

집배원 유니폼 디자인 개발에 관한 연구

- 2000년도 착용 유니폼을 중심으로 -

신 혜 영

홍익대학교 대학원 미술학과 박사과정

A Study on the Uniform Design for Postmen

Hye-Young, Syn

Hongik University, Graduate School, Doctoral Program.

(2000. 6. 28 투고)

ABSTRACT

Uniform is the dress of distinctive design or fashion worn by members of a particular group or serving as a means of identification. The postman's uniform of Ministry of Communication should be distinctive or characteristic clothing to provide high functionality and symbolization of job characteristics, cost effectiveness and esthetic.

In order to design the postman's new uniform available in 2000, there has been a satisfaction survey to 1,116 postmen. A thorough analysis of survey and informal and face-to-face discussion with postmen give the direction of design concept. One of the most important things in the design concept is to make the uniform high quality & refinement.

The style is a refined jumper suit in consideration of form stability, wearing satisfaction, convenience in activity. The basic colors selected are navy and medium gray. The colors of jumper are MOC red: C.I color, Green: a representative color of youth, white: a symbolic color of bright future. All three colors are plaid on a basic navy color.

In the selection of the textile, synthetic fiber (polyester 65%, rayon 35%) equipped with UV cutting as well as water resistance etc. was recommended. In the uniform design process, the effective communication with user (postman) is critical to find the requirements and needs of uniform user (postman). Also, the uniform designer should reflect the above four key factors in design development. Therefore, the uniform should provide the user with high job performance and job pride in wearing the uniform.

Key Words : 집배원, 유니폼, 디자인.

Postman, Uniform, Design.

I. 서론

유니폼은 착용자의 소속과 신분을 나타내는 복식으로 한 집단을 상징하고 타 집단과는 구별을 하기 위한 목적으로 착용하는 것이다.

유니폼을 착용했을 때에는, 자기 자신은 물론 소속된 곳을 상징하게 되고, 자기의 신분을 나타내게 되어, 중요한 역할과 임무가 주어진다. 외적으로는 조직을 상징하며 조직의 이미지 전달의 역할을 하고, 내적으로는 근무의 자세를 잡아주며 일의 능률을 높여주는 역할을 하게 된다. 또한 소속된 집단의 올바른 의식을 갖게 하며, 자기의 맡은 일에 대한 긍지와 질서 의식을 갖게 하고 역할에 대한 책임감을 갖게 한다.¹⁾

정보 통신부 집배원 유니폼은 대 국민 서비스직에 종사하는 사람들이 착용하는 의복이므로 올바른 근무자세와 능률을 높여주는 기능성과 직업을 표시하는 상징성, 예산에 맞는 경제성 그리고 의복의 중요 요소인 패션경향을 포함한 심미성을 갖춘 의복이라야 한다.

정보 통신부의 집배원은 체신부 소속에서 정보통신부 소속으로 바뀌었으므로 체신부라는 전근대적인 이미지를 벗어나고, 정보통신의 혁명적인 시대에 살고 있는 현대인들에게 좀더 접근이 용이하며 정보통신부의 생명력을 전달할 수 있는 외모를 위해서 세련되고 품위 있는 의복을 착용하여야 한다. 특히 새로운 세기를 맞이하여 착용하는 의상이므로 그 의의는 더욱 크다고 하겠다.

본 연구는 2000년부터 착용할 집배원들을 올바른 유니폼 제작을 위하여 1999년에 행해졌던 일련의 작업 과정 중 디자인 개발을 담당하였던 연구자의 연구내용을 정리 요약한 것이다.

II. 유니폼에 관한 이론적 고찰

1. 유니폼의 요건

유니폼은 어떤 집단의 표시이므로 그 옷을 착용하는 착용자의 목적의식이 동일하여야 하며 유니폼을 입을으로써 의식이 고양되어야 하고 다른 집단

과 구별이 가능해야 한다.

유니폼의 제정 동기는 신분표시 및 질서유지 즉 타인과 자기와의 구별에 있다고 보는 시각이 지배적이다. 그러므로 유니폼은 소속, 직종, 계급 등을 나타내는 집단의 일원으로서 군인, 경찰, 스텐터디스, 철도 승무원, 집배원 등 집단적 신분을 표시하기 위한 상징적 의미로 요구되어진다.²⁾ 그러므로 유니폼은 아름답고 상징적이며 문화적일 뿐만 아니라 시각언어로서의 이미지를 지녀야 한다.

유니폼이 갖추어야 할 네 가지 요소인 상징성, 기능성, 심미성, 경제성의 의미를 살펴보면 다음과 같다.

첫째 상징성은 기업의 이미지나 직종의 이미지를 나타내는 것으로 유니폼을 입는 기업이나 관공서의 의사가 많이 반영된다. 또한 유니폼 착용자는 그 자체로서 기업이나 관공서의 이미지이다. 이들을 만나는 사람들 즉 고객은 제공되는 서비스를 기대하고 판단한다.

둘째, 기능성은 의복을 입고 행동하는 활동이 편안해야 하며 작업에 안전성이 있어야 한다. 그러므로 유니폼을 입는 사람의 의사가 강하게 반영되는 부분이다.

셋째, 심미성은 아름다움과 패션 경향을 모두 반영하는 부분으로 유니폼을 입히는 사람(기업이나 관공서), 입는 사람, 고객, 제작자가 모두 관여하며 입히는 사람과 디자이너를 비롯한 유니폼 제작자의 감각으로 표현되는 부분이다.

넷째, 경제성은 입히는 사람에 관계된 것으로 조달가격, 내구성, 손질 및 보관 등의 총체적인 경제성을 고려하여야 한다.

이상의 네 가지 요소를 갖춘 유니폼은 형태에서 너무 복잡하지 않아 단순미를 느낄 수 있는 것이 복잡한 디자인 보다 효과적이며, 명쾌한 조화와 균형을 갖추어야 한다. 또한 의복 한 벌의 디자인상의 통일성과 함께 단체 착용시의 통일성에도 유의하여 디자인하여야 한다.

2. 유니폼의 변천 과정

유니폼은 의상 착용의 원인 중에서 자신의 신분

을 표시하거나 집단을 나타내고자 하는 욕구에서 출발하였다고 볼 수 있다. 오늘날과 같은 형태의 유니폼은 군인 제복에서 그 유래를 찾아볼 수 있다. 처음에는 전투에서 적군과의 식별을 목적으로 통일된 의복과 장비를 갖추기 시작하였는데 이것이 유니폼의 기원이 되었다.³⁾

우리나라에서는 조선시대 말까지만 해도 전통적인 관복이나 군복을 착용하였지만 구한말 일제의 압력으로 인한 신식 군대가 제복을 입고 일제시대 일본문화의 영향을 받은 학생들이 교복을 입은 것이 유니폼의 성격을 띤 대표적인 제복이었다.

그 이후 복식의 서구화와 1960년대부터 시작된 경제 발달과 더불어서 기업들이 종업원의 유니폼을 채택하게 되었다. 이때의 유니폼은 대체적으로 근

무복으로서 기능적이고 편리하며 대 내외적으로 평범한 모습의 일체감과 통일감 만을 강조한 유니폼이었다.

