여성기성복의 치수표기법에 대한 소비자의 선호도 조사연구

A study on consumer's preference for size labeling system of womens's ready-to-wear garments

천 종 숙*

ABSTRACT

This study was initiated to investigate (1) whether consumers preferred a specific garment size labeling system and (2) whether consumer's demographic characteristics, clothing behavior, and body size affect their preference of size labeling systems. The survey of consumer's preferences for five size labeling systems included 443 women with 20 to 64 years of age. The result of the survey showed that the subjects' preferences of five size labeling systems were different significantly. Subjects strongly preferred the old system rather than the revised systems. The subjects least preferred the system with pictogram(system D) and the system with description of the measuring methods of the control dimensions (system E). The subjects' preference for various garment size labeling systems was different depending on their resident area, educational level, and body size. The garment size labeling system with more information on body measurements (system C) was preferred by the subjects living in the metro city area or subjects having difficulties on purchasing ready-to-wear garments giving reasonable fit. The simplest size labeling system (system A) was strongly preferred by the subjects of low educational level, or the subjects living in the small city.

* 연세대학교 생활과학대학 의류환경학과
이 연구는 1994-1995년도 한국학술진흥재단의 공모과제 연구조성비에 의하여 연구되었음.

1. 서 론

의류 제품의 품질 및 관리에 대한 정보의 합리적인 이용과 소비자와 생산자 또는 유통업자 사이의 의사 소통을 위하여, 의류 제품의 표준화된 품질 표기 방식은 제품의 치수, 섬유혼용율, 세탁관리법, 생산업체의 연락처 등을 포함시키고 있다(Brown, 1992). 제품에 대한 소비자의 만족은 제공된 정보가 소비자가 필요로 하는 정보이고 제시된 정보가 소비자에게 정확히 전달되었을 때 극대화될 수 있다. 특히 정확하고 이해하기 쉬운 치수 관련 정보의 제공은 기성복 치수에 대한 소비자 만족도를 향상시켜 의류 치수 불만으로 발생되는 상품 재고량의 감소로 생산자 및 판매자의 이윤 증대에도 기여하게 된다(Sieben et. al., 1992). 의류 치수의 표준화는 의류 제품의 생산설계를 위한 기초 방안을 제시해 주고, 의류 상품의 합리적인 유통과 소비 활동이 이루어지도록 도와준다(허문열, 1993). 문자나 숫자 기호, 또는 신체 계측 치수로 표시되는 의류의 치수표기는 소비자가 구입하려는 의복을 직접 착용하여 치수를 확인하기 전에 그 치수의 의복이 자신의 신체 계측적 특징에 부합하는가를 결정하는데 필요한 정보를 제공해 준다(Chun-Yoon, Jasper, 1994). 즉, 치수에 관한 정확한 이해는 통신판매 의류를 포함한 기성복 판매 시장의 활성화를 위한 중요한 선결 과제이므로(박경화, 천종숙, 1996 ; 한은주, 1993) 기성복을 포함한 산업제품의 올바른 선택과 이용을 위하여 제품 생산자의 설계 의도가 소비자나 유통 관계자에게 정확히 전달될 수 있도록 소비자와 생산자의 대화의 도구인 제품의 품질표시는 이해하기 쉽고 사용하기 편리하게 제작되어야 함이 인식되고 있다(三吉滿智子, 1995).

우리나라의 경우 1990년도에 의류 제품의 치수규격에 대한 표준안이 개정되었으나 의류 시장에서는 개정 전 표준 의류 치수 표기 방식과 개정 후 규격이 혼용되고 있는 실정이다. 따라서 본 연구는 현행의 기성복 치수 표기 방식과 국제 의류 치수 표기 방식을 포함한 다양한 의류 치수 표기 방법에 대한 소비자들의 선호도를 조사하고 소비자의 치수 규격의 선호도에 영향을 미치는 변인을 조사하여 새로운 의류 치수 규격의 정착을 위한 교육과 홍보를 위한 기초 자료를 제공하여 기성복 치수에 관한 소비자와 유통·생산자간의 효율적인 의사 소통에 도움을 주고자 실시되었다.

2. 이론적 배경

기성복의 치수 표시 방법은 사용하는 국가나 시대에 따라 크게 차이가 있으며 착용 대상자의 성(gender)과 연령, 그리고 의류 품목에 따라 다양하다. 일반적으로 남성복은 가슴둘레, 허리둘레, 목둘레, 화장등 신체 치수를 이용하여 의류의 치수를 표시하였으나 여성복은 문자나 숫자 기호나 소비자의 나이를 이용하여 표기하였다(Chun-Yoon, Radwin, 1994 ; Kidwell, 1974). 또한 신생아와 유아를 위한 아동복의 치수는 연령(개월수) 또는 키와 몸무게로 표기하고, 학령기의 어린이를 위한 아동복의 치수는 연령에 따라 표기하고 있다(Gioello et, al., 1979).

