

중년 여성을 위한 마담브랜드 기성복의 재킷 치수체계 분석

An Analysis of Ready-to-Wear in Madam Brand Sizing System of Jackets for Middleage Women

권수애 · 김인화*

충북대학교 대학원 패션디자인정보학과

Kweon, Soo Ae · Kim, In-Hwa

Chungbuk National University, Department Of Fashion Design Information

Abstract

The society advance of a development of the science technique and women from the industrialization, women preferred the tailor-made clothes to the convenient ready-made clothes in the aspect to be economic and save time in the clothing habits.

After marriage, middle age women change the comparison of their body due to the pregnancy and birth, the body girth of them increases compared with young woman, the winding of the waist comes to be small and they show the feature of body which the vibration thickness and the brachial girth grows bigger.

The reason is that the problem on the fitness of the ready-made clothes comes into being.

According to this result which analyzes a ready-made clothes body of the jacket-brand which does the middle age woman to the target in research, actual purchasing age appears than the age which most companies do to the target so that it is high, and though the body is divided in KS standard, the measurement distinguished without the body and most companies were producing the jacket.

There was many case to select a fitting model Among a designer or within firm employee with the similar body and measurement.

It was revealed that high rate of mending relation of a sale jacket of the company

Research about the body of the ready-made clothes is thought by continuing over there.

Key Words : Ready-to-Wear, Brand Sizing System, Middleage Women

I. 서론

과학기술의 발달과 산업화로 인한 여성들의 사회진출은 생활양식에 많은 변화를 가져왔으며, 의생활에 있어서도 맞춤복보다는 경제적, 시간적인 면에서 편리한 기성복을 선호하게 되었다. 현대사회에서 보편적으로 착용되고 있는 기성복은 최근 들어서 더욱 다양화, 전문화되는 경향을 보이고 있지만, 불특정 다수의 소비자를 대상으로 효율성을 고려하여 생산하기 때문에 소비자의 다양한 체형을 반영하여 여러 치수를 생산하기는 어려운 실정이다. 따라서 소비자들은 기성복을 구입하여 자신의 체형에 맞도록 보정하거나 수선을 하는 불편함을 경험하고 있다(김현아, 1999).

중년기 여성들은 결혼 후 임신과 출산으로 인해 체형

과 신체의 비례가 변화하게 되는데, 젊은 층에 비해 구간부의 둘레가 증가하고 허리의 굴곡이 적어지며 상완둘레와 진동두께가 커지는 체형상의 특징을 보여 기성복의 맞춤새에 문제가 생기게 된다. 그런데 교육수준이 높아지고 사회진출에 대한 관심이 증대되고 생활태도가 변화함에 따라 중년여성들의 패션에 대한 의식도 변화되어 의류제품의 세분화, 다양화, 개성화, 고급화를 추구하게 되었다(손희순, 1989). 또 중년층도 젊은 사람 못지않게 타인에게 아름답게 보이고자 하며 새로운 스타일을 입고 싶어 하는데(이은영, 1987), 이들의 의복에 대한 만족에 영향을 미치는 요인으로서 의복의 피트니스(fit)이 중요한 위치를 차지하는 것으로 나타났다(이은영, 1982).

소비자들이 기성복을 구입할 때 자신의 신체와 의복과의 적합도를 판단하는 기준이 되는 것은 라벨에 표시된

* Corresponding author: Kim, In-Hwa
Tel: 031) 650-7223
E-mail: ihkim@ans.ac.kr

의복치수이다. 의복라벨에 표시된 규격은 이를 착용하는 사람들의 신체치수를 의미하지만 같은 치수에 속하는 사람이라도 형태적 인자가 각기 다를 수 있으므로 소비자들은 자신의 신체에 맞는 의복을 선택하는데 어려움을 겪을 수 밖에 없다. 현재 의류업체에서는 기성복 제작시 주로 크기의 통계적 평균치를 기준 값으로 사용하고 있을 뿐, 입체적인 형태 데이터에 의한 자료를 사용하는 경우는 없는 실정이다. 기성복 생산업체에서 의복의 맞춤새를 평가하는 데는 실제체형과 차이가 나는 인대를 사용하거나 다소 마르고 키가 큰 체형의 피팅(fitting)모델을 활용하는 경우가 대부분이어서 실제 소비자들의 대표 체형이라고 볼 수는 없는 실정이다. 또한 목표 집단의 체형 특성 파악시 과학적인 정보보다는 주로 업체의 주관적인 경험에 의존하기 때문에 결국 기성복 맞춤새에 대한 불만족과 연결되는 것이다(오설영, 2000).

따라서 본 연구에서는 중년여성을 타겟으로 하는 재킷 브랜드의 기성복 치수체계를 분석하고, 업체에서 사용하는 치수체계를 KS규격과 비교·검토하여 문제점과 개선점을 파악하고자 한다.

그리하여 중년여성의 재킷 생산에 있어서 신체적합성을 높일 수 있는 보다 과학적인 치수체계 설정을 위한 기초 자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

중년기 여성의 체형 특성을 살펴보면 중년기 여성들은 연령의 증가와 함께 결혼, 임신, 출산의 과정을 통해 신체의 비례가 불균형적으로 변화하고 개인차가 심해진다. 신장을 포함한 높이부위와 길이부위는 감소하는 반면 나비·두께·둘레부위는 연령이 증가함에 따라 전반적으로 증가하는 양상이 심화되어 비만화의 공통적인 현상과 함께 신체의 비례가 변하게 된다(이진경, 1995). 즉 허리와 가슴·배, 진동과 상완 등의 둘레항목이 증가하고 위팔이 굵어지며 가슴이 늘어지거나 엉덩이가 처지는 체형변화가 나타난다. 이러한 현상은 연령이 증가할수록 더욱 가속화되고 45세를 전·후로 해서는 중년여성의 비만현상이 더욱 두드러지게 나타난다(이병홍, 1994 ; 심정희, 1994). 이진경(1995)은 높이항목은 감소하고 복부의 둘레로 비만화가 현저하여 수평키 항목에서 증가추세를 보이며 허리와 엉덩이의 치수차이가 감소하여 점차 측면 및 후면의 굴곡이 밋밋한 체형으로 변화되어 간다고 하였다. 최은주(1996)는 가슴부위 형태와 관련된 항목이 연령이 증가할수록 커지고 가슴편평율은 작아진다고 하였고, 권숙희(1998)는 어깨형태의 변화