1970년대 후반부터 1980년대 초에 이르러 기업들은 디자인 통합차원의 이미지 관리를 위해 C.I.P. (Corporate Identity Program)를 도입하였으며, 그 일환으로 유니폼들은 회사의 이미지를 표현하는데 중요한 비중을 차지하게 되었다.⁵⁾

현대적 의미의 유니폼은 자기 자신과 소속된 곳을 상징하는 의상이다. 조직성과 통일성이 있어야 하며 이를 착용함으로써 소속 단체의 독창적 이념과 개성을 표현할 뿐만 아니라 타 집단과의 구별도 가능하게 된다. 또한 착용자의 의식에도 영향을 미쳐 사원간의 동료의식과 일체감을 불어넣어 주고

<표 1> 유니폼 시장의 변천 과정⁴⁾

		1960년대	1970년대	1980년대	1990년대	2000년대	
기업 전체	리드 산업	섬유, 신발	건설, 중화학, 조선	자동차, 전자, 기계, 철강	반도체, 금융, 서비스	컴퓨터, 통신	
	기업 행동	기반 조성 수입대체	수출지향, 규모경제	국제화, 기술중시, 생산성향상	Global화, 환경중시, 고부가가치	시스템중시, 감성중시	
유니폼 시장	발전 단계	형성기	발전기	전환기	성장기	성숙기	
	주력 품	군복, 작업복					
		관공서					
		금융, 대기업					
		서비스					
	이벤트						
	장	리드 업체	원단메이커	원단메이커	봉제업체	봉제업체 디자인업체	디자인업체 전문기획회사
봉제 업체		가내 공업	개화기	발전기	성숙기	전환기	
주력 소재		면, 나일론	폴리에스터, 면	비스코스	모 혼방	복합소재	
유니폼 착용목적	경제성, 실용성	기능성, 안전성	일체감 조성, 생산성 증대	기업 이미지 제고, C.I.전략	심미추구		
시대별 특징	일체감, 통일감의 강조	기능성, 편리성의 추구	기업별 C.I. 제작과 병행해 C.I.가 반영된 유니폼 착용 시작	소재의 고급화	패션성, 심미성, 기능성의 추구		

단체에의 귀속감과 긍지를 갖게 하며 그에 따른 역할과 임무를 다시 한번 생각하게 한다.

또한 유니폼은 전반적인 국내의 정세 및 사회 문화, 환경에 의해 많은 변화를 거듭하고 있다. 1990년대 초반에는 우리나라 기업들이 매우 호황을 누리던 시기였으므로 코오롱 상사와 같은 기업은 유니폼 소재에 순모를 사용하기도 하였다.⁶⁾

이것이 매스컴과 유니폼 착용자들에게 화제거리가 되면서 특히 소재에서 점차 고급화되어 가는 현상을 보이던 유니폼이 IMF 위기를 거치면서 주춤하는 현상을 보였다.

또한 현대의 유니폼은 유행 경향을 상당부분 반영하고 있다. 그래서 의복의 착용주기도 유행 경향에 따라 짧아지는 경우도 종종 나타난다.

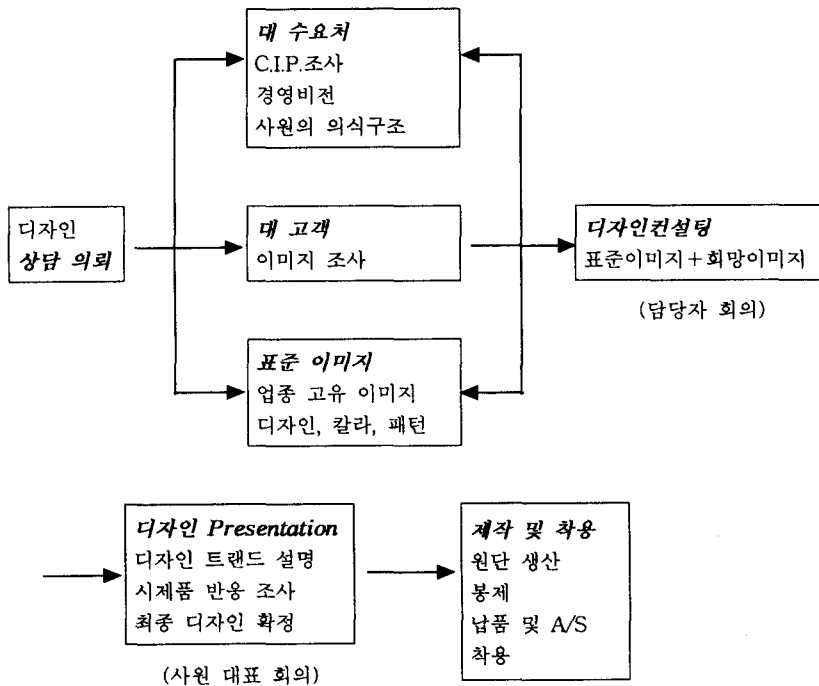
유니폼의 색상도 점점 밝아지고 있다. C.I가 반영된 전체의 이미지에 맞는 디자인이면서 동시에 개성을 존중한 디자인으로 바뀌는 것이다. 업종에 따라 어울리는 테마와 그에 따른 소재와 디자인은 서로 다르지만 거의 대부분의 영역에서 유니폼의 '고급화'와 '패션화'의 경향이 두드러진다.

3. 유니폼 디자인 프로세스

유니폼 디자인은 유니폼을 착용하는 기업이나 관공서에서 디자인 상담의뢰가 오는 것으로부터 시작된다. 상담을 받은 디자인 업체나 디자이너는 수요처, 고객, 표준 이미지 등을 알기 위하여 조사하는 작업에 제일 먼저 착수한다. 수요처에 대한 조사 내용으로는 C.I.P.와 경영비전, 사원의 의식구조 등이 있다. 고객에 대한 조사는 유니폼을 의뢰한 회사의 이미지 중심으로 조사를 한다. 표준 이미지는 관련 업종의 고유 이미지, 디자인, 색상, 소재 그리고 패턴에 대한 연구를 하는 과정이다. 조사 작업이 끝나면 디자인 컨설팅 작업에 들어간다. 표준 이미지와 희망 이미지를 합해서 국내의 경향을 반영한 후 원단을 선정하고 디자인을 제안한다. 이 과정이 서로 합의가 되면 디자인 프레젠테이션이 실시된다.

디자인경향을 설명하고 시제품 반응을 조사하고 최종 디자인을 확정하는 과정이다. 이후 하나의 디자인이 결정되면 유니폼 착용자를 대상으로 한 실물을 제작하게 된다. 원단을 시직하여 생산하고 봉제하여 납품하는

<표 2> 유니폼 디자인 컨설팅 프로세스⁷⁾



과정을 거치면 새로운 유니폼을 착용하게 된다.

