

# 유니폼 실태조사 및 디자인 개선을 위한 연구(Ⅱ)\*

가톨릭대학교 의상학과  
 부교수 남 윤 자  
 한성대학교 의상학과  
 조교수 김 경 인  
 서울대학교 의류학과  
 강사 이 윤 정

目 次	
I. 서 론	2. 97/98 A/W 패션트렌드 분석
II. 이론적 배경	3. 직종별 유니폼의 디자인 제안
III. 연구방법 및 절차	V. 요약 및 제언
IV. 결과 및 고찰	참고문헌
1. 유니폼 디자인 설문지 분석	ABSTRACT

## I. 서 론

유니폼은 사회구조가 팽창되고 조직이 점점 발달함에 따라 착용자의 지위, 신분표시 등을 나타낸 옷이라 할 수 있다. 또한 기업의 통일된 모습을 나타냄으로써 대외적으로는 그 기업을 상징하며, 기업의 이미지를 전달하는 역할을 한다. 착용자에게는 특수한 집단의 옷을 착용함으로써 소속감과 일체감에서 오는 자부심으로 단결력을 부각시키고, 사원간의 동료의식과 일체감에서 집단에의 귀속감을 가지게 함과 동시에 효율성과 안정성을 나타낸다. 최근 유니폼은 각 회사에서 부각하고 있는 C.I.P. 전략 및 패션의 흐름에 따라 새로운 변화를 원하고 있다.

제1보에서 유니폼에 대한 착용만족도를 상징성, 심미성, 기능성, 경제성의 4가지 측면에서 조사 분

석해 유니폼에 대한 만족, 불만족도를 파악하여 유니폼의 개선점을 찾아 보았다. 또한 유니폼의 착용만족도를 직종별, 개인 신상별로 조사하여 그 실태를 조사 분석하였다.

본 연구에서는 착용자집단, 관리자집단, 소비자 집단의 유니폼에 대한 만족도를 반영한 유니폼 제작을 위해 설문지법으로 디자인에 대한 선호도를 유니폼 아이템별로 조사하였다. 여기에 97/98 패션트렌드를 반영하여 이를 토대로 각 직종에 따른 유니폼의 디자인을 제시함으로써 유니폼 디자인의 질적 향상을 도모하고 유니폼 연구에 기여하고자 한다.

## II. 이론적 배경

유니폼을 디자인 할 때에는 첫째 기업의 성격과

\* 1995년도 한국학술진흥재단의 공모과제 연구비에 의하여 연구되었음.

특색을 반영, 영업소의 수, Basic System의 적용 방법, 종업원의 수(평균 연령), 예산 스케줄을 고려하고, 둘째 유니폼의 기능을 고려한다. 즉 작업 내용, 계절감, 영구성, 냉, 온방 상태, 세탁의 빈도, 사이즈의 범위, 운동성을 알아본다. 셋째, 소재, 색상(社色과의 관계), 디자인을 고려하여야 한다.<sup>1)</sup>

각 직종별 유니폼 디자인을 위하여, 첫째, 각 직종의 특성을 알아보고, 둘째, 유니폼 디자인 시 고려 되어야 할 소재, 색상, 디자인과 패션트렌드에 대하여 이론적 특성을 알아본다.

### 1. 직종별 특성

본 연구에서는 사무직과 서비스직으로 나누어, 사무직은 대기업, 중소기업, 금융기관으로 서비스직은 호텔, 백화점, 일반음식점, 패스트푸드점으로 나누었다.

각 직종별로 유니폼의 특성을 살펴보면,

대기업은 사무직의 대표적인 형태로 자본이 많고, 기업의 C.I.P을 반영하는 유니폼 제작에 다른 직종보다는 더 조직적이고 체계적인 투자를 할 수 있는 곳이며, 유니폼의 생산 규모가 큰 곳이다. 직종상 특성은 상반신의 운동량이 다른 신체의 운동량보다는 많은 직종이다.

중소기업은 대기업과 비슷한 작업활동을 가지나 유니폼에 투자할 수 있는 경제적인 능력이나 종업원수에 차이가 있으므로, 경제적인 측면과 이로 인한 유니폼에 대한 관심도에서 차이점이 있다.

금융기관은 직접 고객을 접하는 종업원과 사무를 보는 직원들로 나눌 수 있다. 앞서서 근무하는 양이 많으므로, 대기업의 사무직 착용자와 마찬가지로 이러한 활동을 고려하여 의복 구성에서 동작에 무리가 없도록 유니폼을 디자인 하여야 한다. 또한 직접 고객과 접하게 되는 착용자는 청결하고 부드러운 인상을 주어야 하며, 눈에 자극을 주는 강한 배색이나 색상의 선택을 피해야 할 것이다.<sup>2)</sup>

호텔의 중요한 특성은 인적 서비스에 대한 의존도가 높다는 것이다. 종업원의 서비스는 호텔에 있어서 최대의 상품으로 유니폼은 그 호텔의 이미지에 많은 영향을 끼친다.<sup>3)</sup> 호텔 종업원의 유니폼은 다양한데 고객들이 가장 많이 왕래하는 로비를 중심으로 도어맨, 벨맨, 웨이터, 웨이터리스, 데스크의 남,녀가 있다. 호텔은 사교장의 역할도 하므로 예복스타일의 유니폼이 선호되고 있다.<sup>4)</sup> 호텔 유니폼의 상징성에 큰 역할을 하는 것으로 주머니, 목칼라, 벨트, 견장과 같은 부착물이 있는데 이들 또한 주의 깊게 고려할 필요가 있다.<sup>5)</sup>

백화점 판매 여사원의 유니폼은 그 백화점의 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 한다.<sup>6)</sup> 백화점 판매여사원의 단정하고 청순한 이미지는 서비스와 함께 백화점의 이미지로 연결되어 진다. 현재의 백화점의 경우 많은 판매 여사원의 수와 유니폼에 대한 훼손성이 높기 때문에 안내원의 유니폼과는 달리 고정적이어서 디자인을 할 때 장기적인 안목으로 디자인한다. 따라서 판매 여사원의 유니폼은 같은 디자인을 매년마다 제작할 필요가 생기기 때문에 유니폼의 소재 확보가 용이하며 생산지시의 전달이 쉬운 디자인을 해야한다.<sup>7)</sup> 백화점의 실내온도는 항상 20℃~25℃정도로 일정한 온도를 유지하므로 등복의 필요성은 없다.

패스트푸드점은 신속한 서비스와 편의성을 갖고 상대적으로 낮은 가격으로 식품을 제공하는 업체를 뜻하는 것으로 식품 자체보다는 서비스 속도와 방식 때문에 다른 업종과 구별된다. 주고객이 젊은 층이므로 유니폼은 귀엽고 발랄한 형을 선호하고 악세서리를 이용함으로써 브랜드 이미지를 잘 나타낸다. 악세서리 중 모자를 가장 선호하였다.<sup>8)</sup>

일반 음식점은 대중을 상대로 하므로 수용 인원이 많으나 수용 인원이 적은 곳은 유니폼조차 착용하지 않고 있는 실정이다. 경제적으로 호텔에 있는 음식점이나 다른 기업들에 비해 영세하므로 유니폼 제작에 대한 관심도 적고 투자도 적어, 조

사결과 소재도 대부분 화학섬유를 사용하고 있고, 1인당 1벌을 지급하고 있었다.<sup>9)</sup> 일반음식점은 종업원들이 정반을 나르고, 그릇을 들어올리고, 방을 오르내리는 등의 작업을 많이 하므로 유니폼의 팔뺨, 등뒤, 가슴과 허리 등에 충분한 여유가 있어야 한다.

## 2. 유니폼의 소재

유니폼은 자주 세탁을 해야 하므로 흡수, 건조가 잘 되고, 세탁성도 좋고, 구김이 잘 생기지 않아야 한다.<sup>10)</sup> 따라서, 세탁이 용이하고 형태 안정성이 좋은 합성섬유와의 혼방이 사용된다. 가장 널리 사용되고 있는 직물은 폴리에스테르와 면의 혼방으로 이 직물은 상쾌하고 매끄러우며, 입기에 편리하고, 보관유지가 간편하여 영구적이다. 유니폼은 일상복에 비하여 오염될 기회가 많고, 그 때문에 자주 세탁해야 하므로, 내구성이 좋아야 한다. 또한 착용 중 구부리거나 마찰을 하게 되므로 이에 견디는 내구성도 좋아야 경제적인 부담도 줄어 들 수 있다.<sup>11)</sup> 유니폼은 작업 능률상 활동성을 고려한 소재가 요구되며, 일반복과 같은 고도의 심미성은 요구되지 않으나, 디자인에 합당한 소재가 요구된다.

## 3. 색 . 상

디자인의 미는 선, 형태, 색상, 질감 등이 어울려 이루어지는 것이지만 그 중에서도 시각적으로 강렬한 반응을 일으키는 것은 색채라 할 수 있다.<sup>12)</sup> 유니폼의 색채계획에 있어서 가장 주지해야 할 점은 식별기능과 상징적 기능이다. 외적으로는 상징적이며 시각적으로 강조되어야 하며 내적으로는 식별이 가능하도록 통일감을 주는 계획이 필요하다.<sup>13)</sup> 색채는 이미지의 동일화(Identification)의 중요한 요소의 하나로, 기업의 이미지를 전달하기 위해서 효과적인 색채이어야 한다. 유니폼

색채 선택시 생각하여야 할 점은, 첫째 기업의 이념을 나타내는 색채이어야 하며, 둘째 눈에 띄기 쉬운 색이고, 타사와의 차별성이 뛰어난 색채이어야 한다. 셋째, 여러 가지 소재로 재현이 용이하고, 관리하기 쉬운 색채여야 하며, 넷째 불쾌감을 주지 않고, 주위의 조화로운 색채여야 한다. 또한 종업원의 연령과 작업장의 환경색을 고려하여 선정하여야 한다. 최근 점점 짙은 색상에서 밝은 색상으로 변하고 있고, 환경색과 반대되는 색이 좋고, 이 가운데서 색채조화가 되는 것이 좋다.

## 4. 디자인

유니폼은 형태적 이미지 업(Image-up)과 함께 기능이 포함된 외적 표현이므로 형태의 개념을 적용함에 있어서 복잡한 외적인 실루엣보다 의복의 색채, 심벌, 마크, 소재의 트리밍에 의해 특성이 나타나게 해야 한다. 또한 실루엣은 인체를 바탕으로 표현되어야 하므로 인체의 전체적인 비율에 근거를 두어 행동범위를 막지 않는 범위 내에서 외형선을 만들어야 한다.<sup>14)</sup>

그러므로 그 형태는 첫째 쾌적한 의복 기후가 유지되며, 체온 조절이 용이한 형태여야 하고, 둘째 작업으로 인한 의복에 온도와 습도가 상승하기 때문에 방열이 저해되지 않는 형태로써 기후에 적응하는 의복이어야 한다. 셋째, 일정한 환경에서 장시간 착용하는 옷이므로 활동시 경쾌감을 주고, 피로를 경감시킬 수 있어야 한다. 넷째, 신체 활동시 필요한 여유분등 인간공학적인 측면에서도 연구가 되어져야 한다.<sup>15)</sup>

## 5. 패션 트렌드<sup>16)</sup>

시장정보와 패션정보를 근거로 하여 본 시즌의 패션 테마를 결정하는데,<sup>17)</sup> 이 단계에서 각 기업은 자사 제품의 독점적 경쟁력을 강화시키기 위하여 시기별 구별력과 상표별 구별력을 추구하게 된

다. 각 테마별로 이미지, 색상, 소재, 실루엣, 디테일, 액세서리, 헤어스타일과 메이크업, 코디네이션 테크닉 등을 분석한다. 색채가 차지하는 비중이 커짐에 따라 정보분석업무중에서 색채의 경향 분석이 중요시된다. 소재는 섬유 종류, 조직상의 특성, 염색, 가공방법, 질감, 표현의 다양성 등 각각 복잡한 요소를 가지고 있으므로 스와치 샘플로 직접 판단하는 것이 이상적이다. 디자인 분석을 위하여 기본 라인을 중심으로 세분화하여 해당 브랜드에 어울리는 실루엣을 찾는다. 또한 네크라인, 칼라, 소매, 커프스, 바스트부위, 웨스트라인, 힙부위, 헬라인 등의 부분적인 디테일을 정리하여 해당 브랜드의 성격을 잘 표현할 수 있는 테크닉으로 표현하는 것이 중요하다.

### Ⅲ. 연구 방법 및 절차

본 논문의 연구문제를 조사하기 위하여 설문지법을 사용하였다. 설문지 문항은 제1보와 마찬가지로 의류학 분야의 교수와 강사에게 내용의 타당도를 검증 받았다.

