

市販 妊婦服의 購買實態 및 滿足度

朴 榮 姬

新羅大學校 패션産業學部 兼任教授

A Study on the Realities of Purchasing and the Degree of Satisfaction of Maternity Dress on the Market

Park, Young-Hee

Concurrent Prof., Dept. of Fashion Material Industry, Silla University

Abstract

This study investigated the difference of the purchasing realities and the degree of satisfaction of maternity dress according to occupation and age. The purpose of this study was to collect data needed to the maternity dress maker for the better quality of their product and the more comfortable maternity dress wearing of pregnant women.

The results of study were as follows.

The attitude of purchasing and the degree of satisfaction of maternity dress according to age showed significant differences as follows. First, the dress styles were the significant difference in the kind of formal trousers and casual trousers, one-piece dress, jumper skirt+shirt, vest+trousers. Second, the purchase place was the significant difference in the shop of clothes made, market, maternity dress shop, wearing together. Third, at the purchase time of dress, the satisfactory degree of an appraised standard was the significant difference in the period of wearing, the easiness of exchange and repayment, the wearing numeral degree of other people, price, discount sale, degree of brand recognition, encouragement of other people.

Key words: degree of satisfaction(만족도), maternity dress(임부복), realities of purchasing(구매실태)

I. 서론

현대사회에서 의복의 역할은 더욱 다양해지고 사회의 여러 분야에서 보다 전문적이고 기능적인 의복에 대한 요구와 관심이 증가함에 따라 체형의 특수성을 고려한 신체적합성과 기능성이 중요시되고 있다. 일반인도 개인에 따라 체형의 특수성이 있으나 임신부의 경우는 신체적 심리적인 면에서 변화가 심한 특수한 상황이 되므로 이들의 신체적 특성을 고려한 기능은 더욱 중요시되어야 한다¹⁾.

임부복은 임신기간과 출산 후 일정기간 동안 착용하는 의복으로써 임신기간 중에 변화되어 가는 체형을 눈에 띄지 않도록 해야 하고, 수유기간에는 수유가 용이해야 한다. 또한, 아름답고 건강하게 보이도록 하는 미적인 요소와 함께 개성을 살리고, 유행에 맞는 패션성도 고려되어야 한다²⁾. 그러나 우리나라에서는 1980년 홈웨어 업체인 '사랑방'이 신세계 백화점 매장에서 시작되어 지금까지 국내에서의 임부복은 홈웨어 아이템 중 일부분에 불과했다. 즉, 불과 몇 년 전까지만 해도 임부복이라 하면 레이스와 리본이 많이 달린

꽃무늬 긴 원피스를 떠올릴 정도로 정형화되어져 있었다. 통계청³⁾에 따르면 우리나라 여성의 초혼 연령은 1985년 23.4세였으나 2002년 27세로 초혼의 연령이 계속 높아지고 있으며, 초혼연령 구성비도 25-29세가 가장 많은 56.9%를 차지하고 있으나 30-34세도 12.8%로 꾸준히 증가하고 있다. 또한 2002년 여성의 경제활동 참가율도 전 연령계층에서 증가를 보이는데 특히 25-29세는 59.4%로 1980년 보다 27.4% 늘어났다. 즉, 초임을 하는 여성들의 평균 연령대는 25세에서 35세사이의 연령층이며, 그 가운데는 소위 커리어 우먼이라는 소리를 들으며 임신 중에도 활발히 사회활동을 하는 젊은 임산부들도 적지 않다. 이러한 경향으로 미루어 볼 때 신세대 임산부들의 취향에 맞는 새로운 임부복의 등장은 절실하다고 볼 수 있다. 그러나, 아직도 우리나라의 기성복 생산업체들은 임부복에 대한 관심이 희박하여 표준화된 사이즈와 다양화된 디자인이 없어 소비자에게 불편을 주고 있다⁴⁾.

이와 같이 임산부들의 연령의 폭이 점차 커지고, 임산부들 중에는 경제활동에 참여하고 있는 수도 점차 증가하고 있는 실정이다. 그럼에도 불구하고 임산부들의 다양한 욕구에 부응하는 임부복 연구는 아직 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 임산부들의 연령과 직업에 따른 임부복 구입실태와 만족도의 차이를 살펴봄으로써 임부복 디자인 개발을 위해 기초자료를 제공할 뿐 아니라 임산부들의 만족도를 높이는데 도움을 주고자 한다.

II. 임부복시장의 현황

임부복(maternity)이란 “임산부를 위해서”라는 뜻으로 임신기간과 출산 뒤에도 입을 의복을 통틀어서 말한다. 우리나라는 1980년 홈웨어 업체 ‘사랑방’이 신세계백화점 매장에서 시작되었고, 1990년 처음으로 ‘우먼스데이’라고 하는 임부복 전문 브랜드가 누에사에 의해 탄생되었으며, 그 후 1992년에는 몽실에서 ‘쁘레나딸’이 선을 보여 임부복의 전문화에 앞장서게 되었다.⁵⁾ 이전에는 홈웨어가 임부복을 상장하였으나 점차 전문화, 고급화의 요구에 따라 그동안 재래시장을 중

심으로 형성되어 왔던 임부복 시장이 최근 백화점, 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑몰, 할인점 등 제도권 유통을 중심으로 확대되면서 아이템에도 많은 변화를 주고 있다.