여성용 의류의 치수는 국가별로 다양하게 표기되고 있다. 미국은 의류 제품 규격으로 제정한 PS 42-70을 기초로 성인 여성의 체형을 신체 특성에 따라 4가지(Misses, Junior, Women's, Half-size)로 분류하고, 각 체형에 적합하도록 생산된 의류 제품들의 치수를 각기 다른 방식으로 표기하였다(Chun-Yoon, Jasper, 1993). 그러나 1970년대 이후에는 동일한 호칭의 의류 제품 치수가 매년 커지는 경향이며, 1980년대말 부터는 Misses와 Junior는 두 치수를 함께 표기하여(예 : size 7/8), 두 체형간의 구분

이 없어지고 있다고 하였다(Chun-Yoon, Jasper, 1994). 일본은 drop치와 신장에 따라 체형을 분류하고, 가슴둘레 치수와 drop치, 신장의 구분을 포함하는 3단계 치수 표기법을 사용하여 의류의 치수를 표기하였다(JIS L 4005-1985). 프랑스는 drop치에 따라 구분한 3개의 체형에 각각 152cm, 160cm, 168cm의 3가지 신장 치수를 허용하며(김애린, 1995), 독일은 엉덩이 크기와 신장에 따라 체형을 9개로 분류하고, 2~3단위의 숫자로 의류의 치수를 표기한다(DOB-Verband, 1983 ; Brune, 1983).

미국 의류 유통시장에서는 대부분의 여성 기성복의 표준 치수 규격이 업체마다 조금씩 다르나 의류 치수 표에는 신체 치수가 표시되지 않기 때문에 많은 여성 소비자들은 의류를 구매하는 과정에서 시행착오를 거쳐 각 업체별로 다른 치수의 의류를 규입한다고 하였다(Fellingham, 1991 ; Wright, 1988 ; Belkin, 1986). 이러한 소비자의 시행착오의 원인은 업체가 자체적으로 이용하는 표준 신체 치수를 소비자에게 제시하지 않는데 있으며, 더욱이 의류생산 업체들은 수시로 표준 신체 치수를 변경하여, 소비자들은 바뀐 치수 규격에 익숙해질 때까지 다시 시행착오를 반복해야 하는 문제점으로 의류 치수에 대한 혼란이 더욱 가중되고 있다고 하였다(LaBat, 1987 ; Pray, 1987 ; Delk & Casill, 1989). 이러한 혼란스러운 경험은 소비자들에게 심리적인 비용 부담을 느끼게 하고(Sieben, et. al., 1992), 소비자들의 제품 품질 불만으로 인한 반품, 재고품의 증가로 생산 및 판매업자에게 경제적 손실에 영향을 준다고 하였다(Workman, 1991).

1970년대 후반 국제 표준화 기구(International Standard Organization, ISO)는 국가간이 다양한 의류 치수 표기법에서 파생되는 국제 교역의 혼란을 축소하기 위하여 통일된 의류 치수 표기법을 제안하였으며(French, 1975), 영국, 일본, 헝가리 등은 ISO의 의류 치수 표기법을 도입하였다(Yoon, 1992). ISO의류 치수 표기법은 의류 치수 표에 키, 사슴둘레, 허리 둘레, 엉덩이 둘레 등의 기본 신체 부위의 계측치를 제시하는 인체계측적 치수 표기 방식(anthropometric size labeling system)으로 의류를 몇 개의 품목으로 나누고 각 품목에 적합한 기본 신체 부위를 설정한 후, 각 신체 부위의 적정한 신체계측치로 의류 치수를 표기하는 방식이다. ISO는 기본 신체 부위로 의류 품목에 따라 1~3개 항목을 선정하였으며, 의류 치수 표기 방식은 이러한 부위와 계측치를 도표나 그림으로 나타내는 형태이다(French, 1975 ; Mondoform, 1991).

한국의 여성 의류 규격의 호칭은 1980년도 이전에는 일반적으로 의류 생산자들이 외국의 사례를 참고하거나 외국 의류 업체와 기술제휴 등을 통하여 상품을 제작하는 과정에서 그들의 호칭을 그대로 답습하였으며(허문열, 1993), 공업진흥청은 여성 의류 치수 표기 방식의 표준화를 위하여 두자리 숫자로 여성 의류의 치수를 표기하도록 하였다(KS K 0051-1987). 그러나 두자리 숫자로 표시되던 여성 의류의 치수표기방식은 소비자들의 불편을 감소시키기 위하여 ISO 방식에 근접한 방식, 즉 신체 측정치를 표기하는 방법(KS K0051-1990)으로 1990년에 개정되었다. 개정된 의류 치수 표기법은 성별, 인체의 성장 단계 혹은 착용의 특수성을 고려하여 옷의 범위를 드레스 셔츠, 남성복, 여성복, 유아복, 모자, 양말 등 6개 품목으로 하였고 각각의 의류 품목에 설정된 기본신체 부위의 인체 측정 치수를 표기하도록 하였다(이순원 외, 1993). 예를 들어, 1987년도 규격의 "55"치수의 숙녀복 상의는 1990년 규격으로는 "85-90-155"로 표기된다(이순원, 1995). 그러나 유통시장에서의 여성 기성복의 치수 표기 방식은

개정 전의 규격과 개정 후의 규격이 혼용되는 과도기적 상황이다(천종숙, 1995).

의류 치수 선택의 어려움을 해결하는 방안으로 새로운 의류 치수 규격의 표기 방식의 제정을 위한 선행 연구는 의류 치수 표기에 포함된 정보의 종류를 달리한 여러가지 의류 치수 표기법에 대한 미국 성인 남녀의 표기 방식의 선호도를 조사한 결과, 의류 치수의 표기 방식의 선호도는 응답자의 성(gender)과 의복의 종류에 따라 다르다고 하였다(Chun-Yoon, Jasper, 1995). 일반적으로 미국의 소비자들은 정보의 종류가 가장 풍부하며 쉽게 인지할 수 있는 방식, 즉 신체 치수를 그림 표시와 함께 표기한 방식을 가장 선호한다고 하였다. 이러한 경향은 여성 응답자에게 더욱 뚜렷하나, 다른 의류 품목보다 신축성이 우수하여 치수 허용 폭이 큰 스웨터 종류에 대해서는 간략한 표기 방식도 비교적 높게 선호한다고 보고하였다.

