한국의류산업학회지
제6권 제4호, 2004
<연구논문>

J. Kor. Soc. Cloth. Ind.
Vol. 6, No. 4, pp.455-460(2004)

브래지어의 착용감 개선을 위한 착용실태 조사

임지영
동명정보대학교 패션디자인학과

A Survey on the Wearing Conditions for the Improvement of Wearing Comfort of Brassiere

Ji-Young Lim
Dept. of Fashion Design, Tongmyong University of Information Technology, Busan, Korea

Abstract : This study was performed to analyze the wearing practice and the purchasing characteristics of brassieres in order to offer basic data to produce superior brassiere and to improve the wearing comfort. The questionnaire were 146 Korean college female students. For data analysis, descriptive analysis, crosstabs, factor analysis and one-way ANOVA were used. The results were as follows, first, most subjects didn't know the sizing system of brassiere and their own breast size. So the degree of satisfaction of wearing brassiere was low than subjects who knew their own breast size. And they replied that the most unsatisfaction factor was brassiere size. Second, when subjects decided to purchase a brassiere they considered size, design, color, cost, fabric and brand and so on. Among them size and design were considered the most important. Third, the subjects who wear brassiere all day long, they considered wearing comfort and cost rather than design and collar. Therefore, the markets with brassieres would be able to segmented based on consumers' characteristics. Firth, the subjects were dissatisified at size, the taking off wire and shape modification after washing. And they requested the development of various size, fabric and cost improvement and fittness of brassieres. These results imply that to improve the wearing comfort of brassiere, it is so important to produce and develop various types of size first of all. And consumers should know size system of brassiere and their own breast size.

Key words : brassiere, crosstabs, wearing comfort, wearing practice

1. 서 론

여성의 파운데이션류 중 브래지어는 성인여성의 97.7%가 착용하는 것으로 유방의 모양과 유두점의 위치를 아름답게 유지하고 안정시키며 유방의 크기, 좌우 또는 고저의 차이를 교정해 주는 역할을 한다. 또한 브래지어는 겨드랑 밑이나 가슴주변에 있는 여분의 군살을 제거해 주며(박은미, 2001) 결혼, 임신, 출산 등으로 발생하는 유방형태 변화를 미연에 방지하고 보정해 주는 등 전체적인 가슴의 윤곽을 매력적으로 조정하고 상의의 이상적인 실루엣을 조정해 주는 역할을 하는 기초 의복으로써 그 중요성이 높다고 할 수 있다.

브래지어는 파운데이션류 중에서도 착용시간이 가장 길고 습관적으로 착용하고 있는 것으로 나타나며 착용개시 연령 또한 점차 빨라지고 있어(間壁, 1985) 브래지어의 착용 습관은 여성의 건강에도 중요한 영향을 미치는 사항이라 할 수 있다. 브래지어와 유방암과의 관계를 처음으로 공론화한 미국의 의학인류학자의 저서 'Dressed to Kill'에서는 하루 24시간 브래지어를 착용하는 여성의 유방암 발병률은 브래지어를 전혀 착용하지 않는 여성 보다 125배나 된다고 보고하고 있다(Singer · Grismaijer, 1995). 특히 최근에는 체형 보정을 위하여 형상기억합금을 이용한 메모리 브래지어 및 다양한 소재의 기능성 Pushup 브래지어가 개발되어 사용되고 있으나 와이어가 든 브래지어를 착용한 채 잠을 자게 되면 브래지어가 정상적인 임파흐름을 막고 산소 결핍증을 일으키면서 암을 유발하게 되므로 올바른 브래지어의 선택과 착용습관 및 소재의 선택이 무엇보다 중요하다.

