

## 남성 트렁크 팬티용 문양의 감성 연구

### An emotional study on the pattern of men' s trunk pants

권영아, 공진희

신라대학교 패션산업학부

#### ABSTRACT

남성 속옷은 신체 보호의 기능이 중요하지만 운동이나 거실 생활에서 속옷노출이 일반화 됨에 따라 개성과 이미지를 표현할 수 있는 패션 아이템으로 변화되고 있는 실정이다. 따라서 남성 속옷 시장에서 소비자가 원하는 감성과 이미지를 파악하고 소비자가 선호하는 감성요구에 부합하는 소재 특성이 데이터베이스로 만들어져 소비자가 원하는 속옷 제품개발이 이루어지는 시스템의 구축이 필요하다. 본 연구에서는 남성용 속옷 문양디자인 개발을 위한 목적으로 남성 트렁크 팬티용 문양의 감성 이미지를 파악하고자 하였다. 본 연구를 위하여 시판하는 트렁크 팬티 중 문양의 형태 및 크기, 색상을 달리한 50 종을 수집하였고, 이중 25 종의 트렁크 팬티용 문양 이미지에 대한 주관적 감성평가를 2009 년 4 월 부산지역에 거주하는 20 대 남녀 22 명을 대상으로 실시하였다. 주관적 감성평가를 위해 직물 문양 선호도에 관한 선행연구를 바탕으로 빈번하게 출현되는 26 개의 감성 형용어를 추출하였다. 감성 형용어를 7 점 척도로 문항화하여 설문지를 구성하고 설문지와 함께 25 종의 팬티 자극물을 보고 평가하도록 하였다. 수집한 자료의 통계분석을 위해 SPSS Win 12.0 을 사용하여 빈도분석, 카이제곱 검정, 요인분석, 분산분석, 사후분석을 실시하였다. 본 연구결과 남성용 트렁크 팬티의 문양에 관한 감성 형용어는 '고급성', '활동성', '단순성', '호화성', '성숙성'의 요인으로 요약되었으며, 문양의 고급 감성 및 활동적 스타일이 트렁크 팬티 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 트렁크 팬티의 색상 및 문양 유형이 선호도에 중요한 영향을 미치는 변수로 나타났는데, 남성 트렁크 팬티에 사용될 수 있는 무채색 계열의 고급스러우면서 단순한 도형 문양 디자인의 개발이 필요하다고 하겠다.

*Keyword:* 트렁크팬티, 문양, 선호도, 감성

#### 1. 서론

생활수준의 향상으로 라이프스타일이 변화되면서 소비자 욕구도 다양화되고 있다.

이러한 현상은 속옷의 구매와 사용에도 영향을 미치고 있다. 속옷은 신체를 보호하는 중요한 기능을 가지고 있지만, 속옷노출이 유행되면서

속옷의 기본역할이 패션으로 바뀌고 있고 더 나아가 개성을 나타내고, 자기만족의 욕구를 충족시키는 도구로 활용되고 있다.

의류 산업분야에서 텍스타일 디자인의 비중이 커지고, 과거에 비해 소비자들은 안전성, 경제성 등과 같은 실용성만을 더 이상 요구하지 않게 되었다. 소비자는 보다 품질이 우수하고 선호하는 감성에 맞는 것을 찾게 되면서 생산자는 여기에 맞는 상품을 개발, 생산해야 하는 시대가 되었고 이러한 상황은 감성이 새로운 개념으로 주목 받는 계기가 되었다. 이러한 텍스타일 디자인에 관한 선행연구들을 살펴보면, 소비자 감성에 기반한 텍스타일 디자인 예측 모델 개발을 목적으로 한 연구는 미흡한 실정이다.

생활 향상의 영향으로 자신의 개성을 추구하고자 하는 소비의식의 변함에 따라 속옷시장은 가격, 디자인, 연령으로 세분화, 다양화와 함께 시장의 규모도 커지고 있다. 이 속옷시장의 경쟁이 치열해지면서 각 브랜드들은 차별화에 전력을 두고 있고 경쟁이 심화되면서 변화되고 과거처럼 실용성에 중점을 두기 보다는 이미지를 강조하는 추세로 전환되고 있다.

오늘날 소비자들은 속옷의 소비를 통해 자신의 개성과 이미지를 나타내고자 한다. 따라서 속옷시장은 소비자가 원하는 감성과 이미지를 위해서는 원하는 가격, 디자인, 연령대로 잘 파악하고 소비자의 심리욕구에 맞는 속옷시장을 형성시키는 중요한 역할이 뒷받침 되어야 한다.

소비자의 감성 요구에 부합하는 속옷상품개발과 텍스타일 디자인을 위해서는 소비자의 감성이 파악되어야 하고, 이것을 제품개발에 반영되도록 하는 노력이 요구된다.

따라서 본 연구에서는 남성 트렁크 팬티용 문양디자인 개발을 위한 목적으로 성인 남녀의 성별 트렁크 팬티 선호도와 트렁크 팬티용 문양의 감성 이미지를 파악하고자 한다.