이러한 임산부들을 위한 임산복의 시장에 대한 관심이 커지면서 임부복에 대한 연구도 증가하고 있다. 최혜선 외⁶⁾는 시판 임부복의 적합성에 대한 연구에서 임신 5-6개월에 임부복이 필요하다고 하였으며, 구입 장소로는 임부복 전문매장이 38%로 가장 높게 나타났고, 가장 많이 구입한 품목은 원피스였다. 이은영⁷⁾은 임부복의 구매행동에 관한 연구에서 직업이 있는 여성이 직업이 없는 여성보다 임부복을 더 많이 구입하였을 뿐 아니라 의복비 지출 또한 더 높게 나타났으며, 백화점을 많이 이용한다고 하였다. 이희승⁸⁾은 임부복 디자인 개발에 대한 연구에서 임부복 선택기준으로 직업이 있는 임산부는 디자인을, 직업이 없는 임산부는 기능성을 선택기준으로 하고 있으며, 이은영⁹⁾의 연구에서도 시판 임부복의 불만족에 영향을 미치는 요인으로 패션성과 스타일을 지적하고 있다. 이러한 점으로 볼 때 임부복 개발은 직업여성뿐만 아니라 전업주부와 넓게 퍼진 임산부 연령대를 감안한 디자인 및 마켓개발 또한 필요하다는 것을 알 수 있다. 그러나 아직 연령에 따른 임부복에 대한 연구는 활발하게 이루어지지 않고 있다.

임산부들은 외모가 변화됨에 따라 의복에 대한 요구나 만족도 등이 상황에 따라 차이가 있을 수 있는데 Belleau¹⁰⁾의 연구에 의하면 일반적으로 임부복 소비자들은 임신하기 전의 의복 스타일과 비슷한 의복을 선호하는 것으로 나타났으며, 직업여성의 임부복 선호도에 관한 조사 연구¹¹⁾에서 의복 선호도가 교육수준과 연령, 직업 성취도에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타나, 연령이 많을 수록 캐주얼 한 스타일을, 교육수준이 높을수록 클래식한 스타일을, 직업만족도가 높을수록 하이패션 스타일을 선호하였다. 전반적으로 직장 내에서 선호하는 의복 스타일은 원피스형 의복을 가장 선호하였으며, 정장류 의복을 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다.

그 외에도 임부복 시장은 많은 변화를 가져왔는데 그 중 대표적인 경우가 인터넷을 통한 사이버 공간에서 이루어지는 시장이다. 인터넷을 통한 임부복 쇼핑

몰사이트는 현재 70개점에 이르고 있고, 외국 직수입 판매점도 늘고 있다. 임부복 쇼핑몰사이트 중 '에스마미'는¹²⁾ 명품스타일과 정장세트를 강화하고 있으며, '아이마미'는 바지정장을 많이 출시하고 있다. '에프이스토리(FEStory)'는 로맨틱한 여성적 분위기에 편안한 남성적 실루엣을 적절히 섞은 것이 특징이며 무광택 실크와 시폰뿐 아니라 트렌디한 데님과 니트류 등 소재가 다양하다. 정장 임부복 전문브랜드인 '프레몽'은¹³⁾ 인터넷과 전화로 주문을 받아 임부복을 판매하며, 필요하면 코디네이터가 직접 방문해 어울리는 스타일을 상담해 주는 등 적극적인 판매 전략을 펼치고 있다. 이처럼 최근에는 백화점용 고급브랜드와 함께 온라인과 오프라인을 같이 운영하는 중저가의 브랜드가 성행중이다. 뿐만 아니라 밀리오레나 메사 등의 패션물들을 이용하여 저렴한 가격에 정장 임부복을 구입하는 임산부도 늘고 있어 직장여성을 위한 임부복의 수요가 크다는 것을 짐작할 수 있다. 또한, 임산부를 위한 인너웨어 시장도 확대되고 있으며, 국내에 임산부용 인너웨어의 경우 (주)몽실의 임산부 전용 브랜드인 '브레타탈'은¹⁴⁾ 임산부들을 위한 스카프 등 액세서리와 함께 구두까지 출시해 좋은 반응을 얻고 있다.

이처럼 임부복 시장은 해를 거듭할수록 토탈화 및 다양화를 지향하고 있음을 알 수 있다. 이는 변화되어진 임산부들의 임부복에 대한 욕구의 반영이라 볼 수 있으며 본 연구에서는 임부복의 더욱 체계적이고 만족스러운 개발을 위한 구매실태와 만족도를 파악하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구대상 및 자료수집

조사 대상은 서울 및 경기 지역의 종합병원 7곳, 산부인과 11곳을 중심으로 2003년 5월 3일에서 6월 1일까지 약 1개월에 걸쳐 실시되었다. 설문지는 총 323부에서 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 303부가 최종 분석에 사용되었으며, 조사대상자의 일반적 사항은 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 사항

