

## The present possession of jeans and perception of jeans' fit among women in their 20s

Hye-won Hong\* and Hee-jung Ha<sup>†</sup>

Majoring in Human Environmental, Graduate School, Sangmyung University, Korea\*  
Dept. of Clothing & Textiles, Sangmyung University, Korea

### 20대 여성의 진 팬츠 보유 현황 및 진 팬츠 핏에 대한 지각

홍혜원\* · 하희정<sup>†</sup>

상명대학교 대학원 생활환경학과\*, 상명대학교 의류학과

#### Abstract

This research aims to analyze jeans possession and perceptions of jeans' fit among women in their 20s to help improve the accuracy of purchase decisions in online shopping and to provide basic data necessary to overcome limits in the fit conveyance method of online shopping malls. A sample of 149 females in their 20s was divided into two groups according to height, waist size, and interest in fashion, and several factors were analyzed: jeans possession status, the fit of purchased jeans, the reason for purchase, and the perception of jeans' fit. The results are as follows. The group with a high interest in fashion owned more skinny jeans, and there was a higher frequency of purchasing skinny jeans during the last year among those with a height of 160 cm or more, a waist size of less than 27 inches, and a high interest in fashion. Of the respondents, 92.6% accurately understood skinny fit, 51.7% understood straight fit, and 56.4% understood regular fit. There was no significant difference in the perception of skinny fit or regular fit, but straight fit was better understood by the group with a waist size of 27 inches or more. Thus, by providing accurate size information and analyzing the body shapes of consumers, online shopping malls will be able to increase customer satisfaction with pants of various fits to reduce the rate of returns.

*Keywords: fit(핏), jeans(진 팬츠), possession(보유), perceptions(지각)*

#### I. Introduction

의복은 인간을 환경으로부터 보호하는 물리적  
기능과 사회적으로 자신의 개성을 표현하는 심리

적 기능 등 다양한 기능을 수행하고 있다. 하지만  
마케팅이나 옷걸이에 걸려 있는 옷이 그 자체만으  
로 이러한 기능들과 그 역할들을 수행한다고는 볼  
수 없고, 착용자가 그 옷을 입을으로써 의복은 제  
기능을 발휘하게 된다(Shim, 1999)고 할 수 있다.

Received 30 December 2013, revised 3 February 2014, accepted 10 February 2014.

본 연구는 2013학년도 상명대학교 교내연구비를 지원받아 수행하였음.

<sup>†</sup> Corresponding author (hjha@smu.ac.kr)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

개개인이 의복을 선택하는 과정에서도 우선, 자신에게 적합한 옷의 사이즈를 선택한 후 직접 착용해본 후, 맞춤새를 확인하는 과정을 거치게 된다(Kang, 2012). 의복을 착용했을 때 느낄 수 있는 의복의 맞춤새는 옷을 제작하는 데 있어서 고려해야 할 중요한 부분이며, 옷을 구매하는 소비자들에게 민감한 요소로 작용한다고 볼 수 있다. 최근 국내 테크니컬 디자이너의 실무에서는 맞춤새보다는 ‘핏(fit)’이라는 단어를 빈번하고도 자연스럽게 사용하고 있다(Lee, 2013). SPA의 대표적 업체인 유니클로의 온라인 쇼핑몰에서도 슬림 핏(slim fit), 스트레이트 핏(straight fit), 보이브ренд 핏(boyfriend fit)이라는 용어들로 진 팬츠의 다양한 종류를 표현하고 있다. 소비자 대상으로 설문을 조사할 때에도 ‘핏을 고려하여 구매하는 경우’라는 문항을 사용하는(Hwang et al., 2013) 등 맞춤새라는 용어보다는 그에 대응되는 용어인 핏이라는 단어를 사용하고 있으므로, 이에 본 연구에서도 맞춤새라는 용어 대신 ‘핏’이라는 용어를 사용함으로써 진 팬츠의 핏에 대한 소비자의 이해를 돕고자 하였다.

과거에 비해 현대의 소비자 욕구가 점점 다양해지고 복잡해짐에 따라 더 많은 종류의 디자인과 핏을 가진 의류 제품이 출시되고 있고, 보다 더 넓은 범위에서 상품을 선택할 수 있게 되어 소비자의 세분화된 욕구가 적절히 충족되고 있는데(Shim, Suh & Yu, 2005), 특히 진 팬츠에서의 그 변화와 종류가 뚜렷하다고 할 수 있다. 초기의 진 팬츠는 미국의 광산 노동자들을 위한 것이었으므로 활동에 편리하도록 전체적으로 폭이 넓은 편안한 핏을 가지고 있었으나, 오늘날의 타이트한 핏의 진 팬츠는 1950년대 엘비스 프레슬리에 의해 소개된 이후, 1990년대 후반부터 스키니 진이 전 세계적으로 유행함에 따라(Wikipedia, 2013), 소비자들은 여유량이 거의 없어진 진 팬츠를 선호하기 시작했다. 스키니 진의 유행에 이어 제품사이즈가 신체사이즈보다 더 작아 스타킹에 가까운 레깅스가 유행하였고, 최근에는 ‘제깅스(Jeggings)’라는 신조어가 등장하기에 이르렀다(Newsis, 2013). 이는 1990년대 후반부터 성인 여성의 체형이 날씬해졌으며(Jung & Nam, 1999), 2004년부터 2010년까지 여성의 평균 신장은 0.6cm 증가하였는데, 위앞엉덩뼈가시높이

의 경우 85.8cm에서 87.2cm로 1.4cm 가량 증가한 것으로 미루어 봤을 때, 다리 길이가 길어지고 있음이(Size Korea, 2010) 그 원인 중의 하나라고 할 수 있다. 2013년 1월 기준 네이버 검색순위 1위인 그룹 소녀시대는 날씬한 몸매와 스키니한 스타일의 아이콘으로 대표되는데(Financialnews, 2013), 이들의 히트곡인 ‘소원을 말해봐’의 안무에서도 길고 가는 다리를 부각시키는 동작들로 구성된 학다리 춤이 붐을 일으켰으며, 무대의상 역시 스키니한 진 팬츠로 스키니 진의 유행에 정점을 찍는 계기가 되기도 했다. 또한 공향패션으로 대표되는 파파라치 컷도 오늘날 트렌드에 많은 영향을 끼치는데, 소녀시대의 사복패션에서도 스키니 진의 출현이 빈번하여 여성 소비자들의 이상적인 신체 또한 더욱 길고 날씬해지고 있다고 할 수 있다. 이러한 신체 변화 추이와 사회·문화적 흐름으로 인해 의복의 여유량이 적어지고, 신체 라인이 드러나는 타이트한 핏의 제품과 디자인이 다양해지고 있다. 타이트한 핏을 가진 하의 품목의 경우, 높은 맞춤새가 요구되므로 구매 과정에서 소비자 관여도가 높은 제품이라 할 수 있으므로, 핏에 대한 다양한 제품 정보가 필수적이라 사료된다.

정보 기술의 발전과 소비자 인식 변화로 인해 패션산업에서의 온라인 쇼핑몰은 비약적인 발전을 거듭해 왔으며(Choo et al., 2012), 대다수의 SPA 브랜드는 단일 채널의 점포 유형이 아니라, 오프라인과 온라인 채널을 병행하는 멀티채널 유통 전략을 펼치고 있다(Arvind & Bruggen, 2005). 실제로 멀티채널 브랜드의 소비자들은 온라인과 오프라인 채널 모두를 활용하는 것으로 드러났으며(Kim, 2013), 제품 정보에 대한 1차적 탐색을 온라인 상에서 실행하는 경향이 두드러지게 나타난다(Kim & Shin, 2004)고 하였다. 이러한 소비자의 행동에 따라 온라인 상에서의 제품에 대한 제품치수, 소재, 제품치수에 대응되는 신체치수 등을 포함한 제품에 대한 구체적인 정보 제시의 중요성이 더욱 부각되고 있는 실정이다. 온라인 채널에서 제품에 대한 구체적인 정보를 제시해야 하는 이유 중의 또 하나는 다른 품목과 비교하여 패션제품 쇼핑물의 반품률이 높은 것으로 밝혀졌기 때문이다(Moneytoday, 2003). 온라인 상에서는 소비자가 제품을 직접 착용해 보

지 못한 상태에서 제품의 사이즈나 소재를 웹사이트에 제시되어 있는 정보로만 파악해야 하므로, 실제로 제품을 소비자가 받아보았을 때 반품할 가능성이 높아진다는 것이다(Kim, 2010). 최근 보도된 뉴스에 따르면 공정위가 인터넷 쇼핑물의 제품 정보가 제대로 명시되어 있지 않을 경우 최대 26억 원까지의 과징금을 부과한다고 밝혔다(Newsis, 2012). 따라서 최근 패션산업에서 주요 유통 경로로 활용되는 온라인 쇼핑물은 정교화된 제품 정보를 전달하는데 한계가 있고, 불명확한 제품 정보 제시는 소비자의 불편 사항을 넘어 업체에게도 위험요인으로 작용할 수 있으므로, 장기적으로 업체의 매출 하락으로도 이어질 가능성이 높다고 볼 수 있다. 지금까지의 선행연구들을 살펴보면 체형에 따른 의복의 맞춤새나 여유량에 관련된 연구들과 온라인 쇼핑물의 소비자 불만족에 대한 연구들이 주를 이루고 있으며, 최근 다양화된 진 팬츠 핏의 분류를 파악하거나 반품의 가장 큰 요인인 사이즈 불만족을 포함하여 제품의 핏에 대한 소비자 인식에 관한 연구는 미미한 실정이다.

