

아웃도어 웨어 기능성 소재에 대한 연령별 인지 및 선호도

서민영 · 김아현 · 구영석[†]

부산대학교 의류학과

A Study on Recognition and Preference of Functional Textile Material of Outdoor Clothing by Age

Min Nyoung Seo, A Hyun Kim, and Young Seok Koo[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University, Busan, Korea

Abstract : This study investigates the recognition and preference of functional textile material about outdoor clothing widely used in the current fashion market. The study targeted 216 males and females in their 20s to 50s who wear outdoor clothing as casual wear. To analyze data, frequency analysis, cross tabulation analysis and ANOVA were conducted with the SPSS 21.0 statistical package. The results are as follows. First, recognition of functional textile material of outdoor clothing showed that 20s was the lowest preference and all age groups preferred lightweight textile material. In information recognition of functional outdoor clothing, 40s showed the highest recognition, while 20s showed the lowest recognition. Second, 40s and 50s preferred functional material to 20s and 30s. In particular, 40s and 50s preferred clothing items with water vapor permeability & water repellent material to 20s and 30s. All age groups preferred insulation material jumpers, water vapor permeability & water repellent material jumpers and stretch pants. Third, reasons for purchasing functional material clothing was: design for the age group 20s and 30s versus health and function for the age group 40s and 50s. It is necessary to develop functional clothing products based on exact consumer information and preferences.

Key words : outdoor clothing(아웃도어 웨어), preception(인지도), functional material(기능성 소재), preference(선호도)

1. 서 론

현대 사회는 경제력의 향상과 의료기술의 발달로 인해 삶의 여유가 생기면서 건강한 삶에 대한 관심을 가지게 되었다. 특히 인간의 평균 연령은 점점 증가하게 되면서 건강과 웰빙이 삶의 주요 가치이자 척도로 여겨지게 되었다(Kang & Han, 2012). 또한 지속적인 경제성장과 물질적 풍요, 기술발전 등으로 인한 생활패턴의 변화와 함께 사회 경제적 측면에서도 많은 변화가 일어나고 있으며 가치의식의 다양화와 질적인 삶의 추구로 인하여 여가선용 및 건강증진을 위한 스포츠와 레저 활동이 유행을 선도하고 있다. 이에 따라 운동과 레저를 통한 문화생활을 즐기는 빈도가 점점 늘어나게 되었으며 이러한 문화생활은 아웃도어 활동에 집중적으로 나타나고 있다(Kim & Heo,

2002). 등산 위주의 아웃도어 활동에서 오토캠핑이나 산악자전거와 같은 새로운 레저활동을 즐기는 인구가 증가하고 있으며, 웰빙 인식의 확산으로 올레길이나 둘레길을 걷는 트레킹 인구 역시 증가하고 있다. 특히 남성들이 주체가 되었던 아웃도어 활동이 점차 여성과 아동까지 그 영역이 확대되고 있다(Park, 2012; Rhee & Lee, 2011). 이러한 레저문화산업의 변화에 따라 아웃도어 활동과 관련된 의류, 용품 산업도 함께 성장하였고, 특히 아웃도어 시장에서 아웃도어 웨어 분야의 성장이 눈에 띈다. 국내외에서 개인의 독특한 아웃도어 활동을 추구하는 계층이 증가하고 이러한 트렌드를 인식한 업계의 빠른 대응으로 아웃도어 활동과 아웃도어 웨어 시장의 세분화가 심화되고 있는 실정이다(Jang, 2012). 또한 최근 여가의 증가로 여가활동과 패션의 상호작용이 활발하게 일어나면서 타운웨어로 착용 가능한 캐주얼 라인을 추가하여 등산복뿐만 아니라 트레킹, 자전거, 캠핑 등 다양한 영역으로 확장되면서 패션성을 겸비한 아웃도어 웨어로 변모하고 있다(Kim & Ha, 2012). 이러한 시장 여파로 경제 불황임에도 불구하고 아웃도어 웨어의 시장은 2001년 5천억 대 매출을 시작하여 2012년 5조 5천 억원에 이르는 지속적인 성장을 하고 있다(Lee, 2012). 이런 성장은 소비자들의 의류에 대한 개념의 전환으로 볼 수 있으며, 레저 활

[†]Corresponding author; Young-Seok Koo
Tel. +82-51-510-2843, Fax. +82-51-583-5975
E-mail: youngskoo@pusan.ac.kr

© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

동에 입던 아웃도어 웨어를 평상복처럼 가볍게 입는 것에서 찾아 볼 수 있다. 특히 중, 고등학생에게는 아웃도어 웨어가 교복이라 불릴 정도로 폭발적인 인기를 얻으며, 산행에 필요한 아이템이 아닌 트렌드로 자리 잡고 있다(Cho, 2011).

아웃도어 웨어에 대한 선행연구들을 살펴보면, 아웃도어 웨어의 구매행동에 관한 연구(Kwon, 2012; Sung, 2012), 디자인 특성(Kim & Ha, 2012), 아웃도어 웨어 시장 분석(Oh, 2011)이 주를 이루고 있다. 기능성 소재에 관해서는 노년층을 위한 기능성 소재의 인지 및 착용(Kim, 2010), 실버세대의 심리적 안정감에 따른 건강 기능성 섬유 인지 및 선호에 관한 연구(Seo & Koo, 2014), 기능성 소재 의류제품 평가기준 연구(Cho et al., 2010) 등 아웃도어 웨어는 야외에서 즐기는 특성상 전문성과 기능성이 중요한 의류임에도 불구하고 아웃도어 웨어와 기능성 소재에 관한 연구가 별개로 이루어졌다. 아웃도어 웨어의 연령별 특성에 관한 선행연구로는 여성 골프웨어 소비자의 구매행동 특성과 디자인 선호도(Park, 2002), 20대~40대의 등산 경험이 있는 성인 남녀의 등산복 디자인 선호성향(Cha, 2004)이 있으며, 아웃도어 웨어의 항목별로 기능성 소재는 부분적으로 연구가 이루어지고 있어서 기능성 소재의 전반적인 특성에 따른 분류로 연령별 선호도나 인지도에 관한 연구는 아직 미비한 실정이다. 아웃도어 소비자의 성별과 연령에 따른 구매행동에 관한 연구(Yoon, 2004)에 따르면, 10대~50대 남녀의 소비자가 아웃도어 제품구매 시 중요하게 생각하는 주요인이 40대는 실용성에서 10대는 상표유명도와 디자인력을 따지는 상품력이 가장 높게 나타났다. 또한 여성은 가벼운 트레킹 및 워킹 등의 야외활동을 즐기는 반면 남성들은 반나절 이상의 정상 등산이나 목표를 정해 놓은 아웃도어 활동을 즐기는 경향을 보였다. 이와 같이 성별과 연령에 따라 아웃도어 활동을 즐기는 경향이나 아웃도어 웨어 구매 시 중요시 여기는 요인이 다양하고 특히, 아웃도어 웨어를 평상시에도 착용하는 사람들이 늘어남에 따라 일상복으로 착용하는 착용자들의 기능성 소재의 선호도와 그에 따른 기능성 소재에 대해 얼마나 인지하고 있는지를 파악하고, 아웃도어 웨어를 일상복으로 착용 시 기능성 소재의 어떤 기능성을 선호하는지 파악하여, 아웃도어 웨어 소재기획 시 일상복 착용자에 적합한 소재 개발과 선정을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 아웃도어 웨어

