

초경량 섬유 소재를 사용한 다운점퍼에 대한 제품 평가

Down jumpers using Ultra-light Fiber Materials about to Product Evaluation

류신아, 박길순*

충남대학교 의류학과

Ryu, Sin A · Park, Kil Soon

Dept. of Clothing and Textiles, Chungnam National University

Abstract

This study is to survey the concept of ultralight down jumpers examine customers' knowledge about ultralight down jumpers, factor effect when purchasing them, and satisfaction level. The research method is to examine a survey of consumer evaluation about ultralight down jumpers using a questionnaire targeting 240 men and women in their 30s and 40s.

The results of the study are as follows.

The knowledge Customers have about ultralight down jumpers appeared low scores in most items; 62.1%(2.28) answered 'does not know' in the item of 'knows about the mixed composition rate of filler', 54.6%(2.49) answered 'does not know' in the item of 'knows about ultralight materials', and 52.5%(2.56) answered 'does not know' in the item of 'knows about filling rate'. The important factors to consider when purchasing were 'size and pattern'(4.34), 'color'(4.32), 'design and price'(4.30). About satisfaction, 66.7%(3.69) answered 'most satisfied' in the item of 'well-fitting(wearing) sensation' and 60.0%(3.63) answers 'satisfied' in the item of 'activity and easy-to-wear'.

Key words: Ultralight down jumper, outdoor wear, functionality, satisfaction

I. 서론

다운점퍼는 겨울뿐 아니라 이른 봄·가을 큰 폭의 일교차에 대비할 수 있는 실용적인 아이템으로 특히 초경량이면서 기능성 외피 소재를 활용해 내구성면에서도 우수한 제품들이 생산되고 있다. 예전 다운의류의 보온성만을 강조하는 것에서 벗어나 현재는 소재와 디자인이 다양해지고, 가볍고 얇아지면서 휴대가 간편하고, 다양한 생활환경과 활동에 적합하게 활용되고 있는 실정이다. 이에 아웃도어와 스포츠 및 골프 웨어에서도 이런 초경량 다운점퍼

의 생산은 지속적으로 증가하고 있다.

최근 초경량 다운점퍼(Ultralight Down Jumpers)의 특징은 다양한 실루엣에 패션성이 강화된 디자인으로 기능성 소재의 접목을 통해 활동성과 활용성도 높였다. 그러나 Korean Consumer Agency(2014)의 조사에 따르면, 겨울철 대표적인 방한의류로 다운점퍼가 소비자들로부터 관심을 많이 받아 급격히 소비가 증가하고 있지만, 정확한 품질 정보 제공은 부족한 상태이며, 다양한 기능을 요구하는 측면에서 생산을 하다 보니 새로운 문제점들이 부상하고 있다. 이에 아웃도어와 스포츠 의류 업계의 유명 브랜드에서 초경량 다운점퍼 가운데 절반 이상은 품질이 미

이 연구는 2013년도 시간강사연구지원사업의 지원을 받아 수행되었음
(과제번호: 2013S1A5B5 A07047265)

* Corresponding author: Park, Kilsoon

Tel: 042-821-6826 Fax: 042-821-8887

E-mail: kspark@cnu.ac.kr

© 2015, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

흡한 것으로 조사 되었다. 한국소비자원은 시판 중인 초경량 다운점퍼 9개 제품 중 5개 제품(56%)이 한국산업규격(KS) 충전도 권장기준에 미치지 못하는 것으로 나타나 품질이 미흡하다고 Korea Consumer Agency(2010)에서 발표했다. 또한 다운점퍼에 관한 품질 정보는 Korea Consumer Agency(2013)에서 시험·평가 대상 제품으로 10개 SPA 브랜드의 다운점퍼 15제품 중 8개 제품에서 충전재 품질이 표시와 다르거나 KS 권장기준에 못 미친 것으로 조사되었고, 조성혼합률에서도 3개 제품에서 표시된 수치보다 적은 양의 솜털을 함유하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 표시사항을 확인한 결과, 13개 제품에서 제품 구분 표시를 하고 있지 않았다. 또한 소비자가 만드는 신문에 접수된 소비자 불만도 품질 불량(45건, 43.7%), 서비스 불만족(33건, 32%), AS 피해(25건, 24.3%)가 접수되어 불만사항이 여전한 것으로 조사되었다.(The Consumer News, 2013)

특히 초경량 다운점퍼는 가벼움에 치중한 나머지 고밀도 경량 원단을 사용하여 경량화된 다운점퍼로 걸감이 너무 얇아 찢어지는 경우가 잦았고, A/S 방법도 적합한 방법이 없는 실정으로, 국내 초경량 소재의 봉제 특성화에 따른 기술 향상이 필요하다.

그러나 학계에서는 다운점퍼나 초경량 의류소재에 대한 연구는 전혀 없으며, 다운의류에 대한 연구로는 2009년도에 “아웃도어 여성용 다운재킷 패턴연구”, 2011년 “고기능성 아웃도어 웨어에 대한 소비자의 가격관련태도 연구”, 2012년 “20대 여성의 패딩 재킷 연구”가 이루어졌을 뿐 현재까지 초경량 다운 점퍼에 대한 연구가 거의 이루어지지 않은 실정이다.

