

## “어머니들의 아동복 구매에 관한 연구”

—7, 8세용 셔츠와 바지를 중심으로—

鄭 惠 榮

덕성여자대학 의상학과

## “A Study on Buying Practices of Mothers for Children's Shirts & Slacks”

Hyei Young Chung

Dept. of Costume Design, Duksung Women's College

### Abstract

The purpose of this study were: (1) to determine buying practices of mothers concerning children's shirts and slacks; (2) to find out the characteristics of satisfaction and dissatisfaction about these same two items of children's clothing; (3) to make gathered information available to consumers and manufacturers, and to suggest ways to improve children's clothing for consumers.

The data for this study were collected through questionnaires to 789 mothers of seven and eight years old children in three elementary schools from December 3 to December 14, 1978.

The findings are as follows:

1. More than 71% of mothers stated that all of their children's shirts and slacks were purchased ready-made. More than half of the children acquired some part of their clothing through hand-me-downs.
2. The store in which mothers purchased their children clothing most frequently was near-by market or wholesale market and the next was children's wear specialty shop.
3. Childrens accompanied mothers more frequently when slacks were being purchased than when shirts were.
4. More than half the children of seven and eight years old wear size 9~10 and the next common size was size 11~12.
5. Most mothers determined the proper size in clothing by having the child actually try on the clothing.
6. 44% of mothers stated that they have a fitting problem with shirts and 64% of mothers stated that they have fitting problems with slacks.

### I. 序 論

최근에 와서 社會가 高度로 産業化됨에 따라 우리들

의 生活양식 및 生活意識의 變化, 바빠진 生活등으로 인하여 경제적이고 손쉽게 구입할 수 있는 기성복을 많이 利用하고 있으며 특히 아동복은 대부분의 사람들이 기성복으로 선택하고 있다.<sup>1)</sup>

아동복 生産業者들은 그간 아동복의 스타일, 견고성 디자인에 많은 발전을 보이고 있으나, 아직도 아동복에 對한 과학적인 研究나 考察이 별로 없이 生産되어 소비자들에게 많은 불편을 주고 있는 실정이다. 대체로 生産業者들은 그들의 판매고에 의하여 잘 팔릴 것같은 상품을 生産하고 있지만, 그 商品이 소비자들에게 최대의 만족을 줄 수도 있고 그렇지 않을 때도 있다. 또한 소비자들은 그들이 必要로 하는 조건과 같지 않더라도 시판되고 있는 商品中에서 그들이 찾고 있는 상품과 가장 비슷한 상품을 선택할 수 밖에 없을 때가 있다. 특히, 아동들에게 그들에게 잘 맞는 사이즈를 입힌다는 것은 아동의 心理的 身體的 發達上 重要한 要素로서, 현재 우리나라에서 시판되고 있는 아동복 사이즈는 연령별로만 구분되어 있을 뿐, 각 연령층의 體重이나 키에 따른 특별 사이즈가 없어 소비자들에게 많은 불편을 주고 있다. 미국의 경우 학동기 아동들의 사이즈 區分을 보면 7S, 8S, 10S, 12S, 14S 16S로 한 가는 체형(slim)사이즈와 7R, 8R, 10R, 12R, 14R, 16R,로 한 보통체형(regular)사이즈, 그리고 7½, 8½, 10½, 12½, 14½, 16½로 한 살진체형(chubbies)사이즈로 區分되어, 사이즈의 다양화를 이루고 있다.<sup>3)</sup> 아동 자신이 의복구매에 직접 참여하는 것은 아동의 成長課程上 그 性格形成에 重要한 영향을 미치는 것으로써, 그에 對한 아동들의 의사를 존중하여 心理적으로 정상적 成長을 기도해야 할 것이다. 대개 아동들이 국민학교에 입학하면서 사회와 접하는 본격적인 時期에 들어가게 된다. 자신이 입은 의복의 만족도가 자아표현상 심리적으로 영향을 주고 있어서, 아동들이 자신이 입은 의복에 관심을 표현하는 경우가 많다고 생각되어, 7,8세 아동들의 의복구매에 관한 연구를 우선하였다. 그리고 의복의 종류로는 남아와 여아가 공동으로 입는 빈도가 높은 셔츠와 바지로 택하였다.

따라서, 본 研究의 目的은 消費者들의 구매경향을 조사하여 消費者들의 만족내지 불만족이 무엇인가를 파악하여, 生産業者들에게 그 자료를 제공함으로써, 좀 더 아동들에게 적합한 의복생산에 도움을 주며, 어머니들에게 다른 어머니들의 아동복 구입에 對한 경험을 발표함으로써, 아동복 구입에 드는 時間과 노력의 절감, 그리고 衣服費, 支出에 對한 계획 및 구매에 조금이나마 도움이 되고자 한다.

## II. 理論的 배경

### 1. 아동 기성복의 歷史

아동복의 기성화는 成人 기성복보다 늦게 19C 末에

始作되었으며, 그 前까지의 아동복은 집에서 만들거나 맞춤복이었다.

1897年 Sears Roebuck Catalogue를 보면, 맞춤새(fit)에 별로 문제점이 없는 드레스, 클로크(cloak), 자켓에 대한 것만이 실려 있었으며, 그 生産量도 상당히 적었다. 또한 의복에 음식을 흘리거나 더러워지는 것으로부터 의복을 보호하기 위하여 아동에게 party apron, school apron, tailored apron을 대부분 이용하고 있었다. 이 손쉽게 만들수 있는 apron이 아동복 기성화의 시초가 된 것이다.