Ⅲ. 집배원 유니폼 디자인 연구

1. 사전 조사 및 분석

1) 디자인 실태조사 및 분석

2000년도에 새로운 유니폼을 제작 착용하기 이전의 유니폼은 1998년에서 1999년까지 2년간 착용되었다. 이는 1992년에서 1997년까지 5년 간 착용하였던 이전의 유니폼이나 1980년대 근 10여년 간 착용하였던 유니폼들에 비하여 착용 기간이 매우 짧은 것으로 유행경향의 반영과 같은 일반적인 문제가 아니라 스타일, 색상, 소재와 같은 디자인상의 문제로 인하여 나타난 현상이었다.

1998-99년까지의 성하복, 하복, 동복 유니폼은 당시 유행색이었던 멜란지 회색을 주 색상으로 선택하면서 흰색의 플레이트가 들어간 소재를 사용하였다. 원단 공급업체 담당자와의 인터뷰 결과 원단 제작시 검정색 실과 흰색 실의 교직으로 멜란지 효과를 내었다고 한다. 이 과정에서 원사를 선택함에 있어서 검정색 실은 레이온을 흰색 실은 폴리에스터를 선택하여 직물을 생산하였다. 후에 이와 같이 서로 다른 성질을 가진 원사의 선택은 서로 다른 섬유질의 성질로 인하여 문제를 일으키는 원인이 되었다. 집배업무의 특성상 성하복은 매일 세탁을 하는 경우가 대부분이고 하복과 동복도 주 1회 이상은 세탁을 하고 있다.⁸⁾ 여러 번의 세탁으로 인하여 물에 약한 레이온이 본래의 색과 형태를 잃어서 의복의 세탁 견뢰도와 형태 안정성이 많이 떨어지는 결과를 가져왔다.⁹⁾ 결국 새 유니폼에의 요구가 높아지고 경제적으로도 많은 손실을 가져왔으며, 옷이 매우 후줄근하여 품위가 손상된 형태로 나타난 것이다. 스타일 면에서도 셔츠 형태의 동복은 집배 업무를 반복하다보면 바지에서 셔츠가 빠져나와 착용형태를 흐트러트렸다.

또한 하복의 경우 통풍성과 흡수성이 동복의 경우에는 보온성이 결여되었고 우의는 통풍, 신축성이 떨어지고 무겁기까지 하였다.¹⁰⁾

유니폼의 중요한 요건인 기능성과 경제성은 물론

심미성에까지도 매우 위배된 결과였다. 그뿐만 아니라 집배원의 대국민 서비스 면에서도 품위가 손상되어 정보 관련 업으로서의 상징성에도 문제가 있었다.

이러한 문제들은 새로운 유니폼에의 요구를 높게 하였다.

2) 디자인 선호 설문조사

어떤 유니폼 디자인 작업이든 가장 중요한 것은 착용자의 착용의도를 정확히 알고 의복에 반영해주는 것이라고 생각한다. 객관적인 의도를 읽는 방법은 설문조사를 하는 방법과 간담회나 개인 면담의 방법이 있다. 그러므로 본 연구에서는 10여 차례의 개인면담, 2회의 공식 간담회, 정보통신부의 자체 설문조사를 병행 반영하였다.

집배원 유니폼 디자인을 위한 설문지를 통한 사전 조사는 전국에 분포한 1,116명의 집배원을 대상으로 정보통신부에서 내부자료로 조사¹¹⁾되었는데 그 내용은 아래와 같으며 본 연구자는 그 자료를 반영하여 디자인 작업에 착수하였다.

먼저 기존 집배원복에 대한 만족도에 관한 조사이다. 기존 의복에 '만족한다'는 응답은 하복 7.6%, 동복 13.5%로 만족도가 매우 낮았다. '그저 그렇다'고 대답한 경우는 하복 49.7%, 동복 53.7%, '불만족 한다'고 응답한 경우는 하복 42.7%, 동복 32.7%였다.<표 4>

불만족하는 내용으로는 '색상이 어둡고 쉽게 변색되며, 세탁시 구김이 심하고 세탁이 잘 안되며 염색 견뢰도도 매우 낮고 신축성이 없다. 디자인과 색상이 작업복 같다'는 의견이 많았다. 그러므로 개선의지가 매우 높았다고 할 수 있다.

개선의 필요성에 관한 의견은 다음과 같았다.

'개선의 필요성이 있다'고 응답한 경우는 하복 60.7%, 동복 55.8%, '그저 그렇다'고 응답한 경우는 하복 29.9%, 동복 32.1%였다. '개선할 필요가 없다'고 응답한 경우는 하복 9.4%, 동복 12.1%로 나타났다.<표 10>

개선의 필요성을 디자인의 요소별로 살펴보면 '색상'(하복 45.0%, 동복 45.4%), '소재'(하복 28.1%, 동복 28.5%), '스타일'(하복 12.1%, 동복 14.7%) 순으로 개선 요구가 높았다.<표 11>

또한 집배원과 디자이너, 유니폼 제작 관련 업체

그리고 정보통신부 담당자와의 간담회에서 집배원들이 요구한 가장 중요한 점은 '출퇴근 할 때도 입을 수 있는 고급스럽고 품위 있는 의상'이었다. 유니폼의 상징성을 살린다는 점에서는 출퇴근 시에 입는 의복이란 점이 약간의 문제점을 안고 있지만 의복의

품위 면에서는 충분히 고려될 수 있는 의견이었다. 본 연구자는 충분한 사전 조사가 훌륭한 디자인을 탄생시킨다는 신념으로 조사 결과 분석과 간담회 내용을 2000년 집배원 유니폼 디자인에 충분히 반영하였다.

<표 3> 설문 응답자의 연령별 분포

구분	20대	30대	40대	50대	계
응답자(명)	200	423	315	174	1,112명
비율(%)	18.1	38.1	28.3	15.6	100%

<표 4> 1998-1999년 유니폼 착용 만족도

단위 : 명, () : %

구분	만족	그저 그렇다	불만족	계
하북	83(7.6%)	543(49.7%)	466(42.7%)	1,092(100%)
동북	150(13.5%)	596(53.7%)	363(32.7%)	1,092(100%)

<표 5> 1998-1999년 유니폼 불만 사항

구분	스타일	색상	재질	봉제품질	치수	계
하북	16.2%	43.7%	26.0%	7.7%	6.5%	100%
동북	14.3%	43.3%	29.3%	6.3%	6.8%	100%

<표 6> 1998-1999년 유니폼 스타일 만족도

구분	만족	그저 그렇다	불만족	계
하북	113(10.3%)	644(58.5%)	343(31.2%)	1,100(100%)
동북	149(13.4%)	705(63.5%)	256(23.1%)	1,100(100%)

<표 7> 1998-1999년 유니폼 색상 만족도

구분	만족	그저 그렇다	불만족	계
하북	94(8.5%)	513(46.5%)	496(45.0%)	1,103(100%)
동북	120(10.9%)	571(51.8%)	411(37.3%)	1,102(100%)

<표 8> 1998-1999년 유니폼 소재 만족도

구분	만족	그저 그렇다	불만족	계
하북	146(13.4%)	569(52.1%)	378(34.6%)	1,093(100%)
동북	126(11.5%)	603(55.3%)	362(33.2%)	1,091(100%)

