

섬유제품의 취급방법과 관련된 레이블에 대한 연구 -소비자 인식 및 세탁 실태를 중심으로-

배 순 화 · 이 미 식

서울여자대학교 의류학과

A Study on Consumer's Perception and Attitude to Care Labels of Textile Products

Soon Wha Bae · Mee Sik Lee

Dept. of Clothing Science, Seoul Woman's University
(1994. 4. 27 접수)

Abstract

The purpose of this study is to investigate consumer's perception and attitude on care labels using questionnaire.

The major results are as follows:

1. Self-evaluation on consciousness and knowledge regarding on labels is higher than actual level. In other words, most consumers answered that they understood the care instructions on labels, but actually few consumers understand the exact meanings.
2. Married women in their thirties to forties who do the laundry themselves, and more educated women showed higher level of consciousness to care labels. However, unmarried or career women are dissatisfied with the method of care instruction on labels.
3. Many consumers take care of textile products without considering the proposed informations on care labels. The reasons are as follows:
 - a. they think there is no problem even if they do not follow the proposed methods
 - b. the method proposed on labels are complicated
4. There were some cases which happened some problems even though consumers followed the instructions on care labels. It may be due to the incorrect information or the omission of some specific instruction on labels.
5. For ideal care of clothing, it is necessary for manufacturers to suggest the realistic and clean instructions on labels and for consumers to trust and follow these instructions.

I. 서 론

근래에 들어서 섬유 산업의 발전으로 새로운 소재와

가공방법들이 개발되고, 이들의 다양한 용도로 인하여 전문가가 아닌 이상 제품을 관찰하는 것만으로 섬유 내용물을 알아낸다는 것은 어려운 일이 되었다. 또한 섬유 내용물을 안다고 해도 일반 소비자들이 각 제품

에 알맞는 취급 방법에 대한 정확한 지식이 부족하다는 것은, 소비자 보호기관에 접수되는 섬유제품에 대한 불만의 상당부분이 세탁과 관련된 문제¹⁾라는 것을 그 일례로 보아서도 알 수 있다. 따라서 이러한 정보들은 소비자들에게 필수적으로 제공되어야 하며, 이를 정확하게 전달할 수 있는 가장 손쉽고도 타당한 방법은 레이블을 붙이는 것이다²⁾.

우리나라에서는 1969년 10월 3일 공업진흥청 고시로 공산품 품질관리법에 의한 섬유제품의 품질표시가 시행되었으며, 1982년 2월 18일 섬유제품분야의 상품별 표시기준 및 방법을 고시하였고, 그후 8차례의 개정을 거쳐 현재에 이르고 있다³⁾.

이러한 표시 사항 중에서 의류의 세탁 및 관리 방법과 관련된 것은 섬유흔용률과 취급표시 레이블로서 이 두가지 레이블이 갖는 의미는 의복관리의 측면에서 매우 중요하다. 따라서 본 연구에서는 의류제품의 취급방법과 관련된 레이블에 중점을 두고, 설문을 통하여 그에 관한 일반적인 인식과 레이블 내용의 이해도를 조사하였으며, 취급방법에 대한 소비자들의 생각과 실생활에서의 취급방법에 있어서 어떠한 차이점이 있는지, 그리고 왜 그러한 차이가 생기는지를 알아보았다.

II. 문헌 연구

1. 섬유제품의 취급방법에 관한 표시기호 규정

의류제품의 적절한 취급방법에 관한 정보가 제품에 붙어 있는 작은 레이블에 주어지기 위해서는 짧고 의미있는 단어나 기호들이 필요하다. 일반적으로 의류제품의 올바른 취급방법에 관한 정보를 기호로 정하여 소비자에게 알리는 방법은 일목요연하기는 하지만 재한된 기호의 표현 범위가 한정되어 있기 때문에 이러한 양상을 보완할 수 있을만한 기호가 나오지 않는다면 만족할만한 취급방법을 명시할 수 없을 것이다²⁾.