이에 본 연구는 온라인 쇼핑물을 통해 진 팬츠를 구입한 여성을 대상으로 진 팬츠 보유 및 착용 실태를 살펴보고, 신장, 하의 치수, 패션관심도에 따른 진 팬츠의 핏에 대한 소비자의 인식을 파악하여, 온라인 쇼핑물이 가지고 있는 제품 정보 전달의 한계를 극복할 수 있는 대안을 제시하는 데 그 목적이 있다. 이와 같은 연구는 온라인 상에서 소비자의 정확한 구매결정을 도울 수 있고, 의류 제품의 반품률을 낮출 수 있는데 기여할 수 있을 것이다.

## II. Background

### 1. Fitness and ease of clothes

여유량은 의복과 인체 사이의 공간이며, 의복의 조형과 설계의 성립을 좌우하는 중요한 요소로서 형태적 여유와 움직임의 여유, 물리적 여유 등으로 구성되어 있다(Nakajawa, 1996/1999). 주로 여유량은 신체의 둘째와 관련된 인체 기구적 의미의 여유와 형태적 의미의 여유 등으로 구성되어 있으며, 하나의 옷에서도 여유량이 필요한 부위와 그렇지 않은 부위를 분석하여 각각의 부위별로 다른 양의 여

유가 필요하다(Ryu & Park, 2006)고 할 수 있다. 편안한 맞춤새와 적절한 여유량은 소비자의 의복 착용 만족도에 가장 크게 작용하는 요인 중 하나이므로, 의복의 설계에서부터 구매 후까지의 전 과정에서 고려되어야 한다. 핏에 관한 Jang(2008)의 연구에 의하면 개인이 선호하는 핏이 소비자의 신장과 체중에 따라 다르게 나타나기 때문에, 이를 구분하여 다른 맞춤새를 적용하여 의복을 제작함으로써 착용 만족도를 높일 수 있다고 하였다. 또한 브랜드에 따라 다른 타겟의 소비자를 위해 체형을 차별화하여 맞춤새에 대한 만족도를 높여야 하며, 소비자들의 여유량과 맞춤새에 대한 인식 및 선호도를 파악하여 사이즈 체계에 반영함으로써 소비자의 맞춤새 만족도를 한층 향상시킬 수 있다고 하였다(Kang & Choi, 2005). 따라서 의복 제품의 핏에 영향을 미치는 여유량에 관한 연구를 진행하기 위해서는 핏에 영향을 많이 받는 팬츠 제품을 대상으로 소비자들의 핏에 대한 지각 정도와 구입 후의 세부 부위에 대한 불만족 정도를 살펴보는 등 착용자들의 다양한 반응을 파악하는 것이 필수적이라고 할 수 있다.

### 2. Diversified fit of jeans

오늘날 착용 빈도가 높은 종류의 아이템 중 하나인 진 팬츠는 1850년대 리바이 스트라우스(Levi Strauss)에 의해 시작되었고, 그 후 젊은이들 사이에서 남녀 구분 없이 바지 착용을 대중화시키는 데 큰 영향을 주었으며, 20세기 남성평등을 상징하는 대표적인 의복으로 자리 잡았다(Lee, 2005)고 할 수 있다. Choi and Do(2008)의 연구에서 진 팬츠의 착용 빈도를 조사하였는데, 일주일에 3일 이상 진 팬츠를 착용하는 20대가 81.1%로 나타났고, Park and Park(2009)의 연구에서는 일주일에 3~4번 진 팬츠를 착용하는 피험자가 전체의 38.8%, 거의 매일 진 팬츠를 착용하는 피험자는 38.0%로 나타났다. 이렇게 착용 빈도가 높은 원인은 여가 시간의 증대와 자유로운 사회·문화적 분위기에 의한 것으로, 앞으로도 진 팬츠는 현대인의 의복생활에 있어 중요한 부분을 차지하는 패션 아이템일 것으로 판단된다. 이처럼 활용 빈도가 높은 진 팬츠는 디자인에 있어서도 많은 변화 요소가 있어 여유량에 따른 다양한 핏의 진 팬츠가 출시되고 있다. 최근 레깅스(leggings)

와 진 팬츠(Jeans)의 합성어인 제깅스(Jeggings)의 출현으로 진 팬츠의 다양화가 극에 이르렀음을 알 수 있다. R 스포츠 전문 브랜드는 소비자 조사에서 절반 이상의 소비자가 스키니 핏의 바지를 선호하는 것으로 나타났다(Chosunmedia, 2013)고 하였다. 그러나 타이트 핏 의복 아이템의 경우, 착용자가 느끼는 착용감과 적합성 등이 루즈 핏 의복 아이템보다 일반적으로 만족도가 떨어지기 쉽기 때문에(Do, 2003), 타이트 핏 의복 아이템 설계 시에는 해당 치수가 정확히 반영되어야 한다. 특히, 다른 아이템보다 하의에서의 맞춤새 불만족이 크게 나타나는데, Kim and Chun(2004)은 여대생들의 핏 평가 항목에서 기성복 바지에 대한 불만족이 높게 나타났다고 주장했으며, Kim(2001)의 연구에서도 의복의 맞춤새 불만족은 남녀 모두 바지인 것으로 연구되었다.

예전의 진 팬츠는 두터운 데님 소재로 여유가 있는 것이 대부분이었지만(Choi & Do, 2008), 최근에는 스트레치 소재를 사용해 신체 치수보다 제품치수가 더 작은 타이트 핏의 진 팬츠가 출시되고 있고, 이러한 제품들은 체형을 있는 그대로 드러내게 되므로, 핏에 대한 연구의 필요성이 더 커지고 있는 실정이다. 따라서 여유분이 거의 없는 타이트한 진 팬츠 제품의 구입 과정에서 소비자들의 혼란을 줄이고 만족도를 높이기 위해서는 제품에 대한 디테일한 소비자 조사와 함께 제품 정보의 정확한 제시가 요구되는 시점이라 할 수 있다.

### 3. On-line channel and return rate in SPA

세계적인 경기 불황이 장기화됨에도 불구하고 SPA 브랜드들은 매년 유통망을 확대하고 있으며(Fashionchannel, 2013), 2015년에는 약 4조 원 규모의 메이저 시장으로 성장할 것으로 전망하고 있다(Samsungdesignnet, 2012). 최근 보도된 신문 기사에 의하면, 리바이스, 게스, 캘빈클라인과 같은 프리미엄 진 브랜드의 매출은 하락한 반면, 3~5만 원대의 SPA 브랜드 진 팬츠 판매율이 급증했고, 유니클로의 경우 작년 대비 판매량이 약 40% 증가했다고 하였다(Hankyung e-today, 2012). 진 팬츠를 대표했던 유명 브랜드가 하락세를 보임에 따라 진 팬츠에 대한 소비자들의 주요 소비가 SPA 브랜드로 시장의 흐름이 변화하고 있음을 알 수 있다. SPA 브랜

드들은 새로운 경영 전략으로 오프라인 매장뿐 아니라, 온라인 쇼핑몰을 운영하는 멀티채널 유통 형태를 취하고 있는데(Geyskens, Gielens & Dekimpe, 2002), 소비자들이 온라인 상에서 제품 정보를 탐색할 때, 제품 정보에 대한 구체적 정보의 부재나 부정확성 등으로 인한 반품률이 높아지고 있는 실정이다. 반품은 소비자가 물건을 구입했을 때 그에 대한 불만족의 상황에서 선택할 수 있는 해결 방법 중의 하나인데(Kim, 2010), Park and Cho(2010)의 연구에서는 의류제품의 반품률이 전체 온라인 쇼핑몰 중에서 35%를 차지한다고 하였다. 또한 온라인 상에서의 제품치수와 실제 제품치수의 차이로 인한 반품률이 32.5%, 치수를 정확히 보고 구매했더라도 맞춤새가 좋지 못해 반품하는 비율이 19%를 차지해, 치수 관련 불만족이 크게 작용하는 것으로 나타났다(Cho, 2003). 따라서 요즘 유행하고 있는 스키니 핏의 진 팬츠를 온라인 쇼핑몰 모델의 착장 사진과 제품에 대한 몇몇 부위의 제시된 치수만으로 구매 결정을 내릴 경우, 다른 아이템에 비해 상대적으로 반품률이 높은 것이라 판단된다. 이러한 반품률을 줄이고 진 팬츠에 대한 소비자의 만족도를 높이기 위해서는 업체가 제시하는 핏과 소비자가 실제로 인식하고 있는 핏의 차이를 규명하여 제품의 핏과 그에 대한 구체적이고 정확한 정보 설명이 제시되어야 한다고 생각된다.