아웃도어 웨어는 주로 야외에서 즐기는 여가 활동 시 착용하는 의류를 포괄하는 개념이다(Park et al., 2006). 그러므로 암벽 등반(Climbing), 캠핑(Camping), 트레일 런닝(Trail running), 낚시(Fishing), 사이클링(Cycling), 스노우 보딩(Snow boarding) 및 다목적 스포츠 의류를 통칭하지만(Kim & Ro, 2009), 한국의 소비자나 패션업계에서 인지하고 있는 아웃도어는 등산복에 치우쳐 있다고 할 수 있다(Lee et al., 2009). 이는 우리나라

아웃도어 웨어의 역사가 등산복에서 시작되었기 때문이라고 볼 수 있으며, 1970년대부터 천연소재로 된 강렬한 원색의 등산복을 코오롱 스포츠에서 출시하여 이때부터 기능성 소재의류가 선보이기 시작하였고(Kim & Ha, 2012) 90년대 초반까지만 해도 아웃도어 웨어라고 하면 ‘등산복’을 떠올리는 사람들이 많아 등산 관련 제품을 구입하는 전문 소비자가 중심이었다. 하지만 현재는 건강한 삶을 중시하는 라이프스타일의 확산으로 일반 소비자에게까지 등산복을 평상복처럼 입는 트렌드가 확산되면서, 2002년쯤부터 등산복을 포함한 아웃도어 활동에 착용하는 모든 의복을 통칭해서 ‘아웃도어’ 또는 ‘아웃도어 웨어(의류)’라고 바꿔 부르는 경향이 시작되면서 아웃도어 웨어의 중요성이 확대되고 있다(Choi, 2009; Lee, 2012). 아웃도어 웨어가 일반 의복과 다른 점은 자연의 악조건을 이겨내는 데 필요한 기능성 소재에 있다. 외부의 비나 눈의 침투를 막고 신체의 땀을 배출하여 쾌적함을 유지해주어 추위와 더위 속에서도 편안하게 아웃도어 활동을 할 수 있게 신체를 보호하는 역할을 한다(Lee, 2012). 아웃도어 웨어는 야외에서 착용하는 특성상 전문성과 기능성이 중요하며 신체보호, 보온, 방수, 방풍의 기능이 요구되므로 산행 시 행동이 편리하도록 몸에 잘 맞고 쾌적한 몸의 상태를 유지시켜줘야 한다(Kim & Ha, 2012). 아웃도어 웨어와 일반 스포츠 웨어는 땀 흡수가 빠르고 건조가 빨라야 한다는 동일한 특성을 가지고 있지만 아웃도어 웨어는 야외 활동을 위한 특성상 발수 및 방수가 기본적으로 자연환경을 극복하기 위해 내구성 또한 일반 스포츠 웨어보다 높아야 한다는 점이 다르다(Lee, 2011). 또한 아웃도어 웨어가 점차 스포츠 웨어로부터 독립된 복종으로 분리되는 현상이 나타나고 있는데, 이는 농구, 배구, 축구와 같은 구기종목이나 수영, 배드민턴과 같은 인도어(Indoor) 중심의 스포츠 활동과 구별되는 아웃도어 활동들이 더욱 다양해짐에 따라 이를 위한 기능적이면서도 편안한 아웃도어 웨어가 주목되었기 때문이다(Bae, 2011; Jang, 2012).

아웃도어 웨어 시장은 초기에 등산용 의류에서 시작되어 40~50년대 중장년층이 주요 고객이었다. 그러나 최근 다양한 아웃도어 활동을 즐기는 여성층이 증가세를 보이면서 스타일리스 하면서도 여성미를 강조한 아웃도어 웨어의 비중이 높아졌다. 이와 함께 아웃도어 시장의 핵심 소비자로 부상한 10대부터 활동적인 20~30대를 위해 도심에서도 즐기는 활동을 컨셉으로 캐주얼 아웃도어 상품을 강화하고 있다. 아웃도어 웨어 브랜드의 타깃 하향화 현상이 심화되면서 키즈라인(Kids Line)으로 그 영역이 더욱 확대되고 있는 것도 특징이다(Jang, 2012). 또한 업계는 아웃도어와 패션 브랜드의 경계를 무너뜨리고 라이프스타일을 강조한 제품들을 내놓으면서 새로운 성장 동력을 찾고 있다. 각 브랜드는 기능성 제품 위주에서 캐주얼 라인으로 주력군을 변경하고, 다양한 영역으로 확대하고 있으며, 국내 아웃도어 시장을 포화상태로 보는 시각도 있지만, 레저 활동과 인간이 추구하는 건강과 쉽이 계속되는 한 다양한 모습으로 변모하며 발전을 거듭할 것이라고 업계는 전망하고 있다(“Korea

outdoor, 50 years of history”, 2015). 따라서 아웃도어 웨어에 대한 소비자층의 폭은 넓어졌고 그들의 취향은 더 다양하고 까다로워지고 있기 때문에 소재의 기능성에만 초점을 맞춘 아웃도어 웨어 제품에서 더 나아가 다양한 소비자층의 감성을 충족시킬 수 있는 제품들이 계속 출시되어야 할 것이다.

