

Garment Label과 소비자관심에 관한 연구

林 淑 子
梨花女子大學校 衣類織物學科

Study of Consumer's Interest in Garment Label

Sook ja Lim

Dept. of Clothing & Textiles, College of Home Economics, Ewha Women's University

Abstract

This study was designed to find out consumer's interest in garments label and to help home economists make interest for the further study in relation between producers and consumers as gap bridger.

The questionair method was used to obtained the data which was made by a result of self-administered questionair. A size of random sample for this research was 364 subjects.

The study found the following:

- (1) Most of consumers are relatively interested in garments label. The most concious age level was woman of fourty.
- (2) The most interest factor was label of size, price, fiber contents, brand name, directions and precautions on proper use and care.
- (3) The order of complaining item after washing was change of size, and color, seam pucker, deformation of collar, and button.
- (4) Most of consumers do not follow the direction when they clean their garments.
- (5) The respondents seem to be not understand the garment's informative label.

I. 서 론

격동하는 사회변천에 발맞추어 의류수출도 급격히 늘어나고 새로운제품의 양적 생산도 증가하고 봉제기술도 발달하여 국내에서 시판되고 있는 의류메이커도 105개¹⁾나 되고 있다. 이와 같이 사회가 변화함에 따라 소비자의 선택범위는 넓어졌고 소비자의 기호선택을 위하여는 바람직한 일이나 구입품을 결정하는때는 여러가지 어려움이 수반되었다. 그 이유는 기술의 발달로 눈으로는 섬유의 정확한 판별이 용이하지 못한 경우가 있기 때문이다. 그러므로 이지적인 소비품목의 선택은 현대과학에 있어서 모든 사람에게 당면하는 문제이다. 이런 문제 해결을 위하여 구미선진국에

서는 소비자 보호운동이 활발하여 소비자에게 상품의 비교 판단 지식을 높여주면서 동시에 생산자에게는 강력한 규제조치를 취하고 생산자의 과잉선전을 막으므로써 소비자 보호에 앞장서고 있다.²⁾

우리나라의 경우는 1960년대에 비로서 소비자보호운동이 시작됐으며³⁾ 전국주부교실 중앙회에서는 상품조사부, 식료품부, 의류부, 교육연구부, 환경문제부로 나누어 주로 인체에 영향을 직접적으로 주는 식품에 대하여서 강력한 규제 조를 취하고 있다.

국내의 경우 소비자를 보호하기 위한 의류제품 표시를 보면 고급기성복의 경우 4개의 표시가⁴⁾ 있으나 값싼 기성복의 경우는 표시방법이 충실히 되었지 않은 상태이며 소비자는 제품표시에 대한 이해부족으로 관리면에 착오를 일으켜 의복세탁후 변형이라든가 탈색과

같은 문제를 초래하게 됨으로써 의류비의 손실을 가져왔다.

이에 본인은 소비자에게 의류제품 표시에 대한 중요성을 인식시키고 동시에 제품표시의 문제점과 해결책에 대하여 알아 보고자 한다.

II. 연구의 목적

소비자들의 의류제품표시에 대한 관심도를 알아 봄으로써 제품표시의 중요성을 재확인시키는 것이 제일의 목적이며, 둘째로는 취급표시의 이용도를 알아봄으로써 의류관리상의 문제점을 파악개선하여 합리적인 의생활 추구에 그 목적이 있고, 끝으로 가정대학의 의류직물학은 생산자와 소비자의 중간적인 입장에 서서 생산자와 소비자 상호간의 문제해결에 절대적인 존재라는 것을 의류직물 전공하는 사람에게 재확인시키는데 그 목적이 있다.

III. 연구방법

A. 조사대상

조사대상은 364명을 무작위표집하였으며 피험자의 연령은 10대가 101명 20대가 100명 30대가 64명 40대가 78명 50대가 12명 60대 이상이 9명이었고 교육별로 보면 무교육이 5명 국민학교졸업이 26명 중학교졸업이 66명 고등학교졸업이 96명 대학교 이상이 171명이었다. 수입별로 보면 월수입이 5만원에서 50만원 이상까지 포함됐고 5만원 이상은 57명, 10만원 이상은 17명 15만원 이상은 24명, 20만원 이상은 19명, 25만원 이상은 6명, 30만원 이상은 28명, 35만원 이상은 59명, 40만원 이상은 68명, 50만원 이상은 66명이었고 무응답은 20명이었다.

