	4.8	sweat transport(vapor transfer(2), no discomfort by sweat(1))
		9	4.3	softness
ventilation, waterproofness & water repellency	4.4	8	3.8	good mobility(easiness to move(1))
fit, refresh	3.8	7	3.3	refresh
thermal insulation(keeping body temperature(1)), sweat transport(vapor transfer(1))	3.3	6	2.9	quick drying, wind proofness
coolness	2.7	5	2.4	fit, waterproofness & water repellency, warmth, performance
warmth	2.2	4	1.9	pposongpposong(Korean)
good mobility(easiness to move(1)), good textile(good clothing material(1), high performance material(1)), cleanness, tactility(tactile sensation(1))	1.6	3	1.4	freshness, feeling so good, convenience, tactility(tactile sensation(1), texture(1))
snug, flexibility, freshness, pposongpposong, quick drying, smoothness, simple(simple and easy(1)), autumn breeze(the draft from an electric fan(1))	1.1	2	1.0	smoothness(not to be rough(1)), dampness, bright color(blue & yellow(1)), coolness, good textile(good clothing material(1)), comfort, not to cling, wearing sensation
convenience, no fluttering, dampness, not to constrict, natural, human engineering, safety, smart, easy to wash, color, brightness, care, deodorization, close adhesion, satisfaction, clothing which does not hinder mountaineering, feeling so good, giggling, performance, expensiveness, sound of the creek, thanks, not to cling, a mother who covers cool cheeks with her warm hands	0.5	1	0.5	silk night gown, smile, freedom, snug, cleanness, easy to wear, no wrinkle, body, be in good condition, quick instincts, health, poksinpoksin (Korean) baby skin, feeling without clothing, utility

또한 등산 시에 움직임이 수월하고 힘이 덜 들기 위해서는 등산복이 가벼운 것이 필요하므로 가벼움을 언급한 것으로 추측된다. 마지막으로 땀 흡수 잘 땀은 등산 시 발생하는 인체의 땀이 불쾌감의 원인으로 생각되어 발생된 땀의 우수한 흡수 능력이 있어야 착용 시 쾌적감을 줄 수 있는 것으로 생각하는 것을 알 수 있었다.

이밖에도 5번 이상 언급된 내용들을 살펴보면, 부드러움, 통풍, 땀 배출, 방수와 발수, 상쾌함, 피트 성, 보온성, 시원함, 좋은 활동성, 빠른 건조성, 방풍, 기능성 등으로 나타났다. 이러한 용어들은 남녀 모두에서 언급되었고 그 순서에서도 큰 차이를 나타내지 않았으나 보온성의 경우에는 남녀 차이를 나타내었다. 여성의 경우 보온성이 18번 언급된 데 반해 남성의 경우에는 6번만 언급되어 여성이 남성에 비해 보온성을 착용쾌적감에서 중요하게 여기는 것을 알 수 있었다. 따라서 등산 시 착용자가 착용쾌적감을 느끼기 위해서는 신체뿐만 아니라 심리적인 상태의 쾌적함을 고려해야 하고, 소재는 신축성, 가벼움, 땀 흡수와 배출, 보온성, 부드러움, 통기성, 방수와 발수, 피트 성 등의 기능성이 필요하며 특히 여성복의 경우 보온성을 남성복보다는 더 고려하여야 한다는 것을 확인할 수 있었다.

용어의 빈도 측정 시 매우 유사한 경우를 제외하고는 응답자들이 언급한 표현을 그대로 하여 빈도를 측정하였는데, 열, 수분, 압박특성 등 보다 넓은 의미에서 관련 표현들을 묶어본다면 땀 흡수, 땀 배출, 방수와 발수, 빠른 건조성, 뽕뽕뽕, 축축함 등은 수분과 관련되는 특성으로, 이를 언급한 빈도수를 모두 합한다면 남자는 42회, 여성은 34회로 가장 많이 소비자들에게 있어 착용쾌적감에서 가장 많이 연상되는 기능성은 수분관련 특성인 것으로 나타났다.