## III. Methods

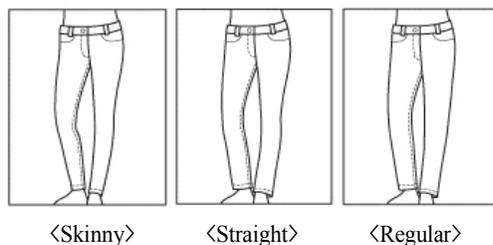
### 1. Data collection and analysis

연구 대상은 패션제품 온라인 쇼핑몰 이용자 중 20대 여성의 구매 비율이 가장 높은 것으로 나타났으므로(Choi, 2004), 20대이면서 온라인으로 팬츠 구매 경험이 있는 만 20세에서 29세까지의 성인여성을 중심으로 하였다. 2013년 10월 1일부터 11월 13일에 걸쳐 서울·경기권의 대학생 및 홍대앞, 강남역에서 편의표본추출 방법을 사용하여 총 168부를 배부하였고, 최종 149부를 분석에 이용하였다.

연구방법으로는 설문지법을 사용하였다. 선행 연구 결과(Kim & Nam, 2012; Kim & Shin, 2004)를 토대로 진 팬츠 보유 및 구매 이유, 착용 빈도, 진 팬츠 핏에 대한 지각 및 구입 시 핏이 불만족스러

웠던 부위, 패션 관심도에 관한 내용의 문항 등으로 구성하여 기초 설문지를 완성한 후, 의류학 전공 학생 25명을 대상으로 예비 설문조사를 실시하였다. 예비 조사 결과를 토대로 본 연구와 관련된 문항 등으로 수정 보완하여 본 조사를 실시하였다. 진 팬츠 핏에 대한 지각 수준을 파악하기 위한 자극물은 최근 판매량이 높은 진 팬츠 가격대인 3~5만 원대이면서 SPA 브랜드 진 팬츠 매출 1위인 UNIQLO의 온라인 쇼핑몰의 착장 사진을 활용하였다. 사진으로 인한 오염 발생을 제거하고, 비전문적인 피험자들도 자극물을 보고 핏에 대한 판단이 용이하도록 모델의 착장사진을 Adobe Illustrator CS5 프로그램으로 진 팬츠의 아웃라인과 대표적인 디테일 요소를 펜툴로 그려 (Fig. 1)과 같이 동일 포즈로 3개의 핏 종류를 제시하였다.

3개의 핏 종류를 선정한 이유는 스키니 진이 전 세계적으로 유행하고 있고(Wikipedia, 2013), 절반 이상의 소비자가 스키니 핏의 팬츠를 선호하며(Chosunmedia, 2013), 타이트 핏 의복 아이템의 경우, 착용자가 느끼는 착용감과 적합성 등이 루즈 핏 의복 아이템보다 일반적으로 만족도가 떨어지기 쉽기 때문에(Do, 2003), 이러한 핏에 대한 소비자의 인식을 고찰해 볼 필요가 있다고 판단되었기 때문이다. 스키니 핏은 엉덩이, 허벅지, 무릎, 종아리, 발목 부위까지 모두 여유가 거의 없는 핏이고, 스트레이트 핏은 스키니와 비교하여 종아리와 발목 부위에 좀 더 여유가 있는 핏이며, 레귤러 핏은 스트레이트 핏과 비교하여 허벅지와 무릎 부위에 좀 더 여유가 들어간 핏이다. 소비자가 핏에 대하여 지각하고 있는 정도를 파악하기 위하여 제시한 자극물의 핏과 피험자가 지각하는 핏이 일치하면 정답, 다르게 지각하고 있으면 오답으로 표기하였다.



<Fig. 1> Jeans images of fit perception

진 팬츠 보유 및 착용 빈도, 진 팬츠 핏의 지각 정도 등이 소비자의 특성에 따라 다르게 나타나는지 파악하기 위해 응답자를 신장, 하의 치수, 패션관심도에 따라 각각 2개 집단으로 나누어서 비교·분석하였으며, 그 분포는 <Table 1>에 나타내었다. 신장은 160cm를 기준으로 160cm 미만 집단(58명, 38.9%)과 160cm 이상 집단(91명, 61.1%)으로 신장을 분류하였다. 하의 치수는 27 inch 미만 집단(51.1%)과 27 inch 이상 집단(48.9%)으로 분류하였으며, 패션관심도는 쇼핑 횟수, 유행스타일에 대한 관심, 외모관리 등에 대한 패션관심도에 대한 질문을 바탕으로 패션에 대한 관심이 높은 집단(52.3%)과 관심이 낮은 집단(47.7%)으로 분류하였다.

진 팬츠 제품에 대한 핏은 제품치수를 통해 알 수 있으므로 온라인 업체에서 제시하고 있는 타이트한 진의 제품치수를 파악하기 위하여, 국내에서 유통 중인 SPA 브랜드 중 2012년 기준 매출액이 300억 원 이상이고, 하의류 구입률이 높으며, 2종류 이상의 핏을 온라인 상에서 판매하고 있는 브랜드인 H&M, ZARA, FOREVER 21, MANGO, GIORDANO, American Apparel, GAP 중에서 온라인 상에서 사이즈 조건표가 제시되어 있지 않거나, 최근 판매량이 높은 진 팬츠의 가격대인 3~5만 원대(Hankyung e-today,

<Table 1> Analysis of subjects' height, lower body size & fashion interest (Unit: n(%))

	Rage	N(%)	Group
Height (cm)	a<155	3( 2.0)	58(38.9)
	155≤b<160	41(27.5)	
	160≤c<165	59(39.6)	91(61.1)
	165≤d<170	36(24.2)	
	170≤e	10( 6.7)	
Lower-body size	24	7( 4.7)	76(51.1)
	25	19(12.8)	
	26	50(33.6)	
	27	39(26.2)	73(48.9)
	28	25(16.8)	
	29	9( 6.0)	
Fashion interest	Low		71(47.7)
	High		78(52.3)
Total			149(100.0)

2012)에 해당하는 업체인 UNIQLO, SPAO, 8 seconds 의 3개 업체를 선정하였다. 선정된 업체의 공식 온라인 쇼핑몰의 웹사이트 상에서 ‘진 팬츠’와 ‘Jeans’에 들어가 노출되어 있는 전체 상품 중에서 타이트한 핏의 유형을 파악하여 제품치수를 조사하였으며, 제품치수 조사 기간은 2013년 5월 20일부터 6월 25일까지이다. 수집된 자료 분석은 SPSS 18.0 통계프로그램으로 평균, 표준편차 등의 기술통계 분석과 *T-test*, 다중응답 빈도분석 등을 실시하였다.

#### IV. Results and Discussion

##### 1. Characteristics of holdings jeans on subjects and purchasing behavior

최근 1년 이내 온라인으로 팬츠 구매 경험이 있는 피험자들에게 레깅스, 스키니, 스트레이트, 레귤러, 배기, 부츠컷, 와이드 등 다양한 핏의 진 팬츠 보유 현황을 살펴본 결과를 <Table 2>에 나타냈다.

핏에 상관없이 팬츠를 총 몇 벌 소유하고 있는지는 질문에 전체 응답자의 69.8%(104명)가 4벌 이상 갖고 있다고 했으며, 90% 이상이 3벌 이상 보유하고 있다고 하였고, 진 팬츠가 1벌도 없다고 응답한 피험자는 1명도 없었다. 스키니 핏 진 팬츠의 보유 개수가 4벌 이상(44.3%)으로 가장 많았고, 3벌 이상은 24.2%, 2벌 이상은 18.8%로 1벌 이상은 총 95.3%로 파악되었다. 그 다음으로 1벌 이상 소유하고 있다고 응답한 진 팬츠는 레깅스 54.4%, 레귤러 49%, 스트레이트 45%, 배기 18.8%, 와이드 7.4%, 부츠컷 6.7% 순으로 나타났다. 종류에 상관없이 진 팬츠를 3벌 이상 가지고 있다고 한 결과는 Lee and Sung (2004)의 여대생이 2.09개의 진 팬츠를 소유하고 있

다는 결과와 차이가 있는데, 이는 최근 들어 진에 대한 패션 관심 증가와 함께 2004년 스키니 진의 유행 이후, 현재까지의 장기적인 유행이 그 원인인 것으로 보인다. 특히 스키니 핏의 진 팬츠가 20대 여성의 의복생활에서 차지하는 비중이 크다는 것을 알 수 있었다. 일주일 기준으로 진 팬츠 착용 빈도에 대한 결과는 <Table 3>에 나타냈다. 94.6%가 일주일에 한번 이상 진 팬츠를 착용한다고 하였고, 15.5%가 거의 매일 착용한다고 응답하였다. 진 팬츠를 거의 매일 착용한다는 피험자가 38% 정도로 높게 나온 Choi and Do(2009)의 연구보다는 그 비중이 줄어들었는데, 이는 최근 소비자의 개성과 취향이 뚜렷해져서 다양한 아이템의 의복을 착용해 수치가 줄어든 것으로 파악된다.