B. 연구기간 및 방법

조사기간은 1978년 4월부터 1978년 9월말까지 실시하였으며 예비조사는 3월에 시행하여 질문지사항에 의심나는 점이나 첨가해야 할 부분을 검토분석한 후 수정하여 본연구에서 사용한 설문을 사용하였다.

연구방법은 문헌조사와 소비자들과의 면담을 통하여 질문지를 작성하였고 질문지는 순위지적법, 2항선택법, 선다형법을 각문항의 성격에 따라 적용하였으며, 피험자의 정확한 의도를 알아보기 위하여 이윤률 간단히 기입할 수 있도록 하였다.

C. 연구의 한계

본 연구의 표집대상이 제한되었으므로 한계점을 참작하여 본연구결과의 확대해석은 신중을 기해야 할 것이다.

IV. 문헌적배경

A. 섬유제품표시법의 공포와 실시에 대한 역사적 배경(History of Textile Legislations & Trade Practice Rules)

① 미국

섬유제품의 소비자를 위한 정보(information) 요구는 1930년에 국회에 제출되었으나 통과되지 않았고⁵⁾ 1939년에 The Wool Products Labeling Act가 제정되었으며 효력발생은 1941년부터 이루어졌었고 1951년에 The Fur Products Labeling Act가 제정되어 1952년부터 효력이 발생됐다. Flammabe Fabrics Act of 1952년에, Textile Fiber Products Identification Act of 1958년에 각각 제정되어 Flammable Fabrics Act는 1954년부터 모든 섬유에 품질표시에 대한 법은 1960년부터 실시되었다.^{6,7)}

② 우리나라

국내 공산품관리법은 1967년 3월에 제정되었고 섬유제품의 품질표시는 1969년 10월 3일에 시행되었다.⁸⁾

B. 품질표시의 기준

품질표시를 하는 이유는 ① 생산품을 동일시키고 ② 생산품을 판매하는데 있어서 상인에게 도움을 주기 위하여 ③ 소비자의 이지적인 비호선택을 위하여⁹⁾ 필요하며 품질표시의 기준은 ① 성분표시 ② 성능표시 ③ 규격 표시 ④ 용도표시 ⑤ 취급표시(direction & precautions on proper use & care)^{10,11)}로 되어있고 여기에 덧붙여서 회사명칭이 첨가되어야 한다.

C. 품질표시의 방법(Types of labels)

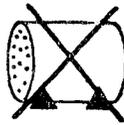
조직섬유가 한가지일 경우 모두 100%로 표시하고 조직섬유가 두가지 이상일 경우는 원칙으로 백분율 표시를 해야 하며 혼용율이 계산이 어려울 때는 혼용율이 큰 순서로 하기로 되어 있다.¹²⁾ 또한 직물의 경우는 벨마다(belt or roller) ① 성분을 인쇄하거나 ② 피륙가장자리(selvage)에 인쇄하거나 아니면 그대로 붙이거나 하고 ③ 꼬리표(hand tag)를 붙일수도 있으며 영구적인 보존을 위하여 직접 직조할수도 있다. 그러나 의복의 경우는 ① 실로 꼬리를 만들어 끼우는(hand

tag) 방법과 솔기에 기계로 스넛치하는(machine stitch) 방법이 있다.¹³⁾

D. 섬유제품 취급상의 기호표시
① 미 국¹⁴⁾

Sure Care Symbols

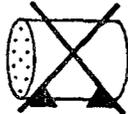
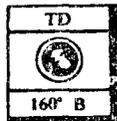
Follow these symbols to WASH or DRY-CLEAN and IRON your clothes or home furnishings with satisfactory results. Look for the labels with these simple guides to happier washdays.

 you may wash by machine or by hand.	B use bleach carefully  do not use bleach	 you may dry clean	 do not dry clean
 wash by hand	 do not wash	 may be ironed	 do not iron
RECOMMENDED WASH TEMPERATURES: 160° hot water with any soap or detergent 120° medium hot water with any soap or detergent 105° warm water with mild soap or mild detergent CW use cold water; it lessens the danger of staining and shrinkage WS wash separately; it lessens the danger of staining and shrinkage		H hot iron M medium hot iron C cool iron S steaming iron L little or no ironing	

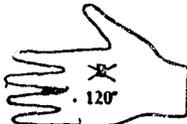
TD you may tumble dry
DD drip dry
DR dry rapidly. (for example, remove excess moisture between towels)

LD hang on line to dry
DF dry flat

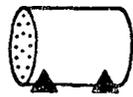
HERE ARE HOW THESE SYMBOLS MIGHT LOOK ON LABELS. WHAT THEY TELL YOU.