2. 등산복 착용 시 착용쾌적감의 구성요인

앞에서 착용쾌적감과 연상되는 표현들을 조사한 결과 대표적인 몇 개의 특성들로 구성되어 있는 것을 알 수 있었다. 이러한 특성들을 착용쾌적감의 구성요인으로(로 수정) 요약 확인하기 위해 20개의 문항을 갖고 요인분석을 실시하였다. 공통성의 값이 .05 보다 작은 두 문항은 자료 분석에서 제외하였다. 그 결과, <Table 3>과 같이 4개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 등산복의 맞음 새와 관련해서 의복이 신체를 압박하는지와, 신축성과 관련해서 의복

<Table 3> Factor analysis of wear comfort of hiking gear

Factor	Item	Factor loading	Eigenvalue (Variance)	Cumulative variance(%)	Cronbach's α
mobility/pressure factor	HG is neither big nor small so that it fits well.	.846	6.449 (35.829%)	35.829	0.853
	HG does not constrict or press the localized part.	.818			
	HG is stretchable.	.724			
	HG does not hinder a wearer's motion.	.664			
	It is easy for a wearer in HG to move.	.587			
moisture factor	When HG gets wet, it dries fast.	.828	2.497 (13.871%)	49.700	0.821
	If a wearer sweat, HG absorbs it.	.712			
	Outer jacket is waterproof and windproof.	.702			
	When HG gets wet, it feels no damp or moist.	.599			
	When HG touches the skin, it does not give a feeling of coldness.	.579			
psychological factor	Brand, price and quality of HG are suitable to my economic and social status.	.822	1.568 (8.711%)	58.411	0.818
	Design of HG reflects fashion trend.	.795			
	HG displays image that I want.	.778			
	When I wear HG, my appearance looks better.	.773			
tactile/keeping body temperature factor	HG does not scratchy.	.750	1.084 (6.020%)	64.432	0.765
	HG makes the body temperature constant so that a wearer does not feel warm or cold.	.645			
	HG does not give a feeling of prickle.	.576			
	HG does not itch and tickle.	.472			

* HG : hiking gear

이 착용자의 운동을 방해하지 않는지와 관련된 요인들로 구성되어 '운동/압박 요인'이라고 명명하였다. 요인 2는 빠른 건조성, 땀흡수, 방수, 촉촉한 느낌 등 수분관련 특성으로 구성되어 '수분요인'으로 명명하였다. 요인 3은 등산복의 상품, 가격 등이 착용자의 사회경제적 위치에 맞는다거나 유행 반영 여부, 이미지 표현 등 착용자의 심리적 쾌적한 상태와 관련하여 '심리적 요인'이라고 명명하였다. 요인 4는 피부를 자극하거나 찌르거나 간질이는 등의 촉각적 특성과 체온 유지가 함께 묶이게 되어 '촉감/체온 유지요인'이라고 명명하였다. 위 4요인의 문항간의 내적 일치도를 알아보기 위해 신뢰도 검정을 한 결과 Cronbach's α 값이 운동/압박요인은 0.853, 수분요인은 0.821, 심리적 요인은 0.818, 촉감/체온유지요인은 0.765 로 모두 높은 내적 일관성을 갖는 것으로 나타났다. 따라서 착용쾌적감은 운동/압박요인, 수분요인, 심리적 요인, 촉감/체온유지

요인으로 구성된 것으로 나타났다.

착용쾌적감 구성요인의 요인별 평균값을 비교해보면 심리적 요인을 제외한 세 요인간의 차이는 크지 않았으나 수분요인, 촉감/체온유지요인, 운동/압박요인, 심리적 요인 순으로 나타났다(Table 4 참조). 라이프스타일 집단에 따른 선호하는 등산복기능성 차이를 살펴본 연구(Park, 2010)에서도 전체적인 등산복 기능성에서 소비자들이 등산복을 구매할 때 가장 선호하는 기능성은 흡습, 속건성이라고 하였는데 본 연구결과를 지지하는 결과로 보인다.