1880年 Louis Borgenicht는 그의 夫人이 만든 apron을 갖고 다니며 팔기 시작하였다. 곧 많은 아동들에게 사이즈가 맞지 않음을 認識하고, 각 연령층의 아동들의 치수를 재어 치수표를 만들어 사용하여, 이 apron이 성공함에 따라 1890年 Louis Borgenicht는 값비싼 맞춤복보다는 대중가격의 드레스를 만들어 팔기 시작하여 경쟁없이 대성공을 하여, 이때부터 아동복 생산을 本格的으로 大量化하기 시작하였다. 그 후 차츰 여러 아동복 生産業體가 생기기 시작하였으며, 특히 유럽에서 이민오는 많은 숙련된 재봉사들로 저렴한 임금의 풍부한 노동력과 기술을 이용할 수 있었고, 업체간의 경쟁이 심하여졌으나 디자인상에서는 봄·가을 두개의 sample line을 정하면, 몇 년을 계속해서 약간의 수정을 가하여 거의 같은 드레스가 계속 생산되었던 것이 1920년후부터는 아동복 生産에 큰 변화와 發展이 일어나, 바이어(buyer)를 통한 대중의 아동복 스타일에 대한 기호가 강하게 반영되기 시작하였다. 따라서 1년에 두번의 라인(line)을 갖던 것을 1년에 5~7번을 갖게 되었다. 또한, 한 숙련공에 의해 한 벌의 의복이 완성되던 방법에서 많은 시간 절약과 능률적인 효과를 낼 수 있는 부분작업(section work)을 하기 시작하였다. 이와같이 아동복업체가 크게 發展하여 감에 따라 소비자나 바이어들은 점점 더 선택의 범위가 넓어지고, 선택적이 되었으며, 따라서 아동복 디자인이 重要하게 되었다. 또한 발달된 교통통신망을 통하여 작은 도시의 부모나 아동들에게까지도 당시의 유행이 쉽게 전달되었고, 더욱이 1930年代에는 영화가 아동복업체에 커다란 영향을 주게 되어 Rosenau에서 生産된 Temple드레스는 크게 성공되어, Rosenau는 오늘날 세계第一의 兒童服 生産業體로 등장하게 되었으며, 아동복 생산업은 의류산업에서 확고한 위치를 차지하게 되었다.<sup>4)</sup>

### 2. 兒童服의 特色

心理學에서 아동기 또는 학동기라고 칭하는 6세부터 10~12歲까지의 아동들은 국민학교에 속하는 계층으로<sup>5)</sup>

국민학교에 입학하면서 본격적인 社會活動이 시작된다고 볼 수 있다.<sup>6)</sup> 이 時期의 아동들은 사회성이 발달하여 어울려 노는 時期이므로, 徒黨時代(gang age)라고도 칭하는데, 이처럼 集團을 形成하고 group의 일원으로서 참여하는에는, 個人的 心理的 변화와 그 表現이 여러가지 형태로 나타난다고 할 수 있겠다. 그러므로 바로 의복이 그 民族의 文化水準의 尺度가 되며, 個人的인 면에서도 의복은 그 사람의 사회적 위치나 개인의 인품까지도 表現하게 된다.<sup>7)</sup>라고 전제할 때 의복은 아동의 成長 發達上 중요한 요소로서 아동의 사회적 심리적인 면에 커다란 영향을 주고 있다고 볼 수 있다.

#### 1) 심리적인 영향

Hurlock<sup>8)</sup>은 학동기 兒童들은 같은 性끼리 소규모의 集團을 형성하여, 그 group의 一員이 되는데서 커다란 즐거움을 찾으며, 이 갱(gang)은 아동의 生活, 입는 의복 스타일, 놀이의 種類, 是非를 판단하는 思考力 등에 영향을 준다고 하였다. 또한, 이 연령층의 아동들은 동료들의 아이디얼(ideals)에 대해 대단히 민감하기 때문에, 그들이 입는 의복은 동료들의 衣服과 유사하여야 하며, 그렇게 함으로서 소속감을 느끼게 된다고 하였다. Young<sup>9)</sup>은 아동들이 동료들과 두드러지게 다른 옷을 입었을 경우 동료들로부터 그의 衣服이 다르다는 말을 듣게 되며, 계속 동료들과 다르게 입을 경우 아동은 열등감을 갖게 되며, 때로는 이 열등감이 성인까지 계속된다고 하였으며, 또한 아동들에게 맞는 적합한 의복을 입히므로서 아동에게 만족감과 때로는 어려운 환경을 극복할 수 있는 자신감까지 주게 된다고 하였다. Rea<sup>10)</sup>는 아동의 의복이 유난히 동료들과 다를 때는 아동은 自我意識(self conscious)을 갖게 되며, 쉽게 무안해하거나 열등감을 갖게 되며, 때로는 비사회적인 성격으로 形成되는 원인이 되기도 한다고 하였다. 따라서, 아동이 그의 의복선택에 참여하는 것은 상당히 중요하다고 지적하였다. 아동으로 하여금 그의 의복을 직접 선택하게 하는 것은 아동의 美에 對한 심미안(goodtaste)을 발달시킬 수 있는 필요한 과정일 뿐만 아니라 이외에 衣服에 對한 만족과 흥미를 갖게 되어, 그의 衣服管理에 책임감을 발달시키는데 크게 도움이 된다. 아동을 아동복 구매시 참여시키지 않을 때에 많은 어머니들은 아동들간에 어떠한 衣服이 유행되고 있는지 잘 알지 못하고 兒童服을 구매하기 쉽다. Hurlock<sup>11)</sup>은 兒童들은 그들의 衣服에 對해 동료들 간에 인정되는 스타일, 매력적인 옷, 활동에 지장을 주지 않는 옷을 원한다고 하였으며, Stevens<sup>12)</sup>는 동료들의 의복과 유사한 매력적인 의복은 아동에게 자신감을 준다고 하였다. Stevens

의 연구에서 아동은 그들의 의복에 對해 認識하고 있음을 보여 주었으며, 많은 수의 아동들이 색에 의해 의복을 선택한다고 하였다.

