

남성복 업체의 치수체계 실태에 관한 연구

이 해 영 (배화여자대학 의상과 강사)

최근의 의류산업은 생산자 중심에서 소비자 중심으로 변화함에 따라 소비자의 욕구를 충족시키는 제품의 설계와 생산에 관심이 집중되고 있다. 특히 신체치수의 적합성은 기성복에 대한 소비자 만족도의 중요한 요인이므로 소비자의 체형 특성을 적절하게 반영시킨 치수체계의 필요성은 매우 크다고 볼 수 있다. 그러나 현재 의류업체에서 생산되는 제품의 치수범위 및 분류 호칭은 제조업체에 따라 다르고 기준규격의 공통성이 결여되어 있어 소비자가 자신의 체형에 적합한 제품을 구입하는 데 어려움을 겪는 것이 사실이다. 특히 남성복의 경우 근래들어 더욱 다양화, 전문화되어 가고 있으나 구매시 치수에 대한 불만족과 함께 수선경험은 계속적으로 증가하고 있는 실정이다

그러므로 본 연구는 남성복 각 브랜드의 치수 계획시 활용도가 높으며, 또한 소비자가 쉽게 이해할 수 있는 치수체계 설정을 위해 남성복 업체를 대상으로 하여 현행 제품의 치수체계 실태를 설문조사하여 분석하였다.

조사는 2002년 7월 1일부터 2002년 7월 20일까지였으며 총30개 업체의 56개 브랜드를 대상으로 조사 분석하였다.

치수 호칭 방식은 전체 의류 아이템에서는 현행 KS 규격의 사용 빈도가 가장 높았고, 생산 사이즈의 개수를 분석한 결과는 소비자 타겟에 따라 아이템에 따라 2개에서 35개까지 매우 다양하였다. 기본 신체부위의 치수 간격은 가슴둘레와 허리둘레, 엉덩이둘레는 모두 3cm, 신장의 경우는 5cm 간격으로 설정되어 있는 것으로 나타났다. 수선비율을 조사한 결과 바지길이 등을 완성하지 않고 판매하는 탓에 전체 응답자의 86.3%에 달하는 44개 브랜드에서 수선비율이 91% 이상이라고 응답하였다. 수선빈도가 높은 곳은 상의의 경우 소매길이 줄임이 가장 높았고, 하의는 바지길이 줄임이 가장 높아 비교적 수선이 용이한 부위의 수선 빈도가 높은 것을 알 수 있었다. 치수 전개시 신체치수 범위를 분석한 결과 상의의 치수편차가 가슴둘레는 최저 8cm, 최고 20cm의 차이를 보이고, 허리둘레는 17cm와 19cm의 편차를 보이는 것을 알 수 있으며, 하의의 경우 허리둘레 최저 범위 편차는 15cm, 최고 범위는 19cm로 나타났다. 엉덩이둘레는 29cm, 37cm에 이르러 브랜드마다 생산되는 치수범위의 설정과 그 편차에 상당한 차이가 있음을 알 수 있었다.

본 연구결과에 의하면 브랜드간 사용하는 치수표기방식, 호칭개수, 치수간격, 치수범위, 수선비율, 수선내용 등에 큰 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다.