로 뒤 어깨끝점 길이가 감소하고 앞 어깨끝점 길이가 증가하는 경향을 보이며, 측면두께가 두껍고 가슴부위, 배, 등, 엉덩이 부위가 살찐 형태로 변화한다고 하였다. 이처럼 중년기 여성의 체형변화는 의복이 잘 맞지 않는 원인이 되므로 이들의 신체적 기능과 약점을 보완해 줄 수 있는 기능적이고 심미적인 의복에 대한 연구가 필요하다(심정희, 2000). 체형의 변화와 몸무게의 증가에 따른 체형의 변화에 위기감을 느낀 중년여성은 의복의 매력적인 측면에 대해서 젊은 여성보다 더 신경을 쓰고 자신의 외모에 새로운 흥미를 가지고 스스로 가꾸는데 노력을 기울이기도 한다(Hurlock, 1978). 그리하여 이전보다 더 많은 의복을 구매하고 더욱 우아한 외모를 치장하고 매력적으로 보이려고 노력하며 어떤 이미지나 개성 있는 미를 표현할 수 있는 의복을 요구하게 된다(Tate & Gilsson, 1965). 따라서 여성은 연령이 높아지면서 배, 등, 어깨 등 비만현상이 나타나 치수만 갖고 분류한 기성복치수 체계는 잘 맞지 않는 현상이 나타나게 되므로 중년여성의 체형변화에 따른 치수체계를 확립할 필요가 있다고 사료된다.

1970년대 초기에 시작된 기성복생산은 소규모의 가내공업에서 조금씩 만들어 시장에서 시판하는 정도였으나 품질이 떨어지고 기성복의 사이즈 문제와 소재 선정에 있어서도 구매자의 수요에 부응하지 못하였고, 봉제과정에서 발생된 불량으로 인한 소비자의 불신이 가장 큰 문제점으로 지적되었다(송홍자, 1973). 이 후 1980년대에 이르러 소득증대와 여성의 사회진출로 기성복의 비중이 커지고 의식주 생활 패턴이 변화됨에 따라 종래의 열악한 자재, 시설 등에 기술개발비가 투입되고 과학적인 국민체위의 설정과 이에 맞는 의류치수 표준화에 역점을 두게 되었다. 1979년 대대적으로 이루어진 국민체위조사 결과에 따라 기성복 치수규격이 새로 제정되었으며, 이에 따라 의류 치수에 관련된 연구들이 활발히 진행되었다

공민희(1982)는 성인여성 기성복에 관하여 연구한 결과, 소비자 및 생산자 양측이 치수에 관련된 문제를 가장 심각하게 나타낸다고 하였다. 송태옥, 공민희(1982)는 중년여성을 위한 기성복의 경우 특히 허리둘레, 엉덩이둘레가 잘 맞지 않는 데, 그 이유는 생산자 치수, 연구자 실측치수, KS규격치수들에서 사이즈의 주요인이 되는 둘레치수들이 합치되는 부분이 적었고 사이즈의 종류가 외국에 비해 훨씬 적어 중년여성의 다양한 체형들을 만족스럽게 커버하지 못하는 것으로 나타났다.

이혜자(1982)의 연구에서는 미혼 여성보다는 기혼여성의 홑수벌 커버율이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 커버율을 높이는 대안으로 K.S.규격 인접치수 집단을 K.S.치수규격에 흡수시키거나 기준치수인 가슴둘레와 신장의

구간별 분포율이 비교적 높은 집단의 홑수를 증가시키고 커버율이 극히 낮은 집단의 홑수를 감소시킬 것을 제안하였다. 부위별 부적합도에서 소매길이와 어깨너비가 높은 비율로 나타났는데 소매길이의 경우는 보정이 용이하므로 큰 문제가 되지 않으나 어깨너비의 경우는 보정이 어려우므로 심각한 문제가 될 것으로 지적하였다.

중년여성 기성복의 현황과 디자인을 연구한 김형진(1984)은 디자인 원리들이 융통성 없게 적용되고, 재고의 두려움 때문에 나이에 관계없이 입을 수 있는 디자인으로 치수만 늘려 킹사이즈로 호칭하고 중년여성의 체형은 고려하지 않고 있음을 지적하였으며, 전은경(1984)은 기성복업체에서 표준규격치수를 채택하여 참고하기는 하나 미혼, 기혼의 체형구분 없이 옷길이를 일률적으로 생산하고 있다고 밝혔다. 중년여성의 체형분류와 치수적합성을 연구한 황희진(1992)은 치수규격의 기본이 되는 분류기준 변수를 정하는 방법에 따라 치수 커버율이 달라질 수 있으며, 실용성 있는 적은 개수의 독립적인 변수로 이루어지는 것이 바람직할 것으로 제안하였다. 기성복업체의 경우, 보다 많은 사람에게 적합한 의복설계를 하는 것이 목적이란 단순 증가형태의 현 치수내역보다는 체형을 고려하는 방법을 이용하여 보다 다양한 의류규격으로 개선하는 것이 필요하다고 하였다.

이경미(1992)도 중년여성의 치수적합성에 관한 연구에서 인체의 어느 한 부위의 치수가 증가할 경우 모든 부위의 치수가 일정하게 증가하는 것이 아니기 때문에 정확한 인체 계측을 근거로 합리적인 체형분류와 체형별 치수분류가 필요하며, 특히 길이항목과 둘레항목의 치수를 다양하게 조합하여 신체 적합도를 높이는 치수에 따른 업체별 호칭을 통일 할 필요가 있다고 지적하였다.

이혜영(1993)이 성인여성용 기성복업체의 현황을 조사한 결과, 각 브랜드의 특성에 따라 품목별로 생산하고 있는 사이즈의 종류가 달랐고 같은 사이즈의 경우도 이에 적용되는 신체치수가 제각기 달라 동일 대상에 대한 업체 간의 공통성이 결여되어 소비자의 의복에 대한 욕구를 만족시켜주지 못할 뿐만 아니라 업체의 입장에서도 치수와 관련된 재고의 문제가 심각한 것으로 나타났다.

공업진흥청(1990)은 1990년도에 개정된 치수규격을 통해 기성복 생산업체들이 이 규격을 활용하는데 도움이 되도록 성인여성의 체형을 고려하여 드롭(drop : 엉덩이둘레-가슴둘레)에 따라 평균 드롭값 9cm 이상을 A형, 4~8cm인 경우B형), 3~4cm인 경우H형으로 분류하였으며, 출현율은 42.7%, 47.6%, 9.4%라고 하였다. 임원자, 이형숙(1999)은 우리나라 성인 여성의 체형을 ISO 사이즈 체계에 따라 3체형으로 구분하였을 때 표준체형인 M이 47.6%로 가장 높은 빈도를 보였으며, 엉덩이둘레가 큰 체형이 42.7%, 엉덩이둘

레가 작은 체형이 9.4%를 나타낸다고 하였다.

