

성인 남자의 수트 디자인 선호도 조사

A Research on the Preference of Design of Men's Suit

숙명여자대학교 의류학과
교수 손희순
강사 최혜옥

Dept. of Clothing & Textile, Sookmyung Women's Univ.

Prof. : Sohn Hee-Soon

Lecturer : Choi Hye-Ock

● 목 차 ●

- | | |
|----------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 고찰 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 및 절차 | 참고문헌 |

< Abstract >

The purpose of this research is to offer basic data for the study of men's suit by investigating the preference of design and form for men's suits. For data collection, a questionnaire was composed style of suits, form of lapel and vent of suits etc... The subjects of this research were male aged 20-59 and resided in Seoul and the capital region. The results of the research are summarized as the following :

1. Most men tend to prefer a set of suits rather than combination and formal style rather than casual or character style. And most of men like a little enough fitness of suits.
2. Most men tend to prefer single-breasted jacket rather than double-breasted one. they also tend to prefer notched lapel and no vent jacket, especially men who work in sale, office and an independent enterprise.
3. Men who aged 20-40 tend to prefer classical pants, and one who aged 50 like wide pants. They also tend to prefer pants with pleats rather than one with darts.
4. Most men tend to prefer plain cloth rather than check, stripe pattern, and they tend to select blue and black color as their suits.

I. 서론

우리가 접하고 있는 환경이나 생활형태의 변화에 따라 의복생활도 많은 변화를 겪고 있는데 특히 남성복의 경우 최근 시장의 규모가 커지고 소비자의 요구가 다양해짐으로 인해 그 중요성이 한층 증대되고 있다. 지난 80년대의 남성복은 과장된 남성의 힘만을 보여주는 인위적인 스타일로 주류를 이루었지만 90년대는 남성의 부드럽고 세련된 모습을 표현하기 위해 다양한 시도가 이루어졌다.¹⁾

이제 더 이상 패션이 여성의 전유물로 여겨지는 시대는 지나갔다. 남성들도 자신의 옷차림이나 외모에 많은 관심을 갖기 시작했으며 기존의 기능성을 강조한 의상에서 좀더 창조적이고 흥미로운 의상을 요구하게 되었다. 이에 세계의 일류 여성복 브랜드들이 앞다투어 남성복 라인에 진출하고 있으며 국내에서도 하이 클래스 정장, 트레이디셔널 캐주얼 등 새로운 경향의 남성복 생산에 주력하기 시작했다. 이는 경제의 발전에 따라 남성의 라이프 스타일 변화와 의복에 대한 보수성이 감소되면서 고급화와 개성화 현상이 심화되었고, 패션산업의 발전으로 인해 입는 시대에서 연출하는 시대로 바뀌게 되었기 때문이다.²⁾

특히 수트는 오늘날 남성복을 대표하는 가장 중요한 의복으로 간주되어지며, 사회에서 비중 있는 지위에 있는 일하는 남자의 상징이 되어 품위, 권위, 신뢰감과 동일시 되어왔다. 따라서 남성 수트는 늘 일정한 소재, 친숙한 스타일, 디테일 등 남성복 중에서도 가장 불변성과 획일성이 강한 의복이라고 할 수 있다. 그러나 IMF사태로 인해 가장 타격을 받았던 신사복 시장은 1998년 10월부터 매출이 늘어 1999년 4월을 기점으로 회복 국면에 돌입해 2천년에는 1999년 대비 13.7% 신장한 1조8백억원으로 추산된다고 한다.³⁾ 또한 최근 들어 기존의 수트에 대한 남성들의 요구가 다양해지고 있으며, IMF 사태 이후 소비품조나 선호하는 디자인, 색상, 스타일 등이 변함에 따라 내셔널 브랜드들은 디자인, 색상, 재질의 변화뿐만 아니라 방전, 방향, 유해전파 차단, 바이오 세라믹 등의 헬스 마케팅까지 등장시키면서

남성복 시장의 발전을 꾀하고 있는 실정이다.⁴⁾

따라서 본 연구는 서울 및 수도권 도시근로자를 중심으로 성인 남성들의 수트에 대한 디자인 선호도를 조사, 파악함으로써 남성복 연구의 기초 자료를 제시하는데 그 목적을 두고 있다.

II. 이론적 배경

1. 수트의 종류

수트는 오늘날 남성복을 대표하는 가장 중요한 의복으로 "Dress for success(1975)"의 저자인 John T. Molly는 수트를 '모든 남자들이 유일하게 입는 매우 중요한 의복'으로 표현하고 있으며, 미국의 유명한 기성복 브랜드인 Paul Stuart는 '비즈니스 수트의 적절한 기능은 순수한 비즈니스에 해가 될만한 부적절한 행동을 하지 못하도록 점잖은 프라이버시를 제공하는 것이다'라고 표현하고 있다. 이러한 수트는 20세기에는 전문 직업인의 상징으로 착용되었으며 오늘날 그 필요성이 더욱 커져 비즈니스 수트가 일하는 남자의 상징이 되어 권위나 신뢰감과 동일시 되고 있다.

