기능성 스노보드 웨어 개발을 위한 착용실태 조사

김지은 · 최혜선[†] · 김은경^{*}

이화여자대학교 의류학과, *서울디지털대학교 디지털패션전공

A Study on the Wearing Conditions of Development
for Functional Snowboarding ApparelJi-Eun Kim · Hei-Sun Choi[†] · Eun-Kyong Kim^{*}

Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University

^{*}Dept. of Digital Fashion, Seoul Digital University

접수일(2011년 7월 5일), 게재확정일(2011년 9월 14일)

Abstract

This study examined the current state of snowboarding apparel. We investigated the preferred design, the required functions, and inconvenient factors in snowboard apparel through interviews with snowboard pro-players and questionnaires with functional apparel consumers. The research was conducted as follows. In order to raise problems through interviews with pro-snowboarders and grasp the individual traits of consumers, a survey was conducted with male and female consumers in their 20s-30s who enjoy snowboarding and those who had purchased specialized brand snowboarding apparel more than once. After the survey with consumers, this study set the classification standard for snowboard maniacs according to snowboarding frequency and classified the snowboarders into two groups. Both groups carry MP3 players most frequently in ordinary times and they preferred notable and brilliant colors and partially-used patterns (printed patterns). Through the investigation of the mobile functions that the snowboarders wanted for snowboarding apparel, it was found that the most preferred functions were those of listening to music and photo/video image-taking.

Key words: Snowboarding apparel, Snowboarders, Wearing condition, Functionality; 스노보드 웨어, 스노보드, 착용실태, 기능성

I. 서 론

2000년대로 접어들면서 젊은 층을 중심으로 위험을 무릅쓰고 여러 가지 묘기를 펼치는 ‘익스트림 스포츠’가 커다란 관심을 끌고 있으며(Hwang, 2004) 특히, 스노보드는 겨울철 대표적인 스포츠 아이콘으로 자리 잡아 스노보드족이 스키장의 주요 고객으로 자리를 잡았다. 이에 따라 2006년부터는 스노보드 이용객과 스키 이용객의 비율이 기존의 4대 6에서 6대 4로 역전하면서 대부분 스키장들이 스노보드 전용코스를 늘리고 새로운 시설물을 들여 놓는 등 변신을 꾀하고 있다

(Jeong, 2008). 이러한 스노보드 열풍에 힘입어 스노보드 웨어의 의류업체들은 소비자의 필요와 요구를 충족시키기 위한 새로운 스노보드 웨어의 개발이 필요한 실정이다.

현재 시중에 판매되는 스노보드 웨어는 고기능성 섬유를 사용하여 방수성, 발수성, 투습성, 보온성 등의 효과를 가지므로 스노보드 초창기에 비해 비약적인 발전을 하였다. 그러나 스노보드 웨어 소비자들은 소재에 대한 기능성에 만족하지 않고 IT제품을 손쉽게 활용할 수 있거나 MP3플레이어와 이어폰 고리를 다는 등 실용적인 기능성까지 확대시켜 요구하고 있다. 이렇듯 날로 증대하고 있는 소비자의 필요와 요구를 충족시키기에는 아직 개발이 미흡한 실정이다. 스노보드는 다

[†]Corresponding author
E-mail: hschoi@ewha.ac.kr

른 스포츠 분야에 비해 수용 속도가 빠르고 스노보더의 인구가 계속 증가하고 있는 추세이므로 이에 대한 신속한 대응과 꾸준한 개발이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 스노보드 웨어 소비자들을 대상으로 한 설문 조사를 통해 스노보드 참여도에 따른 스노보드 웨어 소비자들의 개인적 특성을 이해하고 스노보드 웨어의 전자제품의 선호도, 필요기능 등을 파악하여 기능성 스노보드 웨어 개발을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

국내 스노보드 웨어 브랜드 현황을 살펴보면 유형에 따라 대규모 스포츠 의류 브랜드에서 스노보드 웨어를 전개한 대기업 형태와 스노보더를 대상으로 스노보드 웨어만 전문적으로 생산하는 전문 스노보드 웨어 브랜드로 나눌 수 있다. 선행연구(E. H. Song, 2003; J. S. Song, 2003; Tac, 2007)에 의하면 대기업 형태의 브랜드 위주의 백화점이나 스포츠웨어 대리점보다는 전문 스노보드 웨어 브랜드를 구입할 수 있는 스노보드 웨어 전문샵에서 구매하는 경우가 더 많았으며, 특히 마니아일수록 전문샵에서 구매하는 경우가 거의 대부분이었다. 따라서 본 연구대상은 스노보드를 타본 적이 있으며, 전문 스노보드 웨어 브랜드의 제품을 1회 이상 구매한 경험이 있는 집단을 중심으로 연구하였다.

II. 연구방법

1. 설문 조사목적 및 설문지 구성

본 연구의 설문 조사는 스노보드 웨어 소비자들을 대상으로 선호하는 디자인 요소와 필요 기능 및 불만 사항을 파악하여 기능성 스노보드 웨어 개발을 위한 기초자료를 수집하기 위한 것이다. 설문지 내용은 선행연구(Kim, 2005; Lee, 2009; You, 2007)를 참조하여 스노보드 웨어 소비자의 라이프스타일과 휴대용 전자제품의 사용 현황 7문항, 스노보드 웨어 착용실태 조사 5문항, 스노보드 웨어에 필요한 기능 조사 4문항, 스노보드 관련 개인적 행동 특성 9문항으로 구성하였다.

2. 설문 조사대상 및 조사기간

본 연구의 설문지는 스노보드 프로 선수들과의 인터뷰를 통하여 연구의 필요성을 제기하고 예비설문을 실시한 후, 그 결과에 기초하여 설문지를 수정, 보완하였다. 본 설문 조사는 2010년 2월 8일에서 2월 28일까지 시행되었으며 강원도에 위치한 P리조트에서 임의 추출

한 남녀 20~30대의 스노보더를 대상으로 자료를 수집하였다. 본 설문지는 총 330부를 배포하였으나 불완전한 23부를 제외하고 307부를 연구자료로 이용하였다.