브래지어가 여성들에게 없어서는 안 될 의복의 필수 아이템으로 자리잡고 있으나 성인여성의 브래지어 착용감에 대한 불만감이 높은 것으로 조사되고 있는데(박유신, 2001; 윤혜경 · 최석철, 1990), 이는 브래지어의 사이즈 표기는 한국산업표준협회에서 기준을 마련하여 이에 따르도록 하고 있으나 브랜드마다 사이즈 표기가 조금씩 다르며, 현재 한국산업규격에서 제시하고 있는 브래지어 치수체계가 연령이나 체형 특성에 따른 치수체계가 아니고 생산업체에서는 20대 여성의 표준체형을 기준으로 밑가슴둘레는 75구간~85구간, 컵치수는 A컵과 B컵의

Corresponding author; Ji-Young Lim
Tel. +82-51-610-8554, Fax. +82-51-610-8529
E-mail: limjy@tit.ac.kr

치수를 주로 생산하고 있기 때문이다. 또한 소비자의 브래지어 치수체계에 대한 인식이 부족(조선일보, 2001)하거나 브래지어 구입시 자신의 밑가슴둘레와 가슴둘레의 신체치수를 잘 알지 못하고 구입하는 경우가 많기 때문이다.

자신의 가슴 사이즈에 맞지 않는 브래지어 착용은 착용시 불쾌감과 불편함을 주며 지나친 압박은 건강에도 악영향을 미치며 미적으로는 가슴의 형태를 망가뜨리는 원인이 되기 때문에 자신의 사이즈를 잘 파악하여 브래지어를 선택해야 착용감을 높일 뿐 아니라 군살을 없애고 풍만한 가슴을 가질 수 있다.

본 연구의 목적은 20대 초반 미혼 여성을 대상으로 브래지어 치수체계에 대한 인지와 자신의 가슴치수 인지에 대한 조사와 인지정도에 따른 브래지어 구매실태, 착용실태 및 이에 따른 문제점과 소비자의 요구사항을 분석함으로써 소비자의 요구에 부응하는 브래지어 개발에 도움이 되고자 함과 동시에 브래지어의 착용감 개선을 위한 기초자료를 얻고자 하는 것이다.

2. 연구방법

2.1. 조사대상 및 기간

본 연구는 부산에 거주하는 20대 초반의 미혼 여대생을 대상으로 평소 자신이 구입하여 착용하고 있는 브래지어의 구매 및 착용실태를 알아보기 위하여 설문조사를 실시하였다.

2003년 3월 예비조사를 거쳐 설문지를 수정 보완하고, 2003년 6월~12월까지 본 조사를 시행하였으며, 총 200부의 설문지를 배부하여 회수된 146부를 분석에 이용하였다.

2.2. 조사내용

본 조사의 설문지는 조사대상자의 일반적 특성으로 나이, 신장, 몸무게, 한달 용돈 및 자신의 신체부위에 대한 만족도를 묻는 문항, 브래지어 구매와 착용습관 및 구입시 색상이나 컵, 날개 형태의 선호도에 대한 문항, 브래지어 착용효과에 대한 문항, 브래지어 착용시 불편했던 경험을 바탕으로 앞으로의 개선방향을 묻는 문항으로 구성하였다.

2.3. 자료분석

자료의 분석은 SPSS PC 10.0 program을 사용하였으며 각 항목에 대해 빈도와 백분율을 구하였다. 조사대상자의 브래지어 치수체계 인지 및 자신의 가슴치수 인지에 따른 착용효과와 착용시간에 따른 착용효과 및 구매특성을 고찰하기 위하여 교차분석을 실시하고, 요인분석을 실시하여 브래지어 구매요인을 도출하였다. 또한 브래지어 착용시간에 따라 구매요인에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 Duncan test를 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 조사대상자의 일반적 특성

응답자의 일반적 특성과 체형과 유방형태 등 신체 관련 문항에 대한 결과는 Table 1과 같다. 본 연구 대상자인 20대 미혼 여성 중 20세~23세이하까지가 전체 응답자의 87.7%를 차지하였다. 응답자의 50% 이상이 신장 156~165.9 cm이하에 분포되었으며 몸무게는 46~55.9kg이하에 69.9%가 분포되었다. 한달 지출 용돈은 21~30만원이하가 전체 응답자중 39.7%를 차지하였다. 자신의 체형에 대해서는 보통형 혹은 살찐형으로 응답하였다.

