

# 여자 기성복에 관한 연구(I)

—봄철 One-piece Dress 를 중심으로—

## Women's Ready-to-Wear Dresses in Korea (I)

동덕여자대학 강사 현 순 옥  
Department of Home Economics,  
Dong Duk Women's College  
Lecturer Soon Ok Hyun

<차례>

I. 서론

1. 연구목적 및 의의
2. 연구의 한계점

II. 연구방법

1. 조사기간
2. 연구방법
3. 조사대상

III. 연구결과 및 분석

1. Size
2. Design
3. 의복재료
4. 가격 및 판매경향

IV. 결론

참고문헌

<Abstract>

The purpose of this study were: (1) to analyze the commercial sizes in Korea, (2) to investigate the designs and materials of one-piece dresses, and (3) to ascertain the prices and tendency to sale of dresses.

A questionnaire and the interviews with some producers were used for this study. The questionnaire was made with many items after the pretest.

For the statistical analysis, 99 dresses were used among 141 dresses which were examined.

The observation of ten observers was made in markets (group A), department stores (group B), and commercial agents of manufactures (group C).

The period of observation was from April 10 to May 4, 1979.

The results of this study indicated that:

- (1) According to makers, the commercial sizes in Korea were different. The sizes were based on only waist in group A, body measurements in group B, and either of them in group C.
- (2) In dress style, the box dresses were popular in three groups.
- (3) The type of sleeve in group A, B, and C showed in following order: set-in-sleeve > dropped shoulder > raglan sleeve.
- (4) The most necklines were finished with collars.

The shirtwaist collars were popular in group A and C and the flat collars in group C.

- (5) In dress material, cotton/polyester was popular in group A, wool in group B, and silk in group C.

The use of natural fiber and color in three groups decreased in following order: C > B > A.

- (6) The prices of dresses were from 10,000 to 35,000 won in group A, from 23,800 to 49,800 won in group B, and from 12,500 to 90,000 won in group C.

- (7) In case of group C, the elements which had influence on sale were color, design, and price.

## I. 서 론

우리나라의 고유한 한복이 양복으로 전환된 시기는 해방 후, 6·25동란을 치르는 동안 구미풍조가 크게 밀려오고, 국민경제가 발달함에 따라서 양복은 점차 대중화되었다.

그 후에 변모해가는 사회구조와 소비패턴의 변화는 기성복 시대로의 돌입을 더욱 가속화하였다.

지난 1972년도의 IWS조사에 의한 기성복 이용도는 [표 1]과 같이, 주문복에 대한 기성복의 점유율이 미국의 경우 99%, 영국은 85%, 일본은 60%를 나타내고 있으나, 우리나라는 10%에 불과한 실정으로 비교적 낮은 경향을 보이고 있다.

우리나라에서 기성복 착용이 부진한 요인

은 과거 기성복의 조악성, 주문복과의 근소한 가격(표 1 참조) 차이 및 자신의 품위나 인격이 손상되지 않을까 하는 심리적 작용 등을 들 수 있다.

그러나, 최근에 여러 생산업체의 기성복

[표 1] 국별 기성복 점유율과 가격대비

국명	점유율(%)		가 격(\$)		
	주문복	기성복	주문복(A)	기성복(B)	A/B×100(%)
미국	1	99	417	111	400
서독	5	95	153	56	300
프랑스	17	83	389	97	400
영국	15	85	139	56	250
이탈리아	40	60	97	56	170
스페인	35	65	133	50	250
일본	51	49	78	42	170
한국	85	15	50	30	150

자료: 「비즈네스」(1973. 7), p.91.

제작 진출로 과거의 영세성을 탈피하여 대규모화하고 있으며, 수출 신장으로 봉제 기술면의 진전 및 제품의 다양화 등의 이유로 기성복이 많이 발달되고 있다.<sup>1)</sup>

따라서 기성복에 대한 여러가지 문제가 야기되었으나, 이에 관한 연구가 별로 많지 않다.