따라서 초경량 다운 점퍼에 대한 연구의 의의는 매우 크고, 초경량 다운점퍼에 대한 보다 구체적인 연구가 필요하다. 이에 따라 본 연구에서는 초경량 다운점퍼에 대한 기초연구로써 현재 소비자들이 구매하여 입고 있는 제품에 대하여 소비자들의 지식정도와 구매 시 선택기준, 만족도에 대하여 조사하고자 한다.

II. 연구 방법

본 연구는 초경량 다운점퍼에 대한 소비자 평가로 대전 지역 30대와 40대 남녀 240명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구제품인 초경량 다운점퍼(Ultralight Down Jumpers)는 옷감 사이에 오리털이나 거위털 등을 넣어 누

빈 제품으로, 최근 다운백(거위·오리털을 넣어 만든 주머니)을 제거하고, 털빠짐 방지를 위해 고밀도 경량 원단을 사용하여 경량화된 다운점퍼를 말한다. 조사기간은 2013년 9월~11월에 걸쳐 실시하였다. 설문문항은 Lee(2011),와 Jeon *et al.*(2012)의 연구를 참고하여 제작하였으며, 예비조사 후 수정 보완하여 사용하였다(Lee., 2011 & Jeon *et al.*, 2012). 설문문항은 일반적인 사항, 제품에 대한 소비자들의 지식정도, 구매시 선택기준, 만족도에 대하여 조사하였다. 구체적으로 설문문항은 초경량 소재의 다운점퍼에 대한 소비자들의 지식정도는 15문항, O, X 7문항으로 구성하였다. 구매시 선택기준 문항은 11문항, 구매시 상표, 가격과 기능성이 미치는 영향 24문항, 만족정도에 관한 문항은 24문항으로 5점 리커트 척도로 구성하였다. 총 250부를 배부하여 기입이 미흡한 10부를 제외한 240부를 최종 통계자료로 사용하였다. 본 연구의 자료 분석은 IBM SPSS Statistics 21.0을 이용하여 각 문항에 대하여 빈도분석, 교차분석 및 기술통계분석, 신뢰도 분석, 독립표본 T 검정, 일원배치분산분석을 실시하였다.



[Figure 1] Design of Ultralight Down Jumpers

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상자들의 인구통계적 특성

본 연구의 설문대상자는 초경량 다운점퍼를 1회 이상 구입하여 직접 착용한 경험이 있는 대전지역 소비자 240명(100%)으로 구성되었다. 조사항목은 성별, 연령, 교육수준, 직업, 월수입, 계절별 평균 의류구입비로 <Table 1>에 제시하였다. 성별은 남자 116명(48.3%), 여자 124명(51.7%)이었으며, 연령은 30대 111명(46.2%), 40대 129명(53.8%)이었다. 교육수준은 대학교 졸업이 135명(56.3%), 직업은 회사원이 109명(45.4%)로 가장 많았다. 계절별 평균 의류구입비는 10-20만원 미만인 61명(25.4%), 20-30만원 미만인 64명(26.7%)였고, 40-50만원 미만도 34명(14.2%), 50만원 이상도 39명(16.3%)이었다.

2. 초경량 소재의 다운점퍼에 대한 소비자들의 지식 정도

초경량 소재를 사용한 다운점퍼에 대하여 어느 정도의 지식 정보를 알고 있는지 30-40대 남녀를 대상으로 15문항을 5점 리커트 척도로 조사한 결과는 <Table 2>와 같다. 문항에 대하여 신뢰도 분석을 실시한 결과 Cronbach's Alpha에 의하여 산출된 신뢰도 계수가 0.843

으로 분석되어 적절한 수준으로 판단된다.

대부분의 항목에서 평균 2.5점의 낮은 점수를 나타내고 있음을 알 수 있었다. 특히 '초경량 소재에 대하여 알고 있다'의 항목에서는 2.49점의 낮은 점수를 나타냈고, 54.6%정도가 모르고 있다고 응답하였다. '충전도에 대하여 알고 있다'의 항목도 2.56점으로 52.5%가 알지 못하고 있는 것으로 조사되었다. '충전제의 조성혼합물에 대하여 알고 있다'의 항목은 가장 낮은 점수인 2.28점으로 62.1%가 알지 못한다고 하였다. 이결과 초경량 소재를 사용한 다운점퍼에 대하여 절반 이상이 잘 알지 못하며 구매하여 착용하고 있음을 알 수 있었다.

다음으로 구입한 제품에 대한 신뢰도를 조사한 결과 조성혼합물에 대한 신뢰정도는 평균 2.61점, 충전도는 2.74점으로 신뢰 점수가 낮은 것으로 조사되었다.