2.2. 아웃도어 웨어 기능성 소재 선호도

2.2.1. 기능성 소재의 종류와 특징

최근 기후 변화에 대처하기 위한 수단으로 테크니컬한 고기능성 소재 개발이 활발히 이루어지고 있다. 자외선 차단 소재는 물론, 박테리아 증식을 막는 소재, 커피콩으로 만들어진 S cafe, 역시 땀 냄새가 나지 않게 하는 등 아웃도어 웨어뿐만 아니라 일상과 아웃도어 활동에 적합한 기능성 신소재들이 개발되고 있다. 이런 기능성 소재는 섬유에 특수한 기능을 부여한 소재로, 인간의 의생활을 쾌적하고 안전하고 풍요롭게 해준다. 소재의 기능성은 원사단계 또는 제작된 소재에 물, 열, 화학물질 등을 사용하여 다양한 가공기술로 외관과 성능을 변화시켜 개발되며, 인간의 의생활을 쾌적하고 건강·안전하게 해주는 기능성 제품으로 탄생한다(Jang, 2001). 예전의 기능성 소재는 의복에 구김이 가지 않도록 해주는 구김방지가공, 더러움을 타지 않도록 하는 방오가공, 불에 잘 타지 않고 열에 오래 견딜 수 있도록 해주는 방염가공 등과 같이 의복의 특수한 기능을 살리는 가공에 중점을 두고 개발되었다. 그러나 최근 기능성 지향 소재는 쾌적성과 인간의 건강에 주목하여 개발되고, 점차 다양해지는 라이프스타일에 따라 기능성 지향의 운동기능성 및 고성능 소재에 대한 요구 또한 다양해져서 소재 개발의 영역 또한 확대되고 있다. 의류용 기능성 소재는 스포츠 웨어에 주로 사용되기 때문에 쾌적성의 향상을 위한 흡습·속건 소재, 온도조절 소재, 투습·방수 소재 등과 함께 각종 위험과 유해물질로부터 인체를 보호하는 소재와 마이크로 캡슐기술을 응용한 위생·건강증진 소재, 관리와 사용의 편리성을 부여하기 위한 형상기억소재 등 최적의 착용 및 사용 편의를 제공할 수 있는 소재들이 해당된다. 비의류용 기능성 소재로는 건축용, 의료용, 포장용, 스포츠용 등 산업 전반에 사용되는 특정용도의 특수기능을 갖는 소재들이다(Jo, 2006). 본 연구에서는 Jo(2006)의 기능성 소재 분류를 바탕으로 쾌적지향 소재인 보온성소재, 흡수·흡습성 소재, 투습·방수(발수)성 소재, 신축성 소재, 경량 소재와 건강·안전지향 소재인 방향성 소재, 항균·방취 소재, 정전기 방지 소재, 자외선 차단 소재, 황토 소재의 인지도와 선호도를 알아보고자 한다.

2.2.2. 아웃도어 웨어 기능성 소재 선호도

기능성 소재를 사용한 아웃도어 의류는 일상생활에서 기능성을 향상시키고, 착용 시 쾌적성과 활동성을 높여준다(Lee, 2013). Kim(2005)는 등산복 시장의 기능성 소재에 대한 조사에서 신축성, 경량성, 흡습·속건성, 방수·방풍, 보온성 등이 요구되어 진다고 하였다. You(2007)는 골프 의류 소비자들을 대

상으로 연구한 결과 높은 여가 참여 라이프스타일을 가진 집단은 디자인, 색상 인지도에 관여도가 높았고, 건강 관심 라이프스타일을 가진 집단은 흡습·속건, 흡한·속건, 자외선 차단 기능 소재에 선호도가 높았다. 또한 골프 관심 라이프스타일 집단은 축열·방열 소재와 흡한·속건 소재, 소취소재에 높은 선호도를 보였다. Park(2002)의 연구에서는 골프웨어 점퍼 선호소재로 연령대에 관계없이 봄과 여름용 소재는 먼 100%, 가을과 겨울 소재로는 20대와 30대는 혼방, 모100%를, 40대와 50대는 모100%, 혼방의 순으로 나타났다. Cha(2004)의 연구에서는 연령별 등산복 선호 소재로 조끼 선호 소재는 여름 소재, 겨울 소재만 유의한 차이가 나타났으며, 여름 소재는 20대는 폴리에스테르, 30대와 40대 이상은 나일론+폴리 혼방, 겨울 소재는 전 연령이 고어텍스를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 셔츠 선호 소재는 겨울 소재만 유의한 차이를 보였으며, 20대와 40대 이상은 쿨맥스, 30대는 폴리 스판을 가장 선호하였다. 자켓 선호 소재도 겨울 소재만 유의한 차이를 보였으며, 20대는 고어워드 스토퍼, 30대는 폴리에스테르, 40대 이상은 나일론을 가장 높게 선호하였다. 바지 선호 소재에서는 겨울 소재가 유의한 차이를 보였고, 20대는 먼 스판, 30대는 고어텍스, 40대 이상은 폴리 스판을 가장 선호하는 것으로 나타났다. Kim(2012)의 연령대별 아웃도어 재킷 소재 선호도는 고어텍스를 가장 선호하였고, 나일론/폴리 혼방, 윈드 스토퍼의 순으로 나타났다. 20대는 윈드 스토퍼, 고어텍스 순으로, 30대와 40대 이상은 고어텍스, 나일론/폴리 혼방 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

