

레인코트용 자카드 직물의 소비자 요구도 및 패턴 이미지 감성 평가

김정화 · 이정순[†]

충남대학교 의류학과

Consumer Needs and Pattern Sensibility of Jacquard fabrics for Raincoat

Jeong-Hwa Kim and Jung-Soon Lee[†]

Dept. of Clothing and Textiles, Chungnam National University, Daejeon, Korea

Abstract : This study identifies consumer needs and a pattern sensory evaluation of jacquard fabrics for raincoats using quick-drying-absorbing polyester. We investigate the consumer's consciousness and raincoat improvements. Twelve kinds of jacquard fabrics were developed for use in this study. Developed jacquard fabrics were assessed subjectively by 152 university students using a 7-point scale of 26 consumer needs and 31 pattern image sensory descriptors. Data were analyzed by SPSS. The major results were: There was a need for consumers to improve the front fastener type, cuff fastener, mesh patch position, and raincoat pocket position. The most important parameter to choose raincoat fabric was waterproof and the other parameters were vapor-porous/water repellent, design, color, fashionability, air-permeability and easy-put on/off. The pattern image sensibility of jacquard fabrics was explained by seven factors: gorgeous, simple, cute, futuristic, ethnic, feminine, and cool. A higher pattern preference was found in the jacquard fabrics of unique, sporty, natural, luxurious, and trendy images. The pattern preference was predicted at 45.3% with gorgeous, simple, pure, cute, futuristic factors. The correlation coefficient between the pattern image sensibility factor 1 (gorgeous) and pattern preference was 0.674 and with factor 3 (cute) was 0.416, and with factor 6 (cool) was 0.209. The 4 factors (gorgeous, simple, cute, futuristic) were selected as a significant pattern image sensibility that influenced preference.

Key words : consumer needs(소비자 요구도), pattern sensibility(패턴감성), preference(선호도), jacquard fabrics(자카드 직물), raincoat(레인코트)

1. 서 론

지구 온난화로 인한 예측 불가능한 이상기후 현상은 거시적인 트렌드나 환경친화적인 트렌드 뿐 아니라 변화한 기후에 적응하기 위한 기능성 아웃도어의 하이브리드 패션 트렌드에도 영향을 미치고 있다. 극한의 날씨로 각광받게 된 기능성 아웃도어 웨어들은 단순히 소재의 기능적 측면을 강조하기 보다는 패션성을 잃지 않으면서도 실용적인 측면을 강조하게 되었고, 더불어 패션 브랜드의 아웃도어 웨어 시장 진출로 디자인에 대한 소비자의 욕구가 더욱 증대되는 계기를 만들어, 다양성, 디자인, 실용성으로 틈새 시장을 장악하는 추세를 보이고 있다. 변화한 기후는 패션의 시즌 구분을 비롯해 실제 패션 아이템에도 큰 영향을 미쳐 아웃도어 의류가 더 이상 등산이나 익스트림 스포츠를 즐길 때만 착용하는 의류가 아닌 일상생활과 함께하는 일상복으로 인식되고 있다. 또한 집중호우와 대기중 환경오염 물질의 증가, 방사능, 미세먼지, 황사에 대한 우려로 인해

장마철 한시적으로만 착용되었던 레인코트는 일상의 패션 아이템으로 새롭게 부상하고 있다. 이는 국내의 레인코트 제품류의 시장규모를 보면 알 수 있는데 2011년 해외 레인코트 제품류의 시장규모가 4조원이었고, 국내 레인코트 제품류의 시장규모는 1000억 원대로 나타났다(Korea Fashion & Textile News, 2012).

레인코트는 비나 눈이 내릴 때 의복을 보호하기 위하여 착용하는 방수용 코트로서 짜임새가 치밀한 능직이나 평직의 면직, 모직물 또는 나일론·폴리에스터 등과 같은 합성섬유 직물이 사용되고 여기에 발수 또는 투습방수 기능을 부여하는 가공을 하고 있다(Korea Textile Development Institute, 1999). 레인코트류의 아이템들은 투습·방수성이 핫이슈로 많은 제품들이 생산, 판매되고 있으나, 아웃도어 스타일로 기능성만을 중시하여 패션 제품의 다양성은 결여되고 있는 실정이다.

선행연구(Kim, 2013)에 따르면 아웃도어 웨어 소비자들의 제품구입 과정에서 우선 순위로 고려하는 요소들은 디자인, 기능, 브랜드, 가격 순으로 나타남에 따라 아웃도어 제조업체는 소비자 니즈(needs)를 정확히 파악하여 순발력 있게 대응하는 것이 경쟁력의 관건이 될 것이라고 보고하였다. 또한 Kim and Lee(2000)는 의복무늬의 시각적 감성연구에서 소비자의 의복무늬에 대한 선호도, 구매욕구, 고급감이 서로 유의미한 영향을

[†]Corresponding author; Jung-Soon Lee
Tel. +82-42-821-6830, Fax. +82-42-821-8887
E-mail: jungsoon@cnu.ac.kr