본 연구의 범위는 사무직과 서비스직으로 국한하여, 서울 시내에서 종사하고 있는 대기업, 금융기관, 중소기업의 사무직과 호텔, 백화점, 일반음식점, 패스트푸드점의 서비스직 여사원을 무작위로 추출하여 이들을 유니폼의 착용자집단으로 선정 분류하여 조사하였다. 이들 이외에도 유니폼 담당 관리자와 소비자를 대상으로도 설문조사 하였다.

설문지 개발을 위하여 국내외에 발간된 전문서적과 논문 및 정기간행물 등을 근거로, 1995년 10월부터 1995년 11월까지 착용자집단을 대상으로 예비설문지를 개발하여 각 직종별로 10부씩 70부를 예비조사하여 문항을 정리하였다. 이를 기초로 하여 설문지법을 개발하여, 유니폼 디자인에 관한 선호도를 착용자집단, 관리자집단, 소비자집단으로 나누어 유니폼의 아이템별로 조사하였다.

설문지의 유니폼 디자인에 관한 문항은, 이경희(1991), 손강숙(1988), 강지영(1991), 김희정(1989), 김원준(1988), 이은영(1989)의 연구를 기초로 하여, 문항을 정하였다. 본 조사는 1995년 11월에서 1996년 2월까지 1,100부의 설문지를 배포하여, 착용자집단 716부, 관리자집단 73부, 고객집단 194부를 회수하였다. 통계처리는 SPSS-PC<sup>+</sup>를 이용하여 빈도분포와 X<sup>2</sup>(카이검증)방법으로 통계처리하였다.

## Ⅳ. 결과 및 고찰

### 1. 유니폼 디자인의 설문지 분석 결과

유니폼 디자인 취향에 대한 29개 문항의 빈도분포를 살펴보고, 직종간 차이를 알기 위해 X<sup>2</sup>검증을 하였다

#### 1) 유니폼 선호형태

선호되는 유니폼 형태(또는 실루엣)를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 1>과 같다.

착용자집단의 경우, 시스(sheath)형이 60%이상, 허리 아래로 퍼진 형이 30%정도, 박스형이 10%미만으로, 특히 시스형은 금융기관, 대기업의 경우는 73.4%, 70.9%로 높게 나타났으며, 중소기업은 50.0%로 가장 낮게 나타나 차이를 보여주고 있다. 허리 아래로 퍼진 형은 백화점(41.8%)의 선호도가 가장 높았다. 관리자집단의 경우, 시스형(74.0%)이 높고, 허리 아래 퍼진 형(23.3%), 박스형(2.7%) 순이다. 고객집단 전체는 시스형을 60.3%로 가장 선호하였고 다음으로 허리 아래로 퍼진 형 34.0%이고, 박스형은 5.7%에 그쳤다.

이경희(1991)의 연구에 의하면, 은행원의 경우 아워글래스형이 72.3%, 스트레이트형 12.3%, A라인형 9.6%의 분포를 나타내고, 고객의 경우 아워글래스형 84.1%, A라인형 11.6%, 스트레이트형 3.6%의 분포를 보였다. 반면 본연구에서는 금

<표 1> 유니폼 선호 형태 비교

집단	형태\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관	기업	기업			푸드점		
착용자	시스형	449 (62.6)	73.4	70.9	50.0	66.3	58.1	56.0	57.1	53.69***
	허리아래 퍼진형	222 (31.0)	23.8	25.5	33.7	28.7	27.4	37.4	41.8	
	박스형	45 ( 6.3)	2.8	3.6	15.4	5.0	14.5	6.6	1.0	
관리자	시스형	54 (74.0)	88.2	77.8	75.0	77.8	70.0	50.0	80.0	NS
	허리아래 퍼진형	17 (23.3)	11.8	22.2	25.0	22.2	30.0	30.0	20.0	
	박스형	2 ( 2.7)	0	0	0	0	0	20.0	0	
고객	시스형	117 (60.3)	69.4	50.0	66.7	83.3	53.6	48.1	65.8	NS
	허리아래 퍼진형	66 (34.0)	27.8	37.5	33.3	16.7	42.9	48.1	26.3	
	박스형	11 ( 5.7)	2.8	12.5	0	0	3.6	3.7	7.9	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

음기관의 세 집단 모두 시스형, 허리 아래 퍼진형, 박스형의 순으로 나타나 선행 연구결과와는 착용자 집단에서 차이를 보였다. 강지영(1991)의 연구에 의하면, 패스트푸드점 종업원의 경우 아우어글래스형 51.4%, 프린세스형 32.7%, 스트레이트형 16.1%의 분포를 보이고, 고객의 경우 프린세스형 43.8%, 아우어글래스형 39.6%, 스트레이트형 6%의 분포를 보였다. 본연구의 패스트푸드점 두 집단에서도 이와 비슷한 분포를 보였다.

X<sup>2</sup>검증 결과 착용자 집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 관리자 집단과 고객 집단은 직종간에 유의한 차이를 보이지 않았다.

2) 유니폼 선호 아이템

선호되는 유니폼 아이템을 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 2>와 같다.

착용자 집단 전체는 블라우스+조끼+스커트 43.3%, 블라우스+자켓+스커트 18.9%, 블라우스+조끼+바지 11.6%의 순으로 선호했다. 직종별로 보면 블라우스와 조끼, 스커트 조합을 금융기관 57.3%, 대기업 51.9%, 중소기업 41.2%에서 가장 선호하는 것으로 나타났다. 블라우스, 자켓, 스커트의 조합은 호텔(36.1%), 일반음식점, 백화점, 금융기관에서 선호하고 있는 것으로 나타났다. 패스트푸드점은 원피스 15.4%, 블라우스와 스커트 23.1%로 타 직종에 비하여 다양한 아이템의

개발가능성을 보여주고 있다. 관리자 집단의 경우, 블라우스+조끼+스커트(54.4%), 블라우스+자켓+스커트(16.2%) 순으로 선호하였다. 고객 집단의 경우 블라우스+조끼+스커트 48.5%, 블라우스+자켓+스커트 17.0%로 선호했으며, 블라우스+조끼+스커트는 특히 호텔(72.2%)에서, 블라우스+자켓+스커트는 특히 중소기업(33.3%)에서 선호되었다.

강지영(1991)의 연구에 의하면, 패스트푸드점 종업원의 경우 블라우스+조끼+바지 34.2%, 블라우스+점퍼스커트 26.3%, T-shirts+바지 17.7%의 순이었고, 고객의 경우 블라우스+점퍼스커트 25.3%, 블라우스+스커트 23.1%, 블라우스+조끼+바지 20.7%의 분포를 보였는데, 본연구에서는 패스트푸드점의 착용자 집단은 블라우스+조끼+스커트, 블라우스+스커트, 원피스의 순으로 선호하고, 고객 집단은 블라우스+조끼+스커트, 블라우스+자켓+스커트, 블라우스+조끼+바지의 순서로 나타나 선행 연구와 차이를 보였다. X<sup>2</sup> 검증결과 착용자 집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 직종간에 유의한 차이가 없었다.

3) 블라우스 선호 형태

선호되는 블라우스 형태를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 착용자 집단, 관리자 집단, 고객 집단

<표 2> 유니폼 선호 아이템 비교

집단	아이템\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관	기업	기업		푸드점			
착용자	블라우스+조끼+스커트	305 (43.3)	57.3	51.9	41.2	32.0	32.8	37.4	38.1	152.19***
	블라우스+자켓+스커트	133 (18.9)	17.5	13.2	10.8	36.1	29.5	5.5	22.7	
	블라우스+조끼+바지	82 (11.6)	11.2	17.0	16.7	10.3	3.3	7.7	12.4	
	블라우스+자켓+바지	26 ( 3.7)	3.5	2.8	2.9	5.2	0	2.2	8.2	
	원피스	37 ( 5.2)	3.5	2.8	4.9	2.1	1.6	15.4	7.2	
	블라우스+스커트	71 (10.1)	3.5	6.6	12.7	7.2	21.3	23.1	5.2	
	블라우스+점퍼스커트	31 ( 4.4)	3.5	1.9	2.9	4.1	8.2	5.5	6.2	
	블라우스+바지	20 ( 2.8)	0	3.8	7.8	3.1	3.3	3.3	0	
관리자	블라우스+조끼+스커트	37 (54.4)	53.3	77.8	50.0	62.5	66.7	11.1	50.0	NS
	블라우스+자켓+스커트	11 (16.2)	19.9	11.1	25.0	12.5	11.1	11.1	30.0	
	블라우스+조끼+바지	6 ( 8.8)	0	0	25.0	0	0	33.3	20.0	
	블라우스+자켓+바지	1 ( 1.5)	0	0	0	12.5	0	0	0	
	블라우스+스커트	7 (10.3)	20.0	11.1	0	0	11.1	22.2	0	
	원피스	2 ( 2.9)	6.7	0	0	12.5	0	0	0	
	블라우스+바지	2 ( 2.9)	0	0	0	0	11.1	11.1	0	
	블라우스+점퍼스커트	2 ( 2.9)	0	0	0	0	0	11.1	0	
고객	블라우스+조끼+스커트	94 (48.5)	61.1	58.3	25.0	72.2	35.7	33.3	44.7	NS
	블라우스+자켓+스커트	33 (17.0)	13.9	12.5	33.3	5.6	17.9	18.5	18.4	
	블라우스+조끼+바지	17 ( 8.8)	2.8	16.7	25.0	0	14.3	14.8	2.6	
	블라우스+자켓+바지	8 ( 4.1)	8.3	4.2	0	0	3.6	7.4	2.6	
	블라우스+스커트	21 (10.8)	11.1	8.3	16.7	5.6	17.9	7.4	10.5	
	블라우스+점퍼스커트	9 ( 4.6)	2.8	0	0	16.7	0	7.4	7.9	
	원피스	10 ( 5.2)	0	0	0	10.7	11.1	10.5		
	블라우스+바지	2 ( 1.0)	0	0	0	0	0	0	5.3	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

모두 혈명한 형을 66%, 58%, 60.9%로 높게 선호하며 직종별 유의한 차이는 보이지 않았다.

4) 블라우스 선호 칼라

선호되는 블라우스 칼라를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 3>와 같다.

착용자집단 전체는 스포츠 칼라 26.3%, 리본 칼라 23.4%, 스텐 칼라 15.3% 순으로 선호하고 있는 것으로 나타났다. 관리자집단의 경우 스포츠 칼라(25.0%), 피터팬칼라(22.2%), 리본 칼라(22.

2%) 순으로 선호하며, 고객집단 전체의 24.9%가 스포츠칼라, 23.3%가 리본칼라, 16.6%가 피터팬칼라를 선호했다.

손강숙(1988)의 연구에 의하면, 백화점 판매원의 경우 타이칼라를 55.7%로 가장 선호하고 고객의 47.6%도 타이칼라를 선호하는 것으로 나타났는데, 본연구에서는 백화점 착용자집단과 고객집단 모두 스포츠칼라를 가장 선호하는 것으로 나타나 선행연구와 차이를 보였다.