2.3. 아웃도어 웨어 기능성 소재 인지도

아웃도어 웨어 기능성 소재 인지를 위해서 소비자들은 인터넷, 흡수포명 순으로 기능성 소재에 대한 주요 정보를 제공받는 것으로 나타났다. 또한 기능성 소재 설명 Tag의 내용에 관한 구매 영향요인에서 기능성에 대한 자세한 설명이 5점 척도에서 평균값 4.38로 제일 높아 구매에 영향을 가장 많이 주는 요인으로 나타났다(Kim, 2005). Kim et al.(2006)은 의류소재 지식도 측정을 위한 문항 개발 및 인지도 평가에서 의류소재 인지도 72문항을 구성하여 설문조사를 실시한 결과 대학생의 의류소재의 인지도는 68.91%였으며, 기본 물성은 75.56%, 쾌적 특성은 70.83%, 관리 특성은 64.50%, 가공 특성은 64.74%, 관리 특성과 가공 특성의 지식이 기본 물성과 쾌적 특성보다 부족한 것으로 나타났다. 아웃도어 스포츠 웨어 착용자에 한해 30-40대 남성을 대상으로 연구한 결과(Rhee & Lee, 2011)에서 기능성 소재 브랜드 인지도를 조사한 결과는 모두 고어텍스, 쿨맥스, 라이크라의 브랜드를 인지하고, 그 기능도 정확하게 인지하고 있었다. 또한 고어텍스를 사용한 의류는 브랜드와 상관없이 품질을 신뢰할 수 있는 척도로 인식하였다. 기능성으로는 신축성, 자외선 차단성, 통기성, 항균성은 각 기능이 무엇인지 인지하고 있는 반면 흡습속건성, 방오성, 난연성은 기능성을 풀어서 설명한 후에 그 기능을 이해하는 것으로

나타나 소비자들에게 쉽게 기능을 홍보하는 방안이 필요하다고 하였다. 기능성 소재 브랜드와 각 기능을 정확히 알고 있는 소비자는 의류제품 선택에 대한 분명한 기준과 계열별, 아이템별 브랜드 선택기준도 명확히 가지고 있었으나, 기능성 소재에 대한 지식이 별로 없는 소비자는 막연히 브랜드를 선호하거나 가격에 의해 구매 결정을 하는 경향이 있었다. 이 결과는 아웃도어 스포츠 웨어의 제품 지식이 많을수록 기능성 소재 브랜드의 인지도가 높으며 이는 현명한 구매 결정으로 이루어진다는 것을 알 수 있다. Kim(2010)은 50대 이상의 남녀 노년층을 대상으로 건강·쾌적 의류제품에 이용되는 기능성 소재의 인지도는 신축성이 가장 높게 나타났고, 건강생활에 따른 집단별로는 건강 관심이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 쾌적 지향 소재뿐만 아니라, 건강·안전지향 소재에 있어서도 많이 인지하는 것으로 나타났다. 또한 운동관심 집단보다는 운동참여 집단에서 기능성 소재에 대한 인지도가 높았으며, 성별에 따라서는 여성이 남성보다 건강·안전지향 소재에서 더 높은 인지를 하는 반면에 흡수·흡습성 소재와 투습·발수성 소재는 남성이 조금 더 인지하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 50대가 60대 이상보다 더 많은 소재를 인지하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 소재에 대한 인지의 차이가 의복구매에 영향을 미치므로 기능성 소재에 대한 인지도와 기능성 소재의 객관적인 지식 측정 문항을 통하여 연령별 인지도 차이를 알아보자 한다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

연구문제1. 연령에 따른 아웃도어 웨어의 인지도 차이를 알아본다.

1.1. 연령에 따른 아웃도어 웨어의 기능성 소재의 인지도 차

이를 알아본다.

1.2. 연령에 따른 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보 인지도 차이를 알아본다.

연구문제 2. 연령에 따른 아웃도어 웨어의 선호도 차이를 알아본다.

2.1. 연령에 따른 아웃도어 웨어 소재의 선호도 차이를 알아본다.

2.2. 연령에 따른 아웃도어 웨어 아이템별 선호도 차이를 알아본다.

3.2. 조사 대상 및 자료수집

본 연구의 자료 수집은 부산의 지리적 특성과 함께 스포츠·레저 산업이 활성화되고 있는 점을 감안하여, 아웃도어 웨어를 일상복으로 착용하고 있는 착용자에 한해 20대~50대 남녀를 대상으로 시행하였다. 본 조사에 앞서 연령대별로 각각 10명씩 2014년 11월에 걸쳐 예비조사가 실시되었으며, 그 결과를 바탕으로 설문지를 수정·보완하였다. 본 조사는 2014년 12월 21일부터 2015년 1월 10일 사이에 백화점, 아울렛, 학교에서 총 231부의 설문지를 배포하여 225부가 회수되었으며, 이 중 불성실하게 응답한 설문지 9부를 제외한 총 216부를 최종분석에 사용하였다.

3.3. 측정도구 및 자료분석

본 연구는 설문지를 이용한 조사연구로서 설문 문항은 인구통계적 특성, 아웃도어 웨어의 기능성 인지도 및 선호도 분석 등으로 구성되었다. 설문지는 선행 연구(Choi et al., 2009; Kim, 2010; Lee, 2011)를 참고하여 본 연구에 맞게 수정·보완하였으며 인지도 분석은 아웃도어 의류제품의 기능성 인지도 10문항, 의류제품의 정보에 대한 인지도 12문항으로 구성되었으며 5점 척도를 사용하여 높은 점수가 인지도가 높음을 의미

Table 1. Measure and items

Measure		No. of question	Total	Scale	Reference	
Recognition	Functional material	10	22	5-point	Kim(2010)	
	Information recognition	12		Likert scale	Lee(2011)	
Preference	Functional material	10	10	5-point Likert scale	Kim(2010)	
	Functional material clothing	Insulation textile clothing	6	17	5-point Likert scale	Kim(2010)
		Water vapor permeability & Water repellent textile clothing	5			
		Stretch textile clothing	6			
Preference reason on functional material clothing	6	6	Nominal scale	Choi et al. (2009), Lee(2002)		
Complaints on functional material clothing	5	6	Nominal scale	Choi et al., (2009), Lee(2002)		
Demographical characteristics	5	5	Nominal scale			
Total			66			

하였다. 선호도 분석은 아웃도어 의류제품의 기능성 선호도 10 문항과 선호하는 기능성 의류제품 문항에서는 Kim(2010)의 연구결과에서 선호도가 높게 나온 보온성 소재 의류제품 6종류, 방수성 소재 의류제품 5종류, 신축성 소재 의류제품 6종류로 구성하였고 기능성 소재 의류제품의 선호 이유 6문항과 불만 사항 5문항으로 총 47문항으로 이루어졌다.