<표 9> 1998-1999년 유니폼의 불만 요소

구분	통풍이 잘 안된다	땀 흡수가 잘 안된다	신축성이 적다	세탁시 구김이 많이 생긴다	잘 뜯어진다	때가 잘 탄다	계
하북 응답자 (비율%)	265(20.6%)	374(29.0%)	197(15.3%)	167(12.9%)	133(10.3%)	154(11.9%)	1,290 (100%)
동북 응답자 (비율%)	131(10.6%)	293(23.8%)	251(20.4%)	202(16.4%)	179(14.5%)	177(14.3%)	1,233 (100%)

<표 10> 1998-1999년 유니폼 개선의 필요성

구분	있다	그저 그렇다	없다	계
하북	675(60.7%)	332(29.9%)	105(9.4%)	1,112(100%)
동북	621(55.8%)	357(32.1%)	134(12.1%)	1,112(100%)

<표 11> 1998-1999년 유니폼의 개선할 점

구분	스타일	색상	원단(재질)	전면개선	계
하북	142(12.1%)	530(45.0%)	331(28.1%)	174(14.8%)	1,177(100%)
동북	172(14.7%)	533(45.4%)	335(28.5%)	134(11.4%)	1,174(100%)

3) 체신 C.I.P. 조사

집배원들의 유니폼을 제작하기 위해서 디자이너가 해야 할 일 중의 하나는 C.I.P.를 조사해서 반영하는 일이다. C.I.P.제작과 유니폼 디자인이 같이 이루어진다면 가장 효과적인 디자인이 창출될 수 있기 때문이다. 그러나 대부분의 관공서에서 C.I.P.는 사용기간이 매우 길어서 10년이 넘는 경우가 대부분이나 유니폼은 자주 바뀌는 관계로 같이 작업이 이루어지기는 매우 곤란한 상황이다.

2000년도 착용 유니폼 디자인 작업을 하면서 참고할 수 있는 C.I.P.는 1980년대에 제작된 체신부 시절의 'Visual Identification Standards'이었다.

체신 V.I.P.는 1982년 8월 기본 계획을 수립하고 1983년 3월 전문가로 구성된 연구팀을 선정, 그 연구팀에 용역을 준 결과 같은 해 12월에 '제비'를 소재로 한 심볼 마크가 완성되었다. 그후 1984년부터 각 우체국 간판, 표지판, 우체통, 각종 증서, 우정용품, 복장 등에 사용되어 체신의 새로운 이미지를 부각하게 되었다.¹²⁾

우체국에서는 현재에도 당시에 제작된 로고, 심볼 마크인 세 마리의 제비, 그리고 심볼 칼라인 금적색을 그대로 사용하고 있다.

먼저 체신 심볼 마크는 체신정신의 표상으로, 한국적 정서가 풍만하며 인간에게 이롭고 속도도 빠른 '제비(Swallow)'로서 옛부터 우리의 생활감정에 친숙해져 있는 새이다. 세 마리의 제비가 복합되어 신속, 정확, 친절의 의미로 미래를 향해 끝없이 전진한다는 뜻¹³⁾을 담고 있다.

심볼 칼라는 심볼 마크의 이미지와 결합되어 상승능적 이미지제고 효과를 고려하여 금적색(金赤

色)을 기본색(Main Color)으로 하여 이를 지정 MOC 적색이라 칭하도록 하였는데 DIC의 색상 고유번호 565번¹⁴⁾으로 하였다.

유니폼에 사용되는 C.I.는 착용자와 보는 사람으로 하여금 이미지 통일이 되는 부분이므로 2000년도 착용 유니폼의 디자인에서도 상징성을 강조하기 위하여 C.I.를 반영하였다. 모든 유니폼의 좌측 가슴 부분에는 '우체국'이라는 로고를 흰색자수로 넣었으며, 원단에 심볼 칼라인 금적색을 사용하여 플레이드 무늬를 직조하였다.

4) 분석 결과의 종합

기존 유니폼의 디자인 실태를 조사하여 본 결과 대우 다각적인 문제가 나타났다.

유니폼 착용자들의 설문에서 가장 큰 문제로 지적된 것은 색상이었다. 다음으로 소재의 잘못된 선택으로 나타나는 재질, 그리고 스타일, 봉제 품질과 치수 등 의복 자체의 결함이 지적되었다. 또한 셔츠 형태에서 오는 불편함은 복장을 자주 단정하게 추슬러야 하는 바쁜 집배 업무를 방해하여 기능이 떨어지는 유니폼이었다. 그리고 패션경향이 반영되지도 않았으며 형태안정성이 떨어져서 나타나는 심미성의 결여와 같은 유니폼의 특성을 깨는 문제까지 매우 종합적인 문제가 나타났다.

또한 C.I.의 반영으로 우체국의 심볼 마크인 제비가 왼쪽 가슴부분에 새겨져 있기는 하지만 전사 프린트를 이용한 것이 세탁할 때 떨어져나가 오히려 품위를 손상시키고 있었다.

그러므로 2000년도 착용 유니폼을 디자인하면서 이 모든 문제점들을 개선하였다.

2. 디자인 개발 원칙 및 방향 설정

2000년도에 착용할 새로운 집배원 유니폼 디자인을 위해서 기존에 착용하였던 유니폼을 분석하였다. 그리고 개인면담, 간담회, 설문조사 및 C.I.P.를 분석한 내용을 바탕으로 디자인 방향을 설정하였다.

디자인 방향에서 가장 중요하게 생각한 점은 정해진 예산안에서 최대한 유니폼의 품격을 높이는 작업이었다. 기존 집배원 유니폼은 집배원들의 업무가 매우 힘든 작업이므로 일을 수행하다 보면 땀이나 먼지로 얼룩지고 자주 세탁하면서 생기는 구김 등으로 인하여 조금은 초라해 보이기도 하였다. 그러므로 이번 작업을 통하여 고급스러운 이미지를 줌으로서 정보통신부와 집배원의 의복에서 나타나는 품격을 높이고자 하였다.

의복의 형태는 점퍼 스타일을 기본으로 하여 기존의 셔츠 스타일보다 형태 안정성과 착용감이 뛰어난 스타일로 기능성에 충실하여 활동이 편리한 것을 선택하였다. 색상도 매우 정돈 된 칼라를 선택하였는데 그 기본은 감청색(Pantone color No.2767U)과 중간회색(Pantone color No.422U)으로 선택하였다. 동시에 집배원을 상징할 수 있어야 하고 시대에 앞서가는 젊은 이미지도 반영하고자 하였다.

현대는 패션의 변화가 많은 시대로 아무리 유니폼이라 하여도 시대 감각에 뒤지면 착용자나 보는 사람이 모두 즐길 수 없는 것들이 되고 만다. 그러므로 패션 경향이 적절하게 반영되어야 한다. 집배원 유니폼 디자인에 있어서도 유행경향에 뒤지지 않는 스타일과 색상을 선택하였다.