한편 여성복을 위한 의복 종류별 기본 신체 부위치수(KS K 0050~90)의 호칭(55호, 66호.....)은 사이즈의 개념이 어렵다는 소비자의 불만을 해소하고 ISO 와의 통일규격을 위하여 기호에 의한 호칭을 배제하고 실제 신체치수들을 기재하도록 하였으며 의복종류와 구성에 따른 요소에서 길이항목보다 둘레항목에 우선성을 두었다. 예를 들면 표기법이 85-90-155로 되었으며 이것은 종전 호칭의 55호에 해당되는 것으로 가슴둘레, 엉덩이둘레, 키의 등간은 각각 3cm, 2cm, 5cm로 하였다(이형숙, 2000). 그러나 현재 국내 의류업체의 사이즈 라벨체계는 각각의 업체들의 특성에 따라 조금씩 차이가 있으며 55호인 경우 대부분 신장을 160으로 표기하고 있는 실정이다.

대부분 국내성인 여성복 업체의 경우 제품 사이즈 편차를 경험적 방법에 의해 브랜드의 타겟이 되는 소비자의 연령적 특징과 브랜드가 추구하고 있는 상품의 이미지 및 디자인에 따라 사이즈 편차를 결정하고 있으며 이러한 결과가 치수 부적합으로 소비자의 불만족 원인을 초래하는 것으로 생각된다. 따라서 본 연구에서는 기성복 치수체계의 문제점을 심층 분석하여 생산 재킷의 수선율을 낮추어 업체의 재고 부담을 줄이고, 중년여성은 외관과 기능성이 우수한 재킷을 생산할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

III. 연구방법

1. 조사대상 업체

본 연구를 위한 조사 대상 업체는 한국패션브랜드 연감(어퍼털뉴스사, 2004)에 나와 있는 국내 40대~50대 중년 여성을 대상으로 하며, 주로 정장을 생산하는 기성복 업체 중 대중성을 고려하여 내셔널 브랜드와 라이센스 브랜드, 부띠끄로 연간 매출액이 50억원을 넘는 106개의 업체를 선정하였다. 2005년 2월19일부터 3월20일 사이에 설문지를 우편으로 배포하고, 설문지가 회수된 업체 중 가장 연구 목적에 적합한 업체를 직접 방문하여 심층면담을 실시하였고, 21개 업체의 자료가 최종분석에 이용되었다.

본 연구의 대상이 되는 여성복 업체의 선정기준은

- ① 시장점유율이 높은 중요 내셔널 브랜드 및 디자이너 브랜드
- ② 저가, 중간, 고가의 가격대를 형성하는 브랜드
- ③ 백화점 등에 입점되어 지명도가 높은 브랜드
- ④ 30대 중반~60대 초반까지의 여성을 표적고객으로 하는 브랜드로 하였다.

2. 조사방법과 내용

재킷생산에 관한 업무담당자를 1차 파악하여 설문지를 우송하고 설문내용에 대한 면담이 필요할 경우 직접 방문하여 심층면담을 실시하여 조사된 내용을 보완하는 방법으로 조사하였다. 중년여성의 재킷 생산에 있어서 치수체계 설정과 치수적합화 방법, 판매 제품의 수선 상황을 중심으로 <표 1>에 있는 내용을 중점적으로 조사하였다.

<표 1> 기성복 치수체계 분석을 위한 조사내용

조사항목	조사내용
치수체계	메인 타킷 연령과 실제 구매연령
	생산 아이템과 재킷의 생산량
	재킷의 전개 사이즈 단계
	생산 재킷의 호칭 표시 방법
	생산 재킷의 치수별 생산 비율
	레이블에 표시하는 신체치수
	KS규격을 따르는가의 여부
	생산 재킷의 기준치수와 사이즈 편차
의복의 피팅 내용	주 고객층의 직업
	체형별 피팅 모델의 활용여부
수선내용	재킷치수의 체형별 치수 전개 여부
	재킷의 수선을 수선부위

3. 자료 분석

업체의 면담자료와 설문지의 자료처리는 SPSS 10.0 통계 프로그램을 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였다.

<표 2> 브랜드별 타킷 연령과 실제 구매 연령

브랜드	타킷 연령	실제구매연령	브랜드	타킷 연령	실제구매연령
1	35~45세	40~45세	12	25~40세	35~45세
2	50~60세	50~60세	13	30~50세	40~50세
3	40~50세	40~50세	14	35~45세	40~50세
4	35~45세	39~49세	15	40~50세	45~55세
5	35~45세	40~50세	16	30~40세	35~45세
6	30~60세	40~70세	17	30~40세	40~50세
7	50~60세	50~60세	18	33~40세	40~45세
8	40~60세	40~60세	19	50~65세	55~70세
9	28~40세	35~45세	20	30~60세	30~60세
10	30~40세	40~50세	21	40~60세	50~60세
11	25~55세	35~55세			

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상 업체의 특성

(1) 설문 응답자의 담당업무

본 설문 및 면담에 응한 사람은 패턴설계(71.4%)를 담당하는 경우가 가장 많았고, 디자이너(14.3%), 기획자(14.3%)의 순으로 나타났다. 본 연구의 설문내용이 각 브랜드의 재킷 치수 체계현황을 분석하고자 하였기 때문에 이들 사항에 대해 가장 잘 알고 있는 패턴 실장이 주로 응답에 참여하였다.

(2) 재킷 구매 주 고객층의 직업

조사대상 업체 브랜드의 재킷을 구매하는 주 고객층의 직업을 살펴보면 공무원/회사원(31.3%), 전업주부(21.9%), 전문직(18.8%), 자영업(15.6%), 기타(12.5%)의 순으로 공무원/회사원이 조사 대상 업체 브랜드의 재킷을 가장 많이 착용하는 것으로 나타났고, 다음은 전업주부인 것으로 나타났다.

