

乳兒服브랜드의 內衣 패턴 사이즈 調査 研究*

金 珍* · 孫喜順

淑明女子大學校 生活科學部 衣類學專攻

A Study on the Pattern Sizes among Toddlers' Brands*

Kim, Jin* and Sohn, Hee-Soon

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

Abstract

In order to compare the sizes of infants' brands, the apparel size #70 and #80, #90 were surveyed, while upper body lengths, bust circumferences and waists, hip circumferences, shoulder length, sleeve length, neck circumferences of infants' underwears were examined. As a result, it was found that upper body lengths, chest circumferences and lower body lengths of infants' underwears differed more or by 2.0~3.0cm among brands than other sizes. In case of underwear size #70, the average upper body length was 32.8cm; the upper body size of "c" brand was longest or 33.5cm, while that of "e" brand was shortest or 32.0cm. In case of size #80, the average upper body length was 36.0cm; the upper body size of "a" brand was longest or 37.0cm, while that of "e" brand was shortest of 35.0cm.

Such findings may be attributable to the fact that the main customers of "a" and "b" brands whose pattern sizes are larger are middle or lower class people who tend to buy larger infants' apparels than their children's actual body sizes. In contrast, "e" brand seems to target the upper class who prefers the apparels almost fitting their children's actual body sizes.

Key words: Pattern(패턴), Size(사이즈), Toddlers' Apparel Brand(유아복 브랜드)

I. 서론

의복은 신체의 생리현상을 잘 조절하고 인체의 다양한 활동에 도움을 주는 기능적인 것이며 유해한 환경 요인에 대하여 의복이 신체를 보호할 때 인간은 의복에 대한 만족감과 쾌적함을 느낀다. 특히 유아기는 인간개체에 있어서 성장 발달이 가장 왕성한 시기이고 유아복은 기성복에 대한 의존도가 성인의 의복보다 높기 때문에 신체 적합도가 높으며 형태와 치수가 적합한 유아복 생산이 최우선 과제라 할 수 있다.

대량생산에 의한 기성복이 보편화된 오늘날 불특정 다수의 소비자의 체형에 적합한 의복을 생산하기 위해서는 정확한 인체계측과 체형파악, 그리고 피복 인간공학적 측면에서의 배려가 필요하다. 의복을 착용하였을 때 만족스러움과 쾌적함을 느낄 수 있으려면 의복이 인체의 다양한 활동에 지장을 주지 않아야 한다.

또한 최근에는 삶의 질 향상, 식생활의 서구화 현상 등으로 산모의 영양상태가 좋아지고 있으며 이에 따른 신생아 및 유아의 발육 역시 과거에 비해 매우 우수해졌으므로 유아복 제작 시에도 이 점을 고려해야 한다.

* 본 연구는 숙명여자대학교 2003년도 교내연구비 지원에 의해 수행되었음.

여성복, 남성복, 아동복의 경우 다양한 연구에 의해 치수규격이나 원형에 대해 제시되어진 자료가 많은 반면 유아복의 경우 단지 성인 의복의 축소형태로만 인지하고 있어서 유아복의 치수 규격이나 원형의 연구가 아직도 미비한 점이 많다. 또한 현재 유아복 시장의 경우 각 업체마다 자체적으로 규격을 설정하여 유아복 패턴을 일률적인 제작방식이 아닌 경험적으로 분류하여 제작하고 있기 때문에 업체간 공통성이 적고 객관성이 낮아 소비자의 입장에서는 판매자의 조언이나 눈짐작으로 치수를 선택하여 유아복을 구입하고 있는 실정이다.

또한 유아복의 경우, 의복 패턴 구성 시 연령에 따른 체형의 특징을 충분히 고려하지 못하고 있는 실정이다. 또한 유아복 브랜드의 경우 통일된 원형으로 패턴을 구성하는 경우는 매우 적었으며, 각각 유아복 디자인에 따른 패턴을 새롭게 구성하는 방식으로 유아복 패턴을 제작하고 있는 것으로 나타났다. 국내 유아복 시장의 소비 형태에 부응하기 위해서는 유아복 브랜드의 의복 형태 적합성에 따른 의복 패턴 개발이 절실히 필요하다.