또한 세탁이나 오염이 발생하거나 표면이 찢어지거나 구멍이 생겼을 때 대처 방법에 대해 조사한 결과 '세탁방법에 대하여 알고 있다'라는 항목에는 2.98점, '오염이 발생했을 때 대처하는 방법을 알고 있다'의 항목에서는 2.41점으로 58.4%가 대처 방법을 알지 못하고 있었다. '표면이 찢어졌거나 구멍이 생겼을 때 대처하는 방법을

<Table 1> General characteristics of the subjects.

(N=240)

Variables	Items	N(%)	Variables	Items	N(%)
Sex	Male	116(48.3)	Monthly income (1,000won/ household)	Less than 1,000won	2(0.8)
	Female	124(51.7)		Less than 1,000-2,000won	55(22.9)
Age	Under age 30-35	55(22.9)		Less than 2,000-3,000won	57(23.8)
	Below age 36-40	56(23.3)		Less than 3,000-4,000won	45(18.8)
	Under age 40-45	65(27.1)		Less than 4,000-5,000won	47(19.6)
	Below age 46-50	64(26.7)		Over 5,000won	34(14.2)
Level of education	High school	62(25.8)	Seasonal average spending on clothing (1,000won)	Less than 100won	15(6.3)
	College graduate	135(56.3)		Less than 100-200won	61(25.4)
	Postgraduate	43(17.9)		Less than 200-300won	64(26.7)
Occupation	Employee	109(45.4)		Less than 300-400won	27(11.3)
	Civil servant	26(10.8)		Less than 400-500won	34(14.2)
	Self-employed	22(9.2)		Over 500won	39(16.3)
	Specialized job	25(10.4)			
	Etc	58(24.2)			

알고 있다'의 질문에는 2.34점이었으며, 63.7%가 알지 못하고 있는 것으로 조사되었다.

초경량 다운점퍼에 대한 제품 신뢰도 및 세탁방법, 오염대처 방법에 대해서도 잘 모르고 있는 것으로 나타났다. 연령에 따라 30대와 40로 구분하여 독립표본 t검정 분석한 결과 몇몇 문항에서 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

초경량 다운점퍼에 대한 지식 정보를 O, X로 조사한 결과는 <Table 3>과 같다. 정답이 O인 질문으로는 '제품 세탁 시 드라이클리닝은 적합하지 않다'라는 항목은 104명(43.3%)이 잘 알고 있었고, 136명(56.7%)이 잘못 알고 있거나 모르는 것으로 조사되었다.

정답이 X인 질문은 '필파워(Fill Power)는 낮은 숫자일 수록 보온성이 뛰어나다'의 항목에는 73명(30.4%)만이 잘 알고 있었고, 나머지 167명(69.6%)이 잘못 알고 있는 것으로 조사되었다. '제품은 되도록 세탁하지 않아야 오래 입을 수 있다'라는 질문에서는 73명(30.4%)만이 잘 알고 있었고, 167명(69.6%)이 잘못 알고 있었다.

특히 '활동 시 먼 제품 속옷을 입는 것이 좋다'라는 잘못된 질문에는 45명(18.8%)만이 잘 알고 있었고, 195명(81.3%)이 잘못 알고 있는 것으로 조사되었다. 이 결과 제품에 대한 정보를 소비자들에게 정확하게 알 수 있도록 전달하는 방법을 고려해야 할 것으로 사료된다.

<Table 2> Consumers' knowledge level on down jumpers which used ultralight materials.

item	Mean (SD)	Independent Samples t-test		
		Age	Mean(SD)	Sig.
I know more about ultralight down jumpers than other people	2.36 (0.88)	the thirties	2.12(0.87)	.000***
		the forties	2.57(0.86)	
It is easy to judge which ultralight down jumpers are good	2.39 (0.83)	the thirties	2.40(0.82)	.900
		the forties	2.38(0.84)	
I am aware of ultralight materials	2.49 (0.96)	the thirties	2.32(0.96)	.017*
		the forties	2.63(1.01)	
I am aware of the degree of filling	2.56 (1.02)	the thirties	2.41(0.93)	.028*
		the forties	2.70(1.08)	
I am aware of the mixing rate of filling materials	2.28 (1.01)	the thirties	2.10(0.95)	.011*
		the forties	2.43(1.03)	
I trust the mixing rate of the purchased product	2.62 (0.94)	the thirties	2.59(0.98)	.342
		the forties	2.64(0.90)	
I trust the degree of filling of the purchased product	2.74 (0.92)	the thirties	2.80(0.96)	.651
		the forties	2.69(0.89)	
I am aware of washing method	2.98 (1.04)	the thirties	3.03(1.04)	.545
		the forties	2.95(1.04)	
I know how to react to the contamination occurred	2.41 (0.91)	the thirties	2.34(0.90)	.284
		the forties	2.47(0.91)	
I know how to react to ripping or hole in the surface	2.33 (1.02)	the thirties	2.16(0.99)	.015*
		the forties	2.48(1.03)	
There is a change in surface fabric and lining when it is worn	2.92 (0.95)	the thirties	2.98(0.93)	.351
		the forties	2.87(0.96)	
There is a change in down when worn	3.31 (0.92)	the thirties	3.27(0.96)	.497
		the forties	3.35(0.88)	
There is change in color by sunlight	2.91 (0.89)	the thirties	2.92(0.93)	.913
		the forties	2.91(0.86)	
There is change from washing	3.28 (0.84)	the thirties	3.28(0.86)	.957
		the forties	3.27(0.83)	
Instructions on washing methods are correct	3.36 (0.76)	the thirties	3.38(0.74)	.788
		the forties	3.35(0.79)	

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

(Table 3) O, X level of knowledge on using down jumpers ultralight.