진 팬츠 핏 별 보유에 대해 신장, 하의치수, 패션 관심도에 따라 각각 두 집단으로 나누어 살펴본 결과는 <Table 4>에 나타내었다. *t-test* 실시 결과, 신장에서는 두 집단 간 유의한 차이가 나타나지 않았고, 하의 치수와 패션관심도에서 두 집단 간의 유의한 차이가 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 27인치 이상인 집단(전체 청바지=4.73, 레귤러 핏=1.90)

<Table 3> Frequency of wearing jeans per week  
(Unit: n(%))

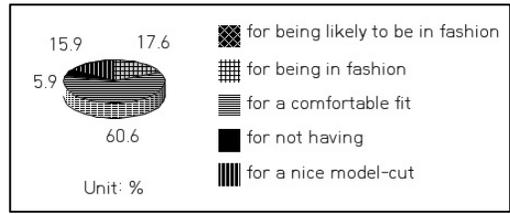
	N(%)
Not wearing	8( 5.4)
One or 2 times a week	50( 33.6)
3 or 4 times a week	47( 31.5)
5 or 6 times a week	21( 14.1)
Almost every day	23( 15.5)
Total	149(100.0)

<Table 2> Number of holdings jeans  
(Unit: n(%))

	All the jeans	Leggings	Skinny	Straight	Regular	Baggy	Boots-cut	Wide
None	0( 0.0)	68(45.6)	7( 4.7)	82(55.0)	76(51.0)	121(81.2)	139(93.3)	138(92.6)
A pair of	2( 1.3)	36(24.2)	12( 8.1)	50(33.6)	49(32.9)	20(13.4)	8( 5.4)	10( 6.7)
2 pairs of	10( 6.7)	19(12.8)	28(18.8)	14( 9.4)	16(10.7)	6( 4.0)	2( 1.3)	1( 0.7)
3 pairs of	33(22.1)	13( 8.7)	36(24.2)	2( 1.3)	6( 4.0)	2( 1.3)	0( 0.0)	0( 0.0)
More than 4	104(69.8)	13( 8.7)	66(44.3)	1( 0.7)	2( 1.3)	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)
Total				149(100.0)				

이 27인치 미만인 집단(전체 청바지=4.49, 레귤러 핏=1.54)보다 전체 진 팬츠 보유 개수와 레귤러 핏 보유개수가 더 많다고 나타났다. 패션관심도에서는 전체 진바지 보유 개수( $t=-2.697, p<.01$ )와 스키니 핏 보유 개수( $t=-3.263, p<.001$ ) 항목에서 유의한 차이가 나타났으며, 패션관심도가 높은 집단이 전체 진 팬츠 개수가 많았으며, 스키니 진도 더 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 하의 치수가 진 팬츠 핏에 따라 보유 개수에 영향을 미친다는 뜻으로 파악되며, 특히 레귤러 핏에서의 집단 간 차이를 보이는 것은 하의 치수가 27인치 이상인 집단이 상대적으로 여유가 더 많은 레귤러 핏의 진 팬츠를 더 많이 갖고 있다고 볼 수 있다.

보유하고 있는 진 팬츠의 구매 이유에 대한 문항에서는 중복 선택이 가능하도록 하였으며, 다중응답 결과는 <Fig. 2>에 제시되어 있다. 69.1%가 구매한 진 팬츠의 핏에 대해 ‘나에게 편한 핏이라서’ 구매했다고 하였다. 그 다음으로는 ‘요즘 유행하는 핏이라서’가 20.1%, ‘온라인 쇼핑몰이나 오프라인 매장 모델의 착용 핏이 마음에 들어서’가 18.1% 순이



<Fig. 2> Reason of purchasing

었다. 이는 20대 여성들이 진 팬츠를 구입할 때 핏에 대한 요인이 가장 강하게 작용하는 것으로 분석할 수 있는데, 부츠 컷을 중심으로 연구가 진행된 Choi and Do(2008)와는 다른 결과를 보였으며, 그 이유는 부츠 컷보다 여유량에 더 민감한 스키니 핏을 자주 착용하는 소비자들이 많아진 것으로 사료된다.

진 팬츠의 핏 별 구매 이유에 대해 신장, 하의치수, 패션관심도에 따라 각각 두 집단으로 나누어 살펴본 결과는 <Table 5>와 같다. 구매 이유에 대한 문항은 이분법 다중응답으로 분석되었으며, 신장 160cm 이상 집단의 65명(61.9%)이 160cm 미만 집

<Table 4> Number of holdings jeans with height, body size and fashion interest

Item	Height(cm)			Lower-body size(inch)			Fashion interest		
	M(S.D)		T-value	M(S.D)		T-value	M(S.D)		T-value
	x<160cm	160cm≤y		x<27 inch	27 inch≤y		Low	High	
All jeans	4.57 (.678)	4.63 (.677)	-.504	4.49 (.77)	4.73 (.53)	-2.202*	4.45 (.81)	4.74 (.50)	-2.697**
Leggings	2.10 (1.320)	2.11 (1.312)	-.029	2.13 (1.41)	2.08 (1.21)	.819	1.94 (1.30)	2.26 (1.31)	-1.460
Skinny	3.79 (1.267)	4.05 (1.109)	-1.329	3.96 (1.21)	3.95 (1.15)	.079	3.63 (1.20)	4.24 (1.08)	-3.263***
Straight	1.53 (.731)	1.63 (.798)	-.708	1.57 (.81)	1.62 (.74)	.690	1.63 (.85)	1.55 (.70)	.651
Regular	1.57 (.840)	1.81 (.942)	-1.608	1.54 (.77)	1.90 (1.00)	-.479**	1.80 (1.05)	1.64 (.76)	1.070
Baggy	1.22 (.594)	1.27 (.598)	-.505	1.30 (.07)	1.21 (.07)	.320	1.17 (.51)	1.33 (.66)	-1.716
Boots-cut	1.10 (.447)	1.09 (.384)	.226	1.11 (.51)	1.08 (.28)	.732	1.08 (.41)	1.10 (.41)	-.269
Wide	1.09 (.339)	1.08 (.268)	.186	1.12 (.36)	1.04 (.20)	.109	1.04 (.26)	1.12 (.32)	-1.523

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

<Table 5> Reason of purchasing with height, lower-body size and fashion interest (Unit: n(%))

Factor	Item	Height		Lower-body size		Fashion interest		Total
		x<160cm	160cm≤y	x<27 inch	27 inch≤y	Low	High	
Reason of purchasing	a	38(58.5)	65(61.9)	51(62.2)	52(59.1)	52(67.5)	51(54.8)	103( 60.6)
	b	15(23.1)	15(14.3)	15(18.3)	15(17.0)	12(15.6)	18(19.4)	30( 17.6)
	c	4( 6.2)	6( 5.7)	3(15.9)	7( 8.0)	3( 3.9)	7( 7.5)	10( 5.9)
	d	8(12.3)	19(18.1)	13(15.9)	14(15.9)	10(13.0)	17(18.3)	27( 15.9)
	Total (response)	65(89.2)	105(86.7)	82(92.7)	88(83.0)	77(92.2)	93(83.9)	170(100.0)

\*a=for a comfortable fit, b=for being in fashion, c=for not having, d=for a nice model-cut

단 38명(58.5%)보다 진 팬츠 구매 시 ‘나에게 편한 핏’을 더 중요한 요인으로 꼽고 있었다. 이는 핏에 관한 Jang(2008)의 연구에서 개인이 선호하는 핏이 소비자의 신장에 따라 다르게 나타난다는 연구 결과와 일치한다고 볼 수 있다.

**2. Actual conditions of customer perception on jeans fit**

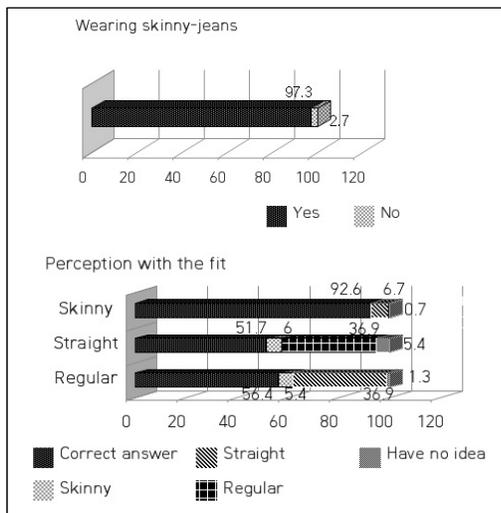
업체가 제시한 진 팬츠의 핏과 소비자가 인식하고 있는 진 팬츠의 핏의 차이가 있는지를 알아보기 위해 피험자들에게 스키니 핏의 진 팬츠를 입어 본 경험에 대한 질문과 함께 진 팬츠 핏 지각 정도를

스키니 핏, 스트레이트 핏, 레귤러 핏을 통해 알아 보았으며, 그 결과는 <Fig. 3>에 나타났다.