통신판매용 의류 치수에 대한 치수 표기법의 선호도를 측정한 선행 연구는 대부분의 통신판매를 이용하여 의류를 구입한 경험이 있는 사람들은 통신판매용 의류의 치수 규격 표기 방식으로 개정 전 치수 표기 방식이 적절하다고 인식하였으며, 구미의 통신판매용 카탈로그에서 제시하는 방식인 인체 계측 방식을 제시한 호칭 방법은 낮게 선호한다고 하였다(박경화, 1995). 그러나 일반적인 소비자의 의류 치수 표기법에 대한 이해에 관한 실태 및 문제점에 대한 연구는 아직 활발히 연구 보고되지 않고 있다. 여러가지 치수 표기법에 대한 소비자의 인지도 차이의 비교 분석은 개정된 치수 표기법의 성공적인 이용 가능성을 검토하고, 소비자들에게 적절한 치수 표기법의 제공을 위한 기초 자료를 제시하는데 이용될 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 본 연구는 여러가지 치수 표기법에 대한 소비자의 선호도 차이를 조사하였다.

3. 연구방법 및 절차

본 연구에서는 현재 여성복에 사용 중이거나 사용 가능한 의류 치수 표기법에 대한 소비자의 선호도를 조사하기 위하여 아래의 연구문제를 중심으로 비교 검토하였다.

3.1 연구문제

다양한 의류 치수 표시 방법에 대한 소비자의 선호도를 측정하고, 성인 여성 소비자의 치수 규격의 선호도 차이에 영향을 미치는 요인을 조사한다.

1. 인구 통계적 변인이 의류 치수 표기법의 선호도에 미치는 영향을 조사한다.
2. 의류 구매 특성이 의류 치수의 선호도에 미치는 영향을 조사한다.
3. 신체 치수 특징이 의류 치수의 선호도에 미치는 영향을 조사한다.

3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구는 성인 여성 소비자의 의류 치수에 대한 인식을 조사하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 조사 대상자는 수도권(N=228)과 지방 도시(충무)(N=215)에 거주하는 20세부터 64세(평균 40.1세, 편차 9.9세)의 성인 여성이었다(표 1).연령 분포는 20대가 16.7%, 30대가 29.4%, 40대가 32.8%이었으며 50대이상이 17.9%를 차지하였다. 응답자의 최종 학력은 대학교 졸업 및 재학(45.4%)과 고등학교 졸업(42.3%)이 응답자의 대부분을 차지하였고, 직업은 전업 주부가 57.4%, 취업 여성이 38.8%를 이루었다. 응답자의 연령 및 직업 분포의 지역별 차이는 크지 않았으나 학력 수준은 수도권 거주자가 높았다. 설문지는 총 500부를 배포하여 그중 458부가 회수되었고 응답 내용이 불충분한 설문지를 제외한 443부

표 1. 거주지에 따른 응답자의 인구 통계적 특성

단위(%) N=443

분류기준 / 집단 / 거주지	연 령				교육수준*		월평균수입**				직 업		
	20대	30대	40대	50대	1	2	1	2	3	4	주부	취업	기타
서 울	19.3	29.4	28.1	23.2	43.4	56.6	22.2	29.2	14.8	43.8	54.5	40.1	6.4
충 무	14.0	33.7	37.8	14.5	61.0	39.0	28.2	31.3	28.2	12.3	60.5	38.5	0.5
전 체	16.7	31.5	32.9	17.9	50.0	50.0	25.1	30.2	21.2	23.6	57.4	38.8	3.8

* 교육수준 : 1(고졸 이하) 2(대학 졸업 및 재학)

** 월평균 수입 : 1(100만원 미만) 2(100~150만원) 3(151~200만원) 4(200만원 이상)

가 분석에 사용되었다. 자료의 분석은 SAS 프로그램을 이용한 기초 통계분석과 ANOVA test를 실시하였다.

3.3 설문지 구성

본 연구에서 소비자의 의류 치수 표기법의 선호도 및 응답자의 특징을 측정하기 위한 도구로 사용된 설문지는 여러가지 의류 치수 표기법에 대한 소비자의 선호도를 조사하는 항목과 소비자 의복구매행동과 인구통계적 특성을 측정하기 위한 문항으로 구성하였다. 조사에 포함시킨 의류 치수 표기법의 종류는 Yoon(1992)에서 제시한 분류법을 참조하여 소비자들이 의류 상품 구입시 경험하게 되는 기존의 치수 표기법 및 개정된 의류 치수 표기들과 ISO에서 제시한 의류 치수 표기법을 포함시켜 5가지 유형으로 하였다. 의류 치수 표기 방식의 선호도는 '가장 선호한다'(5점)부터 '가장 선호하지 않는다'(1점)의 5점 척도로 측정하였다. 설문지에서 제시한 의류 치수 표기법의 특성은 다음과 같다(그림 1). System A는 치수를 두자리 숫자 기호로 표기하는 가장 축약된 형식의 의류 치수 표기 방식으로 1990년도 이전까지 여성용 기성복에 가장 보편적으로 사용된 의류 치수 표기 방식이다. System B부터 System D는 한국 산업 규격과 ISO에서 제시하는 표기 방식으로 키와 가슴 둘레, 엉덩이 둘레 등 지정된 기본 신체 부위의 치수를 제시하는 방식이다. 그 중 System B는 신체 부위의 제시 없이 신체 치수(cm)를 연이어 나열하는 방식이고, System C는 각각의 신체 부위와 신체 치수(cm)를 기술하는 방식이다. System D는 기본 신체 치수를 간략한 인체 외곽선 그림과 해당 치수를 그림 위에 삽입하여 표기하는 방식으로 ISO에서 제시한 방식이다. System E는 서구의 우편 주문용 카탈로그에 기재된 치수 표기 방식으로 System C와 같이 신체 치수를 제시하면서 해당 치수의 측정 방법까지 간략하게 포함시킨 방식이다.