### 1. 연구목적 및 의의

본연구의 목적은 봄철 one-piece dress를 중심으로 첫째, 기성복 생산업체들이 사용하고 있는 size를 비교 분석하고, 둘째, dress의 design과 의복재료를 알아보며, 셋째, 가격과 판매경향을 조사하는데 있다.

의의는 첫째, 소비자들이 기성복을 선택하는데 도움을 주고, 둘째, 생산업체들에게 제품생산에 필요한 자료를 제공하며, 셋째, 의생활 분야를 연구하시는 분들께 도움이 되어 좀 더 나은 의생활 발전에 조금이나마 기여하고자 하는데 있다.

### 2. 연구의 한계점

본연구의 한계점은 표본이 여자 기성복 건반적인 것이 아니고, 그 일부인 봄철 one-piece dress만을 사용하였다는 점이다.

## II. 연구방법

### 1. 조사기간

조사기간은 1979년 4월 10일부터 5월 4일까지였다.

### 2. 연구방법

본연구는 기성복 생산업체들과의 면담 및 시장조사를 통하여 자료를 수집하였다.

시장조사는 예비조사(5일)를 기초로하여 질문지를 작성한 후에 조사자(10명)의 관찰

으로써 이루어졌고, 조사자가 식별할 수 없었던 것은 판매자와의 면담으로 보충하였다.

자료는 퍼센트를 자연수까지 계산하여 사용하였다.

### 3. 조사대상

조사대상은 A, B, C의 세군으로 나눌 수 있는데, 그 중에서 A군은 변두리 시장의 점포(20곳), B군은 백화점의 점포(25곳), C군은 기성복 생산업체의 지점(10곳)이었다.

서울 시내에서 백화점 및 기성복 생산업체의 지점이 일정한 구역(중구, 종로구)에 운집하여 있으므로, B(백화점), C군(기성복 생산업체)은 중심가로 국한되었다.

조사한 one-piece dress의 수는 A군(변두리 시장)이 58벌, B군(백화점)이 45벌, C군(기성복 생산업체)이 38벌이었으나, 세군을 서로 비교하기 위하여 각군에서 33벌씩을 추출하여 사용하였다.

## III. 연구결과 및 분석

여자 기성복의 size, one-piece dress의 design, 의복재료, 가격 및 판매경향의 5가지를 조사하였다.

### 1. Size

A군(변두리 시장)에서 판매되고 있는 의복은 세부적인 기준치수가 없이 waist(허리 둘레)를 중심으로 S, M, L, XL의 4가지로 분류되어 있었고, 그 중에서 S는 waist가 25인치 미만, M은 25인치 이상 28인치 미만, L는 28인치 이상 31인치 미만, XL는 31인치 이상이였다. A군(변두리 시장)에서 각 size의 간격치수는 3인치로 나타났다.

B군(백화점)에서는 하청하는 회사에 따라서 기준 치수가 다소 차이를 보였으나, 일

주 1) 유한섭, "기성복의 오늘과 과일", 「비즈니스」(1973.7), pp.89~91.

정한 기준 치수는 존재하였고, 상품에도 표기되었다.

[표 2]는 S백화점의 기준 치수으로써 A군(변두리 시장)과 같이 S, M, L, XL의 4가지로 나누어져 있었다.

이 표에서 간격치수를 볼 것 같으면, waist의 경우 4cm, hip의 경우 9cm(S→M)로 너무 큰 차이가 났다.

C군(기성복 생산업체)의 기준 치수는 B군에서와 마찬가지로 각 생산업체의 상업상 문제로 인하여 조사하기가 어려웠으나, 조사 가능하였던 7생산업체(a, b, c, d, e, f 및 g)의 size 별 치수는 [표 3~9]와 같다.

a, b 및 c를 제외한 4생산업체(d, e, f 및

g)에서는 A군(변두리 시장)과 같이 waist를 기준으로 size를 분리하고 있었다.

C군(기성복 생산업체)에서의 waist 간격치수는 1~2인치로 나타났고, 특히 c의 경우에는 bust(가슴둘레)와 waist의 간격치수가 1.5인치로 동일하였다.