Table 1. Characteristics of jacquard fabric

	Fiber	Density (yarn/inch)	Yarn Count (denier/filament)	Construction	Weight (g/m ²)	Width (inch)
Warp	Polyester	244	50/34	Jacquard	92	60
Weft	QDA* Polyester	120	45/36	Jacquard		

QDA*: Quick drying and absorbing

주고 받음으로써 선호와 구매로 연결되며, 고급감은 의복무늬 구성을 통해서 나타나는 전체적인 의복 이미지를 평가하는 감성과 연결되므로 디자인 기획이나 마케팅 전략 수립에 있어 기초자료로서 활용될 수 있을 것이라고 하였다. 따라서 투습·방수성의 고기능성을 유지하면서 패션 감각을 부각시켜 우중충한 날씨에도 밝고 화사하게 입을 수 있는 소비자 감성에 적합한 레인코트 소재의 개발이 필요한 실정이다. 아웃도어 웨어의 소비자 실태나 디자인개발에 대한 선행 연구로는 아웃도어 웨어 디자인 특성에 관한 연구(Kim & Ha, 2012), 아웃도어 상품개발을 위한 디자인 연구(Sim et al., 2012), 아웃도어 웨어의 착용실태와 디자인 개발 연구(Park et al., 2002) 등이 있으며, 투습방수 고기능성 스포츠 웨어의 착용 쾌적성에 관한 연구(Baik & Kim, 2005; Cho & Ryu, 2000; Kang et al., 2012, Park et al., 2007) 등이 있다. 또한 의복이나 직물의 패턴 감성에 관한 연구로는 남성셔츠 줄무늬 특성의 감성지각에 관한 연구(Kong & Kwon, 2013), 남성복 문양의 감성 이미지와 선호도에 관한 연구(Park, 2004), 남성복 캐주얼 무늬셔츠에 대한 패션감성과 소비감성에 관한 연구(Lee & Lee, 2009), 블록 스트라이프 패턴의 감성에 관한 연구(Lee et al., 2002), 자카드 직물 디자인 트렌드 분석연구(Seo, 2009), 자카드 직물의 감성평가에 관한 연구(Lee et al., 2008), 인테리어 직물의 감성평가에 관한 연구(Kim et al., 2009)와 옵티컬 패턴에 대한 감성평가(Kim & Kim, 2010), 직물의 감성평가에 대한 색상과

문양의 효과(Lee, 2008) 등이 있으나, 레인코트 소재에 대한 패턴 감성에 관한 연구는 전무한 실정이다. 이에 본 연구에서는 기능성과 패션성을 겸비한 자카드 직물로 레인코트 소재를 개발하고 레인코트에 대한 소비자 요구도와 레인코트용 자카드 직물에 대한 패턴 감성평가를 실시하여 기존의 레인코트 시장에 경쟁력과 부가가치를 지닌 새로운 소재 개발을 위한 자료를 제공하고자 하였다.

2. 연구 방법

2.1. 레인코트용 자카드 직물 개발

레인코트용 자카드 직물 디자인으로 총 12종의 디자인(도트, 캐릭터, 호피, 해골, 별, 악보, 덩굴식물 선, 한글, 우산, 트라이앵글, 알파벳 B, 바람개비)을 개발하고 Fig. 1에서 보는 바와 같이 레인코트용 자카드 직물을 제작하였다. 직물의 특성은 Table 1과 같다. 경사는 폴리에스터 50D를 사용하였으며, 위사는 45D의 흡탄속건 폴리에스터를 사용하였다. 피험자들의 직물 패턴감성 평가에서 직물 패턴에 대한 색상의 영향을 배제하기 위해 12종의 디자인으로 제작된 자카드 직물은 모두 백색으로 관능평가용 시료를 준비하였으며, Fig. 1에서 보여지는 brown계열 색상의 시료들은 직물패턴이 시각적으로 인지될 수 있도록 본 연구실에서 염색한 것이다. 염색은 E-type의 분산염료 red, blue, yellow를 각각 3:3:4로 혼합하여 1%(o.w.f.)의



Fig. 1. Patterns of jacquard fabric (Fab.1: skeleton, Fab.2: Hangul, Fab.3: alphabet B, Fab.4: lianoid stripe, Fab.5: music, Fab.6: triangle, Fab.7: pinwheel, Fab.8: dot, Fab.9: tiger skin, Fab.10: star, Fab.11: character, Fab.12: umbrella).

농도로 120°C에서 30분간 I.R Dyeing machine을 이용하여 실시하였다.

2.2. 소비자 요구도 및 패턴 이미지 감성 평가를 위한 설문

본 연구에는 충남대학교 남녀 대학생 152명이 피험자로 참여하였으며, 설문조사와 관능평가는 2013년 4월 2일~29일까지 실시되었다. 설문지는 인구통계학적 항목과 레인코트에 대한 관심도, 개선사항, 소비자 요구도, 패턴감성 평가 등으로 구성되었다. 레인코트에 대한 소비자 요구도를 조사하는 설문지는 선행연구와 자유 기술식 예비설문의 결과를 반영하여 방수성, 투습/탈수성, 디자인, 색상, 패션성, 통기성, 탈착용이성, 소재, 심썰링성, 피트성, 무게(중량)감, 가격, 촉감(재질)감, 방오성, 사이즈, 세탁용이성, 보관용이성, 휴대성, 항공방취성, 두께, 앞여밈 방법, 포켓의 기능성, 소매여밈기능, 신축성, 칼라형태, 후드여밈장치 등 총 26항목으로 구성하였으며, 각 항목에 대한 중요도 평점을 ‘전혀 중요하지 않다’, ‘중요하지 않다’, ‘보통이다’, ‘중요하다’, ‘매우 중요하다’의 5점 척도에 표시하도록 하였다.

