

유아복 브랜드 치수규격 실태 조사 연구 I

金 珍* · 孫 喜 順

淑明女子大學校 衣類學科 碩士* · 淑明女子大學校 衣類學科 教授

A Study on Sizes Specifications of Infants' Apparels

Jin Kim* and Hee-Soon Sohn

Master, Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung Women's University*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung Women's University

目 次

Abstract

I. 서 론

II. 연구방법 및 절차

III. 연구결과 및 고찰

1. 유아복 브랜드의 현황

2. 유아복 브랜드의 치수규격 실태

IV. 결론 및 제언

1. 유아복 브랜드의 현황

2. 유아복 치수규격 설정

3. 연구의 제한점

참고문헌

Abstract

The purpose of this study is to survey and analyze the general conditions of infants' apparel brands in Korea, review the sizes and specifications of each brand, analyze the differences and correlations among brands, and thereby, present the reasonable sizes and specifications for infants' apparels in consideration of domestic and foreign specifications and infants' health conditions. For this purpose, 13 brands manufacturing the apparels for the infants aged from 0 to 4 were sampled, and their design directors and outside pattern suppliers were surveyed through direct interviews. The collected data were processed for frequencies, mean, median and mode.

I. 서 론

의류산업의 발달은 기성복 산업의 발전과 더불어 소비자들의 생활양식이 개성화, 다양화 되어 감에 따라 소비동향은 변화되고 의생활에 변화를

가져오게 되었다. 의복을 착용하였을 때 만족스러움과 쾌적함을 느낄 수 있으려면, 의복이 인체의 다양한 활동에 지장을 주지 않도록 형태와 치수가 적합하여야 한다. 성인들은 자신의 의복을 스스로 선택하여 착용할 수 있지만 유아의 경우는 자신의 의지에 의한 선택이 불가능하기 때문

에 유아복은 유아에게 착용되어지는 의류라는 수동적인 의미를 갖는다. 그러므로 유아복은 착용되는 유아의 정신적, 신체적 발달에 대한 특별한 배려가 요구된다(지소영, 1993).

유아는 일반적으로 생후 첫 일년동안 급속한 성장을 하게 되는데 신장이 빠른 속도로 증가되며 피하 지방의 축적도 빠르게 진행된다. 이러한 시기의 유아 체형의 특징은 큰 머리, 들쭉한 배와 사지에 비해 몸통이 큰 것 등이다. 또한 점차적으로 가슴과 배 둘레가 작아지고 다리가 길어지게 된다. 유아들의 보다 구체적인 신체적 특징을 파악하기 위해서는 유아들의 인체계측이 실시되어야 하며 이를 바탕으로 한 의복치수 체계가 확립된다면 보다 합리적이고 기능적인 의생활이 될 것이다. 유아복 브랜드의 경우, 한국공업규격이 현재 유아들의 체형에 적합하지 않다는 이유로 자체적으로 규격을 설정하여 사용하고 있는 실정이다. 따라서 같은 호칭의 유아복이지만 생산 브랜드마다 실제 의복 크기에 차이가 크기 때문에 소비자들은 자신의 아기에게 잘 맞는 상표를 찾아야 하는 실정이다.

이에 본 연구는 유아의 성장 발달 및 특징을 선행 연구된 자료를 통하여 파악하고, 국내 유아복을 전문으로 생산하는 국내 유아복 브랜드를 대상으로 상품기획실의 일반적 상황 및 제품치수 실태를 조사하여, 유아의 발육상태에 따른 합리적인 유아복의 적절한 치수 및 호칭을 제시하고자 한다.

II. 연구방법 및 절차

본 연구는 유아복을 전문으로 생산하는 국내 유아복 브랜드를 대상으로 상품기획실의 일반적 현황 및 치수규격을 조사하여, 유아의 영양상태에 따른 합리적인 유아복의 적절한 치수규격을 제시하고자, 서울시에 소재하며 0세에서 4세의 유아복을 생산하고 있는 브랜드를 대상으로 디자인실장 및 패턴너와의 개별면담에 의해 설문 조사되었으며, 15개의 유아복 생산업체에 의해 작성된 설문지 중 응답이 불완전한 응답지를 제외한 13개의 설문지를 통계 처리하여 분석하였다.

본 연구에서 사용한 설문지는 유아복 브랜드

M. D 및 디자이너, 패턴너와의 면담결과와 선행 연구(유성순, 1993; 지소영, 1993; 김유미, 1996)에서 사용된 문항을 참고로 하여 36문항의 설문지로서 다음과 같이 3부분으로 구성되었다.

1. 연구대상 브랜드의 일반적 배경을 파악하기 위한 문항은 출범연도, 연간매출규모, 브랜드형태, 상품기획실 구성실태 등 11문항으로 구성되었다.
2. 유아복의 생산현황 및 생산호수의 실태를 파악하기 위하여 타겟연령(target age), 생산호수(size spec), 생산호수의 구성방식 등 5문항으로 구성되었다.
3. 유아복 브랜드의 제품치수에 대해 조사한 것으로 문항구성은 기본품목인 배내저고리, 내의류로 20문항으로 구성되었다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 유아복 브랜드의 현황