(3) 브랜드의 타킷 연령과 실제 구매 연령

브랜드의 타킷 연령과 실제 구매 연령을 조사한 결과는 <표 2>와 같다. 타킷 연령과 실제구매 연령이 같은 업체는 5개 업체(23.8%)이고, 구매 연령이 타킷 연령보다 4세 높은 업체가 1개 업체(4.8%), 5세 정도 높은 업체가 6개 업체(28.6%), 7세 정도 높은 업체가 2개 업체(9.5%), 10세 정도 높은 업체도 7개 업체(33.3%)나 되어 대부분의 업체가 타킷 연령보다 구매연령이 높은 것으로 나타났다. 이것은 중년여성이 의복의 매력적인 측면에 대해서 젊은

여성보다 더 신경을 쓰고(Hurlock, 1978), 더욱 우아한 외모를 치장하고 매력적으로 보이려고 노력하며 어떤 이미지나 개성 있는 미를 표현할 수 있는 의복을 요구하게 된다(Tate & Gilsson, 1965)는 선행연구와 일치하는 것으로 중년여성도 젊어 보이는 디자인을 선호하는 것으로 생각된다. 설문문항 이외에 업체담당자와의 면담결과 나타난 것은 중년여성의 대부분은 우아한 정장류를 선호하고, 품위 있는 정장스타일을 중심으로 심플하고 젊어 보이는 스타일과 캐주얼 정장을 찾는 수요도 꾸준히 증가하고 있고, 중년여성은 의복구매시 편안함과 맞춤새를 동시에 중시하며, 심미성을 추구하는 것으로 나타났다. 또한 젊은 여성들은 조금 불편해도 착상상태가 예쁘면 착용을 하지만 중년여성은 맞춤새가 예뻐도 신체기능의 저하로 인하여 불편하면 착용하지 않는 것으로 나타나 의복의 적합성의 문제점이 젊은 여성보다 더 큰 것으로 나타났다.

(4) 생산 재킷의 실루엣

주로 생산하는 재킷의 실루엣은 프린세스라인(68.0%), 박스형(H라인, 32.0%)으로 나타나 대부분이 프린세스라인을 생산하는 것으로 나타났다. 이것은 중년여성들이 실제 자신의 신체보다 날씬해 보이고자 하는 욕구를 반영하는 것이라 할 수 있는데, 프린세스라인의 재킷은 몸에 피트된 디자인(이영운, 1982)으로 치수적합성에 문제가 나타날 가능성이 가장 큰 실루엣이라 할 수 있다.

(5) 재킷의 판매 가격과 매출액

재킷의 1매의 가격은 브랜드 자체에서도 저가와 고가는 많은 차이를 보였고, 브랜드 별로 더 많은 차이를 보였다. 저가 브랜드와 고가 브랜드의 재킷 1매의 가격대를 비교한 결과는 저가품은 최소 12만원, 최고 70만원으로 58만원의 차이를 보였고, 평균 가격은 35만 9천원이었다. 중간 가격의 재킷은 최소 15만원, 최고 100만원으로 85만원의 가격차를 보였고, 평균 가격은 49만 9천원이었다. 고가품은 최소 23만원, 최고 200만원으로 197만원의 차이를 보였으며, 평균 가격은 65만 9천원으로 나타나 고가품으로 갈수록 브랜드별 가격대의 차이가 큰 것으로 나타났다. 업체별로 전체 매출액 중 재킷의 매출 비율은 가장 낮은 브랜드는 20%였고, 가장 높은 비율은 66.7%, 평균은 50.2%로 나타났다. 업체별로 전체 매출액 중 재킷이 차지하는 비율이 46.7%의 편차를 나타내었으나, 대체로 조사된 마담브랜드 업체에서 기성복 매출액은 절반 정도를 차지하는 높은 비율을 보여 주었다. 40대 여성은 라이프사이클로 보아 경제적인 수입도 가장 큰 시기이지

만 자녀 교육비 등의 지출 또한, 가장 큰 시기로 고가의 의복을 착용하기는 조금 망설여지는 시기라는 것과, 50대 여성은 자녀의 양육과 교육에서 벗어나는 시기여서 40대 보다는 고가 의복구매에 경제적으로 자유로운 시기라는 것도 업체 담당자와의 면담 결과 나타났으며, 따라서 중년여성을 대상으로 하는 재킷도 가격대가 다양한 것은 이러한 소비자의 특성을 반영한 것이라 생각할 수 있다.

<표 3> 재킷의 가격대

구분	저가대 (천원)	중가대 (천원)	고가대 (천원)	재킷매출 비율 (%)
최소가	120	150	230	20.0
최고가	700	1,000	2,000	66.7
평균가	359	469	659	50.2

2. 재킷의 생산치수 체계

(1) 브랜드의 재킷 치수 분류 방법

브랜드에서 치수를 분류하는 방법은 'KS규격을 따르되 메인 타켓 연령의 체형분포를 감안하여 자체치수 체계를 정하는 경우가 52.4%로 가장 높았고, '자체에서 조사한 치수체계를 따른다' 28.6%, '가장 많이 판매되는 치수체계를 따른다' 9.5%, 'KS규격을 따른다'는 4.8%, 기타 4.8%로 나타나 거의 모든 업체에서 메인 타켓 연령의 체형분포를 감안하거나 판매량이 많은 치수를 고려하여 자체에서 치수를 분류하여 생산하는 것을 알 수 있었다.

(2) 재킷치수의 단계와 호칭방법

생산하고 있는 재킷의 사이즈 단계를 묻는 문항에서는 4단계(38.1%), 3단계(28.6%), 5단계(23.8%), 기타(9.5%)의 순으로 나타나 대부분의 업체가 치수를 3~4단계로 나누어 생산하는 것으로 나타났다. 재킷의 사이즈 호칭을 표시하는 방법으로는 기호(55, 66, 77, 88, 99)로 표시(61.9%), 신체치수(88-90-160)로 표시(19.0%), 체형에 파악된 분류를 도입하여 신체치수(체형)(88-90(H)-160)으로 표시(4.8%), 기타(14.3%)로 나타났다. 기타의 표시는 대, 중, 소, 또는 L, M, S 등으로 표시한다고 응답하였다. 이처럼 아직도 KS에서 규정한 실제 신체치수에 따른 분류를 따르지 않고 1990년 이전에 사용되었던 55, 66, 77과 같은 기호로 표시하는 경우가 많은 것으로 나타났다.

<표 4> 생산 재킷의 사이즈 단계와 사이즈 호칭표시

생산 재킷의 사이즈 단계		재킷의 사이즈 호칭 표시	
3단계	6(28.6)	기호(55, 66, 77, 88, 99)로 표시	13(61.9)
4단계	8(38.1)	신체치수(88-90-160)로 표시	4(19.0)
5단계	5(23.8)	신체치수(체형)(88-90(H)-160)으로 표시	1(4.8)
기타	2(9.5)	기타(S, M, L)표시	3(14.3)
계	21(100.0)	계	21(100.0)