회수된 자료는 SPSS 21.0 for window 프로그램을 사용하여 빈도분석, 일원분산분석(ANOVA), 교차분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

설문조사 대상자는 총 216명으로 남성이 43.5%, 여성이

56.5%로 나타났다. 조사 대상자의 특성을 살펴보면 의복구입비에 대해서는 10만원 이상 20만원 미만이 30.1%로 가장 많았으며 소득은 100만원 이상 200만원 미만이 22.2%로 가장 많았다. 학력은 대졸이 44.4%로 가장 많았으며, 다음으로 중졸 이하(0.9%), 고졸(25.9%), 대학재학(21.3%), 대학원 이상(7.4%)이며 직업별로는 학생(21.3%), 회사원(36.1%), 공무원(5.6%), 전업주부(10.2%), 자영업 및 사업(9.3%), 전문직(11.1%), 기타(6.5%)로 나타났다(Table 2). Table 3는 연령에 따른 기능성 소재 인지도 차이를 알아보기 위하여 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 방향성 소재와 자외선 차단 소재, 경량성 소재를 제외한 모든 기능성 소재 항목에서 유의한 차이가 나타났으며, 특히 황토 소재에서 매우 높은 유의차가 나타났다($p<.001$). 이

Table 2. Demographical characteristics of survey respondents N(%)

		20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	Total	χ^2
Gender	Male	29 (47.5)	31 (62.0)	16 (29.6)	18 (35.3)	94 (43.5)	12.991**
	Female	32 (52.5)	19 (38.0)	38 (70.4)	33 (64.7)	122 (56.5)	
Total		61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)	
Clothing purchasing expense (season's average)	Less than 100,000	13 (21.3)	6 (12.0)	6 (11.1)	7 (13.7)	32 (14.8)	31.041**
	100,000~200,000	20 (32.8)	17 (34.0)	17 (31.5)	11 (21.6)	65 (30.1)	
	200,000~300,000	18 (29.5)	10 (20.0)	13 (24.1)	18 (35.3)	59 (27.3)	
	300,000~400,000	6 (9.8)	4 (8.0)	13 (24.1)	3 (5.9)	26 (12.0)	
	400,000~500,000	4 (6.6)	5 (10.0)	3 (5.6)	8 (3.7)	20 (9.3)	
	More than 500,000	0 (0.0)	8 (16.0)	2 (3.7)	4 (7.8)	14 (6.5)	
Total		61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)	
Income	Less than 1,000,000	26 (42.6)	7 (14.0)	1 (1.9)	3 (5.9)	27 (17.1)	89.997***
	1,000,000~2,000,000	17 (27.9)	15 (30.0)	10 (18.5)	6 (11.8)	48 (22.2)	
	2,000,000~3,000,000	10 (16.4)	17 (34.0)	6 (11.1)	9 (17.6)	42 (19.4)	
	3,000,000~4,000,000	2 (3.3)	4 (8.0)	20 (37.0)	14 (27.5)	30 (13.9)	
	4,000,000~5,000,000	3 (4.9)	1 (2.0)	12 (22.2)	14 (27.5)	30 (13.9)	
	More than 5,000,000	3 (4.9)	6 (12.0)	5 (9.3)	5 (9.8)	19 (8.8)	
Total		61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)	

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

Table 3. Recognition of functional material according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	F
Insulation	2.95 B	3.44 A	3.24 AB	3.07 B	3.08*
Water vapor permeability & water repellent	2.57 B	2.98 A	3.01 A	2.94 A	3.01*
Water permeability & water repellent	2.70 B	3.10 A	3.11 A	2.94 AB	2.67*
Stretch	2.80 B	3.28 A	3.22 A	3.13 AB	3.03*
Aromatic	2.16	2.30	2.61	2.37	2.21
Anti-bacterial & anti-odour	2.16 B	2.46 AB	2.75 A	2.50 AB	3.69*
Antistatic	2.37 B	2.68 AB	2.79 A	2.92 A	3.54*
UV resistant	2.37	2.52	2.74	2.66	1.32
Dyed loess	1.81 B	2.10 AB	2.48 A	2.47 A	5.42***
Lightweight	3.04	3.42	3.35	3.41	1.81

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan test : A>B>C

는 20대 보다는 나이가 들수록 건강에 관심이 더 많기 때문에 40대, 50대가 건강과 관련된 소재에 대한 관심이 높게 나타난 것으로 파악된다. 보온성 소재에 대한 인지도는 중년층이 높은 가운데 30대가 가장 높게 나타났다. 흡수·흡습성 소재에 대한 인지도는 20대를 제외하고 모두 높은 인지도를 보였고 투습·발수성 소재와 신축성 소재는 중년층에서 높은 인지도를 보였다. 향균·방취 소재의 인지도는 40대가 가장 높았다. 정전기 방지 소재와 황토 소재는 40대와 50대가 높은 인지도를 보였다. 모든 기능성 소재 인지도에 있어서 20대가 가장 낮은 값을 보였으며, 모든 연령대에서 경량성 소재에 대해 높은 인지도를 보이는 것으로 나타났다.

Table 4는 연령에 따른 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보 인지도 차이를 일원배치분산분석으로 분석한 결과로 12가지 항목 중 8가지 항목에서 유의한 차이를 보였다. 기능성 의류 제품 세탁 시 드라이클리닝은 적합하지 않다'와 '팔꿈치와 무릎의 가로 봉제선은 활동성을 좋게 한다'는 정보에서 매우 높은 유의차를 보였다($p < .001$). '기능성 의류제품 세탁 시 드라이클리닝은 적합하지 않다'라는 정보는 40대가 가장 높은 인지도를 보였다. '기능성 의류제품을 오래입기 위해 자주 세탁해도 된다'는 정보는 40대, 50대가 높은 인지도를 보였다. '옷을 여러 겹 겹쳐 입는 방법이 아웃도어 활동 시 적합하다'의 정보는