X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.01에

<표 3> 블라우스 선호 칼라 비교

집단	칼라\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관		기업			푸드점		
착용자	스포츠	189 (26.3)	20.1	17.1	36.5	18.0	37.1	30.8	32.3	74.69***
	리본	168 (23.4)	24.3	25.2	15.4	38.0	25.8	14.3	19.2	
	스텐	110 (15.3)	18.8	12.6	14.4	8.0	14.5	9.9	26.3	
	피터팬	51 (12.7)	11.8	17.1	13.5	11.0	6.5	20.9	6.1	
	셔츠	88 (12.2)	13.2	14.4	13.5	13.0	8.1	12.1	10.1	
	터틀넥	38 ( 5.3)	6.9	7.2	4.8	5.0	1.6	5.5	4.0	
	밴드	35 ( 4.9)	4.9	6.3	1.9	7.0	6.5	6.6	2.0	
관리자	스포츠	18 (25.0)	29.4	33.3	50.0	25.0	30.0	0	30.0	NS
	리본	16 (22.2)	29.4	0	0	50.0	10.0	20.0	30.0	
	스텐	10 (13.9)	5.9	22.2	25.0	0	10.0	30.0	10.0	
	피터팬	16 (22.2)	17.6	22.2	25.0	25.0	10.0	30.0	30.0	
	셔츠	9 (12.5)	17.6	11.1	0	0	30.0	10.0	0	
	터틀넥	1 ( 1.4)	0	0	0	0	10.0	0	0	
	밴드	2 ( 2.8)	0	11.1	0	0	0	10.0	0	
고객	스포츠	48 (24.9)	11.1	33.3	33.3	11.1	25.0	37.0	29.7	NS
	리본	45 (23.3)	25.0	25.0	16.7	33.3	35.7	22.2	16.2	
	스텐	17 ( 8.8)	19.4	4.2	8.3	0	3.6	11.1	2.7	
	피터팬	32 (16.6)	16.7	20.0	16.7	27.8	17.9	7.4	10.8	
	셔츠	22 (11.4)	8.4	4.2	25.0	11.1	10.7	3.7	21.6	
	터틀넥	18 ( 9.3)	13.9	4.2	0	11.1	3.6	7.4	13.5	
	밴드	11 ( 5.7)	5.6	8.3	0	5.6	3.6	11.1	5.4	

\*: p≤0.05, \*\*: p≤0.01, \*\*\*: p≤0.001

<표 4> 블라우스 선호 소매 비교

집단	소매\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관		기업			푸드점		
착용자	퍼프	319 (44.6)	49.3	40.4	29.8	64.4	45.2	39.6	43.8	53.35***
	셀인	301 (42.1)	36.8	50.5	55.8	25.7	37.1	41.8	43.8	
	라글란	51 ( 7.1)	9.0	5.5	4.8	6.9	12.9	11.0	2.1	
	돌만	44 ( 6.2)	4.9	3.7	9.6	3.0	4.8	7.7	10.4	
관리자	퍼프	36 (50.0)	52.9	44.4	75.0	62.5	40.0	30.0	70.0	NS
	셀인	32 (44.4)	47.1	55.6	0	37.5	40.0	70.0	30.0	
	돌만	4 ( 5.6)	0	0	25.0	0	20.0	0	0	
	라글란	0 ( 0 )	0	0	0	0	0	0	0	
고객	퍼프	72 (37.5)	44.4	41.7	16.7	50.0	37.0	25.9	34.2	NS
	셀인	89 (46.4)	38.9	41.7	75.0	50.0	40.7	55.6	47.4	
	라글란	15 ( 7.8)	8.3	4.2	8.3	0	11.1	3.7	13.2	
	돌만	16 ( 8.3)	8.3	12.5	0	0	11.1	14.8	5.3	

\*: p≤0.05, \*\*: p≤0.01, \*\*\*: p≤0.001

서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

5) 블라우스 선호 소매 선호되는 블라우스 소매를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 4>와 같다.

착용자집단 전체는 퍼프소매형태(44.6%)와 셀인 소매형태(42.1%)를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 관리자집단의 경우 퍼프소매(50.4%), 셀인 소매(44.4%)로 비슷하게 주류를 이루고 있으며, 고객집단 전체의 46.4%가 셀인소매, 37.5%가 퍼프소매를 선호하였다. 이경희(1991)의 연구에 의하면, 은행원의 경우 퍼프 슬리브 18.8%, 셔츠 슬리브 13.5%의 순이고, 고객의 경우 셔츠 슬리브 38.4%, 퍼프 슬리브 18.8%의 순으로 나타났는데, 본연구에서는 금융기관 착용자집단의 49.3%가 퍼프소매, 36.8%가 셀인 소매를 선호하고, 고객집단의 44.4%가 퍼프소매, 38.9%가 셀인 소매를 선호하는 것으로 나타나 선행연구와 차이를 보였다. 손강숙(1988)의 연구에 의하면, 백화점 판매원의 44.3% 고객의 42.5%가 라글란 소매를 가장 선호하는 것으로 나타났으나, 본 연구에서는 백화점 착용자집단의 43.8%가 퍼프, 43.8%가 셀인 소매를 선호하고 고객집단의 47.4%가 셀인 소매, 34.2%가 퍼프소매를 선호하는 것으로 나타나 선행연구와 차이를 보였다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

6) 블라우스 선호 소재

선호되는 블라우스 소재를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 5>과 같다. 착용자집단의 경우 혼방 39.7%, 실크 34.4%, 면 17.1%이다. 관리자집단의 경우 혼방(47.9%)이 가장 높고, 면(19.7%), 실크(18.3%) 순이다. 고객집단 전체의 41.7%가 혼방을, 36.5%가 실크를 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단은 유의도 수준 0.001에서, 관리자집단은 유의도 수준 0.01에서 유의한 차이를 보였고, 고객집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

7) 블라우스 선호무늬

선호되는 블라우스 무늬를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과, 착용자집단, 관리자집단, 고객집단 모두 단색을 55% 이상 높게 선호했으며 2위는 줄무늬로 나타났으며 카이검증 결과 모든 집단에서 직종간 유의한 차이는 보이지 않았다.

8) 블라우스 선호색상

선호되는 블라우스 색상을 집단별, 직종별로 살펴 본 결과, 세 집단 모두 흰색을 45.3%, 47.6%, 42.9%로 가장 많이 선호하고 있으며 2위로는 아이보리색(17.1%, 27%, 13.7%)을 선호하고 있다.

<표 5> 블라우스 선호 소재 비교

집단	소매\직종		금융기관	대기업	중소기업	호텔	음식점	패스트푸드점	백화점	X <sup>2</sup>
착용자	혼방	276 (39.7)	48.1	41.7	36.6	31.0	31.1	34.1	49.0	113.83***
	실크	239 (34.4)	31.1	40.8	30.7	48.0	49.2	30.8	16.7	
	면	119 (17.1)	14.1	9.7	15.8	19.0	13.1	31.9	17.7	
	합성	47 ( 6.8)	5.9	7.8	8.9	2.0	4.9	2.2	14.6	
관리자	혼방	34 (47.9)	76.5	25.0	25.0	55.6	20.0	30.0	77.8	45.55**
	실크	13 (18.3)	17.6	50.0	25.0	11.1	10.0	0	11.1	
	면	14 (19.7)	0	12.5	50.0	11.1	20.0	60.0	11.1	
	합성	10 (14.1)	5.9	12.5	0	22.2	50.0	10.0	0	
고객	혼방	80 (41.7)	47.2	41.7	41.7	16.7	39.3	42.3	40.0	NS
	실크	70 (36.5)	36.1	25.0	16.7	55.6	39.3	38.5	36.8	
	면	30 (15.6)	5.6	25.0	41.7	16.7	17.9	11.5	10.5	
	합성	12 ( 6.3)	11.1	8.3	0	11.1	3.6	7.7	2.6	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001



<표 6> 조기 선호 형태 비교

집단	소매\직종		직종							X <sup>2</sup>
			금융 기관	대기업	중소 기업	호텔	음식점	패스트 푸드점	백화점	
착용자	꼭 맞는 형	320 (46.6)	37.0	38.8	36.7	60.4	60.0	51.6	51.0	30.4**
	여유있는 형	366 (53.3)	63.0	61.2	62.2	39.6	40.0	48.4	49.0	
관리자	꼭 맞는 형	37 (53.6)	75.0	62.5	50.0	66.7	40.0	33.3	33.3	NS
	여유있는 형	32 (46.4)	24.0	37.5	50.0	33.3	60.0	66.7	66.7	
고객	꼭 맞는 형	103 (53.6)	65.7	45.8	50.0	61.1	60.7	46.2	47.4	NS
	여유있는 형	89 (46.4)	34.3	54.2	50.0	38.9	39.3	53.8	52.6	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

카이검증 결과 모든 집단에서 직종간 유의한 차이는 보이지 않았다.

9) 조기 선호형태

선호되는 조기 형태를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 6>과 같다. 착용자집단의 경우 여유있는 형 53.3%, 꼭 맞는 형 46.6%를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 사무직인 금융기관, 대기업, 중소기업은 여유있는 형을 60%이상 선호하며, 서비스직은 여유있는 형보다는 꼭맞는 형을 51%내지 60%정도로 좀 더 선호하고 있어 사무직과 서비스직의 뚜렷한 차이를 보여주고 있다. 관리자집단과 고객집단은 꼭 맞는 형(53.6%), 여유있는 형(46.4%)의 순으로 선호하였다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자 집단만 유의도 수준 0.01에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

10) 조기 선호길이

선호되는 조기길이를 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 착용자집단의 경우 허리 아래 5~10cm 길이 50.8%, 허리선 길이 47.2%를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 관리자집단의 경우 허리선(54.2%)과 허리아래길이(45.8%)가 비슷하며, 고객집단은 허리선(57.9%), 허리아래 5~10cm (41.6%) 순으로 선호하였다. X<sup>2</sup>검증 결과 모든 집단에서 직종간에 유의한 차이가 없었다.

11) 조기 선호여밈

선호되는 조기여밈을 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 7>과 같다.

착용자집단의 경우 싱글형 60.6%, 더블형 39%를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 직종별로 보면 호텔을 제외한 전 직종에서 싱글형을 더블형보다 선호하고 있는 것으로 나타났으나, 호텔만이 더블형의 선호도가 조금 높게 나타났다. 이는 타 직종에 비하여 예약의 느낌을 필요로 하는 주위분

<표 7> 조기 선호 여밈 비교

집단	소매\직종		직종							X <sup>2</sup>
			금융 기관	대기업	중소 기업	호텔	음식점	패스트 푸드점	백화점	
착용자	싱글형	416 (60.6)	54.1	68.6	53.0	47.4	76.3	63.6	69.5	120.71***
	더블형	268 (39.0)	45.9	31.4	45.0	52.6	23.7	36.4	30.5	
관리자	싱글형	53 (76.8)	94.1	87.5	50.0	87.5	60.0	77.8	77.8	NS
	더블형	16( 23.2)	5.9	12.5	50.0	12.5	40.0	22.2	22.2	
고객	싱글형	123 (65.1)	61.1	83.3	66.7	61.1	68.0	65.4	51.4	NS
	더블형	66 (34.9)	38.9	16.7	33.3	38.9	32.0	34.6	48.6	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

위기와 일치한 것이라 생각된다. 관리자집단은 싱글여미를 76.8%, 더블여미를 23.2% 선호했다. 고객집단의 경우 싱글여미를 65.1%, 더블여미를 34.9% 선호하였다.

손강숙(1988)의 연구에 의하면, 백화점 판매원의 62.5%, 고객의 67.5%가 더블여미를 선호하는 것으로 나타났으나, 본연구에서는 백화점 착용자 집단의 69.5%, 고객집단의 51.4%도 싱글여미를 선호하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

X<sup>2</sup>검증 결과 착용자 집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

12) 조끼 선호소재

선호되는 조끼 소재를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 8>과 같다. 착용자집단의 경우 혼방 47.6%, 합성섬유 21.4%, 모 14.9%를 선호하는 것으로 나타났다. 관리자집단의 경우 혼방(50.0%)이 가장 높고, 면(21.4%), 합성섬유(20%) 순이며, 고객집단은 혼방(47.9%), 모(22.9%), 합성섬유(15.1%)의 순으로 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

13) 조끼 선호무늬

선호되는 조끼 무늬를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 9>과 같다. 착용자집단의 경우 단색 64%, 체크무늬 17%, 줄무늬 12.1%이다. 직종별로 보면 백화점(73.1%)을 비롯한 모든 직종은 단색의 선호도가 높는데, 일반음식점과 패스트푸드점의 단색 선호도는 타 직종에 비하여 낮게 나타났으나 상대적으로 체크무늬 선호도는 높게 나타났다. 관리자집단의 경우 무늬없는 단색(58.8%)이 가장 높고, 고객집단도 무늬없는 단색(57%), 체크무늬(25.4%) 순으로 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.01에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 직종간 차이를 보이지 않았다.

14) 조끼 선호색상

선호되는 조끼 색상을 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 세 집단 모두 청색을 높게 선호했으며 2위는 검정색으로 나타났으며, 카이검증 결과 모든 집단에서 직종간 유의한 차이는 보이지 않았다.