취급표시 레이블은 미국의 경우 ASTM⁴⁾에 규정된 표준 용어를, 일본은 JIS⁵⁾에 규정된 기호를 사용하여 표시하는데, 우리나라의 한국공업규격(KS)⁶⁾에 규정된 '섬유의 세탁방법 등에 관한 표시기호'는 일본의 JIS에 규정된 기호와 거의 유사하다. KS에 규정된 표시방법은 분류번호순으로 조합하여 표시하며, 탈수와 건조방법의 표시여부는 표시자의 임의에 따른다고 규정짓고 있다. 레이블의 색은 바탕을 흰 천으로 하고 표시기호

는 흑색 또는 남색으로, 금자를 나타내는 X 기호는 원칙적으로 적색을 사용하도록 되어 있다. 레이블은 유통, 사용과정에서 눈에 잘 띠는 색으로 면색, 퇴색되거나 떨어지지 않는 재료를 써서 적당한 크기로 보기 쉬운 장소에 봉합하거나 인쇄하도록 규정되어 있다.

2. 선행 연구 및 연구내용

의류제품의 레이블에 대한 선행연구로 임숙자^{7,8)}는 주부들을 대상으로 레이블의 관심도와 이해도 및 취급주의 레이블의 부착률을 조사한 결과 응답자의 69%가 취급주의 레이블을 잘 이해하고 있으며, 레이블의 부착률은 매우 저조한 것으로 나타났다. 전경란⁹⁾은 의류의 품질표시 실태와 그 신뢰도를 여대생을 대상으로 연구하여 취급방법과 관련된 레이블의 부착률이 저조하며, 대부분의 여대생은 취급표시 레이블의 내용에 따라 의복을 관리하는 것으로 보고하였다. 전효순¹⁰⁾은 의류제품의 품질표시와 관련된 클레임을 조사하여 소비자들의 품질표시 확인정도와 고발관심도가 매우 낮으며 취급표시 위반과 취급표시 레이블이 없다는 점을 큰 문제점으로 지적하였으며, 박찬애¹¹⁾는 공산품 품질관리법 준수여부와 품질표시에 대한 태도를 연구한 결과, 대부분의 소비자들이 취급주의 표시를 이해하지만 준수하는 비율은 저조하다고 보고하였다.

이와 같이 지금까지의 연구는 의류제품의 품질표시 레이블의 부착실태 및 소비자들의 일반적인 인식, 그리고 취급표시를 세탁시 얼마나 준수하고 있는지에 관한 소비자들의 생각을 중심으로 연구하였다. 그러나 각종 소비자 보호기관에서 발간되는 자료에 의하면 1985년 이후 의류, 섬유에 대한 고발 건수가 '81년 217건에서 '90년 1743건에 이르기까지 지속적으로 증가하고 있으며, 특히 구입단계나 차용단계에 비해서 세탁단계에서의 불만 고발이 가장 많은 비중을 차지하여, '81년 68건에서 '90년 1058건에 달하고 있다¹²⁾.

이러한 의류제품에 대한 소비자들의 불만 및 사고는 단지 품질표시 중 세탁과 관련있는 섬유 흔용률이나 취급표시 레이블의 부착 여부나, 이러한 레이블의 확인여부나 이해정도, 그리고 필요성이나 신뢰도와 같은 소비자들의 일반적인 생각만을 규명하는 것으로는 설명되지 않는 미흡한 점이 많다.

따라서 본 연구에서는 세탁과 관련된 섬유흔용률과

취급표시 레이블에 관한 소비자들의 일반적인 인식을 알아보고, 각각의 취급주의 표시기호를 제시하고, 또 실제 섬유제품에 표시되는대로 조합된 형태로 제시하여, 기호들이 조합된 경우 그 이해도가 단독으로 표시된 경우와 차이가 있는지 조사하였다. 또한 의류제품을 직접 소비자들에게 보여주고 그 제품에 부착된 레이블을 제시한 후 실제로 가정에서는 어떠한 방법으로 세탁할 것인가를 물음으로써 레이블에 표시된 취급방법과 실제 세탁방법과 차이가 있는지 조사하였다. 또, 소비자가 레이블의 내용대로 세탁을 했음에도 문제가 생긴 경우 문제점을 파악하여 바람직한 의생활을 위하여 소비자와 업체가 취해야 할 태도를 생각해 보았다.

III. 연구 방법

1. 조사 대상 및 자료수집 방법

연구방법은 설문조사를 통하여 자료를 수집하였으며 응답자들은 서울시내에 거주하는 20대에서 50대까지의 가정주부 및 직장여성을 대상으로 총 150부의 설문지를 배포하여 연구자료로 적합하다고 생각되는 139개 표본만을 사용하여 분석하였다.

본 조사를 하기 전에 1991년 7월 18일에서 26일에 걸쳐 예비조사를 실시하여 설문지의 구성 및 응답항목을 수정보완하였으며, 7월 29일에서 8월 16일에 걸쳐 본 조사를 하였다.

