

중국 시장 내 한국과 중국 여성복 정장의 맞춤새 관련 소비자 만족도 비교 연구*

- 북경에 거주하는 성인 여성을 중심으로 -

A Comparative Study on Consumers' Satisfaction Levels Relating to the Fit of Korean and Chinese Women's Suits in the Chinese Market*

- Focused on Adult Women Residing in the Beijing Area -

경희대학교 의상학과
연구교수 석혜정

Dept. of Clothing and Textiles, Kyunghee Univ.
Research Professor : Seok, Hye Jung

● 목 차 ●

- | | |
|-----------------|-------------|
| I. 연구 목적 | IV. 결론 및 제언 |
| II. 연구 방법 | 참고문헌 |
| III. 연구 결과 및 고찰 | |

< Abstract >

The purpose of this study is to investigate the size satisfaction and fitness of Chinese women for Korean-made women's suits. The study methodology was questionnaire survey and the subjects were randomly chosen, 20 to 49-year-old female shoppers at department stores in Beijing, China. The data analyses were performed with SPSS 12.0 through descriptive analysis, t-test, and crosstab analysis.

The findings were as follows.

Chinese women assessed both the fit satisfaction and fit suitability levels of Korean-made women's suits available in China to be higher than that of Chinese-made women's suits.

Particularly, in the case of slacks showing the lowest suitability level among Chinese-made women's wear, Korean-made women's suits in China had outstandingly high suitability level. In the case of jackets, however, the Korean-made women's suits went through more fixings, on average, than Chinese-made women's suits. In addition, more fixings were done for enlargement than for contraction, which necessitated the measure changes.

주제어(Key Words): 여성복 정장(women's suits), 중국 시장(Chinese market), 맞춤새(fit)

Corresponding Author: Seok, Hye Jung, Dept. of Clothing & Textiles, Kyunghee University, 1 Hoegi-dong, Dongdaemun-gu, Seoul 130-701, Korea
Tel: 82-2-961-0272 Fax: 82-2-961-0265 E-mail: pinky90@hanmail.net

* 이 논문은 2004년도 학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2004-050-C00023).

1. 연구 목적

중국 경제는 2000년 세계 최고치인 8% 성장세를 기록한 이래 2001년에도 7.3%의 증가세를 보였다. 소득의 확대는 소비로 이어져 중국의 소비 시장 규모는 2004년 6,500억달러로 13.3% 성장하였고, 2005년 중국 도시의 중산층 규모를 약 13%로 추정하고 있으나 2010년에는 25%로 급격히 증가할 것으로 예측하고 있다. 중산층의 확대로 기존의 의식주 위주의 획일화된 기본 생체형 원바오형(溫飽型)에서 중등 생활 수준인 샤오캉형(小康型)으로 변모하여 소비에 있어 브랜드와 명품을 선호하고 품질을 우선시하는 경향이 높아졌다(KOTRA, 2005).

급속한 경제 발전과 13억 인구, 광활한 국가 면적을 가진 중국 시장은 세계 최대의 생산기지이자 거대한 소비 시장으로서의 향후 21세기에는 세계 시장을 주도할 거대 시장으로 전 세계 기업들의 주목을 받고 있다.

우리나라와 중국은 1992년 수교 후 10여년의 짧은 기간에도 불구하고, 정치, 경제, 사회, 문화 등의 다양한 분야에서 급속한 발전을 이룩하였다. 양국 간의 경제 교류는 중국의 개혁 개방 정책이 시행된 1979년을 전후하여 홍콩을 통한 간접 교역 방식의 소규모 상품 교역에서 출발하였다. 수교 당시 64억 달러였던 교역량이 고속 성장을 거듭하면서 2005년에는 1,005억 달러의 규모에 달했다. 우리나라의 대 중국 교역은 2005년 현재 수입 386억 달러, 수출 619억 달러로, 중국은 이제 미국, 일본에 이은 우리의 3대 교역국 중의 하나이다(KOTRA, 2005).

국내 의류 업체의 중국 진출 시기는 1992년 수교 이후로 초반에는 생산기반의 소싱화로 중국에 진출하면서 중국의 내수 시장을 테스트 마켓으로 공략하여 유통의 네트워크를 조성하였고, 더욱이 2000년대 초반의 '한류 열풍'은 한국 의류 상품에 대한 인식을 높이면서 중국 패션 시장 공략의 기반을 마련하였다. 2000년 중국에 진출한 의류 업체는 3-5개 정도였으나 2005년 전후하여 중국 진출한 의류 업체는 50-70여개로 증가할 것으로 전망된다(삼성패션연구소, 2004).