스키니 핏의 진 팬츠를 입어 본 경험은 응답자의 97.3%로 나타났다. 스키니 핏은 92.6%가 정답을 선택했고, 6.7%는 스트레이트 핏이라는 오답을 선택했다. 스트레이트 핏은 51.7% 정답을 선택했고, 36.9%가 레귤러 핏이라는 오답을 선택한 것으로 나타났다. 레귤러 핏은 56.4%의 정답을 선택했고, 36.9%가 오답을 선택했다. 이는 97.3%가 슬림핏 진 팬츠를 입어보았다고 응답한 결과를 통해 소비자들은 업체가 제시한 스키니 핏에 대해 정확하게 인지하고 있었으나, 스트레이트 핏과 레귤러 핏은 절반 정도의 소비자만 인지하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이는 요즘 유행하는 스키니 핏으로 인해 많은 업체가 스키니 핏의 제품을 주로 판매하고 있으므로, 스트레이트 핏과 레귤러 핏의 제품에 대한 노출이 상대적으로 적어서 발생한 것으로 사료된다.

**3. Perception on fit with height, lower-body size and fashion interest**

응답자의 신장과 하의 사이즈, 패션 관심도가 진 팬츠 핏의 지각 수준에 따라 집단 간 차이가 발생하는지에 대해 T-test를 실시한 결과는 <Table 6>과 같다. 신장 집단에서는 스키니 핏, 스트레이트 핏, 레귤러 핏에 대한 지각 수준에 유의한 차이가 나타나지 않았고, 패션관심도 집단 사이에서도 스키니 핏, 스트레이트 핏, 레귤러 핏에 대한 지각 수준에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 하의 치수 집단에서는 스키니 핏과 레귤러 핏에 대한 지각 수준에



<Fig 3> Wearing experience of skinny-jeans and percentage of correct answers about fit (Unit: %)

<Table 6> Level of perception on fit with height, lower-body size and fashion interest

Item \ Factor		Skinny		Straight		Regular	
		M	S.D	M	S.D	M	S.D
Height	x<160cm	1.93	.256	1.45	.502	1.48	.504
	160cm≤y	1.92	.268	1.56	.499	1.62	.489
T-value		.180		- 1.335		- 1.595	
Lower-body size	x<27 inch	1.89	.308	1.43	.500	1.49	.503
	27 inch≤y	1.96	.200	1.60	.493	1.64	.482
T-value		- 1.511		- 2.074*		- 1.945	
Fashion interest	Low	1.92	.280	1.49	.504	1.59	.495
	High	1.94	.247	1.54	.502	1.54	.502
T-value		- .473		- .552		.649	

\*On the mean value of the perception level, 1=incorrect answer, 2=correct answer.

\*p<.05

유의한 차이가 나타나지 않았으나, 스트레이트 핏에서는 27인치 미만 집단과 27인치 이상 집단 간에 유의한 차이( $t=-2.074, p<.05$ )가 나타났다. 즉, 27인치 미만 집단이 지각하는 스트레이트 핏(1.43)보다 27인치 이상 집단이 지각하는 스트레이트 핏(1.60)이 업체가 제시한 핏에 더 가깝다고 나타났다.

반면, 패션관심도에 따라 핏을 지각하는 수준이 통계적으로 유의한 차이가 없다고 분석되어 패션에 관심이 많은 소비자들도 핏에 대한 지각 수준이 높지 않은 것으로 파악되며, 상대적인 핏에 대한 지각 수준에는 개인차가 존재한다는 해석이 가능하다고 할 수 있다. 이는 핏이라는 개념 자체가 개인의 신체 유형에 따라 여유량을 지각하는 정도가 상대적이기 때문이라고 생각된다. 고객이 직접 상품을 착용해 보지 못하는 온라인 상에서 진 팬츠를 구입할 때, 각각의 상품에 대한 정보가 구체적이고 정확해야 함을 시사한다고 볼 수 있다.

4. Actual conditions of product information in SPA on-line shopping mall

진 팬츠 제품에 대한 핏은 제품치수를 통해 알 수 있으므로 온라인 업체에서 제시하고 있는 타이트한 진의 제품치수를 파악하기 위하여, 조사 대상 브랜드로 선정된 UNIQLO, SPAO, 8 seconds의 온라인 몰에서 제시하는 진 팬츠의 신체 허리 치수

및 부위별 제품치수를 허리둘레 66cm(26 inch)를 기준으로 제품명에 핏을 나타내는 단어를 기준으로 3개 업체의 핏을 유형화시켜 <Table 7>에 나타냈다.

업체마다 제시하고 있는 제품 부위의 치수가 둘레나 너비를 혼용하여 사용하고 있었으므로 업체 간 비교의 용이성을 위하여 둘레로 통일하여 제시하였다. 3개 업체에서 나타난 진 제품의 여유량에 따른 핏의 차이를 파악하기 위하여, 20대 여성의 평균 치수 중에서 진 팬츠 제품치수 항목과 비교 가능한 대응 치수를 <Table 8>에 나타냈다. UNIQLO와 SPAO는 제품의 허리둘레 치수뿐만 아니라, 소비자의 신체 허리둘레 치수도 함께 표기하고 있어, 온라인 상에서의 사이즈 선택을 더 용이하게 하고 있음을 알 수 있었다. 허벅지둘레와 바짓부리둘레는 UNIQLO와 SPAO 업체는 제시하고 있었으며, 무릎둘레는 8 seconds만 제시하고 있었다. 소비자가 바지폭을 가능할 수 있는 허벅지둘레, 무릎둘레, 바짓부리둘레와 실제 다리길이와 비교하여 팬츠 길이를 확인할 수 있는 안기장, 허리선 위치의 파악 여부를 알 수 있는 총기장과 밑위길이는 핏을 파악할 수 있는 중요한 제품치수에 해당한다. 20대 여성의 평균 신체 치수 살높이가 72.7cm와 비교하여 제품들의 안기장이 74~82cm로 나타났는데, 82cm일 경우 발목부위의 폭이 좁은 제품은 발목 부위에 걸려

<Table 7> The results of the actual size conditions in UNIQLO, SPAO, 8 seconds (Unit: cm)

Region \ Brand	UNIQLO			SPAO			8 seconds					
Boby waist circ.	Ultra stretch fit		66	Jeggings fit		67	Jeggings fit		-			
Waist circ.			78.5			70			69			
Hip circ.			86.5			80			83			
Thigh circ.			51			42			48			
Knee circ.			-			-			33			
Hem-line circ.			25			-			23			
Crotch length			Front			20.5			19	20.5		
			Back			-			-	33		
In-seam length			Fabric composition C92, P6, Pu2			82			Fabric composition C76, P22, Pu2	-	Fabric composition C69, P28, Pu3	74
Out-seam length			-			-			94	94		
Boby waist circ.	Leggings fit		66	Skinny fit		67	Skinny fit		-			
Waist circ.			74.5			71			75			
Hip circ.			86.5			80			85			
Thigh circ.			51			43			49			
Knee circ.			-			-			33			
Hem-line circ.			26			-			24.5			
Crotch length			Front			20.5			19	19.5		
			Back			-			-	31		
In-seam length			Fabric composition C74, P23, Pu3			76			Fabric composition C98, Pu2	-	Fabric composition C98, Pu2	74
Out-seam length			-			-			94	94		
Boby waist circ.	Skinny fit		66	Slim fit		67	Straight fit		-			
Waist circ.			77.5			72			76			
Hip circ.			88.5			84			89			
Thigh circ.			53			42			52			
Knee circ.			-			-			35			
Hem-line circ.			-			-			27			
Crotch length			Front			19.5			18	19.5		
			Back			-			-	31.5		
In-seam length			Fabric composition C75, P23, Pu2			82			Fabric composition C97, Pu3	-	Fabric composition C97, Pu3	76
Out-seam length			-			-			91	96		

\*In the fabric composition, C: Cotton, P: Polyester, Pu: Polyurethan, R: Rayon, L: Linen

\* [ - ] means that there was no information.

길이가 길게 느껴질 수 있으므로 구매 후의 불만족도가 예상되는 부분이다. 팬츠의 다리 폭을 결정하는 허벅지둘레와 밑단둘레의 경우, 20대 여성의 평균 허벅지둘레가 54.6cm이고, 발목둘레가 23.1cm인 것과 비교하여 제품들의 허벅지부위가 42~53cm, 팬

츠 밑단둘레가 23~27cm로 나타났는데, 허벅지부위가 적게는 1.6cm, 많게는 12.6cm의 차이가 있었고, 발목부위는 0.1cm에서 3.9cm의 여유가 있는 것으로 나타났다. 또한 엉덩이둘레 평균 신체 치수가 91.4cm인 것과 비교하여 제품들의 엉덩이부위 제품치수

〈Table 8〉 Body size of Korean women in their 20s

(Unit: cm)

Region	Age	20~29 years old(n=611)		20~24 years old(n=298)		25~29 years old(n=313)	
		M	S.D.	M	S.D.	M	S.D.
Height(Stature)		160.3	5.19	160.4	5.26	160.3	5.12
Waist height		97.3	4.00	97.4	4.00	97.1	3.99
Waist height(Omphalion)		94.0	3.93	94.2	3.92	93.8	3.92
Outside leg length		99.6	4.12	100.2	4.11	99.0	4.02
Crotch height		72.7	3.62	72.9	3.60	72.5	3.63
Body rise		25.8	1.74	26.2	1.70	25.5	1.71
Waist circumference		70.0	6.07	69.5	5.89	70.5	6.19
Hip circumference		91.4	4.73	91.4	4.54	91.5	4.90
Thigh circumference		54.6	3.80	54.6	3.75	54.6	3.85
Knee circumference		34.9	1.97	34.9	1.98	34.9	1.97
Ankle circumference		23.1	1.08	23.1	1.13	23.1	1.04