소재의 사용에 있어서는 예산이라는 경제성의 문제로 인하여 폴리에스터와 레이온의 합성섬유를 선택하였으므로 기존 섬유의 고유 특성에 여러 가지 가공을 하여 기능성을 높일 수 있도록 하였다. 집배원의 주된 업무는 실외에서 이루어지므로 겨울철에는 추위를 막아야 하고 가벼운 눈 정도는 피할 수 있는 발수 기능이 부여되어야 한다. 하복은 더위와 싸워야 하는 업무 특성상 시원한 의복에 자외선이 차단되는 소재가 필요하다. 그러므로 이런 모든 기능들은 복지 가공의 방법으로 해결하고자 하였다.

다음은 정통부 이미지에 맞는 유니폼 제작을 위

하여 독창성과 개성을 표현하고 타 집단과 구별이 용이하도록 하였다.

3. 디자인 제안

본 연구자는 2000년에 착용할 집배원 유니폼을 디자인하면서 유니폼 디자인의 네 가지 요소인 기능성, 심미성, 상징성, 경제성을 고루 반영하면서 특히 심미성과 기능성 부분에 초점을 맞추었다. 공무원인 집배원의 유니폼은 한 국가의 문화를 대변할 정도로 중요할 뿐 아니라 전 국민을 매일매일 접하는 직종인 만큼 심미적인 특성이 적극 가미된 집배원 유니폼으로 좋은 이미지를 상대방이 받도록 하여 보다 더 원활히 업무를 수행할 수 있어야 하기 때문이다.¹⁵⁾ 또한 집배원들의 유니폼 개선을 위한 설문조사와 간담회를 통한 결정으로 그들은 출퇴근할 때도 입을 수 있는 심미성이 돋보이는 의복에의 요구도가 높았기 때문이다.

상징성을 위해서는 집배원이 정보통신부 소속이므로 정보통신부의 C.I.를 반영하는 것이 가장 좋은 방법인데, 정보통신부에는 C.I.가 없는 상황이어서 기존 체신부에서 제작하였던 C.I.를 반영할 수밖에 없었다.

집배원 복은 방한용 점퍼(동 점퍼), 방한용 바지, 점퍼와 바지로 구성된 동복, 하복, 성하복, 그리고 비옷(雨衣)으로 구성된다.

유니폼의 색상은 시각적으로 가장 먼저 지각되는 요소¹⁶⁾이며, 특히 의복의 스타일, 소재와 더불어 전체적인 분위기를 자아내는 감각적인 요소로서 색감의 배색론에 그치는 것이 아니라 생활에서 인간의 선호와 성격에 맞도록 색상의 욕구가 효과적으로 활용되어야 하며 단순히 개인적인 기호에 의해서 이용하는 것보다 색 자체가 지니는 심리적, 생리적, 물리적 성질을 최대한 이용하는 것이 바람직하다. 그러므로 집배원 유니폼의 색상을 결정하는 일은 매우 중요하다. 집배원을 상징하는 상징성이 잘 나타나야 하고, 착용자와 잘 어울려야 하며 외부에서 주로 오토바이나 도보를 이용해 작업에 참여하므로 기능적인 면에도 도움이 되는 색상이어야 한다.¹⁷⁾ 집배원 유니폼 상의는 감색(Pantone no.2767U)을 기본으로 하여 C.I. 심볼 칼라인 금적색(DIC no.565)¹⁸⁾, 젊음을 상징하는 초록

색(Pantone no. 356U) 그리고 밝은 미래를 상징하는 흰색이 들어간 플레이드를 선택하였다.

하의는 감색과 코디네이트하여 콤비스타일로 착용하기 쉽고, 오토바이를 이용하며 오염이 되기 쉬운 부분을 커버하기 위하여 중간 회색을 선택하였다.

비옷은 명시도가 높은 노란색(Pantone no. 102U)의 상의에, 집배원 유니폼 상의의 표준 색상으로 선택한 감색을 바지와 상의 포켓 등 포인트 부분에 코디네이트하여 안전성과 통일감을 유도하였다.

유니폼의 소재는 의복의 제작 단가와 매우 밀접한 연관이 있는 부분으로 디자이너의 의도보다는 의뢰하는 측에서 책정하고 있는 유니폼의 예산과 밀접한 관련이 있는 부분이다.

2000년도 착용 집배원 유니폼에 사용된 소재는 폴리에스터와 레이온이 65% : 35%의 비율로 섞인 합성섬유이다. 조직은 하복은 평직, 동복은 능직으로 하복과 동복의 각 기능에 맞는 가공을 하였다.

집배원 유니폼 상의는 춘하추동 같은 스타일의 점퍼로 성하복이 반소매 인 것만이 다른 형태이고 계절별로 소재의 조직과 직조법을 변형 시켰으며 안감에서 기능성과 착용감에 차별화를 두었다.

성하복 상의<그림 1>, 하복 상의<그림 2>, 동복 상의<그림 3>는 모두 앞여밈에 단작을 대고 허리에 착용감을 높여주는 주름을 넣은 일반형 점퍼이다. 기존의 셔츠 형태에서 벗어나 점퍼 형태를 취함으로써 기능성을 보강하였다. 이는 간담회 내용을 반영한 것으로 높은 곳에 위치한 편지함에 우편물을 넣을 때 상의가 빠져 나와 의복의 형태가 흐트러짐을 방지하기 위한 선택이었다. 모든 점퍼의 하단에 주머니를 달고¹⁹⁾ 주머니 입구에 스냅을 달아 용품이 빠지는 것을 방지하였다. 옆선에는 볼펜 끝이를 달아 업무의 효율을 높였다.

그리고 사계절 동일한 형태는 매 계절 다른 형태의 의복을 착용하던 기존의 집배원 유니폼에서 벗어나 집배원의 인지도를 높일 수 있는 것으로 유니폼의 기능 중 상징성 부분에 초점을 맞춘 것이다. 집배원임을 상징하기 위하여 좌측 가슴에 "우체국"이라는 로고를 흰색 자수로 새겨 넣었다. 소매통의 넓이도 손목 굽기에 따라 조절할 수 있도록 스냅을 두 개 달았다. 칼라 끝은 굴러서 부드럽게 처리하였다.

DESIGN.1. <그림 1>

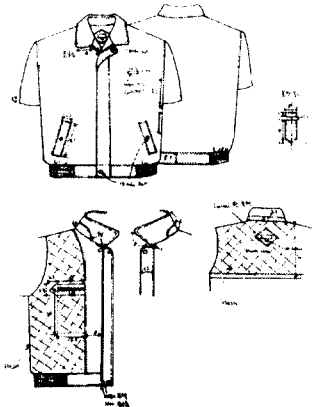
용도 : 성하복 상의

아이템 : 점퍼

스타일특징 : 앞여밈에 단작을 대고 허리에 착용감을 높여주는 주름을 넣은 일반형 반소매 점퍼이다. 점퍼의 내부에는 망사(mesh) 안감을 등부분의 절반까지만 대어서 통기성을 높였다.

색상 : 감색 바탕에 금적색(C.I.color, DIC No.565), 짙은 상징인 초록색(Pantone color no.356U), 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이드

소재 : 폴리에스터 65%, 레이온 35%의 평직, UV 가공. 성하복에는 자외선 차단 가공을 하여 피부 보호 효과 및 시원한(cooling) 효과를 부여하였는데 땀 흡수가 뛰어나고 시원하게 제직 되었다. 실은 강연사를 사용하여 드레이프 성과 착용감이 좋도록 하였다.