변인	구분	빈도(%)
임신개월수	1-3개월	21(6.9)
	4-6개월	67(22.1)
	7개월 이상	215(71.0)
임신경험	초산	158(52.1)
	두 번째	120(39.6)
	세 번째	22(7.3)
	기타	3(1.0)
학 력	고등학교 졸업	110(36.3)
	전문대 졸업	88(29)
	대학교 졸업	93(30.7)
	대학원 수료이상	12(4.0)
월평균수입	100만원 미만	10(3.3)
	100-200만원	99(32.7)
	200-300만원	103(34)
	300-400만원	50(16.5)
	400-500만원	22(7.3)
	500만원 이상	19(6.3)
연령대	21-25	33(10.9)
	26-30	102(33.7)
	31-35	115(38)
	36세 이상	53(17.5)
직업유무	있음	133(43.9)
	없음	170(56.1)
직업종류	사무직	41(13.5)
	전문직	38(12.5)
	판매/서비스 및 생산직	19(6.3)
	공무원/교육자	25(8.3)
	자영업	10(3.3)
	주부	170(56.1)
전체		303(100)

임신개월수는 7개월 이상이 70%이상으로 가장 많았으며, 임신횟수는 초산이 약 50%이상으로 가장 높게 나타났다. 학력은 고졸이 36%로 가장 많았으며, 대학원 이상은 4%로 소수였다. 월평균 수입은 200만원에서 300만원 사이로 경제수준은 중간계층이 가장 많았다. 임산부들의 1연령대는 주로 26세에서 35세로 직업의 유무에 있어서는 직업이 없는 임산부가 약 56%, 있는 임산부가 약 44%로 비교적 높은 직업율을 보였다.

2 측정도구 및 자료분석

측정도는 선행연구를¹⁵⁾¹⁶⁾ 참조하여 임부복 구매행동에 관한 문항 15문항, 임부복 구입시 만족도에 관한 17문항, 임부복 구입시 이용도에 관한 16문항, 임부복 구입시 선택기준의 만족도에 관한 문항 17문항, 인구통계학적 변인의 특성 7문항으로 총 72문항으로 이루어졌다. 의복구매행동의 만족도에 관련되는 각 질문의 평가는 Likert형 5점 평가척도를 사용하였다.

본 연구는 72문항으로 이루어진 수집된 자료 303부를 이용하여 SPSS를 사용하여 빈도분석, χ^2 -test, t-test, one-way ANOVA와 사후검증으로 scheffé test를 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 임부복 구입실태

1) 임부복 착용시작 시기

응답자 총 303명 중 과반수 이상이 임신 4~6개월(86.1%)이 되었을 때 임부복을 입기 시작하며, 1~3개월에는 거의 입지 않는 것으로 볼 수 있다. 이는 선행연구논문(이희승¹⁷⁾, 박미애¹⁸⁾의 연구결과와도 일치한다.

2) 임신기간별 임부복 구입비

임신기간별로 임부복 구매에 사용한 지출비(표 3)는 전체적으로 볼 때 15만원에서 30만원 미만이 가장

<표 2> 임부복 착용시작

시 기	명	%
임신 1~3개월	15	5.0
4~6개월	261	86.1
7개월 이상	27	8.9
합 계	303	100

<표 3> 임신기간별 임부복 구입비 n(%)

임신기간	1-3개월	4-6개월	7개월 이상
5만원 미만	2(9.5)	6(9.0)	27(12.6)
5-15만원 미만	0(0)	13(19.4)	53(24.7)
15-30만원 미만	16(76.2)	21(31.3)	73(34.0)
30-50만원 미만	0(0)	16(23.9)	42(19.5)
50만원 이상	3(14.3)	11(16.4)	20(9.3)
전 체	21(100)	67(100)	215(100)

많았으며, 다음으로 4~6개월의 경우는 30~50만원 미만, 7개월 이상은 5~15만원 미만으로 나타났다.

2. 직업의 유무에 따른 임부복 구입실태

1) 직업의 유무에 따른 임부복 착용시기와 총 지출비

직업의 유무에 따라 임부복 구입에 사용된 총 지출비의 차이를 살펴 본 결과, 임부복 총 지출비가 15만원 미만인 경우에는 직업이 없는 임신부들의 지출비가 높았으며, 15만원에서 30만원 미만인 경우에는 두

<표 4> 직업의 유무에 따른 임부복 구입 지출비

		직업 있음	직업 없음	합 계
임부복의 총 지출비	5만원 미만	9(6.8%)	26(15.3%)	35(11.6%)
	5만원-15만원미만	23(17.3%)	43(25.3%)	66(21.8%)
	15만원-30만원미만	47(35.3%)	63(37.1%)	110(36.3%)
	30만원-50만원미만	34(25.6%)	24(14.1%)	58(19.1%)
	50만원 이상	20(15.0%)	14(8.1%)	34(11.2%)
합 계		20(15.0%)	14(8.1%)	34(11.2%)

$\chi^2 = 15.14, df=4, P<0.1$

집단이 거의 35%정도로 유사한 지출을 보였다. 반면 30만원 이상인 경우에는 직업이 있는 임산부들의 지출비가 약 25%, 직업이 없는 임산부는 14%, 지출비가 50만원 이상인 경우에는 직업이 있는 임산부가 없는 임산부의 약 2배로 직업이 있는 임산부들의 임부복 지출비가 더 높은 것으로 나타났다. 이것은 직업이 있는 임산부가 전업주부보다 의복비 지출이 많다고 한 이은영¹⁹⁾의 연구결과와 일치하며, 직장여성이 외출복의 구입이 월등히 많기 때문이라는 최혜선 외²⁰⁾의 연구에서와 같이 직업을 가진 임산부들이 가정에서 편안하게만 착용할 수 있는 옷보다는 그들의 다양한 직업과 그에 따른 상황을 고려하여 좀 더 다양한 옷들이 필요하기 때문으로 사려된다.