1) 유아복 브랜드의 일반적 현황

(1) 유아복 브랜드의 일반적 배경

본 연구의 유아복 브랜드의 일반적 배경을 출범연도, 연간매출규모, 브랜드형태로 살펴본 결과(표 1), 국내 유아복 브랜드의 출범연도는 '80년대 이전에 출범한 브랜드가 3개 브랜드이며, '80년대에는 2개 브랜드, '90년대 이후는 8개 브랜드로 조사되었다. 연간 매출 규모는 300억원 이상이 4개 브랜드, 300억원 미만~100억원 이상 5개 브랜드, 100억원 미만 4개 브랜드로 조사되었다. 브랜드별 형태를 살펴보면, 12개 브랜드가 내셔널 브랜드, 1개 브랜드가 라이선스 브랜드로 나타났다. 즉, 본 연구의 조사대상 브랜드는 대체로 '90년대 이후 내셔널 브랜드 형태로 출범한 것으로 분석되었다.

(2) 유아복 브랜드의 상품기획실 구성원 실태

국내 유아복 브랜드의 상품 기획실 구성실태는 업체별 특징에 따라서 구성 방법이 다양하여 본 연구는 크게 4부서로 분류하여 구성원의 현황을 조사한 결과(표 2), 디자인실은 4개 브랜드만이

<표 1> 유아복 브랜드의 일반적 배경

| 브랜드명 일반변인 | a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 출범연도(년) | 1990 | 1991 | 1958 | 1984 | 1979 | 1990 | 1999 | 1997 | 1992 | 1986 | 1990 | 1994 | 1988 |
| 연간매출규모 (억원) | 300 | 120 | 90 | 200 | 200 | 70 | 30 | 600 | 200 | 300 | 600 | 200 | 30 |
| 브랜드형태 | NB | LB | NB | NB | NB | NB | NB |

NB : National Brand, LB : Lisence Brand

M.D가 있으며 전체적으로 0.5명으로 M.D없이 디자인실장이 M.D의 역할을 수행하는 양상을 보였다. 의류디자이너는 전체적인 인원구성이 3.8명이며, 컬러리스트는 7개 브랜드가 1명으로 구성되었으며, 나머지 6개 브랜드는 인원 구성이 전혀 없는 것으로 나타나 의류 디자이너의 업무로 흡수된 경우로 조사되었고, 용품 디자이너는 전체적으로 2.2명으로 나타났다.

상품기획부문의 총괄자인 M.D와 색상·문양 개발업무를 담당하는 컬러리스트 인원구성이 거의 없는 것으로 조사되어 디자인실 업무가 의류 디자이너에게 편중되어 있는 결과를 보여 균형적인 상품기획실 구성원의 배치가 시급한 것으로 조사되었다.

2) 유아복 브랜드의 생산실태

(1) 유아복 브랜드의 타겟연령

국내 유아복 브랜드의 유아의 기준을 파악하기 위해 타겟연령의 구성을 브랜드별로 조사한 결과(표 3), 0~72M, 0~36M은 각각 4개 브랜드, 0~48M은 3개 브랜드, 12~24M, 0~60M은 각각 1개 브랜드로 조사되었다. 즉, 국내 유아복 브랜드 타겟연령의 범위는 넓게는 0~72M, 좁게는 12~24M으로 다양하게 나타나 각 브랜드에서 규정하는 유아의 범위가 통일되지 않은 것으로 조사되었다.

(2) 유아복 브랜드의 치수규격 구성방식

유아복 브랜드의 치수규격의 구성 방식을 조사

<표 2> 유아복 브랜드의 상품기획실 구성원 실태

(단위: 명)

| 브랜드명 일반변인 | | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | 평균 |
|--------------|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|
| 디자인실 | MD | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0.5 |
| | 의류디자이너 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 7 | 2 | 6 | 3 | 3.8 |
| | 컬러리스트 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0.5 |
| | 용품디자이너 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2.2 |
| 패턴실 | 패턴사 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1.1 |
| | 보조패턴사 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0.5 |
| 샘플실 | 봉제사 | 1 | 1 | 2 | 4 | 0 | 1 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1.2 |
| | 재단사 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.3 |
| 수선실 | 수선사 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0.6 |

<표 3> 유아복 브랜드의 타겟연령

| 브랜드명 일반변인 | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
|--------------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 타겟연령 (M) | 0~36 | 12~24 | 0~48 | 0~60 | 0~72 | 0~72 | 0~48 | 0~72 | 0~36 | 0~72 | 0~36 | 0~36 | 0~48 |

* M: Month(개월수)

한 결과 (표 4), 사내 자체에서 개발한 규격을 사용하는 브랜드는 4개 브랜드로 30.8%인데 비해 패턴사 자신이 경험을 통해 구성한 치수규격을 구성하여 사용하는 경우는 9개 브랜드로의 응답들을 보여 유아복의 치수규격 구성은 패턴사의 독자성에 많이 의존하고 있는 실정이다.