우리나라가 중국에 수출하는 여성복은 1999년 1억 246만 달러에서 2003년 1억 9155만달러로 꾸준한 증가세를 보이고 있으나 전체 중국 여성 의류 수입의 2.8%에 불과하여 이에 대한 약진이 요구된다. 그러나 중국 북경 소비자들은 패션에 있어 자국 제품 다음으로 한국 제품을 제일 선호하는 것으로 나타났고, 한국 패션 제품에 대해 유행성이 좋고, 고급스럽다는 의견이 높아 향후 한국 패션 기업에 대한 전망은 밝다고 할 수 있다(삼성패션 연구소, 2004).

한편 중국에 진출한 패션 업체들은 그들이 느끼는 애로사항으로 표준 치수 설정을 들고 있다(유혜경, 1998). 중국 여성의 체형과 한국 여성의 체형은 여러 가지 면에서 차이가

많고, 이러한 체형의 차이는 맞춤새의 차이를 초래한다(손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 장희경, 정영, 1999; 임순, 손희순, 석혜정, 2003, 임순, 석혜정, 2004). 또한 중국인의 체형은 한국인의 체형과는 다를 뿐만 아니라 중국 내에서도 남방에서 북방에 이르기까지 체형이 다양하여 표준 치수를 설정하기가 어렵다.

중국의 의복 사이즈는 호형(罩型)으로 일컬어지며 호형의 구간 수치에 따라 호형계열(罩型系列)을 설정하고 있어 우리나라와는 다른 호칭 체계를 사용하고 있다(석혜정, 김인숙, 2006). 또한 중국인들은 의복 구매시 우리나라 사람과는 달리 유행보다는 개성, 실용성, 심미성 동기를 더 중요시 여기고 의복 구매시 신체 적합성을 가장 중요한 항목으로 여긴다(김효숙, 임순, 손희정, 2001).

그러므로 의복 구매시 의복의 신체에 대한 적합성 즉 맞춤새에 비중을 두는 중국인을 대상으로 중국 패션 시장을 공략하기 위해서는 중국인의 체형에 적합한 기성복 생산이 선제되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 실제 중국에 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 중국 소비자들을 대상으로 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도와 맞춤새 적합성을 조사하고자 한다. 또한 중국에서 판매되고 있는 여성복 정장에 대한 중국 소비자들이 느끼는 맞춤새 관련 소비자 만족도의 비교를 통해 중국에 진출한 한국 여성복 정장의 치수 관련 문제점을 파악하고자 한다.

이는 중국 시장에 진출한 한국 여성복 정장 업체에게 중국 소비자들이 느끼는 치수의 만족도와 적합성에 관한 자료를 제공함으로써, 중국 소비자의 체형에 맞을 뿐만 아니라 그들이 느끼는 의복의 맞춤새 향상을 가져올 수 있을 것이다.

연구문제는 다음과 같다.

1. 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 경험이 있는 중국 여성을 대상으로 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 분석한다.
 - 1-1 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 경험이 있는 중국 여성을 대상으로 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 조사한다.
 - 1-2. 중국 여성을 대상으로 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 조사한다.
 - 1-3. 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 경험이 있는 중국 여성을 대상으로 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도와 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 비교한다.
2. 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 경험이 있는 중국 여성을 대상으로 수선 행동을 조사하여 한국 여성복 정장의 맞춤새 적합성을 분석한다.
 - 2-1 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본

경험이 있는 중국 여성을 대상으로 한국 여성복 정장의 수선 행동을 조사한다.

- 2-2. 중국 여성을 대상으로 중국 여성복 정장의 수선 행동을 조사한다.
- 2-3. 중국 시장 내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 경험이 있는 중국 여성을 대상으로 한국 여성복 정장의 수선 행동과 중국 여성복 정장의 수선행동을 비교한다.

〈표 2〉 설문에 제시된 의복 종류별 부위

아이템	재킷	슬랙스	스커트
부위	재킷길이 소매길이 어깨 가슴둘레 허리둘레 영덩이둘레 소매통 소매부리폭	슬랙스길이 허리둘레 영덩이둘레 밑위길이 대퇴둘레 슬랙스부리폭	스커트길이 허리둘레 영덩이둘레 대퇴둘레

II. 연구 방법

1. 설문 대상

여성복 정장에 대한 소비자의 맞춤새 만족도와 적합성을 파악하기 위해 소비자 조사를 실시하였다. 조사 대상자는 백화점에서 쇼핑을 하고 있는 20~49세 여성 중 정장을 착용하고 있는 여성이었다. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장에 관한 맞춤새 설문은 설문 조사에 앞서 한국 여성복 정장을 입어 본 경험 유무와 브랜드명, 아이템 명을 물어 본 후, 본 연구 대상에 부합되는 사람에게만 설문 조사하였다.