3. 자료처리 및 분석방법

본 연구의 설문 자료는 통계 프로그램 SPSS for Window 17.0을 이용하여 분석을 실시하였다. 인구통계학적 문항은 기술 통계치를 산출하였고, 스노보드 웨어의 구매, 휴대용 전자제품의 현황, 스노보드 웨어에 필요한 기능 등에 관한 문항은 빈도분석과 다중응답분석, 교차분석을 실시하고 필요에 따라 사후검증을 하였다.

또한 분석을 통해 마니아의 기준을 정하고 그에 따라 마니아 집단과 일반인 집단으로 나누어 집단별 선호경향의 차이를 분석하고 이를 검증하기 위해 t-test 분석방법을 사용하였다.

III. 스노보드 웨어 소비자 설문 조사 분석결과

1. 조사대상자의 일반적인 사항

조사대상자의 성비는 총 응답자 307명 중 남성은 612%, 여성은 38.8%였으며, 연령대는 20대가 67.1%, 30대가 32.9%였다. 조사대상자의 신장은 남자는 평균 174.2cm이었으며 170cm 이상 180cm 미만의 집단이 63.2%로 가장 높게 나타났고, 여자는 평균 신장 161.7cm이었으며 160cm 이상 170cm 미만의 집단이 68.1%로 가장 높게 나타났다. 조사대상자의 체중은 남자는 평균 72.0kg이었으며 60kg 이상 70kg 미만의 집단이 38.8%로 가장 높게 나타났고, 여자는 무응답 10.0%를 제외한 평균 체중 50.3kg이었으며 50kg 이상 60kg 미만의 집단이 51.3%로 가장 높게 나타났다.

본 연구의 조사대상자는 사이크로리아에서 조사한 한국인 20~30대 평균 치수에 비해(Size Korea, 2004), 남자는 전체적으로 체격이 큰 편으로 나타났으며 여자는 전체적으로 키가 크고 날씬한 편으로 나타났다. <Table 1>은 조사대상자의 일반적인 사항이다.

2. 스노보드 관련 행동에 관한 개인적 특성

1) 스노보드 경력 조사

스노보드 경력을 알아본 결과 전체적으로 고르게 분

Table 1. General information of the subjects

(n=307, Unit: person (%))

Factor		Level	Frequency	Mean (n=307)	Size Korea (n=2733)
Sex		Male	188 (61.2)	-	1360
		Female	119 (38.8)		1373
Age		20s	206 (67.1)	-	1302
		30s	101 (32.9)		1431
Stature	Male	Under 170cm	11 (5.9)	174.2cm	171.9cm
		170-Under 180cm	119 (63.2)		
		180-Under 190cm	56 (29.8)		
		More than 190cm	2 (1.1)		
	Female	Under 160cm	26 (21.9)	161.7cm	158.6cm
		160-Under 170cm	81 (68.1)		
		More than 170cm	12 (10.0)		
Weight	Male	Under 60kg	11 (5.9)	72.0kg	70.9kg
		60-Under 70kg	73 (38.8)		
		70-Under 80kg	64 (34.0)		
		80-Under 90kg	27 (14.4)		
		More than 90kg	13 (6.9)		
	Female	Under 50kg	42 (35.3)	50.3kg	55.2kg
		50-Under 60kg	61 (51.3)		
		More than 60kg	4 (3.4)		
		No Reply	12 (10.0)	-	

Shading indicates a higher percentage.

Table 2. Snowboard experience of the subjects

(n=307, Unit: person (%))

Item	Division of Variable	Frequency	Cumulative Frequency
Snowboard experience	More than 10 years	41 (13.3)	41 (13.3)
	8~10 years	30 (9.8)	71 (23.1)
	6~8 years	45 (14.7)	116 (37.8)
	4~6 years	73 (23.8)	189 (61.6)
	2~4 years	86 (28.0)	275 (89.6)
	under 2 years	32 (10.4)	307 (100.0)

Shading indicates a higher percentage.

포하였으나 그 중에 2년 이상 4년 미만(28.0%)과 4년 이상 6년 미만(23.8%)의 경력자들이 51.8%로 전체의 절반 이상을 차지하였고, 10년 이상의 경력자들은 13.4%이었다. 본 연구의 조사대상자의 60% 이상이 4년 이상 스노보드 경력을 가지고 있으므로 전반적으로 경력이 많은 것으로 나타났다. <Table 2>는 조사대상자의 스노보드 경력을 나타낸 것이다.

2) 스노보드 라이딩 빈도 조사

최근 3년 간 기준으로 얼마나 자주 스노보드를 타는지에 대해 조사한 결과, 1주일에 3~4일 타는 응답자가 28.7%로 가장 많았으며, 그 다음으로 1주일에 1~2일이 24.1%, 1주일에 5일 이상이 22.5%로 나타났다. 1주일에 적어도 1일 이상 스노보드를 타는 비율이 전체의 75%가 넘으므로 본 연구의 조사대상은 전반적으로 스노보드를 적극적으로 타는 집단인 것으로 나타났다. <Table 3>은 스노보드 라이딩 빈도를 나타낸 것이다.

3) 스노보드를 타는 이유에 관한 조사

스노보드를 타는 이유에 관한 조사한 결과 <Table 4>와 같다. 스노보드가 즐겁고 재미있어서 스노보드를 타는 응답자가 전체의 75%를 차지하여 압도적으로 가장 높았다. 이는 본 연구의 조사대상자들은 재미추구형이며, 자기주장이 뚜렷하고 자유를 즐기는 집단으로 사료된다. 그 다음 순으로 친목도모를 위해서가 10%, 실력향상을 위해서가 8% 순으로 나타났다.