(3) 재킷의 치수별 생산비율

재킷의 치수별 생산비율은 55사이즈의 경우 전혀 생산을 하지 않은 브랜드부터, 전체 재킷 생산량의 40%를 생산하는 브랜드도 있었다. 55사이즈의 생산 비율은 최빈치가 20%이고, 평균 12.1%의 생산비율을 나타내었다. 66사이즈의 경우 가장 적게 생산하는 곳은 10%, 가장 많이 생산하는 곳은 50%를 생산하였고, 최빈치는 40%였다. 77사이즈의 경우 최소 20%부터, 최고 50%를 생산하였고, 최빈치는 40%였다. 88사이즈의 경우 생산을 하지 않는 브랜드부터, 가장 많이 생산하는 곳은 40%를 생산하는 브랜드도 있었고, 최빈치는 20%를 나타내었다. 99사이즈의 경우 생산을 하지 않는 곳부터, 가장 많이 생산하는 곳은 25%를 생산한다고 하였고, 최빈치는 10%를 나타내었다. 어떤 업체에서는 99보다 더 큰 치수로서 LF사이즈를 두고 있었으며, LF사이즈의 생산 비율은 20%라고 하였다. 따라서 마담 브랜드에서 생산하는 재킷치수는 66, 77, 88의 3종류를 가장 많이 생산하는 것을 알 수 있으며, 그 중 77 사이즈(30.8%)와 66사이즈(29.4%)의 생산비율이 60% 정도를 차지하였으며, 88사이즈의 생산비율이 20%

<표 5> 재킷의 치수별 생산비율 (단위 : %)

구분	55	66	77	88	99	LF
최소치	0	10	20	0	0	0
최고치	40	50	50	40	25	20
최빈치	20	40	30	20	10	0
평균	12.1	29.4	30.8	20.2	6.4	1.0

정도인 것으로 나타났다..

(4) 재킷 사이즈별 레이블에 표시하는 치수

재킷 레이블에 표시하는 치수는 업체마다 차이가 컸다. 가슴둘레의 경우 최소치와 최대치의 차이는 15~23cm의 차이가 났고, 엉덩이 둘레의 경우도 9~21cm의 차이가 있었다. 신장은 업체별로 최소치와 최대치의 차이는 10cm 정도가 차이가 나서 업체 별로 정하는 치수에 많은 차이가 있음을 알 수 있었다. 레이블에 표시하는 치수에 큰 차이가 나는 이유는 업체의 판매비율이 높은 치수를 중심으로 자체치수를 정하는 것과 타겟연령대가 높은 업체일수록 치수가 큰 것으로 나타났다. 또한 신체치수를 표시하는 업체와 제품치수를 표시하는 업체의 차이에 비추어 생각된다.

(5) 업체의 기준사이즈 평균치수와 KS규격의 40대, 50대 평균치수 비교

재킷 패턴제작에 필요한 인체측정항목은 프린세스 라인 실루엣이 주종을 이루는 것을 반영하여 대부분의 업체가 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레, 소매길이, 어깨너비 등 5개 항목 외에 소매통둘레, 재킷길이, 소매부리둘레의 3개 항목을 포함하여 8개 항목을 측정하는 것으로 조사되었다. 기준사이즈는 모든 업체가 종전의 66사이즈를 기준으로 하였다. 조사된 업체의 부위별 평균치수와 KS규격의 40대, 50대 여성의 평균 치수와 비교한 결과 많은 보여 이러한 불합리한 치수체계가 기성복의 수선을

<표 6> 브랜드의 재킷 사이즈별 레이블에 표시하는 치수

(단위 : cm)

구분	최소규격			소규격			중규격			대규격			최대규격		
	B	H	신장	B	H	신장	B	H	신장	B	H	신장	B	H	신장
최소	82	90	150	84	86	155	88	93	160	91	94	160	94	104	160
최대	97	99	160	102	107	165	107	112	170	112	117	170	117	122	175
최빈	85	91	155	88	94	160	91	98	160	94	100	165	103	119	165
평균	85.7	93.6	156.7	89.0	96.8	159.7	93.1	101.5	162.9	97.4	106	165	103	111.9	166.4
치수차	15	9	10	18	21	10	19	19	10	21	23	10	23	18	15

과 관련이 있는 것으로 나타났다. 가슴둘레는 40대 평균보다 3.7cm가 컸고, 허리둘레는 50대 평균보다 5.3cm가 작았다. 엉덩이둘레는 40대보다는 6.9cm, 50대보다는 5.7cm가 컸다. 소매길이는 40대보다는 6.6cm, 50대보다는 6.3cm가 길어서 소매길이의 수선율이 가장 높은 것과 관련이 있는 것으로 생각된다. 어깨너비는 40대보다는 3.8cm, 50대보다는 4.1cm가 넓었다. 신장은 40대보다는 3cm, 50대보다는 4.9cm가 컸다.

<표 7> 업체의 기준치수와 KS규격의 40대, 50대 평균치수와 비교 (단위 : cm)

항목(cm)	업체 기준치수 평균	40대	50대
가슴둘레	92.2	88.5	93.1
허리둘레	76.4	75.6	81.7
엉덩이둘레	99.0	92.1	93.3
소매길이	59.2	52.6	52.9
어깨너비	39.8	36.0	35.7
신장	159.2	156.2	154.3

(6) 기준치수의 업체간 비교

재킷의 기준치수도 업체 간에 차이가 컸다. 가슴둘레는 최소치와 최대치의 차이는 14cm 였고, 최빈치는 90~94cm 였다. 허리둘레는 최소치와 최대치의 차이는 24cm 였고, 최빈치는 76~80cm 였다. 엉덩이둘레는 최소치와 최대치의 차이는 16cm 였고, 최빈치는 94~100cm 였다. 소매통둘레는 최소치와 최대치의 차이는 3.6cm 였고, 최빈치는 32~34cm 였다. 소매부리둘레는 최소치와 최대치의 차이는 6.0cm 였고, 최빈치는 25~26cm 였다. 소매길이는 최소치와 최대치의 차이는 8.2cm 였고, 최빈치는 58~59cm 였다. 재킷길이는 최소치와 최대치의 차이는 10.2cm 였고, 최빈치는 58~61cm 였다. 어깨너비는 최소치와 최대치의 차이는 2.5cm 였고, 최빈치는 38~40cm 였다. 신장은 최소치와 최대치의 차이는 10cm 였고, 최빈치는 160cm 였다.