3. 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도

등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도를 알아보았다. <Table 5>에 나타난 것처럼 등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도는 대체로 높은 편으로 나타

<Table 4> Mean values of wear comfort factors

	mobility/pressure factor	moisture factor	psychological factor	tactile/keeping body temperature factor
Mean	5.084	5.286	3.520	5.188

<Table 5> Expectation and satisfaction levels of wear comfort

	Expectation level		Satisfaction level		
	frequency	%	frequency	%	
very low	0	0	very dissatisfied	0	0
low	19	7.3	dissatisfied	16	6.2
neutral	137	52.7	neutral	127	48.8
high	95	36.5	satisfied	109	41.9
very high	9	3.5	very satisfied	8	3.1
total	260	100.0	total	260	100.0

<Table 6> Mean and standard deviation of expectation and satisfaction levels of wear comfort

	Expectation level		Satisfaction level	
	mean	standard deviation	mean	standard deviation
	3.36	0.669	3.42	0.656

났다. 보통이다의 응답을 제외하고 부정적인 응답과 긍정적인 응답만을 비교해보자면 부정적인 응답보다 긍정적인 응답이 훨씬 많아 등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도가 높은 것을 알 수 있다. 평균값으로 비교해보자면(Table 6 참조) 기대수준은 3.36 이였고 만족도의 경우에는 3.42로 나타나 기대수준보다 만족도가 약간 높은 것으로 나타났다.

위의 결과에서 나타난 것처럼 착용쾌적감이 열, 수분특성들에 의해 구성된다면 인체의 생리적 특성은 착용쾌적감에 영향을 미칠 것으로 생각되어 인체의 생리적 특성에 영향을 미칠 수 있는 성별, 나이와 착용쾌적감에 대한 기대수준 및 만족도간의 관계를 살펴보았다. 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도에 대해 성별은 유의적인 영향을 미치지 않았으며(Table 7 참조), 나이도 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도와의 관련성을 살펴본 결과에서 상관성이 매우 낮은 것으로 나타났다(Table 8 참조). 이러한 결과들로부터 착용쾌적감에 대한 기대 및 만족도는 성별, 나이와 무관하다는 것을 알 수 있었다. 단, 나이의 경우 본 연구에서는 40대와 50대 성인을 응답자로 하였으므로 나이 분포를 더 넓게 하여 결과를 얻어 볼 필요는 있다고 생각한다. 그러나 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도 간의 관계에서는 유의적인 상관성이 있어 기대수준이 높을 수록 만족도도 높은 것으로 나타났다(Table 8 참조).

착용쾌적감의 구성요인 중 심리적 요인이 포함되므로 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도에 심리적 상태와 관계가 있을 것으로 추측되는 등산 목적이

영향을 미칠 것으로 고려되어 등산 목적에 따른 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도의 차이를 살펴보았다(Table 9 참조). 그 결과 기대수준과 만족도는 등산 목적에 따라 유의적인 차이를 나타내었다. 즉 등산 목적에 따라 착용쾌적감에 대한 기대수준이 차이가 있었는데, 친목도모가 주된 등산 목적인 경우는 육체적 건강, 정신적 위안이 목적인 경우보다 기대수준이 낮았으며 특히 취미/여가활동이 주목적인 경우에는 뚜렷한 차이를 나타낼 만큼 기대수준이 낮은 것으로 나타났다. 즉 친목도모가 등산의 주목적인 경우에는 등산이 주가 되기보다는 동행인과의 친화가 주가 되므로 등산에 의해 발생할 수 있는 불쾌감이나 우수한 착용쾌적감을 갖는 것에 대한 고려가 적어 착용쾌적감에 대한 기대수준도 낮은 것으로 보인다. 또한 착용쾌적감에 대한 만족도에 대한 등산 목적의 영향을 살펴본 결과에서도 목적에 따라 유의적인 차이가 있는 것으로 나타나 주목적인 정신적 위안인 경우가 가장 낮고 친목도모, 취미/여가활동, 육체적 건강의 순으로 만족도가 높다고 하였다. 이는 정신적 위안을 위해 등산을 하는 경우 등산을 하면서 발생하는 불쾌감이 등산시의 정신적 안정을 방해할 것으로 생각되며 이로 인해 만족도가 작을 것으로 보인다. 이에 반해 취미/여가활동 이나 육체적 건강이 주가 되는 경우에는 보다 적극적으로 등산을 할 것으로 생각되며 이로 인해 땀과 열 발생이 높고 이때 발생하는 불쾌감을 당연한 것으로 여겨 상대적으로 착용쾌적감에 대한