Hurlock<sup>13)</sup>은 아동들은 가계부라는 것에 대해 전혀 이해하지 못하며, 형에게는 새 옷을 사주고 자기에게는 왜 입던 옷을 주는지에 대해 이해하지 못한다고 말하며, 물려받은 옷의 문제를 해결하는 방안으로서 다음과 같이 提言하였다.

① 가능한 한 작은 수의 의복을 구입한다. 아동은 입어서 편하고 좋아하는 옷은 계속해서 입어도 만족한다.

② 가능한 한 유행을 타지 않는 의복을 선택함으로써, 다음 계절에 다른 아동이 새로운 스타일의 의복을 입었어도 그 스타일이 유행에 뒤떨어지지 않아 보이는 것이 좋다.

③ 몇 계절을 입을 수 있도록 약간 큰 衣服을 구입한다. 그러나 너무 눈에 띄게 큰 옷은 活動에 지장을 줄 뿐만 아니라, 새 옷이라 하더라도 물려받은 의복과 같은 인상을 주므로 좋지 않다.

④ 아동들이 즐겨 입을 수 있도록 아동들이 좋아하는 색과 어울리는 衣服을 선택한다.

⑤ 물려받은 옷은 그대로 입힐 것이 아니라, 아동에게 맞도록 고쳐서 입히도록 한다.

#### 2) 운동능력 배양상의 영향

Hunt<sup>14)</sup>의 兒童服 嗜好에 대한 研究에서 28名の 아동들에게 의복의 좋아하는 要素에 對해 물었을 때, 11名은 색, 8名은 편한한 옷이라고 답하였다. 그러나 싫어하는 옷에 대해 물었을 때, 19名이 불편한 옷이라고 답하였다. 학동기의 아동들은 다른 연령층과 다름없이, 입어서 편안한 옷을 매우 중요시 하고 있다고 하였다. 학동기에는 운동경기에 많은 관심을 가지게 되는 時期이며, 또한 이 時期의 특징의 하나로 아동들의 운동능력이 발달되는 과정이기도 하다. 운동신경의 발달이 幼兒期에도 많이 되지만, 학동기에는 특히 스스로의 운동능력을 남과 비교하여 자기평가를 하기 때문에 重要的 意味를 부여하는 것이라 하겠다. 또한 Ryan<sup>15)</sup>은 아동들의 탁월한 운동능력은 학교에서나 또는 집단에서 동료들의 인기를 얻는데 重要的 要因이 되는 것으로, 게임에서 운동능력이 뛰어난 아동은 동료들의 선망의 대상이 되고 모든 分野에서 그룹의 指導者가 될 수 있는 가능성이 많다고 하였다. 따라서 학동기 아동들이 가장 싫어하는 의복은 운동능력을 발휘하는데 장애가 되는 것으로, 우선적으로, 活動에 지장을 주는 옷이 동료들의 인정과 찬미를 받는데 중요한 要因中的 하나가 운동이라면, 운동하는데 불편을 주는 너무 꼭 끼는

옷, 디자인이 부자연스런 옷, 그리고 상하거나 더러워 지는데 신경을 써야할 옷. 너무 투박한 옷은 학동기 아동에게는 理想的인 의복이라 할 수 없겠다.

## 2) 구매경향(Buymanship)

김영옥<sup>16)</sup>의 학령기 아동복에 관한 연구에서 아동복 마련 방법으로 기성복의 이용율이 90.25%, 모두 집에서 만든다가 4.0%로 나타났으며 기성복 구입의 이유로는 값이 싸다가 52.92%, 디자인이 마음에 든다가 24.08%이었다. 또한 아동들이 원하는 의복구입 태도에서 어머니와 함께 사기를 원하는 비율이 55.75%로 높았으며, 실제로 아동을 동반하는 율은 50.67%로 나타났다. 의복선택시 남아는 편안함, 옷모양, 옷색깔의 願으로 선택의 기준을 삼았고 여아는 옷모양, 옷색깔, 편안함의 願이었다. 어머니들의 아동복 선택요점은 모두 옷감과 모양을 가장 중요시 하였으며 구입장소는 주로 시장을 이용하고 있었으며, 다음으로 백화점, 아동복 전문센터의 願이었다.

가격에 대한 어머니들의 의견은 조금 비싸다가 45.5%, 너무 비싸다가 33.75%이었고, 적당하다는 14.67%에 불과 하였다.

Blake, Glisson and Tate의 연구<sup>17)</sup>에서 취학 前 아동들의 의복은 거의 75% 이상이 기성복, 약 12%가 집에서 만들어 입고 있었으며, 나머지가 선물이나 물려받은 옷이었다. 이 연령층에서 거의 전부의 어머니들은 기성아동복이 한 두군데가 맞지 않는다고 하였으며, 특히 남아가 여아보다 더 맞지 않는 율이 많은 것으로 나타났다.

Pahopin<sup>18)</sup>은 9~10歲 아동을 가진 50명의 어머니들을 상대로 한 겹옷(outer-wear)구매에 對한 연구에서 9~10세 아동들이 학기동안 많이 입는 의복종류로 코오트, 세타, 자켓, 셔츠, 슬랙스, 진(jeans)을 중심으로 조사하였다. 아동복 선택시 선택 최종결정은 어머니가 하고 있지만 대부분의 아동은 그들의 의복 구매시 참여하거나 또는 의복선택에 다른방법으로 영향을 준다고 하였다. 80%의 어머니들은 아동복 구매시 아동을 자주 동반하고 있었으며 그 이유로는 "아동에게 입혀보기 위해서"와 "아동을 아동복 선택에 참여시키기 위해서"로 나타났다. 또한 90%의 어머니들은 의복 스타일, 디자인, 색깔에 대한 아동의 기호가 의복 선택에 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 34%의 어머니들은 아동에게 입혀보고 구입한다고 하였으며, 38%의 어머니들은 아동 身體치수에 의해 구입한다고 하였고, 나머지 25%만이 인형-사이즈에 의해 구입한다고 하였다. 또한 이 연구중 어머니들이 말하는 의복선택요