## 2. 연구방법

### 2.1 측정도구

자극물 선정을 위해 2009 년 현재 서울, 경기, 부산에 위치한 언더웨어인 비비안, 트라이엄프, 엘르등의 매장에서 시판하는 날염, 선염 트렁크 팬티 50 종을 구매하여 문양의 종류와 크기 색상에서 차이를 나타내는 25 종을 감성 평가에 사용하였다. 본 연구를 위해 설문지를 사용한 면접법을 이용하였으며, 측정도구는 팬티 선호도에 관한 10 문항, 인구 통계적 변인 10 문항, 남성 트렁크 팬티용 문양의 감성에 관한 26 문항으로 구성하였다.

### 2.2 감성 측정 및 감성 형용사 추출

주관적 감성평가를 위해 남성 트렁크 팬티 구입시 고려하는 감성을 조사하였으며, 선호하는 감성형용어의 빈도가 높은 것을 선별하여 최종적으로 '깨끗한', '심플한', '유아적인', '내추럴한', '평범한', '재미있는', '단순한', '화려한', '세련된', '젊은', '남성스러운', '나이든', '고급스러운', '화사한', '칙칙한', '시원한', '귀여운', '점잖은', '섹시한', '독특한', '둔탁한', '부드러운', '실내에서 보여질 수 있는', '따뜻한', '활동적인', '좋은' 등 26 개의 감성형용사를 추출하였다.

### 2.3 조사방법

본 조사는 부산시에 거주하는 20 대 남녀 22 명을 조상대상으로 2009 년 4 월~5 월 한달 동안 25 종의 트렁크 팬티 자극물을 설문지와 함께 제시하여 자극물을 보고 만지면서 느끼는 감성에 대하여 평가하게 하였다.

## 2.4 통계분석

자료분석은 SPSS 12.0 for Windows 패키지를 이용하여 빈도분석, 요인분석, t-검정, 교차분석, 카이제곱 검정, 요인분석, 분산분석, 사후분석을 실시하였다.

## 3. 결과

본 연구 결과는 다음과 같다.

### 3.1 트렁크 팬티 선호도

조사대상자의 남성은 트렁크 팬티(42%) 형태를 삼각팬츠(25%) 형태에 비해 더 선호하는 것으로 나타났는데, 트렁크 팬티의 선호이유 중 조사대상자의 70%이상이 활동하기 편하기 때문이라고 응답하였다. 조사대상자는 트렁크 팬티 선택 시 디자인 요소 중 스타일, 소재, 색상 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 선호하는 브랜드는 CK 로 선호하는 이유는 제품의 품질과 디자인 때문인 것으로 나타났다. 가장 선호하는 문양으로 도형이, 선호 색상으로는 검정색, 선호 소재로 면, 착용하는 사이즈는 95 호~100 호가 로 나타났다.

### 3.2 성별 트렁크팬티에 대한 선호도

성별 트렁크 팬티의 선호도는 디자인 요소 고려 순위 및 색상에서만 차이가 있는 것으로 나타났다. 트렁크 팬티의 디자인 요소 중 조사대상 남성의 67%는 스타일을, 조사대상 여성의 86%가 소재가 각각 가장 중요하다고 응답하였다. 색상 선호도에서는 남성은 검정색의 빈도가 높은 반면, 여성은 흰색 선호도가 높은 것으로 나타났다.

### 3.3 트렁크 팬티 문양의 감성 요인

트렁크 팬티 문양에 대한 감성 형용어는 '고급성', '활동성', '단순성', '호화성', '성숙성' 의 5 가지 요인으로 요약되었다. 트렁크 팬티 소재의 모든 감성요인은 트렁크 팬티의 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다.

## 4. 결론

본 연구 결과, 20대 남성은 활동하기 편하기 때문에 트렁크 팬티를 선호하며, 품질과 디자인, 색상을 중요하게 생각한다. 삼각형태의 면 팬티에 주로 사용되는 흰색보다는 트렁크 팬티의 색상은 검정색으로, 소재는 면 또는 면혼방으로 제작되어야 할 것이며, 겉옷의 착용 형태에 영향을 주지 않도록 피트 되면서 활동하기 편한 트렁크 팬티 스타일 개발이 필요하다.

트렁크 팬티의 감성 형용어는 '고급성', '활동성', '단순성', '호화성', '성숙성'의 요인으로 요약되었으며, 트렁크 팬티의 고급 감성 및 활동성이 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 트렁크 팬티의 색상 및 문양은 선호도에 중요한 영향을 주는 것으로 나타났으므로 무채색 계열로 고급스러우면서

단순한 도형 문양 디자인이 필요하다고 하겠다.

### 참고문헌

- [1] 김지연. (2008). 요가복 사용실태와 전통문양활용 요가복 선호도 조사, *한국의류산업학회지*.
- [2] 유현정, 김민자. (2009). 문양 이미지에 관한 연구 [1] -문양 이미지 포지셔닝 기준 개발을 중심으로-, *복식*.
- [3] 최진희, 박현정. (2005). 남성의 내의류 구매 실태 및 디자인 선호도 연구 - 20~60대 남성을 중심으로, *대한가정학회지*, 43 (6), 133- 144.