〈Table 7〉 Effects of gender on the expectation and satisfaction levels of wear comfort

	male	female	t-value
expectation level	3.34	3.38	-.533
satisfaction level	3.38	3.45	-.810

〈Table 8〉 Correlation coefficients of variables

	age	satisfaction level
expectation level	-.044	.348**
satisfaction level	.010	1.000

** $p < 0.01$

(Table 9) Effects of mountaineering objectives on the expectation and satisfaction levels of wear comfort

	physical health	spending quality time with others	hobby/leisure activity	mental consolation	F value
expectation level	3.39(ab)	3.10(a)	3.48(b)	3.41(ab)	2.951*
satisfaction level	3.50(b)	3.30(ab)	3.46(b)	3.06(a)	2.891*

* $p < .05$, Duncan's multiple range test : $a > b > c$

만족도가 높은 것으로 생각된다.

V. 결론

본 연구는 등산복의 착용쾌적감에 대한 소비자들의 인식상태를 조사하기 위해 착용쾌적감의 이미지, 착용쾌적감의 구성요인, 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도를 알아보았다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 착용쾌적감하면 떠오르는 생각 또는 단어를 조사하여 의미에 따라 묶어 본 결과 남자는 50개 여성은 42개로 나타났다. 남성과 여성 모두에게서 가장 많이 언급된 표현은 편안함이었으며 그 다음으로 언급된 표현은 신축성이었고 가벼움, 땀 흡수 잘 됨 순으로 나타났다. 편안함이라는 단어가 갖는 의미로 미루어볼 때 소비자들은 착용쾌적감이라고 했을 때 몸과 마음이 거부하거나 괴롭지 않고 걱정 없이 좋다고 느끼는 것을 가장 먼저 떠올리는 것을 알 수 있었다. 착용 시 쾌적한 상태를 생각할 때 몸과 마음의 상태 모두를 고려하고 있음을 알 수 있었으며, 어떤 특정한 특성이나 기능이 아닌 여러 특성 또는 기능이 모두 고려된 표현인 편안함을 가장 많이 언급하여 착용쾌적감이 특정한 하나의 특성이나 성능에 의해 결정되는 것이 아니고 여러 특성들의 조합에 의해 결정되는 것으로 소비자들은 이해하고 있는 것으로 보인다. 그 외에도 부드러움, 통풍, 땀 배출, 방수와 발수, 상쾌함, 피트함, 보온성, 시원함, 좋은 활동성, 빠른 건조성, 방풍, 기능성 등도 언급되었고 남녀 모두에서 비슷한 순서로 언급되었다. 단, 보온성의 경우에

는 남녀 차이를 나타내 여성이 남성에 비해 더 많이 언급하였다. 이러한 결과로 부터 등산 시 착용자가 착용쾌적감을 느끼기 위해서는 신체 뿐 만 아니라 심리적 측면에 대한 고려가 필요하며, 신축성, 가벼움, 땀 흡수와 배출, 보온성, 부드러움, 통기성, 방수와 발수, 피트 성 등을 갖는 소재가 필요한 것을 알 수 있었고 특히 여성복의 경우 보온성을 남성복보다는 더 고려하여야 한다는 것을 확인할 수 있었다.