2) 직업의 유무에 따른 착용 임부복 형태의 이용과 만족도

직업의 유무에 따라 이용하는 임부복 형태의 이용 정도에 차이가 있는지를 살펴본 결과, 유의한 차이를 보인 변인은 바지 정장류(p<.001), 원피스(p<.05), 투피스(p<.001), 조끼+바지(p<.01)로 나타났다. 바지 정장류, 투피스, 조끼+바지의 경우에는 직업을 가진 임산부들의 만족도가 더 높았으며, 원피스의 경우에는 이와 반대로 직업을 가지지 않은 집단의 만족도가 더 높았다.

이러한 결과는 과거와는 달리 현재 신세대 기혼여

성들 중에는 임신을 해도 출산 직전까지 직장을 다니는 여성이 많아지면서 단지 넉넉하고 편안함을 강조하는 스타일보다는 배가 불러도 잘 갖추어 입으려는 경향을 파악할 수 있다. 또한 임산부들이 선호하는 의복형태는 캐주얼하고 편한 의복이지만 직장 내에서 정상복으로 선호하는 의복형태는 정장형 의복이었다는 선행연구결과²¹⁾와 유사한 것으로 볼 수 있다.

직업의 유무에 따라 임산부들이 주로 착용하는 의복형태의 만족도에 차이가 있는 지를 살펴 본 결과 유의한 차이를 보인 것은 바지 정장류(p<.001), 투피스(p<.001), 점퍼바지+셔츠(p<.01), 조끼+바지(p<.001)로 나타났다. 유의한 차이를 보인 모든 임부복 형태에서 직업이 있는 임산부들의 만족도가 더 높게 나타났으며, 이는 만족도의 차이에서도 나타났듯이 직업을 가진 임산부들은 직장내 분위기와 활동성을 함께 고려한 옷에 대한 선호도가 높았고, 그에 따라 이용률이 높아짐으로써 이러한 의복형태에 더 익숙하리라 여겨진다.

3) 직업의 유무에 따른 임부복 구입장소의 이용과 만족도

직업의 유무에 따라 임산부들이 임부복을 구입하는 장소의 차이를 검정한 결과, 유의한 차이를 보인 것은 백화점(p<.001), 맞춤점(p<.01), 통신판매(인터넷)(p<.001),

<표 5> 직업의 유무에 따른 착용 임부복 형태 및 만족도 차이

	임부복 형태의 이용도 차이			만족도 차이		
	직업 있음 (n=133)	직업 없음 (n=170)	T-test	직업 있음 (n=133)	직업 없음 (n=170)	T-test
생활한복	1.07	1.15	-1.49	1.65	1.49	1.33
바지정장류	2.51	1.83	4.33***	2.08	1.26	4.55***
바지캐주얼류	3.20	3.05	0.97	3.03	2.77	1.37
원피스	3.74	4.06	-2.20*	3.40	3.61	-1.76
투피스	2.45	1.57	6.55***	2.04	1.07	5.60***
점퍼스커트+셔츠	2.25	2.03	1.45	2.07	1.68	1.96
점퍼바지+셔츠	2.38	2.21	1.08	2.31	1.79	2.69**
조끼+바지	2.06	1.62	3.40**	2.02	1.22	4.53***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

임부복 전문매장(p<.01)로 나타났다.

유의한 차이를 보인 구입장소 네 곳 모두 직업이 있는 임산부들이 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 특히 통신판매나 임부복 전문매장 등은 직업을 가진 임산부들이 임부복을 구입하기 위해 직접 다닐 수 있는 시간적인 여유가 상대적으로 적고, 또한 최근 인터넷의 활성화로 인해 인터넷 쇼핑몰에서도 다양한 임부복을 접할 수 있음으로써 직장여성들이 일을 하면서도 비교적 용이하게 이용할 수 있기 때문에 사라진다. 이것은 직장여성이 백화점을 선호한다는 선행연구와는 다른 결과이며, 시대의 변화에 따라 구입장소도 변화한다는 것을 알 수 있다.

직업의 유무에 따라 임부복 구입장소의 만족도 차이에 있어서는 백화점(p<.001), 맞춤 점(p<.001), 통신판매(인터넷)(p<.001), 임부복 전문매장(p<.05), 물려 입음(p<.01)에서 직업 있는 임산부와 없는 임산부 사이에 만족도에 대한 차이를 보였으며, 직업 있는 임산부들이 만족도가 높게 나타났다.