Table 4. Information recognition of functional outdoor clothing according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	F
Dry cleaning is not proper for laundering of functional clothing	2.47 C	2.74 BC	3.27 A	3.05 AB	7.09***
Functional clothing can be washed frequently for long-term wearing	2.55 B	2.72 AB	3.05 A	3.09 A	4.04**
Functional inner wear is necessary for outdoor activity	2.80	2.90	3.24	2.94	2.13
Layering is proper for outdoor activity	2.91 B	3.40 A	3.14 AB	3.41 A	2.66*
Moisture absorption of clothing is important for body temp. stability	3.00 B	3.42 AB	3.61 A	3.43 AB	3.19*
Goretex products are less moisture permeable for outdoor activity in raining	2.45	2.74	2.96	2.72	2.27
Water repellent is vanished by frequent washing	2.62 C	3.16 AB	3.38 A	2.92 BC	5.21**
Cross sewing line on knee and elbow is good for activity	2.67 B	3.38 A	3.35 A	3.25 A	5.95***
Down jacket is defined as a jacket filled with goose and duck feathers	3.09 B	3.36 AB	3.68 A	3.29 AB	2.73*
Zipper on armhole and side of outdoor jacket is for air permeability	2.78	2.84	3.20	3.17	2.27
Zipper on outdoor jacket should be positioned inside jacket	2.19 B	2.50 AB	2.77 A	2.70 A	4.59**
High FP (fillpower) means good thermal property	2.45	2.88	2.88	2.80	1.60

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Duncan test : A>B>C

Table 5. Preference of functional material according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	F
Insulation	3.70	3.80	3.66	3.64	.32
Moisture absorption & fast drying	2.86	3.12	3.31	3.29	2.59
Water vapor permeability & water repellent	2.80 B	3.04 B	3.44 A	3.13 AB	4.18**
Stretch	3.27	3.28	3.62	3.52	1.66
Aromatic	2.29 B	2.46 B	2.98 A	2.58 B	5.75***
Anti-bacterial & anti-odour	2.44 B	2.54 B	3.05 A	2.76 AB	3.87**
Antistatic	2.55 B	2.72 B	3.27 A	3.31 A	7.98***
UV resistant	2.49 B	2.36 B	3.22 A	2.96 A	9.17***
Dyed loess	2.01 B	1.86 B	2.61 A	2.43 A	6.44***
Lightweight	3.36	3.22	3.83	4.33	1.74

** $p<.01$, *** $p<.001$, Duncan test : A>B>C

30대와 50대가 비슷하게 높은 인지를 보였다. ‘의류의 흡수성은 체온유지에 중요한 역할을 한다’는 40대가 가장 높은 인지도를 보였다. ‘발수성은 세탁을 많이 하면 없어진다’ 또한 40대가 가장 높은 인지도를 보였으며, ‘팔꿈치와 무릎의 가로 봉제선은 활동성을 좋게 한다’는 20대를 제외한 연령층이 높게 인지하였다. ‘오리털, 거위털 등으로 속이 채워진 보온용 재킷을 다운재킷이라고 부른다’는 정보는 40대가 가장 높게 인지하였고, ‘아웃도어 재킷의 지퍼는 안으로 달려져야 한다’는 40대가 높은 인지도를 보였다. 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보는 40대가 전체적으로 인지 수준이 가장 높은 것으로 나타났다. 한편 20대의 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보에 대한 인지 수준이 가장 낮았다. ‘아웃도어 재킷의 지퍼는 안으로 달려져야 한다’는 정보에 대한 인지도가 전체적으로 가장 낮게 나타났다.

Table 5는 연령에 따른 기능성 소재 선호도 차이를 알아보기 위하여 일원배치분산분석으로 분석한 결과로 보온성 소재와 흡수·흡습성 소재, 신축성 소재, 경량성 소재를 제외한 나머지 항목에서 유의한 차이를 보였다. 특히 방향성 소재, 정전기 방지 소재, 자외선 차단 소재, 황토 소재에서 매우 높은 유의차를 나타내고 있다($p<.001$). 투습·발수성 소재, 방향성 소재, 향균·방취 소재는 40대가 높은 선호도를 보이며, 정전기 방지 소재, 자외선차단 소재, 황토소재는 40대, 50대의 선호도가 더 높게 나타났다. 대부분의 기능성 소재들에서 20대, 30대에 비해 40대, 50대가 기능성 소재에 대한 선호도가 높게 나타났는데 이러한 결과는 기능성 섬유제품의 경우 디자인과 패션성을 중요시하는 젊은 층보다는 건강에 관심이 많고 기능을 중요시하

는 연령이 높은 층에서 많이 구매하는 것으로 보인다(Lee, 2002)는 연구결과와 유사하게 나타났다.

연령에 따른 기능성 소재 의류제품 선호도 차이는 Table 6과 같다. 연령별 보온성 소재와 신축성 소재의 의류제품 선호도에서는 유의한 차이가 나타나지 않은 반면, 방수성 소재의 의류제품 선호도는 유의한 차이를 보였다. 투습·발수성 소재 의류제품 중 모든 연령층이 점퍼의 선호도가 가장 높았으며, 특히 40대의 선호도가 가장 높게 나타났다. 전 연령층이 보온성 소재와 투습·발수성 소재의 점퍼와 신축성 소재의 바지 제품에 대한 선호도가 굉장히 높은 값을 보이고 있다.

연령에 따른 기능성 소재 의류제품 이용 이유 차이는 Table 7에 제시한 것처럼 건강과 선물에서 유의한 차이를 보였다. 건강에 대한 관심이 높아서 기능성 소재 의류제품을 구매하는 연령층은 40대, 50대가 높게 나타났으며 선물 받아서 기능성 소재 의류제품을 이용하는 연령층은 20대와 40대가 높았다. Table 8의 연령에 따른 기능성 소재 의류제품 불만사항에는 유의한 차이를 보이지 않았으나, 모든 연령층에서 높은 가격에 대한 불만이 가장 높게 나타났다.

5. 결 론

패션소재는 제품의 품질과 성능을 결정짓는 매우 결정적인 요소이다. 특히 아웃도어 웨어 제품의 경우 다양한 기능성을 가진 소재를 적용함으로써 제품의 가치를 결정하는 필수적인 요소인 만큼 소재의 기능성에 대한 소비자 인식에 대한 고찰은 상품기획과 판매에 매우 중요한 판단기준이 될 것이다.