레인코트용 자카드 직물의 패턴 이미지 감성 평가를 위한 설문지는 피험자 집단의 자유기술식 설문조사를 바탕으로 추출된 어휘와 선행연구(Cho & Lee, 2005; Cho & Lee, 1998; Cho & Lee, 2003)에서 사용된 감성 어휘를 포함하여 총 31개의 패턴 감성 형용사로 구성되었다. 감성평가는 피험자에게 20 cm×20 cm 크기의 시료를 나누어 주고, 무너를 충분히 보게 한 후 선호도를 비롯한 각각의 감성어휘에 대하여 7점 리커트 척도로 체크하도록 하였다.

2.3. 자료 분석방법

자료분석은 SPSS 21 통계 패키지를 이용하여 통계분석을 실시하였다. 설문 대상자의 인구 통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 성별에 따른 중요도와 패턴 감성평가의 차이를 분석하기 위해 분산분석을 실시하였다. 패턴 감성평가의 하위 요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시하였으며, 요인과 변수들을 보다 의미있게 구분하기 위하여 Kaiser 정규화가 있는 Varimax 방법에 의한 직교회전을 이용하였고, 각 요인과 유의한 부하량을 보인 문항들의 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 이밖에도 패턴 감성과 선호도와의 관계를 살펴보기 위해 상관분석과 회귀분석을 실시하였다. 선호도에 영향을 미치는 패턴 감성 요인 구조를 살펴보기 위해 단계적 회귀분석을 실시하였고, 중회귀 분석을 통해 선호

Table 2. Demographic characteristics of subjects

Characteristics		Frequency (persons)	Percentage (%)
Gender	male	64	42.1
	female	88	57.9
Major	major in clothing & textile	83	54.6
	non major in clothing & textile	69	45.4

도에 대한 추정회귀식을 도출하였다.

3. 결과 및 논의

3.1. 인구통계학적 특성과 레인코트에 대한 관심도

Table 2에서 보는 바와 같이 설문 대상자 152명 중, 여학생은 88명으로 54.6%, 남학생은 64명으로 42.1%를 차지하였다. 또한 의류학 전공학생은 54.6%, 의류학 이외의 전공 학생은 45.4% 이었다.

레인코트에 대한 일반적인 관심도에 관한 설문에서는 Table 3에서 보는 바와 같이 관심있다가 70.4%로 높게 나타났고, 착용경험과 구매의사는 각각 77.6%, 55.3%로 나타났다. 레인코트 활용도의 설문에서는 비오는 날에만 착용하는 것을 선호하는 응답이 73%로 나타났으며, 우천시와 일상에서 착용하는 것을 선호하는 응답은 27%로 나타났다.

3.2. 레인코트에 대한 개선사항

본 연구의 예비설문 조사에서 open-end 방식으로 실시한 레인코트에 대한 소비자들의 불편사항과 개선점을 정리한 결과, 소비자들은 소매여밈 방식, 포켓 위치, 매쉬패치 적용부위, 앞여밈 방식 등을 불편사항으로 응답하였다. 따라서 이 항목에 대한 개선안을 본 설문조사에서 실시하여 그 결과를 Fig. 2에 나타내었다. 레인코트의 소매여밈 형태는 버튼 커프형이 43.4%로 가장 많았고, 고무밴드형은 36.2%, 벨크러 커프형은 19.7%로 나타나 버튼 커프형을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 전면 패스너의 방식은 닫개있는 지퍼 > 스냅단추 > 지퍼 > 닫개있는 단추 순으로 선호하는 것으로 나타났으며, 포켓의 위치는 걸면하단이 52%로 가장 많고, 다음은 내면상단과 하단이 17.8%로 선호하는 포켓위치로 조사되었다. 매쉬패치 적용 부위는 겨드랑이부위가 52.0%로 가장 높게 나타났으며, 등부위가 28.3%, 소매부위가 11.8%, 가슴부위가 7.9%로 나타나 본 연구의 예비

Table 3. Interest and preference for raincoat

	Interest				Buying intention		Wear-experience		Utility	
	Very high	High	Moderate	Have no	Yes	No	Yes	No	only rainy day	daily & rainy day
Frequency (persons)	38	69	33	12	84	68	118	34	111	41
Percentage (%)	25.0	45.4	21.7	7.9	55.3	44.7	77.6	22.4	73.0	27.0

