

韓國 職場男性의 既成靴 着用에 關한 實態調查研究

徐秋妍 · 朴淳志* · 朴銀珠**

東亞大學校 衣裳纖維學部 專任講師 · 延世大學校 衣類科學研究所 專門研究員* · 柳韓大學 女性教養科 助教授**

A Study on the Wearing Pattern of the Ready-made Shoes for Korean Salary Men

Chu Yeon Suh, Soon Jee Park* and Eun Joo Park**

Full-time Prof., Division of Clothing & Textiles, Dong-A University
Researcher, Research Institute of Clothing & Textile Sciences, Yonsei University*
Assistant Prof., Dept. of Women's Liberal Science, Yuhan College**

Abstract

This study is to provide basic data for the development of domestic ready-made shoes industry by illustrating any problem in regards to the ready-made shoes for ordinary salary men through looking into its uses and gratifications. Subjects for this study were in between twenties and sixties by applying convenient random sampling method, which was done in January to February, 2001.

The results were as follows:

1. General foot shape of subjects was that foot breadth was wide whereas instep height was average. In regards to the metamorphic parts of foot, the most metamorphic part was the fifth toe which could be occurred by disagreeable shoes to foot.
2. General salary men (69.5%) wear the formal shoes and their wearing time per day is over 10 hours (49%), which illustrates that more suitable and convenient functional shoes needs to be developed.
3. Almost of subjects tended to purchase ready-made shoes, and their concerns to be considered when to purchase ready-made shoes were its size and solidity. This finding suggests that the size specification of the ready-made shoes needs to be more specific in terms of its length as well as foot breadth.
4. The most unsatisfied point on the ready-made shoes was the foot breadth. According to the Crosstabulation analysis on the discomfort part and the foot breadth, there existed a significant correlation between the discomfort part and the foot breadth ($p \leq 0.05$).

The above results make clear that overall salary men have complaints on the ready-made formal shoes in terms of its size and wearing comfort level. This suggests that the subdivision of the shoes size specification needs to be developed to improve the wearing comfort level.

I. 서론

인체의 직립, 운동시 체중을 지탱해 내는 발은 52개의 작은 뼈들이 장력이 센 근육과 인대로 단단하게 고

정되어 있는 인체기관으로, 발가락 끝은 28%정도, 발 너비는 2~10%증가함으로써 탄력있고 유연하게 운동에 대응하게 된다. 발을 감싸는 피복물은 크게 양말류와 신발류로 나눌 수 있으며, 발을 보호해 주고 운동

의 기능을 보강해 주는 역할을 담당한다. 또한, 현대인의 의생활에 있어 신발은 없어서는 안 되는 필수품으로, 특히 직장남성의 기성화는 직장생활에서 받아들여 지느냐 아니냐를 좌우하는 결정적인 단서로서 우수한 착용감이나 디자인 등에 대한 수요가 높아지고 있다. 그러나, 구두는 의류에 비해 치수간 허용 신체 치수의 범위가 부유별로 2-4mm로 매우 좁아 치수의 적합성 민감한 아이템이며¹⁾, 착용자의 생체리듬과 인체 생리학 적 영향에 따라 착용감, 치수적합성은 다르게 평가 된다²⁾. 또한 장시간 볼이 좁은 신발착용시 엄지발가락의 지골이 튀어나오거나 다른 발가락의 모양과 위치가 변형되는 무지외반증이 나타나기도 한다³⁾. 최근 발에 대한 관심이 고조되면서 다양한 측면에서의 연구들이 이루어지고 있다. 선행연구들의 연구경향을 살펴보면, 신선우·함옥상⁴⁾은 마틱식 직접계측방법과 사진촬영법, 풋 프린트(foot print)법, 발의 외곽선 그리기 등 다양한 직·간접법을 이용하여 20대 남녀 성인의 발에 대한 형태의 분류와 유형별 특성분석을 실시한 결과, 5개의 유형으로 분류하였으며, 박수찬·임현균·최경주·박세진⁵⁾은 한국 성인 발 형태의 남녀, 좌우 비교에서 20대, 30대, 40대의 발 형태를 조사·비교한 결과, 연령이 증가할수록 발의 형태는 변형되었고, 특히 남성보다 여성의 발 변형이 심하게 발생하였으 며, 발 폭의 비대칭은 30부터 40대까지 지속적으로 발생되는 것으로 분석하였다. 허지혜·천종숙⁶⁾은 군집 분석을 이용한 청년기 남성의 발 형태 연구를 통하여 직접계측에 의한 자료를 분석하였으며 5개의 인자로 3개의 군집을 추출하였다.

또한 신발과 연계한 발 연구를 살펴보면, 김효은⁷⁾⁸⁾은 신발의 기능성을 바탕으로 성인여성 구두의 기본 치수와 구두의 굽 높이가 발의 쾌적감에 미치는 영향에 대하여 연구하였으며, 여혜린⁹⁾은 성인여자구두의 적합성에 대하여 분석하였다. 천종숙·최선희¹⁰⁾는 세 장도와 구두치수에 따른 남성의 발치수를 비교하였으며, 또한 최선희¹²⁾는 한국 성인 여성의 발 형태와 구두 착용실태에 관한 연구를 하였다.