Table 3. Snowboarding frequency of the subjects
(n=307, Unit: person (%))

Item	Division of Variable	Frequency	Cumulative Frequency
Snowboarding frequency	More than 5 days a week	69 (22.5)	69 (22.5)
	3~4 days a week	88 (28.7)	157 (51.2)
	1~2 days a week	74 (24.1)	231 (75.3)
	1~2 days 2 weeks	28 (9.1)	259 (84.4)
	1~2 days a month	34 (11.1)	293 (95.5)
	1~2 days a season	14 (4.5)	307 (100.0)

Shading indicates a higher percentage.

4) 스노보드 마니아의 기준 및 그에 따른 인구통계학적 특징

본 연구에서는 스노보드 참여 정도에 따라 스노보드 웨어의 기능성 선호도나 디자인 선호도, 불만사항 등에 차이가 있을 것이라는 가설을 정하고 스노보드 마니아의 기준을 설문문을 통해 설정한 후, 일반 스노보더 집단과 마니아 스노보더 집단으로 분류하였다. 스노보드 마니아의

Table 4. Reason for snowboard riding
(n=307, Unit: person (%))

Item	Division of Variable	Frequency	Total
Reasons for snowboard riding	To be enjoyable and funny	230 (75.0)	307(100.0)
	To promote social	30 (10.0)	
	To progress skills	24 (8.0)	
	To be eco-friendly	9 (2.9)	
	To be healthy	6 (2.0)	
	Others	8 (2.6)	

Shading indicates a higher percentage.

기준을 조사한 결과는 <Fig 1>과 같다. 1주일에 3~4일은 스노보딩을 해야 마니아라고 생각하는 응답자가 44.9%로 가장 많았으므로 1주일에 3일 이상 스노보드를 즐기는 집단을 마니아 스노보더 집단, 그 이하로 스노보드를 즐기는 집단을 일반 스노보더 집단이라고 명명하였다.

스노보드 참여 정도에 따라 본 연구의 조사대상을 집단별로 재분류한 결과는 <Fig. 2>~<Fig. 3>과 같다. 일반 스노보더 집단은 48.9%, 마니아 스노보더 집단은 51.1%

Fig. 1. Survey on the criteria for snowboard mania. **Fig. 2. Sex ratio according to participation degree in snowboarding.** **Fig. 3. Age classification according to participation degree in snowboarding.**

였으며, 성비는 일반 스노보드 집단은 남자가 58.7%, 여자가 41.3%, 마니아 스노보드 집단은 남자가 63.7%, 여자가 36.3%로 나타났다. 연령은 일반 스노보드 집단은 20대가 56.7%, 30대가 43.3%, 마니아 스노보드 집단은 20대가 77.1%, 30대가 22.9%로 나타났다. 이는 마니아 스노보드 즉, 스노보드 활동을 적극적 참여하는 집단일 수록 여자보다는 남자가, 30대보다는 20대가 더 높은 비중을 차지한다는 것을 알 수 있다.

3. 스노보드 관련 라이프스타일과 휴대용 전자제품 사용 현황

1) 스노보드 관련 라이프스타일 조사

스노보드와 관련된 라이프스타일을 분석한 결과, <Table 5>에서 제시한 바와 같이 익스트림 스포츠를 즐기는 경우가 평균 4.12점으로 가장 높았으며, 그 다음으로는 스노보드는 나의 삶에 있어 매우 소중한 부분이라고 응답한 항목이 평균 4.10점, 취미생활을 위해 소비를 많이 하는 편이라고 응답한 항목이 평균 4.05점으로 나타났다. 그 외에 항목에서도 대부분 평균 3점을 넘어 본 연구의 조사대상자는 취미생활이나 스노보드 활동에 적극적인 집단임을 알 수 있다.

스노보드 참여 정도에 따라 일반 스노보더와 마니아 스노보더 집단별로 스노보드 관련 라이프스타일을 분석한 결과, 새로운 전자제품이 출시되면 남들보다 먼저 구매하는 편이라는 항목을 제외한 모든 항목에서 마니아 스노보더 집단이 일반 스노보더 집단보다 더 적극적인 것으로 유의차가 나타났다. 특히 '취미생활을 위해 소비를 많이 하는 편이다', '나는 익스트림 스포츠를 즐

긴다', '스노보드는 나의 삶에 있어 매우 소중한 부분이다', '마음에 드는 스노보드 장비가 있으면 반드시 사는 편이다' 항목은 일반 스노보더와 마니아 스노보더 두 집단 간 유의차가 크게 나타나 자신이 관심 있는 특정 분야에는 몰입하는 마니아의 성향을 잘 나타내고 있었다.

2) 휴대용 전자제품 사용 현황

일반 휴대폰을 제외한 휴대용 전자제품의 사용 현황을 알아보기 위해 다중응답으로 조사한 결과 <Table 6>과 같이 MP3플레이어가 전체의 73.5%, 디지털카메라는 전체의 50.0%가 휴대하는 것으로 나타나 조사대상자는 엔터테인먼트 위주의 전자제품을 휴대하는 비율이 높은 것으로 분석되었다. 스노보드 참여 집단별로 조사한 결과 거의 차이가 없는 것으로 나타났으나, 현재(2011년 3월) 국내 스마트폰 보급률이 19.6% 수준까지 증가하였으나(Lee, 2011) 2010년 2월 스마트폰이 보급된 비율이 휴대폰 시장의 3%에 불과했던 것으로 볼 때(Jeong, 2010), 설문 조사결과 스마트폰을 휴대하고 있는 비율이 조사 당시 2010년 2월 기준으로 19.9%인 것은 상당히 높은 비율이며 본 연구의 조사대상자는 일반인보다 스마트폰의 수용도가 매우 빠르다는 것을 알 수 있었다.