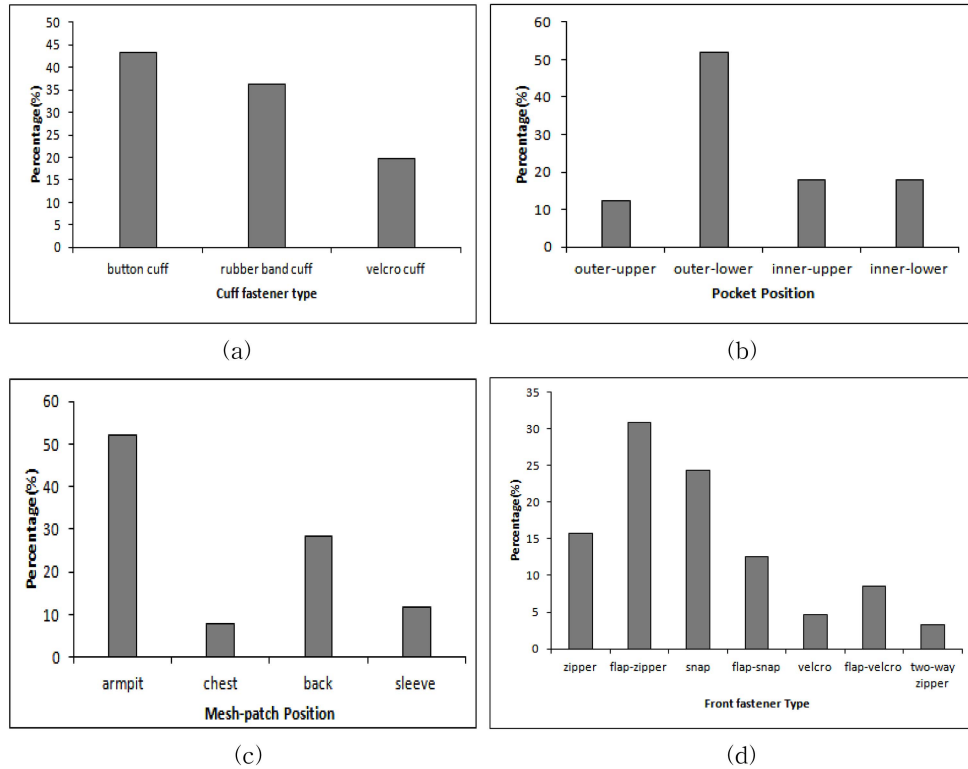


Fig. 2. Raincoat's improvement of consumers. (a) Cuff fastener type. (b) Pocket position (c) Mesh-patch position. (d) Front fastener type.

설문에서 조사한 결과, 레인코트 착용시 가장 문제가 되었던 착용 쾌적성을 위한 수증기 배출의 부위로 소비자들은 겨드랑이 부위가 가장 효과적인 위치라고 생각하는 것으로 나타났다.

3.3. 레인코트에 대한 소비자 요구도

레인코트에 대한 소비자의 요구도 조사는 제품에 대한 소비자 요구사항 중 어떤 항목이 중요한지를 분석하여 제품생산에 반영함으로써 레인코트 시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 제품 개발의 자료로 활용될 수 있다. 레인코트에 대한 26개의 소비자 요구사항에 대해 중요도 평점을 조사한 결과를 Table 4에 나타내었다. 추출된 각각의 요구사항에 대하여 일관성 있는 가중치 비교를 위해 1~5점까지의 중요도 점수를 부여하도록 하였다. Fig. 3에서 보는 바와 같이 레인코트에 대해 소비자가 중요하게 고려하는 요구사항은 방수성, 투습발수성, 디자인, 색상, 패션성, 통기성, 탈착용이성, 소재 등이 우선 순위로 나타났다. 이 결과로 레인코트에 대해 소비자가 중요하게 고려하는 요구사항의 조사 결과를 제품 개발시 반영하고, 소비자 니즈를 만족시키는 제품을 출시함으로써 레인코트 시장에서 경쟁력과 부가가치를 높일 수 있을 것으로 사료된다.

설문응답자의 성별에 따라 레인코트의 소비자 중요도 평가 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나는 항목만을 Table 5에 나타내었다. 표에서 보는 바와 같이 방오성, 가격, 씬 실링성, 휴대성 등의 항목에서는 남학생보다 여학생들이 높은 중요도

Table 4. Importance score of consumer needs for raincoat

Consumer needs	Score	Consumer needs	Score
seam sealing	3.92	vapor-porous/water repellent	4.45
soil-release	3.83	thickness	3.56
anti-bacterial/deodorant	3.63	design	4.31
water-proof	4.66	collar shape	3.20
pocket functionality	3.37	color	4.27
size	3.77	material	3.97
sleeve fastener	3.33	easy-care	3.74
fashionability	4.18	air-permeability	4.17
hood fastener	3.14	weight	3.88
tactile	3.84	easy-put on/off	4.16
portability	3.70	price	3.86
fit	3.89	front fastener	3.51
stretchability	3.30	easy keeping	3.70

점수를 부여하였으며, 세탁(관리)용이성에서는 여학생보다 남학생들이 높은 중요도 점수를 부여하였다.