(3) 유아복 브랜드의 치수규격 설정시 참고사항

유아복 브랜드 치수규격 설정시 참고사항을 조사한 결과(표 5)는, 치수규격에 있어 참고하는 자료로는 한국공업규격(61.5%), 경쟁브랜드 치수규격참고(53.8%)로 브랜드별로 독자적인 호

<표 4> 유아복 브랜드의 치수규격 구성방식

| 구 분 | 빈도 (브랜드수) | 백분율 (%) |
|-------------------|--------------|------------|
| 사내에서 개발하여 사용중 | 4 | 30.8 |
| 패턴사에 의해서 구성하여 사용중 | 9 | 69.2 |
| 합 계 | 13 | 100.0 |

<표 5> 유아복 브랜드의 치수규격 설정시 참고사항

| 구 분 | 빈도 (브랜드수) | 백분율 (%) |
|---------------|--------------|------------|
| 경쟁 브랜드의 치수 참고 | 7 | 53.8 |
| 한국공업규격 참고 | 8 | 61.5 |
| 외국치수규격 참고 | 1 | 7.7 |

* 복수응답으로 처리하였음

수 및 치수를 조합하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 다른 유아복 치수규격을 참고하고 브랜드 자체로 독자적인 의류치수 규격을 사용하고 있는 것으로 나타나 이는 유아복 소비자들의 치수 인지도에 영향을 미치며 유아복 브랜드의 표준화된 치수규격 제정이 필요하다.

(4) 유아복 브랜드의 생산형태

국내 유아복 브랜드의 유아복 생산현황을 파악하기 위해 생산형태를 조사한 결과 (표 6), '임가공·완사입병행'은 61.5%의 분포율을 보였으며, '완사입'은 30.8%, '자체·임가공 생산병행'은 7.7%로 나타나 자체 생산 비율을 줄이고 임가공 생산 비율을 높이는 최근 의류 제조업체의 상황과 일치하는 결과(김은희, 1998)를 보였다. 또한 완사입이 30.8%로 나타나 이는 특수소재로 제작되는 유아복의 경우로 협력업체 통해 생산하는 경우가 많으며 이러한 경우는 자체 치수규격을 따르지 않고 협력업체의 치수규격을 따르는 것으로 나타나 특수소재에 따른 치수규격 제정의 필요성을 시사하고 있다.

<표 6> 유아복 브랜드의 생산형태

| 구 분 | 빈도 (브랜드수) | 백분율 (%) |
|-------------|--------------|------------|
| 자체생산 | 0 | 0.0 |
| 임가공생산 | 0 | 0.0 |
| 완사입 | 4 | 30.8 |
| 자체·임가공 생산병행 | 1 | 7.7 |
| 임가공·완사입병행 | 8 | 61.5 |
| 합 계 | 13 | 100.0 |

2 유아복 브랜드의 치수규격 실태

본 절은 국내 유아복 브랜드의 치수규격을 제품호수 및 제품치수로 분류하여 품목별 제품호수 및 치수의 생산현황을 고찰하여 제품부위별 평균, 중앙값, 최빈치를 구하여 분석하였다.

1) 유아복 브랜드의 품목별 제품호수

(1) 배내 저고리의 제품호수

배내 저고리는 12개 브랜드가 갖 태어난 신생아를 대상으로 기획디자인하기 때문에 60호 1개 호수만을 생산하며 협력업체를 통해 생산하는 유아복 브랜드는 자체적인 제품치수가 없는 것으로 조사되었다.

(2) 내의류의 제품호수

국내 유아복 브랜드에서 생산하는 내의류의 제품호수를 조사한 결과 (표 7), 내의류의 제품호수는 70호, 75호, 80호, 85호, 90호, 95호, 100호, 110호이며 70호에서 100호까지는 5cm 등간격으로 호수를 설정하고 100호에서 110호까지는 10cm 등간격으로 호수를 설정하여 제품을 생산하는 것으로 조사되었다. 호수별 분포율을 살펴보면, 12개 브랜드가 80호를 가장 많이 생산하며 90호는 10개 브랜드, 70호는 9개 브랜드, 100호는

8개 브랜드, 110호는 6개 브랜드의 분포율로 나타나 대부분 유아복 브랜드는 80호를 기준으로 생산하며 70호와 90호의 생산비율 또한 높게 나타나 전체적으로 10cm 등간격인 70호, 80호, 90호, 100호를 기준으로 생산되는 것으로 조사되었다. 그러나 85호의 경우 4개 브랜드의 분포율을 75호·95호의 경우 각각 1개 브랜드만이 5cm 등간격으로 생산하고 있어 상품기획시 호수 세분화 정책으로 일부 브랜드만이 5cm 등간격인 중간호수를 생산하고 있는 것으로 나타났다.

2) 유아복 브랜드의 품목별 제품치수

(1) 배내 저고리의 제품치수

국내 유아복 브랜드의 배내 저고리는 모든 브랜드가 신생아를 대상으로 기획디자인하기 때문에 60호 1개 호수만 생산하며 배내 저고리의 부위별 치수는 총길이, 가슴둘레; 화장, 손목둘레, 목너비, 목깊이, 앞여밈분으로 7항목에 대해 조사한 결과는 <표 8>과 같다.