인구통계학적 특징에 따른 집단별 의류 치수 선호도를 비교하기 위하여 응답자의 거주지, 나이, 결혼 여부, 교육 정도, 가계 수입 등 의류의 품질 관련 정보를 조사하였으며, 응답자의 구매 행동을 조사하기 위하여 의류 구매지 구입하려는 제품의 치수, 섬유혼용율, 세탁방법등을 확인하는지 여부와 자신에게 맞는 치수의 의류 구입의 용이성, 의류의 여유분에 대한 선호도, 의류를 구입할 때 주로 이용하는 상점의 종류 등을 조사하는 문항으로 구성하였다. 또한 신체 조건에 따른 집단별 의류 치수 표기법의 선호도의 차이를 비교하기 위하여 응답자가 자신의 신장, 체중, 엉덩이둘레, 허리 둘레, 가슴둘레, 몸무게에 대한 신체 치

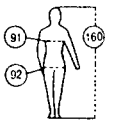
분 류	(예)	특 징
System A	호칭 55	· 가장 축약된 형식 · 1990년도 이전부터 숙녀복 치수 표기 방식으로 사용
System B	85-90-160	· 신체 부위의 제시 없이 신체 치수(cm)를 연이어 나열 · 1990년 이후 숙녀복 치수 표기 방식으로 사용됨 · KS K, ISO 의류 치수 표기 규격
System C	가슴둘레 85cm 엉덩이둘레 90cm 신장 160cm	· 각각의 신체 부위와 신체 치수(cm)를 기술하는 방식 · KS K, ISO 표준 의류 치수 표기 규격
System D		· 각 신체 부위의 치수를 그림과 함께 표시하는 방식 · KS K, ISO 표준 의류 치수 표기 방식
System E	가슴둘레 85cm (가슴의 가장 발달한 부위 둘레 치수) 엉덩이 둘레 90cm (엉덩이의 가장 발달한 부위 둘레 치수)	· 각 신체 부위의 치수와 각 신체 부위의 치수 계측 방법 설명

그림 1. 의류치수 표기법의 종류 및 특징

수를 기입하도록 하였다. 본 조사는 예비 조사 후 문제점을 보완하여 1994년 10월부터 1995년 2월에 수도권과 충무시에서 실시하였다.

4. 결과 및 논의

유통시장에서 기성복의 치수를 표기하는 방법과 ISO에서 제시한 의류 치수 호칭 방법을 포함한 5개 호칭 방법에 대한 선호도를 조사한 결과 전체 응답자의 57.4%가 공업진흥청에서 1990년도 이전에 제시한 호칭 방법(System A)을 가장 선호한다고 응답하였다. 1990년 개정된 의류 치수 호칭 방법들(System B와 C)에 대한 선호도는 기본 신체 부위와 계측치를 각각 제시한 방식(System C)을 21.6%가 가장 선호한다고 하였으며 기본 신체 부위의 제시 없이 계측치만을 나열한 방식(System B)은 14.8%가 가장 선호한다고 응답하였다. 반면 ISO에서 제시한 호칭 방법중 신체 치수를 그림과 함께 표시하는 방법(System D)과 해당 신체 치수의 측정 방법까지 제시한 의류 치수 표기 방식(System E)은 각각 3.3%와 2.9%의 응답자만이 가장 선호한다고 응답하였다. 이러한 결과는 통신판매 이용 고객을 대상으로 실시한 의류 치수 표기 방식의 선호도 조사의 결과(박경화, 천종숙, 1996)와 근접하나 그림 표시와 함께 신체 기본 부위의 치수를 제시한 표기 방식을 가장 선호한다고 응답한 미국 중서부의 소비자들을 대상으로 한 연구 결과(Yoon, Jasper, 1995)와 비교하면 본 연구의 응답자들은 미국의 소비자들에 비하여 의류 제품의 치수표기표에 신체 계측치를 제공하는 것에 대한 필요성을 적게 느끼고 있다고 해석된다. 이러한 연구 결과의 차이

는 양국 소비자들이 경험하는 의류 치수 규격의 차이에 일단의 원인이 있는 것으로 해석된다. 즉, 새로운 의류 치수 규격(System B, system C)과 축약된 의류 치수 규격(System A)을 혼용하는 한국의 의류 소비자의 구매 환경에 비하여 간략한 치수 표기 방식(System A)을 주로 이용하여야 하는 미국 성인 여성 소비자들은 그들의 현행의 치수 규격의 불합리성에 대한 강한 개선의 요구가 있는 것이라 생각된다. 반면 한국의 의류 치수 규격의 경우 1990년 이후 치수 규격에 신체 치수가 표기되는 새로운 방식과 종전의 간략한 방식이 혼용되는 유통시장의 특성에 따른 영향으로 간략한 치수 표기 방식의 불합리성의 개선 요구 정도가 강하지 않다고 생각되며, 여러 가지 치수 표기 방식의 혼용에 따른 정보의 혼란으로 한국의 소비자들은 익숙한 치수 표기 방식을 선호하는 경향이 있다고 해석된다. 또한 이외에도 통신판매를 이용한 의류 구입 방법의 일반화 정도의 차이를 포함한 양국의 의류 유통시장의 특성과 여러 가지 문화적 차이에서 원인을 찾아볼 수 있을 것으로 생각된다.