<표 8> 업체별 표준 사이즈의 치수

(단위 : cm)

구분	가슴둘레	허리둘레	엉덩이둘레	소매통둘레	소매부리둘레	소매길이	재킷길이	어깨너비	신장
최소치	86.0	66.0	91.0	32.0	21.0	54.0	53.3	38	155
최고치	100.0	90.0	107.0	35.6	27.0	62.2	63.5	40.5	165
최빈치	90-94	76-82	94-100	32-34	25-26	58-59	58-61	38-40	160
평균	92.2	76.4	99.0	33.9	25.2	59.2	59.5	39.2	159.2

(7) 재킷패턴의 사이즈 편차

업체의 기준치수를 확대, 축소하는 사이즈 그레이딩 편차는 업체 별로 차이가 컸다. 가슴둘레는 그레이딩 편차를 1.27cm 두는 곳부터 6.35cm로 하는 곳까지 그레이딩 편차의 최소치와 최대치의 차이는 5.08cm 였다. 허리둘레는 1.27cm부터 7.62cm까지, 최소치와 최대치의 차이는 6.35cm 였고, 엉덩이둘레는 1.27cm부터 6.35cm까지, 최소치와 최대치의 차이는 5.08cm 였다. 소매길이는 편차를 두지 않는 곳부터 2.0cm까지, 최소치와 최대치의 차이는 2cm 였고, 어깨너비는 0.64cm부터 2.0cm까지, 최소치와 최대치의 차이는 1.36cm 였다. 소매통둘레는 최소치와 최대치의 차이는 1.91cm 였고, 소매부리둘레는 최소치와 최대치의 차이는 1.4cm 였고, 재킷길이는 최소치와 최대치의 차이는 2cm 였고, 신장은 최소치와 최대치의 차이는 5cm 였다. 현행 KS규격의 가슴둘레, 허리둘레는 그레이딩 편차가 3cm, 엉덩이둘레는 2cm 인데, 업체에서 적용하는 그레이딩 편차는 대체로 이보다 많은 것을 알 수 있다. 2005년도 개정(안)과는 엉덩이 둘레만 2cm에서 3cm로 변경되었다. 따라서 업체에서는 KS규격에서 제정한 현행치수나 2005년 개정(안)치수보다 가슴둘레는 1.19cm, 허리둘레는 1.40cm, 엉덩이둘레는 현행보다는 2.19cm, 개정

<표 9> 업체의 기준치수 재킷패턴의 사이즈 편차

(단위 : cm)

항목(cm)	최소	최대	최빈치	평균	KS규격	
					현행	2005 개정(안)
가슴둘레	1.27	6.35	5.08	4.19cm	3	3
허리둘레	1.27	7.62	5.08	4.40cm	3	3
엉덩이둘레	1.27	6.35	5.08	4.19cm	2	3
소매길이	0.0	2.0	0.64	1.06cm	±1.5	
어깨너비	0.64	2.0	0.64	1.44cm	±1.5	
소매통둘레	0.0	1.91	1.27	2.11cm		
소매부리둘레	0.6	2.0	0.64	1.37cm		
재킷길이	0.0	2.0	0.64	1.29cm		
신장	0.0	5	5	5cm	5	5

(안)보다는 1.19cm가 큰 것으로 나타나 치수의 세분화가 이루어지지 않은 것으로 나타났다.

(8) 재킷치수의 체형별 구분 생산 여부와 필요도

생산하는 재킷 브랜드의 타켓을 체형별로 구분한 후 치수별로 생산하고 있는냐는 질문에 대해 90.5%의 업체가 체형별로 구분하지 않고 치수만 구분하여 생산하는 것으로 나타났다.

반면 재킷을 생산함에 있어 치수 외에 체형별로 구분할 필요성에 관한 질문에 대해 필요하다(57.1%), 그저 그렇다(23.8%), 필요 없다(19.0%)로 나타나 대부분의 업체에서 체형별로 구분하여 생산할 필요성을 느끼는 것으로 나타났다. 그러므로 마담브랜드 기성복 업체에서는 재킷 생산에 있어서 체형별 구분생산의 필요성을 많이 느끼면서도 실제 생산과정에 이러한 상황을 도입하지 못하는 것을 알 수 있었으며 이것은 오설영(2000)의 연구와도 일치한다.

(9) KS규격의 적용 계획과 현 치수체계의 문제점

표준협회에서 2004년 국민체위조사를 바탕으로 12월에 발표한 치수체계와 체형분류 결과를 업체의 생산치수체계 선정에 적용할 계획을 질문한 결과, 점진적으로 따를 계획이라고 답한 경우가 38.1%이고, 현재의 치수체계를 고수할 계획이라고 한 경우도 38.1%, 상품치수에 적용할 계획이다(9.5%), 기타(9.5%), 모르겠다(4.8%)로 나타나 KS 규격을 바로 적용시키겠다는 의견은 10%에 불과하고 업체의 고유치수체계를 고수하거나 점진적으로 따르겠다는 의견이 지배적이었다.

현재 생산치수체계의 문제점을 묻는 문항에서는 보통이다(42.9%), 문제없다(38.1%), 문제 있다(19.0%)로 나타나 현재의 치수체계의 문제가 없다고 답한 경우가 우세하여

<표 10> KS규격의 적용 계획과 현 치수체계의 문제점

문항		빈도(%)	문항		빈도(%)
KS 규격 적용 계획	상품치수에 적용할 계획이다	2(9.5)	현 치수 체계의 문제점	문제없다	8(38.1)
	점진적으로 따를 계획이다	8(38.1)		보통이다	9(42.9)
	현재의 치수체계를 고수할 계획이다	8(38.1)		문제있다	4(19.0)
	모르겠다	1(4.8)		합계	21(100.0)
	기타	2(9.5)			
	합계	21(100.0)			

치수체계를 체형별로 구분할 필요가 있다고 답한 업체가 많이 나타난 결과와는 모순된 결과를 보여 체형 구분의 필요성은 인식하지만 실제로 생산체계에 반영할 의지는 매우 낮은 것으로 파악되었다.

3. 치수적합화를 위한 피팅방법

(1) 피팅 모델 선정

피팅모델의 선정방법을 묻는 문항에서는 디자이너 혹은 사내 사원 중에서 선정한다는 경우가 76.2%로, 가장 많았고, 전문 피팅모델을 사용한다(9.5%), 자체적으로 제작한 인대를 사용한다(9.5%), 실제 소비자층을 대상으로 피팅한다(4.8%)의 순으로 나타나 대부분의 업체가 전속 피팅모델을 두지 않고 디자이너 혹은 사내 사원 중에서 적당히 피팅모델을 선정하여 활용하는 것으로 나타났다.

피팅 모델선정시 체형적 측면에서 가장 중요하게 고려하는 선정기준을 묻는 문항에서는 자사 브랜드의 타켓 소비자를 대표하는 평균적인 체형인가?(61.9%), 자사의 브랜드 컨셉에 맞는 체형인가?(23.8%), 디자인을 살릴 수 있는 이상적인 체형인가?(14.3%)의 순으로 나타나 자사 브랜드의 타켓 소비자를 대표하는 평균적인 체형에 가장 가까운 사람을 중요한 선정기준으로 정하는 것으로 나타났다.

(2) 피팅모델의 특성

피팅모델의 연령분포를 살펴보면 20대 전반과 피팅모델의 출산 경험을 묻는 문항에서는 있다(52.4%), 없다(47.6%)로 나타나 중년 재킷의 치수를 적합화하는 과정에서 출산경험이 없는 피팅모델을 활용하는 경우가 과반수에 이르는 것으로 나타났다.