최근에는 신발업계에서도 많은 연구를 하고 있으며 Digitalshoe¹³⁾에서 3D Foot scanner (CANFIT-PLUS TM YetiTM)를 이용하여 우리나라 남녀 2만명을 대상으로

발 계측을 실시하고 3가지의 유형, 즉, 표준형, 발둘레가 넓은 형, 발등높이가 높은 형으로 구분하여 easy-to-order 시스템을 도입, 맞춤형구두를 생산하고 있다.

이와 같이 발에 대한 다양한 연구들이 이루어지고 있고, 또한 소비자를 중심으로 착용감이나 디자인에 대한 요구에 발맞추어 외제 구두류에 대한 소비가 지속적으로 증가하고 있는 현실이나 정장 구두를 가장 많이 착용하고 있는 직장남성들을 대상으로 한 연구는 미비한 현실이다. 이에 본 연구에서는 현 직장 남성들의 구두 착용실태를 조사하여 문제점을 제기하고, 이를 해결할 수 있는 방안을 살펴보고자 하였으며, 나아가 국내 구두업계의 발전에 기초가 되는 연구를 수행하고자 하였다.

구체적인 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 현 한국 직장남성의 발에 대한 형태적 분석을 실시하여 특징을 파악한다.

둘째, 직장남성의 기성화착용 실태를 파악한다.

셋째, 직장에서의 직장남성의 기성화 소유 및 구입 실태를 파악한다.

넷째, 직장남성의 기성화에 대한 만족도를 파악한다.

다섯째, 직장남성의 기성화에 대한 착용감을 파악한다.

II. 연구방법

1. 설문지 조사

설문지는 선행연구(최선희, 1998)를 기초로 수정·보완하여 작성하였으며, 설문대상은 20대~60대에 이르는 직장남성 225명을 대상으로, 2001년 1월부터 2월에 걸쳐 설문 조사를 실시하였다. 불성실한 응답을 제외한 200부를 본 연구의 분석자료로 사용하였으며 설문 대상의 기초 통계자료는 <표 1>과 같다.

응답자의 연령층은 대부분 20대 후반에서 30대의 샐러리 맨으로 전체의 82%를 나타내었으며 40대 9.5%, 50대 4.0%, 60대 4.5%로 나타났다. 업무형태를 살펴보면, '주로 앉아서 일한다'가 69%, '주로 걸어다닌다'가 18.5%, '주로 서 있다'가 8.5%로 나타났다. 출퇴근 유형은 승용차(택시)가 38.5%, 버스나 지하철이

〈표 1〉 설문대상의 기초 통계 자료

문항		도수(명)	백분율(%)
연령층	20대	76	38.0
	30대	88	44.0
	40대	19	9.5
	50대	8	4.0
	60대	9	4.5
업무형태	주로 앉아서 일한다.	138	69.0
	주로 걸어 다닌다.	37	18.5
	주로 서 있다.	17	8.5
	기타	8	4.0
출퇴근유형	승용차(택시포함)	77	38.5
	버스·지하철	116	58.0
	도보	5	2.5
	기타	2	1.0
평균 신발 착용시간	10시간 이상	136	68.0
	8~10시간	48	24.0
	5~7시간	8	4.0
	5시간 미만	8	4.0

58%, 도보 25%으로 나타났으며, 하루 평균 신발 착용 시간은 10시간 이상이 68%, 8~10시간이 24%, 5~7시간이 4%, 5시간 미만이 4%로 나타났다. 그 외 응답자의 신장 분포는 160~187cm, 체중은 54~98kg의 분포를 나타내었다.

2. 통계분석

본 연구의 자료는 SPSS PC⁺ ver.9.0을 이용하여 기술통계량을 구하고, 교차분석(cross tabulation) 및 χ^2 -검정을 실시하였다.

III. 연구결과 및 분석

1. 직장남성의 발 형태에 따른 발 변형 부위 현황 분석

직장 남성의 발 형태를 발볼너비, 발등너비, 신발사이즈, 평발여부의 4가지 요소에 대해 분석해 본 결과,

발볼 너비는 좁은 편이 16.5%, 넓은 편이 50%, 보통이 33.5%로 나타나 응답자의 대부분은 자신의 발볼이 넓은 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 발등높이에 대해서는 두터운 편이다가 32%, 얇은 편이다가 16.5%, 보통이다가 50%로 발볼너비와는 달리, 대부분 발등높이는 '보통이다'로 인식하고 있음을 알 수 있다. 신발사이즈는 평균 263.2mm로, 그 분포를 살펴보면, 265mm가 28%, 260mm이 18.5%, 270mm이 15.5%, 255mm가 13%, 275mm가 12%, 250mm이 6.5%, 280mm이 3%, 285mm가 1.5%, 245mm가 1%, 300mm이 0.5%로 나타나, 260~265mm가 전체의 46.5%를 차지하였다. 평발에 대해서는 평발이다가 6%, 아니다가 92%로 나타났다. 즉, 한국 직장 남성들은 자신의 발에 대하여 발볼이 넓고, 발등높이는 보통이며, 평발이 아닌 것으로 인식하고 있으며, 신발사이즈는 260~265mm가 전체의 50%정도를 차지하고 있음을 알 수 있다. 그러나 이 결과는 주관적인 자기 평가에 의해 나타난 결과이므로 직·간접측측에 의한 객관적인 결과와는 다소 차이가 있을 것으로 사려되며 일반화하기에는 다소 어려움이 있다.