2. 설문지 구성

설문지의 구성은 섬유제품의 품목별 세탁 및 관리실태에 관한 것이 65문항으로 시중에서 판매하는 섬유제품 중 용도별로 9가지(표 1)를 선정하여 이 제품들을 응답자에게 직접 제시하고, 각 품목을 가정에서 실제

세탁할 경우 세탁방법·세탁용수의 온도·세제의 종류·표백·탈수·건조·다림질 방법의 7가지 문항에 대하여 어떠한 방법을 이용할 것인지를 응답하도록 하였다.

섬유혼용률 표시에 관한 문항들은 제품 구매시에 섬유혼용률을 확인하는 정도, 내용을 이해하는 정도, 표시의 필요성, 신뢰도, 레이블이 붙어있지 않은 제품을 구입하였던 경험 여부, 레이블이 붙어있지 않아서 불편했던 경험에 대하여 5점 척도로 측정하였으며, 섬유혼용률 표시 내용을 확인하는 이유, 이해하지 못하는 이유, 있어야 한다고 생각하는 이유를 조사하였다.

또한 취급주의 표시에 대한 일반적인 문항으로서 의류제품의 직접세탁 여부를 물었으며, 의류제품의 구입시와 세탁시에 취급주의 레이블을 확인하는 정도가 다를 것이라는 가정 하에 제품 구입시 레이블의 확인정도와 세탁시 확인정도를 각각 5점 척도를 이용하여 알아보았고, 표기 내용의 이해정도와 표기내용을 이해하지 못하는 이유에 대해서도 조사하였다.

취급주의 기호들의 소비자 인지도는 조합된 취급주의 기호가 의미하는 세탁방법·세제의 종류·표백방법·탈수방법·건조방법·다림질방법에 대하여 KS에 규정된 기호들을 제시하여 측정하였으며, 조합시 취급주의 기호 1조의 구성은 KS 규정의 모든 취급방법을 포함하면서 중복되지 않도록 직교연구설계방법(orthogonal design)을 사용하였다. 이에 대하여 조합되지 않은 단일 기호의 인지도는 각 기호가 의미하는 내용에 관한 문항과 이를 따르는 정도를 5점 척도로 측정하였다. 또한 피해사례를 측정하기 위하여 제품손상에 관한 사항을 횟수, 구체적인 피해 형태, 구입처나 서비스 센터에 찾아가 수선·교환 및 환불요구 횟수, 소비자 보호기관에 고발했던 경험의 정도로 구

〈표 1〉 설문에 사용된 의류 제품

제 품	소재 및 색	제 품	소재 및 색
욕실용 타월	면 100%	스커트	아세테이트/PET(80 : 20)
여름용 내의	면 100%	여름용 원피스	면 100%
반소매 남방셔츠	면 100%, 흰색	남성용 춘추 점퍼	면/폴리에스테르 혼방
반소매 티셔츠	마 100%, 연한 색	여성용 흥겹 자켓	폴리에스테르 100%
반소매 블라우스	면/마(50 : 50) 혼방		

문하여 알아보았다. 그리고 응답자의 신상에 관한 것을 포함하여 총 설문 문항 수는 121개로 구성되었다.

3. 자료 분석방법

자료의 주요 분석에 사용된 통계 패키지는 SAS로써, 예비 분석을 위하여 서술통계량을 제시하는 듯수표, 분할표, 평균 및 표준편차의 분포를 살펴보았으며, Wald χ^2 , Pearson χ^2 , t-test, ANOVA분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 섬유흔용률 및 취급표시 레이블에 대한 소비자의 인식

레이블에 관한 일반적인 인식은 5점 척도를 이용하여 측정하였으며(확인정도의 경우 1=항상 확인한다, 5=항상 확인하지 않는다), 그 결과는 <표 2>에 나타나 있다. 결과를 살펴보면 레이블의 확인정도, 이해도, 신뢰도, 준수도 등에 있어서 2.00~2.26정도의 평균값을 나타내어 일반 소비자들이 레이블의 내용을 확인하고 있으며, 이해하고, 신뢰하며, 준수하고 있다고

응답하였음을 알 수 있다. 그러나 표시가 없는 제품 구입정도나 구입시 불편을 경험했던 정도는 보통에서 있는 편으로 치우치는 경향을 나타내어 아직도 레이블을 부착하지 않는 업체가 있다는 것을 알 수 있다. 또한 레이블의 필요성 인식도는 1.24~1.30정도로 매우 크지만, 그 내용의 표기실태에 대한 평가는 보통 정도라고 응답함으로써 레이블 표기에 개선점이 있다는 것을 시사하였다.