1) 재킷

오늘날 재킷은 신사복의 복장에서 빠질수 없을 만큼 중요한 아이템이 되었지만, 실제 19세기 후반 교외 스포츠나 오락이 대중화 되기전까지 재킷은 일상복도 아니었고 포멀 웨어는 더더욱 아니었으며, 단지 일부 상류층 신사들이 스포츠를 즐길 때 주로 착용한 것이었다.

재킷의 기원은 빅토리아 시대 영국의 노포크(Norfolk)공작이 즐겨 입었던 수렵복인 노포크 재킷(Norfolk Jacket)에서 비롯되었다. 노포크 재킷은 스포츠맨을 위한 스포츠 재킷으로 이어졌으며, 오늘날과 같은 일상복 개념의 재킷으로 입어지기 시작한 것은 1920년대 지금의 수트와 비슷한 모양의 라운지 재킷(Lounge Jacket)이 정장으로 자리잡기 시작하면서 부터였다.

2) 팬츠(Pants)

바지를 나타내는 표현은 팬츠(pants), 트라우저(trousers), 슬랙스(slacks) 등이 있는데, 이 중 팬츠는 프랑스의 코미디 주인공인 판타로네가 입었던 매우 특색있는 바지를 일컬었던 ‘판탈롱(Pantalon)’이 18세기 미국에 상륙되어 명칭이 축소되어 ‘팬츠(Pants)’로 불리어진 것이다. 또 고대 켈트인은 남성의 발을 덮는 의상을 ‘Trew’라 불렀는데 후에 트라우저로 되었고, 로마인의 헐렁한 바지인 ‘Laxus’는 슬랙스가 되었다. 이러한 팬츠는 스타일에 따라 바지통의 사이즈, 허리의 주름 형태, 허리단, 주름선, 바지단의 형태가 매우 다양하다.

3) 베스트(Vest)

다양한 형태의 웨이스트코트(Waistcoat)나 베스트는 300년 이상 지속된 남성복의 약세사리로 아직도 수트에 권위감을 부여하고 있다. 이러한 베스트는 17세기 경 영국에서 길이가 긴 검소한 옷차림으로 착용되었던 것이 18세기부터 길이가 짧아져 오늘날과 같은 형태가 되었다. 그러나 2차 세계 대전 당시 원단 부족과 중앙난방의 출현, 기성복의 활발한 등장으로 베스트가 점차 사라지게 되었지만, 아직도 쓰리피스 수트로 착용되고 있다.

일반적으로 베스트의 등은 새틴이나 수트의 안감과 동일한 것으로 만들어지며 품을 조절할 수 있는 스트랩이 부착된다. 또한 비정장이나 스포츠 수트에는 수트의 감과 다른 재질의 베스트를 입는 경우도 있다. 디너 재킷의 베스트에는 쇼울 칼라가 달렸으며, 테일코트와 모닝 코트의 베스트는 더블 브레스티드이며 스포츠 베스트에는 라펠이 달리기도 한다.

2. 용어 정의

본 조사에 사용된 용어의 이해를 돕기 위해 남성복연구⁵⁾, The Fashion Dictionary⁶⁾, 삼성패션연구소의 Fashion Encyclopedia⁷⁾, The Elegant Man⁸⁾을 참고로 다음과 같이 정리 하였다.

1) 스타일(Style)

① 정장 스타일(Formal style)

정장은 원래 공식적인 장소에서 입는 정식 복장의 총칭으로, 수트의 경우 격식을 차린 복장을 말한다.

② 캐주얼 스타일(Casual style)

캐주얼 웨어는 편히 ‘약식’으로 착용할 수 있는 간편하며 격식을 차리지 않는 옷차림의 총칭이다. 또한 캐주얼 수트는 경쾌하고 소탈한 느낌으로 입을 수 있는 스포티한 재킷과 팬츠를 말하는데, 재킷은 중앙트임이나 양측트임, 패치포켓, 벨트 등을 붙이는 경우가 많다.

③ 캐릭터 스타일(Character style)

최근들어 남성복 업계에서는 고급화와 개성화 전략을 바탕으로 캐릭터 수트 브랜드에 역점을 두고 있으나 그 개념은 명확치 않으며 단지 다수의 연예인들이 착용하는 독특한 스타일로 알려져 있는 경우가 많다. 한편 유사어인 “캐릭터 브랜드(character brand)”란 특정 인물들의 명칭을 브랜드로 한 의류품의 총칭으로 광고 모델에 출연하는 텔런트나 에니메이션의 모티브를 말한다.

2) 여밈형태

① 싱글 브레스티드(Single-breasted)

재킷이나 코트 등의 앞여밈을 겹쳐서 한열의 단추로 채우는 것의 총칭으로 재킷의 경우 주로 2버튼이나 3버튼이 일반적이다.