3.4. 레인코트용 자카드 직물의 패턴디자인 선호도

레인코트 패턴 디자인 12종에 대한 선호도를 조사한 결과 Fig. 4에서 보는 바와 같이 호피 > 트라이앵글 > 도트 > 바람개비 > 우산 > 환글 > 별 > 해골 > 악보 > 덩굴식물 선 > 캐릭터 > B

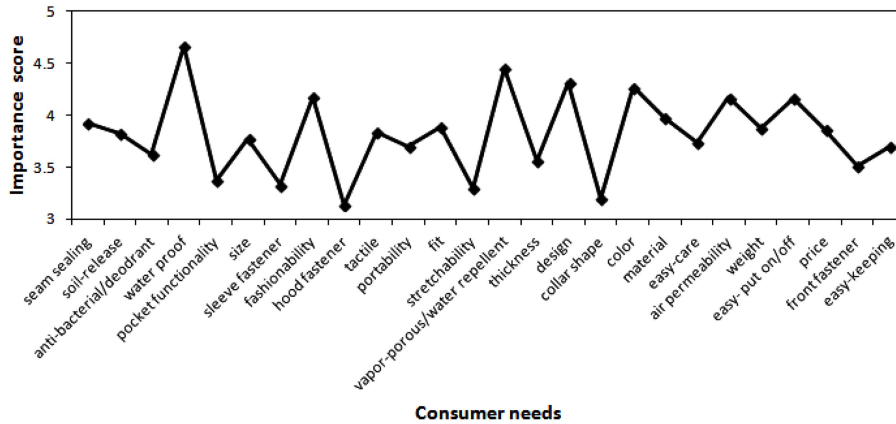


Fig. 3. Importance score of consumer needs for raincoat.

Table 5. T-values of consumer needs score between male and female students

Consumer needs	Male			Female			t-value
	Mean	Std.dev.	Std.err.	Mean	Std.dev.	Std.err.	
Soil-release	3.80	.876	.110	3.85	.720	.077	-.427*
Price	3.86	.957	.120	3.87	.610	.065	-.033***
Easy-care	3.78	.934	.117	3.72	.710	.076	.490*
Seam-sealing	3.78	1.000	.125	4.02	.758	.081	-1.694**
Easy-keeping	3.64	.897	.112	3.75	.747	.080	-.819*

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

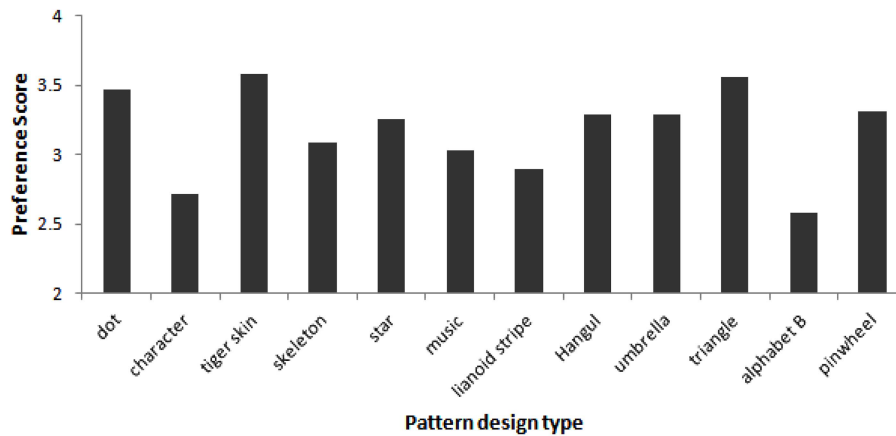


Fig. 4. Preference score of pattern design.

의 순서로 선호하는 것으로 나타났다.

3.5. 레인코트용 자카드 직물의 패턴 이미지 감성 구성차원

레인코트용 자카드 직물에 대한 패턴 이미지 감성이 어떤 차원으로 구성되어 있는가를 밝히기 위해 주성분분석에 의한 요인분석을 실시하였다. Table 6은 레인코트용 자카드 직물의 패턴 감성 요인분석 결과 추출된 7개의 요인과 요인별 문항 및 명칭을 나타낸 것이다. 요인분석에 사용된 모든 문항의 내적 일관성 신뢰도를 측정하기 위해 Cronbach's α 계수를 산출한 결

과 요인 1은 0.833, 요인 2는 0.756, 요인 3은 0.775, 요인 4는 0.720로 좋은 내적 일관성을 나타내었다. 각 요인에 속한 패턴 감성 이미지 요인의 의미를 살펴보면, 요인 1은 멋진 (gorgeous) 이미지를 나타내며 여기에 속하는 감성용어로는 멋진, 강한, 트렌디한, 고급스러운, 세련된, 화려한, 야성적인 등의 형용사가 포함되었다. 고유값은 5.672이고 전체 분산의 18.91%를 설명하며 레인코트용 자카드 직물의 패턴 이미지 감성을 나타내는 요인 중 가장 중요한 구성차원으로 나타났다. 요인 2는 심플한, 깨끗한, 클래식한, 모던한, 순수한, 은은한 등의