4. 스노보드 웨어에 관한 조사

1) 스노보드 웨어 구입 시 기준이 되는 항목 조사

스노보드 웨어 구입 시 기준이 되는 항목을 조사한 결과, 전체적으로 평균 3점이 넘어 스노보드 웨어 구입 시 어느 항목도 빠지지 않고 구입 기준이 된다고 볼 수 있

Table 5. Life style related to snowboarding

(n=307, Unit: person (%))

Item	Mean	S.D	Classification				
			General	S.D	Maniacs	S.D	t-value
I regularly participate in meetings or club activities for my hobby.	3.60	1.48	3.40	1.51	3.78	1.43	-2.29*
I tend to spend much money on my hobby.	4.05	0.98	3.85	0.98	4.23	0.95	-3.41***
If a new electronic appliance is launched into the market, I tend to purchase it earlier than others.	2.85	1.30	2.79	1.29	2.90	1.32	-0.75
I enjoy extreme sports.	4.12	1.07	3.76	1.17	4.47	0.84	-6.11***
Snowboarding is a very important part in my life.	4.10	1.12	3.73	1.24	4.45	0.85	-5.84***
I surely purchase snowboard equipment if I like it.	3.02	1.27	2.78	1.30	3.25	1.20	-3.33***
I surely purchase snowboard wear if I like it.	3.15	1.29	2.92	1.33	3.36	1.20	-3.06**

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

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

Table 6. Facts and figures on using portable electronic products (n=307, Unit: person (%))

Item	Classification		Total
	General Snowboarders	Snowboard Maniacs	
MP3 player	110 (35.8)	115 (37.5)	225 (73.5)
Digital Camera	76 (24.8)	77 (25.1)	153 (50.0)
Laptop	59 (19.2)	50 (16.3)	109 (35.6)
Smart phone	31 (10.1)	30 (9.8)	61 (19.9)
Navigation	26 (8.5)	34 (11.1)	60 (19.6)
Electronic Dictionary	33 (10.7)	26 (8.5)	59 (19.3)
Small-sized game console	18 (5.9)	30 (9.8)	48 (15.7)
PDA	4 (1.3)	4 (1.3)	8 (2.6)

Shading indicates a higher percentage.

다. 그 중에서도 디자인이 평균 4.78점으로 가장 높았으며, 그 다음으로는 가격이 평균 3.90점, 기능성이 평균 3.81점 순으로 높았다. 스노보드 웨어 구입 시 기준이 되는 항목을 조사한 결과를 <Table 7>에 제시하였다.

스노보드 참여 정도에 따른 집단별로 구입 기준을 분석한 결과, 마니아 스노보더 집단은 디자인 항목에서 유의차가 있어 구입 기준이 일반 스노보더 집단보다 디자인에 큰 영향을 끼친다고 볼 수 있다. 반면, 기능성 항목에서는 일반 스노보더 집단이 마니아 스노보더 집단보다 더 중요하다고 여기는 것으로 나타났는데, 이는 일반 스노보더들은 스노보드 활동의 기술 숙련도가 다소 떨어지므로 의류 기능성을 중요함으로써 의복의 존도를 높이는 것으로 사료된다. 희소성 항목에서 마니아 스노보더 집단이 일반 스노보더 집단보다 더 높은 것으로 유의차가 있는 것으로 나타났는데, 이는 트렌드

에 민감한 마니아 스노보더 집단이 일반 스노보더 집단보다 개성을 중요시하기 때문에 스노보드 웨어 구입에 있어서 남들과 똑같지 않은 자신만의 희소성 있는 제품을 구입하는 것으로 간주된다.

2) 스노보드 웨어 구입 시 고려하는 사항 조사

스노보드 웨어 구입 시 고려하는 사항에 대하여 조사한 결과 <Table 8>과 같다. 색상이 중요하다는 항목이 평균 4.52점으로 가장 높았고, 그 다음으로는 핏(실루엣)이 평균 4.40점, 보온성이 평균 4.08점, 패턴(프린트/무늬)이 평균 3.99점 순으로 높았다. 디자인 요소에 해당하는 색상과 핏(실루엣), 패턴(프린트/무늬) 항목이 보온성을 제외한 기능적 요소보다 높은 점수로 나타난 것을 볼 때, 스노보드 웨어 구입 시 기능성 요소보다 디자인 요소가 끼치는 영향은 매우 크다고 볼 수 있다.

Table 7. Requirements for purchase of snowboard wear (n=307, Unit: person (%))

Item	Level					Mean	S.D	Classification				
	5-point	4-point	3-point	2-point	1-point			Generals	S.D	Maniacs	S.D	t-value
Design	252 (82.1)	47 (15.3)	6 (2.0)	0 (0.0)	2 (0.7)	4.78	0.54	4.67	0.67	4.89	0.34	-3.47***
Function	102 (33.2)	96 (31.3)	72 (23.5)	24 (7.8)	13 (4.2)	3.81	1.11	3.97	1.02	3.66	1.17	2.48**
Brand	74 (24.1)	93 (30.3)	92 (30.0)	32 (10.4)	16 (5.2)	3.58	1.12	3.53	1.15	3.62	1.09	0.66
Price	110 (35.8)	94 (30.6)	80 (26.1)	9 (2.9)	14 (4.6)	3.90	1.07	3.85	1.06	3.95	1.08	0.79
Scarcity	113 (36.8)	73 (23.8)	68 (22.1)	34 (11.1)	19 (6.2)	3.74	1.24	3.44	1.36	4.03	1.03	-4.24***

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

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

Table 8. Considerations for purchase of snowboard wear

(n=307, Unit: person (%))