② 더블 브레스티드(Double-breasted)

재킷이나 코트 등의 앞여밈이 두열의 단추로 채워지는 것을 말하며, 일반적으로 더블이라 하며 이 경우 주로 피크트 라펠이 사용 된다.

3) 라펠형태

라펠은 코트나 재킷의 앞몸판이 깃과 하나로 이어져 접어 젖혀진 부분을 말하는데, 이것은 “튜닉”이라는 깃이 높은 군복의 상의에서 유래된 것이다.

① 너치트 라펠(Notched lapel)

주로 테일러드 코트나 재킷에 사용되는 것으로 너치(베인 자리)를 형성하며 라펠에 좁은 칼라가 붙는 형태를 말한다.

② 피크트 라펠(Peaked lapel)

주로 포멀 웨어의 상의에 사용되는 것으로 아래 것의 각도를 크게 위로 올린 것을 말하며 칼깃이라는 속칭도 있다.

③ 쇼울 라펠(Shawl lapel)

쇼울 칼라와 같은 뜻으로 사용되며 접어 찢혀진 디자인이 곡선으로 구성되어 피크트 라펠이나 너치트 라펠처럼 뾰족함이나 베인 자리가 없는 것의 총칭이다.

4) 벤트(Vent)

벤트는 재킷이나 상의의 뒤트임의 일종으로 군인들이 말을 타고 다닐때서 유래되었으며, 그 종류에는 중앙벤트, 양측벤트, 노벤트가 있다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구대상

본 연구의 조사 대상은 서울 및 수도권에 거주하고 있는 도시 근로자중 단순임의추출법(simple random sampling)에 의해 20세 이상의 남자 218명으로 하였으며, 1999년 7월 17일부터 8월 29일에 걸쳐 설문조사를 실시 하였다. 연구 대상자의 환경 변인별 분포도는 <표 1>과 같다.

연령은 30대 이상이 44.0%로 가장 많았고 20대가 22.5%, 40대가 20.2%, 50대 이상이 13.3%로 나타났다. 학력은 대학교졸업이 63.3%로 가장 많았으며 고등학교졸업, 대학원졸업 순으로 나타났다. 월수입은 100-200만원 수준이 47.4%로 가장 많았고, 직업은 사무직, 전문직, 기술직 순으로 표집되었다. 직장위치는 서울이 59.2%, 기타 수도권지역이 40.8%로 나타났으며, 결혼 여부는 기혼이 72.8%, 미혼이 27.2%

<표 1> 연구 대상자의 환경 변인별 분포도

환경변인	통계치	인원(명)	백분률(%)
연 령	20대	49	22.5
	30대	96	44.0
	40대	44	20.2
	50대	29	13.3
학 력	중학교졸업 이하	5	2.3
	고등학교졸업	58	26.6
	대학교졸업	138	63.3
	대학원졸업	17	7.8
월수입	100만원 미만	31	14.4
	100-200만원 미만	102	47.4
	200-300만원 미만	49	22.8
	300-400만원 미만	19	8.8
	400만원 이상	14	6.5
직 업	전문직	37	17.1
	자영업	12	5.5
	사무직	84	38.7
	기술직	34	15.7
	판매·서비스직	26	12.0
	관리직	16	7.4
직장위치	서울	125	59.2
	수도권	86	40.8
결혼여부	기 혼	158	72.8
	미 혼	59	27.2

인 것으로 나타났다.

2. 설문지 구성

본 연구에서 사용한 설문지는 성인 남자의 슈트 디자인 선호도를 조사하기 위한 것으로 다음과 같이 구성하였으며, 설문지의 내용은 타 연구⁹⁾¹⁰⁾를 참고로 작성하였다.

1) 연구 대상자의 환경 변인

연구 대상자의 환경 변인을 파악하기 위한 것으로 연령, 학력, 직업, 월수입 등 6문항으로 구성되었다.

2) 디자인 선호도 조사

성인 남자의 슈트 디자인 선호도를 파악하기 위

해 수트 스타일, 여밈형태, 라펠 형태, 벤트형태 등 13문항으로 구성되었다.

3) 자료처리 및 분석방법

설문을 통해 수집된 자료는 SPSS프로그램으로 처리하였고 분석방법은 주로 빈도, 평균, 교차분석 등을 이용 하였다. 또한 F-test, χ^2 -test로 유의성을 검증 하였으며, 연구결과 및 고찰에서는 유의성이 검증된 내용을 위주로 논의 하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 수트의 형태 및 스타일 선호도

1) 수트의 형태에 대한 선호도

성인 남자의 수트 형태에 대한 선호도를 조사한 결과<표 2>, 응답자의 대부분인 83.9%가 정장형태를 선호하는 것으로 나타났으며, 나머지 16.1%만이 콤비형태를 선호하는 것으로 나타났다.