인과 실제 구매과정에서의 구입요인을 알아보기 위하여 슬랙스와 진(jeans)을 택하여 두번의 인터뷰(interview)를 통하여 어머니들로 하여금 구매시 의복선택의 기호를 질문하여 기록하였고, 두번째 인터뷰(interview)에서는 몇벌의 슬랙스와 진(jeans)을 놓고 어머니들에게 선택하도록하여, 그 과정을 관찰 기록하였다. 이 조사에서 Pahopin은 대부분의 어머니들은 진(jeans)의 선택시 견고성을 가장 중요시 한다고 하였으나 실제로 선택하는 과정에서는 이들 어머니들 중 단지 1/3만이 견고성을 위주로 한 것으로 나타났다. 슬랙스의 경우 구매시 맞음새(fit)를 가장 중요시 한다고 한 어머니들이 약 1/4, 스타일을 중요한 선택요인으로 잡는다고 한 어머니들이 약 1/5이었다. 그러나 이들 어머니들 중 반수 이상이 실제 선택시 스타일을 중점으로 슬랙스를 선택하고 있었으며, 단지 1/5의 어머니들만이 맞음새(fit)를 선택요인으로 하고 있었다. 또한 약 1/4의 어머니들은 진(jeans)에 니-패치(knee-patches)가 있는 것을 좋아 한다고 하였으나, 실제 진(jeans)을 선택할 때는 이 중 1/3정도만이 니-패치(knee-patches)에 대해 관심을 표했다. 한번 구매시 구매량은 바지가 한벌, 셔츠가 두벌 또는 그 이상이였다. 구매장소로서 5名中 4명의 비율로 백화점 이용율이 높았으며 그 이유로서는 백화점안의 다양한 상품, 가격정책(pricing policy), 편리함, 상품의 우수성이 주로 그 이유로 나타났다. Barnes<sup>19)</sup>의 225명의 중학교 여학생들을 상대로한 이들의 겹옷(outer-garment)과 신(foot-wear)의 구매, 사용, 관리에 대한 연구에서 여학생들이 구매시 가장 많이 동반하는 사람은 어머니고, 아버지는 거의 동반하지 않고 있었으며, 코오트나 수우트(suit)와 같이 고가의 의복을 구입할때나 가끔 아버지와 어머니가 함께 동반한다고 하였다. 과반수 이상의 여학생들은 어머니가 의복을 구매하기 전 항상 자기와 의논한다고 하는 반면 10% 미만의 여학생들은 거의 의논없이 어머니 혼자서 구입한다고 하였다. 과반수 이상의 여학생들은 구매시 어머니와 동반하는 경우 어머니들이 자기가 직접 의복선택의 최종 결정을 하도록 한다고 하였으며 5%의 여학생들은 전혀 최종결정의 기회를 주지 않는다고 하였다. Heal<sup>20)</sup>의 202명의 2~12歲 아동을 가진 어머니들을 상대로한 아동복 구매경향에 對한 研究에서 202名中 75%의 어머니들은 아동복 구매시 적어도 한 계절 이상 입힐 계획으로 구입한다고 하였다. 구매시 대부분의 어머니들은 아동을 동반하고 있는 것으로 나타났다.

Richard<sup>21)</sup>의 키와 체중에 따른 의복사이즈 연구에서

100명의 남아들의 치수를 재어 조사한 결과 연령은 어  
 깨 넓이나 바지기장의 척도가 되지 못하고 있음이 나  
 타났으며, 또한 體型的 프로포션(proportion)은 一般의  
 으로 키와 體重에 따르고 있다고 하였다. 이 結果 서  
 어츠는 목 사이즈(neckband size), 바지는 허리치수를  
 표시하여야 한다고 지적하였다.

Ⅲ. 研究方法

1) 調査期間

調査期間은 1978年 12月 3日부터 12月 14일까지 었  
 다.

2) 調査方法

本 研究는 7~8세 아동 셔어츠와 바지의 구매경향을  
 알아보기 위하여, 이와 관련된 26문항으로 된 질문지  
 를 작성하여 예비調査를 한 후, 수정 보완된 질문지를  
 사용하였다. 結果 分析은 백분율로 처리하였다.

3) 調査 對象

本 研究의 對象은 社會 經濟의 水準의 아동들을 고  
 르게 포함시키기 위하여 서울시내 中心地와 변두리의  
 3個 國民학교를 임의로 선정하였다. K國民학교, J國  
 민학교, S國民학교 2학년 어머니들에게 아동을 통하  
 여 질문지 900부를 배부하여 843부를 회수하였고, 이중  
 7,8세가 아닌 아동과 기입 상태가 미비한 응답자를 제  
 외한 789명의 응답지를 조사 대상으로 삼았다.

아동의 연령 분포는 7세가 남아 55名(7.0%), 여아  
 105名(13.3%)이었으며 8세는 남아 325名(41.2%), 여  
 아 304名(38.5%)이었다.

Ⅳ. 研究結果 및 分析

1) 對象者의 背景

경제적 시간적인 면에서 어머니들의 의복선택과 구  
 매량에 영향을 미치는 가정의 월수입 어머니들의 직업  
 의 유무, 자녀의 수를 調査하였다.

직업을 가지고 있는 어머니들은 789명중 99명으로  
 13%이었으며, 각 가정의 월수입 조사내용은 [표 1]과  
 같다. 15만원~30만원이 33.3%, 30~50만원이 31.3%  
 로 높았고, 15만원 미만과 50만원 이상은 각 16.3%  
 17.0%로 나타났다. 각 가정의 아동의 수는 1名에서  
 7名까지였으며, 3名이 43.5% 2名이 27.4%, 4名이  
 16.3% 5名 이상이 7.1%, 1名이 5.7%이었으며 평균  
 자녀의 수는 2.9명이었다.