국내 유아복 생산은 국내 생산 기반의 모순점들이 도출되면서 부진을 면치 못하고 있는 실정이다. 또한 기능 인력의 부족현상과 인건비의 급상승 생산기반의 취약성과 생산성 저하, 유통 시장 개방에 따른 해외 브랜드의 무차별 공략, 소비자의 외국제품 선호 등이 복합적으로 맞물린 현실에 이르렀다. 이처럼 유아복 제품 소비가 점차적으로 양극화 현상이 두드러지게 나타나며 점차적으로 가격경쟁체제가 품질경쟁체제로 바뀌고 있어 제품을 차별화, 고급화하고자 하는 전략이 각 업체들의 모토가 되고 있다. 소비자의 다양한 스타일 요구와 품질경쟁체제에 돌입하기 위해서는 유통의 다각화 및 제품 차별화, 우리나라 유아의 신체에 적합한 유아복 표준 치수설정 및 패턴 개발에 관한 연구가 절실히 필요하다.

유아복을 생산하는 업체에서는 어머니들의 유아복 구입 경향이 유아의 월령에 비해 큰 치수를 구입하기 때문에 의복에 표시된 신체치수와 실제 구입치수가 일치하지 않다는 사실을 지적함에 따라 유아복의 치수규격 설정 및 유아복 브랜드마다 통일된 원형 설계에 대

한 해결 방안이 마련되어야 한다.

이에 본 연구에서는 의복 원형 설계를 위한 기초 자료로 표준 치수 설정을 위한 선행 연구 및 문헌 자료를 중심으로 의류치수규격 및 유아복 패턴에 대해 고찰하고, 국내 유아복을 전문으로 생산하는 국내 유아복 브랜드를 대상으로 현재 사용하고 있는 유아복의 내의 패턴을 조사 분석하여 유아복 제작상의 문제점을 파악하여 합리적인 유아복 내의를 패턴의 설계를 위한 기초 자료를 제시하고자 한다.

II. 연구방법 및 절차

본 조사는 국내 유아복브랜드를 대상으로 유아복 내의 패턴을 조사 연구함으로써 유아 생산 유통의 다각화 및 제품 차별화를 통해 유아복 생산의 합리화 방안을 모색하고, 유아복 내의 패턴 치수를 실증적으로 조사 연구 하고자 한다.

1. 조사대상 및 방법

1) 조사대상

본 조사 대상은 국내 유아복브랜드의 패턴실 및 패턴사를 대상으로 현재 우리 나라 유아에 맞는 유아복 브랜드의 내의 패턴 사용 현황을 조사 하고자, 0세에서 만2세의 유아복을 생산하는 유아복 브랜드를 대상으로 조사한 결과, 연 매출액이 200억 이상의 유아복 브랜드를 선정하여 그 중 통계처리 가능한 5개 브랜드를 표본으로 연구하였다.

2) 조사방법

국내 유아복브랜드의 패턴실장과 면담을 실시하여 예비조사를 한 후, 미비점을 보완하여 본 조사를 실시하였다. 자료 수집 방법은 직접면접법을 통한 설문지 방법으로 하였으며, 기본 내의 패턴에 관한 설문 중 부합하거나 불완전한 응답지를 제외한 5개 브랜드의 설문지가 자료 처리하는데 이용되었다.

2. 조사내용

본 연구에서 사용한 설문지는 유아복 브랜드 패턴실의 내의 패턴 사용 실태를 조사하기 위한 것으로 유아복 브랜드의 패턴실장과의 면담결과와 참고자료를 이용하여 패턴실의 일반적인 사항과 유아복 내의 패턴의 제작 실태 및 현재 사용하고 있는 내의 패턴 중 라운드 목둘레와 앞트임, 손목은 밴드로 처리되어 제작된 기본 내의 패턴을 수거 패턴의 부위별 사이즈에 대하여 조사하였다.

3. 자료처리 및 분석방법

본 연구의 설문자료는 SPSS(Statistical Package for Social Science) 10.0을 이용하여 통계 처리하였으며, 이에 따른 유아복 내의 패턴 부위별 평균·중앙값·최빈치를 구하였고, 무응답은 Missing Value로 처리하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 유아복브랜드의 일반적인 현황

국내 유아복브랜드의 현황을 파악하기 위해 조사대상 브랜드의 일반적인 배경을 조사한 결과는 다음과 같다.