섬유흔용률 표시를 확인하는 이유를 중복응답이 가능토록 물었던 결과는 <표 3>에서 알 수 있듯이 의복의 '적절한 세탁 및 관리'와 '원하는 섬유의 의복을 선택하기 위하여' 섬유흔용률 표시를 확인하는 것으로 나타났다.

<표 4>는 섬유흔용률 표시의 내용을 이해하지 못하는 경우, 그 이유이며 <표 5>는 섬유흔용률 표시가 필요하다고 생각되는 이유로 모두 중복응답이 가능했던 문항들이다. 표시내용을 이해하지 못하는 이유는 '섬유에 대하여 잘 모른다', '표시내용이 부족하다' 순으로 나타났으며, 혼용률 표시가 필요한 까닭은 대부분의 응답자가 '세탁방법 및 의복관리에 필요하기 때문에'라고 응답함으로써, 위에서 섬유흔용률 표시를 확

<표 2> 레이블에 관한 일반문항들의 평균값

문 항	섬유흔용률		취급주의	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차
구입시 확인정도	2.00	0.86	1.95	0.79
세탁시 확인정도	-	-	2.06	0.88
이해도	2.07	0.71	2.16	0.70
필요성 인식도	1.24	0.48	1.30	0.58
표시가 없는 제품 구입정도	2.66	1.04	2.67	1.09
표시없는 제품구입시 불편경험도	2.40	0.09	2.63	0.94
섬유흔용률 표시의 신뢰도	2.19	0.56	-	-
세탁시 레이블의 준수도	-	-	2.26	0.81
표시실태 인식도	-	-	3.09	0.79

<표 3> 섬유흔용률 표시내용을 확인하는 이유

의복의 적절한 세탁 및 관리를 위하여	89명 (70.1%)
원하는 섬유의 의복을 선택하기 위하여	59명 (46.5%)
표시된 제품이 더 믿을만 하므로	26명 (20.5%)
특별한 이유가 없이 확인하는 경향 때문에	5명 (3.9%)

〈표 4〉 섬유혼용률 표시내용을 이해하지 못하는 이유

섬유에 대하여 잘 모른다	36명 (40.4%)
표시내용이 부족하다	30명 (33.7%)
용어를 이해하기 어렵다	16명 (18.0%)
우리말로 표기되어 있지 않다	7명 (7.9%)
기타	1명 (1.1%)

〈표 5〉 섬유혼용률 표시가 필요한 이유

세탁방법 및 의복관리에 필요하기 때문에	114명 (87.0%)
제품을 선택하는 데 도움을 주기 때문에	66명 (50.4%)
제품에 대한 신뢰도가 높아지기 때문에	33명 (25.2%)

〈표 6〉 취급주의 표시내용을 이해하지 못하는 이유

표기내용이 불충분하다	41명 (42.7%)
표기되어 있지 않은 항목이 있다	39명 (40.6%)
기호의 의미를 이해하기 어렵다	32명 (33.3%)
기타	1명 (1.0%)

〈표 7〉 취급표시 레이블의 개선방안

기호에 대한 설명을 글로 부착하도록	47명 (35.3%)
기호를 이해하기 쉽게 바꾸도록	46명 (34.6%)
보완할 필요 없음	22명 (16.5%)
기호를 쓰지 않고 말로 표시	13명 (9.8%)
기타	5명 (3.8%)

인하는 이유가 주로 의복의 적절한 세탁 및 관리를 위한 것이라고 응답한 결과와 일관성을 보여주고 있다.

취급주의 표시내용을 이해하지 못하는 경우, 그 이유는 〈표 6〉에서 알 수 있듯이 표기내용이 불충분하거나 표기되어 있지 않은 경우, 기호의 의미를 이해하지 못하는 경우가 많았다. 따라서 보다 합리적인 의생활을 위하여 소비자들이 레이블에 표기된 내용을 보다 잘 이해할 수 있도록 섬유나 표시기호에 관한 홍보 및 교육이 시행되어야 할 것이며, 업체에서는 레이블을 부착함에 있어서 규정에 따라 각 취급방법을 누락되는 사항이 없도록 표기하여야 할 것이다.