2) 구매경향

어머니들의 아동복 셔어츠와 바지의 구매경향은 입

[표 1] 가정의 월수입

월 수 입	15만원 미만	15~30 만원	30~50 만원	50만원 이상	무응답	합계
가 족 수	129	263	247	134	16	789
백분율(%)	16.3	33.3	31.3	17.0	2.1	100

수방법, 셔어츠와 바지의 소지수 및 착용수명, 구매장  
 소, 한번 구매시의 구매량, 구매시 아동의 참여도, 사  
 이즈 결정방법, 가격으로 나누어 조사하였다.

(1) 입수방법

셔어츠와 바지의 입수방법은 [표 2], [표 3], [표 4]  
 와 같다. 전부 기성복인 경우가 셔어츠 76.2%, 바지  
 71.4%로 1976年 신상옥<sup>22)</sup>의 아동복 장만에 관한 조사  
 에서 “거의 다 기성복을 사 입힌다”의 58.1% 보다 높  
 은 비율로 나타났다. 다음이 일부 기성복과 일부 자가  
 봉제, 그리고 일부 기성복과 일부 맞춤복의 순서로 기  
 성복의 이용도가 높게 나타났다.

셔어츠와 바지별로 볼때, 셔어츠는 바지 보다 기성복  
 의 이용율이 높았고, 바지는 셔어츠보다 집에서 만들어  
 입히거나 맞춤을 주는 율이 약간 높게 나타났다. 이것  
 은 셔어츠보다 바지가 더 잘 맞는 사이즈를 구입하기가  
 힘들기 때문인 것으로 생각할 수 있다. 기성복을 이용  
 하는 이유중의 하나는 “쉽게 구입할 수 있다”가 48.2%,  
 “경제적이다”가 30.3%, “디자인과 색이 다양하다”가  
 10.2%로 나타났다. 이것은 이 춘계<sup>23)</sup>의 연구에서 기  
 성복의 장점으로 지적된 항목중 “손쉽게 구입할 수 있  
 다”의 37.3%, “값이 싸다”의 22.4%의 순위와 같다.  
 맞춤을 주는 이유로서는 “맞는 사이즈를 구입할 수 없  
 다”가 86.7%로 거의 대부분을 차지하였다.

[표 2] 셔어츠와 바지의 입수방법

입수 방법	의복 종류	
	셔 어 츠 수(%)	바 지 수(%)
전부 기성복	601(76.2)	563(71.4)
전부 맞춤복	2 (0.2)	4 (0.5)
전부 자가봉제	1 (0.1)	6 (0.8)
일부기성복, 일부맞춤복	86(10.9)	124(15.7)
일부기성복, 일부자가봉제	99(12.6)	92(11.6)
합	789(100)	789(100)

기타 입수방법으로는 선물과 물려받는 옷으로 선물  
 의 경우 셔어츠 55.9%, 바지 44.0%로 가끔 받아 입  
 히고 있었으며, 물려받는 옷의 이용율은 셔어츠 70.7%,  
 바지 63.0%로 높게 나타났다.

(2) 셔어츠와 바지의 소지수 및 착용수명

a) 소지수

[표 3] 기타 입수방법(선물)

입수 정도	의복 종류	셔어츠 수(%)	바지 수(%)
자주 받는다		39 (4.9)	11 (1.4)
가끔 받는다		441 (55.9)	347 (44.0)
전혀 없다		309 (39.2)	431 (54.6)
합	계	789 (100)	789 (100)

[표 4] 기타 입수 방법(물려받는 옷)

입수 정도	의복 종류	셔어츠 수(%)	바지 수(%)
있	다	558 (70.7)	497 (63.0)
없	다	231 (29.3)	292 (27.0)
		789 (100)	789 (100)

의복의 착용수명은 가지고 있는 의복의 소지수와도 관계가 있는 것으로, 그 조사내용은 [표 5]와 같다. 현재 입을 수 있는 셔어츠와 바지의 소지수는 2벌에서 7벌이상까지였으며, 이중 3벌을 가지고 입는 아동이 가장 많았고, 다음이 5벌, 4벌의 순서로 많았다. 5벌을 가지고 입는 아동이 셔어츠 82%, 바지 9.3%나 되었으며, 반면 7벌이상 가지고 입는 아동이 셔어츠 8.9%, 바지 6.3%로 나타났다. 또한 셔어츠의 소지수는 바지보다 약간 높게 나타났다.

[표 5] 현재 입을 수 있는 셔어츠와 바지의 소지수

소지수(벌)	의복 종류	셔어츠 수(%)	바지 수(%)
2		65 (8.2)	73 (9.3)
3		228 (28.9)	241 (30.6)
4		165 (20.9)	169 (21.4)
5		189 (23.6)	196 (24.8)
6		66 (8.4)	50 (6.3)
7	이 상	70 (8.9)	50 (6.3)
	무 응 답	9 (1.1)	10 (1.3)
합	계	789 (100)	789 (100)

b) 셔어츠와 바지의 착용수명

한 벌의 셔어츠나 바지를 아동들이 보통 입는 기간은 1년이 가장 많았으며, 다음으로 1년 6개월이었다. 6개월미만으로 입는 아동들이 셔어츠에서 8.6%(68명), 바지에서 11.3%(89명)나 되었다. 대체로 바지보다 셔어츠의 착용수명이 길게 나타났다.

셔어츠와 바지를 못 입게되는 이유로서, “작아져서”가 거의 대부분(86.4%)이었으며, “헤어져서” 못입는 경우는 겨우 10.1%에 지나지 않았다. 이상의 결과로

[표 6] 셔어츠와 바지의 착용수명

착용수명	의복 종류	셔어츠 수(%)	바지 수(%)
6개월 미만		68 (8.6)	89 (11.3)
1년		347 (44.0)	367 (46.5)
1년 6개월		230 (29.1)	179 (22.3)
2년		100 (12.7)	133 (16.9)
2년 6개월		32 (4.1)	21 (2.7)
3년		10 (1.3)	0 (0)
무 응 답		2 (0.2)	3 (0.4)
합	계	789 (100)	789 (100)

보아 아동복은 작은 수의 필요한 양만을 장만하여 입히는 것이 경제적이다 하겠다.