설문 응답자의 일반적인 특성은 〈표 1〉과 같다. 연령대는 20대의 비율이 가장 높았다. 이는 20대가 패션에 관심이 많고 직장여성이 많아 정장을 착용하고, 백화점을 오는 빈도가 높아 대상자에 많이 포함된 것으로 사료된다. 직업은 '기타'로 응답한 경우를 제외하면 판매직, 학생, 사무직의 비율이 높았다.

〈표 1〉 응답자의 연령 및 직업 (단위: 빈도(%))

일반적인 특성		한국 여성복 정장에 대한 맞춤새 평가	중국 여성복 정장에 대한 맞춤새 평가
연령	20대	82(81.2)	88(55.7)
	30대	17(16.8)	54(34.2)
	40대	2(2.0)	16(10.1)
	total	101(100.0)	158(100.0)
직업	생산직	2(2.0)	4(2.5)
	사무직	11(10.9)	22(13.9)
	판매직	30(29.7)	29(18.4)
	학생	8(7.9)	29(18.4)
	전업주부	1(1.0)	4(2.5)
	공무원	5(5.0)	7(4.4)
	자영업	12(11.9)	12(7.6)
	기타	32(31.7)	51(32.3)
	total	101(100.0)	158(100.0)

2. 측정 도구 및 자료 수집

설문 내용은 선행 연구(최혜선, 이경미, 1995; 오설영, 2000; 석혜정, 김인숙, 2003)를 토대로 각 아이템(재킷, 슬랙스, 스커트)의 부위별 맞춤새 만족도 18문항과 맞춤새 적합성을 위한 수선 여부 및 수선 부위 18문항, 연령, 직업을

묻는 문항 등 총 38개 문항으로 구성하였다.

여성복 정장의 맞춤새 만족도 문항은 각 아이템의 부위별로 5점 리커트형 척도를 사용하여 1점 '잘 맞지 않는다', 5점 '매우 잘 맞는다'로 측정하였다. 아이템별 각 부위의 문항은 〈표 2〉와 같다. 각 아이템의 부위는 일반인들이 잘 알고 있고, 의복 구매시 중요하게 여기는 부위와 선행연구를 토대로 선정하였다. 일반인들이 잘 알지 못할 것으로 생각되는 부위인 슬랙스의 밑위길이나 대퇴둘레는 정확한 의미 전달을 위해 도식화로 나타내 주었다. 또한 여성복 정장 구매 후 수선 여부를 묻고 수선 부위와 수선방향(줄인다-늘린다)을 표시하게 하였다.

설문지는 먼저 한글로 작성하고, 중국어로 번역 한 후 중국인 3인에게 예비 조사를 실시한 후 수정, 보완하였다. 자료 수집은 두 번에 걸쳐 이루어졌다. 먼저 중국 여성을 대상으로 중국 여성복 정장의 맞춤새에 대한 설문은 2004년 12월 20일부터 2005년 1월 14일에 걸쳐 조사되었고, 회수된 설문지 194부 중에서 불성실하게 응답한 36부를 제외한 총 158부를 분석에 사용하였다. 또한 중국내 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 여성을 대상으로 한 설문은 2005년 10월 1일부터 2006년 1월 15일에 걸쳐 조사되었고, 회수된 125부 중에서 불성실하게 응답한 24부를 제외한 총 101부를 분석에 사용하였다.

3. 자료 분석

Spss 12.0 프로그램을 사용하여 기술 통계, t-test, 교차 분석을 실시하였다.

III. 연구 결과 및 고찰

1. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장에 대한 맞춤새 만족도
 - 중국 내 진출한 한국 여성복 정장(재킷, 슬랙스, 스커트)의 각 부위별 맞춤새 만족 정도를 알아 본 결과 모든 부위에서 보통 이상(보통이다, 잘 맞는 편이다, 아주 잘 맞는다)이라고

〈표 3〉 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 부위별 맞춤새 만족

(단위: 빈도(%))