4) 직업의 유무에 따른 임부복 구입 시 선택기준의 만족도

<표 7>과 같이 임산부들이 임부복을 구입할 때 선택 기준에 따른 만족도의 차이를 살펴본 결과, 만족도에 있어서는 체형결점(p<.05), 착용감(p<.05), 다른 사람들의 착용정도(p<.01), 가격(p<.05)에서 직업의 유무에

<표 7> 직업의 유무에 따른 임부복 구매시 선택기준별 만족도 차이

선택기준의 만족도	직업의 유무 n=133	직업 있음 n=170	직업 없음 n=170	T-test
체형결점	340	324	324	2.201*
소 재	348	350	350	-0.250
착용감	344	360	360	-2.029*
활동성	360	354	354	0.701
치 수	344	341	341	0.416
세탁용이	341	335	335	0.729
보관 및 관리 용이	330	320	320	1.422
착용기간	305	307	307	-0.141
바느질 상태	329	324	324	0.621
교환 및 환불의 용이	323	310	310	1.684
다른 사람들의 착용 정도	318	298	298	2.564**
유행스타일	313	323	323	-1.422
이미지의 적합성	336	329	329	0.991
가 격	323	305	305	2.247*
할인판매	314	302	302	1.415
상표인지도	311	303	303	1.049
다른 사람들의 권유	315	303	303	1.752

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

따라 유의한 차이를 보였다. 체형결점, 가격 그리고 다른 사람들의 착용정도에 있어서는 직업이 있는 임산부들의 만족도가 더 높았으며, 착용감에 있어서는 직

<표 6> 직업의 유무에 따른 임부복 구입장소의 차이

	구입장소의 이용도 차이			구입장소의 만족도 차이		
	직업 있음 (n=133)	직업 없음 (n=170)	T-test	직업 있음 (n=133)	직업 없음 (n=170)	T-test
백화점	266	204	3.956***	2.50	1.65	4.286***
맞춤점	1.51	1.20	3.170**	2.38	1.77	3.735***
시 장	2.45	2.37	0.501	2.17	1.92	1.343
통신판매(인터넷)	2.07	1.52	4.168***	2.70	2.06	3.771***
임부복 전문매장	3.38	2.94	2.602**	3.01	2.57	2.278*
물려입음	2.44	2.40	0.207	2.33	1.70	3.153**
직접만들어 입음	1.25	1.12	1.991	1.74	1.72	0.186

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

업이 없는 임신부들의 만족도가 더 높았다.

이러한 결과는 직업을 가짐으로서 상대적으로 여유 소독이 높아지고 또한 직장을 고려하여 평상복과 직장복을 분리하여 착용하려는 경향에서 비롯되어진 것으로 사려된다.

3. 연령별 임부복 구입실태

1) 연령에 따른 착용 임부복 형태의 이용과 만족도

연령에 따라 임신부들이 주로 이용하는 의복형태에 대한 차이를 검정한 결과 바지 정장류(p<.01), 바지 캐

주얼(p<.01), 원피스(p<.01), 투피스(p<.001), 점퍼스커트 +셔츠(p<.01), 조끼+바지(p<.01)에서 유의한 차이를 보였다.

바지 정장류를 가장 많이 이용하는 임신부의 연령대는 21-25세 집단과 31-35세 집단으로 나타났으며, 26-30세 집단이 가장 적게 이용하는 것으로 나타났다. 바지 캐주얼류를 가장 많이 이용하는 임신부의 연령대는 30-35세의 집단이며, 가장 적게 이용하는 집단은 25-30세의 집단으로 나타났다. 원피스를 가장 많이 이용하는 임신부의 연령대는 26세 이상의 연령대로 나타나 26세 이상의 임신부가 구입예정인 임부복이 원피스라고 대답한 선행연구²³⁾와 같은 결과라고 볼 수

<표 8> 연령에 따른 착용 임부복 형태의 차이

	21세-25세 n=33	26세-30세 n=102	31세-35세 n=115	36세이상 n=53	F-value
생활한복	1.18	1.07	1.06	1.23	2.196
바지정장류	2.36B	1.81A	2.38B	1.96AB	3.590**
바지캐주얼류	3.00AB	2.74A	3.41B	3.19AB	4.387**
원피스	3.21A	4.16B	3.99B	3.75B	5.228**
투피스	1.82A	1.63A	2.30B	1.94AB	6.452***
점퍼스커트+셔츠	2.42B	2.48B	2.07AB	1.89A	3.150*
점퍼바지+셔츠	1.94	2.12	2.46	2.43	2.227
조끼+바지	1.55A	1.52A	1.98B	2.08B	4.693**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, A, B는 Scheffe의 사후검증 결과(A<B)

<표 9> 연령에 따른 임부복형태별 만족도 차이

	21세-25세 n=33	26세-30세 n=102	31세-35세 n=115	36세이상 n=53	F-value
생활한복	1.67	1.70	1.43	1.40	1.786
바지정장류	2.06B	1.49AB	1.78AB	1.17A	2.978*
바지캐주얼류	3.03	2.74	3.03	2.75	0.644
원피스	3.00A	3.69B	3.47B	3.35AB	2.568*
투피스	0.97A	1.33AB	1.85B	1.27AB	4.082**
점퍼스커트+셔츠	2.40B	1.63A	1.69A	2.14AB	3.340*
점퍼바지+셔츠	1.85	1.81	2.05	2.31	1.147
조끼+바지	1.76	1.19	1.76	1.63	2.854

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, A, B는 Scheffe의 사후검증 결과(A<B)

있다. 점퍼스커트+셔츠를 가장 많이 이용하는 임신부의 연령대는 30세 이하의 연령대이며, 가장 적게 이용한 연령대는 36세 이상으로 연령이 높아질수록 이러한 의복종류의 이용률이 낮았다. 조끼+바지를 가장 많이 이용한 연령대는 30세 이상의 연령대이고 그 이하의 연령대에서는 이용률이 낮았다.