Table 6. Pattern sensibility factor of jacquard fabric for raincoat

Factor	Adjectives	Factor loading	Eigen-value	Cumulative (%)	Cronbach's α
Gorgeous	gorgeous	.742	5.672	18.91	.833
	intensive	.665			
	trendy	.663			
	luxurious	.661			
	sophisticated	.660			
	splendid	.527			
	wild	.523			
Simple	simple	.748	4.102	32.58	.756
	clear	.705			
	classical	.592			
	modern	.583			
	naive	.533			
	shimmery	.516			
	Cute	cute			
cheerful		.761			
young		.543			
pure		.543			
		.543			
Futuristic	futuristic	.706	1.703	49.05	.720
	geometric	.694			
	abstract	.681			
	artificial	.610			
	unique	.438			
Ethnic	ethnic	.822	1.390	53.68	.570
	solemn	.599			
	natural	.503			
Feminine	feminine	.738	1.285	57.96	.541
	romantic	.594			
	exotic	.467			
Cool	cool	.663	1.096	61.62	.429
	sporty	.662			

형용사를 포함하여 심플한(simple) 감성으로 명명하였으며 고유값은 4.102이고, 전체 분산의 13.67%를 차지하였다. 요인 3은 귀여운 감성으로 이에 속하는 감성 형용사로는 귀여운, 명랑한, 젊은, 순수한 등이었고 고유값은 3.237, 설명력은 10.97%로 나타났다. 요인 4에 속하는 감성 형용사는 미래적인, 기하학

적인, 추상적인, 인공적인, 독특한 등으로 미래적인(futuristic) 감성을 나타냈으며 고유값은 1.703이고, 전체 분산의 5.68%를 설명하였다. 요인 5는 민속적인(ethnic) 감성으로 민속적인, 중후한, 자연적인 등의 용어를 포함하였으며 고유값은 1.390이고, 전체 분산의 4.63%를 설명하였다. 요인 6은 여성적인(feminine) 감성으로 여성적인, 로맨틱한, 이국적인 등의 형용사를 포함하고 고유값은 1.285이고, 설명력은 4.28%로 나타났다. 요인 7에 속하는 감성형용사는 시원한, 스포티한으로 시원한(cool) 감성으로 명명하였으며 고유값은 1.096, 설명력은 3.66%를 나타내었다.

3.6. 레인코트용 자카드 직물 패턴 선호도에 영향을 미치는 패턴 이미지 감성

레인코트용 자카드 직물의 패턴 감성 선호도에 영향을 미치는 패턴 이미지 감성을 파악하기 위하여 패턴 감성 선호도 최상위 직물 Fab. 9(호피)와 최하위 직물 Fab. 3(알파벳 B)의 패턴 감성 이미지 형용사에 대해 t-검정을 실시하였다. t-검정 결과, 선호도에 유의차가 있는 패턴 이미지 감성 용어를 추출하여 Fig. 5에 제시하였다. Fig. 5에서 보는 바와 같이 독특한, 자연적인, 트렌디한, 고급스러운 등과 같은 이미지 감성이 높을수록, 순수한, 중후한, 소박한 등과 같은 패턴 이미지 감성이 낮을수록 선호도는 높게 나타났다. 따라서 자카드 직물의 패턴 감성 선호도에 긍정적인 영향을 미친 이미지 감성들을 더욱 강화하여 레인코트용 직물 패턴 디자인에 반영한다면 소비자의 선호도를 높일 수 있는 레인코트용 소재개발에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

3.7. 레인코트용 자카드 직물의 패턴 이미지 감성차원과 선호도와와의 관계

Table 7는 레인코트용 자카드 직물의 7개 패턴 감성 이미지 요인과 선호도 간의 상관관계를 분석한 결과이다. Table 9에서 보는 바와 같이 선호도는 1요인인 멋진(gorgeous) 이미지와 3요인인 귀여운(cute) 이미지와 정적인 상관이 높은 것으로 나타났다. 즉, 1요인에 속하는 멋진, 강한, 트렌디한, 고급스러운, 세

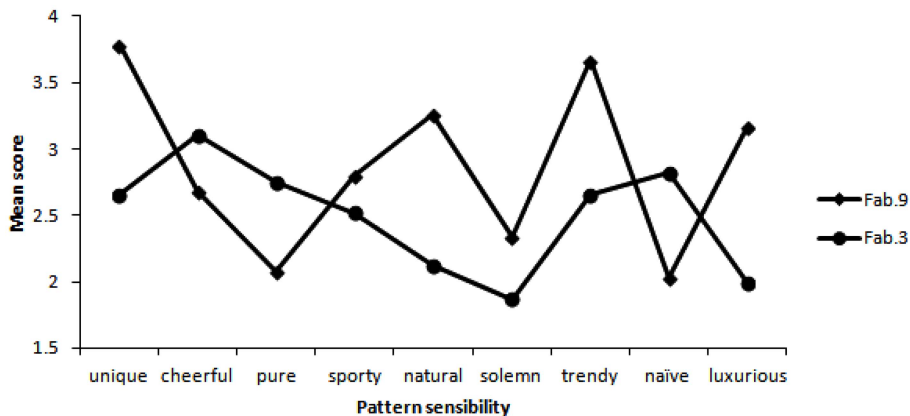


Fig. 5. Preference mean score of pattern sensibility on the best and the worst fabric.