메인 타켓의 체형별로 피팅모델이 있는냐는 문항에서는 95.2%가 없는 것으로 나타나 대부분의 업체가 체형별로 피팅모델을 두지 않는 것으로 나타났다.

피팅모델의 연령은 25세 이하(13.6%), 25~30세(22.7%), 31~35세(13.6%), 36~40세(27.3%), 41~45세(9.1%), 46~50세(14.5%), 50세 이상(9.1%)로 나타나, 타켓 연령보다 높거나 낮아서 일정하지 않았다. 이것은 피팅모델을 타켓 연령에 맞는 모델을 쓰지 않고 디자이너나 사원 중에서 적당한 사람을 쓰기 때문이며, 이처럼 실제 타켓 연령의 체형적 특징을 고려하지 않고 편리한 대로 피팅모델을 선정하여 활용하기 때문에 디자인과 실루엣을 평가할 뿐 치수적합성을 평가하는 데는 무리가 있으므로 제조업체의 제품 수선율과도 관련이 있을 것으로 생각된다는 오설영(2000)의 연구와 일치한다.

<표 11> 피팅모델의 연령분포

연령대	빈도(%)
25세 이하	3(13.6)
25~30세	5(22.7)
31~35세	3(13.6)
36~40세	6(27.3)
41~45세	2(9.1)
46~50세	1(4.5)
50세 이상	2(9.1)
합계	22(100.0)

복수응답 가능

업체에서 활용하는 피팅모델의 신체치수는 평균 신장 164.6cm, 가슴둘레 87.2cm, 허리둘레 70.2cm, 엉덩이둘레 94.3cm, 소매길이 58.1cm, 체중 55kg으로 비교적 키가 크고, 균형잡힌 체형의 모델을 이용하는 것으로 나타났고, 또한 피팅모델의 신체치수에 있어 업체간 편차도 매우 커서 신장에서는 최소치와 최대치의 차이는 10cm로 나타났고, 가슴둘레는 15cm, 허리둘레는 22cm, 엉덩이둘레는 17cm, 소매길이는 15cm, 체중은 15kg의 차이가 나는 것으로 나타났다.

피팅모델의 신체 특성을 국민체위조사(기술표준원, 2004)의 연령 40대 및 50대 평균 신체치수와 비교한 결과 업체에서 활용하는 피팅모델의 신장이 40대 평균보다는 8.4cm, 50대와는 10.3cm가 큰 것으로 나타났고, 체중은 피팅모델이 40대보다는 2kg, 50대 평균보다는 4.5kg이 더 가벼운 것으로 나타났다. 가슴둘레는 피팅모델이 40대보다는 1.3cm, 50대보다는 5.9cm가 작은 것으로 나타났고, 허리둘레는 피팅모델이 40대보다는 5.4cm, 50대보다는 11.5cm가 작아서, 중년여성의 체형 특징의 변화가 가장 심한 부위의 치수 차이가 큰 것으로 나타났다. 엉덩이둘레는 피팅모델이 40대보다는 3.2cm, 50대보다는 1cm가 큰 것으로 나타났다. 소매길이는 피팅모델이 40대보다는 5.4cm, 50대보다는 5.3cm가 긴 것으로 나타나 신장은 평균보다 크고, 둘레항목은 작으며, 소매길이는 긴 것으로 나

<표 12> 피팅모델의 신체치수 (단위 :cm, kg)

구분	신장	가슴둘레	허리둘레	엉덩이둘레	소매길이	체중
최소치	160	82	64	86	53	50
최대치	170	97	86	103	60.5	65
최빈치	165	86	68	100	60	52
평균	164.6	87.2	70.2	94.3	58.1	55.0
국민 40대	156.2	88.5	75.6	92.1	52.7	57.0
국민 50대	154.3	93.1	81.7	93.3	52.8	59.5

타나 이들 부위의 수선율이 높은 것과 관계가 있을 것으로 생각된다.

4. 생산 재킷의 수선율과 수선부위

(1) 업체별 판매 재킷의 수선율

브랜드별 판매 재킷의 수선비율은 가장 작은 브랜드는 3%이고, 가장 많은 브랜드는 90%라고 답하였다. 브랜드별 평균 수선율은 26.7%로 나타났다. 브랜드마다 차이는 있으나 수선율이 적은 곳은 디자이너 브랜드로 맞춤과 기성복을 겸하기 때문에 수선율이 적었고, 체형별로 피팅 모델을 두는 브랜드도 수선율이 낮았다. 수선율이 90% 이상으로 거의 모든 소비자가 수선하여 자신의 신체에 맞추는 것을 알 수 있다.

<표 13> 업체별 판매 재킷의 수선율

수선율	빈도(%)
10%이하	7(33.3)
11~20%	2(9.5)
21~30%	4(19.0)
31~40%	2(9.5)
41~50%	2(9.5)
51% 이상	4(19.1)
합계	21(100.0)

(2) 재킷의 수선빈도와 수선내용

생산 재킷의 수선율이 가장 높은 부위로는 소매길이, 허리둘레, 엉덩이둘레, 재킷길이, 가슴둘레, 소매통, 진동둘레, 어깨나비, 앞품, 등품의 순으로 나타났다. 이것은 브랜드의 타겟 연령의 체형과 치수를 고려하지 않은 피팅모델을 선정하여 치수를 맞추는 것과 관계가 있는 것으로 생각된다.

수선 내용 중 재킷길이, 소매길이는 주로 줄이는 비율이 많은 것으로 나타났고, 등품, 어깨나비, 가슴둘레, 엉덩이둘레는 늘리는 경우가 많으며, 허리둘레, 진동둘레는 줄이고, 늘리는 비율이 비슷한 것으로 나타났다. 피팅모델이 중년여성의 평균 신체치수보다 키가 크고 소매가 길며, 둘레치수가 작은 것과 어깨와 상완부위의 두께가 증가하는(손희순, 1989) 중년여성의 체형적 특성을 고려하지 않고 치수체계를 정하기 때문에 재킷의 이들 부위의 수선율이 높은 것으로 생각된다.