(3) 구매장소

어머니들이 아동복 셔어츠와 바지를 주로 구입하는 장소는 [표 7]과 같다. 시장 이용율이 가장 많이 나타났다, 다음으로 고급 아동복 전문센터, 백화점, 동네 양품점의 순위로 나타났다. 셔어츠와 바지별로 볼 때 고급 아동복 전문센터와 백화점 이용율이 바지에서 더 높게 나타났고, 시장 이용율은 셔어츠에서 더 많았다. 여기서 백화점안에 자리잡고 있는 아동복전문센터는 백화점 이용율에 포함시키지 않고, 고급 아동복 전문센터의 이용율에 포함시켰다. 여기서 기타는 직매장과 행상인이었다. 또한 64.1%이상의 어머니들이 셔어츠와 바지를 같은 상점에서 구입하고 있었는데 이것은 서로 조화되는 의복의 판매와 판매원의 권유, 어머니들의 구매시간 절약이 같은 상점에서 셔어츠와 바지를 구입하는 이유가 된다고 생각할 수 있다.

[표 7] 구매장소

구매 장소	의복 종류	셔어츠 수(%)	바지 수(%)
주로 백화점		123 (15.6)	132 (16.7)
주로 동네 양품점		119 (15.1)	120 (15.2)
주로 고급 아동복 전문센터		211 (26.7)	222 (28.1)
주로 시장		317 (40.2)	296 (37.5)
기 타		15 (1.9)	15 (1.9)
무 응 답		4 (0.5)	4 (0.5)
합	계	789 (100)	789 (100)

(4) 한번 구매시의 구매량

어머니들의 한번 구매시 아동의 셔어츠와 바지의 보통 구매량은 1벌에서 4벌까지였다[표 8]. 셔어츠가 63.4%, 바지가 57.8%로 1벌 구입이 가장 높았고, 다음이 두벌 구입으로 셔어츠와 바지가 각각 32.7%.

30.5%이었다. 1벌 구입의 이유로는 “아동이 계속 성장하므로”가 42.9%, “경제 사정상”이 25.5%, “싫증이 나지 않게 하려고”가 14.7%, “계속 새로운 디자인이 나오므로”가 8.9%이었으며, 기타 이유로는 “남비와 사치성 방지”였다. 2벌 이상 구입하는 어머니들의 이유로는 “변갈아 입히려고”가 54.9%, “구매시간 절약”이 23.8%, “아동과 시간을 맞추기가 쉽으므로”가 4.8%, “값이 오르므로”가 3.8%로 나타났다.

[표 8] 한번 구입시 보통구매량

구매량(벌)	의복 종류	서 어 츠 수(%)	바 지 수(%)
1		500(63.4)	519(57.8)
2		258(32.7)	241(30.5)
3		25 (3.2)	23 (2.9)
4		1 (0.1)	1 (0.1)
무 응 답		5 (0.6)	5 (0.6)
합 계		789(100)	789(100)

(5) 구매시 아동의 참여도

아동복 선택시 어머니들이 생각하는 아동의 관심도에 대한 조사는 [표 9]와 같다. 대부분의 어머니들은 아동들이 그들 의복선택에 관심이 있거나, 상당히 관심이 많은 것으로 인식하고 있었으며, 전혀 관심이 없다고 생각하는 어머니들은 3.5%로 나타났다.

[표 9] 어머니들이 생각하는 아동의 의복에 대한 관심도

관심도	수(%)
상당히 관심이 많다	248(31.4)
관심이 있다	379(48.0)
그저 그렇다	131(16.6)
전혀 관심이 없다	28 (3.5)
무 응 답	3 (0.4)
합 계	789(100)

구매시 아동 동반에 대한 조사는 [표 10]과 같다. “가끔 데리고 간다”가 반 수 이상으로 가장 높았고, 항상 데리고 가거나, 자주 데리고 가는 어머니들은 낮은 비율로 나타났다. 또한 전혀 데리고 가지 않는 어머니들이 서어츠에서 16.5%, 바지에서 13.6%나 있었다. 서어츠와 바지별로 볼 때 서어츠보다 바지 구입시의 아동 동반율이 높게 나타났다. 이것은 서어츠보다 바지가 좀더 몸에 맞기가 어려운 이유로 생각할 수 있다. “아동과 의견이 같지 않을 때 어떻게 하십니까?”라는

[표 10] 구매시 아동동반정도

동반정도	의복 종류	서 어 츠 수(%)	바 지 수(%)
항상 데리고 간다		100(12.7)	142(18.0)
자주 데리고 간다		119(15.1)	133(16.9)
가끔 데리고 간다		435(55.0)	402(51.0)
전혀 안 데리고 간다		130(16.5)	107(13.6)
무 응 답		5 (0.6)	5 (0.6)
합 계		789(100)	789(100)

질문에 42.9%의 어머니들은 아동이 최종 결정을 한다고 하였고, 27.8%의 어머니들은 어머니가 최종 결정을 한다고 하였고, 나머지 28.8%의 어머니들은 아동과 함께 최종 결정을 한다고 하였다.

(6) 구매시 사이즈 결정

a) 현재 아동들이 입는 사이즈

현재 7~8歲 아동들이 입고 있는 사이즈의 分布는 의복에 표시된 연령사이즈 7~8歲用에서 15~16歲用까지 크게 나타났다[표 11].

7~8歲 아동들이 많이 입는 사이즈는 의복에 표시된 연령사이즈 9~10歲用이 57%이상이었으며, 다음이 11~12歲用(26.9%이상)이었으며, 실제 7~8歲用을 입는 아동들은 서어츠 7%, 바지 6.1%에 불과하였다. 이 結果는 현재 기성복에서 사용되는 연령별 사이즈가 신체치수와 부합되지 않고 있음을 나타내 주고 있으며, 또한 연령은 아동복 사이즈의 지침이 되지 못한다는 Richard<sup>21)</sup>의 研究를 지지해 준다고 볼 수 있다.