2) 수트의 스타일에 대한 선호도

수트의 스타일에 대한 선호도를 조사한 결과<표

<표 2> 선호하는 수트의 형태

수트형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
정장 형태		182	83.9
콤비 형태		35	16.1
계		217	100.0

<표 3> 선호하는 수트 스타일

수트형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
정장 스타일		155	71.8
캐주얼 스타일		58	26.9
캐릭터 스타일		3	1.4
계		216	100.0

3), 71.8%가 정장 스타일을 선호하고, 26.9%는 캐주얼 스타일, 1.4%는 캐릭터 스타일을 선호하는 것으로 나타났다.

한편 일반 환경 변인에 따른 선호 스타일을 조사한 결과는 <표 4>와 같다. 먼저 연령별 비교를 보면, 50대 집단에서는 응답자 전체가 정장 스타일을 선호하고 있으며, 연령이 적어질수록 캐주얼 스타일의 선호도가 높아지는 것을 볼 수 있고 캐릭터 스타일의 경우 20대 집단에서만 6.1%의 선호도를 보이고 있다. 직업별로 비교해 보면, 관리직, 자영업, 사무

<표 4> 환경 변인별 선호하는 수트 스타일

단위 : 빈도(백분률)

변인	통계치	수트 스타일			계	χ^2 -Test
		정장스타일	캐주얼스타일	캐릭터스타일		
연 령	20대	18(36.7)	28(57.1)	6(6.1)	49(100.0)	50.226***
	30대	72(75.0)	24(25.0)	-	96(100.0)	
	40대	36(85.7)	6(14.3)	-	42(100.0)	
	50대	29(100.0)	-	-	29(100.0)	
직 업	전문직	24(64.9)	13(35.1)	-	37(100.0)	93.522***
	자영업	10(83.3)	2(16.7)	-	12(100.0)	
	사무직	66(79.5)	17(20.5)	-	83(100.0)	
	기술직	20(60.6)	13(39.4)	-	33(100.0)	
	판매·서비스직	18(72.0)	7(28.0)	-	25(100.0)	
	관리직	16(94.1)	1(5.9)	-	17(100.0)	
	대학원생	1(12.5)	4(50.0)	3(37.5)	8(100.0)	
결 혼 여 부	기혼	129(82.7)	27(17.3)	-	156(100.0)	37.349***
	미혼	25(42.4)	31(52.5)	3(5.1)	59(100.0)	

직, 판매·서비스직에서 정장 스타일의 선호도가 높게 나타난 반면, 대학원생, 기술직, 전문직의 순으로 캐주얼 스타일을 선호하는 것으로 나타났으며 캐릭터 스타일의 경우 대학원생 집단에서만 37.5%의 선호도를 보이고 있다. 결혼여부로 살펴 본 결과, 기혼은 정장 스타일을 미혼은 캐주얼 스타일을 더 선호하는 것으로 나타났다.

3) 수트의 맞춤새에 대한 선호도

수트의 맞춤새에 대한 선호도를 조사한 결과는 <표 5>와 같다. 약간 넉넉한 타입이 51.8%로 가장 선호도가 높았으며 보통이 33.9%, 약간 끼는 타입이 11.0%로 나타났다.

변인별로 비교해 본 결과는 <표 6>과 같다. 연령별에서만 유의적 차를 보이고 있는데, 20대 집단은 보통과 약간 넉넉한 타입(34.7%), 약간 끼는 타입(22.4%), 꼭 끼는 타입(6.1%), 아주 넉넉한 타입(2.0%)의 순으로 선호하고 있는 것을 볼 수 있으며, 30, 40, 50대 이상의 집단에서는 약간 넉넉한 타입, 보통, 약간 끼는 타입, 아주 넉넉한 타입의 순으로

<표 5> 수트의 맞춤새에 대한 선호도

맞춤새	통계치	빈도(명)	백분률(%)
꼭 끼는 타입		3	1.4
약간 끼는 타입		24	11.0
보통		74	33.9
약간 넉넉한 타입		113	51.8
아주 넉넉한 타입		4	1.8
계		218	100.0

나타났다.

2. 수트 재킷 형태에 대한 선호도

1) 수트 재킷의 여밈 형태에 대한 선호도

수트 재킷의 여밈 형태에 대한 선호도를 조사한 결과(<표 7>), 응답자의 88.5%가 싱글 브레스티드 형태를 선호하며, 나머지 11.5%만이 더블 브레스티드 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 한편 일반 환경변인별 비교에서는 각 변인에 따라 유의적 차가 없는 것으로 나타났다.