Item	Mean	S.D	Classification				
			Generals	S.D	Maniacs	S.D	t-value
Color matters to me.	4.52	0.70	4.47	0.72	4.57	0.67	-1.26
Fit (silhouette) matters to me.	4.40	0.89	4.27	0.91	4.53	0.85	-2.54*
It should have a thermo keeping function.	4.08	0.95	4.18	0.96	3.98	0.92	1.85
Patterns (prints/patterns) are important to me.	3.99	1.02	4.06	0.98	3.92	1.05	1.23
Snowboard wear should be light.	3.95	1.01	3.89	1.06	4.00	0.96	-0.92
It is important to have good ventilation function.	3.84	1.00	3.94	0.96	3.75	1.04	1.65
It is important to use moisture permeable and waterproof fabric.	3.69	1.12	3.84	1.04	3.55	1.17	2.26*
It should be highly durable for wearing a long time.	3.62	1.14	3.72	1.12	3.52	1.16	1.57
It should be easy to put on and take off.	3.61	1.17	3.72	1.10	3.50	1.22	1.68
It is important to have pockets that are easy to carry certain articles.	3.58	1.11	3.73	1.08	3.44	1.13	2.33*
I prefer to wear a bigger size than I usually wear in consideration of wearing protective guards.	3.55	1.28	3.70	1.22	3.41	1.33	2.01*
It is important to wear fashionable clothes.	3.39	1.12	3.41	1.09	3.36	1.15	0.39
It is important that it is as wearable as ordinary clothes as well.	2.55	1.26	2.40	1.24	2.69	1.26	-2.06*
I prefer clothes with sleeves and inner wear that are easy to detach/reattach and look like layered clothes.	2.51	1.21	2.70	1.23	2.33	1.17	2.69**

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

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

전체적으로 평균 3점 이상으로 평가되었으나, 평상복으로 겸할 수 있는 것이 중요하다는 항목이 평균 2.55점, 소매/이너 탈부착으로 여러 벌의 효과가 있는 것을 선호한다는 항목이 평균 2.51점으로 보통 이하로 평가되어 스노보드 웨어 소비자는 스노보딩을 하지 않을 시, 스노보드 웨어를 활용하는 것을 선호하지 않는 것으로 나타났다.

스노보드 참여 정도에 따른 구입 기준을 분석한 결과, ‘투습방수성이 탁월한 소재가 중요하다’, ‘소지품 수납이 용이한 포켓이 중요하다’, ‘보호대를 착용할 것을 고려하여 한 치수 큰 사이즈를 선호한다’ 세 항목과 ‘소매/이너 탈부착으로 여러 벌의 효과가 있는 것을 선호한다’ 항목은 각각 $p<.05$, $p<.01$ 수준에서 유의한 차이로 일반 스노보더 집단이 마니아 스노보더 집단보다 더 고려하는 것으로 나타났다. 또한 ‘핏(실루엣)이 중요하다’ 항목에서 유의한 차이로 마니아 스노보더 집단이 일반 스노보더 집단보다 더 고려하는 것으로 나타났다($p<.05$). 이는 일반 스노보더 집단은 기능성을 중요시하나, 마니아 스노보더 집단은 외관을 중요하는 것으로 나타났다.

3) 스노보드 웨어의 선호하는 디자인 조사

다음으로 기능성 스노보드 웨어 설계 시, 선호하는 디

자인을 반영하기 위해 디자인 선호도를 조사하였다. 조사한 디자인 요소로는 핏(실루엣), 색상, 패턴(프린트/무늬) 3가지로 그 결과는 <Table 9>에 제시하였다.

핏(실루엣) 항목에서 재킷의 경우 베이직 스타일이 44.3%, 팬츠의 경우 힙합 스타일이 39.4%로 가장 높은 비중을 차지하였다. 색상 항목에서는 재킷의 경우 튀고 화려한 색이 41.0%, 팬츠의 경우 무채색 계열이 55.0%로 가장 높은 비중을 차지하였다. 패턴(프린트/무늬) 항목에서는 재킷은 부분적 사용이 44.3%, 팬츠는 무지 52.4%로 가장 선호도가 높았다.

스노보드 참여 정도에 따라 디자인 선호도에 차이가 있는지 알아 본 결과, 재킷과 팬츠는 일반 스노보더와 마니아 스노보더 두 집단 간 핏(실루엣) 선호도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 팬츠의 패턴(프린트/무늬) 선호도에서 일반 스노보더와 마니아 스노보더 두 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 일반 스노보더 집단은 마니아 스노보더 집단에 비해 숙련도가 떨어지기 때문에 더 자주 넘어지므로 화려한 팬츠보다는 무지의 팬츠를 선호하는 것으로 간주된다.

(1) 선호하는 핏(실루엣)

선호하는 핏(실루엣)을 스노보드 참여 정도에 따라 비교·분석한 결과, 재킷에서는 일반 스노보더 집단은

Table 9. Research for preferred design of snowboard wear

(n=307, Unit: person (%))

Item			Classification		Total	χ^2
			General Snowboarders	Snowboard Maniacs		
Fit (silhouette)	Jacket	Hip-hop	64 (20.8)	65 (21.2)	129 (42.0)	7.46*
		Basic	58 (18.9)	78 (25.4)	136 (44.3)	
		Slim	28 (9.1)	14 (4.6)	42 (13.7)	
	Pants	Hip-hop	73 (23.8)	48 (15.6)	121 (39.4)	11.79**
		Basic	44 (14.3)	53 (17.3)	97 (31.6)	
		Slim	33 (10.7)	56 (18.2)	89 (29.0)	
Color	Jacket	Notable and brilliant	60 (19.5)	66 (21.5)	126 (41.0)	2.13
		Pastel	45 (14.7)	36 (11.7)	81 (26.4)	
		Achromatic	45 (14.7)	55 (17.9)	100 (32.6)	
	Pants	Notable and brilliant	37 (12.1)	40 (13.0)	77 (25.1)	4.44
		Pastel	37 (12.1)	24 (7.8)	61 (19.9)	
		Achromatic	76 (24.8)	93 (30.3)	169 (55.0)	
Patterns (prints/ patterns)	Jacket	Overall-used	46 (15.0)	40 (13.0)	86 (28.0)	5.92
		Partially-used	72 (23.5)	64 (20.8)	136 (44.3)	
		Solid	32 (10.4)	53 (17.3)	85 (27.7)	
	Pants	Overall-used	29 (9.4)	18 (5.9)	47 (15.3)	6.80*
		Partially-used	53 (17.3)	46 (15.0)	99 (32.3)	
		Solid	68 (22.1)	93 (30.3)	161 (52.4)	