이외에 유방크기와 유방처짐, 유방벌어짐, 유방깊이의 만족도에 대해서는 대체로 불만족스러우며 유방부위의 성형시 가장 받고 싶은 항목은 유방크기의 확대로 전체 응답자의 57%를 차지하였다.

3.2. 브래지어 치수체계 및 가슴치수 인지 조사

한국 산업규격에 의한 브래지어 치수체계에서 브래지어 치수는 밑가슴둘레의 치수를 표기하며 가슴둘레에서 밑가슴둘레

Table 1. 조사대상자의 특성

변인			빈도(명)	백분율(%)
일반적 문항	나이(세)	20~21	72	49.3
		22~23	56	38.4
		24~25	11	7.5
		26이상	7	4.8
	신장(cm)	151~156미만	12	8.2
		156~161미만	41	28.1
		161~166미만	56	38.4
		166~171미만	33	22.6
		171이상	4	2.7
	몸무게(kg)	40.9이하	1	0.7
		41~46미만	18	12.3
		46~51미만	56	38.4
		51~56미만	46	31.5
		55~61미만	21	14.4
		61이상	4	2.7
	용돈(만원)	10미만	7	4.8
		10~20이하	24	16.4
		21~30이하	58	39.7
		31~40이하	39	26.8
		41~50이하	12	8.2
		51이상	6	4.1
신체관련 문항	체형	매우살찐형	3	2.0
		살찐형	34	23.1
		보통형	83	56.8
		마른형	24	16.3
		매우마른형	2	1.4
	유방형태	납작형	20	13.6
		원추형	51	34.7
		반구형	41	27.9
		돌출형	2	1.4
		하수형	32	21.9
전 체			146	100.0

를 뺀 치수차로 컵 크기를 결정하고 있다. 그러나 이러한 치수체계는 소비자들 사이에서 잘 인지되지 않고 있어 실제 본 설문 응답자의 93.2%가 자신의 신장과 몸무게는 알고 있었으나 브래지어 치수체계에 대해서는 잘 알지 못한다고 응답하였다. 겉옷과는 달리 브래지어는 자신의 신체 사이즈에 맞게 수선할 수 없으므로 자신의 가슴치수를 정확히 알고 구매행동이 이루어져야 한다.

그러나 자신의 가슴치수를 알고 있는 응답자는 전체의 47.3%로 나타났으며, 교차분석 결과 자신의 가슴치수를 아는 경우에도 치수체계를 아는 경우는 13.0%에 불과하여 자신의 체형에 맞는 올바른 브래지어 선정에 어려움이 있을 것으로 보여지며 현행 치수체계에 대한 소비자 인식이 중요한 과제임을 알 수 있었다(Table 2).

3.3. 브래지어 구매특성

브래지어 구매행동 및 선호도 : 브래지어 구입시 특정 상표 구매 및 선호도 조사 결과는 Table 3과 같다. 응답자의 51.7%가 현재 소유하고 있는 브래지어의 개수는 5~6개이며, 60.2%가 1회 구입시 1~2개를 구입한다고 응답하였다. 특정상표의 브랜드를 구입하는 응답자는 34.7%이며 그렇지 않은 응답자는 65.3%로 나타났고, 선호하는 색상은 흰색(46.3%), 살색(17.7%), 베이지(10.9%), 기타 분홍, 파랑, 보라 등의 순으로 청결한 이미지 및 겉옷과의 조화로 흰색과 살색에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 가장 선호하는 컵의 형태는 3/4컵(75.5%)이며, 가장 선호하는 날개 형태는 U자형(64.6%)인 것으로 나타났다.