(N=240)

item	O	X	Do not know
Dry-cleaning is not suitable for washing	104(43.3)	89(37.1)	47(19.6)
The function of absorbing moisture and drying quickly plays an important role in maintaining body temperature	206(85.8)	15(6.3)	19(7.9)
Water repelling property disappears with repeated washing	159(66.3)	38(15.8)	43(17.9)
Horizontal needle work on the elbows and knees allows easy movements	162(67.5)	28(11.7)	50(20.8)
The smaller the number of fill power, the greater the heat-keeping ability	29(12.1)	73(30.4)	138(57.5)
Less washing prolongs the life span of the product	143(59.6)	73(30.4)	24(10.0)
Wearing cotton inside helps easy activity	162(67.5)	45(18.8)	33(13.8)

3. 초경량 다운점퍼를 구매 시 선택기준

초경량 다운점퍼를 구매 시 고려하는 선택기준에 대하여 5점 리커트 척도로 설문조사한 결과는 <Table 4>와 같다.

남녀 30·40대에서 구매할 때 고려하는 선택기준 순위

는 ‘가격’ 4.35점, ‘사이즈 및 패턴’ 4.34점, ‘색상’ 4.32점, ‘디자인’ 4.30점 순으로 조사되었다. 다음으로 ‘활동성 및 착용감’이 4.24점이었으며, 반면에 ‘A/S등의 부가서비스’, ‘브랜드 유명세’, ‘세탁 및 관리의 용이성’, ‘유행성’ 등은 3점(보통이다)대 이었다.

특히 ‘유행성’은 3.49점으로 구매 시 선택하는데 가장

(Table 4) Factor effect to select when purchasing ultralight down jumpers.

Item	Mean(SD)	Independent Samples t-test		
		Sex	Mean(SD)	Sig.
Price	4.35(0.61)	Male	4.31(0.62)	.136
		Female	4.38(0.59)	
Size and Pattern	4.34(0.56)	Male	4.34(0.53)	.933
		Female	4.34(0.60)	
Color	4.32(0.57)	Male	4.28(0.54)	.074
		Female	4.36(0.59)	
Design	4.30(0.59)	Male	4.27(0.58)	.471
		Female	4.32(0.61)	
Activity, Wearing comfort	4.24(0.65)	Male	4.27(0.70)	.064
		Female	4.22(0.61)	
Fabric, Quality, Sewing	4.09(0.67)	Male	4.01(0.70)	.046*
		Female	4.17(0.63)	
Functionality	4.02(0.73)	Male	3.97(0.73)	.342
		Female	4.06(0.74)	
After service	3.71(0.93)	Male	3.64(0.90)	.231
		Female	3.78(0.96)	
Brand popularity	3.60(0.82)	Male	3.48(0.77)	.039*
		Female	3.70(0.86)	
Washing of clothes, Ease of management	3.57(0.83)	Male	3.47(0.83)	.046*
		Female	3.67(0.81)	
Fashion, Trend	3.49(0.90)	Male	3.37(0.94)	.048*
		Female	3.60(0.86)	

* p < .05

영향을 미치지 못하고 있는 것을 알 수 있었다. 30·40대 연령에서는 초경량 다운점퍼의 구매 시 유행성에는 아직 민감하게 느끼지 못하고 있는 것을 알 수 있었다. 성별에 따라 독립표본 t검정 분석을 실시한 결과 몇몇 항목에서 * $p < .05$ 수준에서 두 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

초경량 다운점퍼를 구입하는 목적을 조사하여 분석한 결과 ‘따뜻해서’가 62명(25.8%), ‘소재가 가볍고 구김이 없어서’가 55명(22.9%), ‘아웃도어, 스포츠, 골프 등의 활동과 일상생활에 결합 수 있는 활용성이 좋아서’가 52명(21.7%), ‘입고 활동하기가 편해서’가 36명(15.0%), ‘기능성이 좋아서’가 25명(10.4%), ‘디자인과 색상이 좋아서’가 8명(3.3%), ‘유행을 따라가기 위해’ 2명(0.8%)이었다.

또한 성별에 따라 구입목적에 차이가 있었는데 교차분석 결과 남자는 ‘아웃도어, 스포츠, 골프 등의 활동과 일상생활에 결합 수 있는 활용성이 좋아서’ 구매를 하였고, 여자는 ‘따뜻해서’ 구매를 가장 많이 하는 것을 알 수 있었다.