본 연구의 조사대상브랜드로 선정한 국내 5개 유아복 브랜드의 일반적인 배경을 살펴본 결과, 브랜드 출범연도는 90년대 이전에 출범한 브랜드는 2개 브랜드이며, 90년대 이후에는 3개 브랜드로 조사되었다. 연간 매출 규모는 400억원 이상이 3개 브랜드, 400억

〈표 1〉 유아복브랜드의 일반적 배경

구분\브랜드명	A	B	C	D	E
출범연도	1990년	1997년	1998년	1984년	1981년
연간매출규모	600억	300억	200억	400억	600억
브랜드형태	NB	LB	NB	NB	NB

* NB: National Brand LB: Lisence Brand

원 미만-200억원 이상은 2개 브랜드로 조사되었다. B사의 경우 외국 본사와의 라이선스 계약을 체결한 결과이며, 4개의 조사대상브랜드는 내셔널 브랜드 형태로 출범한 것으로 조사되었다. 즉 본 연구의 조사대상 브랜드는 대체로 90년대 이후 내셔널 브랜드 형태로 출범한 것으로 조사되었다.

2. 유아복의 치수 분류표(99년 한국산업규격)

〈표 2〉 유아복 치수 분류표 참고

3. 유아복브랜드 70호의 내의 패턴 사이즈

본 연구의 경우 유아 연령은 0세에서 만2세까지 규정하였으며, 본 연구의 유아복 브랜드의 제품호수는 유아의 신장을 기준으로 호수를 설정하고 있는 한국의 류규격(KS)과 동일한 방법으로 호수를 사용하고 있는 것으로 조사되었다. 이에 유아복 브랜드의 70호의 내의 패턴 사이즈를 조사 분석한 결과는 다음과 같다.

본 연구 조사대상브랜드의 70호 내의 패턴 사이즈를 조사한 결과〈표 3〉, 상의길이의 평균 사이즈는 32.8cm이며, 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 33.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 E사 32.0cm로 조사되었다. 가슴둘레의 경우 평균 사이즈는 51.7cm이며 가장 큰 패턴사이즈는 C사로 52.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사, D사 51.0cm로 나타났다. 허리둘레는 평균 사이즈는 36.5cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 D사 38.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 34.0cm로 다른 부위에 비해 브랜드별 편차가 가장 큰 것으로 조사되었다. 엉덩이둘레는 평균 사이즈는 55.2cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A, E사 56.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 54.0cm로 나타났다. 화장은 평균 사이즈는 33.4cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 34.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B, D사 34.0cm로 조사되었다. 하의길이의 평균 사이즈는 41.3cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A사, B사 42.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 E사 40.0cm로 조사되었다.

<표 2> 유아복의 치수 분류표

(단위 : cm)

호 칭	70	75	80	85	90	95	100
키	70	75	80	85	90	95	100
몸무게(kg)	8.8	10.2	11.4	12.4	13.9	14.9	16.4
월령(개월)	9M	12M	18M	24M	30M	36M	3세
가슴둘레	46.1	47.8	48.8	49.7	50.8	51.8	53.0
허리둘레	45.4	46.9	47.2	47.2	48.4	48.5	49.1
배둘레	46.5	48.1	48.4	48.5	49.6	49.8	51.3
엉덩이둘레	48.0	49.9	49.6	50.1	51.6	52.6	54.3
진동둘레	19.6	20.0	20.8	21.4	22.0	22.1	22.9
손목둘레	10.9	11.1	11.1	11.3	11.4	11.4	11.5
앞품	17.0	17.4	18.2	19.0	19.3	19.7	20.3
뒤품	18.0	19.4	20.1	20.4	21.4	22.6	23.6
등길이	18.6	20.6	21.6	22.6	23.4	24.6	24.7
앞중심길이	17.3	19.0	19.6	21.0	21.6	22.6	22.7
말위 앞뒤길이	40.8	40.9	40.9	40.5	40.6	40.4	41.9
팔길이	22.2	24.3	26.0	27.4	28.7	30.3	31.8
허리높이	36.6	40.4	44.2	46.7	50.4	54.1	58.4