Table 4에서 나타난 바와 같이 구입장소는 속옷전문매장(61.6%), 백화점(17.1%), 대형유통업체(13.7%) 등의 순으로 나타났으며, 본인이 직접구매(53.4%)하거나 조사대상자의 대부분이 20대 초반에 분포한 것을 고려할 때 어머니가 대신 구매해 준다고 답한 응답자도 43.2%를 차지하였다.

가슴치수 인지에 따른 구매특성 : 브래지어 구매시 자신의 가슴치수를 알고 구매할 경우 구매특성에 차이가 있는지를 고찰하기 위하여 교차분석을 실시하였으며 그 결과를 Table 4에 제시하였다.

자신의 가슴치수 인지에 따라 구매장소 및 구매자 항목에 유의적인 차이를 나타냈다. 가슴치수를 아는 경우 주로 속옷전문매장과 백화점에서 구매가 이루어지며 인터넷과 홈쇼핑을 통한 구매도 10.1%를 차지하였다. 자신의 가슴치수를 모르는 경우는 속옷전문매장과 대형유통업체, 백화점의 순으로 응답하였으며, 직접 제품을 착용해보지 못하는 인터넷이나 홈쇼핑에 의한 구매는 일어나지 않았다. 인터넷이나 홈쇼핑에 의한 의류쇼핑이 점차 늘어나고 있는 추세이므로 제품 판매시 자신의 가슴치

Table 2. 브래지어 치수체계와 자신의 가슴치수 인지에 대한 교차분석 단위;명(%)

치수체계	가슴치수			
	안 다	모른다	합계	X^2-value
안 다	9(13.0)	1 (1.3)	10(6.8)	
모른다	60(87.0)	76(98.7)	136(93.2)	9.868***
합계	69(100.0)	77(100.0)	146(100.0)	

***p<.001

Table 3. 브래지어 구매행동 및 선호도

구매행동 및 선호도		빈도(%)
브래지어 소유갯수	3개미만	11(7.5)
	3~4개	24(16.4)
	5~6개	75(51.5)
	7개이상	36(24.6)
1회구입시 구매갯수	1~2개	87(60.2)
	3~4개	51(34.9)
	5개이상	8(4.9)
특정상표 선호도	한 다	50(34.7)
	안한다	96(65.3)
선호하는 색상	흰 색	68(46.3)
	살 색	26(17.7)
	베이지	16(10.9)
	기 타	36(25.1)
선호하는 컵 형태	3/4컵	110(75.5)
	풀 컵	30(20.4)
	1/2컵	6(4.1)
선호하는 날개형태	U자형	94(64.6)
	일자형	46(32.0)
	테이프형	6(3.4)
전 체		146(100.0)

Table 4. 가슴치수 인지에 따른 구매특성 단위;명(%)

구매특성		가슴치수			
		안 다	모른다	합계	X^2-value
구매장소	백화점	15(21.7)	10(12.9)	25(17.1)	7.178**
	대형유통업체	8(11.6)	12(15.6)	20(13.7)	
	수입품점	1(1.4)	1(1.3)	2(1.4)	
	속옷전문매장	38(55.0)	52(62.3)	90(61.6)	
	재래시장	0(0.0)	1(1.3)	1(0.7)	
	인터넷,홈쇼핑	7(10.1)	0(0.0)	7(4.8)	
	기타	0(0.0)	1(1.3)	1(1.3)	
	합계	69(100.0)	77(100.0)	146(100.0)	
구매자	본인	46(66.7)	32(41.6)	78(53.4)	15.518***
	어머니	20(29.0)	43(55.8)	63(43.2)	
	언니	3(4.3)	0(0.0)	3(2.1)	
	어머니동행	0(0.0)	2(2.6)	2(1.4)	
	합계	69(100.0)	77(100.0)	146(100.0)	
판매원 측정 경험	있다	24(34.8)	24(31.2)	48(32.9)	0.215
	없다	45(65.2)	53(68.8)	98(67.1)	
	합계	69(100.0)	77(100.0)	146(100.0)	

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

수 측정방법이나 브래지어 치수체계에 대한 구체적인 설명도 추가된다면 브래지어 판매율의 증가와 더불어 사이즈 부적합에서 오는 반품률도 줄일 수 있을 것이다.