[표 11] 현재 아동이 입고있는 의복사이즈

사이즈	의복 종류	서 어 츠 수(%)	바 지 수(%)
7~8 세용		55 (7.0)	48 (6.1)
9~10세용		474(60.0)	450(57.0)
11~12세용		212(26.9)	219(27.8)
13~14세용		38 (4.8)	43 (5.4)
15~16세용		4 (0.5)	22 (2.8)
무 응 답		6 (0.8)	7 (0.9)
합 계		789(100)	789(100)

b) 사이즈 결정방법

대부분의 어머니들은(91.0%이상) 연령-사이즈에 의해 서어츠와 바지를 구입하고 있었으며, 실제 아동의 연령과 같은 연령-사이즈를 구입하는 어머니들은 6.0~7.0%에 불과하였다.

어머니들이 주로하는 서어츠 사이즈 결정방법은 “아동에게 입혀보고”가 45.0%, “현재 아동이 입고 있는

·사이즈에 의해"가 30.9%, "치수를 조사하고"가 12.0%, "아동의 연령과 같은 연령-사이즈"와 "판매원과 의논하여"가 각각 6.0%씩으로 나타났다. 여기서 치수조사는 어깨넓이, 소매기장을 주로 한다고 하였다.

바지 사이즈 결정은 "입혀보고"가 50.8%, "현재 아동이 입고 있는 사이즈에 의해서"가 19.6%, "치수를 조사하고"가 15.7%, "아동의 연령과 같은 연령-사이즈"가 6.8%, "판매원과 의논하여"가 6.0%로 나타났으며, 치수조사는 주로 허리와 바지기장을 조사한다고 하였다. 이상의 결과로 바지와 셔츠의 사이즈 결정은 주로 아동에게 입혀보고 하고 있었으며, 셔츠보다 바지 사이즈 결정시 입혀 보는 율이 높게 나타났다. "셔츠가 아동에게 잘 맞습니까?"라는 질문에 44.0%의 어머니들이 잘 맞지 않는다고 하였다. 잘 맞지 않는 부분은 "소매기장이 너무 길다"가 31.7%로 가장 많았고, 다음으로 "셔츠 기장이 너무 짧다"가 28.8%, "어깨가 너무 넓다"가 21.0%이었다. 소매기장과 어깨넓이가 큰 것은 의복치수 자체가 크게 제작된 이유 이외에 어머니들이 가슴둘레에 기준을 두고 셔츠를 크게 구입하는 이유도 포함되어 있었으리라고 생각할 수 있어 아동의 체형에 따른 사이즈의 다양화가 절대 필요하다고 생각된다. 소매기장과 어깨넓이가 큰 경우는 아동의 신체활동에 많은 장애를 가져올 뿐만 아니라, 이에 대한 수정은 봉제기술을 요하는 것이므로 어머니들에게 시간적 경제적으로 많은 불편을 주게 되며, 나아가서 生産業體나 國家 經濟上으로 볼 때 막대한 옷감의 낭비를 가져오므로 이에대한 생산업체의 많은 노력이 필요하다. 셔츠 기장이 짧은 경우 또한 아동의 자유로운 신체활동을 저해하므로 생산업자의 양심적인 생산태도가 요구된다고 본다.

"바지가 아동에게 잘 맞습니까?"라는 질문에 63.6%의 어머니들이 잘 맞지 않는다고 하였다. 이중 잘 맞지 않는 부분으로는 주로 허리와 바지기장이 잘 맞지 않는다가 90.0%로 대부분이었으며, 나머지가 "힙(Hip) 부분이 좁다" "바지통이 좁다"였다. 바지 또한 체형에 따라 사이즈를 다양하게 함으로써 소비자들에게 많은 불편을 감해줄 수 있겠다.

(7) 價 格

身體成長이 빠른 時期이므로, 特別히 아동복 구입시는 어머니들에게 價格이 重要한 선택요인의 하나가 된다. 어머니들이 보통 지불하는 셔츠와 바지의 價格 調査內容은 [표 12]와 같다. 價格分布는 700~15,000원까지 크게 나타났으며, 셔츠와 바지의 보통 지불하는 가격은 3,000~4,500원이 가장 많았다. 10,000원 이상

[표 12] 가 격

가격(원)	의복 종류	셔츠 수(%)	바지 수(%)
1,500미만		8 (1.0)	2 (0.3)
1,500~3,000미만		292(37.0)	245(31.1)
3,000~4,500미만		291(36.9)	286(36.2)
4,500~6,000미만		131(16.6)	128(16.2)
6,000~8,000미만		41 (5.2)	60 (7.6)
8,000~10,000미만		14 (1.8)	45 (5.7)
10,000이상		9 (1.1)	20 (2.5)
무응답		3 (0.4)	3 (0.4)
합계		789(100)	789(100)

지불하는 어머니들이 셔츠에서 1.1%(9명), 바지에서 2.5%(20명)이나 되었다.

V. 結 論 및 提 言

本 研究는 서울 시내 3個 국민학교를 임의로 선정하여, 7,8세 아동, 789名의 어머니들을 상대로 아동복 구입경향을 調査하여 다음과 같은 結果를 얻었다.

1) 셔츠 76.2%, 바지 71.4%로 전부 기성복을 입힌다는 어머니들이 많았다. 또한 파란수 이상의 아동들은 물려받은 옷을 입는다고 하였는데, 이 연령층의 의복은 헤어지는 것보다 작아져서 못 입는 경우가 많으므로, 물려받은 옷(hand-me-downs)의 이용은 의복입수의 합당한 방법이라 하겠다. 7~8세 아동의 셔츠와 바지의 보통 소지수는 3벌이 가장 많았다.