<표 3> 유아복브랜드 70호 내의 패턴 사이즈

(단위 : cm)

구 분	브랜드명	A	B	C	D	E	전 체		
							평균	중앙값	최빈치
상의길이		33.0	33.0	33.5	32.5	32.0	32.8	33.0	32.0
가슴둘레		52.0	51.0	52.5	51.0	52.0	51.7	52.0	51.0
허리둘레		38.0	34.0	34.5	38.5	37.5	36.5	37.5	34.0
엉덩이둘레		56.0	54.0	55.5	54.5	56.0	55.2	55.5	54.0
어깨길이		21.5	20.0	22.0	21.5	22.0	21.4	21.5	20.0
소매길이		23.0	23.0	24.0	23.5	24.0	23.5	23.5	23.0
화장		33.5	33.0	34.0	33.0	33.5	33.4	33.5	33.0
옆목		8.5	9.0	8.5	9.0	9.0	8.8	9.0	8.5
앞목		4.2	4.5	4.2	4.8	5.2	4.6	4.5	4.2
하의길이		42.0	42.0	41.0	41.5	40.0	41.3	41.5	40.0
앞말위길이		21.5	21.0	21.5	21.0	22.0	21.4	21.5	21.0

4. 유아복브랜드 80호의 내의 패턴 사이즈

본 연구의 조사대상 브랜드의 80호 내의 패턴 사이즈를 조사 분석한 결과(표 4), 상의길이의 평균 사이

즈는 36.0cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A사의 37.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 E사의 35.0cm로 평균 사이즈보다는 1cm 작은 사이즈를 나타내며, 중앙값보다는 1.5cm작은 패턴 사이즈로 조사되었다.

<표 4> 유아복브랜드 80호 내의 패턴 사이즈

(단위 : cm)

구 분	브랜드명	A	B	C	D	E	전 체		
							평 균	중 앙값	최 빈치
상의길이		37.0	36.0	36.5	35.5	35.0	36.0	36.5	35.0
가슴둘레		56.0	55.5	56.5	56.0	55.0	55.8	56.0	55.0
허리둘레		40.0	39.0	39.5	40.0	40.0	39.7	39.5	39.0
엉덩이둘레		60.0	60.5	61.0	58.0	58.5	59.6	59.5	58.0
어깨길이		23.5	24.0	22.0	22.0	22.5	22.8	22.5	22.0
소매길이		27.0	27.5	27.0	26.0	26.5	26.8	26.5	26.0
화장		38.0	38.5	38.5	38.0	39.0	38.4	39.5	38.0
옆목		9.0	9.3	9.0	9.2	9.3	9.2	9.2	9.0
앞목		4.8	5.0	4.8	4.9	5.2	4.9	4.9	4.8
하의길이		48.0	47.0	47.5	48.5	45.0	47.2	47.5	45.0
앞밑위길이		22.5	22.0	22.5	22.5	22.0	22.1	22.0	22.0

가슴둘레의 평균 사이즈는 55.8cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A, D사의 56.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 E사의 55.0cm로 평균 사이즈보다는 0.8cm 작은 사이즈로 조사되었다. 허리둘레의 평균 사이즈는 39.7cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A, D, E사의 40.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 B사의 39.0cm로 나타났다. 엉덩이 둘레의 평균 사이즈는 59.0cm이

며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사의 61.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 D사의 58.0cm로 평균 사이즈보다는 1cm 작은 사이즈를 나타내며, 중앙값보다는 1.5cm 작은 패턴 사이즈로 조사되었다. 70호 내의 패턴 사이즈의 경우 허리둘레 부위에서 브랜드간 편차가 가장 큰 반면에 80호의 경우 상의길이에서 업체간 패턴 사이즈 편차가 가장 큰 것으로 조사 분석 되었다.