아이템·부위	맞음새 만족도	아주 잘 맞는다.	맞는 편이다.	보통이다.	맞지 않는 편이다.	잘 맞지 않는다.
재킷(n=82)	재킷길이	9(11.0)	44(53.7)	20(24.4)	9(11.0)	0(0.0)
	소매길이	6(7.3)	42(51.2)	16(19.5)	15(18.3)	3(3.7)
	어깨	9(11.0)	32(39.0)	17(20.7)	24(29.3)	0(0.0)
	가슴둘레	8(9.8)	37(45.1)	23(28.0)	12(14.6)	2(2.4)
	허리둘레	9(11.0)	49(59.8)	15(18.3)	9(11.0)	0(0.0)
	영덩이둘레	10(12.2)	40(48.8)	25(30.5)	4(4.9)	3(3.7)
	소매통	9(11.0)	44(53.7)	18(22.0)	10(12.2)	1(1.2)
소매부리폭	7(8.5)	43(52.4)	25(30.5)	7(8.5)	0(0.0)	
슬랙스(n=73)	슬랙스길이	8(11.0)	29(39.7)	14(19.2)	18(24.7)	4(5.5)
	허리둘레	10(13.7)	41(56.2)	14(19.2)	7(9.6)	1(1.4)
	영덩이둘레	6(8.2)	38(52.1)	19(26.0)	8(11.0)	2(2.7)
	밑위길이	7(9.6)	35(47.9)	17(23.3)	12(16.4)	2(2.7)
	대퇴둘레	10(13.7)	34(46.6)	24(32.9)	4(5.5)	1(1.4)
	슬랙스부리폭	8(11.0)	41(56.2)	19(26.0)	4(5.5)	1(1.4)
스커트(n=65)	스커트길이	8(11.0)	41(56.2)	19(26.0)	4(5.5)	1(1.4)
	허리둘레	13(20.0)	37(56.9)	10(15.4)	5(7.7)	0(0.0)
	영덩이둘레	10(15.4)	37(56.9)	12(18.5)	5(7.7)	1(1.5)
	대퇴둘레	10(15.4)	33(50.8)	15(23.1)	7(10.8)	0(0.0)

평가한 비율이 69.9~96.9%로 높아 중국 여성을 대상으로 판매되고 있는 여성복 정장의 맞춤새는 중국 소비자들에게 만족감을 주는 것으로 나타났다(표 3).

부위별 보통 이상(보통이다, 잘 맞는 편이다, 아주 잘 맞는다)의 비율이 90% 이상으로 나타난 부위는 재킷 영덩이둘레, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 대퇴둘레, 슬랙스 부리폭, 스커트길이, 스커트 허리둘레, 스커트 영덩이둘레였고, 잘 맞지 않거나 맞지 않는 편이다의 비율이 30% 이상으로 나타난 부위는 재킷 어깨, 슬랙스 길이였다.

2. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도 비교

중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도와 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 비교하였다(표 4). 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도 평균이 3.6이상을 나타낸 부위는 재킷길이, 재킷 허리둘레, 재킷 영덩이둘레, 재킷 소매통, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 허리둘레, 슬랙스 대퇴둘레, 슬랙스 부리폭, 스커트 길이, 스커트 허리둘레, 스커트 영덩이둘레, 스커트 대퇴둘레였고, 만족도 평균이 3.4점 이하로 다른 부위에 비해 낮은 만족도를 나타낸 부위는 재킷 소매길이, 재킷 어깨, 슬랙스 길이였다.

중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도 평균이 3.6이상을 나타낸 부위는 재킷길이, 스커트 길이였고, 만족도 평균이 3.4점 이하로 다른 부위에 비해 낮은 만족도를 나타낸 부위는 재킷 소매길이, 슬랙스 길이, 슬랙스 허리둘레, 슬랙스 영덩이둘레, 슬랙스 밑위길이, 슬랙스 대퇴둘레였다.

맞음새 만족도가 다른 부위에 비해 높은 점수(3.6 이상)를 받은 부위가 중국 내 진출한 한국 여성복 정장이 중국 여성

〈표 4〉 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도 비교

아이템·부위	맞음새 만족도	중국 내 진출한 한국 여성복 정장		중국 여성복 정장		t-value
		평균	표준편차	평균	표준편차	
재킷	재킷길이	3.65	0.82	3.63	0.87	0.12
	소매길이	3.40	0.99	3.34	1.08	0.42
	어깨	3.32	1.02	3.45	0.95	-1.00
	가슴둘레	3.45	0.94	3.49	0.93	-0.33
	허리둘레	3.71	0.81	3.51	0.98	1.69
	영덩이둘레	3.61	0.90	3.49	0.89	1.00
	소매통	3.61	0.89	3.47	0.88	1.13
소매부리폭	3.61	0.77	3.50	0.82	1.01	
슬랙스	슬랙스길이	3.26	1.12	3.05	1.14	1.34
	허리둘레	3.71	0.87	3.28	0.99	3.36**
	영덩이둘레	3.52	0.90	3.28	1.01	1.75
	밑위길이	3.45	0.97	3.40	0.89	0.40
	대퇴둘레	3.66	0.84	3.39	0.87	2.21*
	슬랙스부리폭	3.70	0.79	3.55	0.86	1.26
스커트	스커트길이	3.88	0.70	3.63	0.97	2.12*
	허리둘레	3.89	0.81	3.53	1.03	2.77**
	영덩이둘레	3.77	0.86	3.54	0.92	1.73
	대퇴둘레	3.71	0.86	3.58	0.88	1.01

*: $p \leq 0.05$, **: $p \leq 0.01$

복 정장에 비해 더 많았고, 맞춤새 만족도가 다른 부위에 비해 낮은 점수(3.4 이하)를 받은 부위가 중국 내 진출한 한국 여성복 정장이 중국 여성복 정장에 비해 더 적었다. 특히 중국 여성복 정장 중 가장 낮은 맞춤새 만족도를 보인 아이템인 슬랙스는 중국 내 진출한 한국 여성복 정장은 대부분의 부위에서 3.6이상의 높은 맞춤새 만족도를 보였다. 그러나 재킷 어깨 부위는 한국 여성복의 맞춤새 만족도가 낮아 이에 대한 대책이 필요하다.