생산업체별 size의 표시는 g를 제외하고 a, c, e, f는 홀수, b, d는 짝수로 되어 있었다.

세군의 치수를 표시하는 단위는 B군(백화점)과 C군(기성복 생산업체)의 b를 제외하고는 모두 인치로 나타냈고, 각 생산업체의 기준치수가 통일되어 있지 않았다.

이상과 같이, 우리나라에서 의복의 표준

[표 2] S백화점의 기준 size

단위 : cm

부 위 \ Size	S	M	L	XL	간 격 치 수
가슴 둘레	83	88	93	98	5
허리 둘레	66	70	74	78	4
엉덩이 둘레	88	97	101	105	9(S~M) 4(M~XL)
뒷 등 넓이	34 <sub>f</sub>	36	37	38	2(S~M) 1(M~XL)
소매 길이	55	55.5	56	56.5	0.5
옷길이 *(상의)	64	65	66	67	1
옷 길이 ** (One-piece dress)	102	102	105	105	3(M~L)

\*, \*\*는 의복의 종류에 따라서 차이가 있었음.

[표 3] 9부위를 중심으로 한 a 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부 위 \ Size	소		중		대		간 격 치 수
	5	7	9	11	13	15	
허리 둘레	24	25	26	27	28	29	1
엉덩이 둘레	34 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	35 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	36 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	37 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	38 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	39 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	1
등 길이	14 <sup>1</sup> / <sub>4</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>3</sup> / <sub>4</sub>	15	15 <sup>1</sup> / <sub>4</sub>	1/4(5~7, 9~15)
목 둘레	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	
뒷 등 넓이	14	14 <sup>1</sup> / <sub>4</sub>	14 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	14 <sup>3</sup> / <sub>4</sub>	15	15 <sup>1</sup> / <sub>4</sub>	1/4
유 두 간	8 <sup>3</sup> / <sub>4</sub>	9	9 <sup>1</sup> / <sub>4</sub>	9 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	9 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	9 <sup>3</sup> / <sub>4</sub>	1/4(5~11, 13~15)
소매 길이	22	22	22	22	22 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	22 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	1/2(11~13)
옷 길이 (상의)	26	26	26	26 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	26 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	26 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	1/2(9~11)
치마 길이	24 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	25	25	25 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	25 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	25 <sup>1</sup> / <sub>2</sub>	1/2(5~7, 9~11)

[표 4] 6부위를 중심으로 한 b 생산업체의 기준 size

부위 \ Size	36	38	40	42	44	46	48	간격치수
가슴둘레 (inch)	32	33	34	35	36	37	38	1
허리둘레 (inch)	24	25	26	27	28	29	30	1
영덩이둘레 (inch)	35	36	37	38	39	40	41	1
목둘레 (cm)	35	35.5	36	36.5	37	37.5	38	0.5
뱃동넙이 (cm)	36	36.5	37	37.5	38	38.5	39	0.5
소매길이 (cm)	54.5	55	55.5	56	56.5	57	57.5	0.5

[표 5] 2부위를 중심으로 한 c 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부위 \ Size	7	9	11	13	15	간격치수
가슴둘레	32	33.5	35	36.5	38	1.5
허리둘레	24.5	26	27.5	29	30.5	1.5

[표 6] 1부위(허리둘레)를 중심으로 한 d 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부위 \ Size	4	6	8	10	12	14	간격치수
허리둘레	21~22	23~24	25~26	27~28	29~30	31~32	2

[표 7] 1부위(허리둘레)를 중심으로 한 e 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부위 \ Size	5	7	9	11	13	15	간격치수
허리둘레	23	24	25	26	27	28	1

[표 8] 1부위(허리둘레)를 중심으로 한 f 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부위 \ Size	7	9	11	13	간격치수
허리둘레	23	24~25	26	27~28	1.5

[표 9] 1부위(허리둘레)를 중심으로 한 g 생산업체의 기준 size

단위 : inch

부위 \ Size	6	7	8	9	10	11	12	13	간격치수
허리둘레	24	25	26	27	28	29	30	32	1(6~12) 2(12~13)

치수(Standard Size)가 설정되어 있지 않을 뿐만 아니라, 기성복 생산업체의 size 별 치수가 통일되어 있지 않으므로, 소비자들의 의복을 선택할 때에 많은 불편을 겪고 있음이 나타났다.