Wash by machine or by hand in hot water with any soap or detergent. Use bleach carefully. Tumble dry. Do not dry clean. Iron with hot iron.



Wash by hand in warm water with any soap or detergent. Do not bleach. Dry clean. Little or no ironing.



Wash by hand in lukewarm water with mild soap or detergent. Do not bleach. Dry rapidly. Dry clean. Do not iron.

Courtesy of National Retail Merchants Association

CONSUMER CARE GUIDE FOR APPAREL¹⁵⁾

		WHEN LABEL READS:	IT MEANS:
MACHINE WASHALBE	Machine wash		Wash, bleach, dry and press by any customary method including commercial laundering and dry cleaning
	Home launder only		Same as above but do not use commerical laundering
	No Chlorine Bleach		Do not use chlorine bleach. Oxygen bleach may be used
	No bleach		Do not use any type of bleach
	Cold wash Cold rinse		Use cold water from tap or cold washing machine setting
	Warm wash Warm rinse		Use warm water or warm washing machine setting
	Hot wash		Use hot water or hot washing machine setting
	No spin		Remove wash load before final machine spin cycle
	Delicate cycle Gentle cycle		Use appropriate machine setting; otherwise wash by hand
	Durable press cycle Permanent press cycle		Use appropriate machine setting; otherwise use warm wash, cold rinsenand short spin cycle
Wash separately		Wash alone or with like colors	

		WHEN LABEL READS:	IT MEANS:
NON-MACHINE WASHING	Hand wash		Launder only by hand in luke warm (hand comfortable) water. May be bleached. May be drycleaned
	Hand wash only		Same as above, but do not dryclean
	Hand wash separately		Hand wash alone or with lik colors
	No bleach		Do not use bleach
	Damp wipe		Surface clean with damp cloth or sponge
	Tumble dry		Dry in tumble dryer at specified setting high, medium, low or no heat
	Tumble dry Remove promptly		Same as above, but in absence of cool-down cycle remove at once when tumbling stops
Drip dry		Hang wet and allow to dry with hand shaping only	

HOME DRYING	Line dry	Hang damp and allow to dry
	No wring No twist	Hang dry, drip dry or dry flat only. Handle to prevent wrinkles and distortion
	Dry flat	Lay garment on flat surface
IRONING OR PRESSING	Block to dry	Maintain original size and shape while drying
	Cool iron	Set iron at lowest setting
	Warm iron	Set iron at medium setting
	Hot iron	Set iron at hot setting
	Do not iron	iron or press with heat
	Steam iron	Iron or press with steam
MISCELLANEOUS	Iron damp	Dampen garment before ironing
	Dry dean only	Garment should be drycleaned only, in cluding self-service
	Profssionally dry dean only	Do not use self-service drycleaning
	No dryclean	Use recommended care instructions. No drycleaning materials to be used.

This care Guide was produced by the Consumer Affairs Committee, American Apparel Manufacturers Association and is based on the Voluntary Guide of the Te tile Industry Advisory Committee for Consumer Interests. *The American Apparel Manufacturers Association, Inc.*

② 우리나라¹⁶⁾

◇ 물세탁 방법	
기호·번호	뜻
	삼을 수 있음. 세탁기에 의하여 세탁할 수 있음(손으로 따는 것도 가능). 洗劑의 종류에 제한을 받지 않음.
	물의 온도 60°C 이하의 세탁기에 의하여 세탁할 수 있음(손으로 따는 것도 가능). 洗劑의 종류에 제한을 받지 않음.
	물의 온도 40°C를 표준으로 하여 세탁기에 의하여 세탁할 수 있음(손으로 따는 것도 가능). 洗劑의 종류에 제한을 받지 않음.
	물의 온도 40°C를 표준으로 하여 세탁기에서 약하게 세탁. 손세탁도 할 수 있음. 洗劑의 종류에 제한을 받지 않음.