신발로 인한 발의 형태 변형 부위에 대해서는 새끼발가락 40%, 엄지발가락 8%, 발꿈치의 변형 5.5%, 발등뼈의 돌출 2%, 복숭아뼈의 상처 1%, 발바닥 굳은살 0.5%로 새끼발가락의 변형이 가장 많음을 알 수 있으며, 이는 응답자들이 자신의 발볼 너비가 넓다고 인식한 결과와도 관련성이 있다고 분석된다. 또한, 남성들도 구두로 인한 발 너비 부분에서의 변형이 일어나고 있음이 나타나므로 여성들 뿐 아니라 남성들 기성화 제작시에도 발볼너비 부분의 세심한 설계가 요구된다 하겠다. 발의 변형에 대한 원인으로는 전체의 8%가 선천적 영향, 72%가 불편한 신발, 15%가 걸음걸이 때문이라 생각한다고 답하여, 대부분의 응답자가 신발을 잘못 선택하였을 때 발의 변형이 일어난다고 생각하고 있음을 알 수 있다.

발등높이에 따른 발 변형 부위와의 교차분석 결과는 〈표 2〉에 제시하였다.

발의 변형 부위에 대해 교차분석을 실시한 결과, 변형 부위간 차이를 나타낸 변수로는 발등높이($p=.015$)로 나타나 기성화제작시 발길이 뿐 아니라 발등높이에

〈표 2〉 발변형부위 및 형태와 발등높이의 교차분석 결과

발변형부위 및 형태	발 등 높 이			χ^2
	두텁다	얇 다	보통이다.	
엄지발가락	75		38	29.23*
발등	28			
새끼발가락	283	104	340	
발꿈치	.9	28	66	
복숭아뼈	1.9			
굳은살		.9		

*p<.05

대한 고려도 필요함을 알 수 있다. 즉, 엄지발가락의 변형, 발등뼈의 돌출, 복숭아뼈의 상처는 발등이 두터운 사람에게서 많이 나타났으며, 이에 비해 새끼발가락의 변형, 발꿈치의 변형은 발등두께가 보통인 사람에게서 더 많이 나타났다. 또한, 발등이 얇은 사람의 경우, 엄지발가락, 발등, 복숭아뼈의 변형은 나타나지 않았다.

발 관련 질병에 대해서는 무좀 39%, 심한 발한 18.5%, 발냄새 10%, 티눈 9%, 습진 1%, 각질 0.5% 등 응답자의 과반수 이상이 발에 대한 질병을 앓고 있는 것으로 나타났다.

발에 대한 관심도에서는 “맞사지를 받아본 적 있다” 16%, “발관련 질병 때문에 병원에 다닌 적이 있다”가 6%, “발의 변형으로 병원에 간 적이 있다” 1.5%, “병, 변형으로 고민한 적 있다.” 12.5%, “무관심하다” 61.5%로, 발의 변형, 질병 여부에 대한 앞의 설문 결과에 비해 발에 대한 관심도는 낮은 편임을 알 수 있으나, 맞사지를 받거나 병원에 다녀본 응답자, 즉 발에 대한 적극적인 관리를 하고 있는 직장 남성도 전체의 20%를 넘고 있음을 알 수 있다.

2 기성화 착용 실태

정장용 구두를 착용하는 시간에 대해서는 직장인들의 평균 근무시간인 10시간을 착용하는 응답자간 전체의 31%로 가장 많고, 그 이상 11~14시간, 착용자가 전체의 18%, 5시간 이하는 23%, 6~9시간은 23.5%, 전

혀 착용하지 않는 사람이 5.5%로, 직장남성의 50% 정도는 대부분의 시간 정장용 구두를 착용하고 있음을 알 수 있었다.

직장에서 주로 착용하는 신발에 관한 설문 결과, 정장용 구두가 69.5%, 스포츠화(운동화포함)가 21%, 캐주얼 구두가 18%, 도중에 갈아신는다가 10.5%로 대부분의 직장인은 직장에서도 정장용 구두를 착용하고 있는 것으로 나타났다. 갈아신는 신의 종류에 대해서는 슬리퍼류가 63.5%, 캐주얼구두가 19.3%, 스포츠화(운동화포함) 11.1%, 전혀 안 갈아신는다 6.1%로 나타났다. 갈아신는 이유에 대해 중복응답한 결과, 전체의 55.5%가 통증, 65.5%가 발한, 68%가 냄새, 45%가 편해서라고 응답하였으며, 기타 운동(2.0%), 현장에 나가기 위해 (0.5%)로 나타났다.