## 2. Design

Dress 의 design 은 style, waist line 의 위치, sleeve 의 형태, neckline 과 collar 의 모양 및 skirt length 의 6 가지를 조사하였다.

### (1) Style

여러가지 style 중에서 box style 이 A군(변두리 시장)에서 59%, B군(백화점)에서 69%, C군(기성복 생산업체)에서 85%를 차지하였고, 대부분이 앞트임으로 예전에 많이 이용하였던 zipper 대신에 단추를 사용하였다.

그 이외의 design 을 볼 것 같으면, A군(변두리 시장)에서 A-line, B군(백화점)에서 yoke 에 shirring 이 있는 형태, C군(기성복 생산업체)에서는 어깨선에 shirring, tucks, 견장이 있거나 pad 를 넣은 dress 가 있었다.

### (2) Waist line 의 위치

Waist line(허리선)을 위하여 dress 에 cutting line 을 만든 것은 A군(변두리 시장)이 85%(28벌), B군(백화점)이 78%(26벌), C군(기성복 생산업체)이 30%(10벌)이었다.

Cutting line 으로 waist line 이 표시되었던 dress 에서 waist line 의 위치는 [표 10]과 같이, high waist 는 A군(변두리 시장)만이 57%를 나타냈고, waist line 에 cutting line 이 있었던 것은 A군(변두리 시장)이 43%, B군(백화점)이 54%, C군(기성복 생산업체)이 90%를 차지하였으며, low waist 는 A군(변두리 시장)을 제외한 B(백화점),

C군(기성복 생산업체)에서 각각 46%, 10%를 나타냈다.

B(백화점), C군(기성복 생산업체)에서 belt casing 과 waist line 을 고무줄로 처리하고, 그 위에 belt 를 하는 design 이 많았다.

[표 10] Waist line 의 위치

단위 : %

군	A	B	C
Waist line의 위치			
high waist	57(16)	0	0
waist	43(12)	54(14)	90(9)
low waist	0	46(12)	10(1)

( )속은 dress 의 수입.

### (3) Sleeve 의 형태

Sleeve 의 형태는 [표 11]과 같이 세군에서 set-in-sleeve > dropped shoulder > raglan sleeve 의 순서로 나타났고, C군(기성복 생산업체)에서는 puffed sleeve 가 있었다.

Sleeve length 는 계절(봄철 one-piece dress)관계로 A(변두리 시장), B군(백화점)은 모두 긴소매이었고, C군(기성복 생산업체)은 대부분이 긴소매이었으나, 7부소매도 눈에 띄었다.

[표 11] Sleeve 의 형태

단위 : %

군	A	B	C
Sleeve 의 형태			
Set-in-sleeve	46(15)	42(14)	39(13)
raglan sleeve	18(6)	19(6)	24(8)
puffed sleeve	0	0	10(3)
dropped shoulder	36(12)	39(13)	27(9)

( )속은 dress 의 수입.

### (4) Neckline 및 collar 의 모양

Dress 에 collar 가 달린 것은 A군(변두리 시장)이 68%(22벌), B군(백화점)이 78%(26벌), C군(기성복 생산업체)이 70%(23벌)이었고, collar 의 모양은 [표 12]와 같

이 A(번두리 시장), C군(기성복 생산업체)에서 shirtwaist collar, B군(백화점)에서 flat collar가 높은 비중을 차지하였다.

B군(백화점)의 flat collar에는 대부분 bow가 첨가되어 있었다.

이상과 같이, 세군 중에서 C군(기성복 생산업체)이 다양한 collar를 제작하고 있음이 밝혀졌다.