〈표 7〉은 취급표시 레이블의 개선방안에 관한 소비자들의 의견을 나타낸 표이다. 가장 많은 응답률을 보인 항목은 '기호에 대한 설명을 글로 따로 부착하도록'

했으면 좋겠다는 의견으로서 이 방법은 현재 의류생산업체들 중 기호에 대한 설명을 글로 따로 부착하고 있는 업체가 생기고 있으며 이에 대한 소비자들의 반응이 좋은 것으로 여겨진다. 그와 비슷한 비율로 '기호를 이해하기 쉽게 바꾸도록' 하자는 의견이 많이 나왔으며, 그 외의 개선방안으로 '기호를 쓰지 않고 말로 표기' 하자는 의견, 기타 소수 의견으로는 '눈에 쉽게 띠는 곳에 붙였으면 좋겠다', '레이블 표기방법보다는 업체의 타당성 있는 정확한 세탁방법의 표시가 더욱 필요하다', '형식적인 것이 아닌 실제 세탁방법의 정보 제공이 필요하다'는 의견이 있었다. 이것이 비록 소수의 의견이기는 하지만, 소비자들이 세탁방법에 있어서 세조업체의 표시에 불만을 가지고 있다는 점은 시사하는 바가 크다고 생각된다.

〈표 8〉 취급표시 레이블을 따르지 않는 이유

보지 않고 세탁을 해도 큰 문제가 없으므로	23명 (56.8%)
레이블을 따르는 것이 번거롭기 때문에	13명 (24.2%)
보지 않아도 세탁방법을 알기 때문에	12명 (22.9%)
레이블이 부적절하다고 생각하기 때문에	5명 (8.7%)
기타	1명 (1.4%)

〈표 9〉 취급주의 표시대로 세탁하였음에도 제품이 손상된 경우

손상횟수	0 번	47명 (34.3%)
	1~2 번	67명 (48.9%)
	3~5번	16명 (11.7%)
	6번 이상	7명 (5.1%)
조치 (구입처, 서비스센터)	수선, 교환, 환불의 조치	39명 (55.2%)
	제조업체의 책임회피	13명 (14.8%)
	방치 및 양장점 수선	55명 (63.3%)
고발경험	0 번	80명 (90.9%)
	1~2번	6명 (6.8%)
	3~5번	1명 (1.1%)
	6번 이상	1명 (1.1%)

〈표 10〉 단일/조합된 취급표시 레이블의 응답정확성 검증결과

취급 방법	단일 취급주의 표시레이블		조합 취급주의 표시레이블		χ^2 값	p 값
	맞 음	틀 림	맞 음	틀 림		
세탁방법	199(93.9%)	13(6.1%)	330(72.7%)	124(27.3%)	39.68	0.000
세제의 종류	130(61.3%)	82(38.7%)	218(45.3%)	263(54.7%)	15.07	0.000
표백방법	186(87.7%)	26(12.3%)	417(86.3%)	66(13.7%)	0.25	0.616
탈수방법	197(92.9%)	15(7.1%)	429(88.8%)	54(11.2%)	2.78	0.096
건조방법	137(64.6%)	75(35.4%)	231(48.0%)	250(52.0%)	16.28	0.000
다림질방법	134(63.2%)	78(36.8%)	257(53.3%)	225(46.7%)	5.85	0.016

의류를 세탁할 때, 취급표시 레이블의 내용을 따르지 않는다고 응답한 사람들을 대상으로 그 이유를 물었던 결과가 〈표 8〉에 나타나 있다. 그중 가장 큰 이유로서 레이블의 내용을 보지 않고 세탁을 하더라도 큰 문제가 없다는 것은, 소비자들이 세탁에 대한 전문적인 지식이 없어도 경험으로 어느 정도 적절한 방법을 취하고 있다는 것을 의미한다. 그러나 표기내용을 확인하고도 준수하지 않았기 때문에 발생하는 세탁사고는 소비자의 과실로서 업체의 보상을 받을 수 없기

때문에, 바람직한 의류의 소비생활을 위하여 레이블의 내용을 준수하는 태도가 필요하다.

〈표 9〉는 소비자들이 취급주의 표시대로 세탁했음에도 불구하고 제품이 손상된 경우, 그 횟수, 구입처나 서비스센터의 보상조치, 고발경험을 표로 나타낸 것이다.