임산부의 연령에 따른 의복의 종류에 대한 만족도의 차이를 살펴본 결과 바지 정장류(p<.05), 원피스(p<.05), 투피스(p<.01), 점퍼스커트+셔츠(p<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 전체적인 만족도의 평균점수를 보면 만족도가 높다고는 할 수 없는 결과를 보였다.

바지 정장류의 경우에는 임신부의 연령이 낮을수록 높은 만족도를 보였으며, 연령이 높아질수록 만족도는 낮았다. 원피스의 경우에는 21세-25세의 임신부들의 만족도가 가장 낮았으며, 26세-35세의 임신부들의 만족도가 높았다. 투피스의 경우에는 30-35세의 임신부들이 가장 높은 만족도를 보였으며, 21-25세의 임신부들이 만족도가 가장 낮았다. 점퍼스커트+셔츠의 경우에는 21-25세 임신부들이 만족도가 가장 높았으며, 26-35세의 임신부들이 만족도가 가장 낮았다.

2) 연령에 따른 임부복 구입장소의 이용과 만족도

임산부들의 연령이 임부복 구입장소에 대한 이용 정도에 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 분산분석을 하였다.

<표 10>에서와 같이 백화점, 통신판매, 직접 만들어

입음은 임신부들의 연령과는 유의하지 않는 것으로 나타났으며, 맞춤점(p<.01), 시장(p<.01), 임부복 전문매장(p<.05), 물려 입음(p<.01)은 연령과 유의한 차이를 보였다. 시장과 맞춤 점의 경우에는 25-30세 이상의 임신부들과 그 외의 연령층 임신부들과 이용정도에 차이를 보였으며, 25세-30세의 임신부들의 이용도가 낮았다. 특히 맞춤점과 같은 경우는 연령별로 차이는 있었으나, 전체적으로 낮은 평균점수를 보이고 있어 비교적 이용률이 낮다고 볼 수 있겠다.

임부복 전문매장의 경우 가장 많이 이용하는 임신부들의 연령은 21세-25세의 임신부들이며, 30세 이상의 임신부들은 이용률이 낮다. 물려 입는 경우에는 30-35세의 임신부들이 가장 많고 21-25세의 임신부들이 가장 적게 나타났다.

임산부들의 연령이 임부복 구입장소의 만족도에 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 분산분석을 하였다. 그 결과는 <표 11>와 같으며, 연령과 유의한 차이를 보인 것은 백화점과 물려 입음으로 나타났다. 임부복 구입 시 백화점에 대한 만족도는 31세 이상의 임부들이 높았으며, 21-25세의 임부들은 아주 낮았다. 물려 입는 경우에는 31-35세의 임부들이 가장 높은 만족을 보였으며, 21-25세의 임부들이 가장 낮은 만족도를 보였다. 만족도 차이에서 백화점과 물려 입음에 대하여 유의한 차이는 보였지만, 전체적인 평균점수가 비교적 낮게 나타나고 있으며, 평균점수를 기준으로 볼 때는 전체적으로 만족도가 낮은 것을 알 수 있다.

<표 10> 연령에 따른 구입장소별 이용의 차이

	21세-25세 n=33	26세-30세 n=102	31세-35세 n=115	36세이상 n=53	F
백화점	1.85	2.19	2.52	2.28	2.403
맞춤점	1.45B	1.10A	1.40B	1.46B	4.670**
시 장	2.82B	1.99A	2.54B	2.62B	4.931**
통신판매(인터넷)	1.91	1.55	1.85	1.79	1.505
임부복 전문매장	3.70B	3.24AB	3.06A	2.69A	3.450*
물려 입음	1.91A	2.14AB	2.76C	2.58BC	4.585**
직접 만들어 입음	1.27	1.09	1.18	1.25	1.405

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, A, B, C는 Scheffe의 사후검증 결과를 나타냄

<표 11> 연령에 따른 임부복 구입장소별 만족도의 차이

	21세-25세 n=33	26세-30세 n=102	31세-35세 n=115	36세이상 n=53	F
백화점	1.27A	1.78AB	2.39B	2.15B	4.479*
맞춤점	1.07	1.08	1.20	1.35	2.915
시 장	2.03	1.93	2.23	2.20	2.595
통신판매(인터넷)	1.85	1.24	1.28	1.22	1.604
임부복 전문매장	3.03	2.80	2.82	2.31	1.629
물려 입음	1.21A	1.65AB	2.39C	2.18BC	6.224***
직접 만들어 입음	1.07	1.03	0.56	0.56	2.652

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, A, B, C는 Scheffe의 사후검증 결과(A<B<C)

3) 연령에 따른 임부복 구입시 선택기준별 만족도의 차이

임산부들의 연령에 따라 임부복 구입 시 선택기준의 만족도에 대한 차이(표 12)를 살펴 본 결과, 착용기간, 교환 및 환불의 용이, 다른 사람들의 착용정도,

가격, 할인판매, 상표인지도, 다른 사람들의 권유에서 유의한 차이를 보였다.