Source: <http://sizekorea.kats.go.kr>

는 80~89cm로 적게는 2.4cm, 많게는 11.4cm의 차이가 나타나, 허벅지부위와 엉덩이부위의 핏에 대한 소비자 불만족도가 예상된다고 하겠다. 8 seconds는 조사 업체 중 부위별 제품치수 항목이 가장 많았고, 제품에 대한 사진도 모델의 다양한 포즈와 함께 제시되어 있으며, 무릎부위의 경우 20대 평균 신체 치수인 무릎둘레 34.9cm를 참고할 때 에이세 컨츠의 스키니 핏 무릎부위가 33cm이므로 어느 정도의 핏을 가지고 있는지, 온라인 채널을 이용하는 소비자들이 착장해 보지 않은 상태에서도 예견이 가능하여, 제품 선택 시 많은 도움을 받을 것으로 예견된다. 그러나 제품치수 측정 방법에 대한 설명이 허리둘레, 엉덩이둘레, 안기장에 한정되어 있으므로, 앞밑위길이, 뒷밑위길이 등과 같은 대다수의 소비자가 알지 못하는 치수는 제시되어 있더라도 이해하기가 쉽지 않으므로, 사진이나 그림을 이용해 추가적으로 측정 방법을 제시한다면 소비자의 이해를 도울 수 있을 것으로 판단된다.

##### 5. Degree of dissatisfaction regions depending on the type of fit

온라인에서 진 팬츠 구매 경험이 있다고 응답한 피험자를 대상으로 온라인 쇼핑몰에서 진 팬츠를 구매하였을 때 신체부위별 핏에 대한 불만족도를

살펴본 결과는 〈Table 9〉에 나타냈으며, 핏 별 불만족 비율을 나타낸 그래프는 〈Fig. 4〉와 같다. 스키니 핏의 경우, 매우 타이트하다는 응답이 모든 핏 부위에서 3.9~8.7%로 나타났고, 타이트하다는 의견은 11.0%에서 29.9%까지 나타났으며, 그 중 허벅지부위는 29.9%, 엉덩이부위 28.3%가 타이트하다고 응답한 것으로 나타났다. 스트레이트 핏도 엉덩이부위와 허벅지부위가 타이트하다는 응답이 각각 11.4%, 20.2%로 다른 부위의 응답과 비교하여 높게 나타났고, 레귤러 핏도 엉덩이부위와 허벅지부위가 타이트하다는 응답이 각각 15.8%, 26.7%로 다른 부위의 응답과 비교하여 각각 상대적으로 높게 나타났다. 이는 위에서 살펴본 제품치수와 신체치수를 비교한 것과 같은 결과로 20대 여성의 평균 허벅지둘레와 엉덩이둘레를 비교했을 때, 제품치수의 허벅지부위와 엉덩이부위가 평균 신체 치수와 차이가 많이 생길 경우, 제품 구매 후 착장 후 소비자 불만족으로 이어지고, 이는 곧 반품으로 이어질 가능성이 높을 것으로 판단된다. 따라서 신체치수보다 제품치수가 더 작을 경우, 엉덩이부위와 허벅지부위의 핏에 대한 상세하고 구체적인 설명을 표기하여 구매 과정 시 소비자가 겪을 혼란을 미연에 방지할 수 있도록 조치해야 한다고 사료된다.

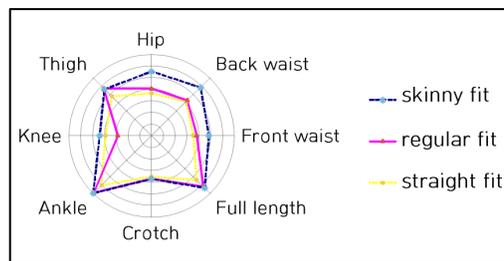
스키니 핏 문항에서 표준편차가 상대적으로 큰

<Table 9> Degree of dissatisfaction regions depending on the type of fit (Unit: %)

Fit region		Article	With wearing jeans, I felt ~					S.D.
			Very tight	Tight	Comfortable	Loose	Very loose	
Skinny fit	Front waist		6.3	16.5	66.1	10.2	0.8	.725
	Back waist		5.5	11.0	59.1	22.0	2.4	.805
	Hip		6.3	28.3	61.4	3.9	0.0	.664
	Thigh		8.7	29.9	60.6	0.8	0.0	.664
	Knee		3.9	20.5	69.3	6.3	0.0	.616
	Ankle		5.5	16.5	51.2	22.0	4.7	.894
	Crotch		4.7	18.9	74.0	2.4	0.0	.580
	Full length(short-long)		3.9	15.0	56.7	24.4	0.0	.745
Straight fit	Front waist		0.9	5.3	75.4	17.5	0.9	.534
	Back waist		0.9	6.1	71.1	17.5	4.4	.646
	Hip		0.9	11.4	74.6	12.3	0.9	.556
	Thigh		0.9	20.2	66.7	11.4	0.9	.618
	Knee		1.8	6.1	72.8	19.3	0.0	.564
	Ankle		0.0	7.0	57.9	29.8	5.3	.687
	Crotch		0.0	6.1	75.4	17.5	0.9	.507
	Full length(short-long)		0.0	6.1	62.3	31.6	0.0	.561
Regular fit	Front waist		0.0	3.3	73.3	21.7	1.7	.522
	Back waist		0.0	3.3	70.0	23.3	3.3	.576
	Hip		0.8	15.8	71.7	10.0	1.7	.600
	Thigh		1.7	26.7	60.0	10.8	0.8	.669
	Knee		0.0	5.8	80.0	12.5	1.7	.492
	Ankle		0.8	4.2	51.7	37.5	5.8	.707
	Crotch		0.8	8.3	74.2	15.8	0.8	.552
	Full length(short-long)		0.0	11.7	58.7	30.0	1.7	.663

발목부위(.894), 뒤허리부위(.805), 바지길이(.745)는 해당 부위의 핏에 대해 불만족하다고 느끼는 소비자들의 대부분이 꽉 끼거나 헐렁하다고 생각하는 소비자들이 흩어져 있어 부위별 여유량에 관한 대책이 필요하다고 볼 수 있다. 이는 하나의 옷에 부위별로 각각 다른 여유량이 필요하다고 연구한 Ashdown and Delong(1995)과 Ryu and Park(2006)의 결과와 일치한다고 할 수 있다.

<Fig. 4>를 살펴보면 스키니 핏에서의 불만족이 전체적으로 가장 높아 Do(2003)의 타이트 핏 의복의 만족도가 떨어진다는 연구결과를 지지하고 있다. 부위별 불만족은 길이 문항과 발목 부위 문항



<Fig. 4> Comparison with level of fit dissatisfaction according to regions of jeans  
 \* The more points placed outside, the larger fit dissatisfaction was.

이었으며, 특히 엉덩이와 뒤희리 문항에서는 레귤러 핏이나 스트레이트 핏보다 스키니 핏의 불만족도가 상대적으로 높게 나타나, 스키니 핏 진 팬츠의 치수 및 패턴 연구가 필요하다고 판단된다.

진 팬츠 핏의 불만족을 부위별로 조사하여 집단 간 차이에 대한 분석 결과는 <Table 10>과 같다. 스키니 핏의 경우, 신장 집단 간의 총 기장에서 유의차가 나타났으며, 160cm 미만 집단(2.88)이 160cm 이상 집단(3.21)보다 기장이 길어서 더 불만족하는 것으로 판단된다( $t=2.506, p<.01$ ). 레귤러 핏의 경우,

신장 집단 간 총기장에서 유의차( $t=2.467, p<.05$ )가 나타났고, 하의 치수 집단 간에서는 앞허리, 뒤희리, 엉덩이부위, 허벅지부위에서의 집단 간 유의차가 나타났는데, 엉덩이둘레 항목에서 하의 치수 27인치 미만 집단(3.11)은 ‘헐렁하여 불만족’이라고 느끼고, 27인치 이상 집단(2.79)은 ‘끼어서 불만족’한다는 통계적인 차이( $t=2.220, p<.05$ )가 분석되었다. 패션 관심도 집단 간에서는 밑위길이에 집단 간 차이( $t=2.630, p<.01$ )가 나타났고, 패션관심이 높은 집단(2.95)이 낮은 집단(3.22)보다 밑위길이에 더

<Table 10> Degree of dissatisfaction with height, lower-body size and fashion interest