	물의 온도 30°C를 표준으로 하여 세탁기에서 약하게 세탁 또는 손세탁도 할 수 있음. 洗劑는 中性洗劑를 사용함.
	물의 온도 30°C를 표준으로 약하게 손세탁을 할 수 있음 (세탁기 사용불가). 세제의 종류는 中性洗劑를 사용함.
	물세탁은 되지 않음.

◇ 건조 방법

	옷걸이에 걸어서 건조시킬 것.
	옷걸이에 걸고 그늘에서 건조시킬 것.
	늘에서 건조시킬 것.
	그늘에 널어서 건조시킬 것.

◇ 드라이 클리닝

	드라이 클리닝 할 수 있음. 溶劑의 종류는 라프로에틸렌 또는 석유를 사용함.
	드라이 클리닝 할 수 있음. 溶劑의 종류는 석유제에 한함.
	드라이 클리닝 할 수 없음.

◇ 다리미질 방법

	다리미의 온도 180°C ~ 210°C로 다리미질 할 수 있음.
	형걸을 덮고 온도 180°C ~ 210°C로 다리미질 할 수 있음.
	다리미의 온도 140°C ~ 160°C로 다리미질을 할 수 있음.
	형걸을 덮고 온도 140°C ~ 160°C로 다리미질을 할 수 있음.
	다리미의 온도 80°C ~ 120°C로 다리미질 할 수 있음.
	형걸을 덮고 온도 80°C ~ 120°C로 다리미질을 할 수 있음.
	다리미질을 할 수 없음.

◇ 짜는 방법

	번으로 짜는 경우에는 약하게 짜고 원심탈수기의 경우는 단시간에 짜도록 함.
	짜면 안됨.

V. 결 과

A. 섬유제품 표시 관심도

label에 대한 관심도를 알아 보기 위하여 다섯문항을 만들었으며 이것을 다시 25항목으로 만들어 관심도를 측정하였다.

「절대적으로 본다」「비교적 보는 쪽에 속한다」「볼 때도 안볼 때도 있고 비율이 비슷하다」「비교적 보지 않는 쪽에 속한다」「절대 상관하지 않는다」의 rating question으로 하여 총점이 20점 이상은 관심이 많은 사람이며 10점 이하는 거의 관심이 없는 것으로 간주하였다. 그 결과 일반적으로 관심이 높았으며 연령상으로 보아 label에 가장 많은 관심을 보인 것은 40代였고, 그 다음이 50代, 20代, 30代, 10代, 60代 이상의 순위였다.(표1) 교육별 label 관심도 순위는 고등학교, 대학교, 국민학교, 중학교의 순위였다.(표2)

<표 1> 연령별로 본 label 관심도

연령 점수	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상
	%	%	%	%	%	%
23~25	7	12	10	7	16	12.5
20~22	32	50	42	54	42	12.5
17~19	23	28	34	12	33	50
14~16	8	8	13	2	8	0
11~13	12	1	2	0	0	12.5
8~10	17	0	0	2	0	12.5
5~7	2	0	0	0	0	0
1~4	0	0	0	0	0	0

<표 2> 교육별로 본 label 관심도

연령 점수	국민학교	중 학교	고등학교	대 학교
	%	%	%	%
23~25	8	2	10	11
20~22	28	12	56	56
17~19	28	13	22	25
14~16	20	7	7	7
11~13	4	12	1	1
8~10	8	18	0	0
5~7	4	1	0	0
1~4	0	0	0	0

제일 먼저 보는 label의 순위는 사이즈(size), 가격, 섬유의 내용, 제조회사의 명칭, 세탁법, 기타였으며, 연령별로 볼 것 같으면 10代는 가격을, 20代는 사이즈

(size)를, 30代는 섬유의 내용을, 40代는 size를, 50代는 가격과 사이즈(size)를 동시에 보았고, 60代 이상은 가격을 먼저 보았다.(표 3) 즉 10代와 60代 이상은 경제력의 제한으로 가격을 먼저보며 life cycle 중 의상비의 지출이 많은 20代¹⁷⁾와 생활 안정이된 40代는 사이즈(size)에 많은 관심을 보였다. 또 본인의 생각으로는 수입의 정도와 label을 보는 순위는 다를 것이라고 생각했으나 수입과 label을 보는 순위와는 관련성이 없었다.