15) 자켓 선호형태

선호되는 자켓 형태를 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 세 집단 모두 꼭 맞는 형을 66%이상 높

<표 8> 조끼 선호 소재 비교

집단	소재\직종		소재							X <sup>2</sup>
			금융기관	대기업	중소기업	호텔	음식점	패스트푸드점	백화점	
착용자	혼방	323 (47.6)	50.8	60.8	36.4	40.8	40.7	45.1	52.2	61.82***
	합성	145 (21.4)	22.0	21.6	15.2	22.4	22.0	23.1	25.6	
	모	101 (14.9)	12.9	7.8	21.2	18.4	13.6	12.1	18.9	
	면	89 (13.1)	8.3	9.8	19.2	17.3	22.0	17.6	2.2	
관리자	혼방	35 (50.0)	64.7	62.5	25.0	66.7	33.3	40.0	22.2	NS
	합성	14 (20.0)	17.6	25.0	25.0	11.1	33.3	10.0	33.3	
	모	5 ( 7.1)	11.8	0	0	11.1	0	0	22.2	
	면	15 (21.4)	5.9	0	50.0	11.1	33.3	50.0	22.2	
고객	혼방	92 (47.9)	55.6	45.8	50.0	44.4	42.9	46.2	48.6	NS
	합성	29 (15.1)	30.6	16.7	8.3	22.2	10.7	7.7	8.1	
	모	44 (22.9)	8.3	20.8	25.0	27.8	14.3	30.8	35.1	
	면	23 (12.0)	5.6	16.7	16.7	5.6	28.6	7.7	5.4	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

<표 9> 조끼 선호 무늬 비교

집단	소메\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관		기업			푸드점		
착용자	단색	444 (64.0)	70.6	61.9	64.4	66.7	50.8	53.8	73.1	53.23**
	체크무늬	118 (17.0)	11.8	15.2	17.8	13.1	36.1	24.2	9.7	
	줄무늬	84 (12.0)	11.0	11.4	11.9	11.1	11.5	15.4	11.8	
	회사심볼	22 ( 3.2)	2.9	1.9	3.0	7.1	1.6	1.1	4.3	
관리자	단색	40 (58.8)	81.3	28.6	75.0	77.8	33.3	30.0	66.7	NS
	체크무늬	14 (20.6)	12.5	28.6	25.0	11.1	55.6	10.0	11.1	
	줄무늬	9 (13.2)	0	28.6	0	11.1	11.1	30.0	22.2	
	회사심볼	2 ( 2.9)	0	0	0	0	0	20.	0	
고객	단색	110 (57.0)	47.2	58.3	75.0	66.7	64.3	46.2	63.2	NS
	체크무늬	49 (25.4)	22.2	29.2	16.7	22.2	28.6	26.9	23.7	
	줄무늬	16 ( 8.3)	16.7	4.2	0	5.6	3.6	11.5	7.9	
	회사심볼	15 ( 7.8)	8.3	4.2	8.3	5.6	3.6	15.4	5.3	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

<표 10> 자켓 선호 길이 비교

집단	길이\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관		기업			푸드점		
착용자	허리아래 5~10cm	380 (54.9)	72.1	59.0	37.6	56.1	44.3	54.9	51.1	54.65***
	허리선	115 (16.6)	9.6	11.4	22.8	23.5	26.2	17.6	12.0	
	엉덩이 덮는 선	186 (26.9)	16.2	29.5	38.6	17.3	262	26.4	35.9	
관리자	허리아래 5~10cm	44 (63.8)	70.6	62.5	50.0	77.8	66.7	50.0	50.0	NS
	허리선	16 (23.2)	11.8	37.5	25.0	11.1	22.2	30.0	37.5	
	엉덩이 덮는 선	9 (13.0)	17.6	0	25.0	11.1	11.1	20.0	12.5	
고객	허리아래 5~10cm	107 (55.4)	52.8	70.8	58.3	50.0	64.3	53.8	44.7	NS
	허리선	48 (24.9)	30.6	12.5	25.0	38.9	17.9	19.2	28.9	
	엉덩이 덮는 선	38 (19.7)	16.7	16.7	16.7	16.7	17.9	26.9	26.3	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

게 선호하고 있으며, X<sup>2</sup>검증 결과 세 집단 모두 직종간 차이를 보이지 않았다.

16) 자켓 선호길이

선호되는 자켓 길이를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 10>과 같다. 착용자집단의 경우 허리 아래 5내지 10cm 54.9%, 엉덩이 덮는 선 26.9%, 허리선 16.6%이다. 관리자집단의 경우 허리 아래 5~10cm(63.8%), 허리선(23.2%)의 순서이고, 고객집단의 경우 허리아래 5-10cm(55.4%), 허리선(24.9%)의 순으로 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과

착용자집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 두 집단은 직종간 차이를 보이지 않았다.

17) 자켓 선호칼라

선호되는 자켓 칼라를 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 세 집단 모두 테일러드 칼라를 50% 이상 선호하는 것으로 나타났으며, X<sup>2</sup>검증 결과 세 집단 모두 직종간 차이를 보이지 않았다.

18) 자켓 선호여름

선호되는 자켓 여밈을 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 11>과 같다. 착용자집단의 경우 싱글형 61.2%, 더블형 38.8%이다. 직종별로 보면 호텔을 제외한 전 직종에서 싱글형을 더블형보다 선호하는 것으로 나타났으나, 호텔만이 더블형의 선호도가 조금 높게 나타났다. 이는 타 직종에 비하여 주위환경이 예복분위기가 좀더 강한 더블형과 잘 어울리기 때문으로 생각된다. 관리자집단의 경우 싱글여밈(65.2%)이 높고, 더블여밈 34.8%이다. 고객집단의 경우 싱글여밈을 67%, 더블여밈을 33% 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.05에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 직종간 유의한 차이를 보이지 않았다.

19) 자켓 선호주머니

선호되는 자켓 주머니를 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 착용자집단(88.4%), 관리자집단(87%), 고객집단(82.9%) 모두 자켓에 주머니가 있는 것을 선호하고 있으며, X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.01에서 차이를 보이고, 관리자집단과 고객집단은 직종간 차이를 보이지 않았다.

20) 자켓 선호소재

선호되는 자켓 소재를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 12>과 같다. 착용자집단의 경우 혼방 42.6%, 합성섬유 24.6%이며, 관리자집단의 경우 혼방(47.8%)이 가장 높고, 고객집단의 44.6%가 혼방, 28.7%가 모를 선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 착

<표 11> 자켓 선호 여밈 비교

집단	여밈\직종		소재							X <sup>2</sup>
	싱글형	더블형	금융기관	대기업	중소기업	호텔	음식점	패스트푸드점	백화점	
착용자	싱글형	426 (61.2)	58.6	66.4	56.6	46.5	66.1	65.2	73.1	18.39*
	더블형	270 (38.8)	41.4	33.6	43.4	53.5	33.9	34.8	26.9	
관리자	싱글형	45 (65.2)	70.6	77.8	75.0	42.9	44.4	80.0	77.8	NS
	더블형	24 (34.8)	29.4	22.2	25.0	57.1	55.6	20.0	22.2	
고객	싱글형	130 (67.0)	66.7	87.5	75.0	38.9	64.3	70.4	65.8	NS
	더블형	64 (33.0)	33.3	12.5	25.0	61.1	35.7	29.6	34.2	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

<표 12> 자켓 선호 소재 비교

집단	소재\직종		소재							X <sup>2</sup>
	혼방	합성	금융기관	대기업	중소기업	호텔	음식점	패스트푸드점	백화점	
착용자	혼방	289 (42.6)	44.5	54.5	37.2	43.9	29.3	38.2	44.7	56.80**
	합성	167 (24.6)	20.4	30.7	23.4	29.6	31.0	13.5	24.5	
	모	137 (20.2)	18.2	11.9	21.3	16.3	22.4	29.2	25.5	
	면	70 (10.3)	12.4	3.0	13.8	9.2	17.2	16.9	3.2	
관리자	혼방	33 (47.8)	64.7	55.6	25.0	88.9	33.3	20.0	0	60.67***
	합성	13 (18.8)	23.5	11.1	25.0	0	33.3	0	42.9	
	모	12 (17.4)	11.8	22.2	0	0	22.2	20.0	57.1	
	면	9 (13.0)	0	0	25.0	11.1	11.1	60.0	0	
고객	혼방	78 (44.6)	52.8	50.0	58.3	55.6	39.3	33.3	36.8	NS
	합성	29 (14.9)	22.2	16.7	8.3	11.1	10.7	7.4	18.4	
	모	56 (28.7)	19.4	20.8	16.7	27.8	28.6	40.7	36.8	
	면	19 (9.7)	5.6	12.5	16.7	5.6	17.9	11.1	5.3	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

용자집단은 유의도 수준 0.01에서, 관리자집단은 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 고객집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

21) 자켓 선호색상

선호되는 자켓 색상을 집단별, 직종별로 살펴 본 결과, 세 집단 모두 1위 청색, 2위 검정색으로 나타났으며, X<sup>2</sup>검증 결과 세 집단 모두 직종간 유의한 차이를 보이지 않았다.

22) 스커트 선호형태

선호되는 스커트 형태를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 13>와 같다.

착용자집단의 경우 타이트형 51.8%, A 라인형 18.5%, 맞추름형 14.7%이며, 관리자집단의 경우 타이트 스커트(51.4%)가 가장 높고, A라인과 맞추름(18.1%)이 같다. 고객집단의 경우 42.1%가 타이트, 18.5%가 맞추름스커트를 선호했다.

이경희(1991)의 연구에 의하면 은행원의 경우 타이트 스커트를 37.7%로 가장 선호하고 고객도 타이트 스커트를 30.4% 선호하는 것으로 나타났

는데, 본연구에서도 금융기관 착용자집단과 고객 집단 모두 타이트 스커트를 가장 선호하는 것으로 나타나 선행연구와 비슷한 결과를 보였다.

X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 다른 두 집단은 직종간 유의한 차이를 보이지 않았다.

23) 스커트 선호길이

선호되는 스커트 선호길이를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 14>과 같다.

착용자집단의 경우 무릎위 5cm 59.7%, 무릎선 32.1%이다. 직종별로는 사무직보다 일반음식점(72.6%)을 비롯한 서비스직이 무릎위 5cm를 좀 더 선호하는 경향이 있고, 무릎선 길이는 금융기관(43.7%)이 가장 선호했다. 관리자집단의 경우 무릎 위 5cm(63.9%), 무릎선(31.9%)순이며, 고객집단의 경우 무릎 위 5cm가 49.2%, 무릎선이 36.9%인데 일반음식점(71.4%)과 패스트푸드점(59.3%)의 무릎 위 5cm 길이 선호가 눈에 띈다.

X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단은 유의도 수준 0.01에서, 고객집단은 0.05에서 유의한 차이를 보였고,

<표 13> 스커트 선호 형태 비교

집단	형태\직종		직종								X <sup>2</sup>
			금융 기관	대기업	중소 기업	호텔	음식점	패스트 푸드점	백화점		
착용자	타이트	364 (51.8)	62.9	59.1	40.4	74.7	36.1	28.1	46.3	89.98***	
	A라인	130 (18.5)	14.7	21.8	19.2	9.1	23.0	16.9	27.4		
	맞주름	103 (14.7)	10.5	10.0	22.2	11.1	21.3	21.3	11.6		
	플래어	65 ( 9.2)	8.4	5.5	10.1	2.0	13.1	21.3	8.4		
	플리츠	41 ( 5.8)	3.5	3.6	8.1	3.0	6.6	12.4	6.3		
관리자	타이트	37 (51.4)	58.8	66.7	50.0	55.6	60.0	22.2	60.0	NS	
	A라인	13 (18.1)	5.9	11.1	25.0	11.1	30.0	22.2	20.0		
	맞주름	13 (18.1)	23.5	11.1	0	11.1	0	55.6	10.0		
	플래어	6 ( 8.3)	11.8	0	25.0	11.1	0	0	10.0		
	플리츠	3 ( 4.2)	0	11.1	0	11.1	10.0	0	0		
고객	타이트	82 (42.1)	58.3	37.5	33.3	44.4	42.9	33.3	36.8	NS	
	A라인	32 (16.4)	8.3	25.0	16.7	5.6	10.7	29.6	13.2		
	맞주름	36 (18.5)	13.9	16.7	33.3	22.2	21.4	11.1	23.7		
	플래어	30 (15.4)	13.9	12.5	16.7	16.7	10.7	18.5	21.1		
	플리츠	15 ( 7.7)	5.6	8.3	0	11.1	14.3	7.4	5.3		

\*: p≤0.05, \*\*: p≤0.01, \*\*\*: p≤0.001

<표 14> 스커트 선호 길이 비교

집단	길이\직종		직종								X <sup>2</sup>
			금융 기관	대기업	중소 기업	호텔	음식점	패스트 푸드점	백화점		
착용자	무릎위 5cm	418 (59.7)	53.5	56.0	53.6	67.7	72.6	56.2	68.4	41.98**	
	무릎선	224 (32.1)	43.7	36.7	29.9	24.2	17.7	34.8	25.3		
	무릎아래 5cm	36 ( 5.1)	2.8	4.6	10.3	3.0	6.5	6.7	3.2		
관리자	무릎위 5cm	46 (6.39)	76.5	55.6	75.0	77.8	70.0	55.6	40.0	NS	
	무릎선	23 (31.9)	23.5	44.4	25.0	22.2	20.0	33.3	60.0		
	무릎아래 5cm	2 ( 2.8)	0	0	0	0	10.0	11.1	0		
고객	무릎위 5cm	96 (49.2)	41.7	33.3	58.3	44.4	71.4	59.3	47.4	35.82**	
	무릎선	72 (36.9)	50.0	33.3	25.0	50.0	14.3	22.2	44.7		
	무릎아래 5cm	21 (10.8)	5.6	33.3	16.7	0	10.7	11.1	5.3		

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

<표 15> 스커트 선호 소재 비교

집단	소재\직종		직종								X <sup>2</sup>
			금융 기관	대기업	중소 기업	호텔	음식점	패스트 푸드점	백화점		
착용자	혼방	311 (46.0)	47.8	51.5	37.2	43.4	42.6	51.7	47.3	45.13**	
	합성	186 (27.5)	24.3	33.7	33.0	27.3	27.9	16.1	29.7		
	모	92 (13.6)	11.8	7.9	13.8	19.2	6.6	17.2	17.6		
	면	70 (10.4)	11.8	5.9	10.6	9.1	23.0	11.5	4.4		
관리자	혼방	38 (55.9)	60.0	71.4	25.0	88.9	40.0	50.0	22.2	46.12*	
	합성	16 (23.5)	33.3	14.3	25.0	0	40.0	10.0	44.4		
	모	5 ( 7.4)	6.7	0	0	0	0	10.0	33.3		
	면	8 (11.8)	0	0	50.0	11.1	20.0	30.0	0		
고객	혼방	85 (44.0)	51.4	45.8	50.0	47.1	35.7	51.9	36.8	NS	
	합성	36 (18.7)	31.4	25.0	8.3	23.5	17.9	3.7	15.8		
	모	39 (20.2)	11.4	12.5	8.3	23.5	17.9	22.2	31.6		
	면	29 (15.0)	5.7	16.7	33.3	5.9	25.0	18.5	10.5		

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

관리자집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

24) 스커트 트임 위치

선호되는 스커트 트임 위치를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 세 집단 모두 뒤트임을 70%이상 선호하였고, X<sup>2</sup>검증 결과 모든 집단에서 직종간 유의한 차이가 없었다.