2) 구매장소는 주로 시장이었으며, 다음이 고급 아동복 전문센타였다.

3) 어머니들의 한번 구입시 구매량은 1벌에서 4벌까지였으며, 1벌 구입이 셔츠가 63.4%, 바지가 57.8%로 가장 많았다.

4) 구매시 아동 동반정도는 가끔 데리고 가는 어머니들이 가장 많았으며, 셔츠보다 바지 구입시 아동을 동반하는 율이 높게 나타났다.

5) 7~8세 아동들이 입는 셔츠와 바지의 사이즈는 57% 이상이 9~10세용을 입고 있었으며, 사이즈 결정 대부분이 입혀보고 구입한다고 하였다.

6) 44%의 어머니들은 셔츠가 잘 맞지 않는다고 하였으며, 이 중 소매기장이 너무 길다와 셔츠 기장이 너무 짧다는 것이 불만으로 나타났다. 64%의 어머니들은 바지가 잘 맞지 않는다고 하였으며, 허리가 맞으면 바지기장이 안 맞고, 바지기장이 맞으면 허리가 안 맞는다고 하였다.



7) 셔츠와 바지의 價格分布는 700원에서 15,000원 까지였으며, 3,000~4,500원 지불하는 어머니들이 가장 많았다.

本 研究의 結果로 나타난 問題點들을 개선할 수 있는 방안으로서 다음과 같은 提言을 할 수 있다.

1) 아동복 구매시 아동을 동반하므로써, 보다 잘 맞는 의복 사이즈를 구입할 수 있을 뿐만아니라, 아동의 독립성 내지 사회화 활동, 의복관리에 도움이 되도록 하는 것이 바람직하다.

2) 정부의 후원아래 전국적으로 아동의 인체기초 연구를 통한 과학적인 체격조사를 하여, 키와 體重에 따른 사이즈의 다양화와 연령별 사이즈의 재조정이 필요하다.

3) 의복에 연령별 사이즈 표시 이외에, 가슴둘레, 허리둘레, 바지기장등 치수 부위의 표시가 바람직하다.

4) 신체적 성장이 빠른 시기이므로, 어머니들은 필요 이상의 의복 소지수를 삼가하는 것이 바람직하며, 또한 생산업체들은 적어도 한번쯤은 늘려서 입힐 수 있도록 시점분을 아동복 제작시 충분히 넣어 소비자는 물론 국가 경제에 도움이 되도록 하여야겠다.

끝으로 앞으로의 연구과제로서는 다른 연령층, 그리고 다른 종류의 의복에서도 이와같은 연구가 계속되어야 할 것이며, 生産業體에서 제작되는 아동복의 아동연령에 맞는 사이즈 표시(size labeling), 각 사이즈에 대한 치수(measurements), 아동복 패턴제작에 대한 연구들이 필요하다고 본다.

### 引用 文 獻

1. 김영옥, 소득계층별 학령기 아동의 인식, 경희대학교 대학원 석사학위논문, 45 (1975)
2. 정혜영, 학동기 아동들의 의생활에 관한 소고, 덕성여대논문집 제5,6합집, 468 (1977)
3. Jaffe, Hilde, Children's Wear Design, Fairchild Publications, Inc., New York, 256-258 (1972)
4. Jaffe, Hilde, Ibid, 25-27
5. 羅炳述, 兒童發達, 大學出版社, 214 (1969)
6. 정혜영, 前掲書, 466
7. 정혜영, 유아성장과 그 복장에 관한연구, 덕성여대 논문집, 제 4 집, 355 (1975)
8. Hurlock, Elizabeth, Child Development, McGraw-Hill Book Co., Inc., New York, 233 (1938)
9. Young, F.E., Clothing the Child, McGraw-Hill Book Co., Inc., New York, 18 (1938)
10. Rea, Lucille, Clothing and Child Development,

*Journal of Home Economics*, 42, 717 (1950)

11. Hurlock, Elizabeth, What Children want in clothes, *Hygeia*, 26, 59 (1951)
12. Stevens, Billye Kathryn, Criteria children use in daily selection of school clothing, Unpublished M.S. Thesis, Ames, Iowa, Iowa State College (1955)
13. Hurlock, Elizabeth, What hand-me-downs mean to your child, *Today's Health*, 29, January(1951)
14. Hunt Lucille, A Developmental Study of Factors related to Children's Clothing Preference, Society for Research in Child Development Monographs, 24, (1959)
15. Ryan Mary Shaw, Clothing, Holt, Rinehart and Winston., 222 (1966)
16. 김영옥, 前掲書, 36-37, 45-47
17. Blake, E., Glisson, O., and Tate, M., A Study of Preschool child's clothing in 100 families in Redford, Virginia, *Journal of Home Economics*, 45, 179-189 (1953)
18. Pahopin, Jo Stevenson, Factors which influence the selection of jeans and slacks and other specific ready-to-wear for children, Unpublished M. S. Thesis, Columbus, Ohio, Ohio State University (1955)
19. Barnes Sara Heagen, Preferences and practices in the purchase, use, and care of clothing of 225 junior high school students in Zaesville, Ohio, Unpublished M.S. Thesis, Columbus, Ohio, Ohio State University (1955)
20. Heal, Florence L.D., A study of buying practices in relation to children's clothing and the understanding and the use which the consumer makes of labels in buying, Unpublished M.S. Thesis, Philadelphia, Pa., Drexel Institute of Technology (1946)
21. Richard, Tracy, Better fit for your boy, *Farm Journal*, 77, 116-118 (1953)
22. 신상옥, 도시주부의 의생활관리 실태에 관한 조사연구, 대한가정학회지, 제14권, 3호, 84 (1976)
23. 이춘계, 도시민의 의생활 의식에 대한연구. 대한가정학회지. 제11권, 3호, 24 (1973)
24. 金聲連, 李順媛, 被服管理, 서울대학교출판부, 15 (1978)