주로 구매는 어디서 하는지 조사한 결과 ‘백화점’이 71명(29.6%), ‘대형할인매장’이 70명(29.2%), ‘로드샵(대리점, 브랜드 직영점)’이 63명(26.3%)이었으며, ‘TV홈쇼핑’이 13명(5.4%), ‘인터넷 쇼핑’ 21명(8.8%), ‘멀티샵(동대문, 시장 등)’이 2명(0.8%)순이었다. 표본 집단이 대인지역에 거주하는 특성상 ‘멀티샵(동대문, 시장 등)’은 2명에 불과한 것으로 사료된다. 또한 성별에 따라 구매 장소에 차이가 있었는데 남자는 ‘대형할인매장’에서 여자는 ‘백화점’에서 구매를 많이 하는 것으로 조사되었다.

구매는 주로 누가하는지를 조사한 결과 ‘대부분 본인’이, 156명(65.0%), ‘본인과 배우자가 같이 가거나, 혹은 따로 가지만 시간이 되는 사람이’ 45명(18.8%), ‘대부분 배우자가’ 34명(14.2%), ‘자녀나 자녀의 배우자’가 5명(2.1%)순이었다.

초경량 다운점퍼를 구입할 때 사용하고 싶었던 의도에 대하여 살펴본 결과 ‘일상 바깥활동을 위하여’가 158명(65.8%)이었으며, ‘아웃도어’로 사용하고 싶었던 의도로 48명(20.0%)이었으며, ‘스포츠 활동’이 29명(12.1%), ‘골프 활동’이 5명(2.1%)로 조사되었다.

구매 정보를 어디에서 얻는지를 조사한 결과 ‘친구 또는 가족의 조언’ 56명(23.3%), ‘매장 디스플레이’ 54명(22.5%), ‘인터넷’ 43명(17.9%), ‘과거 구매 경험’ 39명(16.3%), ‘TV또는 지면광고’ 36명(15.0%), ‘상점 직원’

12명(5.0%)으로 조사되었다. 초경량 다운점퍼를 구매하여 입고 가장 많이 하는 활동을 조사한 결과 ‘일상 바깥활동’이 191명(79.6%)로 가장 많았고, 다음으로 ‘등산’이 32명(13.3%)이었으며, ‘스포츠 활동’ 10명(4.2%), ‘골프’ 7명(2.9%)이었다.

다음으로 초경량 다운 점퍼를 구매하려는 상황에서 ‘가격’과 ‘상표’, ‘기능성’ 항목이 구매에 어떤 영향을 미치는지를 5점 리커트 척도로 조사한 결과는 <Table 5>와 같다.

문항에 대하여 신뢰도 분석을 실시한 결과 Cronbach's Alpha 신뢰도 계수가 0.828로 분석되어 설문에 응답하는 사람들이 일관되게 측정에 응했다고 판단된다.

먼저 ‘가격’ 관련 항목에서는 ‘값은 너무 비싸므로 되도록 싸게 사야 한다.’는 문항에서 4점 이상이 167명(69.6%)이었고, ‘세일 때 사야 잘 구매했다라는 생각이 든다’, ‘제품을 구매할 때는 몇 %세일하는지가 중요하다’ 항목도 4점 이상으로 155명(64.6%) 이었다. ‘나는 세일 중인 상표의 제품을 더 많이 사는 것 같다’ 항목도 150명(62.5%) 이었다. 이러한 결과 초경량 다운 점퍼는 ‘가격’이 비싸므로 저렴하게 구매하는 것이 중요한 사항이 됨을 알 수 있었다.

‘상표’에 대한 항목에서는 ‘나는 비싼 상표의 옷을 입은 사람에게 주목 한다’, ‘폼이 있어 보이기 위해 비싸더라도 유명상표를 구입 한다’, ‘사람들은 내가 구입한 제품의 가격이나 상표로 나를 평가 한다’, ‘내가 값비싼 제품을 산다면 남들이 부러워 할 것이다’, ‘비싼 제품 한 벌보다 유명상표가 아니라도 값싼 여러 벌이 낫다’의 항목에서 평균 2점대로 ‘상표’의 중요성은 낮음으로 조사되었다.

결과적으로 초경량 다운점퍼 구매 시 30-40대에서는 ‘가격’이 ‘상표’보다 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있었다. ‘기능성’에 대한 항목에서는 긍정의 대답을 한 결과는 ‘무엇보다 기능성 때문에 구입 한다’는 4점 이상이 70명(29.2%)이었고, ‘가격이 다소 비싸더라도 기능성을 높인 제품을 구매 한다’도 87명(36.2%)이었다. ‘일반제품 보다 기능이 뛰어난 제품을 더 선호 한다’는 111명(46.3%)으로 조사되었다.

4. 초경량 다운점퍼에 대한 만족도

구입한 초경량 다운점퍼에 대한 만족도 항목에 대하여 신뢰도 분석을 실시한 결과 Cronbach's Alpha 신뢰도 계수가 0.885이었다.

<Table 5> The effect of 'Price', 'Brand' and 'Function' to customers when purchasing ultralight down jumpers.