<표 5> 유아복브랜드 90호 내의 패턴 사이즈

(단위 : cm)

구 분	브랜드명	A	B	C	D	E	전 체		
							평 균	중 앙값	최 빈치
상의길이		40.0	39.5	41.0	40.0	39.0	39.9	39.5	39.0
가슴둘레		58.5	57.0	59.0	58.5	58.0	58.2	58.5	57.0
허리둘레		40.0	39.0	39.5	40.0	40.0	39.7	39.5	39.0
엉덩이둘레		60.0	61.5	61.0	58.0	58.5	59.8	58.5	58.0
어깨길이		23.5	24.0	23.0	23.0	23.5	23.4	23.5	23.0
소매길이		29.0	29.5	29.5	29.0	28.5	29.1	29.0	28.5
화장		40.5	40.0	41.0	40.5	42.0	40.8	40.5	40.0
옆목		9.5	9.6	9.7	9.5	9.6	9.6	9.6	9.5
앞목		5.1	5.5	5.9	5.1	5.2	5.4	5.5	5.1
하의길이		51.0	51.0	52.0	51.5	50.0	51.1	51.5	50.0
앞밑위길이		23.0	22.5	23.0	23.0	22.5	22.8	23.0	22.5

5. 유아복브랜드 90호의 내의 패턴 사이즈

본 연구의 조사대상 브랜드의 90호 내의 패턴 사이즈를 조사 분석한 결과(표 5), 상의길이의 평균 사이즈는 39.9cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사의 41.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 E사의 39.0cm로 나타났다. 가슴둘레의 경우 평균 사이즈는 58.2cm이며, 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 59.0cm, 가장 작은 사이즈는 B사 57.0cm로 나타났다. 허리둘레의 경우 평균 사이즈는 39.7cm이며, 가장 큰 패턴 사이즈는 A, D, E사 40.0cm, 가장 작은 사이즈는 B사 39.0cm로 나타났다. 엉덩이 둘레의 경우 평균 사이즈는 59.8cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 B사의 61.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 D사의 58.0cm 조사되었다. 화장의 경우 평균 사이즈는 40.8cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 E사의 42.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사의 40.0cm 조사되었다. 각각 브랜드별 패턴 편차가 가장 작은 항목으로는 옆목과 앞목이며 각각의 평균 사이즈는 9.6cm, 5.4cm로 조사되었다. 브랜드별 항목별 패턴 사이즈 편차는 크게는 2.0cm이며 작게는 0.8cm로 조사되었다.

브랜드별 패턴 사이즈 편차를 살펴본 결과 A사, B사의 경우 다른 유아복 브랜드에 비해 내의 패턴 치수가 크게 나타나는 것은 그 브랜드를 선호하는 고객이 종류층이며, 그 브랜드의 고객은 실제 유아의 신체사이즈보다 한 사이즈 크게 유아복을 구입하는 것으로 조사되었다.

IV. 결론

본 연구 조사대상 유아복 브랜드의 내의류 패턴 사이즈는 70호 80호 90호에 대해 조사되었으며 내의류의 패턴 항목은 상의길이, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레, 어깨길이, 소매길이, 화장, 앞목, 옆목, 하의길이, 앞밑위길이에 대해 조사되었다.

조사대상 유아복브랜드의 내의류의 패턴 사이즈를 비교 분석한 결과, 상의길이, 가슴둘레, 하의길이의 패턴 사이즈에서 브랜드별 패턴 사이즈 편차가 가장 큰

것으로 나타났다.

내의 패턴 사이즈 70호의 경우, 상의길이의 평균 사이즈는 32.8cm이며, 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 33.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 E사 32.0cm로 조사되었다. 가슴둘레의 경우 평균 사이즈는 51.7cm이며 가장 큰 패턴사이즈는 C사로 52.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사, D사 51.0cm로 나타났다. 허리둘레는 평균 사이즈는 36.5cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 D사 38.5cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 34.0cm로 다른 부위에 비해 브랜드별 편차가 가장 큰 것으로 조사되었다. 엉덩이둘레는 평균 사이즈는 55.2cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A, E사 56.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 54.0cm로 나타났다.

내의 패턴 사이즈 80호의 경우, 상의길이의 평균 사이즈는 36.0cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A사의 37.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 E사의 35.0cm로 평균 사이즈보다는 1cm 작은 사이즈를 나타내며, 중앙값보다는 1.5cm작은 패턴 사이즈로 조사되었다. 허리둘레의 평균 사이즈는 39.7cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 A사, D사, E사 40.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 39.0cm로 조사되었다. 엉덩이둘레의 평균 사이즈는 59.6cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 61.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 D사 58.0cm로 나타났다. 각각 다른 제품 호수의 경우 허리둘레의 브랜드별 편차가 가장 큰 반면 80호의 경우 엉덩이 둘레의 브랜드별 편차가 가장 큰 것으로 조사 분석 되었다.