갈아신는 신발의 종류에 대한 교차분석 결과, 기성화의 부위별 착용감 항목에서 유의미한 것으로 나타났다. 즉, 직장에서 정장용 구두를 다른 신발로 갈아신지 않는 사람과 캐주얼화로 바꿔신는 사람은 불편한 부위가 없다고 응답한 경우가 가장 많았고, 스포츠화로 갈아신는 사람은 발바닥, 슬리퍼류로 갈아신는 사람은 앞볼과 발바닥이 불편하다고 한 응답자가 가장 많았다. 이상의 결과를 바탕으로 신발 착용시 불편한 부위와 갈아신는 신발의 종류에 대한 분석결과는 〈표 3〉에 제시하였다.

이상의 결과에서 알 수 있는 것 처럼 신발을 안 갈아신는 사람에 비하여 신발을 슬리퍼로 갈아신는 사

〈표 3〉 불편한 부위와 갈아신는 신발의 교차분석 결과

불편한 부위	갈아신는 신발의 종류				χ^2
	안갈아신음	캐주얼	스포츠화	슬리퍼	
앞볼	25	30	1.0	19.0	46.55*
발뒤꿈치	20	30	.5	3.5	
복숭아	25	15	1.0	4.0	
발바닥	1.0	25	30	10.5	
발등	1.0	1.0	.5	4.0	
발가락끝		1.0	20	1.0	
없음	60	55	20	15.5	

*p<.05

람들이 앞볼이나 발바닥의 통증을 더 많이 느끼는 것으로 나타났으며(p<0.05), 상대적으로 신발을 갈아신지 않는 사람은 신발의 불편 정도를 적게 느끼는 것을 알 수 있다. 또한, 일주일에 구두를 갈아신는 빈도에 대한 질문에서는 같은 신발만 계속 신는다가 41.5%, 옷 색깔에 맞춰 신발을 갈아신는다가 22.5%, 색깔에 관계없이 두세 켤레를 번갈아 신는다가 36%로 나타났다.

두터운 밑창을 댄 일명 “키크는 구두”의 착용경험에 대해서는 신어본 적이 있다가 17%, 없다가 80.5%, 보조패드를 사용해보본적이 있다가 1.5%로 나타났다. 신어본 적이 있는 사람들 중 계속 사용여부에 대해 사용하겠다는 55.8%(전체의 9.5%), 나머지는 사용하지 않겠다고 답하였다. 키크는 구두의 장단점에 대한 응답에서 키가 커보인다 10.5%, 정장에 잘어울린다 1.5%, 하체가 길어보인다 0.5%, 땀이 덜찬다 0.5%, 쿠션있어 편하다 0.5%로 나타났다. 단점은 보행시 소리가 난다 0.5, 착용감이 떨어진다 8%, 무겁다 1%, 허리등이 아프다 2%, 피곤하다 1%, 벗은 후 열등감 1%, 잘 벗겨진다 1%, 발이 앞으로 쏠린다 1.5%, 보행하기 거북하다 0.5%, 미끄럽고 균형잡기 힘들다 0.5%였다. 따라서, 단점에도 불구하고 전체 직장남성의 약 10%는 키크는 구두를 착용하고 있으므로 단점을 개선하면 점유율이 높아질 것으로 예상된다.

3. 기성화의 소유 및 구매 실태

현재 소유하고 있는 구두의 수에 대해서는 1~2켤레가 49%, 3~4켤레가 42.5%, 5켤레 이상이 8.5%로 나타났다. 구두구입 빈도에 대한 질문에서는 2년에 1켤레가 16.1%, 1년에 1켤레 54.3%, 6개월에 1켤레 25.6%, 계절마다 2.5%, 5년에 1켤레 1%, 신던 구두 폐기 후 0.5%으로 나타났다. 소유하고 있는 구두의 색상에 대해서는 검은색의 경우 전 응답자의 98%가 소유하고 있는 것으로 나타났으며, 이들 중 1~2켤레 소유자가 68.5%, 3~4켤레가 26.5%, 5켤레이상의 검은 구두를 소유하고 있는 사람이 3%로 나타났다. 갈색구두의 경우, 전체 응답자의 49%가 갈색구두를 소유하고 있으며, 이들 중 45.5%가 1~2켤레, 3%가 3~4켤레, 5켤레이상은 0.5%로 나타났다. 기타 색상에서 회색(1.5%)과 자주

(1%), 남색(0.5%) 구두를 소유한 응답자가 있었으며, 각 소유켤레 수는 1~3켤레로 나타났다.

정장용 구두 구매시 선택 기준은 착용감이 36.5%, 브랜드 14.5%, 가격이 7.5%, 디자인이 52%, 내구성이 3.5%, 광고가 0.5%, 품질이 1%로 우리나라 직장남성들은 디자인을 가장 중요한 구매기준으로 삼고 있음을 알 수 있다. 사이즈 선택시 꼭 맞게 선택한다가 40.5% 조금 큰 사이즈를 선택이 58.5%, 이 때 크게 결정하는 정도는 5mm가 29.5%, 7~8mm가 0.5%, 10mm가 5.5%, 15mm가 0.5%로 나타났다. 발볼너비를 표시하는 문자표시에 대한 인지도에서는 알고 있다가 28%, 확인하고 구입하는가에 대해서는 22%가 그렇다고 하였다. 즉, 대부분의 직장남성은 발볼너비 문자표시에 대해서 모르고 있었으며, 이는 착의시 발볼 부위의 불편에 대한 지적도로 볼 때, 발볼너비에 대한 사이즈 구분이 필요하며 더불어 이에 대한 적극적인 홍보도 필요한 것으로 나타났다.