중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장에 대한 소비자들의 맞춤새 만족도를 비교하기 위해 t-test를 실시한 결과 유의하게 나타난 부위는 슬랙스 허리둘레, 슬랙스 대퇴둘레, 스커트 길이, 스커트 허리둘레로 이 네 부위 모두 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도가 더 높았다.

이상의 결과를 종합해 보면 중국 내 진출한 한국 여성복 정장이 중국 여성복에 비해 치수에 관한 맞춤새 만족도가 높아 중국 소비자를 만족시키는 것으로 나타났다. 특히 중국 여성복 정장에서 낮은 맞춤새 만족도를 보인 슬랙스의 만족도가 한국 여성복 정장에서는 높게 나와 이에 대한 피드백을 높여준 것으로 보인다. 그러나 중국 여성복 정장에서 가장 큰 문제점으로 나타난 재킷 소매길이와 슬랙스 길이 즉 길이에 대한 부분은 한국 여성복 정장의 맞춤새 만족도도 낮아 이에 대한 적절한 치수 제언이 필요하다. 또한 중국 여성복 정장에서는 높게 나타난 재킷의 어깨부위 만족도는 한국의 여성복 정장에서만 낮은 것으로 나타나 이에 대한 해결이 필요하다.

3. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 맞춤새 적합성

중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 맞춤새 적합성을 파악하기 위해 정장을 구매했을 때 수선 여부와 수선 부위를 조사하였다(표 5).

중국 내 진출한 한국 여성복 정장을 구매했을 때 수선을 의뢰한 경험이 있는 경우는 54.5%였고, 중국 여성복 정장을 구매했을 때 수선을 의뢰한 경험이 있는 경우는 62.0%로 나

타나 중국에 진출한 한국 여성복 정장을 구매했을 때 수선을 의뢰하는 비율이 더 낮게 나타났다.

중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 아이템별 수선 빈도는 재킷 47.6%, 슬랙스 41.1%, 스커트 26.1%였고, 중국 여성복 정장의 아이템별 수선 빈도는 재킷 53.2%, 슬랙스 53.5%, 스커트 31.8%로 스커트의 수선율이 다른 아이템에 비해 낮았고, 모든 아이템에서 중국 내 진출한 한국 여성복이 중국 여성복에 비해 수선율이 낮았다.

각 아이템의 부위별 수선율이 높은 부위를 살펴보면 중국 내 한국 여성복 정장은 재킷 소매길이(24.4%), 재킷 어깨(29.3%), 재킷 가슴둘레(22.0%), 재킷 허리둘레(19.5%), 슬랙스 길이(24.7%)였고, 중국 여성복 정장은 재킷 소매길이(22.8%), 재킷 허리둘레(19.6%), 슬랙스 길이(28.4%), 슬랙스 허리둘레(20.0%), 슬랙스 엉덩이둘레(19.4%)였다. 중국 여성복 정장은 다른 아이템에 비해 슬랙스의 수선이 많이 이루어지고 있으나 중국 내 진출한 한국 여성복은 슬랙스보다 재킷에서 많은 수선이 이루어지고 있다.

수선의 방향을 살펴보면 중국 내 진출한 한국 여성복 정장은 수선을 할 때 늘리는 경우가 줄이는 경우보다 많은 부위는 재킷 길이, 재킷 어깨, 재킷 가슴둘레, 재킷 엉덩이둘레, 재킷 소매통, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 밑위길이, 슬랙스 대퇴둘레, 스커트 엉덩이둘레, 스커트 대퇴둘레였고, 이와 반대로 수선을 할 때 줄이는 경우가 늘리는 경우보다 많은 부위는 재킷 소매길이, 슬랙스 길이, 슬랙스부리폭이었다. 또한 중국 여성복 정장은 수선을 할 때 늘리는 경우가 줄이는 경우보다 많은 부위는 재킷 소매길이, 재킷 엉덩이둘레, 슬랙

〈표 5〉 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 각 아이템의 부위별 수선율과 수선 경향 (단위: 빈도(%))