브래지어 구매자는 가슴치수를 아는 경우 본인이 직접 구매하는 경우(6.7%)가 가장 많았고 다음으로 어머니(29.0%), 언니(4.3%)의 순으로 나타났다. 가슴치수를 모르는 경우는 어머니(55.5%), 본인(41.6%), 어머니와 동행(2.6%)의 순으로 분포되어 타인에 의한 구매가 오히려 많은 것으로 나타나 브래지어의 착용 적합성에 많은 문제가 있을 것으로 생각된다. 가슴치수 인지여부에 관계없이 판매원에 의한 측정 경험은 적은 것으로 나타나 브래지어의 치수적합성에 의한 착용감 개선을 위해서는 브래지어 판매원에 의한 소비자 치수측정이 좀 더 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

브래지어 구매요인 : Table 5는 브래이어 구입시 중요하다고 생각하는 요인이다. 브래지어 구입시 가장 중요하다고 생각하는 요인은 사이즈, 디자인, 색상 등의 순으로 나타나, 최혜선 등(2000)의 연구 결과 기능적 브래지어 구입시에는 색상이나 디자인보다 수유나 활동의 편이성, 품질, 소재 등의 순으로 중요하다고 인식하여 본 연구 결과와 차이를 보였다. 브래지어 구입시 고려하는 요인들을 요인분석 한 결과는 Table 6과 같이 물리적 특성, 착용성능, 외관, 가격, 상표의 5개 요인이 추출되었다. 물리적 특성에서는 재질의 요인부하량이 가장 높으며, 신축성은 2요인의 착용성능에도 부하량이 높은 것으로 나타났다. 브래지어 착용시간은 하루종일 착용(66.4%), 일어나서 잠자기 전까지(21.2%), 외출시에만 (12.4%)의 순으로 나타났으며 착용시간에 따른 구매요인의 차이를 분석한 결과는 Table 7과 같다. 착용성능과 가격요인에서 브래지어 착용시간 집단간에 차이가 있었으며, 착용시간이 길수록 착용성능과 가격을 많이 고려하는 것으로 나타났다.

3.4. 브래지어 착용특성

브래지어 착용실태 : Table 8은 20대 초반 미혼여성의 브래지어 착용실태를 나타낸 것이다. 여성의 브래지어는 의복의 기

Table 5. 브래지어 구매시 중요 요인 단위:명(%)

사이즈	47(32.4)
디자인	33(22.4)
색 상	27(18.7)
가 격	18(12.2)
상 표	10(6.8)
소 재	6(4.1)
촉 감	3(2.1)
기 타	2(1.3)
전 체	146(100.0)

Table 6. 브래지어 구매요인

요인내용	요인				
	1요인 (물리적특성)	2요인 (착용성능)	3요인 (외관)	4요인 (가격)	5요인 (상표)
재 질	0.819	0.183	0.181	0.021	0.148
촉 감	0.802	0.001	0.203	0.267	0.025
유연성	0.751	0.406	0.063	-0.014	0.027
내구성	0.703	0.532	0.049	0.100	0.033
신축성	0.635	0.545	-0.131	0.089	-0.101
동작용이성	0.192	0.784	-0.030	0.172	0.143
착탈용이성	0.185	0.778	-0.094	0.071	0.112
사이즈	0.051	0.165	0.832	-0.095	-0.212
색 상	0.245	-0.177	0.753	0.206	0.133
디자인	0.116	-0.236	0.679	0.286	0.371
가 격	0.031	0.258	0.323	0.811	0.017
상 표	0.099	0.267	0.032	-0.011	0.899
고유값	2.69	1.96	1.93	1.31	1.06
변량의기여율(%)	22.47	16.33	16.11	10.91	8.88
누적기여율(%)	22.47	38.80	54.92	65.84	74.73