취급주의 표시를 준수하였어도 제품이 손상된 횟수는 한번 이상이 65.7%를 나타내었으며, 사고시 소비자들의 조치는 그대로 입거나 가까운 양장점에서 수선

을 하는 경우가 과반수 이상으로 나타났다. 또한 업체 측에서의 책임회피시 90% 이상의 소비자가 한번도 고발경험이 없었다는 것은 소비자들이 제품에 대한 불만을 가지고 있다는 것을 의미하는 것이며, 근래에 들어 우리나라의 소비자의식이 향상되었다고는 하지만 아직도 미비한 점이 많다는 것을 알 수 있다.

2. 취급표시 레이블에 대한 소비자의 이해도 및 준수도

다음은 취급표시 레이블에 대한 소비자들의 이해도 및 실생활에서 이용하는 방법과의 차이, 그리고 인구통계학적 변수들이 레이블 내용의 인식도 및 준수도에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 알아보았다.

먼저, 단일 기호와 조합한 기호들을 제시한 두 경우에 대하여 응답의 정확성에 대한 차이를 알아봄으로써 대부분의 소비자들이 각각의 취급주의 표시기호의 의미를 알고는 있더라도 이들 기호들이 조합되어 제시되면 그 의미를 혼동하는 것을 알 수 있었다. <표 10>을 보면 표백방법을 제외한 나머지 취급방법에 있어서 단일 취급주의 기호와 조합된 취급주의 표시기호들 간의 맞고 틀림에 차이가 있음을 χ^2 결과로 보여주고 있으며, 조합된 취급주의 표시를 이해하는 소비자의 비율이 단일 취급주의에 비해 낮은 것을 알 수 있다.

표시기호 중 특히 세제의 종류, 건조방법, 다림질방법은 단일 기호로 표시하든 조합기호로 표시하든 응답의 정확성이 매우 낮은 편이다. 따라서 전체적으로 세제의 종류에 대한 명확한 표기와 건조방법, 다림질온도의 구체적인 표시가 필요하다.

<표 11>은 섬유제품들을 실제로 소비자들에게 보여주고, 각 제품에 부착된 취급주의 표시사항을 설문지내에 그대로 제시한 후 실제 세탁시에 소비자들이 어떻게 세탁할 것인지를 질문한 결과이다. <표 11>에서 보는 바와 같이 소비자들이 취급주의 표시대로 세탁을 하지 않는 경우가 많으며, 이행하는 경우와 그렇지 않은 경우의 차이도 유의함을 χ^2 값으로 알 수 있다. 세제 선택과 표백방법을 제외한 모든 취급방법에 있어서 과반수 이상의 소비자들이 취급주의 레이블의 내용을 따르지 않는 것으로 나타났다.

다음으로는 인구통계학적 변수들 중에 섬유혼용률 표시나 취급표시 레이블의 인식도와 관련이 있는 변수가 있을 것으로 생각하여, 이들 중 어떤 것이 관련성이 있는지를 알아보기 위하여 먼저 각 인구통계학적 변수들을 <표 12>와 같은 집단으로 구분하였다.

<표 13>에서 섬유혼용률 표시나 취급표시 레이블의 인식도는 인구통계학적 변수들과 부분적으로 상관관계가 있음을 알 수 있다. 섬유혼용률에 있어서는 연령,

<표 11> 취급표시 레이블대로 세탁하는지 여부

구분 변수	따르는 경우(%)	따르지 않는 경우(%)	χ^2 값	p 값
세탁방법	44.0	56.0	18.36	0.000
세제선택	52.4	47.6	2.84	0.092
표백방법	62.4	37.6	75.03	0.000
탈수방법	37.8	62.2	73.41	0.000
건조방법	34.8	65.2	113.39	0.000
다림질방법	31.0	69.0	172.31	0.000

<표 12> 각 변수의 집단 구분

연령	20세~29세,	30세~39세,	40세이상
결혼 여부	기혼 여성,	미혼 여성	
교육 수준	고등학교 이하,	대학교 이상	
직업	직업을 가진 여성,	직업이 없는 여성	
소득 수준	0~100만원 사이,	100~150만원 사이,	150만원 이상
구입 의류량/月	0~1벌,	2~3벌,	4벌 이상