Factor	Item	Height(cm)				T-value	Lower-body size(inch)				T-value	Fashion interest				
		x<160cm		160cm≤y			x<27 inch		27 inch≤y			Low		High		T-value
		M	SD	M	SD		M	SD	M	SD		M	SD	M	SD	
Skinny fit	F. waist	2.81	.709	2.84	.741	-.203	2.78	.783	2.88	.651	-.748	2.75	.763	2.89	.692	-1.016
	B. waist	3.11	.891	3.00	.740	.780	3.04	.882	3.05	.711	-.057	2.95	.854	3.13	.760	-1.264
	Hip	2.98	.489	3.03	.602	-1.190	2.65	.703	2.60	.620	.410	2.53	.734	2.71	.593	-1.561
	Thigh	2.81	.537	2.99	.663	.438	2.59	.626	2.47	.706	1.088	2.54	.683	2.53	.653	.129
	Knee	3.04	.550	3.13	.575	.491	2.80	.655	2.76	.572	.349	2.79	.590	2.77	.641	.164
	Ankle	3.30	.689	3.36	.690	.384	3.28	.691	3.39	.685	-.818	2.95	.789	3.11	.971	-1.046
	Crotch	3.02	.329	3.21	.591	-.690	2.71	.597	2.78	.563	-.634	2.84	.527	2.66	.611	1.830
	Full lth.	3.21	.689	2.88	.758	2.506**	2.99	.737	3.05	.759	-.497	3.12	.657	2.93	.804	1.468
Regular fit	F. waist	3.19	.491	3.24	.544	-.499	3.32	.563	3.11	.451	2.289*	3.20	.621	3.23	.425	-.321
	B. waist	3.33	.559	3.22	.587	1.036	3.40	.636	3.12	.466	2.710**	3.29	.658	3.25	.501	.423
	Hip	2.94	.561	2.97	.627	-.310	3.11	.650	2.79	.491	3.034**	3.09	.701	2.85	.475	2.266
	Thigh	2.83	.663	2.82	.678	.111	2.97	.695	2.67	.607	2.519*	2.89	.712	2.77	.632	.992
	Knee	3.13	.489	3.08	.496	.453	3.14	.535	3.05	.440	1.013	3.18	.547	3.03	.432	1.656
	Ankle	3.38	.640	3.47	.750	-.737	3.44	.713	3.42	.706	.180	3.51	.663	3.37	.741	1.081
	Crotch	3.02	.437	3.11	.618	-.937	3.10	.560	3.05	.548	.420	3.22	.599	2.95	.482	2.630**
	Full lth.	3.40	.610	3.10	.675	2.467*	3.25	.695	3.18	.630	.646	3.33	.610	3.12	.696	1.693
Straight fit	F. waist	3.11	.429	3.13	.600	-.274	3.12	.613	3.13	.436	-.129	3.07	.610	3.17	.457	-.923
	B. waist	3.21	.587	3.16	.687	.394	3.25	.680	3.11	.604	1.148	3.19	.754	3.18	.537	.015
	Hip	2.98	.489	3.03	.602	-.481	3.12	.555	2.89	.538	2.220*	3.07	.723	2.95	.341	1.151
	Thigh	2.81	.537	2.99	.663	-1.511	2.95	.649	2.87	.584	.686	2.93	.669	2.90	.573	.223
	Knee	3.04	.550	3.13	.575	-.854	3.03	.637	3.17	.466	-1.264	3.07	.640	3.12	.490	-.401
	Ankle	3.30	.689	3.36	.690	-.460	3.28	.691	3.39	.685	-.818	3.35	.731	3.32	.651	.272
	Crotch	3.02	.329	3.21	.591	-2.164*	3.10	.511	3.17	.505	-.700	3.17	.607	3.10	.399	.685
	Full lth.	3.28	.498	3.24	.605	.352	3.22	.524	3.30	.603	-.755	3.24	.547	3.27	.578	-.245

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

불만족하는 것으로 파악되었다.

스트레이트 핏의 경우, 신장 160cm 미만 집단(3.02)과 160cm 이상 집단(3.21)이 밑위길이에 대해서 불만족 수준에서의 유의차( $t=-2.164, p<.05$ )가 나타났으며, 엉덩이둘레 항목에서 하의 치수 27인치 미만 집단(3.12)은 ‘헐렁하여 불만족’이라고 느끼고, 27인치 이상 집단(2.89)은 ‘꼭 끼어서 불만족’이라고 느낀다는 통계적인 차이( $t=2.220, p<.05$ )가 나타났다. 이와 같은 결과를 살펴보았을 때 신장 집단에서는 길이 항목이, 하의 치수 집단에서는 둘레 항목과 관련된 항목에서 불만족 수준의 유의차가 발생한다는 것을 알 수 있었다. 또한 스키니 핏에서 앞허리, 뒤허리, 엉덩이둘레, 허벅지둘레, 발목둘레의 항목에 표준편차가 0.7 이상으로 나타났는데, 이는 타이트한 핏일수록 소비자 개개인이 느끼는 불만족 수준의 편차가 크다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 이는 개인이 선호하는 핏이 소비자의 신장과 체중에 따라 다르게 나타난다는 Jang(2008)의 연구와 일치한다고 볼 수 있으며, 또한 브랜드에 따라 다른 타겟의 소비자를 위해 체형을 차별화하여 맞춤새에 대한 만족도를 높여야 하며, 소비자들의 맞춤새에 대한 인식 및 선호도를 파악하여 소비자의 맞춤새 만족도를 향상시킬 수 있다고 한 Kang and Choi(2005)의 연구 결과를 지지하는 바이다.

## V. Conclusion

본 연구는 SPA 온라인 쇼핑몰을 통해 진 팬츠를 구입한 여성을 대상으로 진 팬츠 보유 및 착용 실태를 살펴보고, 신장, 하의 치수, 패션관심도에 따른 진 팬츠의 핏에 대한 소비자의 인식을 파악하여, 온라인 쇼핑몰이 가지고 있는 제품 정보 전달의 한계를 극복할 수 있는 대안을 제시하는 데 그 목적이 있다. 온라인 상에서 제시하고 있는 치수 정보를 통해 진 팬츠의 다양한 핏을 분석해 본 후, 20대 여성을 대상으로 진 팬츠 보유 현황 및 진 팬츠의 핏에 대한 소비자의 인식을 파악함으로써, 온라인 상에서 진 팬츠 제품 구입 시 소비자의 정확한 구매결정을 도와, 반품률을 줄이는 데 기여하고자 하였으며, 이를 바탕으로 20대 여성을 위한 스키니 진 팬츠 제품의 패턴 개발에 필요한 기초 자료를

제공하고자 하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 최근 1년 이내 온라인으로 팬츠 구매 경험이 있는 20대 여성 149명을 대상으로 진 팬츠 보유 현황을 조사한 결과, 전체 응답자의 90% 이상이 3벌 이상 보유하고 있다고 하였고, 94.6%가 일주일에 한번 이상 진 팬츠를 착용한다고 하였으며, 15.5%가 거의 매일 착용한다고 응답하여 진 팬츠가 개인의 의복생활에 중요한 부분을 차지하고 있음을 알 수 있었다. 진 팬츠 핏 별 보유에 대해 하의 치수 27인치 이상인 집단이 전체 진 팬츠 보유 개수와 레귤러 핏 보유 개수가 더 많았으며, 패션관심도가 높은 집단이 전체 진 팬츠와 스키니 진을 더 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 구매 이유로는 나에게 편한 핏이라서 구매했다는 응답이 가장 많았고, 요즘 유행하는 핏이라는 응답이 그 다음으로 핏에 대한 요인이 가장 강하게 작용하는 것으로 분석되었다.

둘째, 스키니 진 착용 경험 및 진 팬츠 핏에 대한 소비자의 지각 정도를 분석한 결과, 스키니 핏의 진 팬츠를 입어 본 경험은 응답자의 97.3%로 나타났다. 스키니 핏은 92.6%가 정답을 선택해 업체가 제시한 스키니 핏에 대해 정확하게 인지하고 있음을 알 수 있었으나, 스트레이트 핏은 51.7%, 레귤러 핏은 56.4%만 정답을 선택해 절반 정도의 소비자만 인지하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이는 요즘 유행하는 스키니 핏으로 인해 많은 업체가 스키니 핏의 제품을 주로 판매하고 있으므로, 스트레이트 핏과 레귤러 핏의 제품에 대한 노출이 상대적으로 적어서 발생한 것으로 사료된다. 진 팬츠 핏의 지각 수준에 따라 집단 간 차이가 발생하는지에 대해 *T-test*를 실시한 결과, 신장과 패션관심도에 따라서는 집단간 지각 수준에 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 하의 치수 집단에서는 27인치 이상 집단이 스트레이트 핏을 더 잘 인지하는 것으로 나타났다.