	Item	Mean(SD)
Price	Since prices are too expensive, I'd better buy products cheaply if possible	3.82(0.89)
	I consider 'Can I get my money's worth by wearing the products?' when I choose them	3.77(0.82)
	I tend to think 'I bought well' when I buy things on sale	3.75(0.97)
	When purchasing, How much on sale is important	3.72(0.91)
	I tend to buy products of brands on sale	3.65(0.88)
	I buy products if their quality is good against the prices regardless of their brands	3.48(0.87)
	Products are expensive for some reasons.	3.40(0.87)
	If someone complains 'I bought these clothes too expensively', I would advise the person 'Buy at such and such places next time'	3.11(0.99)
	Expensive products are high in quality	3.10(0.93)
	As prices are set based on quality, I buy expensive clothes in trust	2.93(0.94)
Brand	If I see 'on sale' advertisements on the street by accident, I make sure to take a look at them	2.71(0.98)
	Several suits of cheap clothes are better than one expensive suit of clothes even when they are not famous brands	2.95(0.95)
	I pay attention to people dressed in clothes of expensive brand	2.80(0.89)
	If I buy expensive products, people will envy me	2.72(0.93)
	People evaluate me by the prices or brands of the products I buy	2.67(0.89)
Function	I buy famous brands to earn prestige even if they are expensive	2.62(0.95)
	I prefer products with better functions than general products	3.41(0.80)
	I think that products with better functions are of higher quality than general products	3.33(0.78)
	I tend to check materials and functions of products meticulously when making purchases	3.29(0.80)
	I think that the better the functions of products, the longer they last	3.26(0.84)
	I buy products with better functions even if their prices are more or less expensive	3.19(0.82)
	I think it is a good brand that makes products with good functions	3.18(0.89)
	Brand of a product is important when making a purchased	3.11(0.88)
I buy products for functions more than anything else	3.07(0.81)	

만족도 항목에 대하여 조사한 결과는 <Table 6>과 같다. 항목별 평균과 4점 이상(만족한다)라고 응답한 결과를 살펴보면 가장 높은 점수로 조사된 것은 '몸에 맞는 정도'가 평균 3.69점, 160명(66.7%)이 만족한다고 응답하였다. 다음으로 '활동성 및 착용의 용이' 항목이 3.63점으로 142명(59.2%) 만족한다고 응답하였다.

'의복의 성능', '색상과 무늬', '디자인', '상표', '재단

및 바느질 상태', '기능성 효과', '전체적인 모습과 실루엣'의 항목에서 전체적으로 3.50 이상으로 조사되었다. 이에 반해 'A/S 서비스', '폼위와 품격', '의복의 세탁 및 관리의 용이성', '교환과 환불', '가격' 항목에서 2점대의 점수로 만족점수가 보통이하로 나타났다. 특히 '가격' 항목이 제일 낮은 2.79점으로 83명(34.6%)이 불만족한 것으로 조사되었다.

초경량 다운점퍼에 대한 가장 불만족한 항목은 ‘가격’임이 이번 설문조사를 통하여 알 수 있었다. 다음으로 구매하여 초경량 다운점퍼를 사용 후 불만이 있었던 사항을 조사한 결과 ‘털 빠짐’이 116명(48.3%), ‘내세탁성(염색성, 표면변화. 털 뭉침, 수축. 기타)’이 67명(27.9%), ‘표면변화(찢어짐, 구멍)’이 31명(12.9%), ‘외관’이 15명(6.3%), ‘봉제 상태’가 11명(4.6%)로 조사되었다.

연령에 따라 만족도에 차이가 있는지를 독립표본 T검정 분석을 통하여 살펴본 결과 ‘몸에 맞는 정도’는 $p < .001$ 수준에서, ‘상표’는 $p < .01$ 수준에서, ‘의복의 세탁 관리의

용이성’ 항목에서 $p < .05$ 수준에서 두 집단 간에 유의한 차이가 있었다.

최종학력에 따라 초경량 다운점퍼에 대한 만족도의 평균차이가 유의미한지 일원배치분산분석을 실시한 결과 몇몇 항목에서 유의미한 차이를 나타냈다. ‘기능성효과, 염색 상태, 착용용도의 다양성’ 항목에서 $p < .01$ 수준에서, ‘색상과 무늬, 디자인, 전체적인 모습 실루엣, 옷감의 종류, 용도의 적합성, 다른 사람들의 반응, 나에게 어울림, 용도의 적합성, 의복의 세탁 관리의 용이성’ 항목은 $p < .05$ 수준에서 유의미한 차이가 있었다.