둘째, 착용쾌적감의 구성 요인을 확인하기 위해 요인분석을 실시한 결과 착용쾌적감은 운동/압박요인, 수분요인, 심리적 요인, 촉감/체온유지요인으로 구성된 것으로 나타났다. 요인별 평균값을 비교해보면, 수분요인, 촉감/체온유지요인, 운동/압박요인, 심리적 요인 순으로 나타났으나 심리적요인을 제외한 세 요인간의 차이는 크지 않았다.

셋째, 등산복의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도를 알아보았다. 그 결과 소비자들의 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도는 대체로 높은 편이었으며 기대수준보다 만족도가 약간 높았고 성별과 나이에 따른 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 단, 기대수준과 만족도 간의 관계에서는 유의적인 상관성이 있어 기대수준이 높을수록 만족도도 높은 것으로 나타났다. 그러나 등산 목적에 따른 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도는 차이를 보여, 등산 목적에 따라 착용쾌적감에 대한 기대수준이 차이가 있었는데, 친목도모가 주된 등산 목적인 경우는 육체적 건강이나 정신적 위안이 목적인 경우보다 기대수준이 낮았으며 취미/여가활동이 주목적인 경우와는 뚜렷한 차이를 나타내었다. 또한 착용쾌적감 만족도에 대한 등산 목적의 영향을 살펴본 결과에서도 목적에 따라 유의적인 차이가 있는 것으로 나타나 주목적이 정신적 위

안인 경우가 가장 낮고 친목도모, 취미/여가활동, 육체적 건강의 순으로 만족도가 높다고 하였다.

위에서 얻은 결과로 부터 소비자들은 착용쾌적감을 몸 뿐 만 아니라 마음에서의 쾌적한 상태까지를 고려하고 있는 것을 알 수 있었고 착용쾌적감의 구성 차원을 확인한 결과에서도 심리적 요인을 확인하였으므로 착용쾌적감 상승을 위한 제품 개발 시 개발범위를 몸의 쾌적한 상태에만 초점을 맞추는 것이 아니고 심리적 정신적 쾌적한 상태도 고려해야 할 것으로 보인다. 물론 착용쾌적감 관련해서 언급된 수분관련 특성, 신축성, 가벼움, 보온성, 부드러움, 통기성, 피트성 등에 대해 앞으로 연구가 지속되어야 할 것이지만 지금까지 이런 부분에만 초점을 맞추어 왔으므로 개발 범위를 넓혀야 할 것이다. 착용쾌적감에 대한 기대수준과 만족도가 성별이나 나이에 영향을 받지 않았지만 등산 목적에 따라 차이가 있는 것을 고려해볼 때도 등산복의 착용쾌적감에 대한 정신적/심리적 측면이 중요한 것을 미루어 짐작할 수 있다.

등산복의 착용쾌적감에 대한 소비자들의 기대수준과 만족도는 대체로 높은 편인 것으로 나타났다. 그렇지만 많은 소비자들이 등산복의 개선점 또는 불만 사항으로 고가의 제품가격을 지적한다. 고가의 제품가격에 가장 큰 기여를 하는 것 중의 하나는 신소재 일 것이다. 그러나 새롭게 등장한 새 상품이 신소재로 인해 제품가격이 증가하였으나 기존 상품과 큰 차이가 없는 경우가 많아 등산복 시장에서 제품의 차별화가 필요한 시점이다. 따라서 지금까지 개발된 소재들이 몸의 생리적 상태 또는 운동 기능적 측면에 초점이 맞추어졌다면 이제는 착용자의 심리적/정신적 쾌적감에 영향을 미칠 수 있는 제품 개발도 이루어져 개발 방향에서의 다양화가 필요하다고 본다.