셋째, 진 팬츠 제품에 대한 핏은 제품치수를 통해 알 수 있으므로, 온라인 업체에서 제시하고 있는 타이트한 진 26인치의 제품치수를 조사한 결과, 허벅지부위의 제품치수가 42~53cm에 비하여 20대 여성 평균 허벅지둘레는 54.6cm로 1.6~12.6cm 정도 제품치수가 작았으며, 엉덩이부위 또한 제품치수는

80~89cm에 비하여 평균 엉덩이둘레는 91.4cm로 2.4~11.4cm 정도 제품치수가 작게 나타났다. 진 팬츠 구매 후 신체부위별 핏에 대한 불만족도를 살펴본 결과, 스키니 핏에서 허벅지부위는 29.9%, 엉덩이부위 28.3%가 타이트하다고 응답하였으며, 스트레이트 핏과 레귤러 핏도 엉덩이부위와 허벅지부위가 타이트하다는 응답이 각각 15.8%, 26.7%로 다른 부위의 응답과 비교하여 각각 상대적으로 높게 나타났다. 스키니 핏의 경우, 160cm 미만 집단이 기장이 길어서 더 불만족하였으며, 레귤러 핏과 스트레이트 핏의 경우, 엉덩이둘레 항목에서 하의 치수 27인치 미만 집단은 헐렁하여 불만족이라고 느끼고, 27인치 이상 집단은 끼어서 불만족하는 것으로 나타났다.

결론적으로 20대 여성 소비자들은 유행하는 스키니 진 팬츠 제품을 가장 많이 소유하고 있었고, 업체가 제시하는 진 팬츠의 핏에 대해서도 노출이 많이 된 스키니 핏을 가장 정확하게 인지하고 있었으며, 신장 집단에서는 길이 항목이, 하의 치수 집단에서는 둘레 항목과 관련된 항목에서 불만족 수준의 유의차가 발생한다는 것을 알 수 있었다. 이는 핏이라는 개념 자체가 개인의 신체 유형에 따라 여유량을 지각하는 정도가 상대적이기 때문에, 더욱 세분화되고 다양해진 핏의 정보를 효과적으로 전달하는 것이 중요하다는 것을 말해준다. 따라서 실제로 옷을 입어보고 구매하지 못하는 온라인 채널에서는 제품 사이즈 및 핏에 대한 시각적인 정보만으로 제품을 구매하는데 애로를 겪을 것이며, 구매 후에도 불만족으로 인한 반품률이 예상된다. 반품은 업체나 소비자 모두에게 시간적·경제적 손실을 동반하게 되므로, 그 해결 방안으로 온라인 상에서의 진 팬츠 제품 구입시 온라인 쇼핑몰이 가지고 있는 제품 정보 전달의 한계를 극복할 수 있도록 제품치수 설정 및 치수 정보 제시에 좀 더 객관적이고 시각적인 추가 정보 제시가 필요하다고 사료된다. 위와 같은 연구는 20대 여성 소비자를 타겟으로 하는 의류 업체에게, 업체에서 제시하는 진 팬츠 치수 제시 방법과 핏 전달방식을 개선하는데 필요한 기초정보를 제공하여 반품률을 줄이게 하는 데 일조를 할 수 있을 것이다. 소비자에게는 합리적인 구매 활동을 도와 구매 후의 만족도를 제

고시킬 수 있을 것이다. 본 연구의 제한점은 특정 제품을 선정하여 비교 분석하였고, 20대 여성을 대상으로 서울과 경기도 한정하여 설문대상자를 추출하였으므로, 연구 결과를 일반화하는데 신중을 기해야 한다는 것이다.

## References

- Arvin, R., & Bruggen, G. H.(2005). Opportunities and challenges in multichannel marketing: Introduction to the special issue. *Journal of Interactive Marketing, 19*(2), 5-11.
- Cho, N. H.(2003). Internet shoppers' dissatisfaction and complaining behavior. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Choi, J. Y.(2004). Consumer multichannel choice behavior in the information search and purchasing stages. *Journal of Consumer Studies, 15*(4), 103-120.
- Choi, J., & Do, W. H.(2008). A study on the actual wearing conditions and fit preferences of boot-cut jean -Focus on adult women in their 20's and 30's-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 32*(2), 271-283.
- Choo, H. J., Nam, Y. J., Lee, Y. R., Lee, H. K., Lee, S. J., Lee, S. E., Jang, J. I., Park, J. H., Choi, J. W., & Kim, D. Y.(2012). Domestic research trends in IT fashion. *J. Kor. Soc. Cloth. Ind., 14*(4), 614-628.
- Comfortable 'jeggings' is general trend now! *Naver Newsis*, (2013, Mar 05), from <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=003&aid=0005012045>
- Do, W. H.(2003). A study on lower body type of adult males for tight-fit slacks pattern making. *Korean Journal of Human Ecology, 12*(4), 559-570.
- Fair trade commission, "for the wrong product information, to impose penalty max. 26 billion won". *Naver Newsis*, (2012, May 20) from <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec>

- &sid1=101&oid=003&aid=0004509931  
Getting slim in 450-50s... to change of body shape. *Hankyoreh*, (2013, Mar 06) from [http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/576798.html](http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/576798.html)
- Geyskens, I., Gielens, K., & Dekimpe, M.(2002). The market valuation of internet channel additions. *Journal of Marketing*, 66, 102-111.
- Jang, S. E.(2008). A study on sizing system and preferable ease in a men's dress shirt for virtual mass customization system. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(1), 99-109.
- Jung, J. E., & Nam, Y. J.(1999). A study on the degree of satisfaction of body cathexis and ideal body shape of 18 to 25 year-old women. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 23(1), 159-169.
- Kang, Y. S.(2012). An analysis of the preferred ease of torso sloper by body size. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(1), 112-125.
- Kang, Y. S., & Choi, H. S.(2005). Characteristics to ensure optimum ease in men's business jackets. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(1), 91-102.
- Key-word searching, key word: "skinny jeans". *Wikipedia*, (2013, Jun 21), from [http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%8A%A4%ED%82%A4%EB%8B%88\\_%EC%A7%84](http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%8A%A4%ED%82%A4%EB%8B%88_%EC%A7%84)
- Kim, H. A., & Chun, J. S.(2004). A study on the slacks fit and perception of lower body fitness of women in 20's. *The Research Journal of the Costume Culture*, 12(4), 638-647.
- Kim, J. H.(2010). Study on consumer's complaints behavior and information search behavior according to return factors of the internet fashion mall. *J. Kor. Soc. Cloth. Ind.*, 12(6), 745-754.
- Kim, J. H., & Shin, Y. S.(2004). The effect of flow and typicality on consumer stickiness and loyalty in the internet shopping mall. *Journal of Korean Marketing Association*, 6(1), 17-42.
- Kim, J. Y.(2013). The effect of UNIQLO's online and offline brand images on the purchase intention as a multichannel brand. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(1), 42-56.
- Kim, S. Y., & Nam, Y. J.(2012). A study on establishing of fit test conditions for slacks. *J. Kor. Soc. Cloth. Ind.*, 14(3), 454-464.
- Kim, Y. W.(2001). Fitness and problems of ready-to-wear garment in collegians. *Korean Journal of Human Ecology*, 10(1), 93-100.
- Lee, E. Y.(2013). Development of job training program for technical designers. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Lee, J. W.(2005). A study on the development of model for measuring fashion brand equity -Focused on jeans brands-. Unpublished doctoral dissertation, Sangmyung University, Seoul, Korea.
- Low price jeans faze Levi's, *Hankyung E-today*. (2012, Dec 05), from <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012120424301>
- More bigger 'Ultra SPA' this year. *Fashion channel*, (2013, Feb 20) from <http://www.fashionchannel.co.kr/main/bbs.php?table=inews&query=view&uid=28179>
- Nakazawa, S.(1999). *의복과 체형* [Clothing & body shape]. (Na, M. H., & Kim, J. S., Trans.). Seoul: Yehaksa. (Original work published 1996).
- Park, N. R., & Park, J. O.(2009). Purchasing behavior and evaluative criteria of jeans consumers. *The Research Journal of the Costume Culture*, 17(4), 548-560.
- Report of the change about Korean body shape. *Size Korea*, (2010) from [www.sizekorea.kats.go.kr/](http://www.sizekorea.kats.go.kr/)
- Return rate, high percentage in fashion, low in computer and electronic home appliances. *Money Today*, (2003, Aug 12) from <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=008&aid=0000310003>
- Ryu, S. A., & Park, K. S.(2006). Appropriate ease of men's snow-board lower wear. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(4),

- 582-594.
- Shim, B. J.(1999). *의복과 환경*. Seoul: Kyomunsa.
- Shim, B. J., Suh, C. Y., & Yoo, H.(2005). A study on the functionality of engineered jean pants according to pattern analysis and clothing evaluation. *Journal of Fashion Business*, 9(4), 145-160.
- SPAO online shopping mall, from <http://www.spao.com/>
- UNIQLO online shopping mall, from <http://www.uniqlo.kr/display/displayShop.lecs?storeNo=22&siteNo=9&displayNo=UQ1A01A01&displayMallNo=UQ1>
- Women agonized about lower abdomen. *Chosun media*, (2013, Jun 17) from <http://fashion.chosun.com/>
- 2012 SPA fashion market report, *Samsungdesignnet*. (2012, Sep 03), from <http://www.samsungdesign.net/>
- 8 seconds online shopping mall, from <http://www.8seconds.co.kr/app.exhibit.CategoryAction.getCategoryMain.top>
- ‘Music bank’ Girls’ generation, skinny jeans + crop tee. *Financial News*, (2013, Jan 04) from <http://star.fnnews.com/news/index.html?no=157326>