25) 스커트 선호소재

선호되는 스커트 선호소재를 집단별, 직종별로 살펴 본 결과는 <표 15>와 같다. 착용자집단의 경

우 혼방 46%, 합성섬유 27.5%이며, 관리자집단의 경우 혼방(55.9%), 합성섬유(23.5%)의 순이며, 고객집단의 경우 혼방(44%), 모(20.2%)의 순으로 선호되었다. X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단과 관리자집단은 유의도 수준 0.05에서 유의한 차이를 보였고, 고객집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

26) 스커트 선호색상

선호되는 스커트 색상을 집단별, 직종별로 살펴 본 결과, 착용자집단과 고객집단은 1위 검정, 2위 청색, 관리자집단은 1위 청색, 2위 검정의 순으로

선호했다. X<sup>2</sup>검증 결과 세 집단 모두 직종간 유의한 차이를 보이지 않았다.

27) 바지 선호형태

선호되는 바지 형태를 집단별, 직종별로 살펴본 결과, 세 집단 모두 일자형 바지를 48%이상 높게 선호하는 것으로 나타났으며, X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단만 유의도 수준 0.05에서 유의한 차이를 보였고, 다른 집단은 모두 직종간 유의한 차이를 보이지 않았다.

28) 바지 선호길이

선호되는 바지 선호길이를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 16>과 같다. 세 집단 모두 긴 바지를 85% 이상 높게 선호하는 것으로 나타났으며, X<sup>2</sup>검증 결과 착용자집단과 관리자집단은 유

의도 수준 0.001에서 유의한 차이를 보였고, 고객 집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

29) 중요시하는 유니폼의 디자인 요소

중요시하는 유니폼의 디자인 요소를 집단별, 직종별로 살펴본 결과는 <표 17>와 같다. 세 집단 모두 디자인, 색상, 소재의 순으로 중요시되는 것으로 나타났으며, X<sup>2</sup>검증 결과 관리자집단만 유의도 수준 0.05에서 유의한 차이를 보였고, 착용자 집단과 고객집단은 유의한 차이를 보이지 않았다.

2. 97/98 A/W 패션트렌드 분석결과

삼성패션연구소,<sup>18)</sup> 인터패션플래닝,<sup>19)</sup> 선경인더스트리아<sup>20)</sup>의 97/98 A/W 패션트렌드를 종합 정리해 보면 크게 네 종류의 테마로 나누어 볼 수 있다.

<표 16> 바지 선호 길이 비교

집단	길이\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관	기업	기업		푸드점			
착용자	긴바지	620 (91.7)	90.0	94.1	96.0	00.0	79.7	81.8	95.6	36.87***
	반바지	56 ( 8.3)	10.0	5.9	4.0	0	20.3	18.2	4.4	
관리자	긴바지	55 (84.6)	93.3	100.0	75.0	100.0	14.3	77.8	100.0	33.53***
	반바지	10 (15.4)	6.7	0	25.0	0	85.7	22.2	0	
고객	긴바지	173 (90.1)	82.9	100.0	100.0	88.9	89.3	88.9	91.9	NS
	반바지	19 ( 9.9)	17.1	0	0	11.1	10.7	11.1	8.1	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

<표 17> 중요시하는 유니폼 디자인 요소 비교

집단	요소\직종		금융	대기업	중소	호텔	음식점	패스트	백화점	X <sup>2</sup>
			기관	기업	기업		푸드점			
착용자	디자인	453 (64.5)	62.7	72.6	57.8	71.0	54.8	58.4	71.3	NS
	색상	164 (23.4)	26.8	17.0	20.6	22.0	27.4	28.1	21.3	
	소재	79 (11.3)	9.9	10.4	18.6	7.0	16.1	12.4	7.4	
관리자	디자인	47 (65.3)	62.5	55.6	0	77.8	70.0	70.0	80.0	24.09*
	색상	20 (27.8)	37.5	44.4	50.0	11.1	30.0	20.0	20.0	
	소재	5 ( 6.9)	0	0	50.0	11.1	0	10.0	0	
고객	디자인	156 (80.0)	88.9	79.2	91.7	72.2	82.1	77.8	68.4	NS
	색상	31 (15.9)	5.6	20.8	8.3	27.8	17.9	14.8	23.7	
	소재	3 ( 1.5)	0	0	0	0	0	7.4	2.6	

\* : p≤0.05, \*\* : p≤0.01, \*\*\* : p≤0.001

1) 테크노에 의한 자유(Tomorrow's Memory)

테마의 이미지는 인간의 이상과 창조성이 만들어 낸 simulation을 통한 만족감을 얻기 위한 노력으로 과학적 공간에서 미래의 꿈을 표현한다. 이 꿈을 표현하는 테크노는 억압되어 왔던 장소, 시간에서 벗어날 수 있는 자유를 가능하게 한다. 테크노는 오히려 자연으로의 회귀를 의미하며, 우주 공간에서 벌어지는 자연의 세계에서 패션 아이디어가 창출된다. 색상은 자연과 전자광선에서 영감을 받은 neutral color(blue, green, yellow계열)와 변화를 주는 악센트칼라를 사용하여, 동적인 에너지를 불어넣는다. 소재는 하이테크 소재, 스트레칭성 소재, 반투명 소재, 광택 소재, 인조가죽·세무·모피를 사용한다. 실루엣은 short & straight line이고, 디테일로는 color-blocking, 지퍼장식, pencil pants, 기하학적 커팅, 윙칼라 등을 사용한다.

2) 과거를 통한 자유 (Pleasant Liaison)

테마의 이미지는 지난 시간 속에서 느껴지는 친숙함과 안정감을 여성스러움과 미래적인 정신을 가미하여 현대적으로 표현한다. 낭만적인 과거의 스타일을 절제 있게 변화시킨 New Retro mood 즉, 평범하고 낙후된 느낌의 것들에 대한 모던함의 자유를 추구한다. 색상은 복고풍의 우아한 카멜, 회갈색, 로즈 핑크, 카메오 블루 등의 중간 톤에 짙은 포도주색, 그린, 오렌지 등의 조합으로 모던한 분위기를 연출한다. 소재는 플란넬, 브로드클로스, 트위드 등의 클래식한 느낌의 소재, 체크와 줄무늬를 비롯한 복고풍의 기하학적 패턴을 채택하고, 실루엣은 body-conscious line이며, 디테일은 화려한 네크라인과 커프스, 테일러드 칼라의 다양한 변형, 하이넥, 칠부 소매, 쇼울 칼라 등이다.

3) 근본을 향한 자유 (Ethno Pop)

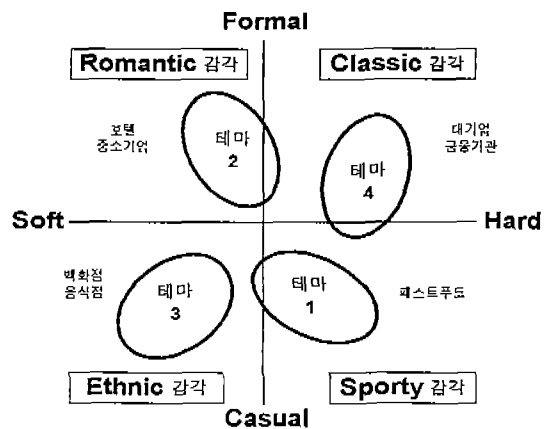
테마의 이미지는 시간과 공간의 자유로운 교류에 의한 역사적 전통이 현대적인 감각과 접목되어

새롭게 발견된다. 즉 튀거나 과격하지 않은 ethnic의 감각을 일상에 접목하여 새로운 테크놀로지에 의해 표현한다. 색상은 주홍색, 단풍색, 상하이 블루, 흑단색, 벌꿀색 등으로 연출되는 에스닉한 컬러를 사용한다. 소재는 에스닉한 소재와 테크니칼 소재를 함께 사용하고, 에스닉 패턴을 개발한다. 실루엣은 baby-doll line이고, 디테일은 램프커트, 망토 스타일의 자켓, 비대칭 여밈, 트렌치칼라, 프린지, 차이나 칼라 등이다.

4) Metro Chic

테마의 이미지는 단순미를 매체로 한 세련된 감각으로 가벼운 modernity를 추구한다. soft military풍의 부드러운 기능미와 장식성으로 여유 있는 도시적인 스타일을 표현하고자 한다. 색상은 베이지, 브라운, 그레이, 청록색, 남색계열을 채택한다. 소재는 이중직, 합성 저지나 니트, 스트레칭 소재, 누빈 직물 등이고, 실루엣은 H-line이며, 디테일로는 아웃포켓, 같은 옷감으로 된 벨트, 어깨견장, 더블버튼, 폭넓은 트렌치 칼라, 스텐칼라, 셔츠 칼라 등을 사용한다.

위의 네 가지 테마를 패션테마 맵<sup>21)</sup> 상에 그려보면 <그림 1>과 같다. 본연구에서는 각 직종에 적합한 테마를 임의로 정하여 이를 유니폼 디자인에 반영하였다.



(그림 1) 패션 테마 맵



### 3. 직종별 유니폼의 디자인 제안

유니폼의 디자인 개발은 설문지의 통계처리 결과와 97/98 패션트렌드를 종합하여 각 직종별로 디자인 concept를 잡고, 유니폼 디자인을 한 후, 이를 도식화로 표현하여, 새로운 디자인을 제시하였다. 계절적인 문제로 秋, 冬服用 유니폼을 디자인하였다. 유니폼 디자인은 설문조사에 의거하여 착용자, 관리자, 고객들이 선호하는 디자인의 디테일을 1, 2위로 선정하여 이를 반영시키는 디자인으로 하였다.

#### 1) 대기업

대표적인 사무직으로 꼽을 수 있는 대기업을 기업의 상징으로서의 유니폼을 중시한다. 주로 앉아서 하는 업무이므로 팔동작이 많은 이유로 자켓보다는 조끼를 선호하는 경향이 있고, 소매의 여유분에 있어서 기능적인 면을 고려해야 한다.