배내 저고리는 협력업체에서 생산하여 자사의 제품치수가 없는 경우로 D, E, H, I, K, L사를 제외한 A, B, C, F, G, J, M사의 제품치수를 살펴보면, 총길이의 평균치수는 32.1cm이며 B사의 경우는 가장 작은 치수인 28.0cm, J사의 경우는 34.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 나타

<표 7> 유아복 브랜드의 내의류 생산호수

| 품목 브랜드명 호수(호) | 내 의 류 | | | | | | | | | | | | 합 계 | |
|---------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----|--------------|
| | A(0~ 36M) | B(12~ 24M) | C(0~ 48M) | D(0~ 60M) | E(0~ 72M) | F(0~ 72M) | G(0~ 48M) | H(0~ 72M) | I(0~ 36M) | J(0~ 72M) | K(0~ 36M) | L(0~ 36M) | | M(0~ 48M) |
| 70 | △ | △ | △ | | | △ | △ | △ | △ | △ | | | △ | 9(69.2) |
| 75 | | | | | | | | | | | | △ | | 1(7.7) |
| 80 | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | | 12(92.3) |
| 85 | △ | △ | | | | △ | | | | | △ | | | 4(33.3) |
| 90 | | △ | △ | △ | △ | △ | △ | △ | | △ | △ | △ | | 10(76.9) |
| 95 | | | | | | △ | | | | | | | | 1(7.7) |
| 100 | | | △ | | △ | △ | △ | △ | | △ | △ | | △ | 8(61.5) |
| 110 | | | △ | | △ | △ | △ | △ | | | | | △ | 6(46.2) |

<표 8> 유아복 브랜드의 배내저고리 제품치수

(단위: cm)

| 품목· 브랜드명 | 배내저고리 | | | | | | | 전 체 | | |
|-------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | B | C | F | G | J | M | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 총길이 | 32.0 | 28.0 | 33.0 | 32.0 | 32.5 | 34.0 | 33.0 | 32.1 | 32.5 | 32.0 |
| 가슴둘레 | 48.0 | 48.0 | 51.0 | 47.5 | 48.0 | 50.0 | 48.0 | 48.6 | 48.0 | 48.0 |
| 화 장 | 34.0 | 33.0 | 34.0 | 34.0 | 33.0 | 32.5 | 33.0 | 33.4 | 33.0 | 33.0 |
| 손목둘레 | 15.0 | 14.5 | 15.5 | 14.5 | - | 15.0 | 14.6 | 14.9 | 14.8 | 14.5 |
| 목너비 | 8.0 | 7.5 | 8.0 | 8.0 | - | 8.0 | 7.5 | 7.8 | 8.0 | 8.0 |
| 목깊이 | 4.7 | 5.0 | 5.0 | 5.3 | - | 6.2 | 5.6 | 5.3 | 5.2 | 5.0 |
| 앞여밈분 | 7.0 | 7.0 | 8.0 | 7.5 | - | 7.5 | 7.0 | 7.3 | 7.3 | 7.0 |

나 브랜드별 제품치수 차이가 타 부위에 비해 가장 큰 것으로 조사되었다. 가슴둘레의 평균치수는 48.6cm이며 F사는 가장 작은 치수인 47.5cm를 C사는 51.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다. 즉, 배내 저고리의 경우 1개 호수만을 생산하기 때문에 브랜드별 치수 차이가 크게 나타나지 않아 각 부위별 중앙값에서 최대 4cm 최소 0.3cm의 차이를 보였으며 대체로 B사의 경우 가장 작은 치수, J사의 경우 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다.

(2) 내의류의 제품치수

<표 9> 유아복 브랜드의 내의류 70호 제품치수

(단위: cm)

| 품목· 브랜드명 | 내의류(70호) | | | | | | | | | | | | 전 체 | | |
|-------------|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | B | C | D | F | G | H | I | J | K | L | M | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 상의길이 | 33.0 | 32.0 | 32.0 | 29.0 | 26.5 | 32.5 | 34.0 | 28.5 | 35.0 | 32.0 | 34.0 | 37.0 | 32.1 | 32.3 | 32.0 |
| 가슴둘레 | 51.5 | 51.5 | 56.0 | 58.0 | 54.5 | 61.0 | 51.0 | 52.0 | 54.0 | 51.0 | 58.0 | 48.0 | 53.9 | 53.0 | 51.0 |
| 어깨너비 | 21.8 | 21.9 | 23.0 | 22.0 | 22.8 | 26.0 | 22.0 | 21.0 | 23.5 | 20.0 | 23.6 | 20.0 | 22.3 | 22.0 | 20.0 |
| 소매길이 | 25.0 | 23.0 | 25.5 | 22.0 | 24.5 | 24.0 | 25.0 | 19.0 | 25.0 | 26.0 | 24.0 | 25.0 | 24.0 | 24.8 | 25.0 |
| 하의길이 | 44.0 | 41.0 | 45.5 | 44.5 | 45.5 | 41.5 | 44.0 | 33.5 | 45.0 | 43.0 | - | 42.0 | 42.7 | 44.0 | 44.0 |
| 허리둘레 | 56.0 | 54.0 | 56.5 | 59.0 | 55.5 | 60.0 | 52.0 | 53.5 | 55.0 | 53.0 | 60.5 | 49.5 | 55.1 | 55.3 | 55.0 |
| 영덩이둘레 | 56.5 | 55.5 | 62.0 | 58.0 | 56.5 | 63.0 | 57.0 | 58.0 | 58.0 | 61.0 | - | 52.0 | 58.0 | 58.0 | 58.0 |
| 밑위길이 | 25.5 | 25.0 | 24.0 | 23.0 | 23.5 | 24.5 | 22.5 | 22.5 | 23.5 | 24.0 | - | 23.0 | 23.7 | 23.5 | 22.5 |

국내 유아복 브랜드의 내의류 제품치수는 제품호수 70호, 80호, 90호, 100호, 110호에 대해 조사되었다. 내의류의 부위별 치수는 상의길이, 가슴둘레, 어깨너비, 소매길이, 하의길이, 허리둘레, 영덩이둘레, 밑위길이를 8항목에 대해 조사하였다.