구두의 구매기준과 업무형태에 대하여 분석한 결과는 <표 4>에 제시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

구매기준과 업무형태와의 교차분석 결과, 주로 앉아서 업무를 수행하거나 걸어나다니면서 업무를 수행하는 경우의 응답자들은 구두 구입시 디자인을 가장 중요시 하며, 그 다음으로 착용감, 브랜드 등을 기준으로 구두를 구입하는 것으로 나타났다. 그러나 주로 서 있는 경우에는 착용감을 우선으로 하는 사람이 좀더 많으나 착용감과 디자인을 가장 먼저 고려하는 것으로 나타났다. 이상의 결과로부터 직장 남성들은 업종에

<표 4> 구매기준과 업무형태의 교차분석 결과

구매기준	업무형태				χ^2
	작업	보행	직립	기타	
착용감	195	55	25	5	73.19***
브랜드	80	20	10		
가 격	30	15	15	25	
디자인	370	85	20		
내구성	15	5	15		
광 고		5			

***p<0.01

관계없이 구두 구입시 착용감보다는 디자인을 더욱 우선 순위로 생각하고 있음을 알 수 있다.

정장용 구두의 맞춤 여부에 대해서는 항상 맞추어 신는다가 05%, 기성화를 구입한다가 91.5%, 맞추거나 구입한다가 7%에 이르는 것으로 나타나 대부분의 직장남성은 기성화를 착용하고 있음을 알 수 있다. 맞춤 구두를 애용하는 경우 그 이유를 복수 응답하게 한 결과, 기성화가 불편하여가 65%, 적당한 사이즈가 없어서가 5%, 품질이나 디자인이 마음에 들지 않아서가 6%로 나타났다.

기성화 구매 장소는 백화점 75%, 대형할인매장이 13%, 고급구두전문점 16%, 일반구두가게 0.5%로 나타났다. 구매 동반자에 대한 문항에서는 혼자 34%, 아내나 여자친구 52%, 동성친구 45%, 아버지 0.5%, 어머니 6%, 여동생 0.5%, 아내 혼자 가서 산다가 1%로 나타났다.

어떤 브랜드의 구두를 선호하는가에 대해서는 국내 브랜드가 전체의 85%, 수입브랜드가 10%, 맞춤구두가 8%, 일반가게구두가 7%로 나타났다. 가격대별로 보면 중가 브랜드가 53.3%, 중고가 브랜드가 38.5%, 고가 브랜드가 8.1%로 나타났다. 이들을 브랜드 별로 살펴보면 금강이 34%, 군이 0.5%, 닥터 마틴 1.5%, 마리오파치오리가 0.5%, 에스콰이어 15.5%, 랜드로바3.5%, 소다 6%, 발리 2.5%, 엘칸토1%, 페라가모1%, 브랑누아1,

탠디 1%, 피아로띠(이탈리) 0.5%, 락포트 0.5%, 프라다 0.5%, 허쉬파피 0.5%, 무크1%, 리베르데 0.5%, 고세 0.5%, 알마니 0.5%, 닥스 0.5%, 영에이지 0.5%, 레노마 1%, 버팔로 0.5%, 주티 0.5%, 리차드 0.5%로 내셔널브랜드가 59.5%, 라이센스 브랜드가 9.5%, 직수입브랜드가 2.9%로 대부분의 직장남성은 내셔널 브랜드를 선호하는 것으로 나타났다. 선호하는 이유로는 착용감이 좋다 26.5%, 구입이 간편하다 1.5%, 튼튼하다 3.5%, 디자인 19.5%, 명성 4.5%, 품질 5%, 가격 1.5%, 질리지 않는다 0.5%, 매장이 가깝다 1%, 브랜드 로알티 1.5%, 제품의 다양성 1%, 컷션이 좋다 0.5%, 안 미끄럽다 0.5%, 고급스럽다 0.5%, 가볍다 1%, 광폭구두가 있다 0.5%등으로 나타나 착용감, 디자인을 가장 우선 순위로 생각하고 있음을 알 수 있다.

4. 기성화에 대한 문제점 조사

기성화의 문제점에 대한 복수응답 결과, 디자인 63.5%, 사이즈의 비다양성 25%, 견고성 28.5%, 소재의 딱딱함 37%, 소재의 지나친 유연성 19.5%, 밑창에 쿠션이 없어 발이 베인다 35%, 길이에 비해 볼이 좁다 39.5%, 길이에 비해 볼이 너무 넓다 5%, 품질에 비해 비싸다 1.5%로 나타나 가장 중요한 구매기준인 디자