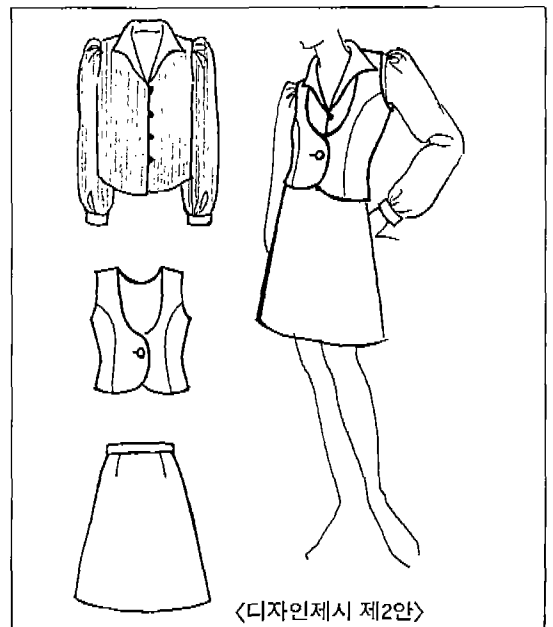
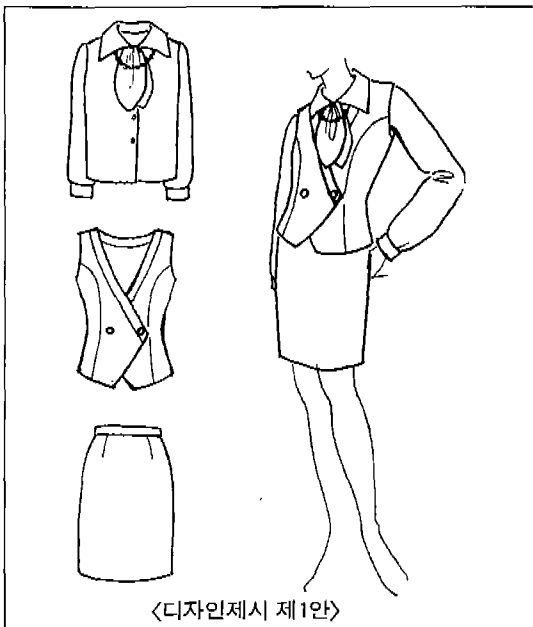
#### 가) 디자인 제시 제1안

모든 집단에서 가장 선호된 시스형을 제1안의 실루엣으로 정하고, 아이템은 가장 선호되는 블라우스+조끼+스커트의 조합으로 하였다. 블라우

스 형태는 활동에 편한 헐렁한 형으로 하고 칼라는 스포츠칼라에 폭이 넓은 타이를 묶고 체인으로 타이를 고정시키고 장식적인 효과도 얻으려 했다. 소매는 커프스가 달린 셀인 소매로 하였다. 설문조사 결과에 의하면 조끼는 여유 있는 형에 허리 아래 5~10cm 길이에 싱글여밈이 선호되는 것으로 나타났으나, 유니폼에도 트렌드를 반영하는 경향이므로 더블여밈(테마4)의 조끼를 제1안으로 제시하였다. 또한 조끼의 네크라인에 다른 색의 굵은 라인을 덧대어 변화를 주었다. 스커트는 연구결과에 의거해 무릎위 5cm길이의 뒤트임의 타이트 스커트로 하였다.

#### 나) 디자인 제시 제2안

제2안의 형태로는 시스형 다음으로 선호된 허리 아래 퍼진형으로 정하고 아이템은 제1안과 마찬가지로 블라우스+조끼+스커트의 조합으로 하였다. 블라우스 형태는 헐렁한 형으로 하고, 칼라는 스포츠칼라의 변형으로 앞여밈을 고려단추로 하여 장식효과를 냈다. 소매는 팔동작을 고려하여 여유분을 많이 준 퍼프소매로 하였다. 조끼는 약간 여유 있는 형으로 허리 아래 5cm 정도의 싱글여밈이고 스롭 네크라인으로 변화를 주었다. 스커



트는 타이트 다음으로 선호된 A라인 스커트로 하였는데, 이는 테마4를 반영한 것이다.

색상은 테마4를 반영하고 조사 결과 선호된 청색 계열을 사용하였다. 블라우스는 선호색상인 흰색이나 아이보리를 사용하고 소재는 선호되는 혼방을 사용하였다. 제2안의 블라우스 몸판은 흰 바탕에 청색계열의 줄무늬로 하였다.

2) 중소기업

대기업에 비해 자본금과 인원수가 작으므로 유니폼에 대한 관심도가 상대적으로 작지만 중소기업은 대기업과 비슷한 작업활동을 가진다. 따라서 유니폼 디자인 선호경향도 비슷하다.

가) 디자인 제시 제1안

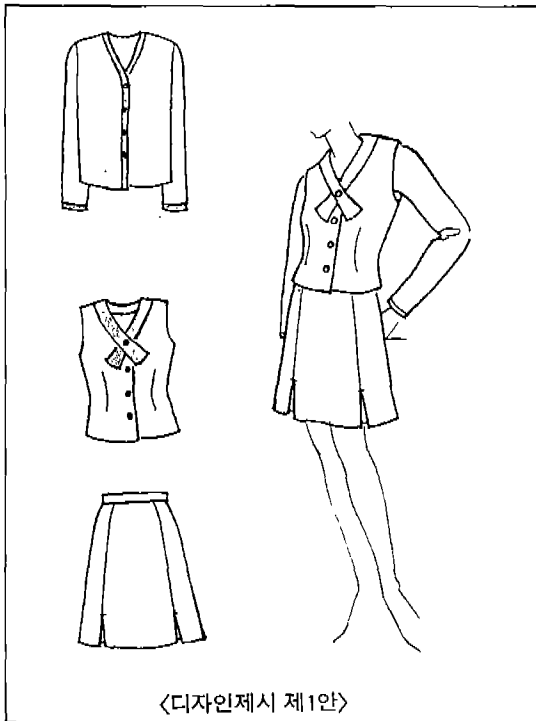
세 집단 모두 시스형을 가장 선호했으나, 다른 사무직에 비해 허리 아래 퍼진형이 많이 선호되었기 때문에, 제1안의 형태는 허리아래 퍼진형으로 했다. 아이템은 가장 선호되는 블라우스+조끼+스커트의 조합으로 하였다. 블라우스 형태는 헐렁한 형으로, 조끼 앞판에 칼라가 달려 있기 때문에

블라우스에는 칼라 없이 다른 색으로 파이핑 처리하였다. 조끼는 약간 여유 있는 형으로 싱글여밈으로 하고 앞판에만 타이 모양의 칼라를 달았다. (테마2) 스커트는 타이트 다음으로 선호된 맞추름 스커트로 하여 양쪽 프린세스라인의 끝부분에 박스플리츠를 잡아 변화를 주었다.

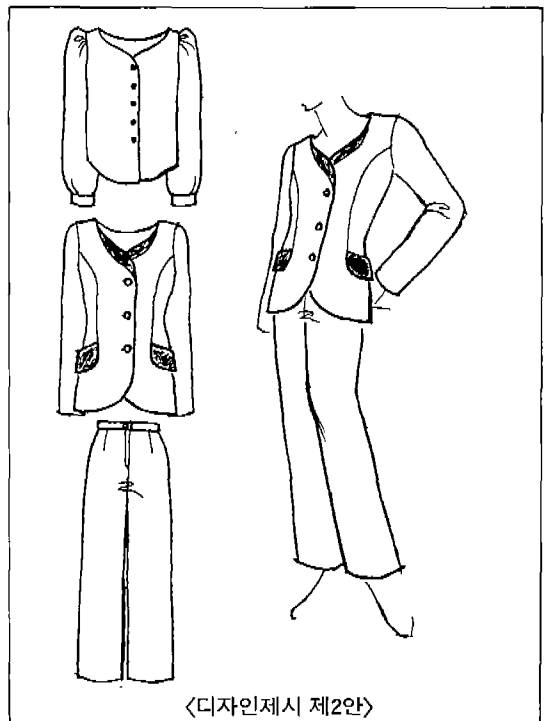
나) 디자인 제시 제2안

세 집단 모두 선호한 시스형으로 하고, 블라우스 + 자켓 + 바지의 조합으로 하였다. 블라우스 형태는 헐렁한 형으로 퍼프 소매에 칼라 없는 라운드넥으로 했다. 자켓은 엉덩이 덮는 길이의 꼭 맞는 형으로, 라운드넥을 변형시켜 (테마2) 네크라인에 부분적으로 다른 색을 대고 주머니도 다른 색으로 했다. 바지는 가장 선호되는 일자형의 긴 바지로 하였다.

색상은 블라우스는 선호색상인 흰색이나 아이보리로 하고 다른 아이템은 청색계열에 검정으로 악센트를 주었다. 그리고 소재는 선호되는 혼방의 클래식한 소재를 사용하였다.



<디자인제시 제1안>



<디자인제시 제2안>

3) 금융기관

금융기관 종사자도 대기업이나 중소기업과 마찬가지로 사무직에 속하므로 이러한 활동을 고려하여 유니폼을 디자인하여야 한다.

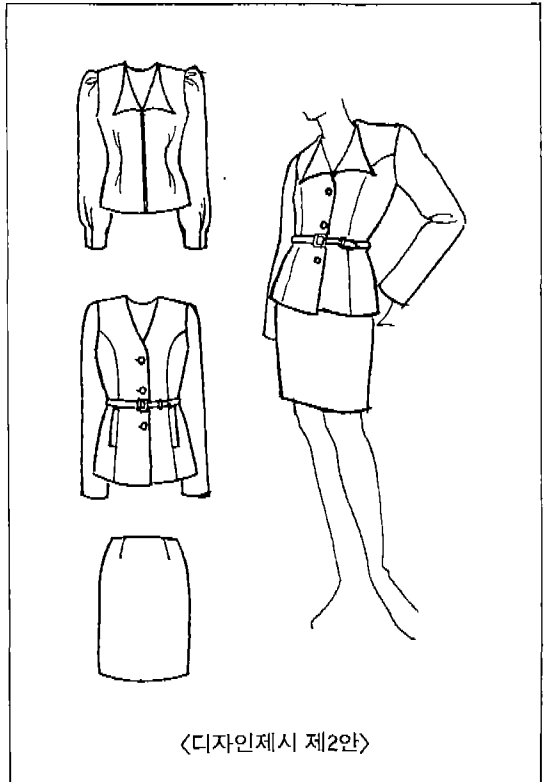
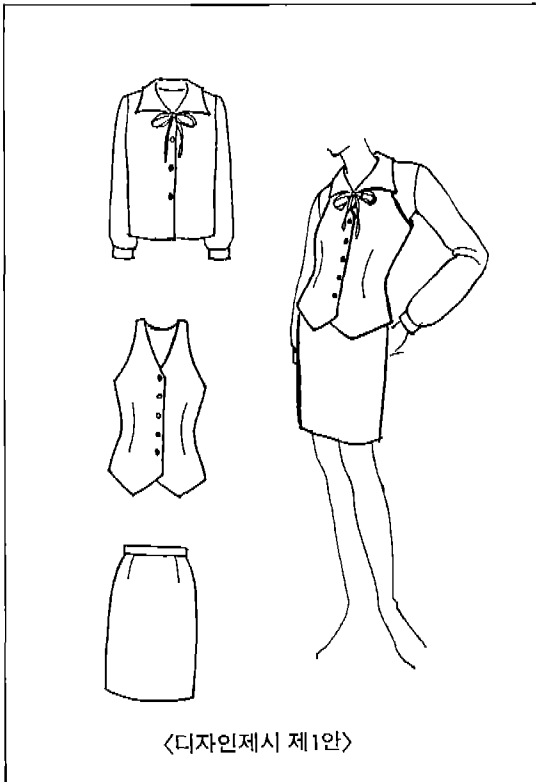
가) 디자인 제시 제1안

설문조사 분석에 의하면 세 집단 모두 시스형을 높게 선호했고, 아이템으로는 블라우스+조끼+스커트를 가장 선호했다. 블라우스는 헐렁한 형으로 변형된 스텐칼라(테마4)로 하고 커푸스가 달린 셀인 소매로 하였다. 여기에 가는 리본을 매서 변화를 주었다. 조끼는 싱글여밈의 몸에 꼭 맞는 형으로 라글란 진동선으로 하고 앞에만 다트를 주고 뒤에는 벨트로 조일 수 있게 하였다. 뒷 중심선 윗부분에 맞주름을 넣어 동작에 무리가 없도록 하였다. 스커트 형태는 가장 선호된 타이트로, 무릎 위 5cm 길이에 뒤트임으로 하였다.

나) 디자인 제시 제2안

제1안과 마찬가지로 시스형의 실루엣으로 하고, 두번째로 선호된 블라우스+자켓+스커트의 아이템으로 하였다. 블라우스는 몸에 약간 맞는 형으로 다트 대신 맞주름을 잡아 허리에서 박아 주었다. 스텐칼라를 변형시키고 퍼프소매로 하고, 소매 끝에도 허리와 같은 디테일을 사용하였다. 단추 대신 지퍼를 사용하였고, over blouse 형태로 착용하게 하였다. 자켓은 몸에 꼭 맞는 형으로 v-neck의 싱글여밈으로 하고 허리에 같은 소재로 된 벨트를 매도록 하였다. 주머니는 프린세스라인 상에 놓았다. 스커트는 가장 선호된 타이트로 하고, 무릎 위 5cm 길이에 뒤트임으로 하였다.

색상은 블라우스는 선호색상인 흰색 계열로 하고 나머지 아이템은 선호색상인 청색계열과 테마4를 반영한 베이지 계열로 하였으며, 소재는 선호되는 혼방을 사용하였다.