착용기간에 있어서는 21-25세 임산부와 31-35세 임산부 집단에서는 차이를 보이지 않았으며 이 두 집단과 36세 이상의 임산부들과 뚜렷한 만족도 차이를 보

<표 12> 연령에 따른 임부복 구입시 선택기준별 만족도 차이

연령	21세-25세 n=33	26세-30세 n=102	31세-35세 n=115	36세이상 n=53	F-value
체형결점	3.52	3.28	3.24	3.38	1.77
소 재	3.55	3.60	3.42	3.40	1.77
착용감	3.33	3.66	3.50	3.45	2.48
활동성	3.36	3.55	3.61	3.64	1.46
치 수	3.33	3.47	3.38	3.48	0.56
세탁용이	3.09	3.43	3.37	3.45	2.26
보관 및 관리 용이	3.09	3.20	3.23	3.40	2.30
착용기간	2.82A	3.14AB	2.87A	3.26B	3.76*
바느질 상태	3.36	3.20	3.23	3.40	1.50
교환 및 환불의 용이	2.88A	3.16AB	3.15AB	3.34B	3.35*
다른 사람들의 착용정도	2.79A	2.93AB	3.19B	3.20B	6.13***
유행스타일	3.03	3.17	3.23	3.19	0.99
이미지의 적합성	3.09	3.32	3.37	3.38	1.74
가 격	2.79A	3.14AB	3.20B	3.17B	2.84*
할인판매	2.76A	3.00AB	3.17B	3.20B	3.79*
상표인지도	2.79A	2.97AB	3.16B	3.23B	4.18***
다른 사람들의 권유	2.85A	2.96AB	3.20B	3.21B	5.19***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, A, B는 Scheffe의 사후검증 결과(A<B)

였는데, 본 연구의 조사 대상자 중 나이가 가장 많은 연령층에서 가장 높은 만족도를 보였다. 교환 및 환불의 용이성에 있어서는 연령층이 가장 낮은 임신부집단과 가장 높은 임신부 집단간에 차이를 보였으며, 나이가 많을수록 더욱 높은 만족도를 보였다. 다른 사람들의 착용정도, 가격, 할인판매, 상표인지도, 다른 사람들의 권유에서는 21-25세 집단과 31세 이상의 뚜렷한 차이를 보였으며, 연령이 높은 임신부들이 이들 변인에 대한 만족도는 더 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과 연령별로 유의한 차이를 보인 변인의 만족도에 있어서는 대부분이 연령이 높은 집단들이 더 높은 만족도를 보였으며, 25세 이하의 임신부들의 만족도가 가장 낮았으므로 25세 이하의 임신부들은 가격이나 할인판매 등 경제적인 부분과 상표인지도나 다른 사람들의 권유에 의한 구매가 만족스럽지 못했음을 알 수 있다. 이 연령층은 비교적 결혼생활이 짧은 연령에 속하므로 임부복 구매 시 다른 정보원에 대한 의지가 더 높을 수 있고 그 결과 만족도가 기대에 미치지 못한 것으로 사려된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 직업과 연령에 따른 임신부들의 임부복의 구입실태와 만족도를 살펴봄으로써 임부복 생산업체와 임신부에게 보다 만족스러운 임부복 생산과 착용에 도움을 주고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 임신부들의 임부복 착용시작시기는 4-6개월이 가장 많았으며, 임신기간 동안 임부복 구매 시 사용한 총 지출비는 15만원에서 30만원이 가장 많았다.

둘째, 직업의 유무에 따른 임부복의 구입실태와 만족도

1) 임부복 착용시기에 있어서는 직업에 따라 차이가 없었으며, 지출비에 있어서는 직업이 있는 경우가 없는 경우보다 지출이 더 높았다.

2) 직업의 유무에 따라 이용하는 임부복 형태에 차이에서는 바지 정장류, 투피스, 조끼+바지의 경우에는 직업을 가진 집단이 이용률이 더 높았으며, 원피스의

경우에는 이와 반대로 직업을 가지지 않은 집단이 더 높은 이용률을 보였다. 직업의 유무에 따라 임신부들의 주로 착용하는 의복형태에 대한 만족도 차이에 있어서는 바지 정장류, 투피스, 점퍼바지+셔츠, 조끼+바지로 나타났으며, 직업이 있는 임신부들의 만족도가 높았다.

3) 직업의 유무에 따라 임신부들이 임부복을 구입하는 장소의 차이에 있어서는 백화점, 맞춤 점, 통신판매(인터넷)에서 차이를 보였으며, 구입장소 네 곳 모두 직업이 있는 임신부들의 이용률이 높게 나타났다. 직업의 유무에 따라 임부복 구입장소의 만족도 차이에 있어서는 백화점, 맞춤 점, 통신판매(인터넷), 임부복 전문매장, 물려 입음에서 유의한 차이를 보였으며 직업있는 임신부들이 만족도가 높게 나타났다.

4) 직업의 유무에 따른 임부복 구입 시 평가기준의 만족도의 차이에 있어서는 체형결점, 착용감, 다른 사람들의 착용정도, 가격에서 직업의 유무에 따라 유의한 차이를 보였다.