Table 7. 브래지어 착용시간과 집단간의 구매요인별 차이 검정

구매요인	하루종일 (97명)	일어나서 잠자기전까지 (31명)	외출시에만 (18명)	F-value
물리적특성	3.83	3.72	3.39	1.46
착용성능	4.10 A	4.00 A	3.38 B	4.62**
외 관	3.06	2.83	2.50	1.91
가 격	4.06 A	3.44 B	3.50 B	6.86**
상 표	2.44	2.37	2.17	0.75

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

Duncan test 결과 p<.05 수준에서 유의한 차이가 나타나는 집단간의 차이를 서로 다른 문자로 표시하였으며 문자의 순서는 점수크기 순과 같다(A>B).

Table 8. 브래지어 착용실태

	항 목	빈도(%)
브래지어 착용시간	하루종일	97(66.4)
	잠자기전까지	31(21.2)
	외출시에만	18(12.4)
	합 계	146(100.0)
자신에게 맞지 않는 브래지어 착용	그렇다	100(68.2)
	아니다	46(31.8)
	합 계	146(100.0)
자신에게 맞지 않는 브래지어 착용이유	치수체계를 몰라서	56(38.4)
	원하는 치수가 없어서	33(22.4)
	자신의 치수를 몰라서	31(21.8)
	가슴이 커 보이거나, 작게 보이기 위해서	26(17.4)
	합 계	146(100.0)

본 아이템으로 하루종일 착용하는 비율이 전체 응답자의 66.4%를 차지하였고, 일어나서 잠자기 전까지가 21.2%, 외출시에만 착용한다가 12.4%, 브래지어를 착용하지 않는 응답자는 없었다. 브래지어를 착용하고 잠을 잘 경우 유방과 관련된 질병에 걸릴 확률이 많다고 보고되고 있으므로(Singer · Grismaijer, 1995) 장시간 착용시에도 인체에 무리한 압박을 주지 않는 브래지어 설계와 소재개발이 중요한 과제이다.

전체응답자의 68.2%가 자신의 체위와 체형에 맞지 않는 부적합한 사이즈의 브래지어를 착용하고 있는 것으로 조사되었으며 그 이유로 브래지어 치수체계를 몰라서(38.4%) 혹은 원하는 치수가 없어서(22.4%) 라고 응답하였다.

브래지어 착용효과 : Table 9는 브래지어 착용효과에 대한 소비자의 만족, 불만족 정도를 나타낸 것이다. 전반적인 신축성과 어깨끈 부착위치, 밑받침 조임정도, 겨드랑밑 조임정도, 군살의 밀려나옴 정도항목에서 대체로 만족하다는 응답이 많았으며, 유방을 모아주는 느낌, 어깨끈 압박, 와이어 압박, 동작시 브래지어가 올라가는 정도를 묻는 항목에서는 불만족스럽다는 응답이 더 많은 것으로 나타났다. 따라서 가슴을 최대한 모아주어 외적으로 아름답게 보이면서 와이어에 대한 압박은 최소화하는 디자인 개발이 필요하다고 생각된다. 어깨끈에 의한 압박은 유장을 비롯한 세로 방향으로의 인체 계측치를 브래지어 패턴개발에 적극 활용해야함을 시사하며 어깨끈 조절 부위의 플라스틱류의 소재 개선도 고려해야 함을 알 수 있다.