<표 3> 연령별로 본 label을 보는 순위

연령 항목	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	합계
	%	%	%	%	%	%	
가 격	32	28	21	24	33	56	28
사 이 즈	21	36	23	40	33	33	30
섬유의 내용	26	14	34	25	17	11	23
제조회사의 명칭	10	17	20	11	17	0	14
세탁법	5	4	2	0	0	0	3
기 타	7	0	0	0	0	0	2

기성복에서 반드시 있어야 한다고 생각하는 상표순위를 보았더니 size, 섬유의 내용 가격, 제조회사의 명칭 기타, 세탁법의 순위로 관리면에 가장 관심이 적게 나타났다. 연령별로 보면 30代가 섬유의 내용을 중요하게 생각하는것으로 나타났다.(표 4)

<표 4> 연령별로 본 garment label의 중요순위

연령 항목	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	합계
	%	%	%	%	%	%	
가 격	24	16	19	23	25	38	21
사 이 즈	27	53	31	36	58	50	39
섬유의 내용	24	11	37	24	8	0	22
제조회사의 명칭	8	16	14	11	8	13	12
세탁법	5	3	0	6	0	0	3
기 타	10	1	0	0	0	0	0

또한 label이 있는 것이 의복의 질(quality)에 영향을 미치는지를 알아봄으로써 label의 필요성을 알아보았더니 label이 있는 것이 웬지 의복의 질(quality)이 좋게 생각된다(표 5)로 나타났고 교육별로 보면 교육 수준이 높은 대학이상자가 더욱 label의 필요성을 주장하였다(표 6).

B. 의류관리상의 문제

세탁후의 변질여부에 대한 조사는 81%가 변질된 경

〈표 5〉 연령별로 본 label과 garment quality와의 관계

항 목	연 령						합계
	10대	20대	30대	40대	50대	60대이상	
label이 있는 것이 절대적으로 좋게 생각된다.	27%	37%	56%	55%	75%	38%	40%
label이 있는 것이 웬지 좋게 생각된다.	38	59	38	11	25	38	44
label이 있는 것과 없는것이 똑같게 생각된다.	2	1	0	0	0	17	1
label이 있는 것과 없는것에 별로 무관심한 편이다.	16	3	0	3	0	0	6
label이 있는 것과 없는것에 절대 상관하지 않는다.	18	0	5	0	0	17	7

〈표 6〉 교육별로 본 label과 garment quality와의 관계

항 목	교 육			
	국민학교	중 학교	고등학교	대 학교
label이 있는것이 절대적으로 좋게 생각된다.	36%	25%	49%	38%
label이 있는 것이 웬지 좋게 생각된다.	41	28	45	59
label이 있는 것과 없는 것이 똑같게 생각된다.	9	3	4	2
label이 있는 것과 없는 것에 별로 무관심한 편이다.	5	22	2	2
label이 있는 것과 없는 것에 절대 상관하지 않는다.	9	22	0	0

〈표 7〉 세탁후 의복변형의 순위

항목	연령						합계
	10대	20대	30대	40대	50대	60대이상	
색 상	42%	31%	18%	45%	64%	38%	36%
사 이 즈	42	57	45	31	36	62	45
솔기터짐	5	5	30	17	0	0	12
collar의 변형	1	5	7	5	0	0	4
단추떨어짐	4	2	0	1	0	0	2
기 타	5	0	0	1	0	0	2

험을 갖었다고 나타났으며 가장 많이 변형된 순위를 보면 size, 색상(color), 솔기터짐(seam puckle), 옷깃의 변형(collar), 단추 떨어짐, 기타의 순위였다. (표 7) 그외에 세탁관리상 수반되는 다른문제를 보면 대상자의 46%가 세탁기를 가지고 있었으며 세탁기에 세탁을 할것인지 손세탁할 것인지에 대한 망설임이 37%로 나타났다.