① 내의류 70호의 제품치수

조사대상 브랜드에서 E사의 경우는 내의류 70호를 생산하고 있지 않아 E사를 제외한 12개 유아복 브랜드의 내의류 70호에 대한 제품치수를 조사한 결과 (표 9), 내의류 70호에 대한 상의길이

의 평균치수는 32.1cm이며 F사는 26.5cm로 가장 작은 치수를, M사는 37.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다. 가슴둘레의 평균치수는 53.9cm로, M사는 48.0cm로 가장 작은 치수를, G사는 61.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 나타났다. 하의길이의 평균치수는 42.7cm이며 I사는 33.5cm로 가장 작은 치수, C·F사는 45.5cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다. 즉, I사는 0~36개월의 유아를 대상으로 내의류는 70, 80호만을 생산하므로 다른 브랜드에 비해 제품치수가 작게 생산되는 것으로 분석되었다.

② 내의류 80호의 제품치수

내의류 80호에 대한 브랜드별 제품치수를 조사한 결과 (표 10), 내의류 80호에 대한 상의길이의 평균치수는 34.0cm이며, F사는 28.5cm로 가장 작은 치수 J사는 37.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 가슴둘레는 평균치수가 56.9cm이며 B사가 53.5cm로 가장 작은 치수, G사는 66.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 대체로 크게 나타나는 것으로 조사되었다.

하의길이는 평균치수가 45.5cm이며 I사는 37.5cm로 가장 작은 치수, F사는 50.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 브랜드별 치수 차이가 다른 부

위에 비해 가장 크게 나타나는 것으로 조사되었다. 내의류 80호는 대부분 유아복 브랜드에서 생산하므로 제품치수 차이는 크게 나타나지 않았으나, G사는 내의류는 0~48개월의 유아를 대상으로 10cm의 등간격으로 생산되므로 다른 유아복 브랜드에 비해 제품치수가 크게 생산되는 것으로 분석되었다

③ 내의류 90호의 제품치수

내의류 90호에 대한 유아복 브랜드의 제품치수를 조사한 결과 (표 11), 상의길이는 평균치수가 37.1cm이며, F사는 32.5cm로 가장 작은 치수를, J사는 39.5cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었으며, 가슴둘레는 평균치수가 61.2cm이며, K사가 56.0cm로 가장 작은 치수를, G사는 72.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 유아복 브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 대체로 큰 것으로 조사되었다. 하의길이는 I사가 41.5cm로 가장 작은 치수를, F사는 56.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 유아복 브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 가장 큰 것으로 조사되었다.

④ 내의류 100호의 제품치수

내의류 100호에 대한 유아복 브랜드의 제품치수를 조사한 결과 (표 12), 상의길이는 평균치수가 40.4cm이며, F사는 36.5cm로 가장 작은 치수

<표 10> 유아복 브랜드의 내의류 80호 제품치수

(단위: cm)

| 품목 브랜드명 부위 | 내의류(80호) | | | | | | | | | | | | 전 체 | | |
|------------------|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 상의길이 | 35.0 | 34.0 | 34.0 | 33.0 | 35.0 | 28.5 | 35.5 | 36.0 | 31.5 | 37.0 | 34.0 | 36.0 | 34.0 | 34.0 | 34.0 |
| 가슴둘레 | 54.0 | 53.5 | 58.0 | 62.0 | 54.0 | 57.0 | 66.0 | 54.0 | 56.0 | 57.0 | 54.0 | 60.5 | 56.9 | 56.0 | 54.0 |
| 어깨너비 | 23.0 | 23.0 | 24.0 | 25.0 | 23.0 | 24.0 | 28.0 | 23.5 | 22.8 | 25.0 | 22.0 | 24.8 | 23.9 | 23.5 | 23.0 |
| 소매길이 | 27.0 | 25.0 | 27.5 | 25.0 | 27.0 | 26.0 | 25.5 | 26.5 | 21.5 | 27.0 | 28.0 | 26.0 | 26.0 | 26.5 | 27.0 |
| 하의길이 | 47.0 | 44.0 | 48.0 | 47.0 | 43.0 | 50.0 | 42.5 | 47.0 | 37.5 | 48.0 | 46.0 | - | 45.5 | 47.0 | 47.0 |
| 허리둘레 | 58.0 | 55.5 | 59.0 | 61.0 | 56.0 | 57.5 | 66.0 | 54.0 | 59.0 | 57.5 | 55.0 | - | 58.0 | 57.5 | 57.5 |
| 엉덩이둘레 | 59.0 | 58.0 | 64.0 | 62.0 | 58.0 | 59.0 | 71.0 | 60.0 | 62.0 | 61.0 | 64.0 | - | 61.6 | 61.0 | 62.0 |
| 발위길이 | 26.0 | 25.5 | 24.5 | 24.0 | 26.0 | 24.0 | 25.0 | 23.0 | 23.5 | 24.0 | 25.0 | - | 24.6 | 24.5 | 24.0 |