〈Table 6〉 Level of satisfaction with purchased ultralight down jumpers

Item	Mean(SD)	Independent Samples	One-Way ANOVA
		t-test	
		Age	Level of education
		Sig.	Sig.
Degree of fitness to body	3.69(0.58)	.000***	.203
Ease of wearing, Easy movements	3.63(0.63)	.416	.056
Performance of clothes	3.62(0.62)	.350	.200
Color and Pattern	3.57(0.66)	.957	.036*
Design	3.55(0.58)	.531	.024*
Brand	3.54(0.60)	.003**	.234
Treatment of cutting and sewing	3.53(0.68)	.064	.139
Effect of functionality	3.53(0.68)	.183	.005**
Overall figure, Silhouette	3.50(0.61)	.368	.048*
Kind of cloth fabric	3.47(0.63)	.757	.017*
Quality	3.46(0.69)	.902	.774
Suits me	3.45(0.65)	.647	.047*
Use suitability	3.45(0.61)	.189	.015*
Response of other people	3.45(0.65)	.718	.013*
Treatment of dyeing	3.40(0.68)	.986	.006**
Variety in usage of wearing	3.40(0.63)	.183	.006**
Finishing touch	3.37(0.69)	.220	.451
Matching with other clothes	3.32(0.64)	.488	.319
Accessory materials	3.10(0.63)	.399	.117
After sales service	2.99(0.69)	.713	.108
Prestige, Dignity	2.97(0.76)	.418	.077
Washing of clothes, Ease of management	2.95(0.75)	.024*	.049*
Exchange, Refund	2.93(0.82)	.115	.723
Price	2.79(0.89)	.966	.769

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

IV. 결론 및 제언

본 연구는 최근 많이 생산하여 판매되고 있으며 봄·가을 스포츠 웨어 뿐만 아니라 일상복으로도 많이 입고 있는 초경량 다운점퍼에 대하여 많이 입고는 있지만 이에 반해 불만스러운 부분도 대두되고 있는 상황에 본 연구에서는 1차적으로 초경량 다운점퍼 제품에 대하여 소비자들 이 어느 정도 알고 있는지 지식정도와 구매 시 영향을 미치는 요소와 구매하여 입었던 제품에 대한 만족도를 조사하고자 하였다.

1. 소비자들의 초경량 다운점퍼에 대한 지식 정도에 대하여 살펴본 결과 ‘초경량 소재에 대하여 알고 있다’의 항목에서는 54.6%가 모르고 있었고, ‘충진도에 대하여 알고 있다’의 항목에서는 52.5%가 알지 못하고 있는 것으로 조사되었다. ‘충진제의 조성혼합물에 대하여 알고 있다’의 항목에서는 62.1%가 알지 못한다고 나타났다. 이결과 초경량 소재를 사용한 다운점퍼에 대하여 절반 이상이 잘 알지 못하며 구매하여 착용하고 있음을 알 수 있었다.

세탁이나 오염이 발생하거나 표면이 찢어지거나 구멍이 생겼을 때 대처 방법에 대해 조사한 결과 ‘세탁방법에 대하여 알고 있다’라는 항목에는 33.4%가 잘 모르고 있었으며, ‘오염이 발생했을 때 대처하는 방법을 알고 있다’의 항목에서는 평균 2.41점 58.4%가 대처 방법을 알지 못한다고 응답하였고, ‘표면이 찢어졌거나 구멍이 생겼을 때 대처하는 방법을 알고 있다’의 질문에는 평균 2.34점이었으며 63.7%가 알지 못하고 있는 것으로 조사되었다.

다음으로 ‘조성혼합물’에 대한 신뢰정도는 평균 2.61점 42.5%가 신뢰하고 있지 않다고 응답하였고, 제품의 ‘충진도’ 또한 평균 2.74점으로 36.7%가 신뢰점수가 낮은 것으로 조사되었다.

이러한 결과로 볼 때 초경량 다운점퍼에 대한 지식은 전체적으로 평균 2점대로 잘 알지 못하고 있는 것으로 조사되었고, 신뢰정도 또한 낮은 것을 알 수 있었다.

2. 30·40대 남녀가 초경량 다운점퍼를 구매할 때 고려하는 선택기준 순위는 ‘가격’ 4.35점, ‘사이즈 및 패턴’ 4.34점, ‘색상’ 4.32점, ‘디자인’ 4.30점 순으로 조사되었다. 다음으로 ‘활동성 및 착용감’이 4.24점이었으며, 반면에 ‘A/S 등의 부가서비스’, ‘브랜드 유명세’, ‘세탁 및 관리의 용이성’, ‘유행성’ 등은 3점(보통이다)대 이었다.

특히 ‘유행성’은 3.49점으로 구매 시 선택하는데 가

장 영향을 미치지 못하고 있는 것을 알 수 있었다. 30·40대 연령에서는 초경량 다운점퍼의 구매 시 유행성에는 아직 민감하게 느끼지 못하고 있는 것을 알 수 있었다.

초경량 다운점퍼를 구입하는 목적을 조사하여 분석한 결과 ‘따뜻해서’가 62명(25.8%), ‘소재가 가볍고 구김이 없어서’가 55명(22.9%), ‘아웃도어, 스포츠, 골프 등의 활동과 일상생활에 결합 수 있는 활용성이 좋아서’가 52명(21.7%), ‘입고 활동하기가 편해서’가 36명(15.0%), ‘기능성이 좋아서’가 25명(10.4%), ‘디자인과 색상이 좋아서’가 8명(3.3%), ‘유행을 따라가기 위해’ 2명(0.8%)이었다. 또한 성별에 따라 구입목적에 차이가 있었는데 남자는 ‘아웃도어, 스포츠, 골프 등의 활동과 일상생활에 결합 수 있는 활용성이 좋아서’ 구매를 하였고, 여자는 ‘따뜻해서’ 구매 하는 것으로 조사되었다.