세탁시 취급표시(certification following) 참작 정도

를 보면 전체의 47%가 「비교적 많이 참고한다」로 가장 많았고 「절대적으로 참고한다는 21%밖에 안되었다. (표 8) 교육별로 보면 중학교 졸업정도의 사람들이 label을 무시하는 경향이 있었으며 46%가 「참고할때도 있고 안할때도 있다」로 나타났다. (표 9)

문제는 소비자 고발센터에 세탁후 변질에 대한 불만이 확대¹⁸⁾되고 있는데 소비자가 지켜야할 기본적인 의무를 먼저 지키고 생산자나 판매자에게 변질에 대한 비양심성을 돌려야한다고 본다.

label의 관심도와 label의 필요성은 비교적 높은 것에 비하여 세탁관리상의 문제가 일어나는 이유를 소비자측면에서 찾아보려고 취급표시(informative label)에 대한 이해도를 알아보았다. 「완전하게 이해한다」는 18%였고 51%가 「비교적 거의 이해한다」로 나왔다. (표 10) 교육별로 이해도를 보면 「완전히 이해한다」가 24%였고 일반적으로 고등학교 이상의 수준은 「비교적 거의 이해한다」로 나타났으나 중학교 이하의 수준은

〈표 8〉 연령별로 본 Informative label following 여부

항 목	연 령						합계
	10대	20대	30대	40대	50대	60대이상	
절대적으로 참고한다.	32%	14%	21%	18%	0%	13%	21%
비교적 많이 참고한다.	35	59	47	48	50	25	47
참고할 때도 있고 안할때도 있다.	16	24	26	30	40	38	24
비교적 참고하지 않는 편이다.	13	2	7	4	0	0	6
전혀 참고하지 않는다.	3	0	0	0	10	25	1

<표 9> 교육별로 본 Informative label following 여부

항 목	교 육			
	국민학교	중 학교	고등학교	대 학교
절대적으로 참고한다.	5%	7%	22%	17%
비교적 많이 참고한다.	43	19	51	58
참고할 때도 있고 안할 때도 있다.	33	46	21	22
비교적 참고하지 않는 편이다.	10	27	5	4
전혀 참고하지 않는다.	10	12	1	0

<표 10> 연령별로 본 Informative label 이해 정도

항 목	연 령							합계
	10대	20대	30대	40대	50대	60대이상		
완전하게 이해한다.	14%	24%	17%	18%	8%	0%	18%	
비교적 거의 이해한다.	38	57	57	54	75	25	51	
절반 정도 이해한다.	31	17	21	25	8	38	23	
비교적 모르겠다.	15	1	3	3	8	0	7	
전혀 모르겠다.	3	1	1	0	0	0	1	

<표 11> 교육별로 본 Informative label 이해 정도

항 목	교 육			
	국민학교	중 학교	고등학교	대 학교
완전하게 이해한다.	9%	5%	17%	24%
비교적 거의 이해한다.	22	27	61	55
절반 정도 이해한다.	39	39	18	9
비교적 모르겠다.	22	24	5	1
전혀 모르겠다.	9	5	0	1

「이해가 되는 것도 있고 안되는 것도 있다」로 나타남으로써 (표 11) 사실상 취급표시(informative label)은 소비자에게 유용 가치가 적은 장식에 불과하다고 생각했다. 특히 취급표시에 있어서 문자식 방법과 도해식 방법의 이해도를 보면 도해식이 55%로 이해도가 높았고 도해식을 장려하는 이유를 보면 「배워서 이해가 빠르다」 「간단하다」 「인상에 오래남는다」등이며 문자식을 주장하는 사람은 「정확하다」 「자세히 쓰여 있기 때문에」 「신경이 안쓰인다」 「친절하다」 「도해 이해가 안되서」 등의 이유가 있었다. 그러나 일반적으로 문자식을 원하는 사람은 「도해식」에 대한 교육을 받지 않은 사람들로 나타났다. (표 12)

<표 12> Informative label의 기호

항목	연령	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	합계
		%	%	%	%	%	%	
문	자	52	25	61	52	58	38	45
		48	75	39	48	42	62	
도	해							55

IV. 결론 및 제언

label에 대한 관심도는 일반적으로 많았고 가장 높은 관심을 보여준 연령은 40대였으며 교육수준이 높은 group이 label에 대한 관심이 높았다.

garment label중 가장 먼저보는 순위는 사이즈(size) 가격, 섬유의 내용, 제조회사의 명칭, 세탁법 기타의 순위였으며 10대와 60대는 가격을 먼저 보았고 의상비의 지출이 가장 큰 20대와 생활안정이 된 40대는 사이즈(size)를 중요하게 생각하였다.