본 연구에서는 심리적 정신적 요인을 가격, 유행과 같은 사회적인 측면 또는 외모와 관련시켜 조사하였으며, 이를 등산복의 제품개발 방향에 맞추어 생각해본다면 마케팅 관련 측면과 디자인 부분에서 심리적 쾌적감을 주기 위한 제품 개발은 이루어지고 있다고 보이나 제품의 특성 측면에서 심리적 쾌적감을 주기 위한 제품 개발에 대한 시도는 찾기 어려운 것으로 보인다. 예를 들어 등산시의 과도한 땀 분비는 불쾌한 냄새를 유발시켜 등산자 본인에게나 타인에게도 불쾌감을 유발시킬 수 있다. 따라서 평상시에는 아무 냄새도 나지 않지만 땀이 나게 되면 불쾌한 냄새를 잡아주거나 이 냄새를 오히려 좋은 향기로 바꾸어 주는 기능을 갖는다면 등산자의 심리적 상태를 더 쾌적

하게 만들어 줄 수 있을 것으로 생각한다. 또한 정신적인 평온함을 줄 수 있는 특정한 파장을 지속해서 낸다거나 등산시의 육체적인 힘겨움을 덜어주기 위한 즐거움이나 재미를 줄 수 있는 장치나 도구, 혼자 산행을 하는 여성 등산인을 위한 안전 관련 장치 등을 등산복에 첨가하면 등산시 정신적 또는 심리적 착용쾌적감을 증가시킬 수 있을 것으로 본다.

이제 등산복은 등산에 필요한 아이템에서 출발하여 자연에서의 소박한 생활을 지향하는 아웃도어룩을 탄생시켰다. 아웃도어 업체들도 이러한 변화에 맞춰 기능성만 강조했던 스타일에서 벗어나 패션성을 가미한 상품 개발에 초점을 맞추고 있다. 그러나 아웃도어 룩에서의 중심인 등산복을 어느 정도 패션화시켜 튼튼하고 실용적이며 스포티한 이미지를 갖춘 캐주얼웨어로 만들고, 이를 등산이 주목적인 등산복과 어떻게 구분시킬 수 있는냐는 미래 상품기획의 관건으로 보인다. 이 때 착용쾌적감은 주요한 평가 및 분류기준이 될 것으로 생각되며 따라서 착용쾌적감에 대한 연구는 아웃도어 의류 성장에 큰 공헌을 할 것이다.

본 연구는 등산복의 착용쾌적감을 파악하기 위해 등산을 많이 하는 연령대로 알려진 4,50대 성인을 대상으로 조사되었으며 주로 울산과 서울에 거주하는 성인이 대상이었으므로 본 연구결과를 성인 전체로 확장하여 적용시키는 데는 한계가 있다. 따라서 이후의 연구에서는 거주 지역을 전국으로 하고 전체 연령대로 범위를 확장하여 연구해 볼 필요가 있다고 생각한다.

주제어 : 착용쾌적감, 등산복, 착용쾌적감 이미지, 착용쾌적감 구성요인, 기대수준과 만족도

REFERENCE

- Fan, J.(2009). Psychological comfort of fabrics and garments, *Engineering apparel fabrics and garments*, Woodhead Publishing Limited, Cambridge: UK. 251-260.
- Fan, J. & Hunter, L.(2009). Physiological comfort of fabrics and garments, *Engineering apparel fabrics*