본 연구에서는 아웃도어 웨어를 일상복으로 착용하는 남녀 소비자들의 연령에 따른 아웃도어 웨어 기능성 소재 인지 및 선호도 차이를 규명하였으며 실증적 연구를 통해 밝혀진 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 연령에 따른 인지도 차이는 기능성 소재 인지도와 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보 인지도 두 가지로 분석하였고, 그 결과는 기능성 소재 인지도는 20대가 가장 낮은 값을 보였으며, 모든 연령대에서 경량성 소재에 대해 높은 인지도를 보이는 것으로 나타났다. 연령에 따른 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보 인지도 차이는 40대가 전체적으로 인지 수준이 가장 높은 것으로 나타났다. 한편 20대의 기능성 아웃도어 웨어 제품의 정보에 대한 인지 수준이 가장 낮게 나타났다.

둘째, 연령에 따른 선호도 차이는 기능성 소재의 선호도와 기능성 소재 의류제품의 선호도로 분석하였는데, 대부분의 기능성 소재들에서 20대, 30대에 비해 40대, 50대가 기능성 소재에 대한 선호도가 높게 나타났다. 연령에 따른 기능성 소재 의류제품 선호도는 전 연령층이 보온성 소재와 방수성 소재의 점퍼와 신축성 소재의 바지 제품에 대한 선호도가 높게 나타났다. 또한 청년층에 비해 중장년층이 방수성 소재의 의류제품을 특히 선호하였다.

셋째, 연령에 따른 기능성 소재 의류제품 구매 이유 차이 분

Table 6. Preference on functional material clothing according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	Total	χ^2	
Insulation textile clothing	Jumper	44 (72.1)	29 (58.0)	33 (61.1)	36 (70.6)	142 (65.7)	22.437
	T-shirts	1 (1.6)	4 (8.0)	3 (5.6)	5 (9.8)	13 (6.0)	
	Vest	1 (1.6)	4 (8.0)	2 (5.6)	3 (5.9)	10 (4.6)	
	Training wear	4 (6.6)	4 (8.0)	4 (7.4)	0 (0.0)	12 (5.6)	
	Underwear	11 (18.0)	5 (10.0)	5 (9.3)	5 (9.8)	26 (12.0)	
	Pants	0 (0.0)	4 (8.0)	7 (13.0)	2 (3.9)	13 (6.0)	
Total	61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)		
Water vapor permeability & Water repellent textile clothing	Jumper	37 (60.7)	36 (72.0)	40 (74.1)	35 (68.6)	148 (68.5)	28.744**
	T-shirts	8 (13.1)	0 (0.0)	3 (5.6)	7 (13.7)	18 (8.3)	
	Vest	1 (1.6)	1 (2.0)	0 (0.0)	6 (11.8)	8 (3.7)	
	Training wear	9 (14.8)	8 (16.0)	8 (14.8)	1 (2.0)	26 (12.0)	
	Pants	6 (9.8)	5 (10.0)	3 (5.6)	2 (3.9)	16 (7.4)	
Total	61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)		
Stretch textile clothing	T-shirts	7 (11.5)	6 (12.0)	12 (22.2)	11 (21.6)	36 (16.7)	20.321
	Pants	30 (49.2)	22 (44.0)	25 (46.3)	32 (62.7)	109 (50.5)	
	Underwear	5 (8.2)	3 (6.0)	4 (7.4)	3 (5.9)	15 (5.9)	
	Training wear	16 (26.2)	16 (32.0)	8 (14.8)	5 (9.8)	45 (20.8)	
	Swimming wear	1 (1.6)	2 (4.0)	4 (7.4)	0 (0.0)	7 (3.2)	
	Compression stocking	2 (3.3)	1 (2.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	4 (1.9)	
	Total	61 (100)	50 (100)	54 (100)	51 (100)	216 (100)	

**p<.01

석 결과, 20대, 30대는 디자인이 좋아서 구매하는 경우가 많았으나 40대, 50대는 건강과 기능성을 위해서 구매하는 경우가 많았다.

이와 같은 분석결과를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다. 20대 소비자들은 아웃도어 웨어 제품에서 기능성보다는 디자인적 측면을 더 중시하기 때문에 소

제의 기능성에 대한 인지도가 낮으며 디자인 요소를 많이 보는 것으로 나타난 반면, 중장년층은 건강을 중요시하기 때문에 기능성 소재에 대한 인지도가 높고 제품의 기능을 중요시하는 것으로 나타났다. 이는 청년층은 아웃도어 기능성 의류제품에서도 기능성보다는 심미적인 측면을 고려하고 중장년층은 건강한 삶을 지향하기 때문에 기능성을 우선으로 하면서 심미적이 제

Table 7. Reasons for purchasing functional material clothing according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	F
Curiosity on new products	2.83	2.48	2.68	2.64	1.25
Interest in health	2.70 B	2.80 AB	3.14 A	3.09 A	3.11*
Demand on special function	3.08	2.96	3.14	3.13	0.37
Trend responding	2.57	2.38	2.57	2.54	0.44
Design preference	3.39	3.16	2.96	3.11	1.93
Gift	2.68 A	2.16 B	2.77 A	2.29 B	5.15**

*p<.05, **p<.01, Duncan test : A>B>C

Table 8. Complaints on functional material clothing according to age

Factors	20s (n=61)	30s (n=50)	40s (n=54)	50s (n=51)	Total	χ²
No complaint	3(4.9)	3(6.0)	2(3.7)	8(15.7)	16(7.4)	12.223
Function	4(6.6)	3(6.0)	4(7.4)	3(5.9)	14(6.5)	
Discrimination to other products	7(11.5)	4(8.0)	7(13.0)	6(11.8)	24(11.1)	
Price	42(68.9)	34(68.0)	32(59.3)	32(62.7)	140(64.8)	
Design	5(8.2)	6(12.0)	9(16.7)	2(3.9)	22(10.2)	
Total	61(100)	50(100)	54(100)	51(100)	216(100)	

품을 고려하는 것으로 판단된다. 이러한 특성을 바탕으로 소비 자층에 맞추어 아웃도어 웨어 기능성 제품을 기획하는 것이 좋을 것이다. 또한, 경량성과 보온성 소재의 선호도가 높게 나타났다. 점퍼와 바지의 선호도가 높게 나타난 점을 바탕으로 이러한 소재를 적용한 제품의 다양성을 높인다면 아웃도어 시장의 치열한 경쟁 속에서 차별화된 제품을 기획하는데 유리할 수 있을 것으로 기대된다. 하지만 아웃도어 웨어가 일상복으로 많이 이용된다는 점에 착안하여, 다양한 고기능성을 접목한 아이 템으로 가격을 높이기보다는 정확한 기능성 소재의 정보 전달과 함께 일상복에 적합한 기능성만을 사용하여 합리적인 가격대를 이룬다면 아웃도어 웨어의 선호도에 비례하여 만족도 또한 높을 것으로 사료된다.