2) 수트 재킷의 라펠 형태에 대한 선호도

재킷의 라펠 형태에 대한 선호도를 조사한 결과(<표 8>), 응답자의 81.1%가 너치트 라펠을 선호하는

<표 7> 여밈 형태에 대한 선호도

여밈형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
싱글 브레스티드		193	88.5
더블 브레스티드		25	11.5
계		218	100.0

<표 8> 라펠 형태에 대한 선호도

라펠형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
너치트 라펠		176	81.1
피크트 라펠		39	18.0
쇼울 라펠		1	0.5
아주 넉넉한 타입		4	1.8
계		217	100.0

<표 6> 연령별 수트의 맞춤새에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인	통계치	수트의 맞춤새					계	x ² -Test
		꼭 끼는 타입	약간 끼는 타입	보통	약간 넉넉한 타입	아주 넉넉한 타입		
연령	20대	3(6.1)	11(22.4)	17(34.7)	17(34.7)	1(2.0)	49(100.0)	27.292**
	30대	-	6(6.3)	36(37.5)	54(56.3)	-	96(100.0)	
	40대	-	5(11.4)	13(29.5)	24(54.5)	2(4.5)	44(100.0)	
	50대	-	2(6.9)	8(27.6)	18(62.1)	1(3.4)	29(100.0)	

것으로 나타났고, 피크트 라펠은 18.0%, 쇼울 라펠은 0.5%, 칼라가 없는 형태는 0.5%의 선호도를 보이고 있다. 그러나 각 일반 환경 변인에 따른 비교에서는 유의적 차가 없는 것으로 나타났다.

3) 수트 재킷의 벤트 형태에 대한 선호도

재킷의 뒤 벤트 형태에 대한 선호도를 조사한 결과<표 9>, 응답자의 67.4%가 벤트가 없는 형태를 선호했고, 26.5%는 중앙 벤트를, 6.0%는 양측 벤트를 선호하는 것으로 나타났다.

한편 일반 환경 변인별로 비교해 본 결과<표 10>, 직업별 에서만 유의적 차를 보이고 있는데 판매·서비스직(80%), 사무직(78.3%), 자영업(75.0%) 등의 대부분의 집단에서 벤트가 없는 형태를 선호하고 있는 반면, 관리직의 경우 벤트가 없는 형태(37.5%)보다 중앙 벤트(43.8%)를 더 선호하고 있는 것으로 나타났다.

3. 수트 팬츠의 형태 선호도

1) 팬츠 형태에 대한 선호도

팬츠 형태에 대한 선호도를 조사한 결과는 <표 11>과 같은데, 응답자의 60.2%가 1자 팬츠를 선호했으며 그 다음으로 넓은 팬츠(19.4%), 아래가 좁은 팬츠(18.1%), 꼭 끼는 팬츠(2.3%)를 선호하는 것으로 나타났다.

일반 환경 변인별 팬츠 형태에 대한 선호도를 비교한 결과<표 12>, 연령과 직업에서만 유의적 차를

보이고 있다. 연령별로 비교해 보면 20대와 30대는 1자 팬츠, 아래가 좁은 팬츠, 넓은 팬츠, 꼭 끼는 팬츠의 순으로 선호도를 보이고 있고, 40대는 1자 팬츠, 넓은 팬츠, 아래가 좁은 팬츠, 꼭 끼는 팬츠의 순서로 선호도를 보이고 있다. 한편 50대 집단은 넓은 팬츠(58.6%), 1자 팬츠(41.4%)의 선호도를 보이는 반면 아래가 좁은 팬츠나 꼭 끼는 팬츠는 선호하지 않는 것으로 나타났다.

2) 팬츠 배 부위 형태에 대한 선호도

팬츠의 배 부위 형태에 대한 선호도를 조사한 결과<표 13>는 80.8%가 주름으로 처리한 것을 선호하

<표 9> 벤트 형태에 대한 선호도

벤트형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
벤트가 없는형		145	67.4
중앙 벤트		57	26.5
양측 벤트		13	6.0
계		215	100.0

<표 11> 팬츠 형태에 대한 선호도

팬츠형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
넓은 팬츠		42	19.4
1자 팬츠		130	60.2
아래가 좁은 팬츠		39	18.1
꼭 끼는 팬츠		5	2.3
계		216	100.0

<표 10> 직업별 벤트 형태에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인	통계치	수트 스타일			계	x ² -Test
		벤트가 없는형	중앙 벤트	양측 벤트		
직업	전문직	25(67.6)	12(32.4)	-	37(100.0)	34.824***
	자영업	9(75.0)	1(8.3)	2(16.7)	12(100.0)	
	사무직	65(78.3)	13(15.7)	5(6.0)	83(100.0)	
	기술직	17(51.5)	15(45.5)	1(3.0)	33(100.0)	
	판매·서비스직	20(80.0)	5(20.0)	-	25(100.0)	
	관리직	6(37.5)	7(43.8)	3(18.8)	16(100.0)	
	대학원생	3(37.5)	3(37.5)	2(25.0)	8(100.0)	