Neckline의 모양은 A군(번두리 시장)에서 U-neckline(41%)과 V-neckline(36%), B(백화점), C군(기성복 생산업체)에서는 round neckline이 각각 80%, 70%를 차지하였다.

[표 12] Collar의 모양 단위: %

Collar의 모양 \ 군	A	B	C
band collar	9(2)	38(10)	17(4)
convertible collar	0	0	5(1)
flat collar	9(2)	42(11)	17(4)
peter pan collar	0	0	21(5)
shirtwaist collar	77(17)	21(5)	35(8)
stand-up collar	5(1)		5(1)

( )속은 dress의 수입.

### (5) Skirt length

Skirt length는 A(번두리 시장), B군(백화점)은 Chanel line이었고, C군(기성복 생산업체)은 Chanel line이 90%, midi가 10%로 나타났다.

### 3. 의복재료

의복재료는 걸감의 섬유성분, color 및 print의 3가지를 조사하였다.

#### (1) 섬유성분

Dress 걸감의 섬유성분은 [표 13]과 같이 A군(번두리 시장)에서는 cotton/polyester가 33%, B군(백화점)에서는 wool이 33%,

C군(기성복 생산업체)에서는 silk가 39%를 차지하였다.

세군의 천연섬유 사용도는 각각 40%, 60%, 78%로 C(기성복 생산업체) > B(백화점) > A(번두리 시장)의 순서이었고, C군(기성복 생산업체)이 직물을 다양하게 이용하고 있는 것으로 나타났다.

[표 13] 섬유성분

섬유성분 \ 군	단위: %		
	A	B	C
cotton	30(10)	0	12(4)
polyester	27(9)	30(10)	15(5)
silk	0	27(9)	39(13)
wool	10(3)	33(11)	27(9)
cotton/polyester	33(11)	10(3)	9(3)

( )속은 dress의 수입.

#### (2) Color

걸감의 color는 A군(번두리 시장)에서 자주색이 78%로 주종을 이루었으나, B군(백화점)에서는 밤색, 회색, 자주색, 미색, 감색, 하늘색, C군(기성복 생산업체)에서는 핑크색, 옥색, 미색, 노랑색, 보라색 등이 많이 사용되었다.

세군의 color 분포도는 C(기성복 생산업체: 20색) > B(백화점: 12색) > A(번두리 시장: 5색)의 순서를 보였다.

Print된 직물로 제작된 dress는 A군(번두리 시장)에서 70%(23벌), B군(백화점)에서 55%(18벌), C군(기성복 생산업체)에서 52%(17벌)이었다.

Print의 pattern은 세군에서 꽃무늬가 각각 81%, 65%, 59%를 차지하였고, 그 이외에 추상적 무늬와 check가 있었다.

#### 4. 가격 및 판매경향

Dress의 가격은 A군(번두리 시장)이 10,000~35,000원, B군(백화점)이 23,800~

49,800원, C군(기성복 생산업체)이 12,500~90,000원으로 C군(기성복 생산업체)이 가장 많은 가격의 차이를 나타냈는데 그 이유는 섬유성분의 차이 때문이었다.

많이 판매되고 있었던 dress의 가격은 A군(변두리 시장)에서 17,000~20,000원, B군(백화점)에서 35,000원 전후, C군(기성복 생산업체)에서 40,000~50,000원이었다.

하루에 판매되는 수량은 A군(변두리 시장)이 1.2~4.5벌, B군(백화점)이 3벌, C군(기성복 생산업체)이 1.5~20벌로 각 생산업체별로 큰 차이를 나타냈다.

C군(기성복 생산업체)을 중심으로 판매에 영향을 미치는 요소를 조사한 결과 color가 40%, design이 29%, 가격이 18%를 차지하였다.

그러므로, 판매 실적을 높이려면 직물의 염색, 세련된 design 및 적합한 가격의 설정이 필요한 것으로 밝혀졌다.