<표 11> 유아복 브랜드의 내의류 90호 제품치수

(단위: cm)

| 품목 브랜드명 부위 | 내의류(90호) | | | | | | | | | | | | 전 체 | | |
|------------------|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 상의길이 | 39.0 | 38.0 | 36.5 | 37.0 | 39.0 | 32.5 | 38.5 | 38.0 | 33.5 | 39.5 | 36.0 | 38.0 | 37.1 | 38.0 | 38.0 |
| 가슴둘레 | 59.0 | 59.0 | 60.5 | 66.0 | 60.0 | 62.0 | 72.0 | 57.0 | 60.0 | 60.0 | 56.0 | 63.0 | 61.2 | 60.0 | 60.0 |
| 어깨너비 | 25.4 | 25.2 | 25.0 | 26.5 | 26.0 | 26.4 | 30.0 | 25.0 | 24.0 | 26.5 | 24.0 | 26.0 | 25.8 | 25.7 | 24.0 |
| 소매길이 | 31.0 | 29.0 | 29.5 | 28.0 | 31.0 | 27.5 | 27.0 | 28.0 | 24.0 | 30.0 | 31.0 | 28.0 | 28.7 | 28.5 | 28.0 |
| 하의길이 | 53.0 | 47.0 | 51.0 | 49.5 | 46.0 | 56.0 | 43.5 | 50.0 | 41.5 | 53.0 | 49.0 | - | 49.0 | 49.5 | 53.0 |
| 허리둘레 | 60.0 | 57.0 | 61.5 | 63.0 | 59.0 | 59.5 | 72.0 | 56.0 | 62.0 | 60.0 | 57.0 | - | 60.6 | 60.0 | 57.0 |
| 엉덩이둘레 | 64.0 | 63.0 | 66.5 | 66.0 | 64.0 | 64.0 | 79.0 | 63.0 | 66.0 | 64.0 | 67.0 | - | 66.0 | 64.0 | 64.0 |
| 발위길이 | 25.5 | 25.0 | 25.3 | 25.0 | 25.5 | 25.0 | 25.5 | 23.5 | 24.5 | 24.5 | 26.0 | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 |

<표 12> 유아복 브랜드의 내의류 100호 제품치수

(단위: cm)

| 품목 브랜드명 부위 | 내의류(100호) | | | | | | | | | | | | 전 체 | | |
|------------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 상의길이 | 43.0 | 39.5 | 41.0 | 43.0 | 36.5 | 41.5 | 40.0 | 37.5 | 41.5 | 38.0 | 40.0 | 43.0 | 40.4 | 40.5 | 43.0 |
| 가슴둘레 | 64.0 | 64.5 | 70.0 | 66.0 | 67.0 | 78.0 | 60.0 | 64.0 | 62.0 | 58.0 | 65.2 | 60.0 | 64.9 | 64.3 | 60.0 |
| 어깨너비 | 27.8 | 26.8 | 30.0 | 29.0 | 28.8 | 32.0 | 26.5 | 26.4 | 28.0 | 26.0 | 27.2 | 23.0 | 27.6 | 27.5 | 23.0 |
| 소매길이 | 35.0 | 32.5 | 31.0 | 35.0 | 29.0 | 28.5 | 29.5 | 26.5 | 33.0 | 34.0 | 30.0 | 31.0 | 31.3 | 31.0 | 31.0 |
| 하의길이 | 59.0 | 56.0 | 52.0 | 49.0 | 62.0 | 44.5 | 53.0 | 45.5 | 58.0 | 52.0 | - | 54.0 | 53.2 | 53.0 | 52.0 |
| 허리둘레 | 62.0 | 64.0 | 65.0 | 62.0 | 61.5 | 78.0 | 58.0 | 65.5 | 62.5 | 59.0 | - | 59.0 | 63.3 | 62.0 | 59.0 |
| 엉덩이둘레 | 69.0 | 70.5 | 70.0 | 70.0 | 69.0 | 78.0 | 66.0 | 70.0 | 67.0 | 70.0 | - | 64.0 | 69.4 | 70.0 | 70.0 |
| 발위길이 | 26.5 | 26.3 | 26.0 | 26.5 | 26.0 | 26.0 | 24.0 | 25.5 | 25.0 | 27.0 | - | 25.0 | 25.8 | 26.0 | 26.0 |

물 A·F사는 43.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 나타났다. 가슴둘레는 평균치수가 64.9cm이며, K사가 58.0cm로 가장 작은 치수를 G사는 78.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다. 하의길이는 평균치수가 53.2cm이며, G사는 44.5cm로 가장 작은 치수를 F사는 62.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 유아복 브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 가장 큰 것으로 조사되었다.