셋째, 연령에 따른 임부복 구입실태와 만족도

1) 연령에 따라 임신부들이 주로 이용하는 의복형태에 대한 차이를 보인 것은 바지 정장류와 바지캐주얼류, 원피스, 점퍼스커트+셔츠, 조끼+바지에서 나타났다. 각 의복형태별로 많이 착용되는 연령층은 서로 다르게 나타났다. 임신부의 연령에 따른 의복의 종류에 대한 만족도의 차이에 있어서는 바지 정장류, 투피스, 점퍼스커트+셔츠에서 유의한 차이를 보였다.

2) 임신부들의 연령에 따른 임부복 구입장소의 이용 정도와 만족도의 차이에 있어서는, 맞춤 점, 시장, 임부복 전문매장, 물려 입음은 연령과 차이를 보였다. 특히 임부복 전문매장이나 물려 입음에 대한 만족도는 연령대로 서로 반비례하는 것으로 나타났다.

3) 연령에 따른 임부복 구입 시 평가기준의 만족도의 차이에 있어서는 착용기간, 교환 및 환불의 용이, 다른 사람들의 착용정도, 가격, 할인판매, 상표인지도, 다른 사람들의 권유에서 유의한 차이를 보였는데, 연령층이 가장 낮은 임신부들의 만족도가 낮게 나타났으며, 연령이 높은 임신부들의 만족도가 높게 나타났다.

이상과 같이 임신부들의 직업이나 연령과 같은 변수는 임부복의 구매실태이나 그에 따른 만족도에 영

향을 미치는 요인으로 볼 수 있다.

따라서 이러한 결과로 볼 때 1980년대 이후 우리나라의 여성경제활동의 참가율이 점점 높아지고 있는 추세로 인해 본 연구에서도 조사대상자 중 직업을 가진 임산부가 약 40%이상을 차지하고 있었다. 이러한 점을 감안할 때 임부복을 디자인할 때는 임산부들의 T.P.O를 고려한 임부복의 구체적 세분화 필요하며, 본 연구의 결과는 기초자료가 될 수 있을 것이다. 구매장소에 있어서도 직업의 유무에 따라 차이가 있었으며, 특히 인터넷을 통한 구입에 있어서는 직업이 없는 여성의 경우에는 사용률이 낮았다. 따라서 인터넷과 같은 통신판매사는 이를 고려하여 더욱 폭넓은 홍보가 필요하다.

또한 연령에 따른 임산부들의 구매실태나 만족도에 차이가 있었으므로 임부복의 판매장소를 설정할 시에는 주변지역의 연령층과 그 연령층의 특징을 함께 고려하여 입점하는 것이 효과적일 수 있을 것이다. 임부복 선택기준의 만족도에 있어서는 특히 가격에서 직업이 없고 연령층이 낮을수록 만족도가 낮았다. 이러한 점을 감안하여 직업이 없고 연령층이 낮은 임산부들을 위한 실용적이면서도 경제적인 임부복 아이템에 대한 개발도 함께 병행되어야 할 것이다.

본 연구에서는 표집대상에 있어 지역적인 측면과 임신기간에 있어 조사대상자의 분포가 서울경기지역의 임신4-6개월의 임산부에 치우쳐 있는 제한점을 가지고 출발하였다. 따라서 이러한 제한점을 보완하여 후속연구에서는 직업을 세분화했을 때의 각 직업에 따른 차이점과 경제적 수준이나 학력 등과 같은 요인에 의해서도 차이점을 살펴볼 것이다.

참고문헌

- 1) 이희승(1999). 임부복 디자인 개발을 위한 임부복 선호 및 구매실태 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 2) 전정희, 김여숙(2000). 수유에 적합한 임부복 트임에 관한 연구. 한국의류학회지, 24(2), 141-151.

- 3) 통계로 보는 여성의 삶, (2003년 7월), 통계청, 12
- 4) 임재린(2000). 직장 임산부를 위한 임부복 디자인 연구. 동양대학교 논문집, 6, 477-490.
- 5) 이은영(1994). 임부복 구매행동에 관한 실증적 연구. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 6) 최선혜, 김소라, 최진희(2000). 시판임부복의 적합성에 관한 연구. 한국복식학회지, 50(5), 65-75.
- 7) 이은영, Op cit., pp. 66-68.
- 8) 이희승, Op cit., p. 56.
- 9) 이은영, Op cit., pp. 60-63.
- 10) B. D. Belleue(1992). Apparel Preferences of pregnant employed women. Journal of Consumer studies and Home Economics, 13, 291-301.
- 11) Ibid., 291-301.
- 12) 올 가을 임부복 트렌드.(2002, 8, 27). <http://www.donga.com>
- 13) 임부복도 맵시있고 편안하게.(2001, 10, 31). <http://www.donga.com>
- 14) 임부복 인너웨어 빠르게 확대.(2003, 2, 17). <http://www.apparelnews>
- 15) 이희승, Op cit., pp. 37-50.
- 16) 이은영, Op cit., pp. 54-78.
- 17) 이희승, Op cit., p. 35.
- 18) 박미애(2002). 임부복 설계를 위한 치수규격 설정과 원피스 기본원형연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 19) 이은영, Op cit., p. 66.
- 20) 최혜선, 김소라, 최진희. Op cit., pp. 65-75.
- 21) 이은영. Op cit., pp. 70-76.
- 22) 이은영. Op cit., pp. 66-70.
- 23) 이희승, Op cit., pp. 64-65.

(2003년 8월 4일 접수, 2003년 9월 6일 채택)