Table 7. Correlation coefficient of pattern image sensibility factor and pattern preference

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7
Pattern pref.	.674**	-.129	.416**	.001	.049	.209**	.066

** $p < .01$

Table 8. Regression analysis of the pattern sensibility factor on the pattern preference of jacquard fabric

	Factor	B	β	t	R	R ²
Pattern Preference	Constant	3.172		117.237***		
	Gorgeous	.569	.504	21.015***		
	Simple	.267	.237	9.863***	.676	.453
	Cute	.412	.365	15.219***		
	Futuristic	.102	.090	3.758***		

$$f(X) = 3.172 + 0.569(\text{gorgeous}) + 0.267(\text{simple}) + 0.412(\text{cute}) + 0.102(\text{futuristic})$$

*** $p < .001$

런된, 화려한, 야성적인 등의 패턴 감성과 3요인에 속하는 귀여운, 명랑한, 짧은, 순수한 등의 이미지가 강할수록 선호도는 증가하는 것으로 해석할 수 있다. 이외에 선호도와 유의하게 정적 상관이 있는 요인은 제 6요인으로 여성적인, 로맨틱한, 이국적인 패턴 감성 이미지도 선호도에 긍정적인 영향을 미친 것으로 보인다.

3.8. 레이코트용 자카드 직물의 패턴 감성 선호에 대한 감성 요인의 회귀분석

Table 8은 패턴 감성 요인으로 선호도를 예측하기 위하여 다중 회귀 분석을 실시한 결과이다. 패턴 선호도는 1요인(멋진), 2요인(심플한), 3요인(귀여운), 4요인(미래적인)의 회귀식으로 45.3%까지 예측할 수 있음을 보여주었다. 회귀분석의 결과, 레이코트용 자카드 직물의 패턴 이미지 감성에 대한 선호도는 멋진, 심플한, 귀여운, 미래적인의 4가지 감성구조가 중요한 예측 변수로 작용한다는 것을 알 수 있었으며, 이는 패턴 이미지 감성 요인분석의 결과와도 일치하는 결과이다. 이는 피험자의 연령대가 20대 초반의 대학생인 점을 고려할 때, 레이코트 시장에서 20대 소비자 타겟의 상품기획에 반영될 수 있을 것으로 사료되며, 다양한 소비자 타겟의 추후 연구도 필요하다.

4. 결 론

12종의 레이코트 패턴 디자인으로 레이코트용 자카드 직물을 제작하여 직물 패턴에 대한 선호도를 조사하고, 레이코트에 대한 소비자 요구사항을 조사한 결과, 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 레이코트에 대한 소비자의 불편사항과 개선점을 조사한 결과, 전면 패스너 방식은 덮개있는 지퍼를 가장 선호하였

고, 포켓위치는 걸면하단을 가장 선호하였으며, 소매여밈 형태는 스냅 컵스형으로 하는 것이 좋다고 응답하였다. 레이코트 착용시 가장 문제가 되었던 착용 쾌적성을 위한 수증기 배출의 부위로 소비자들은 거드랑이 부위가 가장 효과적인 위치라고 생각하는 것으로 나타났다.

둘째, 레이코트용 자카드 직물 패턴 디자인의 선호는 호피 > 트라이앵글 > 도트 > 바람개비 > 우산 > 한글 > 별 > 해골 > 악보 > 덩굴식물선 > 캐릭터 > 알파벳 B의 순으로 나타났다.

셋째, 레이코트에 대한 26개의 소비자 요구사항에 대해 중수도 평점을 조사한 결과, 레이코트에 대해 소비자가 중요하게 고려하는 요구사항은 방수성, 투습발수성, 디자인, 색상, 패션성, 통기성, 탈착용이성, 소재 등이 우선순위로 나타났다.

넷째, 레이코트용 자카드 직물의 패턴 감성 이미지 요인분석 결과, 총 7개의 요인이 추출되었으며, 요인 1은 멋진(gorgeous) 이미지, 요인 2는 심플한(simple) 이미지, 요인 3은 귀여운(cute) 이미지, 요인 4는 미래적인(futuristic) 이미지, 요인 5는 민족적인(ethnic) 이미지, 요인 6은 여성적인(feminine) 이미지, 요인 7은 시원한(cool) 이미지로 명명하였다.

다섯째, 레이코트용 자카드 직물의 7개 패턴 감성 이미지 요인과 선호도 간의 상관관계를 분석한 결과, 선호도는 1요인인 멋진(gorgeous) 이미지와 3요인인 귀여운(cute) 이미지와 정적인 상관이 높은 것으로 나타났다.

여섯째, 패턴 감성 요인으로 선호도를 예측하기 위하여 다중 회귀 분석을 실시한 결과, 패턴 선호도는 1요인(멋진), 2요인(심플한), 3요인(귀여운), 4요인(미래적인)의 회귀식으로 45.3%까지 예측할 수 있음을 보여주었다. 이는 피험자의 연령대가 20대 초반의 대학생인 점을 고려할 때, 레이코트 시장에서 20대 소비자 타겟의 상품기획에 반영될 수 있을 것으로 사료된다.