Table 10은 브래지어 착용시 불편했던 경험에 대해 자유응답을 실시한 결과이다. 불편했던 경험으로 "가슴부위가 너무 밀착되어 답답하다, 어깨끈이 너무 조인다 혹은 너무 헐렁하여 흘러 내린다, 업체마다 치수가 틀린다" 등으로 응답하여 소재나 촉감, 품질보다 사이즈와 관련한 인체적합성 등에서 불편함을 느끼는 것을 알 수 있었다. 브래지어를 제작할 때는 가슴둘레와 밑가슴둘레의 치수를 기본으로 제작 되어지며 어깨끈 부위는 치수조절이 가능하도록 설계되어 있다. 그러나 불편한 부위로 어깨끈이 너무 조이거나 헐렁한 것이 많이 제기되었으며, 어깨끈이 너무 너무 팽팽하게되면 어깨가 결리고 심한 경우에는 두통까지도 일으키는 원인이 되므로 유장길이나 앞길이 등 인체의 세로방향 치수를 반영한 패턴설계도 고려하여야 할 것이다.

Table 11은 브래지어 생산시 개선되어야 할 사항에 대해 자유응답을 실시한 결과이다. "다양한 사이즈 개발, 소재 개선, 가격 개선"등의 순으로 많은 응답을 하였다. 따라서 디자인이나 색상과 같은 부차적인 면보다 소비자의 가슴치수 및 브래지어 치수체계에 대한 인식과 더불어 단순한 치수조합이 아니라 표준화된 브래지어 치수체계를 개발하여 브래지어 선택시 자신의 체형에 적합한 것을 선택할 수 있는 기회를 제공함으로써 장시간 착용시에도 인체에 불편함이나 건강을 해치지 않는 브래지어를 생산하여야 할 것이다.

Table 9. 브래지어 착용효과 단위;명(%)

항 목	착용효과			
	만 족	보 통	불만족	합계
전반적인 신축성	33(22.7)	97(66.4)	16(10.9)	146(100.0)
유방을 모아주는 느낌	45(30.9)	50(34.2)	51(34.9)	146(100.0)
어깨끈 부착위치	54(37.0)	70(47.9)	22(15.1)	146(100.0)
밑받침 조임정도	44(30.1)	65(44.5)	37(25.3)	146(100.0)
뒤여밈의 치수조절정도	36(24.7)	74(50.6)	36(24.7)	146(100.0)
겨드랑밑 조임정도	51(34.9)	73(50.0)	22(15.1)	146(100.0)
어깨끈의 압박	37(25.3)	68(46.6)	41(28.1)	146(100.0)
군살의 밀려나옴	39(26.7)	71(48.6)	36(24.7)	146(100.0)
와이어의 압박	35(23.9)	62(42.5)	49(33.6)	146(100.0)
동작시 브래지어 올라감	35(23.9)	69(47.3)	42(28.8)	146(100.0)

Table 10. 브래지어 착용시 불편했던 경험

항 목	백분율
가슴부위가 너무 밀착되어 답답하다.	28.7
어깨끈이 너무 헐렁하여 흘러 내린다.	22.3
어깨끈이 너무 조인다.	19.8
업체마다 치수가 틀린다.	10.5
와이어가 잘 빠진다.	10.2
세탁 후 모양이 변형된다.	7.4
기 타	1.1
전 체	100.0

Table 11. 브래지어 생산시 개선되어야 할 사항

항 목	백분율
다양한 사이즈 개발	24.7
소재 개선	18.9
가격 개선	15.1
치수 정확성	11.8
컵의 형태 안정성	10.4
디자인 및 색상다양	7.7
촉감 개선	7.5
기 타	3.9
전 체	100.0

4. 결 론

본 연구의 목적은 현재 착용하고 있는 브래지어의 구매실태 및 착용실태를 조사하여 착용감이 좋은 브래지어 제작을 위한 기초자료를 제공하는 것으로 결론은 다음과 같다.