〈표 12〉 연령·직업별 팬츠 형태에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인		통계치	팬츠 형태				계	x ² -Test
			넓은 팬츠	1자 팬츠	아래가 좁은 팬츠	꼭 끼는 팬츠		
연령	20대		6(12.2)	26(53.1)	14(28.6)	3(6.1)	49(100.0)	44.115***
	30대		12(12.8)	61(64.9)	20(21.3)	1(1.1)	94(100.0)	
	40대		7(15.9)	31(70.5)	5(11.4)	1(2.3)	44(100.0)	
	50대		17(58.6)	12(41.4)	-	-	29(100.0)	
직업	전문직		4(11.1)	23(63.9)	8(22.2)	1(2.8)	36(100.0)	49.630***
	자영업		4(33.3)	7(58.3)	1(8.3)	-	12(100.0)	
	사무직		14(16.9)	53(63.9)	15(18.1)	1(1.2)	83(100.0)	
	기술직		5(14.7)	21(61.8)	8(23.5)	-	34(100.0)	
	판매·서비스직		4(16.0)	15(60.0)	5(20.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	관리직		11(64.7)	6(35.3)	-	-	17(100.0)	
	대학원생		-	4(50.0)	2(25.0)	2(25.0)	8(100.0)	

〈표 13〉 팬츠 배 부위 형태에 대한 선호도

배 부위 형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
주름을 넣은 것		172	80.8
다트로 처리한 것		20	9.4
주름이나 다트가 없는 것		21	9.9
계		213	100.0

고 있으며 주름이나 다트가 없는 형태가 9.9%, 다트 처리한 형태가 9.4%의 선호도를 보이고 있다.

일반 환경 변인별로 선호하는 배 부위 형태를 비교한 결과는 〈표 14〉와 같다. 연령별로 살펴보면, 주름으로 처리한 경우 50대 이상(100.0%), 40대(93.0%), 30대(80.9%), 20대(58.3%)의 순서로 선호도를 보이고 있다. 직업별로 살펴보면, 관리직, 자영업, 기술직, 사무직, 판매·서비스직에서 주름을 잡은 형태에 80% 이상의 높은 선호도를 보이고 있으며 대학원생 집단의 경우 주름이나 다트가 없는 형태의 선호도(50%)가 가장 높은 것으로 나타났다. 한편 결혼여부에 따른 선호도를 비교해보면 미혼 집단은 기

〈표 14〉 환경 변인별 팬츠 배 부위에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인		통계치	수트 스타일			계	x ² -Test
			주름을 잡은것	다트로 처리한것	주름이나 다트가 없는것		
연령	20대		28(58.3)	8(16.7)	12(25.0)	48(100.0)	28.849***
	30대		76(80.9)	9(9.6)	9(9.6)	94(100.0)	
	40대		40(93.0)	3(7.0)	-	43(100.0)	
	50대		28(100.0)	-	-	28(100.0)	
직업	전문직		24(68.6)	2(5.7)	9(25.7)	35(100.0)	34.628**
	자영업		11(91.7)	1(8.3)	-	12(100.0)	
	사무직		68(82.9)	10(12.2)	4(4.9)	82(100.0)	
	기술직		29(87.9)	2(6.1)	2(6.1)	33(100.0)	
	판매·서비스직		20(80.0)	3(12.0)	2(8.0)	25(100.0)	
	관리직		17(100.0)	-	-	17(100.0)	
대학원생		3(37.5)	1(12.5)	4(50.0)	8(100.0)		
결혼여부	기혼		136(88.3)	11(7.1)	7(4.5)	154(100.0)	23.545***
	미혼		35(60.3)	9(15.5)	14(24.1)	58(100.0)	

혼집단보다 닥트처리된 형태와 주름이나 닥트가 없는 형태의 선호도가 다소 높은 것으로 나타났다.

3) 팬츠 밑단 형태에 대한 선호도

팬츠 밑단 형태에 대한 선호도를 조사한 결과<표 15>, 커프스단이 58.6%, 민단 38.6%, 옆트임이 2.8%로 나타났다.

일반 환경 변인별 팬츠 밑단에 대한 선호도를 비교한 결과는 <표 16>과 같다. 연령별로 살펴보면, 민단의 경우 50대(75.9%), 40대(59.5%)가 타 연령에 비해 다소 높은 선호도를 보이는 반면 커프스단은 30대(73.7%), 20대(65.3%)의 선호도가 높은 것을 알 수 있다. 학력별로 비교해보면, 대학교졸업 집단을

제외한 모든 집단에서 커프스단 보다 민단의 선호도가 높게 나타났다. 직업별 비교의 경우 관리직을 제외한 모든 집단에서 민단 보다 커프스단을 더 선호하고 있는 것으로 나타났고, 옆트임의 경우 대학원생 집단이 37.5%의 선호도를 보이고 있다. 한편 미혼 집단은 기혼 집단보다 커프스단과 옆트임단의 선호도가 다소 높은 것으로 나타났다.