4.1 인구 통계적 특징과 의류 치수 호칭법 선호도

응답자의 인구 통계적 특징이 의류 표기 방식의 선호도에 미치는 영향은 응답자의 거주지, 교육 수준, 연령, 직업, 월평균수입 등에 따른 차이로 조사하였다. 자료를 분석한 결과 응답자의 거주지, 교육 수준에 따라 각각의 치수 표기법에 대한 선호도에 유의한 차이가 있었다(표 2).

표 2. 인구 통계적 특성에 따른 의류 치수 표기 방식의 선호도(ANOVA)

	분류	N	System A	System B	System C	System D	System E	F-value
거주지	수도권충무	228 215	3.66 4.34	3.54 3.55	3.73 3.49	2.11 2.08	1.99 1.58	5.59***
	F-value		22.43***	0.00	7.17**	0.38	10.33*	
교육	고졸이하 대졸이상	279 164	4.18 3.66	3.63 3.41	3.56 3.72	1.97 2.29	1.73 1.96	3.91**
	F-value		13.63**	2.25	2.19	11.53***	4.05*	
연령	20대 30대 40대 50대이상	74 139 145 84	4.07 3.90 4.09 3.87	3.44 3.43 3.65 3.64	3.60 3.72 3.52 3.45	2.07 2.09 2.14 2.06	1.82 1.90 1.72 1.90	0.76
	F-value		0.47	1.03	1.30	0.07	0.61	
직업	주 부 직장인	244 199	4.03 3.95	3.58 3.51	3.59 3.67	2.06 2.15	1.82 1.76	0.88
	F-value		0.43	0.12	0.34	2.15	0.24	
월평균 가계수입 (만원)	~ 99 100~150 151~200 201~	109 124 87 97	3.95 3.83 4.28 3.96	3.66 3.43 3.62 3.49	3.66 3.31 3.46 3.70	2.06 2.26 1.94 2.01	1.64 1.82 1.81 1.90	1.16
	F-value		1.87	1.34	1.50	2.09	1.01	

***P<.001 **P<.01 *P<.05

System A는 지방도시 거주자가 수도권 지역 거주자보다 더 선호하는 경향을 보였으나(P<.001) System C와 System E는 수도권 거주자가 더 선호하였다(P<.01). 교육 수준에 따른 차이는 고졸 이하의 학력 소지자가 대졸자보다 System A를 더욱 선호하였으며(P<.001), 신체 부위를 그림으로 표시하는 System D는 대졸 이상의 학력 소지자가 고졸 이하보다 더욱 선호하는 경향을 보였다(P<.001). 이와 같은 차이는 수도권과 지방 거주자 간의 생활환경, 의류 제품 유통 구조, 구입처, 교육 수준의 차이 등이 복합적으로 작용한 결과로 해석된다. 그러나 응답자의 연령이나 직업 또는 월평균수입의 수준에 따른 차이는 유의하지 않았다.

4.2 의류 구매 특성과 기성복 호칭법 선호도

의류 구입과 관련된 소비자의 특징에 따른 기성복 호칭법의 선호도를 조사하기 위하여 제품의 품질 관련 정보의 수집 태도, 맞음새를 중요시하는 부위 및 의류 구매시 이용하는 상점의 종류에 따라 집단을 나누고 각 집단이 선호하는 호칭법을 비교하였다(표 3).

표 3. 의류 구매 행동 특성에 따른 의류 치수 표기 방식의 선호도(ANOVA)

행동특성 \ 호칭방법		N	System A	System B	System C	System D	System E	F-value
의류치수*	1	355	3.98	3.56	3.62	2.11	1.81	0.57
	2	29	3.81	3.27	3.60	2.04	2.12	
	3	28	4.37	3.81	3.42	1.64	1.58	
	F-value		0.83	1.24	0.48	0.84	1.40	
섬유혼용율*	1	220	3.96	3.51	3.64	2.15	1.82	0.80
	2	87	4.03	3.40	3.67	1.96	1.89	
	3	105	4.07	3.76	3.51	1.98	1.72	
	F-value		0.27	2.84	0.83	0.76	0.55	
세탁방법*	1	226	4.10	3.50	3.54	2.12	1.83	1.19
	2	97	3.88	3.52	3.59	2.08	1.92	
	3	89	3.88	3.71	3.80	2.01	1.67	
	F-value		0.91	1.30	2.24	0.60	0.93	
맞음새를 중요시하는 부위	엉 덩 이	151	3.99	3.56	2.51	2.13	1.76	0.57
	밑위길이	66	3.83	3.34	3.73	2.13	2.00	
	허 리	149	3.99	3.58	3.57	2.03	1.91	
	바지길이	45	4.30	3.70	3.49	2.07	1.47	
	F-value		0.46	1.57	0.89	0.21	0.97	
의 류 구입처	백화점 · 대리점	249	3.94	3.65	3.57	2.04	1.85	2.57
	시장 · 상설매장	102	3.99	3.34	3.70	2.17	1.85	
	보세 · 수입상점	20	3.95	3.63	3.89	2.11	1.42	
	양 장 점	20	4.39	3.18	3.67	2.20	1.67	
	F-value		0.26	1.96	1.04	0.41	0.97	