그리고 본 연구의 한계점은 설문지 조사 시기가 기능성 소재의 선호도에 많은 영향을 미친 것으로 파악되며, 아웃도어 웨어를 아웃도어 활동 시 착용과 일상복 착용 시 기능성 소재의 선호도 차이를 알아보고, 또한 일반 의류제품에서 기능성 소재가 들어간 의복 착용과 아웃도어 웨어에서 동일한 기능성 소재가 들어간 제품을 착용 후 비교·분석해 볼 필요가 있는 것으로 판단된다.

감사의 글

이 논문은 부산대학교 기본연구지원사업(2년)에 의하여 연구

되었음.

References

Bae, J. M. (2011). A study on development of out-door wear design to respond to the climate and environment -Focus on the design in collections after the year 2000-. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(7), 101-109.

Cha, H. J. (2004). *Design preference tendency of mountain-climbing garments* Unpublished master's thesis, KyungHee University, Seoul.

Cho, W. H. (2011). *Study on the relationship among experiential marketing of outdoor brand, brand attitude, and purchase intention: Focused on flagship store*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.

Cho, Y. J., Choi, J. H., & Beak, H. K. (2010). Gender and age differences in evaluative criteria and information sources of functional clothing. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(9), 150-161.

Choi, L. Y., Jeon, E. K., & Yoo, H. S. (2009). Effects of consumer knowledge and expectation of functional materials for apparel on university students' behavioral intention. *Fashion & Textile Research Journal*, 11(2), 262-270.

Choi, M. S. (2009). *Research about factors to buy climbing equipment by the consumer behavior characteristics*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.

Jang, J. H. (2001). *신피복재료학* [New clothing textiles]. Seoul: Shin

- Kwang.
- Jang, Y. S. (2012). *Study on outdoor ready-to-wear collections and global outdoor wear brands since 2007*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Jo, K. S. (2006). *새로운 피복재료학* [New clothing textiles] (2nd ed.). Seoul: Sigmappress.
- Kang, H. M., & Han, K. R. (2012). *Essence sport sociology*. Seoul: Dae Kyoung Books.
- Kim, C. H. (2005). *Hiker's purchasing behavior on mountaineering apparels in high-performance textile*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Kim, C. J., & Ro, M. K. (2009). The development of face cover designs to activate outdoor life. *Journal of the Korean Society of Costume*, 59(1), 47-59.
- Kim, H. S., & Heo, H. M. (2002). Study on the leisure activity by items of leisure sports consumer. *Journal of Korean Sociology of Sport*, 15(1), 215-229.
- 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, J. H., Ly, S. Y., & Lee, J. S. (2006). Development of textile knowledge checklist and analysis of textile recognition. *Journal of Korean Living Science Association*, 15(1), 293-302.
- Kim, J. M. (2010). *Wareness and wearing of functional fabrics related with health and exercise life of silver generation*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Kim, J. W. (2012). A study on purchase behavior and design preference of outdoor jacket. Unpublished master's thesis, Pukyong National University, Busan.
- 'Korea outdoor, 50 years of history'. (2015, August 24). *Outdoor News*. Retrieved September 1, 2015, from <http://www.outdoornews.co.kr>.
- Kwon, H. J. (2012). *A study on purchasing behavior of outdoor wear depending on lifestyles and climbing behavior of middle-aged consumers*. Unpublished master's thesis, Dongduk Woman's University, Seoul.
- Lee, A. R., Jeong, J. 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. doi:10.5850/JKST.2009.33.12.1935
- Lee, H. J. (2002). *A study on consumers' purchasing behavior for functional textile products*. Unpublished master's thesis, Duksung Woman's University, Seoul.
- Lee, H. J. (2013). *A study of outdoor jacket design applying characteristics of digital environment*. Unpublished doctoral dissertation, Chung-Ang University, Seoul.
- Lee, J. W. (2011). *The 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, Seoul.
- Lee, Y. J. (2012). *The use of outdoor wear based on the middle-aged consumer benefits*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Oh, H. S. (2011). A study on the market of the outdoor wear. *The Treatise on The Plastic Media*, 14(3), 99-104.
- Park, E. J. (2002). *Korean women's golfwear buying patterns and design preference*. Unpublished master's thesis, KyungHee University, Seoul.
- Park, H. S. (2012). *(The) Effect of marketing mix activity of outdoor brand on brand equity and brand loyalty : Focused on comparison of domestic and international outdoor brand*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Park, O. R., Lee, J. N., Lee, D. C., & Jin, K. O. (2006). A study of characteristics on purchasing behavior of mountaineering wear. *The Korean Institute of Information Scientist and Engineering*, 28(29), 267-278.
- Rhee, Y. J., & Lee, E. O. (2011). The qualitative study on outdoor sportswear purchase behavior: Focusing on functional fabric awareness level and benefits sought. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1088-1101.
- Seo, M. N., & Koo, Y. S. (2014). A study on recognition and preference of healthy and functional textile according to psychological comfort of the silver generation. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(5), 811-821. doi:10.5805/SFTI.2014.16.5.811
- Sung, H. W. (2012). A study on purchasing behavior of outdoor sportswear: Based on sports types and sports participation motivations. *Korean Journal of Human Ecology*, 21(2), 315-329. doi:10.5934/KJHE.2012.21.2.315
- Yoon, J. I. (2004). *Triple media utilization difference research according to outdoor consumer gender and age*. Unpublished master's thesis, Chungnam University, Daejeon.
- You, J. Y. (2007). *A suggestion of a new design in smart golf wear based on golfer's lifestyle and individual traits*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.

(Received 19 November 2015; 1st Revised 15 January 2016;
2nd Revised 7 March 2016; Accepted 31 March 2016)