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

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

힙합 스타일, 베이직 스타일, 슬림 스타일 순으로 선호한 반면, 마니아 스노보더 집단은 베이직 스타일, 힙합 스타일, 슬림 스타일 순으로 선호하였다.

팬츠에서는 일반 스노보더 집단은 힙합 스타일, 베이직 스타일, 슬림 스타일 순으로 선호한 반면, 마니아 스노보더 집단은 슬림 스타일, 베이직 스타일, 힙합 스타일 순으로 선호하였다. 이는 힙합 스타일이 대세를 이루었던 과거와는 달리 최근 스키니 열풍에 힘입어 스노보더 웨어에서도 슬림한 스타일이 유행하고 있는데, 트렌드에 민감한 마니아 스노보더 집단에서 빠르게 번지고 있는 것을 알 수 있다(Dong 2009).

(2) 선호하는 색상

선호하는 색상을 조사한 결과, 재킷에서는 일반 스노보더 집단은 튀고 화려한 색, 무채색 계열, 파스텔 계열 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 마찬가지로 마니아 스노보더 집단에서도 튀고 화려한 색, 무채색 계열, 파스텔 계열 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

팬츠에서는 일반 스노보더 집단과 마니아 스노보더 집단 모두 튀고 화려한 색이나 파스텔 계열보다는 무채색 계열이 압도적으로 많았다.

(3) 선호하는 패턴(프린트/무늬)

선호하는 패턴(프린트/무늬)을 조사한 결과, 재킷에서는 일반 스노보더 집단은 부분적 사용, 전체적 사용, 무지 순으로 선호하였고 마찬가지로 마니아 스노보더 집단에서도 부분적 사용, 전체적 사용, 무지 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

팬츠에서는 일반 스노보더 집단과 마니아 스노보더 집단 모두 패턴(프린트/무늬)을 부분적 사용하는 경우나 전체적 사용하는 경우보다는 ‘무지’를 선호하는 경우가 압도적으로 많은 것으로 나타났다.

4) 스노보드 웨어의 불만사항 조사

본 연구에서는 실험복 개발 시, 기존의 스노보드 웨어에서 불만사항을 개선하기 위하여 스노보드 재킷, 팬츠, 공통 항목별로 조사하고, 스노보드 참여 정도에 따라 유의차가 있는지 분석한 결과를 <Table 10>에 제시하였다.

재킷의 경우에는 한쪽 여밈(one-way) 지퍼 항목이 평균 3.25점으로 가장 불편하다고 나타났으며, 그 다음 순으로는 포켓지퍼를 열고 닫기가 불편하고 소지품 수납이 불편하다고 나타났다. 스노보드 참여 정도에 따른

Table 10. Complaints on snowboard wear

(n=307, Unit: person (%))

Item		Mean	Classification					
			S.D	General	S.D	Maniacs	S.D	t-value
Jacket	It is inconvenient to use a one-way zipper.	3.25	1.38	3.11	1.34	3.39	1.41	-1.75
	It is inconvenient to use a pocket zipper.	2.94	1.37	3.17	1.33	2.72	1.40	2.43*
	It is inconvenient to put articles into the pockets.	2.93	1.22	3.10	1.20	2.76	1.22	2.11*
	It is uncomfortable to wear the snow skirt at cuffs.	2.67	1.25	2.83	1.33	2.53	1.14	-1.17
	It is inconvenient to open and close the front zipper.	2.62	1.25	2.73	1.22	2.52	1.26	1.60
	When using a hip protector, the bottom edge of the jacket curls up.	2.59	1.30	2.73	1.23	2.45	1.35	1.87
	When snowboarding, the jacket hood is reversed toward the head, which is uncomfortable.	2.55	1.27	2.63	1.27	2.48	1.28	0.98
	I feel uncomfortable with the snow guard on the sleeves.	2.54	1.35	2.59	1.28	2.49	1.41	0.67
Pants	I feel uncomfortable as the edge trails.	3.25	1.39	3.34	1.37	3.16	1.40	1.14
	It is inconvenient to put articles into the pockets.	3.02	1.29	3.05	1.21	2.99	1.36	0.45
	Snow gets into my back.	2.77	1.42	2.87	1.38	2.67	1.46	1.26
	I feel uncomfortable with the snow skirt at the back.	2.63	1.39	2.60	1.28	2.66	1.49	-0.35
	I feel uncomfortable as the pants are too long.	2.59	1.36	2.67	1.35	2.50	1.36	1.10
	I feel uncomfortable as the pants slide down.	2.52	1.32	2.55	1.33	2.49	1.31	0.37
	I feel uncomfortable as the pants are small when I wear protective guards.	2.51	1.29	2.55	1.30	2.47	1.28	0.51
General	The fabric wears out easily.	2.90	1.31	2.83	1.24	2.97	1.37	-0.90
	The snowboard wear is heavy.	2.74	1.21	2.77	1.19	2.71	1.23	0.39
	It does not have good water-proofing.	2.49	1.18	2.48	1.13	2.49	1.22	-0.08
	It does not have good ventilation.	2.49	1.17	2.58	1.18	2.40	1.15	1.34

* $p<.05$

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

스노보드 웨어의 불만사항을 분석한 결과, 재킷에서 포켓지퍼를 열고 닫기가 불편하다는 항목과 소지품 수납이 불편하다는 항목에서 유의한 차이가 나타났는데, 일반 스노보더 집단이 마니아 스노보더 집단보다 더 불편을 느끼는 것으로 나타나($p<.05$) 일반 스노보더 집단은 마니아 스노보더 집단보다 소지품 휴대 기능에 민감한 것으로 나타났다.