〈표 13〉 주요 인구통계학적 변수들과 레이블 인식도의 차이

구분 변수	연령	결혼여부	교육수준	직업여부
설유흔용률 표시	F 값	t 값	t 값	t 값
확인정도	3.95**	2.25**	2.87***	0.66
이해도	3.87**	1.76*	3.53***	0.00
필요성 인식도	1.43	1.67*	0.10	-0.72
신뢰성	1.16	0.90	2.25**	-1.40
없는제품 구입정도	1.45	0.86	-1.47	-0.60
없는제품 불편경험	0.30	0.61	1.06	0.56
취급주의 레이블				
구입시 확인정도	8.40***	2.52**	3.00***	0.69
세탁시 확인정도	2.16	1.07	2.48**	2.41**
이해도	0.79	0.60	3.53***	-0.16
없는제품 구입정도	0.52	1.61	-1.85*	-0.46
없는제품 불편경험	0.99	0.37	0.95	0.31
표기실태 인식도	1.23***	3.48***	1.05	-1.64*
필요성 인식도	1.17	-0.12	2.31**	0.10

*p<0.10

**p<0.05

***p<0.01

결혼여부, 교육수준 등이 인식도와 관계가 있음을 알 수 있는데 30, 40대 기혼여성과 교육수준이 대학 이상인 소비자들이 높은 인식도를 나타내었으며, 이는 취급주의 표시에 있어서도 마찬가지 결과를 보이고 있다. 취급표시 레이블 내용의 세부 표기실태에 있어서는 20, 30대, 그리고 미혼여성, 직장여성일수록 잘 되어 있지 않다는 불만을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 이는 20대의 미혼여성보다 30, 40대의 주부들이 가정에서 실제 세탁을 하는 경우가 많기 때문에, 스스로 세탁하는 의복의 흔용률이나 취급표시 레이블에 대한 관심이 높다는 것을 의미하는 것으로 생각할 수 있다.

또한 이러한 인구통계학적 변수들이 취급표시 레이블을 준수하는 정도와도 상관관계가 있다는 것을 〈표 14〉에서 알 수 있다. 즉, 실물을 제시한 설유제품의 세탁방법과 설문지 내에 제시하여 준 취급주의 표시사항이 일치하는지를 분석해 본 결과, 세탁방법과 레이블 내용과의 일치도는 연령과 결혼여부, 교육수준에서 집단간 차이가 있었다. 30대, 기혼여성, 그리고 대학 이상의 학력을 가진 소비자들이 레이블의 내용을 잘 이해하고 있는 것으로 나타났다.

즉, 취급주의 레이블의 내용은 대체적으로 연령면에서는 30대의 중간층, 그리고 교육수준이 높을수록 지시하는 의미를 잘 파악하고 있었으며 레이블대로의 이행정도는 미혼여성보다 직접 세탁을 하는 기혼여성일수록, 그리고 교육수준이 높을수록 레이블의 지시를 따르고 있는 것으로 나타났다.

끝으로 취급주의 표시 기호를 잘 이해하는 소비자를 구분하여, 이들이 레이블에 표기된 대로 세탁을 하더라도 제품에 손상을 입는 경우가 있었는지 알아보았다. 이를 위하여 조합된 취급주의 기호의 의미를 묻는 18개 설문 문항에서 χ^2 값을 통해 ($\chi^2=8.971$, $p<0.05$) 적어도 12개 이상의 문항을 맞춘 경우는 취급주의 기호의 의미를 잘 아는 사람, 그리고 나머지는 그 의미를 잘 모르는 사람으로 구분하였다. 그 결과, 취급주의 표시를 잘 아는 84명 중 52명(61.9%)이 레이블에 표기된대로 세탁을 했더라도 적어도 한 번 이상 손상을 입었던 경험이 있었으며, 이중 7명(13.2%)만이 구입처나 서비스센터에서 소비자의 취급부주의라고 한 경우이다.

이 결과로서 알 수 있는 것은 취급주의 표시를 잘 이해하는 소비자들이 표시사항대로 세탁을 했다 하더

〈표 14〉 주요 인구통계학적 변수들과 취급주의 레이블 이해정도

구분변수	연령	결혼여부	교육정도	직업여부
	F 값	t 값	t 값	t 값
세탁방법	3.77**	2.29**	2.40**	-0.71
표백방법	1.05	0.49	1.22	-0.46
건조방법	0.07	0.36	0.70	-0.21
드라이크리닝	1.10	0.10	2.64**	-0.47
탈수방법	0.79	1.58	1.54**	-0.49
다림질방법	0.61	2.06**	1.84*	-0.89

*p<0.10

**p<0.05

***p<0.01

라도 문제가 발생한 경우가 많은 점으로 보아 업체측에서 제품에 적절치 않은 취급주의 레이블을 부착했거나, 일반적으로 필요한 표시임에도 불구하고 기호조합 과정에서 특정기호를 누락시킨 경우 등을 그 이유로 볼 수 있다.