<표 5> 기성화의 문제점과 브랜드 유형 및 출퇴근 유형의 교차분석 결과

문제점	브랜드 유형				χ^2	출퇴근 유형				χ^2
	내셔널 브랜드	영 세 브랜드	맞춤 구두	수 입 브랜드		승용차	버스 지하철	보행	기타	
없 음	155	15	10	20	45.78*	95	106			71.91***
디자인	325	20	5	55		196	196	15		
사이즈	60					10	50			
견고성	45	5	10	5		20	40			
소재의 딱딱함	75	10				10	65	5	5	
소재의 유연함	5	10				10	5			
밑 창	65		5			30	40			
볼 좁음	60	10	5	10		15	70			
볼 넓음	5							5		
가 격	10						10			

*p<.05 ***p<.001

〈표 6〉 기성화의 문제점과 구매주기의 교차분석 결과

문제점	구매 주기					χ^2
	1컬레/2년	1컬레/1년	6개월/1컬레	계절마다	1컬레/5년	
없 음	30	122	46			125.39***
디자인	6.1	228	102	1.5		
사이즈	1.5	1.5	25	.5		
견고성	1.0	20	30	.5		
소재의 딱딱함	2.5	5.1	1.0			
소재의 유연함		1.0	.5			
밑창	1.5	36	20			
볼 좁음	.5	56	1.5		.5	
볼 넓음					.5	
고가(高價)		1.0				

***p<.001

인이 소비자 측면에서 만족되지 못하고 있음을 알 수 있다. 우리나라 기성화의 문제점에 대해, 국산 기성화, 수입기성화, 국산 일반 신발가게 구두를 사용하는 사람들이 디자인을 가장 큰 문제점으로 지적한 것에 비해, 맞춤구두를 구입하는 사람들은 견고성을 가장 큰 문제점으로 지적하였다. 수입기성화와 맞춤 구두에 비해, 국산 기성화는 내셔널 브랜드, 시장용 영세브랜드 모두 소재에 대한 문제점이 지적되었다. 기성화의 문제점에 따른 브랜드 유형 및 출퇴근 유형과의 관계를 살펴본 결과는 〈표 5〉에 제시하였다.

브랜드 유형에 따른 기성화의 문제점을 분석한 결과, 내셔널 브랜드에서 가장 많은 문제로 부각된 것은 디자인으로 기성화의 다양한 디자인 개발이 요구되고 있으며 그 외, 사이즈, 소재, 볼너비 등을 문제점으로 지적하였다. 그러므로 우리나라의 내셔널 브랜드는 좀 더 다양한 디자인 개발과 함께 사이즈의 다양성이 요구되고 있으며 같은 사이즈라 하더라도 볼너비나 발 등높이에 따른 차등 등급을 부여하여 신발의 다양한 사이즈 스펙이 요구된다.

출퇴근유형에 따라 기성화의 문제점을 어떻게 인식하고 있는지 살펴본 결과, 버스나 지하철을 이용하는 응답자의 경우, 승합차나 택시를 이용하는 응답자보다 사이즈, 견고성, 소재의 딱딱함, 길이에 비한 볼너비의 좁음등에 대해서 2~5배정도 더 문제점을 지적하고

있음을 알 수 있었다.

구매주기를 기성화에 대한 문제점별로 교차분석한 결과(표 6), 사이즈가 다양하지 못하다 또는 견고하지 못하다고 지적한 사람들은 6개월에 1컬레를 구입하는 경향이 강했고, 나머지 문제점을 지적한 사람들은 대부분 1년에 1컬레를 구입하는 것으로 나타났다. 따라서, 사이즈와 구두의 견고성이 구매주기를 단축시키는 요인임을 알 수 있다.

5. 기성화에 대한 착용감 조사

기성화의 착용감에 대한 문항에서 앞볼이 조인다가 30%, 발뒤꿈치가 불편하다가 10%, 복숭아뼈 부분이 불편하다가 10.5%, 발바닥이 불편하다가 17%, 발등이 불편하다가 6.5%, 발가락끝이 아프다가 4%, 불편한 점 없다가 24%로 나타나 앞볼 부위가 착용감에 가장 많은 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 불편한 부위와 갈아신는 신의 종류에 대한 교차분석 결과(표 7), 슬리퍼로 갈아신는 사람들 중에는 앞볼 부위, 스포츠화는 발바닥 불편한 부위의 통증을 호소하는 사람이 가장 많았다.

또한, 갈아신는 이유에 대해 교차분석을 실시한 결과(p=.035), 통증 때문에 갈아신는 사람들은 발볼, 발바닥이 불편하다고 하였으며, 땀이 나서 갈아신는다고

<표 7> 불편한 부위와 갈아신는 신의 종류 및 이유의 교차분석 결과

불편한 부위	갈아신는 신의 종류					χ^2	갈아신는 이유					χ^2
	안갈아신음	캐주얼	스포츠화	슬리퍼			발이아파서	땀나서	발냄새	편해서	기타	
앞볼	25	30	1.0	190	4655*	6.1	12.7	6.7	.6	.6	60.02*	
발뒤꿈치	20	30	.5	35		.6	36	30	.6	1.2		
복숭아	25	15	1.0	40		24	24	36				
발바닥	1.0	25	30	105		48	7.3	48	.6	.6		
발등	1.0	1.0	.5	40		.6		36	.6	.6		
발가락끝		1.0	20	1.0		1.8	1.8	12				
없음	45	55	20	155		24	9.7	19	12			

*p<.05

한 사람들은 앞볼이 조인다고 하였고, 통풍이 잘 되지 않아서 갈아신는 사람들은 불편한 부위는 없다고 한 사람들이 가장 많았다.