4. 옷감의 문양 및 색상 선호도

1) 옷감의 문양에 대한 선호도

수트 옷감 문양에 대한 선호도를 조사한 결과<표 17>, 무지(66.7%), 스트라이프(20.8%), 체크(12.5%)

<표 15> 팬츠 밑단 형태에 대한 선호도

밑단형태	통계치	빈도(명)	백분률(%)
민단		83	38.6
커프스단		126	58.6
옆트임 처리단		6	2.8
계		215	100.0

<표 17> 옷감 문양에 대한 선호도

옷감문양	통계치	빈도(명)	백분률(%)
무지		144	66.7
체크		27	12.5
스트라이프		45	20.8
계		216	100.0

<표 16> 환경 변인별 팬츠 밑단 형태에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인	통계치	밑단 형태			계	x ² -Test
		민단	커프스단	옆트임 처리단		
연령	20대	12(24.5)	32(65.3)	5(10.2)	49(100.0)	47.052***
	30대	24(25.3)	70(73.7)	1(1.1)	95(100.0)	
	40대	25(59.5)	17(40.5)	-	42(100.0)	
	50대	22(75.9)	7(24.1)	-	29(100.0)	
학력	중학교졸업 이하	4(80.0)	1(20.0)	-	5(100.0)	13.917*
	고등학교졸업	28(49.7)	27(47.4)	2(3.5)	57(100.0)	
	대학교졸업	42(30.7)	92(67.2)	3(2.2)	137(100.0)	
	대학원졸업	9(56.3)	6(37.5)	1(6.3)	16(100.0)	
직업	전문직	17(47.2)	19(52.8)	-	36(100.0)	56.267***
	자영업	5(41.7)	7(58.3)	-	12(100.0)	
	사무직	31(37.8)	50(61.0)	1(1.2)	82(100.0)	
	기술직	13(38.2)	20(58.8)	1(2.9)	34(100.0)	
	판매·서비스직	4(16.0)	20(80.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	관리직	13(76.5)	4(23.5)	-	17(100.0)	
	대학원생	-	5(62.5)	3(37.5)	8(100.0)	
결혼여부	기혼	69(44.5)	84(54.2)	2(1.3)	155(100.0)	11.066**
	미혼	14(23.7)	41(69.5)	4(6.8)	59(100.0)	

의 순으로 선호도를 보이고 있다.

응답자의 환경 변인별로 비교해 본 결과<표 18> 직장위치에 따른 비교에서만 유의적 차가 인정되었다. 서울 직장인의 경우 무지(73.6%), 스트라이프(20.0%), 체크(6.4%)의 선호도를 보이고 있는 반면, 수도권 직장인들은 무지(54.8%), 체크 및 스트라이프(22.6%)의 선호도를 보이고 있다.

2) 수트 색상에 대한 선호도

수트 색상에 대한 선호도를 조사한 결과는 <표 19>와 같다. 선호 색상 3가지를 조사한 결과 선호색상 1에서는 검정색 계통, 파란색 계통, 회색 계통, 갈색 계통의 순서로 나타났고, 선호색상2에서는 파란색 계통, 회색 계통, 검정색 계통, 갈색계통의 순서로, 선호색상3에서는 검정색 계통, 회색 계통, 갈색 계통, 파란색 계통의 순서로 나타났다. 전체적인 선호율을 조사한 결과 파란색 계통(60.7%)과 검정

색 계통(60.6%)을 가장 선호하는 것으로 나타났고 회색 계통은 46.8%, 갈색계통은 22.9%의 선호율을 보이고 있다.

5. 반바지, 반소매 수트에 대한 선호도

수트에 반바지 착용에 대한 반응을 조사한 결과 <표 20>, 입어보고 싶다가 102%로 나타났고, 입고 싶지 않다가 52.3%, 잘 모르겠다가 37.5%로 나타났다.

<표 20> 반바지 수트 착용에 대한 태도

태도	통계치	빈도(명)	백분률(%)
입어보고 싶다		22	10.2
입고싶지 않다		113	52.3
잘 모르겠다		81	37.5
계		216	100.0

<표 18> 직장 위치별 옷감 문양에 대한 선호도

단위 : 빈도(백분률)

변인	통계치	옷감 문양			계	x ² -Test
		무지	체크	스트라이프		
직장	서울	92(73.6)	8(6.4)	25(20.0)	125(100.0)	13.094**
위치	수도권	46(54.8)	19(22.6)	19(22.6)	84(100.0)	

<표 19> 수트 색상에 대한 선호도

색상	통계치	선호색상 1			선호색상 2			선호색상 3		
		빈도	백분율(응답자)	백분율(전체)	빈도	백분율(응답자)	백분율(전체)	빈도	백분율(응답자)	백분율(전체)
검정색 계통		72	38.7	33.0	30	18.3	13.8	30	25.0	13.8
파란색 계통		66	35.5	30.0	53	32.3	24.3	14	11.7	6.4
회색 계통		27	14.5	12.4	48	29.3	22.0	27	22.5	12.4
갈색 계통		10	5.4	4.6	16	9.8	7.3	24	20.0	11.0
베이지색 계통		5	2.7	2.3	9	5.5	4.1	8	6.7	3.7
초록색 계통		3	1.6	1.4	5	3.0	2.3	6	5.0	2.8
흰색 계통		1	0.5	0.5	1	0.6	0.5	4	3.3	1.8
자주색 계통		1	0.5	0.5	1	0.6	0.5	4	3.3	1.8
노란색 계통		1	0.5	0.5	1	0.6	0.5	1	0.8	0.5
분홍색 계통		-	-	-	-	-	-	2	1.7	0.9
계		186	100.0	85.3	164	100.0	75.2	120	100.0	55.0