1. 브래지어 치수체계 및 가슴치수 인지 조사 결과 본 설문 응답자의 93.2%가 자신의 신장과 몸무게는 알고 있었으나 브래지어 치수체계에 대해서는 잘 알지 못한다고 응답하였으며 전체 응답자의 58.2%가 브래지어 치수체계를 모르거나 혹은 원하는 치수가 없어서 자신의 가슴치수와 다른 사이즈의 브래지어를 착용하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 현행 치수체계를 잘 이해하고 착용감이 높은 브래지어를 선택하기 위해서 소

비자는 자신의 가슴부위 치수를 정확히 파악하고, 브래지어 판매원은 치수체계에 대한 올바른 교육을 통해 소비자 체형에 가장 적합한 상품을 추천할 수 있어야 할 것이다.

2. 브래지어 구입시 가장 중요하다고 생각하는 요인은 사이즈, 디자인, 색상, 가격, 기타 소재와 상표의 순으로 디자인과 색상 등의 비중이 높은 것으로 나타났으며 이러한 결과는 기능적 브래지어 구입시 중요하다고 생각하는 요인인 활동성, 품질, 소재 등과 차이를 나타냈다.

3. 브래지어 착용시간은 하루종일 착용하는 응답자가 66.4%를 차지하였고 착용시간이 길수록 디자인이나 색상 보다는 착용성능과 가격을 많이 고려하는 것으로 나타났다. 따라서 피험자의 연령대별 혹은 직업별로 평균 착용시간을 조사함으로써 그 집단의 특성에 맞는 브래지어 생산에 중요한 자료를 제시할 수 있을 것이다.

4. 자신의 가슴치수를 알고 브래지어를 구입하는 경우 브래지어 착용 효과면에서 긍정적으로 응답하는 빈도가 많았으므로 치수를 잘 모를 경우에는 브래지어 판매원에 의한 소비자 치수 측정이 좀 더 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

5. 브래지어 착용시 불만족스러운 사항에 대해서는 사이즈와 관련된 사항외에 세탁 후 와이어가 잘 빠지거나 브래지어의 형태 안정성에 대한 소비자 불만이 높은 것으로 나타났다. 따라서 브래지어의 올바른 세탁 및 보관법에 대한 장확한 명시가 필요하리라 생각된다. 브래지어 생산시 고려해야 할 사항으로는 · 다양한 사이즈 개발, 소재 개선, 가격 개선 · 등의 순으로 소비자의 가슴치수 및 브래지어 치수체계에 대한 인식과 더불어 표준화된 브래지어 치수체계를 개발하여 브래지어 선택시 자신의 체형에 적합한 것을 선택할 수 있는 기회를 제공하여야 할 것이다.

브래지어는 여성들의 건강에 중요한 영향을 미치는 가장 중요한 기초 의복이므로 생산자와 소비자 모두 이에 대한 중요성을 깨닫고 상기와 같은 끊임없는 개선노력과 관심이 필요하리라 생각된다.

참고문헌

박유신 (2001) 20대 여성의 브래지어 치수설정 및 의복압에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

박은미 (2001) 성인여성용 브래지어 치수규격과 원형설계. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.

안영숙 (1987) 파운데이션의 착용 실태에 관한 조사 연구. 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문.

윤혜경 · 최석철 (1990) 브래지어의 적합성에 관한 연구. *한국의류학회지*, **14**(2), 117-128.

이경미 · 최혜선 (2001) 유방암 환자용 브래지어에 대한 착용실태 조사. *한국의류학회지*, **25**(4), 697-706.

조선일보 (2001) 4.6. p.10.

최혜선 · 최진희 · 김소라 (2000) 수유 브래지어 개발을 위한 실태 연구. *한국의류학회지*, **24**(6), 918-927.

텍스저널 (1999) 이너시장 '뉴베이직' 바람. **10**.

한국산업규격 (1999) KS K 0070

間壁治子 · 赤塚博江 (1985) ファウンデ-ションの着用に關する現狀調査について. *日本纖維製品消費科學誌*, **26**(11), 464-471.

Lawson, L.J. et.al. (1990) Selected sports bras. *CTRJ*, **8**(4), 117-128.

Singer S.R. and Grismaijer S. (1995) "Dressed to Kill". Avery Pub Group.

(2004년 2월 12일 접수)