아이템 · 부위	수선내용	중국 내 진출한 한국 여성복 정장			중국 여성복 정장		
		수선율	늘림	줄임	수선율	늘림	줄임
재킷	재킷길이	14(17.1)	12(14.6)	2(2.4)	22(13.9)	12(7.6)	10(6.3)
	소매길이	20(24.4)	7(8.5)	13(15.9)	36(22.8)	23(14.6)	13(8.2)
	어깨	24(29.3)	23(28.0)	1(1.2)	19(12.0)	10(6.3)	9(5.7)
	가슴둘레	18(22.0)	17(20.7)	1(1.2)	23(14.6)	13(8.2)	10(6.3)
	허리둘레	16(19.5)	8(9.8)	8(9.8)	31(19.6)	8(5.1)	23(14.6)
	엉덩이둘레	11(13.4)	7(8.5)	4(4.9)	18(11.4)	15(9.5)	3(1.9)
	소매통	11(13.4)	7(8.5)	4(4.9)	17(10.8)	6(3.8)	11(7.0)
슬랙스	소매부리폭	11(13.4)	7(8.5)	4(4.9)	14(8.9)	1(0.6)	13(8.2)
	슬랙스길이	18(24.7)	3(4.1)	15(20.5)	44(28.4)	18(11.6)	26(16.8)
	허리둘레	9(12.3)	4(5.5)	5(6.8)	31(20.0)	4(2.6)	27(17.4)
	엉덩이둘레	11(15.1)	6(8.2)	5(6.8)	30(19.4)	19(12.3)	11(7.1)
	밑위길이	9(12.3)	8(11.0)	1(1.4)	17(11.0)	9(5.8)	8(5.2)
	대퇴둘레	12(16.4)	8(11.0)	4(5.5)	21(13.5)	18(11.6)	3(1.9)
스커트	슬랙스부리폭	9(12.3)	2(2.7)	7(9.6)	9(5.8)	4(2.6)	5(3.2)
	스커트길이	10(15.4)	6(9.2)	4(6.2)	21(13.9)	7(4.6)	14(9.3)
	허리둘레	10(15.4)	6(9.2)	4(6.2)	23(15.2)	5(3.3)	18(11.9)
	엉덩이둘레	6(9.2)	5(7.7)	1(1.5)	16(10.6)	10(6.6)	6(4.0)
	대퇴둘레	6(9.2)	5(7.7)	1(1.5)	12(7.9)	9(6.0)	3(2.0)

(표 6) 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 각 아이템의 부위별 수선 방법의 교차분석 결과

아이템	부 위	수 선 내 용	수선 방법 중 늘림	수선 방법 중 줄임	total	χ^2 value
재킷	소매길이	중국 내 한국 여성복 정장	7(10.7)	13(9.3)	20(20.0)	4.31*
		중국 여성복 정장	23(19.3)	13(16.7)	36(36.0)	
		total	30	26	56	
	어깨	중국 내 한국 여성복 정장	23(18.4)	1(5.6)	24(24.0)	11.09**
		중국 여성복 정장	10(14.6)	9(4.4)	19(19.0)	
		total	33	10	43	
	가슴둘레	중국 내 한국 여성복 정장	17(13.2)	1(4.8)	18(18.0)	7.40**
		중국 여성복 정장	13(16.8)	10(6.2)	23(23.0)	
		total	30	11	41	
	소매부리폭	중국 내 한국 여성복 정장	7(3.5)	4(7.5)	11(11.0)	9.04**
		중국 여성복 정장	1(4.5)	13(9.5)	14(14.0)	
		total	8	17	25	
슬랙스	허리둘레	중국 내 한국 여성복 정장	4(1.8)	5(7.2)	9(9.0)	4.34*
		중국 여성복 정장	4(6.2)	27(24.8)	31(31.0)	
		total	8	32	40	
스커트	허리둘레	중국 내 한국 여성복 정장	6(3.3)	4(6.7)	10(10.0)	4.59*
		중국 여성복 정장	5(7.7)	18(15.3)	23(23.0)	
		total	11	22	33	

셀 안의 숫자는 실제빈도(기대빈도)임. *: $p \leq 0.05$, **: $p \leq 0.01$

스 엉덩이둘레, 슬랙스 대퇴둘레, 스커트 엉덩이둘레, 스커트 대퇴둘레였다. 이와는 반대로 수선을 할 때 줄이는 경우가 늘리는 경우보다 많은 부위는 재킷 허리둘레, 재킷 소매통, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 길이, 슬랙스 허리둘레, 스커트 길이, 스커트 허리둘레였다.

중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 수선 방법의 차이가 있는지를 알아보기 위해 교차분석을 실시하여, χ^2 의 값이 유의수준 0.05이하인 부위만 <표 6>에 제시하였다.