〈표 21〉 반소매 수트 착용에 대한 선호

태도	통계치	빈도(명)	백분률(%)
입어 보고 싶다		43	19.8
입고 싶지 않다		92	42.4
잘 모르겠다		82	37.8
계		217	100.0

또한 반소매 수트의 착용에 대해서는 〈표 21〉과 같이 입어보고 싶다가 19.8%, 입고싶지 않다가 42.4%, 잘 모르겠다가 37.8%인 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

성인 남자의 수트 디자인 및 형태 선호도를 조사한 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

1. 성인 남자들은 대부분이 콤비 형태보다는 1벌로 된 정장 형태의 수트를 더 선호했으며, 캐주얼이나 캐릭터보다는 포멀한 정장 스타일의 수트를 선호하는 것으로 나타났는데 연령이 높을수록 정장 스타일을 더 선호하고 젊을수록 캐주얼 스타일을 더 선호하는 것을 알 수 있다. 한편 맞춤새에 대한 선호도를 조사한 결과 응답자의 대부분이 약간 넉넉한 타입 이나 보통 타입의 수트를 선호했다. 그러나 20대 집단에서는 타집단에 비해 보통과 약간 끼는 타입의 수트 선호도가 다소 높았다.
2. 수트 재킷에 대한 디자인 선호도를 보면, 더블 브레스티드 보다는 싱글 브레스티드의 재킷을 더 선호했으며, 라펠의 경우 대부분이 너치드 라펠을 선호하고 있다. 또한 벤트가 없는 통자형의 재킷을 가장 선호했는데 특히 판매·서비스직, 사무직, 자영업에 종사하는 사람들의 선호도가 높았다.
3. 수트 팬츠에 대한 디자인 선호도를 보면, 1자 바지의 선호도가 가장 높았으며, 특히 40대와 30대가 1자 바지를 더욱 선호하고 있고 50대는 넓은 바지를 20대는 꼭끼는 바지의 선호도가 타 집단에 비해 다소 높았다. 배부위 형태의 경우 대부

분이 주름으로 처리한 것을 선호했는데 연령이 높아질수록 선호도가 높았다. 한편 팬츠 밑단에서는 커프스단 처리한 것을 가장 선호했는데, 특히 30, 20대 집단에서의 선호도가 높게 나타났으며, 민단의 경우 연령이 높아질수록 그 선호도가 높았다.

4. 선호하는 수트 옷감은 무지, 스트라이프, 체크의 순으로 나타났다. 선호 색상은 주로 파란색 계통과 검정색 계통인 것을 알 수 있고 그 외에 회색 계통, 갈색계통을 선호하는 것을 알 수 있다.
5. 새로운 수트 형태에 대한 선호도를 조사하기 위해 반소매 수트와 반바지 수트에 대한 착용 의지를 조사한 결과, 반소매 수트의 경우 19.8%, 반바지 수트는 10.2%만이 착용하겠다고 답하고 있어 대부분의 남성들은 수트 형태에 대한 새로운 변화를 원하지 않는 것을 알 수 있다.

본 연구는 성인 남자의 수트 디자인 선호도를 중심으로 조사되었으며, 앞으로 구매실태에 대한 후속 연구가 행해져 전반적인 수트의 소비실태 조사가 이루어져야 하며, 수트 원형 및 패턴 연구나 봉제과학을 기저로 하는 수트 생산실태에 대한 연구가 이루어져야 하겠다.

■ 참고문헌

- 1) www. 1997. 11
- 2) TexHerald, 1999. 10. 25
- 3) Texjournal, 1999. 11 pp.124-128
- 4) 한국섬유신문
- 5) 남윤자, 이형숙 공저(1998), "수정판 남성복 연구", 교학연구사 pp.39-41
- 6) Mary Brooks Picken, "The Fashion Dictionary", Funk & Wagnalls, NewYork
- 7) 삼성패션연구소, Fashion Encyclopedia, www.cfi.co.kr
- 8) Riccardo Villarosa & Giuliano Angeli(1990), "The Elegant Man", Random House, New York pp.49-77
- 9) 서미아(1988), 남성기성복의 구매행동에 관한 연구, 중앙대 박사학위논문

- 10) 김가영(1992), 의류상품의 신문광고 효용에 관한 연구, 숙명여대 석사학위논문
- 11) 타이콘 패션연구소 편저(1997), "남자의 옷 이야기 I", 시공사 pp23-69
- 12) 조정원(1994), "옷 입는 남자 못 입는 남자", 대림기획
- 13) 박순양(1992), "한국 남성복의 변천에 관한 연구-1945년 이후의 양복을 중심으로", 이화여자대학교 교육대학원 가정학과 석사학위 논문