<그림 1> 성하복 상의

DESIGN.2. <그림 2>

용도 : 하복 상의

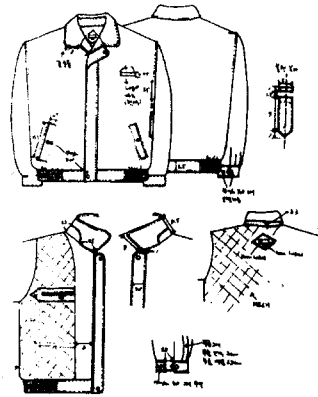
아이템 : 점퍼

스타일 특징 : 앞여밈에 단작을 대고 허리에 착용감을 높여주는 주름을 넣은 일반형 반소매 점퍼. 점퍼의 내부에는 망사(mesh) 안감을 전체에 대어서 통기성을 높였다.

색상 : 감색 바탕에 금적색(C.I.color, DIC No.565), 짙은 상징인 초록색(Pantone color no.356U), 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이드

소재 : 폴리에스터 65%, 레이온 35%의 평직, UV 가공. 하복에는 자외선 차단 가공을 하여 피부 보호

효과 및 시원한(cooling) 효과를 부여하였는데 땀 흡수가 뛰어나고 시원하게 제작 되었다. 실은 강연사를 사용하여 드레이프 성과 착용감이 좋도록 하였다.



<그림 2> 하복 상의

DESIGN.3. <그림 3>

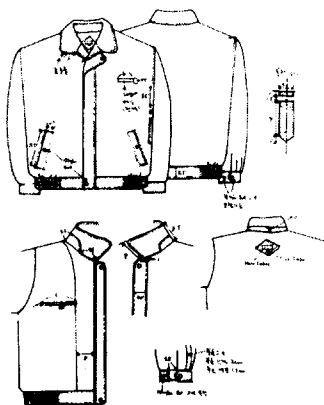
용도 : 동복 상의

아이템 : 점퍼

스타일 특징 : 앞여밈에 단작을 대고 허리에 착용감을 높여주는 주름을 넣은 일반형 긴소매 점퍼. 안감으로는 폴리에스터 100%의 대전 안감을 대어 정전기 방지 효과를 높였다.

색상 : 감색 바탕에 금적색(C.I.color, DIC No.565), 젊음의 상징인 초록색(Pantone color no.356U), 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이드

소재 : 폴리에스터 65%, 레이온 35%의 능직, 방오 가공.



<그림 3> 동복 상의

DESIGN.4. <그림 4>

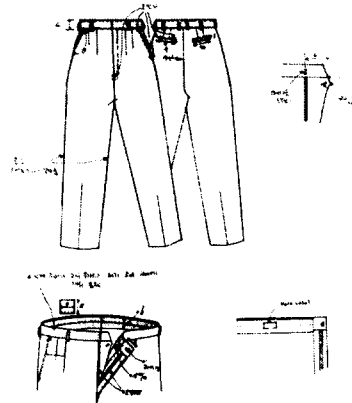
용도 : 성하복, 하복, 동복 하의

아이템 : 바지

스타일 특징 : 허리에 두 개의 여유 주름을 넣어 편안하도록 디자인하였다.

색상 : 중간회색의 무지 (Pantone color no. 422U)

소재 : 폴리에스터 65%, 레이온 35%, 하복은 평직에 UV가공, 동복은 능직에 방오 가공



<그림 4> 성하복, 하복, 동복 하의

DESIGN.5. <그림 5>

용도 : 방한용 상의

아이템 : 하프코트 길이의 점퍼

스타일 특징 : 방한용 점퍼는 집배원의 주 근무지가 야외인 점을 고려하여 보온성을 최대한 높일 수 있는 스타일을 선정하였다. 엉덩이를 덮을 수 있는 하프코트 형태로 허리에 스트링을 넣어 필요한 경우 조여 입을 수 있고 박스 스타일을 선호하는 사람은 그대로 박스 형태를 유지할 수 있도록 하였다. 내부는 저 데니아의 보온성이 높은 솜을 넣어 4인치 간격으로 누볐으며, 별도의 저 데니아 솜의 퀴팅 내피로 탈착이 가능하도록 처리하여 기온에 따른 보온 효과를 조절할 수 있도록 하였다.

칼라 부분에 걸감과 같은 색상의 끈을 대서 멋스러움과 보온성을 높인 스타일로 지퍼를 내려서 펼치거나 지퍼를 끝까지 올려서 여밀 수 있는 형태이다.

위쪽의 주머니는 이중 뚜껍 처리로 물건이 빠지지 않도록 하였으며 아래의 주머니에는 뚜껍을 달

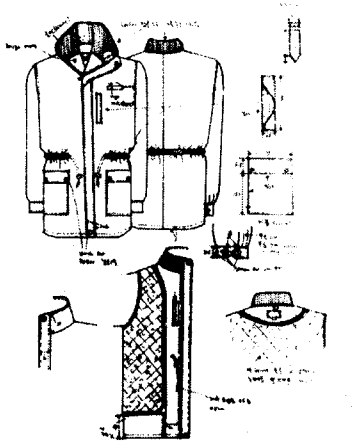
아 두 개의 스냅으로 달아줌으로서 집배용품의 안전한 보관을 도왔다. 옆선에 불펜 꽃이를 달아서 기능성을 높였다.

집배원임을 상징하기 위하여 좌측 가슴에 "우체국"이라는 로고를 흰색 자수로 새겨 넣었다.

색상 : 감색의 무지(Pantone color no.2767U)

소재 : 폴리에스터 65%, 레이온 35%, 발수 가공.

방한용 점퍼는 깨끗하고 고급스러우며 보온효과가 뛰어난 능직으로 제작하였다. 발수 가공으로 우편물을 배달할 때 가벼운 눈 정도는 우산 없이 배달이 가능하도록 하였다.



<그림 5> 방한복 상의

DESIGN.6. <그림 6>

용도 : 방한용 하의

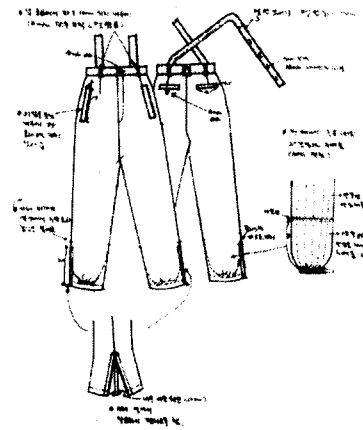
아이템 : 솜누비 멜빵 바지

스타일 특징 : 방한용 바지는 저 데니아의 솜을 넣어 2인치 간격으로 누벼준 형태로 동복 바지 위에 그대로 착용하므로 밑 위 길이에 충분히 여유를 주고, 밑단 쪽의 옆선에 지퍼를 이용해 착용이 편리하도록 하였다. 안감은 끝을 고무줄 처리하여 조여 주었다.