* 1 (확인한다) 2 (그저 그렇다) 3 (확인하지 않는다)

의류 품질 관련 정보 탐색 경향은 응답자가 의류 구입시 의류에 부착된 의류 치수, 섬유혼용율, 세탁 방법에 대한 품질표시를 확인하는 태도에 따라 측정하였다. 분석 결과 품질 관련 정보 탐색 경향은 치수 표기 방식의 선호도와 통계적으로 유의한 관계는 없는 것으로 나타났다. 의복의 맞음새를 중요시하는 부위에 따른 소비자 집단의 의류 치수 표기법의 선호도는 소비자들이 비교적 맞음새를 중요시하는 의류품목인 바지에 대한 부위별 맞음새 중요도에 따른 집단별 치수 표기 방식의 선호도로 비교한 결과, 맞음새를 중요시하는 부위에 따른 집단간의 표기 방식의 선호도의 차이가 유의하지 않았다. 응답자들의 의류의 구입처에 따른 집단별 의류 호칭 방법의 선호도도 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 이상의 분석 결과는 응답자의 의류 구매 특성이 기성복의 치수 호칭법의 선호도에 크게 영향을 미치지 않은 것이라고 해석된다.

4.3 의류 치수 탐색의 용이성과 치수 호칭 방법의 선호도

자신에게 적절한 치수의 의류 구입의 용이성에 따른 집단 간의 기성복 호칭법의 선호도에 대한 차이를 비교한 결과, 기성복 구입시 자신에게 맞는 치수를 찾는데 어려움을 겪는 집단과 어려움을 겪지않았다는 집단간에 유의한 차이가 검정되었다(P<.01). System A는 치수 찾기에 어려움이 없는 집단이 더 선호한 반면 System C는 치수 구입에 어려움을 겪는 집단이 더 선호하였다(표 4).

이는 자신의 신체 치수에 맞는 의류 구입에 어려움을 경험한 구매자들이 의류 구매시 자세한 치수 관련 정보의 필요성을 더 크게 느끼기 때문으로 해석된다. 옷에 대한 여유분에 대한 요구 정도가 의

표 4. 의복 구입 행동에 따른 치수 표기 방식의 선호도(ANOVA)

의복구입 행 동	분 류	N	System A	System B	System C	System D	System E	F-value
치수구입의 난이도	쉽 다	235	4.16	3.30	3.53	2.07	1.73	2.46**
	중 간	93	3.87	3.51	3.49	2.04	1.96	
	어렵다	115	3.71	3.56	3.90	2.07	1.89	
	F-value		4.66**	0.18	6.87**	0.54	1.62	
품의 선호	넉넉함	292	3.95	3.45	3.60	2.10	1.97	1.64*
	중 간	79	4.07	3.76	3.72	2.00	2.08	
	작은 품	72	4.11	3.79	3.56	2.12	1.45	
	F-value		0.47	4.31**	0.28	0.04	6.65***	

*** P<.001 ** P<.01 * P<.05

류 치수 표기 방식의 선호도에 미치는 영향은 P<.05에서 유의한 차이가 있음이 검정되었다. System B는 품이 넉넉한 옷을 선호하는 집단이 더 선호하였으며(P<.01), system E는 작은 품을 선호하는 집단이 가장 선호하지 않는 표기 방식이라고 응답하였다(P<.001). 이러한 연구 결과는 여유분의 요구량이 작은 소비자가 신체 치수 관련 정보의 필요성을 적게 느낀다는 것을 보여주며 이는 적은 품의 의류를 선호하는 집단이 표준 치수에 가까운 집단임을 반증하는 것으로 해석된다.

4.4 신체 치수와 치수 호칭 방법의 선호도

신체 치수에 따른 집단별 호칭 방법의 선호도의 차이는 신체의 대략적 크기 구분에 이용되는 키와 체중, 의류 치수 체계에서 기본 신체 치수로 이용되는 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레에 따른 집단간의 차이로 구분하여 비교한 결과 가슴둘레와 엉덩이둘레에 따른 집단별 호칭 방법의 선호도에 유의한 차이가 있음을 보여주었다(표 5).

표 5. 신체적 특성에 따른 치수 표기 방식의 선호도(ANOVA)

호칭선호도								
항 목	크기집단	N	System A	System B	System C	System D	System E	F-value
키 (cm)	~156.1	101	3.77	3.60	3.67	2.16	1.98	1.44
	156.2~162.2	203	4.13	3.52	3.54	2.10	1.93	
	162.3~	108	3.97	3.58	1.45	2.00	1.88	
	F-value		2.97*	0.69	2.14	0.30	0.54	
가슴둘레 (cm)	~78.5	166	4.24	3.47	3.52	2.14	1.69	2.11*
	78.6~85.3	105	4.03	3.59	3.66	1.90	1.86	
	85.4~	141	3.69	3.62	3.67	2.19	1.91	
	F-value		5.51**	0.73	0.59	2.68	1.61	
엉덩이둘레 (cm)	~86.7	248	4.15	3.48	3.56	2.11	1.76	2.68*
	86.8~92.2	75	3.75	3.66	3.56	2.29	1.83	
	92.3	89	3.80	3.66	3.80	1.87	1.94	
	F-value		3.65*	2.07	1.05	4.23**	1.31	
허리둘레 (cm)	~61.9	72	4.01	3.54	3.52	2.25	1.89	1.06
	62.0~67.9	63	3.93	3.59	3.76	1.98	1.76	
	68.0~	227	4.01	3.07	3.60	2.08	1.89	
	F-value		0.27	0.56	0.65	1.31	0.00	