이상의 연구 결과를 바탕으로, 레이코트에 대해 소비자가 중요하게 고려하는 요구사항과 불편사항, 개선점의 조사 결과를 제품 개발 시 반영함으로써, 소비자 니즈를 만족시키는 제품을 개발하여 레이코트 시장에서 경쟁력과 부가가치를 높일 수 있을 것으로 사료되며, 직물 패턴 감성 선호도에서 긍정적인 영향을 미친 감성 이미지들을 레이코트 직물 패턴 디자인에 반영함으로써 날로 확대되고 있는 레이코트 시장에서의 우위를 선점할 수 있는 소재 개발에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

감사의 글

본 연구는 중소기업 산학협력 기술개발사업(첫걸음 기술개발)

발사업)의 지원으로 수행된 연구결과임(과제번호 c0101815).

References

- Baik, C. E., & Kim, S. Y. (2005). Study on the fabric trend in high-tech functional active sportswear. *Journal of Korea Fashion & Costume Design Association*, 7(1), 55-63.
- Cho, H. S., & Lee, J. H. (1998). A presentation of guidelines for layout techniques in design of floral-patterned scarves based on an analysis of consumer emotion: part I. *Korean Journal of The Science of Emotion & Sensibility*, 1(2), 23-33.
- Cho, H. S., & Lee, J. H. (2003). A suggestion of an emotion model on textile design based consumer emotion. *Journal of Fashion Business*, 7(1), 14-26.
- Cho, H. S., & Lee, J. H. (2005). A development of a forecasting system of textile design based on consumer emotion(I)-Suggestion of an efficient textile design method-. *Journal of the Korean Society for clothing industry*, 7(2), 187-195.
- Cho, J. H., & Ryu, D. H. (2000). The wearing sensation of men and women in sportswear with waterproof and water vapor permeable fabrics. *Journal of Korean Association of Human Ecology*, 9(1), 47-61.
- Kang, I. H., Park, H. S., & Lee, H. S. (2012). Assessment of wear comfort of water-vapor-permeable (WVP) garments. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(9), 928-939. doi:10.5850/JKSC.2012.36.9.928
- Kim, I. H., & Ha, J. S. (2012). Research of design characteristics of domestic outdoor wear. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(1), 93-109.
- Kim, J. H. (2013). An analysis and subject on the market of fashion outdoor wear. *Fashion Information and Technology*, 10, 18-25.
- Kim, J. H., Lee, S. Y., & Lee, J. S. (2009). Consumer's sensory evaluation and needs of interior fabrics for seat cover. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(3), 749-756.
- Kim, O. H., & Kim, J. Y. (2010). An analysis of sensibility evaluation and image about optical pattern. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(1), 39-48.
- Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2000). A study on the visual sensibility of clothing pattern. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(6), 861-872.
- Kong, J. H., & Kwon, Y. A. (2013). Effect of stripe pattern for men's shirts on emotion. *Korean Journal of the Science of Emotion & Sensibility*, 5(3), 21-28.
- Lee, S. H., & Lee, K. H. (2009). A study of fashion sensibility and consumer sensibility of men's casual brand's patterned woven shirts. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(3), 444-456.
- Lee, S. R. (2008). Effect of colors and categories of motifs on evaluating sensory image of fashion fabrics. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(5), 841-851.
- Lee, S. Y., Kim, J. H., & Lee, J. S. (2008). The sensibility of jacquard fabrics applied by Korean traditional motives. *Korean Journal of Human Ecology*, 17(4), 733-744.
- Lee, Y. J., Chung, H. J., Park, H. J., Lee, J. H., & Cho, G. S. (2002). Effect of design elements of block stripe pattern on sensibility. *Korean Journal of the Science of Emotion & Sensibility*, 5(3), 21-28.
- Out door wear market trend. (2012, March 10). *Korea Fashion & Textile News*, p. 9.
- Park, W. M., Park, C. D., Lee, G. H., & Ra, J. E. (2002). Design process of outdoor-wear for improvement of comfort and appearance. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(8), 29-39.
- Park, Y. H. (2004). The sensibility image and preference degree of pattern which appeared on men's clothing. *Journal of the Korean Society of Costume*, 54(4), 113-127.
- Park, Y. M., Koo, K., Choe, J. D., & Kim, E. A. (2007). Waterproof and breathable textiles for improvement of thermal comfort by dual complex coating of ceramics. *Journal of Korean Fiber Society*, 44(4), 211-219.
- Seo, J. M. (2009). Analytic research on jacquard cloth design trend. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 15(1), 386-388.
- Sim, H. R., Moon, S. J., & Chung, S. H. (2012). Research of international and domestic design for developing of outdoor products. *Journal of the Korean Society of Costume*, 62(8), 45-54.
- 'Trends and perspectives of high performance vapor permeable water repellent fabrics'. (1999, June 11), from <http://www.textopia.or.kr>

(Received 16 June 2014; 1st Revised 23 July 2014;
2nd Revised 31 July 2014; Accepted 14 August 2014)