집배복 바지 위에 착용하는 경우가 대부분이므로 흘러내림을 방지하기 위하여 어깨에 멜빵을 달고 길이 조절이 가능하도록 7cm간격으로 4개의 조절용 단추 구멍을 뚫었다.

색상 : 중간 회색(Pantone color no.422U)

소재 : 상의와 같은 소재로 색상만 중간회색이다.



<그림 6> 방한복 하의

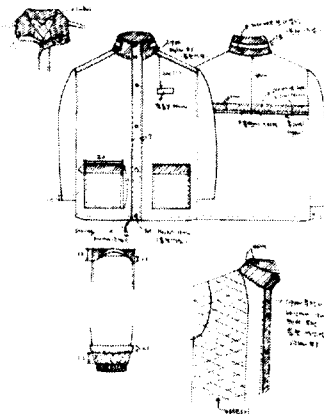
DESIGN.7. <그림 7>

용도 : 비옷 상의

아이템 : 하프코트

스타일 특징 : 비옷은 이전 착용 유니폼과 비교하여 기능성 면에서 가장 혁신적인 변화를 가져온 것으로 명시도가 높은 노란색 상의에 바지의 감색을 배색한 하프코트길이의 레인 코트이다. 칼라 내부에 모자(후드)를 넣고 필요시에 꺼내 쓸 수 있도록 하였다. 등 부분과 소매 단 부분에 통기성을 높이기 위하여 열리는 부분(후레쉬 처리)을 배치하고 망사처리 하였다.

안감은 망사 처리하여 통기성을 높였다. 등에는 야간이나 어두운 곳에서의 작업에 안전을 위하여 야광 테이프를 대었다.



<그림 7> 비옷 상의

색상 : 노란색의 무지(Pantone color no.102U)에 감색의 무지(Pantone color no.2767U)가 코디네이트 됨
 소재 : 비옷은 기존의 두껍고 무거우며 서로 엉겨 붙는 면에 고무 코팅한 소재에서 과감히 탈피하여 폴리에스터 100%의 얇고 가벼운 투습방수 소재를 선택하였다.

DESIGN.8. <그림 8>

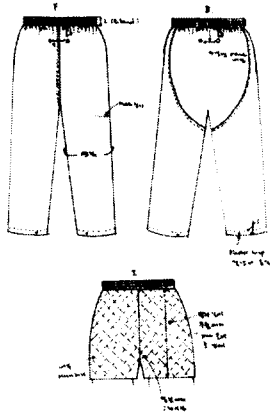
용도 : 비옷 하의

아이템 : 바지

스타일 특징 : 허리에 고무줄을 넣어 입고 벗기 편리하도록 하였고 뒤쪽 엉덩이 부분의 재단법을 변형시켜 기능성을 높인 형태로 부리에 고무줄을 넣어 조여진다. 안감으로 망사를 대주고 바지 앞과 뒤에 내경 6mm의 아일렛을 두 개씩 넣어 통기성을 높였다.

색상 : 감색의 무지(Pantone color no.2767U)

소재 : 상의와 같은 투습방수 소재로 색상만 감색이다.



<그림 8> 비옷 하의

4. 디자인안 심의

집배원 유니폼 디자인을 결정하기 위해서는 매우 까다로운 과정을 거친다. 먼저 디자이너가 설문조사의 결과를 반영한 10개의 디자인을 한다. 그리고는 제작의도와 그 내용을 정리하여 스타일화와 함께 제출한다. 그러면 이것을 전국 순회를 통하여 집배원들이 직접 투표하는 형식의 심사과정을 거치고 상위에

오른 5개의 디자인을 실제 의복으로 제작한다.

샘플 제작된 다섯 스타일의 방한용 점퍼와 방한용 바지, 동복, 하복, 성하복, 비옷은 다시 한번 전국 순회를 통하여 집배원들이 투표를 하는데, 이 때 많은 집배원들에게 기회를 주기 위하여 스타일화 심사를 하지 않은 우체국으로 순회하는 경우가 많다. 투표를 통하여 역시 가장 인기 있는 디자인이 선택된다.

이 과정은 디자이너의 의도와 상관없이 의복의 디테일이나 색상 등이 변할 수 있는 요소를 포함하지만 착용자 스스로 자신의 의복을 선택하도록 하는 매우 합리적인 제도라고 생각된다.

2000년 집배원 유니폼에서는 산뜻하고 심플한 디자인의 선호도가 높게 나타났으며 <그림 9>는 그 결과를 반영한 최종안이다.



<그림 9> 2000년도 착용 집배원 유니폼

1998-1999년에 착용한 집배원복은 멜란지 회색 계열의 색상이 주조를 이루었는데 흑백의 실이 폴리에스터와 레이온으로 교합되어서 세탁으로 인한 견뢰도 문제를 유발하면서 입을수록 형태나 색상이 흐트러져 산뜻함이 부족하였다. 2000년도 착용 유니폼은 소재에 많은 후가공을 첨가하여 기능성을 높이고, 색상도 감색과 중간회색의 콤비 스타일을 기본으로 금적색과 초록색, 흰색의 배합으로 산뜻하고 명료하게 보이도록 하였다.<표 12>

<표 12> 1998-1999년도 착용 유니폼과 2000년도 착용 유니폼의 비교

구분	1998-1999년도 착용 유니폼		2000년도 착용 유니폼	
성하복	스타일	상의-반소매 일자형 점퍼 형태 하의-일자형 바지	상의-반소매 점퍼형태에 등과 밑단에 주름을 넣어 여유를 주고 통기성을 강화시킨 스타일 하의-허리에 두 개의 주름을 넣어 여유를 준 스타일	
	색상	상의-멜란지 중간회색 계열에 흰색 체크 하의-상의와 동일	상의-감색 바탕에 금적색(C.I.color), 짙은 상징인 초록색, 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이트 하의-중간회색의 무지	
	소재	폴리에스터 65%, 레이온 35%	폴리에스터 65%, 레이온 35%, 평직 UV가공	
	특징		콤비 스타일의 배색에 C.I.색상을 반영하고, 의복에 여유를 주어 편안하게 하였으며 소재에 자외선 차단 가공으로 기능성을 강화함	
하복	스타일	상의-긴소매 점퍼 스타일로 밑단은 일자형 하의-일자형 바지	상의-긴소매 점퍼 스타일로 밑단과 등 부분에 여유 주름을 넣은 스타일 하의-허리에 두 개의 주름을 넣어 여유를 준 스타일	
	색상	상의-멜란지 중간회색 계열에 흰색 체크 하의-상의와 동일	상의-감색 바탕에 금적색(C.I.color), 짙은 상징인 초록색, 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이트 하의-중간회색의 무지	
	소재	폴리에스터 65%, 레이온 35%	폴리에스터 65%, 레이온 35% 평직, UV가공	
	특징		콤비 스타일의 배색에 C.I.색상을 반영하고, 의복에 여유를 주어 편안하게 하였으며 소재에 자외선 차단 가공으로 기능성을 강화함	
동복	스타일	상의-오픈 셔츠 스타일 하의-일자형 바지	상의-긴소매 점퍼 스타일로 밑단과 등 부분에 여유 주름을 넣은 스타일 하의-허리에 두 개의 주름을 넣어 여유를 준 스타일	
	색상	상의-진한회색에 바둑판 체크 하의-멜란지 진한 회색	상의-감색 바탕에 금적색(C.I.color), 짙은 상징인 초록색, 깨끗한 이미지의 흰색이 매치된 플레이트 하의-중간회색의 무지	
	소재	폴리에스터 65%, 레이온 35%	폴리에스터 65%, 레이온 35% 능직, 방오 가공	
	특징		능직으로 직조하고 방오가공을 하여 소재의 기능성을 높인 세련된 스타일	
방한복	스타일	상의-기본 점퍼 스타일 하의-바지부리를 시보리로 조인 스타일	상의-하프 코트 길이의 점퍼로 (사파리형) 칼라 부분에 끈을 대서 캐주얼하고 멋스러우며 촉감도 부드럽게 처리한 스타일 하의-바지 부리를 지퍼로 처리하여 폭을 자유롭게 조절 가능한 스타일	
	색상	상의-멜란지 진한 회색 하의-감색	상의-감색의 무지 하의-중간 회색	
	소재	폴리에스터 65%, 레이온 35%	폴리에스터 65%, 레이온 35%, 발수 가공	
	특징		내피에 저데니아의 솜을 사용하여 보온성은 높이고 중량은 줄도록 하여 부드럽게 하였으며 표면 소재에 발수 가공을 하여 표면 기능성을 강화함.	