- and garments, Woodhead Publishing Limited, Cambridge : UK. 201-249.
- Fris, M. M.(1997) Thermal comfort in clothes of different textile fabrics, in *Joint International Conference of the Fiver Society*. University of Mulhouse, Mulhouse, France
- Hatch, K. L.(1993). Textile science, New York : West Publishing Company.
- Hollies, N. R. S., Custer, A. G., Morin, C. J. & Howard, M. E.(1970). A human perception analysis approach to clothing comfort. *Textile Research Journal*, 49(10), 557-564.
- Hollies, N. R. S.(1984). Improved comfort polyester, Part 4: Analysis of the four wear trials. *Textile Research Journal*, 54, 544-548.
- Jeon, E. K., Yoo, S. J. & Kim, E. A.(2010). Evaluation of moisture management properties and moisture perception of high-performance shirts fabrics. *Journal of the Korean Society of Living Environmental System*, 17(3), 302-307.
- Jeong, J. R. & Kim, H. E.(2009). Evaluation of the wear comfort of outdoor wear by skin wettedness analyses. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 11(6), 947-952.
- Jung, S. K. & Hong, K. H.(2003). Wear comfort of double jersey for sports wear. *Korean Journal of Human Ecology*, 12(2), 253-263.
- Kim, C. H.(2005). Hiker's purchasing behavior on mountaineering apparels in high-performance textile. Unpublished master thesis. Chung Ang University, Korea.
- Kim, H. S., Yoo, H. S. & Choi, J. M.(2008). Apparel quality analysis, Seoul : Gyohak Yeongusa.
- Kim, J. W. & Cho, S. S.(1996). A study of development of evaluation technique for the subjective clothing comfort in hot-humid environment-comparison between the utilization of fuzzy theory and factor analysis-*Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(2), 362-372.
- Kim, M. K.(2013), Prospering outdoor wear, 'Second Brand' launching, Edaily News. Retrieved May 22, 2013, from :http://www.edaily.co.kr/news/ NewsRead.edy?SCD=JC21&newsid=02036886602811216& DCD =A00302&OutLnkChk=Y
- Kim, Y. I. & Na, Y. J.(2008). Climbing sportswear purchase and satisfaction according to silver consumer age. *Korean Journal of the Science of Emotion and Sensibility*, 11(2), 181-192.
- Ko, T. W.(2009) Rapid increase of the climbing population, Korea Mountaineering Support Center said, Retrieved May 25, 2013, from <http://blog.daum.net /green8848 /16157314>
- Kweon, S. A. & Choi, J. M.(2002). Subjective wearing sensation of sleepwear and comfort properties of the fabrics in winter. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 40(3), 11-20.
- Kweon, S. A., Koh, J. Y., Jung, E. H., Kim, D. H., Park J. Y. & Lee, W. G. (2011). Awareness and textile functions and satisfaction with wearing mountain-climbing clothes. *Journal of Human Ecology*, 15(1), 111-121.
- Kwon, M. S., Shim, H. S. & Kwon, J.(2007). A study on the mechanical and comfort performances of the working uniform for a volunteer are brigade member. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(3), 53-62.
- Lee, A. L., Jeong, K. 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, W. J. & Yoon, J. S.(2001). A study on the comfortableness of climbing wear. *Journal of Graduate School of Engineering Konkuk University*. 24, 171-186.
- Li, Y.(1998). Wool sensory properties and product development. *Textile Asia*, 29(5), 35-40.
- Li, Y.(2001) *The science of clothing comfort*, J.M. Layton, Ed., (Textile Progress, 31(112)). Manchester : The Textile Institute.
- Park J. H.(2000). A study on water vapor permeability for climbing outerwear. Doctoral dissertation, Ewha Womans University.
- Park, Y. J(2010). A study on the use of outdoor wear

- based on the consumer's lifestyle, Unpublished master thesis, Konkuk Universit, Korea.
- Rho, S. W. & Park, S. H.(2012). [Outdoor Industry with 5 trillions] Kolon·Northface·K2 'Big 3' unstable...Hot pursuit of Neppa·Eider·Blackyark, MK News. Retrieved May 26, 2013, from [http://news.mk.co.kr/newsRead.php? year=2012&no=666039](http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2012&no=666039)
- SBS CNBC News(2013). "Outdoor wear is expensive but selling well"...Outdoor wear market, No trouble in an economic recession. SBS CNBC News. Retrieved May 12, 2013, from <http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000561905>
- Shim, H. S. & McCullough. E. A.(2008). Evaluation of comfort and hand characteristics of lining fabrics. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 10(4), 537-543.
- Slater, K.(1985). Human comfort vol III, Spring, IL : Charles C. Thomas.
- Tarafder, N. & Chatterjee, S. M.(1994) Techniques of measurement of fabric comfort. *Textile Trends India*, 37(5), 33-39.
- 접 수 일: 2013. 06. 11
수정완료일: 2013. 07. 23
게재확정일: 2013. 07. 23