〈표 14〉 재킷의 수선율과 수선부위 (N=21)

부위	수선율(%)	수선내용(%)		
		늘임	줄임	늘임줄임
재킷길이	15(71.4)	2(13.3)	4(26.7)	9(60.0)
소매길이	21(100.0)	2(9.5)	12(57.1)	7(33.3)
앞품	9(42.9)	3(33.3)	4(44.4)	2(22.2)
등품	9(42.9)	5(55.6)	1(11.1)	3(33.3)
어깨나비	10(47.6)	8(80.8)	0(0.0)	2(20.0)
가슴둘레	13(61.9)	5(38.5)	1(7.7)	7(53.8)
허리둘레	19(90.5)	5(26.3)	6(31.6)	8(42.1)
엉덩이둘레	15(71.4)	6(40.0)	3(20.0)	6(40.0)
소매통	11(52.4)	5(45.5)	1(9.1)	5(45.5)
진동둘레	10(47.6)	4(40.0)	3(30.0)	3(30.0)

V. 결론

중년여성을 대상으로 재킷을 생산하는 대부분의 업체에서 판매 타겟으로 하는 연령보다 실제 구매연령은 높게 나타났으며, 중년여성이 허리둘레를 비롯하여 둘레항목이 증가하는 체형변화에도 불구하고 좀더 날씬해 보이는 프린세스 라인 재킷을 생산하는 것으로 나타났다. 이것은 최근 여성들이 젊어지려는 욕구가 강하여 젊어 보이는 디자인을 선호하는 경향과 중년여성들이 의복을 통해 실제 자신의 신체보다 날씬해 보이고자 하는 욕구를 반영하는 것이라 할 수 있다.

KS의류치수 규격에는 체형이 구분되어 있으나 대부분의 업체가 재킷을 생산함에 있어 치수 외에 체형별로 구분할 필요성을 많이 느끼면서도 체형의 구분 없이 치수만 구분하여 재킷을 생산하고 있는데 체형별로 구분하여 생산할 경우 치수가 너무 다양해져 원가의 상승과 재고 부담으로 인하여 실제로 생산체계에 반영할 의지는 매우 낮은 것으로 보인다.

재킷의 사이즈 호칭을 표시하는 방법으로는 아직도 KS에서 규정한 실제 신체치수에 따른 분류를 따르지 않고 1990년 이전에 사용되었던 55, 66, 77과 같은 기호로 표시하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났고, 마담 브랜드에서 생산하는 재킷치수는 주로 66, 77, 88의 3종류를 생산하고 있으며, 그 중 77 사이즈의 생산비율이 가장 높았다.

재킷 레이블에 표시하는 치수는 업체마다 차이가 크고, KS규격과도 많은 차이가 있어 소비자가 재킷을 선택

할 때 직접 입어보지 않고 레이블에 표시된 치수를 기준으로 구매하기는 어려운 것으로 보인다.

피팅 모델 선정은 타겟연령의 체형에 관계없이 편의상 디자이너 혹은 사내 사원 중에서 선정하는 경우가 많아 40~50대 여성의 평균치수와, 많은 차이가 있으며 업체간에도 차이가 커서 판매 재킷의 수선율이 높았던 것과 관련이 있음을 알 수 있다.

생산 재킷의 수선율이 가장 높은 부위는 소매길이, 재킷길이 등의 길이 부위와 허리둘레, 엉덩이둘레, 가슴둘레 등 둘레 부위가 높은 것으로 나타나 중년 여성의 체형의 특징을 고려하지 않고 생산한 결과라고 생각할 수 있다.

따라서 기성복 업체는 중년여성의 체형의 특징을 고려한 치수체계를 설정하고 타겟연령의 체형과 유사한 피팅 모델을 활용하면 수선과 재고의 부담을 감소시켜 판매율을 증가시킬 수 있을 것으로 생각된다.

본 연구의 제한 점은 많은 기성복 업체 중 설문과 면담에 응해 준 소수업체를 대상으로 하였기 때문에 연구의 결과를 확대 해석하는 데는 신중을 기해야 할 것으로 사료되며, 앞으로 많은 업체를 대상으로 다양한 의복 종류별 기성복의 치수체계에 대한 연구가 계속되어야 할 것으로 사료된다.

주제어 : 기성복, 마담브랜드, 중년여성

참 고 문 헌

- 공민희, 송태옥(1982). 성인여자기성복의 치수실태에 관한 조사연구. 대한가정학회지, 20(1), 23-36.
- 공업진흥청(1990). 의류제품의 호칭 및 치수규격 단순화 방안 연구.
- 권숙희(1998). 여대생의 의복설계를 위한 체형분류 및 인체제작에 관한 연구. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김현아(1999). 남성정장의 치수규격에 관한 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 김형전(1984). 국내 중년여성 기성복의 현황, 1980-1983년 기성복 디자인을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 산업자원부 기술표준원(2004). 사이즈코리아 표준체형 한국인.
- 손희순(1989). 우리나라 중년기 여성의 체형과 의류치수

- 규격에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 송홍자(1973). 우리나라 기성복의 디자인과 봉제에 관한 고찰 -부인복을 중심으로-. 성신여자사범대학교 대학원 석사학위 논문.
- 심정희(1994). 중년여성의 체형과 원피스드레스 원형연구. 계명대학교 대학원 석사학위 논문.
- 심정희(2000). 중년여성의 체형분류와 자기 평가. 계명대학교 대학원 박사학위 논문.
- 오설영(2000). 여성복 브랜드의 치수설정을 위한 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 이경미(1992). 중년여성 기성복의 치수적합성에 관한 조사 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이병홍(1994). 여성상의 사이즈 spec일원화와 체형별 원형제도 방법에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이영윤, 강혜원(1982). 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동의 상관 연구. 의류학회지, 6(2).
- 이은영(1987). 복식의장학, 서울 수학사.
- 이진경(1995). 중년기 여성의 하반신 체형에 따른 하의 치수규격과 슬랙스 원형연구. 숙명여자 대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이형숙(2000). 20대 전반 여성의 체형별 기성복 치수설정과 원형개발에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이혜영(1993). 기성복제작을 위한 표준치수체계의 설정에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이혜자(1982). KS의류치수 규격에 의한 상의의 cover율에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 임원자, 이형숙(1999). 국내의 여성복 사이즈체계 비교연구. 한국의류학회지, 23(3), 391~401.
- 장수정(2003). 20대 여성의 체형 유형화를 통한 기성복 치수 설정에 관한 연구. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위 논문.
- 전은경(1984). 현행 기성복 치수의 적절성에 관한 연구-미혼여성을 중심으로-. 연세대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 최은주(1996). 체표면 전개도에 의한 여자 상반신의 유형 분석. 한국의류학회지, 20(1), 176~180.
- 패션브랜드연감(2004). 한국어패럴뉴스.
- 황희진(1992). 중년여성의 체형분류와 기성복의 적합성 고찰에 대한 상담 사례연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- Hurlock, EB(1978). *Developmental Psychology* (4th ed.). New Delhi, Tata Mcgraw-Hill Publishing Co., Ltd. 259-309.
- Tate, MT& Gilsson, O(1965). *Family Clothing*. N.Y., John Wiley & Sons, Inc., 327~336

(2005. 06. 08 접수; 2005. 08. 01 채택)