#### IV. 결 론

봄철 one-piece dress 99벌을 세군(A: 변두리 시장, B: 백화점, C: 기성복 생산업체)으로 나누어 size, design, 의복재료, 가격 및 판매경향의 5가지를 조사하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

1) 기성복의 size는 생산업체별로 차이가 있었는데, A군(변두리 시장)의 경우에는 waist를 중심으로 하였고, B군(백화점)의 경우에는 부위별 치수가 존재하였으며, C군(기성복 생산업체)의 경우에는 조사된 7생산업체 중에서 4생산업체는 A군(변두리 시장)과 같이, 나머지 3생산업체는 B군(백화점)과 동일한 방법을 이용하고 있었다.

2) Dress의 style은 box style이 대부분이었고, sleeve의 형태는 set-in-sleeve > dropped shoulder > raglan sleeve의 순서이

었다.

이것으로 보아 세군이 일정한 유행을 추종하고 있음이 나타났다.

3) Cutting line이 들어있는 dress의 경우에 waist line의 위치는 A군(변두리 시장)이 high waist, B(백화점), C군(기성복 생산업체)이 원래의 waist line을 고수하고 있었다.

4) 세군에서 neckline은 대부분 collar로 처리되었고, collar의 모양은 A(변두리 시장), C군(기성복 생산업체)에서는 shirt-waist collar, B군(백화점)에서는 flat collar가 많았다.

5) Dress 걸감의 섬유성분은 A군(변두리 시장)에서 cotton/polyester, B군(백화점)에서 wool, C군(기성복 생산업체)에서 silk가 많았고, 천연섬유의 사용도는 C(기성복 생산업체) > B(백화점) > A(변두리 시장)의 순서로 나타났다.

6) 세군에서 color분포도는 천연섬유의 사용도와 같은 순서였고, print의 pattern은 대부분 꽃무늬이었다.

7) 가격은 A군(변두리 시장)에서 10,000~35,000원, B군(백화점)에서 23,800~49,800원, C군(기성복 생산업체)에서 12,500~90,000원으로 세군 중에서 C군(기성복 생산업체)이 섬유성분의 차이 때문에 가격의 차이가 심하게 나타났다.

8) C군(기성복 생산업체)을 중심으로 조사한 판매에 영향을 미치는 요소는 color, design 및 가격으로 밝혀졌다.

본 연구의 결과로 다음과 같은 제언을 할 수 있다.

1) 표준치수가 설정되어 이것을 기초로 각 생산업체에서 다양한 size의 제품이 제작되어야 하겠다.

2) Size를 표시하는 단위가 통일되어 소비자들의 편의를 도모하여야 하겠다.



앞으로 여러가지 종류의 의복을 중심으로 한 보다 나은 기성복에 관한 연구가 필요하다.

<참고 문헌>

1. 유한섭. “기성복의 오늘과 내일”. 「비즈니스」 (1973. 7), pp. 89~91.
2. 이은형, 고명숙. “여자 기성복의 현황과 문제점”. 「부락」 (1974. 9), pp. 18~22.
3. 정혜영. “가격별에 의한 상표와 봉제에 관한 연구”. 「한국의류학회지」, 2, 1 (1978. 5), pp. 41~50.
4. \_\_\_\_\_. “시장조사에 나타난 기성복의 문제점 연구”, 「대한가정학회지」, 14, 3(1978. 9), pp. 21~31.
5. 도재은. 「패턴 디자인 및 제작법」, 서울:신광출판사, 1976.
6. Chambers, Helen G. and Moulton, Verna. *Clothing Selection* 2nd ed. Philadelphia: J.B. Lippincott Co., 1969.
7. Craig, Hazel T. *Clothing: A Comprehensive Study*. Philadelphia: J.B. Lippincott Co., 1968.
8. Edwin, Medel D. *Clothing for Moderns*. New York: The Macmillan Co., 1950.
9. Latzke, Alpha and Hostetter, Helen P. *The Wide World of Clothing*. New York: The Ronald Press Co., 1968.