팬츠의 경우에는 밀단이 끌려 불편하다는 항목이 평균 3.25점으로 스노보드 웨어의 불만사항을 조사한 전

체 설문 중에 불편도가 가장 높았으며, 그 다음 순으로 는 소지품 수납이 불편하다고 나타났다.

5. 스노보드 웨어에 필요한 기능에 관한 조사

1) 스노보딩 시 휴대하는 전자제품 조사

스노보딩 시 휴대하는 전자제품의 현황을 알아보기 위해 다중응답으로 조사한 결과 <Table 11>과 같이 휴대폰이 전체의 73.3%가 휴대하는 것으로 나타났으며,

Table 11. Facts and figures on using portable electronic products

(n=307, Unit: person (%))

Item	Classification		Total
	General Snowboarders	Snowboard Maniacs	
Cellphone	113 (50.2)	112 (49.8)	225 (73.3)
MP3 Player	76 (43.4)	99 (56.6)	175 (57.0)
Digital Camera	51 (60.7)	33 (39.3)	84 (27.4)
Small-sized game console	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (0.7)
PDA	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (0.7)
Others	3 (50.0)	3 (50.0)	6 (2.0)
No Reply	3 (42.9)	4 (57.1)	7 (2.3)

Shading indicates a higher percentage.

그 다음으로는 MP3플레이어가 전체의 57.0%, 디지털 카메라가 전체의 27.4% 순으로 나타났다.

2) 스노보드 웨어에 삽입되기를 바라는 모바일 기능 조사
스노보드 웨어에 삽입되기를 바라는 모바일 기능을

1순위, 2순위, 3순위별로 조사한 결과를 <Table 12>에 제시하였다. 1순위에서는 음악청취 기능, 2순위와 3순위에서는 사진/동영상 촬영 기능이 삽입되기를 가장 바라는 것으로 나타났다. 2순위와 3순위가 같은 항목에서 높은 점수가 나와서 전체 항목 중에서 3개를 고르

Table 12. Mobile functions desired to apply to snowboard

(n=307, Unit: person (%))

Item	1st	2nd	3rd	Multiple Response
Listening to music	148 (48.2)	95 (30.9)	43 (14.0)	286 (93.2)
Photo/video	38 (12.4)	104 (33.9)	128 (41.7)	270 (87.9)
Cellphone	111 (36.2)	86 (28.0)	59 (19.2)	226 (83.4)
GPS	5 (1.6)	5 (1.6)	25 (8.1)	33 (10.7)
DMB	2 (0.7)	5 (1.6)	11 (3.6)	17 (5.5)
Game	0 (0.0)	5 (1.6)	11 (3.6)	15 (4.9)
PDA	0 (0.0)	5 (1.6)	3 (1.0)	8 (2.6)
Others	3 (1.0)	5 (1.6)	23 (7 .5)	27 (8.8)

Shading indicates a higher percentage.

Table 13. Functions necessary for snowboard wear

(n=307, Unit: person (%))

Item	Classification		Total	χ^2
	General Snowboarders	Snowboard Maniacs		
Has a function to remove moisture on goggles	126 (49.4)	129 (50.6)	255 (83.1)	.183
Has a heating function to keep the body warm	112 (53.1)	99 (46.9)	211 (68.7)	4.81*
Has a function for photographing riding because a small camera is attached to the jacket	101 (48.1)	109 (51.9)	210 (68.4)	.156
Has a vibrating alarm function for when a phone call or message comes in	114 (55.3)	92 (44.7)	206 (67.1)	10.52***
Has a function to listen to music with an embedded MP3 player	99 (48.5)	105 (51.5)	204 (66.4)	.027
Has a wireless function to use at ski resorts	93 (50.0)	93 (50.0)	186 (60.6)	.245
Ultra-small sized speakers are attached to the hood instead of earphones that are dangerous when snowboarding	89 (50.6)	87 (49.4)	176 (57.3)	.482
Has an automatic roll-up function at the bottom edge of the trousers	78 (48.1)	84 (51.9)	162 (52.8)	.07
Has a heat control function with injected air	82 (51.3)	78 (48.8)	160 (52.1)	.76
Has a mask function	77 (51.3)	73 (48.7)	150 (48.9)	.718
Has a real-time weather or temperature forecasting function	67 (45.9)	79 (54.1)	146 (47.6)	.982
Lotion or lip balm is attached to the clothes for skin protection	57 (45.2)	69 (54.8)	126 (41.0)	1.12
Protection guards are attached to the pants	75 (60.5)	49 (39.5)	124 (40.4)	11.25***
Has a GPS function to find roads or friends easily	64 (56.1)	50 (43.9)	114 (37.1)	3.847*
Gloves are attached to the jacket	48 (53.3)	42 (46.7)	90 (29.3)	1.02
In terms of design, colors change according to temperature	27 (36.5)	47 (63.5)	74 (24.1)	5.974*
Has game function for simple play	16 (37.2)	27 (62.8)	43 (14.0)	2.716

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

Shading indicates a higher percentage and statistical differences by groups.

는 다중응답으로 분석한 결과, 음악청취 기능이 전체의 93.2%로 가장 높게 나타났으며 사진/동영상 촬영 기능이 전체의 87.9%, 휴대전화 기능이 83.4%로 가장 높게 나타났다.