4) 호 텔

호텔에는 여러 종류의 업무가 있으나 본 연구에서는 데스크의 업무로 한정하였다. 호텔에서 특히 호텔 데스크는 고객을 영접하고 객실을 지정해주는 업무를 맡기 때문에, 호텔의 첫인상 형성에 중요한 역할을 한다. 따라서 예복 스타일을 주로 볼 수 있고, 호텔 특유의 색상이나 심벌 마크를 사용하여 상징성을 부각시킨다.

가) 디자인 제시 제 1안

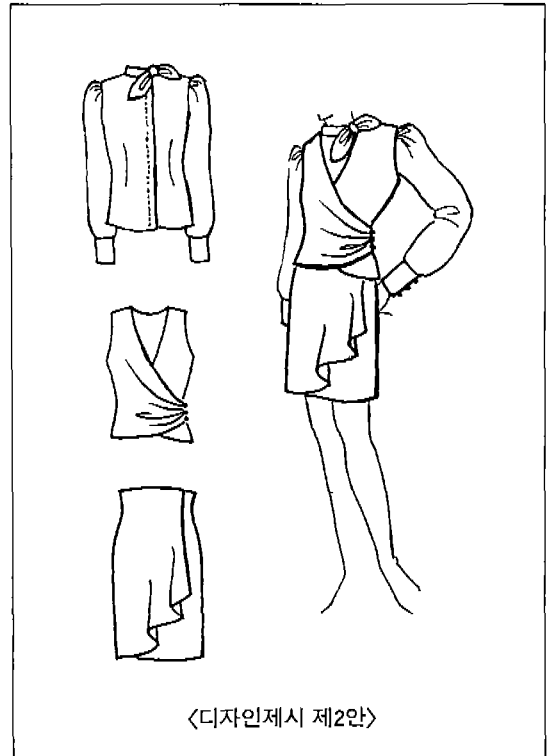
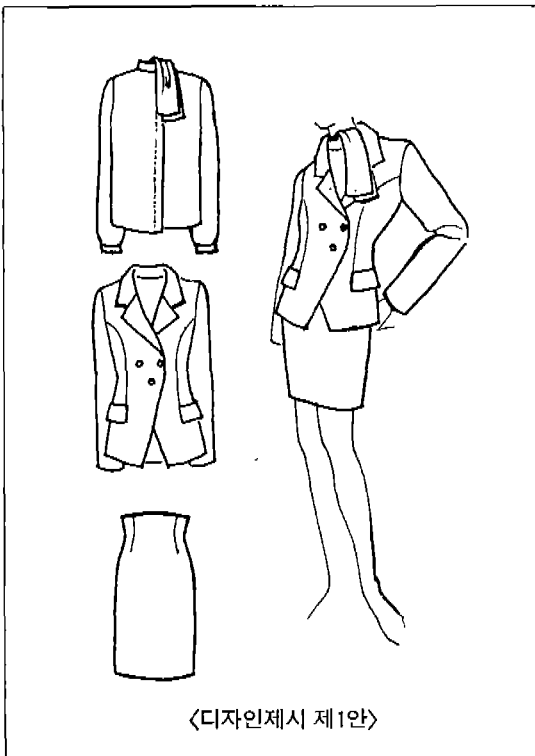
설문조사 분석에 의하면 세 집단 모두 시스형을 높게 선호했는데, 아이템으로는 블라우스+자켓+스커트의 조합을 제1안으로 제시하였다. 블라우스는 헐렁한 형태로 비대칭의 리본칼라와 커프스가 달린 셀인 소매에 앞여밈은 속단추로 하여 단순함을 추구하였다. 자켓은 프린세스라인을 이용한 꼭 맞는 형태로 길이는 예장 분위기에 어울리는 엉덩이 덮는 길이로 하였다. 테일러드 칼라와 포켓은 몸판과 다른 색으로 하고 더블 여밈을 변

형시켰다(테마2) 스커트 형태는 타이트로, 무릎 위 5cm길이에 뒤트임으로 하고 허리벨트 부분 없이 하이웨스트로 변형시켰다.

나) 디자인 제시 2안

제1안과 마찬가지로 시스형의 실루엣으로 하고, 블라우스+조끼+스커트의 조합을 제2안의 아이템으로 하였다. 블라우스는 꼭 맞는 형태로, 끝이 둥글고 길이가 짧은 리본 칼라와 넓은 커프스가 달린 퍼프소매로 하고 제1안에서와 같이 속단추를 사용하였다. (테마2) 조끼는 몸에 꼭 맞는 형태로 우측 앞판에만 턱을 잡고 끝에 고리단추를 달아 비대칭 형태로 하였다. 스커트는 타이트 스커트를 변형시킨 랩스커트로 여성스러운 드레이퍼리를 연출하였다(테마2)

색상은 테마2를 반영한 복고풍의 중간 톤 색상을 사용하고 블라우스만 선호색상인 흰색이나 아이보리를 사용하였고 소재는 실용적이고 선호되는 혼방을 사용한다.



5) 백화점

디자인 개념은 백화점의 판매직 여사원의 유니폼은 다른 직종보다 패션 감각이 있어야 한다. 백화점은 계절과 유행에 가장 민감한 업계로 인식되어 있으므로 심미성에 중점을 두고, 백화점의 상징성과 기능을 살리고자 한다. 설문조사에 의하면 착용자, 관리자, 고객 모두 시스형을, 아이템으로는 블라우스+조끼+스커트 형태를 가장 선호하였다.

가) 디자인 제시 제 1안

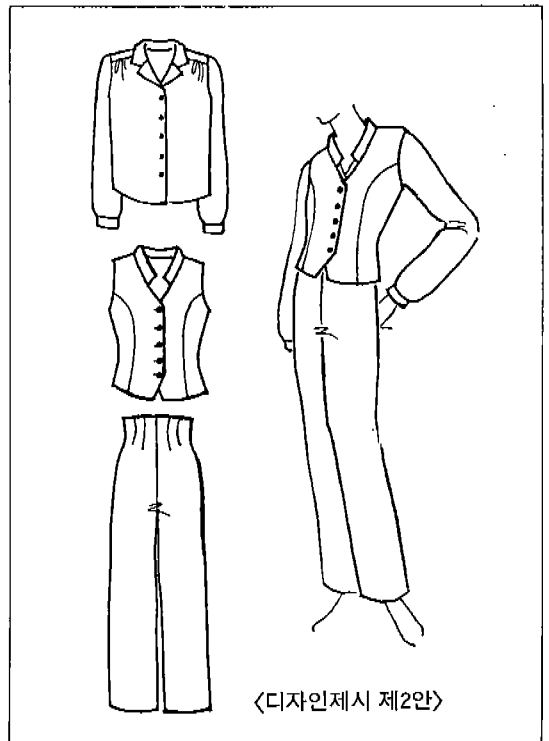
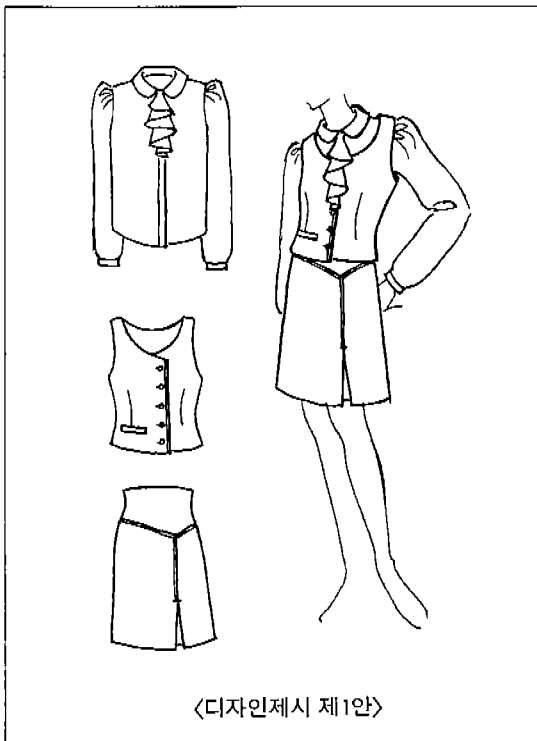
아이템 설정은 블라우스+조끼+스커트로 패션 감각이 있게 했다. 블라우스의 실루엣은 혈령한 형태로 선호도 2위인 스텐 칼라를 달고 여성스러운 느낌을 주는 러플(테마3)로 장식했다. 활동적인 면에서는 팔의 동작이 크고 허리를 굽히는 동작이 많고, 여성스러움을 나타내며 모든 집단에서 선호도가 높은 퍼프 소매로 하였다. 조끼는 여유 있는 형이며 길이는 허리아래 5-10cm이며, 비대칭(테마3)의 싱글여밈으로 하였다. 스커트는 변형된

타이트 스커트로 비대칭(테마3)의 맞추름을 넣어 조끼와 균형을 이루며, 길이는 무릎 위 5cm정도로 뒤트임을 하였다. 또한 조끼와 스커트에 파이핑(테마3)을 사용하였다.

나) 디자인 제시 제 2안

아이템 설정은 블라우스+조끼+바지의 조합으로 하고 블라우스는 혈령한 형으로 모든 집단에서 가장 선호한 스포츠 칼라이며, 소매산을 낮추어 활동성을 준 셀린 소매를 하였다. 조끼는 여유 있으나 약간은 몸에 맞는 형으로 하였으며, 길이는 허리아래 5~10cm길이이며, 싱글여밈으로 하였다. 목둘레선에 변형된 차이나칼라(테마3)를 달았다. 바지는 일자형의 긴바지로, 하이 웨이스트로 유행감각을 살리고, 여성미를 나타내었다.

설문조사에 의하면, 블라우스는 흰색, 다른 아이템은 검정, 청색의 색상을 선호하였으므로, 이러한 색상을 기본 색상으로 설정하였다. 설문조사 결과 세탁하기 쉽고 편한 혼방 소재를 가장 선호하였으므로 이를 사용했다.

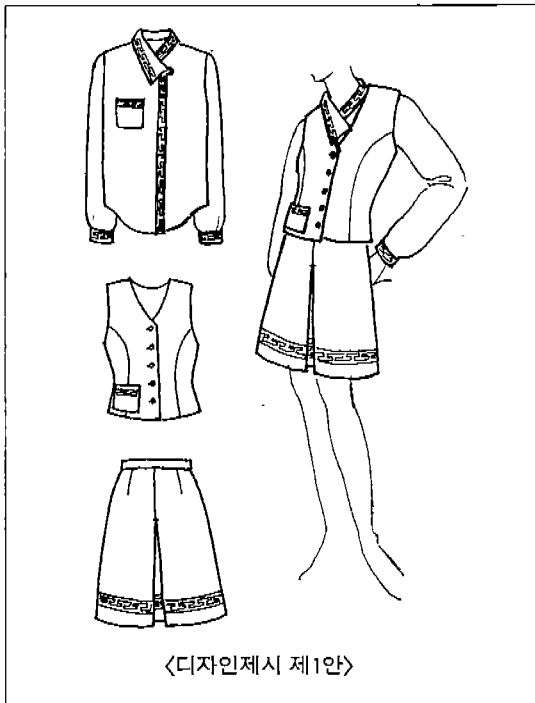


6) 일반음식점(한식당)

음식점에는 여러 종류의 음식점이 있으나, 관광 자원의 일환으로 한식당을 설정하였다. 디자인 개념은 한식당의 경우 기능성을 중시하고, 외국 관광객인을 위하여 한국적인 요소를 가미시킬 수 있는 상징성을 갖는 디자인이 필요하다. 형태개념설정은 설문조사 결과에 따른 시스형 실루엣을 선택하였다.

가) 디자인 제시 제 1안

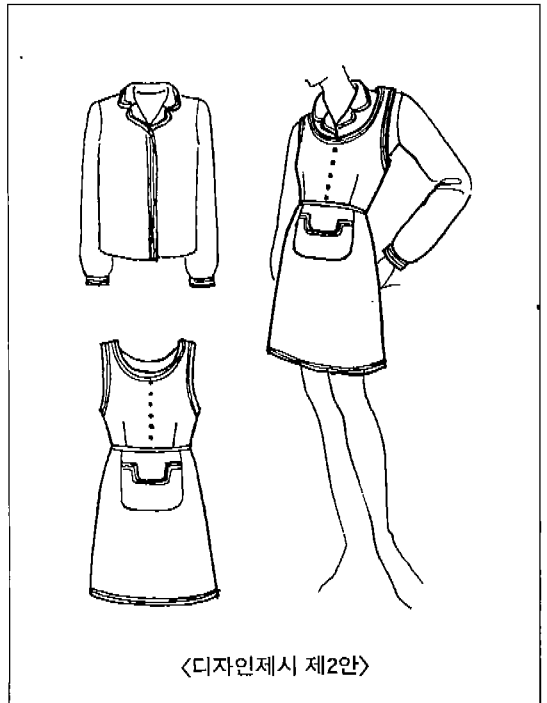
아이템 설정은 블라우스+조끼+스커트로 하고, 약세서리는 에이프린으로 설정하고 흰색의 청결함을 보이도록 하였다. 블라우스는 헐렁한형으로 변형된 셔츠 칼라이며, 셀인 소매이다. 칼라와 앞단, 커프스에 아(亞)자 문양을 trimming으로 달아 한국적 이미지를 살렸다. 조끼의 실루엣은 꼭맞는 형으로, 길이는 허리아래 5~10cm길이의 싱글여밈으로 하였다. 포켓에 아(亞)자 문양을 달아 통일감을 주었다. 스커트는 A-line 스커트를 변형시켰고, 무릎 위 5cm길이로 주름을 넣어 활동성을 주었다.