내의 패턴 사이즈 90호의 경우, 가슴둘레의 평균 사이즈는 58.2cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사 59.0cm이며 가장 작은 패턴 사이즈는 B사 57.0cm로 나타났다. 하의 길이의 경우 평균 사이즈는 51.1cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 C사의 52.0cm이며 가장 작은 사이즈는 E사 50.0cm로 조사되었다. 화장의 경우 평균 사이즈는 40.8cm이며 가장 큰 패턴 사이즈는 E사의 42.0cm이며, 가장 작은 패턴 사이즈는 B사의 40.0cm 조사되었다.

제품 호수별 브랜드별 패턴 사이즈를 비교 분석한 결과 A사 B사의 경우 다른 유아복 브랜드에 비해 내

의 패턴 사이즈가 항목별로 크게 나타나는 것은 각 브랜드별 타깃 소비자층이 중 상류층이며, 또한 그 브랜드를 선호하는 고객이 실제 유아의 신체 사이즈보다는 한 사이즈 크게 유아복을 구입하는 것으로 나타났으며, E사의 경우 타깃 소비자층이 명품을 선호하는 상류층이며 이러한 상류층의 경우 실제 유아의 신체 사이즈에 여유량이 많이 들어가지 않은 의복을 선호 하는 것으로 조사되었다.

본 연구 결과 의류치수규격 및 유아복 내의 패턴에 대해 고찰, 국내 유아복을 전문으로 생산하는 국내 유아복 브랜드를 대상으로 현재 사용하고 있는 유아복의 내의 패턴을 조사 분석하여 내의 패턴 사이즈의 평균 및 편차를 제시함으로써 합리적인 유아복 내의를 패턴의 설계를 위한 기초 자료가 될 것으로 사료된다.

참고문헌

1. Katherine H. Read, Clothing help Build Personality, 1950.
2. H. M. Tomas & M. N. Edmonds, A Minimum College Wardrobe for a Freshman, Journal of Home Economics, vol. 52, N. 8, p.662.
3. 강신복, 우리나라 유아기성복업계의 마케팅에 관한 실증적 연구, 고려대학교 경영대학원, 1985.
4. 고지영, 국내 의류업계의 패턴실 운용과 패턴사 실태조사, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1999.
5. 김경미, Bodice 基本原型에 關한 研究-平面製圖를 中心으로, 세종대학교 대학원, 1983.
6. 김구자·이순원, 의복의 사이즈체계 설정을 위한 신체 발달 경향에 대한 연구, 제 15권 제호, 1991. 12., pp.48-60
7. 남재우, 유아의 체형특징 및 유아복 치수에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문, 1997.
8. 박은서, 학령기 아동의 상지동작에 따른 체표면 변화 및 원형 연구, 연세대학교 석사학위논문, 1994.
9. 박찬미, 유아의 의복구성을 위한 체형분석 - 4 - 6세 유아를 중심으로 -, 한양대학교 석사학위논문, 1984.
10. 신병철, 유아복 시장에서의 편익 세분화와 광고전략에 관한 실증적 연구, 고려대학교, 1996.
11. 어미경, 의류 봉제업계의 활성화 방안 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1996.
12. 어숙경, 인대의 치수와 형태 적합성에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문, 1991.
13. 이숙녀, 학령후기 여아의 인대와 길원형 제작을 위한 피복인간공학적 연구, 연세대학교 박사학위논문, 1995.
14. 이은희, 교육용을 위한 유아복 원형의 제도 연구, 부산대학교 대학원, 1991.
15. 이정임, 평면재단과 입체재단 비교를 통한 체형별 원형 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1991.
16. 전은경, 아동의 의복구성을 위한 체형분석 및 인대 모형 설계, 연세대학교 박사학위논문, 1993.
17. 최선영, 학령기 아동의 의복구성을 위한 체형 특성 연구, 계명대학교 석사학위논문, 1999.

(2003년 10월 15일 접수, 2003년 11월 15일 채택)