또한 불편한 부위와 발볼너비의 교차분석을 해 본 결과, p=.004로 유의수준 p=.005에서 발볼너비에 따라 불편한 부위에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 발볼너비가 넓은 사람은 다른 부위보다 발앞볼이 조인다고 한 데 비해, 발볼너비가 좁거나 보통인 사람은 불편한 부위가 없다는 응답의 비율이 가장 높았다. 불편한 부위와 발등두께의 교차분석(표 8)에서도 발볼너비에 대한 분석과 비슷한 결과가 나타나, p=.030으로 유의수준 p=.05에서 발등두께에 따라 불편한 부위에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 발등높이가 보통이

거나 얇은 사람은 불편한 부위가 없다는 응답의 비율이 가장 높는데 비해, 발등높이가 두터운 사람은 다른 부위보다 발앞볼이 조인다고 응답하였다. 부위별로 보면, 앞볼, 발등, 발가락끝 부위의 불편함은 발등이 두터운 사람들이 가장 많이 지적한 반면, 발꿈치, 복사뼈, 발바닥의 불편함은 발등두께가 보통인 사람들이 가장 많이 느끼는 것으로 나타났다. 발볼이 넓거나 발등이 두꺼운 경우, 공통적으로 발볼부위에 대한 불편함이 가장 많이 지적되었음을 알 수 있다.

발의 불편한 부위와 발에 대한 관심도에 대한 교차분석결과(표 8), 발볼이 불편한 사람은 맛사지를 받거나 형태 변형, 질병으로 인해 병원에 다닌 경험이 많은 것으로 나타났으며, 발바닥이 불편한 사람도 비슷

<표 8> 불편한 부위와 발볼너비·발등높이·발에 대한 관심도의 교차분석 결과

불편한 부위	발볼너비				발등높이				발에 대한 관심도					
	좁다	넓다	보통	χ^2	두텁다	얇다	보통	χ^2	맛사지	질병으로 인한통원 치료	변형으로 인한 통원치료	질병, 변형으로 고민	무관심	χ^2
앞볼	45	115	130	31.71***	50	60	181	34.72*	45	.5	.5	40	156	50.23*
발뒤꿈치	25	185	45		116	35	95		.5		.5	25	55	
복숭아	20	20	50		15	25	50		1.5			.5	7.0	
발바닥	25	35	30		20	1.0	55		4.5	20	.5	20	7.0	
발등	30	75	65		5.5	30	85			1.0		20	30	
발가락끝	1.5	40	1.0		3.5	.5	25		.5	1.0		1.0	1.5	
없음	.5	30	.5		3.0		1.0		4.5	1.5		.5	22.1	

*p<.05

한 경향을 보이거나 차이점은 질병으로 병원에 다닌 경험이 훨씬 많으며, 불편한 부위가 없는 사람들이 발에 대한 관심도도 가장 낮은 것으로 나타났다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 우리나라의 직장 남성을 대상으로 기성화의 착용실태를 조사 것으로 기성화의 문제점을 제시하고 이에 대한 해결방안을 모색하고자 하였으며 구체적인 결과는 다음과 같다.

1. 발의 형태적 분석 결과, 한국 직장 남성들은 자신의 발이 발볼이 넓고, 발등높이는 보통이며, 평발이 아닌 것으로 인식하고 있으며, 신발 사이즈는 260~265mm로 전체의 50%정도를 차지하고 있음을 알 수 있다. 신발로 인한 발의 형태 변형 부위에 대해서는 새끼발가락, 엄지발가락, 발꿈치, 발등뼈, 복숭아뼈의 순으로 나타나, 남성들 구두 제작시에도 발볼너비 부분의 세심한 설계가 요구된다 하겠다. 발의 변형부위에 대해 교차분석을 실시한 결과, 발등높이가 유의한 변수로 나타나 구두제작시 발길이 뿐 아니라 발등높이에 대한 고려도 필요함을 알 수 있다. 그러므로 신발의 사이즈는 단순히 길이만의 표시로는 제 기능을 할 수 없으며 발의 길이 사이즈와 함께 볼의 너비, 발등의 높이 등도 몇 개의 단계로 나누어 표시한다면 더욱 효과적이라 할 수 있다.
2. 기성화 착용 실태 조사 결과, 정장용 구두를 착용하는 시간은 평균 근무시간인 10시간이나 그 이상을 착용하는 응답자가 가장 많고(49%), 직장에서 착용하는 신발류로는 정장용 구두가 가장 많은 것으로 나타났다(69.5%). 갈아신는 신의 종류에 대해서는 슬리퍼류가 가장 많았으며(63.5%), 갈아신는 이유로는 통증(65.5%)이 가장 많았다. 낮은 인지도와 여러 가지 단점에도 불구하고 전체 직장남성의 약 10%는 키크는 구두를 착용하고 있으므로 단점을 개선하면 점유율이 높아질 것으로 예상된다.
3. 기성화의 소유 및 구매 실태 분석 결과, 소유하고 있는 구두의 수 1~2켤레(49%)가 가장 많고, 기성화 구입 빈도에 대한 질문에서는 1년에 1켤레가 가장