초경량 다운 점퍼를 구매하려는 상황에서 ‘가격’, ‘상표’, ‘기능성’ 항목이 구매에 어떤 영향을 미치는지를 조사한 결과 30-40대 남녀는 ‘가격’이 ‘상표’보다 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있었고, 기능성에 대한 영향력은 30%이상 정도는 된다는 것을 알 수 있었다.

3. 구입한 초경량 다운점퍼에 대한 만족도에 대하여 조사한 결과 가장 높은 점수로 조사된 것은 ‘몸에 맞는 정도’가 3.69점으로 160명(66.7%)이 만족한다고 응답하였다. 다음으로 ‘활동성 및 착용의 용이’ 항목이 3.63점으로 142명(59.2%)이 만족한다고 응답하였다. ‘의복의 성능’, ‘색상과 무늬’, ‘디자인’, ‘상표’, ‘재단 및 바느질 상태’, ‘기능성 효과’, ‘전체적인 모습과 실루엣’의 항목에서 전체적으로 3.50점 이상으로 조사되었다. 이에 반해 ‘A/S 서비스’, ‘폼위와 폼격’, ‘의복의 세탁 및 관리의 용이성’, ‘교환과 환불’, ‘가격’ 항목에서 2점대의 점수로 만족점수가 보통이하로 나타났다.

특히 ‘가격’ 항목이 제일 낮은 2.79점으로 83명(34.6%)이 불만족한 것으로 조사되었다. 초경량 다운점퍼에 대한 가장 불만족한 항목은 ‘가격’임이 이번 설문조사를 통하여 알 수 있었다. 다음으로 불만이 있었던 항목은 ‘털 빠짐’이 116명(48.3%), ‘내세탁성(염색성, 표면변화, 털 뭉침, 수축, 기타)’이 67명(27.9%), ‘표면변화(찢어짐, 구멍)’이 31명(12.9%), ‘외관’이 15명(6.3%), ‘봉제 상태’가 11명(4.6%)순으로 조사되었다.

본 연구는 대전지역에 거주하는 남녀 30-40대 240명을 대상으로 분석한 결과이므로 이를 확대 해석하기보다는

참고자료로 사용하길 바라며, 본 연구를 통하여 다운 제품을 개발하는데 기초가 되는 연구 자료가 될 수 있기를 기대한다. 또한 소비자들의 제품에 대한 불만족한 부분을 방지하기 위한 방안을 고려하여 조금이나마 품질 개선된 제품을 생산하는데 도움이 되고자 한다.

주제어 : 초경량 다운점퍼, 아웃도어, 기능성, 만족도

참고문헌

- Cho, A. L., Son, Y. J., & Lee, I. S. (2014). A Design Development for the Outdoor Wear for New Senior Generation, *Journal of Korea Design Knowledge*, 31, 65-75.
- Choi, J. Y.(2009). *A study of the down jacket pattern for the outdoor women*, Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Korea.
- Jeon, M. J., Oh, H. S., & Kim, J. W. (2012). A study on the Outdoor Wear Evaluation Criteria and Purchase Practices According to Fashion Lifestyle, *The Society of Korea Illusart*, 15(3), 201-208.
- Kim, C. T.(2013). *A Study on Purchase Behavior of Outdoor Goods and Benefits Sought among Consumers in Mid-and Small-Sized Regions*. Unpublished master's thesis, kyeongnam National University of Science and Technology, Jinju, Korea
- Kim, I. E., Ha, J. S.(2012). A Study on Design Characteristics in Outdoor Wear.*Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(1), 93-109.
- Kim, Y. B., Jang, W., Kim, K. R., Kim, S. Y., Baek, Y. J., & Lee, J. Y. (2015). Comparisons of Thermal Insulations between on Air-Cell Pack Embedded Jacket and Down Jackets, *Journal of Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(1), 55-62.
- Lee, D. A., Moon, S. J., & Chung, S. H. (2013). Development of a Down-alternative Outdoor Jacket design, *Journal of Korean Society of Costume*, 63(8), 143-155.
- Lee, J. W.,(2011). A Study of consumer attitude on high-functionality outdoor wear price : the influence of outdoor activities' motivation and consumer knowledge. Unpublished master's thesis, Korea University, Korea.
- Lee, H. S.(2012). Pattern of the padding jacket for young women. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Korea.
- Oh, H. S.(2011). A Study on the Market of the Outdoor Wear. *The Society of Korea Illusart*, 14(3), 99-104.
- Korea Consumer Agency(2014). Report on the result of quality comparison test for outdoor down jumpers. Seoul: Korea Consumer Agency.
- Korea Consumer Agency(2013). Down jumpers of famous SPA brands differ greatly in price and quality. Seoul: Korea Consumer Agency.
- Korea Consumer Agency(2010). Ultralight down jumpers claiming to be 'light and warm' actually lack quality in many cases. Seoul: Korea Consumer Agency.

Received 27 July 2015;

1st Revised 15 September 2015;

Accepted 22 October 2015