IV. 결론 및 제언

유니폼은 착용자의 신분을 나타내는 신분 복식이며 업무를 행할 때 입는 업무복이다. 그러므로 유니폼을 디자인하는 사람은 착용자의 신분과 업무의

기능을 정확히 파악하여 올바른 디자인을 하여야 유니폼 착용에의 긍지와 업무효율의 극대화를 가져올 수 있다.

그러므로 정보통신부 집행원 유니폼 디자인을 연구하면서 본 연구자는 충분한 사전 의견조사 및 유

니폼의 네 가지 요소에 충실한 디자인을 연구하였다. 집배원들의 강도 높은 업무에 적당한 기능성과 집배원이라는 이미지가 강하게 부여될 수 있는 상징성 그리고 착용자와 집배원을 보는 모든 사람들이 만족할 수 있는 심미성을 고루 갖춘 스타일의 디자인을 제시하였다. 유니폼에서는 경제성도 상당히 중요한 부분이지만 이 부분이 의복의 디자인이나 제작과정에서 지나치게 많은 영향을 주는 점은 점차 개선되어야 할 부분이다. 또한 유니폼의 네 가지 요소에 더하여 집배원의 이미지를 돋보이게 해야 하고 개개인은 입어서 만족감을 느낄 수 있도록 독창적인 디자인을 의도하였다.

이번 연구를 통하여 집배원들이 본인이 하고 있는 업무에 대해서뿐만 아니라 의복을 통해서도 자부심을 갖고 일할 수 있는 유니폼을 착용하는 것이 중요함을 알 수 있었다.

그러므로 “움직이는 우체국”으로서 “정보통신부의 얼굴”로서 집배원의 이미지에 걸 맞는 유니폼 제작 및 착용을 위해서는 색상 소재 스타일 모든 면에서 품위 있는 디자인을 위한 디자이너의 노력이 필요하다. 뿐만 아니라 착용자들 그리고 입히는 사람들의 올바른 인식과 사고의 전환을 통한 의복개선 의지가 작용하여 올바른 의복문화를 만들어 가야함을 알 수 있었다.

참고문헌 및 미주

- 배천범, “현대 기업의 C.I.P.작업 중 유니폼 연구”, 조형논총 No.2, 국민대학교 환경디자인 연구소, 1982.
- 금기숙, 조효숙, 「법복 디자인 연구」, 홍익대학교 산업디자인 연구소, 경원대학교 생활과학 연구소, 1998.
- 「월간 멋」 1992년 1월호 별책부록, “회사 이미지 살리고 능력 매력 돋보이는 유니폼 패션 북”
- 「UNIFORM GUIDE」, 제일모직, 1992.
- 대한민국체신부, 「Visual Identification Standards」, 1983.
- 대한민국 체신부, 「한국우정 100년사」, 1984.
- 「Fashion Forum」, Vol.33, 1996.3.
- 강희경, “유니폼 계획 및 디자인 방법에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위 청구논문, 1988.
- 김 경숙, “우리나라 여집배원 제복 디자인 개발에 관한 연구”, 홍익대학교 석사학위 청구논문, 1990.
- 김금주, “우리나라 유니폼 패턴 디자인에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위 청구논문, 1987.
- Roach and Eicher, Prentice. Hall, 「The Visual Self」, Perspectives on Dress
- 박도양, 「실용색채학」, 서울 : 이우출판사, 1980.
- “유니폼문화 새롭게 정착된다.” 섬유경제신문, 1991년 11월 20일자.
- 배 천범(1982), “현대 기업의 C.I.P.작업 중 유니폼 연구”, <조형논총> No.2, 국민대학교 환경디자인 연구소, p.221.
- Roach and Eicher, Prentice. Hall, 「The Visual Self」, Perspectives on Dress, p.129
- 「월간 멋」 1992년 1월호 별책부록, “회사 이미지 살리고 능력·매력 돋보이는 유니폼 패션 북”, p. 6.
- 「월간 멋」 p7의 표에 필자의 연구내용을 포함시켜 변형한 표이다.
- 김금주, “우리나라 유니폼 패턴 디자인에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위 청구논문, 1987, p.v.
- 섬유경제신문, “유니폼 문화 새롭게 정착된다.”, 1991년 11월 20일자
- 「UNIFORM GUIDE」, 제일모직, 1993
- 집배원과의 간담회에서 조사된 내용임.
- 원단 납품업체 담당자 인터뷰 결과임
- 정보통신부 자체 설문조사결과임.
- 복제 개선에 관한 간담회 자료 “집배원 복제에 대한 설문조사 결과 분석” 우정국, 1999. 2.
- 대한민국 체신부, 「한국우정 100년사」, 1984, pp.661-662.
- 대한민국체신부, 「Visual Identification Standards」, Basic system 1-1
- 대한민국체신부, 「Visual Identification Standards」, Basic system 3-1
- 김경숙, “우리나라 여집배원 제복 디자인 개발에 관한 연구”, 홍익대학교 석사학위 청구논문, 1990, pp.17-18.
- 금기숙, 조효숙, 「법복 디자인 연구」, 홍익대학교 산업디자인 연구소, 경원대학교 생활과학 연구소, 1998, p.37
- 박도양, 「실용색채학」, 서울:이우출판사, 1980, p.159.
- 「체신 V.I. 시스템」, 체신부, p. Basic system 3-1
- 김금주, “우리나라 유니폼 패턴 디자인에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위 청구 논문, 1987, p.44에 의하면 상의 주머니 위치는 하단에 원하는 비율이 62.3%, 상단에 원하는 비율이 28.3% 이었다.