*** P<.01 * P<.05

신체 치수에 따른 집단 구분은 기성복 제작시 일반적으로 기준으로 삼는 연령대인 청년기 성인여성(18-24세)의 1992년 국민체위조사치를 참조하여 설정하였다. 중간 치수 집단은 신체 치수가 국민체위 계측의 상위 75 percentile에서 25 percentile에 속하는 치수로 하였다. 즉, 신장 156.2cm 이상 162.2cm 이하, 가슴둘레 78.6cm 이상 85.3cm 이하, 엉덩이둘레 86.8cm 이상 92.2cm 이하, 허리둘레는 62.0cm 이상 67.9cm 이하를 각각의 치수에서 중간치수로 규정하였다. 분석 결과 신장이 크거나 작은 집단은 중간 키 집단보다 system A의 선호도가 낮았다 ($P<.05$). System A는 엉덩이 치수가 작은 집단(86.8cm 미만)과 가슴둘레가 작은 집단(78.5cm 이하)이 높은 선호도를 보였다 ($P<.05$, $P<.01$). System D는 엉덩이 치수가 큰 집단이 엉덩이 치수가 작은 집단보다 낮은 선호도를 보였다($P<.01$). 즉 신장이 중간 치수에서 벗어난 경우 system A의 선호도는 낮아지며, 엉덩이 치수가 큰 집단은 엉덩이 치수가 크지 않은 집단보다 치수 관련 정보의 필요성을 더 느끼고 있는 것으로 해석된다.

5. 결론 및 제언

의류 치수 관련 정보의 종류와 표현을 달리한 여러 가지 의류 치수 표기에 대한 소비자의 선호도를 수도권 거주자와 지방 중소도시 거주자를 중심으로 측정한 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 응답자의 대부분은 90년이전에 제정되어 지금까지 계속 사용되고 있는 간략한 의류 치수 표기 방법이 신체 치수 관련 정보를 포함하고 있지 않음에도 불구하고 가장 높게 선호하였다.

2. 그림으로 표기하는 방식(system D)이나 서구의 우편 주문용 카탈로그에서 제시하는 인체 계측 방식이 포함된 방식(system E)은 개정된 치수 표기법인 인체 계측치를 표기하는 방법(system B, C)에 비하여 낮게 선호되었다.

3. 응답자의 거주 지역별 의류 치수 규격 표시 선호도의 차이는 90년 이전의 표준 치수 표기법(system A)과 신체 치수를 부위와 함께 제시한 개정된 치수 표기법(system C)의 선호도에서 차이가 있었다. 수도권 거주자가 지방 중소도시 거주자보다 system C는 더 높게 선호하였고, system A는 더 낮게 선호하였다. 그러나 이러한 지역간의 차이는 평균 교육 수준 뿐 아니라, 지역에 따른 의류 유통시장 특성 등을 포함한 의류 소비의 구조적 특성에서도 원인을 찾아 볼 수 있을 것이다.

4. 응답자의 신체 치수적 특징과 치수 호칭 방법의 선호도의 차이는 신장이 작거나 큰 체형이 그렇지 않은 집단보다 신체 치수를 제시하는 표기법(system C)을 더 높게 선호하였다.

5. 의류 구입시 자신에게 맞는 치수의 의류 구입에 어려움을 경험한 집단은 그렇지 않은 집단보다 system C는 높게, system A는 낮게 선호하였다.

6. 연령과 연평균 가계 수입, 직업등은 선호하는 의류 치수 표기와 직접적인 관계는 검증되지 않았다.

이와 같은 연구 결과에 따라 본 연구의 응답자들은 개정된 ISO 규격의 의류 치수 표기방식보다는 익숙한 치수표기방식을 일반적으로 더 선호하며, 이러한 경향은 거주지와 학력의 영향이 크다고 결론 지을 수 있다. 본 연구의 결론 개정된 의류 치수 표기 방식의 효율적인 이용을 위하여 지역별, 소비자의 여러 가지 특성별 집단을 대상으로한 의류 치수 및 품질 관련 정보의 이용 활성화 방안이 연구되어야 함을 시사한다. 따라서 개정된 의류 치수 표기 방식과 개정 후의 표기 방식이 당분간 함께 사용되

는 것이 바람직하다고 생각되며, 개정 후의 표기 방식의 이용에 대한 홍보를 높이기 위해서는 지방 소비자의 교육이 더욱 필요하다고 생각된다. 또한, 본 연구의 결과를 미국 소비자들의 의류 치수 선호도와 비교하면, 미국의 소비자들이 치수 관련 정보의 제공을 중요시하는 반면 본 연구의 응답자들은 익숙한 방식을 더 선호하며, 이러한 양국의 소비자 행동 특성의 차이는 소비자에게 제공되는 호칭 방법의 유형의 차이와 의류 구입 방법을 포함한 소비 문화적인 차이에 원인이 있다고 추정되므로 후속 연구에서는 이러한 측면에서의 고찰이 필요하다고 생각된다.