재킷 소매길이, 재킷 어깨, 재킷 가슴둘레, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 허리둘레, 스커트 허리둘레 부위에서 유의한 것으로 나타났다.

재킷 소매길이는 중국내 한국 여성복 정장이 중국 여성복 정장에 비해 줄이는 경우가 많았고, 재킷 어깨, 가슴둘레, 소매부리폭은 늘리는 경우가 많았다. 또한 슬랙스 허리둘레와 스커트 허리둘레는 중국 여성복 정장이 중국 내 진출한 한국 여성복 정장에 비해 줄이는 경우가 많았다.

수선 경향을 종합해 보면, 중국 내 진출한 한국 여성복 정장은 재킷 소매길이, 슬랙스 길이는 줄이는 경향이 많았으나 그 외의 재킷길이와 대부분의 둘레 방향은 모두 늘리는 경향이 나타났고, 이에 비해 중국 여성복 정장은 아이템과 상관 없이 각각의 부위에 따라 수선의 늘리고 줄이는 방법이 달라져, 모든 아이템에서 허리둘레는 줄이고, 엉덩이둘레 및 대퇴둘레 부위는 늘리는 경향이 많았다.

중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 맞춤세에 관한 설문 조

사시 맞춤새의 문제점에 대해 자유 기술식으로 기입하게 하였는데 많은 응답자들이 몸에는 잘 맞으나 입었을 때 여유가 적어 편하지 않아 활동하기 불편하고 특히 어깨가 너무 좁다는 불만이 많았다. 또한 중국 여성복의 유행 경향에 대해 현재 중국에서 판매되고 있는 여성복을 디자인하고 있는 디자이너와 인터뷰한 결과 중국 여성복은 우리나라 여성복에 비해 재킷은 여유가 있고, 어깨는 넓으며, 하의는 여유가 없는 것을 선호하나 슬랙스의 밑위길이는 긴 것을 선호한다고 하였다. 맞춤새 만족도와 수선 경향도 이러한 점이 반영되어 나타난 것으로 보인다. 맞춤새 만족도는 중국내 진출한 한국 여성복 정장이 중국 여성복 정장에 비해 높고, 수선율은 낮아 적합도도 높아 보이지만 수선 방향이 늘리는 것으로 일정하고 특히 재킷의 경우 대부분의 부위와 슬랙스의 밑위길이에서 모두 늘리는 수선 방법이 보이는 것은 맞춤새 적합성에 문제가 있는 것으로 사료되므로 치수 변환이 이루어져야 할 것이다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 실제 중국에 진출한 한국 여성복 정장을 입어 본 소비자들을 대상으로 한국 여성복 정장의 맞춤세 만족도와 맞춤세 적합성을 조사하여 중국 소비자들이 느끼는 치수의 만족도와 적합도의 비교를 통해 중국에 진출한 한국 여성복 정장의 치수 관련 문제점을 파악하는데 목적이 있다.

요약하면 다음과 같다.

1. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 각 부위별 맞춤새 만족 정도를 알아본 결과 모든 부위에서 보통 이상의 만족도 (3.26~3.89)를 보였다. 맞춤새 만족도가 높은 부위는 재킷 길이, 재킷 허리둘레, 재킷 엉덩이둘레, 재킷 소매통, 재킷 소매부리폭, 슬랙스 허리둘레, 슬랙스 대퇴둘레, 슬랙스 부리폭, 스커트 길이, 스커트 허리둘레, 스커트 엉덩이둘레, 스커트 대퇴둘레였고, 맞춤새 만족도가 다른 부위에 비해 낮은 부위는 재킷 소매길이, 재킷 어깨, 슬랙스 길이였다.

2. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장과 중국 여성복 정장의 맞춤새 만족도를 비교해 본 결과 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 부위별 맞춤새 만족도가 월등히 높았다. 특히 중국 여성복 정장의 아이템 중 맞춤새 만족도가 가장 낮았던 슬랙스의 맞춤새 만족도가 높아 중국인의 체형에 더욱 적절한 것으로 평가되었다. 그러나 중국 여성복 정장에서는 높은 만족도를 보인 재킷의 어깨 부위는 중국 내 진출한 한국 여성복의 경우 맞춤새 만족도가 낮아 이에 대한 치수와 패턴 수정이 필요하다.

3. 중국 내 진출한 한국 여성복 정장을 구매했을 때 수선을 의뢰한 경험이 있는 경우는 54.5%였고, 아이템별 수선 빈도는 재킷 47.6%, 슬랙스 41.1%, 스커트 26.1%였고, 중국 여성복 정장을 구매했을 때 수선을 의뢰한 경험이 있는 경우는 62.0%였고, 아이템별 수선 빈도는 재킷 53.2%, 슬랙스 53.5%, 스커트 31.8%로 중국 내 진출한 한국 여성복 정장을 구매했을 때가 중국 여성복 정장을 구매했을 때보다 수선을 의뢰하는 비율이 더 낮았다.