3) 스노보드 웨어에 필요한 기능 조사

스노보드 웨어에 필요한 기능을 조사한 결과, <Table 13>과 같다. 고글 습기 제거 기능이 있는 기능이 83.1%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 그 다음 순으로는 몸을 따뜻하게 해주는 발열 기능, 소형 카메라가 재킷에 달려 있어 라이딩 촬영할 수 있는 기능, 휴대폰에 전화나 메시지가 왔을 때 진동으로 알려주는 기능, MP3플레이어가 내장되어 있어 음악을 들을 수 있는 기능 순으로 높게 나타났다.

스노보드 참여 정도에 따른 스노보드 웨어에 필요한 기능을 분석한 결과, 휴대폰에 전화나 메시지가 왔을 때 진동으로 알려주는 기능과 팬츠에 보호대가 부착되어 있는 기능이 유의한 차이로 일반 스노보더 집단이 마니아 스노보더 집단보다 더 선호하는 것으로 나타났다($p<.001$). 또한 몸을 따뜻하게 해주는 발열 기능과 길이나 친구를 쉽게 찾을 수 있는 GPS 기능은 유의한 차이로 일반 스노보더 집단이 마니아 스노보더 집단보다 더 선호하는 것으로 나타났다($p<.05$). 반면, 디자인적인 측면에서 온도에 따라 색상이 변하는 기능은 유의한 차이로 마니아 스노보더 집단이 일반 스노보더 집단보다 더 선호하는 것으로 나타났다($p<.05$).

IV. 결 론

본 연구는 기능성 스노보드 웨어 개발을 위한 착용 실태를 조사하기 위한 것이다. 스노보드 프로 선수들과의 인터뷰 및 스노보드 웨어 소비자들을 대상으로 한 설문 조사를 통해 선호하는 스노보드 웨어 디자인과 필요한 기능 및 불만사항을 파악하였다.

스노보드를 즐겨 타고 전문 스노보드 웨어 브랜드 제품을 1회 이상 구매해 본 경험이 있는 20~30대 남녀를 대상으로 설문 조사를 실시한 결과는 다음과 같다. 스노보드 라이딩 빈도수에 따라 마니아 스노보더의 기준을 정하고 두 집단으로 나누어 비교·분석한 결과, 두 집단 모두 평상 시 MP3플레이어를 가장 많이 휴대하고 있었다. 선호하는 디자인 조사에서는 두 집단 모두 재킷은 튀고 화려한 색상을, 팬츠는 부분적으로 들어간 패턴(프린트/무늬)을 선호하였다. 핏(실루엣)에 있어

서 재킷의 경우 일반 스노보더 집단은 힙합 스타일을 선호하였으나, 마니아 스노보더는 베이직 스타일을 선호하였다. 또한 팬츠의 경우 일반 스노보더는 힙합 스타일을 선호하였으나, 마니아 스노보더 집단은 슬림 핏을 선호하였다. 스노보드 웨어에 원하는 모바일 기능을 조사한 결과, 음악청취 기능과 사진/동영상 촬영 기능을 가장 선호하는 것으로 조사되었으며, 고글 습기 제거 기능이 가장 필요하다고 조사되었다.

따라서 향후 기능성 스노보드 웨어를 개발하기 위해서는 이와 같은 결과를 토대로 디자인 설계하는데 반영되어야 할 것이다. 특히 마니아는 트렌드와 소비의 주체라는 점에서 스노보드 웨어 디자인 설계 시 마니아 스노보더 집단이 선호하는 디자인을 반영해야 할 것이다. 원하는 모바일 기능인 음악청취 기능과 사진/동영상 촬영 기능을 스노보드 웨어에 삽입하여 구동가능할 수 있도록 설계하여야 할 것이며, 필요한 기능으로 조사된 고글 습기 제거 기능을 추가해야 할 것이다.

이러한 연구결과를 토대로 실험용 스노보드 웨어를 제작하여 피험자를 대상으로 외관 평가 및 현장 평가를 통해 만족도를 분석하여 최종적으로 기능성 스노보드 웨어를 개발하는데 보탬이 되고자 한다.

References

- Dong, K. H. (2009, November 28). Board wear trend of this year. *The JK Daily*. Retrieved October 30, 2010, from <http://news.jkn.co.kr/article/news/20091127/8114957.htm>
- Hwang, E. J. (2004). *Research for design of snowboard wear*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Jeong, B. H. (2010, December 3). Dreadful evolution of IT technology, "One year of smartphone popularization". *The Asia Economy*. Retrieved June 20, 2011, from <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2010112605334141809>
- Jeong, M. J. (2008, November 26). Go to the snow field! *The Economic Daily*. Retrieved October 30, 2010, from <http://economy.hankooki.com/lpage/hotissue/200811/e2008112609552597010.htm>
- Kim, M. Y. (2005). *The actual wearing condition and wearing satisfaction of snow-board wear*. Unpublished master's thesis, Deagu University, Gyeongsan.
- Lee, H. Y. (2009). *Development of a design prototype for winter outdoor smart clothing*. Unpublished master's thesis, Catholic University of Deagu, Gyeongsan.
- Lee, Y. C. (2011, May 20). NHN, Focusing on mobile ads market. *News2pm*. Retrieved May 23, 2011, from <http://www.news2pm.com/view.jsp?newsId=20110520000090>

- Size Korea. (2004). *Korean Agency for Technology and Standards*. Retrieved October 22, 2010, from <http://sizekorea.kats.go.kr>
- Song, E. H. (2003). *A study on the characteristics and benefits sought of snowboarders in Korea*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Song, J. S. (2003). *A study on fashion planning of snowboard-wear based on male snowboarders' preference on the recent trend of active sportswear*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Tae, Y. G. (2007). *Differences in the purchase behavior for snowboarding goods according to participators' characteristics*. Unpublished master's thesis, Korea National Sport of University, Seoul.
- 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.