⑤ 내의류 110호의 제품치수

내의류 110호에 대한 유아복 브랜드의 제품치수들 조사한 결과 (표 13), 상의길이는 평균치수가 42.6cm이며, F사는 38.5cm로 가장 작은 치수들, E사는 46.0cm로 가장 큰 치수를 사용하는 것으로 조사되었다. 가슴둘레는 평균치수가 68.3cm이며, K사가 60.0cm로 가장 작은 치수들, G사는 82.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 유아복 브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 가장 큰 것으로 조사되었다. 하의길이는 평균치수가 55.9cm이며, G사는 45.5cm로 가장 작은 치수들, F사는 65.0cm로 가장 큰 치수를 사용하며, 유아복

<표 13> 유아복 브랜드의 내의류 110호 제품치수

(단위: cm)

| 품목 브랜드명 부위 | 내의류(110호) | | | | | | | | | | | 전 체 | | |
|------------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | 평균 | 중앙값 | 최빈치 |
| 상의길이 | 42.5 | 45.0 | 46.0 | 38.5 | 44.5 | 41.0 | 40.5 | 43.5 | 40.0 | 42.0 | 45.0 | 42.6 | 42.5 | 45.0 |
| 가슴둘레 | 68.5 | 74.0 | 70.0 | 69.5 | 82.0 | 61.6 | 68.0 | 66.0 | 60.0 | 67.7 | 64.0 | 68.3 | 68.0 | 68.3 |
| 어깨너비 | 29.6 | 33.0 | 31.0 | 30.0 | 34.0 | 27.8 | 28.2 | 29.5 | 28.0 | 28.4 | 24.0 | 29.4 | 29.5 | 29.4 |
| 소매길이 | 35.5 | 34.0 | 38.0 | 31.0 | 30.5 | 31.5 | 29.0 | 34.5 | 37.0 | 32.0 | 33.0 | 33.3 | 33.0 | 33.3 |
| 하의길이 | 61.0 | 55.0 | 52.0 | 65.0 | 45.5 | 54.5 | 49.5 | 63.0 | 55.0 | - | 58.0 | 55.9 | 55.0 | 55.9 |
| 허리둘레 | 66.5 | 67.0 | 65.0 | 61.5 | 84.0 | 60.0 | 69.0 | 65.0 | 61.0 | - | 62.0 | 64.5 | 65.0 | 64.5 |
| 엉덩이둘레 | 74.5 | 74.0 | 74.0 | 71.5 | 84.0 | 77.0 | 74.0 | 70.0 | 73.0 | - | 68.0 | 74.0 | 74.0 | 74.0 |
| 발위길이 | 27.3 | 27.0 | 27.5 | 26.5 | 26.5 | 24.5 | 26.5 | 25.5 | 28.0 | - | 26.0 | 26.5 | 26.5 | 26.5 |

브랜드별 치수 차이가 다른 부위에 비해 가장 큰 것으로 조사되었다. 즉, 내의류 110호는 타겟연령이 48~72개월의 유아를 대상으로 생산하는 유아복 브랜드 C, E, F, G, H사의 제품치수가 다른 유아복 브랜드에 비해 크게 생산되는 것으로 분석되었다.

IV. 결론 및 제언

1. 유아복 브랜드의 현황

1) 유아복 브랜드의 일반적 배경

- (1) 유아복 브랜드의 출범연도·연간매출규모·브랜드 형태를 살펴본 결과, 본 연구의 조사대상 유아복 브랜드는 대체로 '90년대 이후 내셔널 브랜드형태로 출범한 것으로 나타났다.
- (2) 유아복 브랜드의 상품기획실 구성실태는 업체별 특징에 따라서 구성방법이 다양하여 본 연구는 디자인실, 패턴실, 샘플실, 수선실로 분류하여 조사한 결과, 디자인실의 구성비가 가장 크게 나타나 성장 시기가 빠른 유아를 대상으로 생산되는 의복이므로 신체적합도보다는 디자인과 컬러를 더욱 선호하는 것으로 분석되었다.

2) 유아복 브랜드의 생산실태

- (1) 조사대상 유아복 브랜드의 유아복 기준을 파악하기 위해 타겟연령을 살펴본 결과, 타겟연령이 서로 다르게 나타나 각 브랜드별로 규정하는 유아의 범위가 통일되지 않아 이에 대한 제조명의 필요성이 시사된다.
- (2) 유아복 브랜드의 치수규격의 구성 방식은, '패턴사 자신이 경험을 통해 구성'한 치수규격을 구성하여 사용하는 경우가 대체로 높은 응답률을 보여 유아복의 치수규격 구성은 패턴사의 독자성에 많이 의존하고 있는 실정으로 나타났다.
- (3) 유아복 브랜드 치수규격 설정시 참고사항은, 치수규격에 있어 참고하는 자료로는 경쟁브랜드나 한국공업규격을 대부분 참고하여 브랜드별로 독자적인 호수 및 치수를 조합하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 다른 치수규격을 참고한다고는 하지만 브랜드 자체로 독자적인 의류치수 규격을 사용하고 있는 것으로 나타나 이는 소비자들의 치수 인지도에 영향을 미치며 유아복 브랜드의 표준화된 치수규격 제정이 필요하다.
- (4) 유아복 브랜드의 생산 형태를 조사한 결과, '임가공·완사입병행', '완사입', '자체·임가공 생산병행'의 순으로 나타나 자체 생산 비율을 줄이고 임가공 생산 비율을 높이는 최근 의류 제조 업체의 상황과 일치

하는 결과를 보였다.

2. 유아복의 치수규격 설정

1) 배내 저고리의 치수규격 설정

배내 저고리는 모든 브랜드가 신생아를 대상으로 기획디자인하기 때문에 60호 1개 호수만 설정되었고, 배내 저고리의 제품부위는 총길이, 가슴둘레, 화장, 손목둘레, 목너비, 목깊이, 앞여밈분으로 7항목으로 구분하여 <표 14>와 같이 설정하였다.