따라서 의류제품의 레이블 표기 자체에 위와 같은 문제가 있다는 분석결과는 업체가 레이블 부착과정에서 좀 더 주의를 기울여야 하며, 또한 클레임이 생길 것을 우려한 소극적인 내용 표기는 없어야 할 것이라고는 점을 시사하고 있는 것이다.

V. 결 롬

의류제품의 세탁과 관련된 레이블에 대한 연구결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

1. 의류제품의 취급방법과 관련된 레이블에 있어서 소비자들의 인식도는 스스로 생각하고 있는 것보다 낮다. 즉 취급표시 레이블에 대한 일반적인 인식도 조사에서는 레이블의 내용을 이해한다고 응답하였지만, 실제로 많은 소비자들이 의류제품에 부착된 취급표시 레이블의 내용을 정확히 이해하지 못하는 것으로 나타났다.

2. 레이블의 인식도는 가정에서 직접 세탁을 하는 30~40대 기혼여성, 그리고 교육수준이 높을 수록 높으며, 젊은 미혼여성과 직장여성들은 표시실태에 불만을 가지고 있는 것으로 나타났다.

3. 소비자들은 실제 세탁시 표시사항을 준수하지 않는 경우가 많았다. 그 이유는 준수하지 않더라도 큰

문제가 없으며, 레이블에 지시된 내용이 번거롭기 때문인 것으로 나타났다.

4. 취급주의 표시기호를 잘 이해하는 소비자가 지시대로 세탁한 경우에도 문제가 발생한 경우가 많았는데 이는 업체 측에서 적절치 않은 레이블을 부착하였거나, 특정기호의 표기를 누락한 때문인 것으로 사료된다.

5. 바람직한 의생활 관리를 위해서는 레이블의 표기 내용이 좀 더 현실적, 구체적으로 명확해져야 하며, 소비자들도 이를 믿고 따르는 태도가 필요하다.

본 연구의 제한점은 연구대상이 서울 지역으로 한정되어 있으며, 설문에 사용된 섬유 품목들이 여름제품으로 제한되어 있다는 문제점이 있으므로 확대해석에는 주의를 기울여야 할 것이다. 또한 여러가지 기기의 발전과 함께 새로운 세탁과 관련된 기기들 역시 다양하게 개발되고 있으므로, 앞으로 이에 따른 새로운 취급방법에 관한 기호 및 규정에 관한 연구가 계속적으로 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 현

- 1) 소비자 보호단체협의회, 소비자, 8-12 (1991.2)
- 2) Collier, A. M., A Handbook of Textiles, Pergamon Press Ltd., (1974)
- 3) 공업진흥청, 섬유제품 분야 상품별 품질표시 기준 및 방법, (1989)
- 4) ASTM (American Society for Testing Materials), Standard Terminology for Permanent Care Labels for Consumer Textile and Leather Products other

- than Carpet and Upholstery D 3136-88, (1988)
- 5) JIS (Japan Industrial Standard: 日本工業規格), 纖維製品の取扱いに 關する 表示記號及びその 表示方法 L 0217, (1976)
 - 6) KS(한국공업규격), 섬유의 세탁방법등에 관한 표시기호, (1986)
 - 7) 임숙자, Garment Label과 소비자 관심에 관한 연구, 한국의류학회지, 2. No. 2. 19-28, (1978)
 - 8) _____, 의류제품의 레이블에 관한 연구, 이화여대 생활과학연구원 논총 제 24집, 71-80, (1979)
 - 9) 전경란, 우리나라 섬유제품의 품질표시에 관한 연구, 청주교대 논문집 제 18집, 441-457, (1981)
 - 10) 전효순, 시판 의류제품의 소비자 문제에 관한 실증적 고찰—Outer Wear를 중심으로— 한양대학교 대학원 석사학위논문, (1984)
 - 11) 박찬애, 시판 의류제품의 품질표시실태와 소비자 태도에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, (1989)
 - 12) 최해운·차옥선, 시판 의류제품에 관련된 소비자 불만에 관한 연구—YWCA 소비자 고발자료를 중심으로—, 한국의류학회지 17, 550-564, (1993)