4. 각 아이템의 부위별 수선율이 높은 부위를 살펴보면 중국 내 진출한 한국 여성복 정장은 재킷 소매길이(24.4%), 재킷 어깨(29.3%), 재킷 가슴둘레(22.0%), 재킷 허리둘레(19.5%), 슬랙스 길이(24.7%)였고, 중국 여성복 정장은 재킷 소매길이(22.8%), 재킷 허리둘레(19.6%), 슬랙스 길이(28.4%), 슬랙스 허리둘레(20.0%), 슬랙스 엉덩이둘레(19.4%)였다. 중국 여성복 정장은 슬랙스의 수선이 많이 이루어지고 있으나 중국 내 진출한 한국 여성복은 슬랙스보다 재킷에서 많은 수선이 이루어지고 있었다. 중국 내 한국 여성복 정장의 맞춤새 적합성을 중국 여성복 정장과 비교해 보면 더 우수하였고, 특히 중국 여성복에 있어 가장 적합도가 떨어지는 슬랙스는 중국 내 한국 여성복 정장은 월등히 적합성이 높았다. 그러나 재킷의 경우 대부분의 부위에서 중국 여성복 정장에 비해 많은 수선이 이루어지고 있고, 또한 수선의 방법도 줄이는 경우보다 늘리는 경우가 월등히 많았다.

· 이상의 연구 결과 중국 내 진출한 한국 여성복 정장의 치수 맞춤새 만족도와 적합성이 중국의 여성복 정장에 비해 높은 것으로 나타났다. 특히 맞춤새 만족도와 적합도가 모두 낮은 슬랙스는 한국 여성복 정장이 높은 만족도와 적합성을

보였다. 그러나 재킷의 경우 맞춤새 만족도와 맞춤새 적합성이 다른 아이টে에 비해 낮았고, 대부분 늘리는 것으로 나타나, 맞춤새 적합성에 문제가 있는 것으로 사료되므로 전체적으로 치수 변환이 이루어져야 할 것이다.

그러므로 우리나라 패션 업체가 중국 내수 시장에서 성공하기 위해서는 중국 여성들의 여성복 정장의 치수 관련 문제점과 이들이 선호하는 맞춤새에 관한 연구가 선행되어야 할 것이다.

본 연구의 제한점은 설문 시기가 다르고, 북경이라는 지역에 한정되어 이루어졌기 때문에 일반화하는 것은 주의해야 한다. 또한 응답자의 수가 적어 연령별, 결혼 유무별, 직업별 등 인구통계적 특성에 따른 맞춤새 만족도의 차이 분석이 이루어지지 않았다는 점에서 한계가 있다.

■참고문헌

- 김효숙, 임 순, 손희정(2001). 중국 여성의 체형별 의복 행동 및 의상디자인 선호도 연구. *대한가정학회지*, 39(11), 15-26.
- 석혜정, 김인숙(2006). 중국 기성복의 호칭과 맞춤새 관련 소비자 만족도 조사 -북경에 거주하는 성인 여성을 중심으로-. *한국의류학회지*, 30(1), 125-136.
- 손희순, 임 순, 김효숙, 손희정, 장희경, 정 영(1999). 중국 여대생의 체형 연구 I. *복식문화연구*, 7(3), 108-120.
- 신소비대국 중국의 소비 트렌드 분석(2005, 3. 18). KOTRA. <http://www.kotra.or.kr>.
- 오설영(2000). 여성복 브랜드의 치수 설정을 위한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 유혜경(1998). 중국 의류 소비자의 특성 고찰. *한국의류학회지*, 22(2), 233-240.
- 임 순, 석혜정(2004). 중국 성인 여성의 체형 연구(제2보) -연령대별 북경과 상해에 거주하는 여성의 체형 비교를 중심으로-. *한국의류학회지*, 28(11), 1361-1371.
- 임 순, 손희순, 석혜정(2003). 중국 성인 여성의 체형 연구(제1보) -북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로-. *한국의류학회지*, 27(7), 831-842.
- 중국 패션 시장 진입 전략(2004.9.7). 삼성패션연구소. <http://www.samsungdesign.net>.
- 최혜선, 이경미(1995). 중년 여성의 기성복의 치수 체계에 관한 연구. *대한가정학회지*, 33(1), 187-201.
- 한국 패션 기업의 중국 소비 시장 진출과 의미(2004, 2. 17). 삼성패션연구소. <http://www.samsungdesign.net>.

(2006년 5월 4일 접수, 2006년 5월 25일 채택)