2) 내의류의 치수규격 설정

내의류의 제품호수는 70호에서 110호까지 10cm 등간격으로 설정하였으며, 유아복 브랜드는 70호~100호까지를 5cm의 등간격으로 하여 한국

<표 14> 유아복 치수규격 설정 (단위: cm)

| 품목 호수 | 배내 저고리 | 내의류 | | | | | |
|----------|-----------|------|------|------|------|------|-----|
| | | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 | 110 |
| 부위 | | | | | | | |
| 총길이 | 32.0 | - | - | - | - | - | - |
| 상의길이 | - | 32.0 | 36.0 | 38.0 | 40.0 | 44.0 | |
| 가슴둘레 | 48.0 | 53.0 | 57.0 | 60.0 | 63.0 | 68.0 | |
| 어깨너비 | - | 21.0 | 23.0 | 25.5 | 27.5 | 30.0 | |
| 소매길이 | - | 25.0 | 27.0 | 28.0 | 31.0 | 33.0 | |
| 화 장 | 33.0 | - | - | - | - | - | |
| 진동둘레 | - | 24.5 | 26.5 | 28.0 | 29.5 | 31.5 | |
| 손목둘레 | 14.5 | 11.0 | 12.0 | 12.5 | 13.0 | 14.0 | |
| 목너비 | 8.0 | 8.5 | 9.5 | 10.0 | 10.5 | 11.5 | |
| 목깊이 | 5.0 | 4.4 | 5.0 | 5.4 | 5.8 | 6.4 | |
| 앞겹침분 | 7.0 | - | - | - | - | - | |
| 하의길이 | - | 43.0 | 47.0 | 50.0 | 53.0 | 57.0 | |
| 허리둘레 | - | 55.0 | 58.0 | 60.0 | 62.0 | 65.0 | |
| 엉덩이둘레 | - | 58.0 | 62.0 | 66.0 | 70.0 | 74.0 | |
| 밑위길이 | - | 23.0 | 24.0 | 25.0 | 26.0 | 27.0 | |
| 발목둘레 | - | 13.4 | 14.5 | 15.9 | 16.9 | 18.4 | |

공업진흥청에서 제시하는 신장 5~10cm의 치수 간격과 동일하게 표기하고 있는 것으로 나타났다. 유아복 브랜드에서 생산하고 있는 내의류의 호수별 분포율을 살펴보면, 80호는 가장 많은 유아복 브랜드에서 생산하는 호수로 조사되었고, 그 다음으로는 90호, 70호, 100호, 110호, 85호, 75호, 95호의 순으로 나타났다. 유아복 브랜드에서 생산되는 제품호수 중 70호가 가장 작은 호수, 110호가 가장 큰 호수로 대체로 중간 호수인 80호, 90호, 100호 생산 비율이 높은 것으로 나타났다. 그 결과 제품호수는 70호, 80호, 90호, 100호, 110호로 10cm의 등간격으로 설정되었고, 제품치수는 신체 성장이 가장 빠른 부위인 가슴둘레와 하의길이의 치수범위가 14.0cm로 가장 크게 설정되었으며, 가장 작은 호수인 70호와 가장 큰 호수인 110호는 이에 해당되는 유아의 범위가 넓으므로 70호와 80호, 100호와 110호의 호수별 치수 간격은 중간 호수인 80호, 90호, 100호의 호수별 치수간격에 비해 크게 설정되었다.

3. 연구의 제한점

본 연구는 유아복 브랜드의 표준화된 치수규격에 관한 연구로서 연구대상은 국내 유아복 브랜드 몇 업체만을 지정하여 제품치수를 비교한 결과이므로 후속연구에는 보다 많은 업체를 대상으로 비교 분석할 필요가 있으며, 확대 해석시 신중을 기해야 할 것이다.

참고문헌

- 김기선, SILHOUETTER에 의한 아동복 상의의 표준치수 설정을 위한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1980.
- 김은희, 숙녀복 봉제 업체의 봉제기기 운용 실태 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1997.
- 서은정, 국민학교 아동의 체형과 의류치수 규격에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 지소영, 유아복의 치수적합성에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1993.
- 최영희, 이순원, 유아복 치수설정의 기초적

- 연구(1) -서울시내 4-6살 아동을 중심으로-, 대한가정학회지, 제 18권, 제 1호, pp.17-29, 1980.
6. 박은미, 손희순, “국내 유아복 브랜드의 상품 기획 실태조사 연구” 한국비즈니스학회, 1999.
 7. 최유경, 이순원, 유유아의 월령에 따른 신체 발달 연구 -12개월에서 59개월을 대상으로- 한국의류학회지, 제19권 5호, p.790, 1995.
 8. 한국의류학회지, 의류 제품의 호칭 및 치수규격, 제17권 2호, p.339, 1993.
 9. 한국공업규격, 유아복의 치수 KS K 0052, 공업진흥청, 1990.
 10. 국립기술품질원, 국민 표준 체위 조사, 1997.
 11. E. M. Boettke, M. O. Zook(1956), “Dress Designs with Selp-Help Features for the Preschool Child”, 「*Journal of Home Economics*」, Vol. 48, No. 8, p.643.