교육수준이 높을수록 garment label이 있는 것이 의복의 질(quality)에 영향을 미친다고 나타냄으로써 label의 필요성을 말해주었다.

세탁후 변질이 가장 많이 나타나는 것은 사이즈(size) 색상(color), 솔기티짐(seam puckle), 옷깃의 변형, 단추털어짐 기타의 순위였다.

세탁시 관리표시참고(informative label following)을

보면 옷이 변형되었다는 경험이 81%로 나타난 것에 비하여 「절대적으로 참고한다」는 21% 밖에 안됐으며 이 결과는 불량 의류에 대한 고발은 생산자에게만 비양심을 돌릴 것이 아니라 소비자 자신도 각성할 필요가 있다고 본다.

또한 섬유취급표시(informative label)에 대한 소비자의 이해도를 알아보았더니 「완전하게 이해한다」는 18%였고 「비교적 거의 이해한다」가 51%였다. 대학교 이상은 informative label의 완전이해가 24%인 것에 비하여 중학교의 경우 5%밖에 안되었다. 이것으로 보아 생산자들이 제공하는 label은 사실상 소비자에게 유용 가치가 적은 장식에 불과하다는 것을 말해주고 있다. 특히 도해식 방법과 문자식 방법의 기호에 있어서는 도해법을 배운 20대에서는 도해식이 좋다고 한 것에 비하여 다른 집단들은 도해식 방법이 불분명하다고 말해 줌으로써 다시 label의 문제성을 나타내고 있다.

제언으로는 국가에서는 섬유시험소(Testing center)를 미국과 같이 백화점內的 설치를 권장함으로써 소비자를 보호해 줄 필요성이 있으며 생산자는 보다 성의있고 친절한 방법으로 모든 소비자가 완전히 이해할 수 있는 informative label을 문자식 방법과 도해식 방법을 어느 기간동안 겸용함으로써 국민들의 의상생활의 합리화를 도모할 신속한 조치가 강구되고 소비자는 악덕상인이니 과잉선전이니 하는 불평 이전에 label의 설명서를 참작 이용하여 이상적인 의생활관리를 하도록 소비자 자신이 각성할 필요가 있다고 본다.

引 用 文 獻

- 1) 박정상, 의류대메이커일수록 비싸다. 한국일보 (1978년 7월 7일)
- 2) American Home Economics Association, Textile Handbook, American Home Economics Association, 91(1966)

- 3) 김성련, 이순원공저, 피복관리학, 교문사, 46, (1977)
- 4) 김주영, 기성복 label에 대한 연구(미간행)
- 5) Alpha Latzke and Hellen P. Hostetter, The wide World of Clothing, The Ronald Press Company, 279(1968)
- 6) American Home Economics Association, Textile Handbook, 91(1966)
- 7) Mildred Thurow Tate and O. Glissen, Family Clothing, John Wiley and sons, Inc., 367(1967)
- 8) 김성련, 이순원공저, Op. Cit., 46.
- 9) American Home Economics Association, Op. Cit., 93.
- 10) 김성련, 이순원공저, Op. Cit., 46.
- 11) Alpa Latzke and H.P. Hostetter, Op. Cit., 275.
- 12) 김성련, 이순원공저, Op. Cit., 48.
- 13) American Home Economics Association, Op. Cit., 93.
- 14) A. Latzke and H.P. Hostetter, Op. Cit., 287.
- 15) 남광희, 신영실, 제품과 label, 의류 적물연구, 평화당, 66-73.
- 16) 김성련, 이순원공저, Op. cit., 50.
- 17) Mary Shaw Rhan, Clothing a study in human behavior, Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 274(1966).
- 18) 조선일보, YWCA 학부모 소비자의식조사(1977. 6. 2)
- 19) Marilyn J. Horn, The Second Skin, Houghton Mifflin Company, 432(1975).
- 20) Troxell, M.D and I. Beatnice, Fashion Merchandising, McGraw-Hill Book. Co., New York(1971)
- 21) Erwin, M.D., Clothing for modern., The Macmillan Co., New York (1950)