나) 디자인 제시 제 2안

아이템은 블라우스+점퍼스커트의 조합으로 설정하고, 디테일로서 파이핑을 사용했다(테마3). 블라우스는 헐렁한 형으로 스포츠칼라이며, 셀인 소매로 하였으며, 칼라와 커프스에 색동의 선을 넣었고, 속여밈으로 하였다. 허리를 굽히고 앉을 때 블라우스가 밖으로 빠져 나옴을 방지하기 위해 점퍼스커트형으로 하였다. 목둘레선과 진동둘레선에 색동의 파이핑을 넣고, 치마끝도 색동으로 처리하였다. 주머니는 장식성과 실용성을 겸하여 부착시켰다.

색체계획안은 블라우스는 흰색과 아이보리 계통의 밝은색에 한국적인 원색의 디테일을 사용하였고, 조끼와 스커트는 선호 색상인 청색을 사용하였다. 소재는 다른 직종보다 세탁을 더 자주 해야 하므로 세탁성, 내구성, 형태안정성이 좋은 소재가 요구된다. 블라우스의 경우 폴리에스테르 100%이며, 스커트나 베스트의 경우에도 T/C, T/W의 혼방을 사용했다.



7) 패스트푸드점

개념 설정은 패스트푸드점의 상징성을 높이고, 고객층이 젊으므로 젊음을 추구하였다. 설문조사 결과 시스형과 허리 아래로 퍼진형 모두를 선호하였고, 강지영<sup>22)</sup>의 논문에 의하면 소비자층은 귀엽고 발달한 형태를, 착용자측은 스포티한 형을 선호하였다. 소비자의 대부분이 젊은층임을 고려하여 형태를 설정하였다. 즉 패스트푸드 전문점의 분위기에 맞는 현대적인 감각의 디자인 요소를 가미하였다.

가) 디자인 제시 제 1안

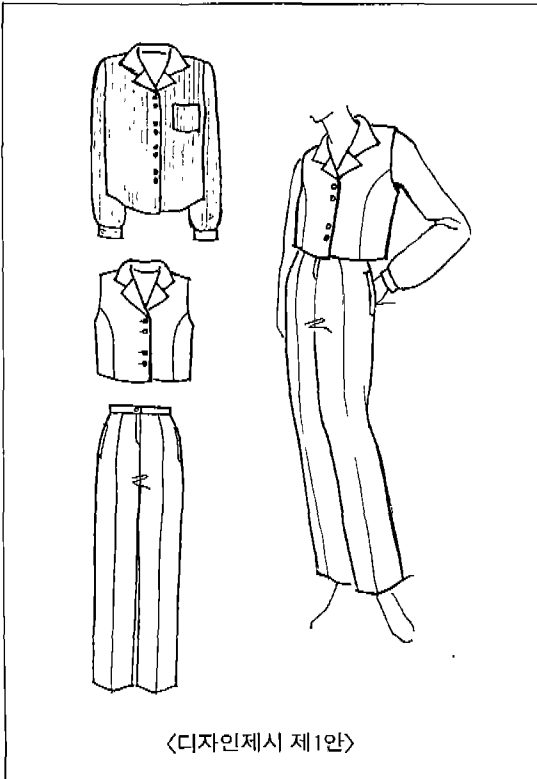
아이템은 블라우스+조끼+바지로 하고, 악세서리로서 에이프런과 모자를 사용했다. 블라우스는 헐렁한 형으로 모든 집단에서 가장 선호된 스포츠칼라를 사용하였고, 소매는 활동성과 젊음을 주며, 셔츠와 같은 느낌의 셀인 소매를 하였다. 문양은 줄무늬를 선택하였다. 조끼는 여유있는 형이며, 길이는 허리선이며, 싱글 여밈으로 하고, 스포

츠칼라를 달아 블라우스 칼라와 겹치게 했다. 바지는 일자형의 긴바지로 활동성을 주는 디자인이다.

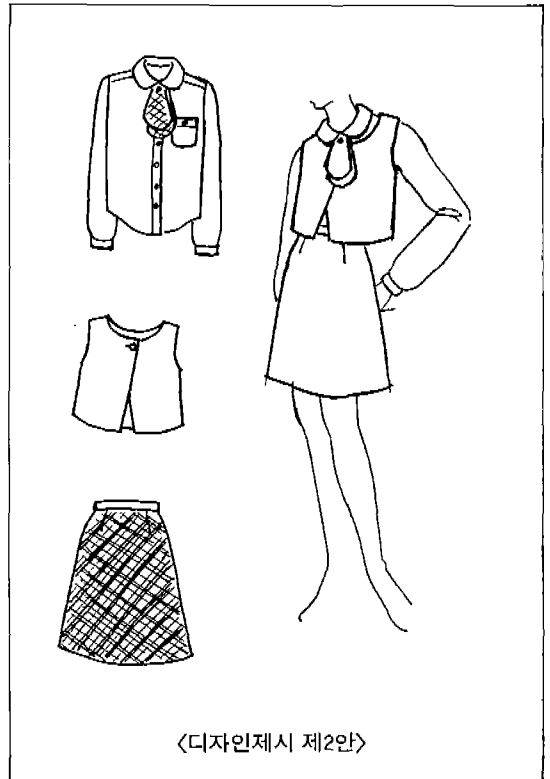
나) 디자인 제시 제 2안

아이템은 블라우스+조끼+스커트를 설정하고, 액세서리로서는 에이프런과 체크 무늬의 타이를 사용했다. 블라우스는 헐렁한 형으로 귀여움을 주는 피터팬칼라를 채택하였고, 셀인 소매를 사용하였다. 조끼는 여유있는 형이며, 길이는 허리선이며, 싱글 여밈으로 하였다. 스커트는 세미플레이스커트이며, 무릎 위 길이로, 트렌드를 반영하여 체크무늬로 하였다.

색채는 상징성 표현의 가장 강한 요소이므로 브랜드 칼라에 입각하여 계획성있는 색채 계획을 하여야 한다. 젊음을 표현하기 위해 다른 직종들보다는 보다 원색에 가까운 색상(테마1)을 사용하였다. 소재는 경제성이 고려되고 세탁성이 강한 혼방종류를 사용하였다.



<디자인제시 제1안>



<디자인제시 제2안>

## V. 요약 및 제언

본연구에서는 금융기관, 대기업, 중소기업, 호텔, 일반음식점, 패스트푸드점, 백화점에 소속된 유니폼 착용자집단, 유니폼 담당관리자집단과 고객집단을 대상으로 설문조사를 실시하여, 선호하는 유니폼의 전체형태, 아이템의 종류 및 각 아이템별로 디자인에 관한 선호도를 조사하였다. 각문항별로 빈도분포 및  $X^2$ 검증을 한 결과를 요약해보면, 세 집단 모두 시스형의 실루엣을 가장 선호했고, 블라우스+조끼+스커트의 조합을 가장 선호하였다. 블라우스 형태는 헐렁한 형, 칼라는 스포츠칼라와 리본칼라가 선호되고, 소매는 퍼프와 셀인 소매가 선호되었다. 조끼는 싱글여밈이 선호되고, 자켓은 꼭 맞는 형의 허리아래 5~10cm 길이의 테일러드 칼라가 선호되고 싱글여밈으로 주머니가 있는 것을 선호했다. 스커트는 타이트형의 무릎위 5cm 길이, 뒤트임이 선호되고 바지는 일자형의 긴바지가 선호되었다. 소재는 모든 아이템에서 단색의 혼방이 선호되고, 색상은 블라우스는 흰색과 아이보리, 조끼, 자켓, 스커트는 청색과 검정 색상이 선호되었다. 유니폼 디자인 요소는 디자인·색상·소재의 순으로 중요시 되었다.

직종간의 차이를 알기 위해  $X^2$ 검증을 한 결과, 29개 문항중에서 가장 큰 비중을 차지하는 13문항이 착용자집단만 직종간 차이가 있었는데, 이는 관리자나 고객집단 보다는 실제로 유니폼을 입는 착용자집단이 각 직종에 따라 다른 유니폼 선호도를 보임을 알 수 있다. 다음으로 9문항은 세 집단 모두 직종간 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

최근 유니폼 디자인에 있어서도 일반 여성복의 최신 유행 경향을 반영하는 추세이므로, 97/98 A/W패션 트렌드를 분석하여 이를 설문지 분석결과와 종합하여 직종별로 차별화된 유니폼의 디자인을 제안하였다.

본연구의 한계점은 조사지역이 서울에 한정되어 있으며, 연구의 범위가 사무직과 서비스직의 7

개 직종으로 제한되어 있는 점이다. 앞으로는 조사지역을 확장시키고 연구대상도 기능직까지 확대시킨 연구가 요망된다.

## 참고문헌

- 1) 손강숙, 백화점 판매여사원의 유니폼에 관한 연구 -서울 시내 백화점을 중심으로-, 홍익대학교 산업미술대학원, 1988, pp.26
- 2) 이경희, 직업인의 유니폼 선호도에 관한 연구 -부산시내 은행원 유니폼을 중심으로-, 경성대학교 대학원, 1991, p.16
- 3) 안희정, 우리나라 호텔 종업원 제복의 실증적 연구 -직종별 종업원의 제복 디자인을 중심으로-, 이화여자대학교 산업미술대학원, 1984, p.1
- 4) 손대현, 호텔경영론, 서울 형설출판사, 1981, pp.197~199
- 5) 이병홍, 우리나라 호텔종업원의 유니폼 선호도에 관한 연구 -서울 시내 호텔을 중심으로-, 세종대학 대학원 가정학과, p.58
- 6) 손강숙, 전개서, 1988, p.1
- 7) 손강숙, 전개서, pp.29~30
- 8) 강지영, B.I.측면에서의 패스트푸드 전문점 여종업원의 유니폼에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원, 1991, pp.60~62
- 9) 이서희, 우리나라 전통음식점 유니폼에 관한 연구, 서울여자대학교 가정학과, 1989, p.17
- 10) 渡邊汗, 衣服衛生과 着裝, 東京: 二同文書院, 昭和 44, p.16
- 11) 신인수, 피복위생학, 서울, 경춘사, 1984, p.131
- 12) 박도양, 실용색채학, 서울, 이우출판사, 1973, p.77
- 13) 강희경, 유니폼의 계획 및 디자인 방법에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원, 1987, p.78
- 14) 유송옥, 복식의장학, 서울, 수학사, 1983, p.103
- 15) 和子, 피복학 개론, 동경: 建帛社(건백사), 1967, p.84



- 16) 이호정, 패션머천다이징, 교학연구사, 1995, pp.72~75  
 17) 이은영, 패션마케팅, 교문사, 1992, p.281  
 18) Fashion Forum, V.42, Samsung Fashion Institute, 1996. 12, pp.5~13.  
 19) 한국외류산업협회, 외류산업, No.29, 1996. 10., pp.66~69  
 20) 한국외류산업협회, 외류산업, No.30, 1996. 11., pp.84~85  
 21) 이은영, 전개서, p.285  
 22) 강지영, 전개서, p.69

## ABSTRACT

### A Survey on Uniforms and Development of New Design

Uniform is getting increased importance as one of the symbols which represent the characteristic of company as well as gives good impression to the customers.

Uniform shows the kinds of companies and forms of jobs, and it makes the people who is putting on the uniform feel the sense of unity, a security of one's position and the companionship, and also it gives him a sense of responsibility and elevates the efficiency of tasks. It is required to be designed for a uniformity, and it can contribute in the increase of work efficiency and help the company get the good results of the management by inspiring the workers with conceit and belongingnesses.

The purpose of this study is as the followings :

- 1) Through the practical survey, we analyze workers', staffs' and consumers' preference for uniform design.
- 2) We analyze the fashion trend for 97/98 A/W.
- 3) We present each uniform design for seven different types of company on the basis of 1) (design preference) and 2) (fashion trends).