본 연구의 제한점은 응답자 중 60세이상의 비율이 적고 선행연구에서 제시한 의류 품목에 따른 소비자의 의류 표기 방식의 선호도의 차이를 고려해 볼 때, 의류의 소재의 신축성등 의류 품목의 특성에 따른 치수 표기법의 선호도의 차이점의 고찰이 제외되어 연구 결과의 일반화에 유의하여야 하는 점이다. 또한 본 연구에서는 치수 표기에 대한 선호도를 질문하여 치수 표기법의 이해가 어려운지에 대한 구체적 검토가 제한되었으며, 신체 치수를 응답자가 기입하도록 하여 자신의 계측 신체치수와 인식하고 있는 치수 사이의 오차가 있을 수 있으므로 후속 연구에서는 이러한 측면에 대한 고려가 필요하다고 생각된다.

참 고 문 헌

[1] 김애린, 옷치수의 체계 : 일본/프랑스/영국/독일, 의류산업, 18, 1995.

[2] 박경화, 통신판매의류의 치수에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1995.

[3] 박경화, 천종숙, 통신판매의류의 치수에 대한 조사연구, 한국의류학회지, 20(1), 43-53, 1996.

[4] 이순원 외 3인, 의류 제품의 호칭 및 치수규격, 한국의류학회지, 17(2), 339-342, 1993.

[5] 이순원, 우리나라 의복치수의 현황, 국민체위조사 설명회, 한국섬유산업연합회, 9, 1996.

[6] 천종순, 바지류를 중심으로한 여성 기성복의 치수에 관한 연구, 대한인간공학회지, 14(2) 51-61, 1995.

[7] 한은주, 의류통신판매시 소비자의 위험지각과 영향변인이 구매의도에 미치는 영향, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1993.

[8] 허문열, 의류표준치수는 어떻게 만들어지나, 알고보면 재미있는 통계이야기, 자유아카데미, 1993.

[9] 三吉滿智子, 국민체위조사 설명회, 의류산업, 18, 146-152, 1995.

[10] Belkin, L., Taking Measure of Americans : Size guides get updating. *New York Times,* 23, March 1, 1986.

[11] British Standard Institution, *Specification for size designation of women's wear : BS 3666(Report No. UDC 687.12-181 : 006.78),* London : British Standard Institution, 1982.

[12] Brown, P., *Ready-to-wear Apparel Analysis,* Macmillan Publishing Co., 1992.

[13] Brune, G.W., The shape of your customer, *Bobbin,* (1983, November), 96-100 1983.

[14] Chun-Yoon, J. & Jasper, C.R., Garment sizing systems : An International Comparison, *International J. of Clothing Science and Technology,* 5(5), 28-37, 1993.

[15] Chun-Yoon J. & Jasper C. R., Development of size labeling system for women's garments, *Journal of Consumer Studies and Home Economics,* 18, 71-83, 1994.

[16] Delk, A. E. & Casill, N. L., Jeans Sizing : Problems and recomendations, *Apparel Manufacturer,* 1(2), 18-23, 1989.

[17] DOB-Verband, *DOB-Grössentabellen,* Köln, Germany, 1983.

[18] Fellingham C., Truth in Fashion, *Glamour,* 159-160, 1991

[19] French, G. E., International sizing, *Clothing Institute Journal,* 23, 155-162, 1975.

[20] Gioello, D. A. & Berke, B., *Figure Types & Size Range,* New York : Fairchild Pub., 1979.

[21] Japanese Industrial Standards Committee, *Japanese Industrial Standard General Rule on Sizing Systems and Designation for Clothes, JIS L 0103-1990,* Tokyo : Japanese Standards Association, 1990.

[22] Kidwell, C. B., & Christman, M. C., *Suiting Everyone : The democratization of clothing in America, Washington,* DC : Smithsonian Institution Press, 1974

[23] LaBat, K. L., *Consumer satisfaction/dissatisfaction with the Fit of Ready-to-wear clothing,* Unpublished doctoral dissertation, University of Minnesota, St, Paul, 1987.

[24] Mondoform the new ideal, *Textile Horizons,* 30, 1991.

[25] Sieben, W.A. & Chen-Yu, H., The Accuracy of Size Information on Men's Prewashed Jeans, *Clothing and Textiles Research Journal,* 11(1), 74-82, 1992.

[26] Wright, J.S. & Francis, S. K., Effect of women's satisfaction with career dress on willingness to make trade-offs for more sizing options, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior,* 1, 69-73, 1988.

[27] Workman, J. E., Body Measurement Specifications for Fit Models as a Factor in Clothing Size Variation, *Clothing and Textiles Research Journal,* 10(1), 31-36, 1991.

[28] Yoon, J.C., *A Methodology for Devising on Anthropometric Size Description System for Women's Apparel,* unpublished doctoral dissertation, University of Wisconsin-Madison, 1992.

[29] Yoon, J.C. & Radwin, R.G., The Accuracy of Consumer Made Body Measurements for Women's Mail-order Clothing, *Human Factors.* 36(3), 557-568, 1994.

[30] Yoon, J.C. & Jasper, C.R., Consumer Preferences to size Description Systems of Men's and Women's Apparel, *The Journal of Consumer Affairs,* 29(2), 28-36, 1995.