많으며(54.3%), 정장용 구두 구매시 선택 기준은 디자인, 착용감, 브랜드, 가격, 내구성의 순으로 나타나 우리나라 직장남성들은 디자인을 가장 중요한 구매 기준으로 삼고 있음을 알 수 있다. 발볼너비를 표시하는 문자표시에 대한 인지도는 28%로 착의시 발볼 부위의 불편에 대한 지적도로 볼 때, 발볼너비에 대한 사이즈 구분이 필요하며 더불어 이에 대한 홍보도 필요함을 알 수 있다.

4. 브랜드 선호를 보면, 국내브랜드 85%, 수입브랜드 10%, 맞춤구두 8%, 일반가게구두 7%로 나타내며, 가격대별로는 중가 브랜드 53.3%, 중고가 브랜드 38.5%, 고가 브랜드가 8.1%로 나타났다. 선호하는 이유로는 착용감, 디자인, 브랜드 명성, 내구성 등의 순으로 나타나 구매기준과는 다소 다른 경향을 나타내는데, 이는 소비자가 원하는 디자인의 수준에 기성화가 따라가지 못하기 때문으로 분석할 수 있다.
5. 기성화에 대한 문제점에 대한 복수응답 결과, 디자인, 착용감(볼너비, 바닥 쿠션), 소재, 내구성, 사이즈 등의 순으로 지적되어 가장 중요한 구매기준인 디자인이 소비자 측면에서 만족되지 못하고 있음을 알 수 있다. 특히, 수입기성화와 맞춤 구두에 비해, 국산 기성화는 내셔널 브랜드, 시장용 영세브랜드 모두 소재에 대한 문제점이 지적되었다. 그러므로 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 구두 소재의 다양한 가공 및 개발이 요구된다고 할 수 있다.
6. 구매주기를 기성화에 대한 문제점으로 교차분석한 결과, 사이즈가 다양하지 못하다 또는 견고하지 못하다고 지적한 사람들은 6개월에 1켤레를 구입하는 경향이 강했고, 나머지 문제점을 지적한 사람들은 대부분 1년에 1켤레를 구입하는 것으로 나타나, 사이즈와 구두의 견고성이 구매주기를 단축시키는 요인임을 알 수 있다.
7. 기성화에 대한 착용감 조사결과, 76%가 불편한 부위를 지적하였으며, 불편한 부위로 발볼, 발바닥, 복숭아뼈, 발뒤꿈치, 발등, 발가락끝의 순으로 나타났다. 불편한 부위와 발볼너비의 교차분석 결과, 발볼너비, 발등높이에 따라 불편한 부위에 차이가 있는 것으로 나타나 발이 넓거나 발등이 높은 사람은 공통적으로 발볼부위의 불편함을 지적하였다.

이상은 서울지역 직장남성을 대상으로 설문 조사한 결과로, 확대 해석함에 있어 신중을 기하여야 하며 신발의 사이즈 스펙 개발을 위해서는 발의 계측 및 유형 분석도 함께 이루어져야 하므로 이에 대해서 계속 연구되어야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 한국공업표준협회(1986), 한국공업규격 KS G 3405 구두용 구두골.
- 2) Mochimaru, M. and Kouchi, M.(1997), "Automatic calculation of the medial axis of foot outline", *Ergonomics*, 38(9), pp. 1911~1920.
- 3) 한상덕(1995), 한국생활문화 100년, 도서출판 장원, pp. 268-277.
- 4) 신선우·함옥상(1999), 20대 성인 남녀 발의 형태분류와 유형별 특성 분석, *복식문화연구*, 7(1), pp. 38-51
- 5) 박수찬·임현균·최경주·박세진(2000), 한국 성인 발 형태의 남녀, 좌우 비교, *대한인간공학회*, 2000년 추계학술대회발표 요지, p. 16
- 6) 허지혜·천종숙(2000), 군집분석을 이용한 청년기 남성의 발 형태 연구, *대한인간공학회 2000년 추계학술대회발표 요지*, p. 31
- 7) 김효은·함옥상(1983), 신발의 기능성에 관한 연구(제1보), *계명과학논집*, 제 9집, pp. 1-12.
- 8) 김효은(1986a), 발의 계측과 성인여자구두의 기본치수에 관한 연구, *대한가정학회지*, 24(3), pp. 43-50.
- 9) 김효은(1986b), 구두의 굽 높이가 발의 쾌적감에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 10(2), pp. 21-28.
- 10) 여혜린(1994), 성인여자구두의 적합성에 관한 연구, 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 11) 천종숙·최선희(1997), 세장도와 구두치수에 따른 남성의 발치수 비교, *대한인간공학회지*, 16(2), pp. 61-71.
- 12) 최선희(1998), 한국 성인 여성의 발 형태와 구두 착용 실태에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 13) www.digitalshoe.co.kr/digishoe/data.htm