

중년여성의 체형 결점 보완을 위한 니트웨어의 디자인 연구

범서희* · 이인성**

조선대학교 섬유패션디자인학과 강사* · 이화여자대학교 의류학과 부교수**

A Study on Knit-Wear Design for the Complement of Middle-Aged Women's Figure

Seo-Hee Beom* · In-Sung Lee**

Instructor, Dept. of Fiber Fashion Design, Chosun University*

Associate Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University**

(2006. 3. 27 토고)

ABSTRACT

Knit wear was industrialized, diversified, specialized and was made into high-class and it is including knitted cloth and small product for fashion as well as cardigan, sweater, and jacket etc. unlike past recognition only with underwear and inner wear. To consider elasticity to be the best strength of knit wear, middle-aged women that form change is serious are wearing knit wear as clothes for going out, and this may be regarded as clothes action to be conscious of form than vogue. Thus, in this study, this researcher tried to suggest solution scheme through the development of design of knit wear to supplement the form defect of middle-aged women.

This researcher tried to develop the design of knit wear to supplement the form defect of middle-aged women, after examining the theoretical background of knit wear, the bodily and mental feature of middle-aged women, internal and external knit wear brand that middle-aged women prefer as the scheme for solving the problematic form of middle-aged women with knit wear.

As the result First, to see the present situation of inland production enterprise of knit wear, almost all the brand companies are concentrating energies on widening age class. Second, middle-aged women become far off from the form which is regarded ideal form in modern society. Third, result that this researcher examined the brand of knit wear of middle-aged women is as follows : MORADO, Cartknit, Escalier. And, in foreign knit wear brand, ST John, Missoni, ESCADA. Fourth, as the result that this researcher did work manufacture for the supplement of form defect of middle-aged women, it has practical and active side, and off-time has high-class and elegant refined beauty.

Key words: knit wear(니트 웨어), middle-aged women(중년 여성), form defect(체형 결점)

I. 서론

오늘날 의류 상품은 단순히 생활 필수품이라는 용도를 넘어서 개인의 개성과 생활 양식을 표현·연출하고자 하는 수단으로써 그 기능과 용도가 바뀌고 있으며, 최근 소비자들의 변화된 라이프 스타일의 영향은 고급화·전문화·다양화를 요구하고 있다. 이와 함께 소비자의 패션에 대한 인식 수준 또한 높아지면서 유연성, 신축성, 드레이프성과 같은 활동이 편한 니트웨어 소재가 현대인의 라이프 스타일에 부각되기 시작하였다.

니트 의류시장의 대중화와 수요급증으로 인한 젊은 고객층을 위한 니트웨어의 폭은 넓어지고 있는 것에 반하여, 중년층 니트웨어 브랜드는 니트만이 갖는 편안함, 고급스러움을 강점으로 비교적 고정 고객층을 중심으로 변화 없이 베이직한 상품 개발에만 머무르고 있다. 니트웨어의 최대 강점인 신축성을 고려한다면, 젊은층 보다 비교적 체형 변화가 심한 중년층 여성을 위한 원사 선택에서 스타일, 패턴, 컬러 전개에 이르기까지 디자인 개발이 시급하다.

현대 사회에서 이상으로 하는 체형은 키가 크고 말라 보이는 것이지만 대다수의 여성이 이러한 이상형에 미치지 못하고 있으며 특히 여성의 경우 임신, 출산, 육아, 가사 노동의 과정 및 연령의 증가에 따라 점점 더 이상적인 체형에서 멀어져 가는 것이 사실이다. 그리하여 중년기에 이른 여성은 특히 배부위나 등, 어깨 등에 피하 지방이 두꺼워지는 형태적 변화와 체중 증가에 따른 비만으로 자신의 외모에 대한 심리적 위기감마저 경험하기도 하며 가정 생활 주기상 비교적 많은 여유 시간이 주어짐에 따라 낮아진 신체적 매력을 보완하기 위해 의복과 외모에 더욱 관심을 쏟게 되며 유행보다는 체형을 의식한 의복 착용을 하게 된다. 중년 여성들이 외출복으로 니트웨어를 많이 착용하는 것도 유행보다는 체형을 의식한 의복 행동으로 볼 수 있다.

지금까지 니트웨어에 대한 선행 연구는 디자인 분야와 마케팅 분야, 직물과 니트 치수체계에 관한 분야로 나누어 살펴볼 수 있다. 먼저 디자인 분야의 이해옥(1996), 이경애(1997), 이지원(1999), 김영기

(2002) 등은 다양한 니팅기법을 이용하여 아트 웨어의 예술적 가치를 추구하는 디자인 개발 연구에 주력하였다.

또한 마케팅 분야의 김계연(2001), 박봉렬(2002), 이윤미(2003) 등은 니트웨어의 소비자 구매 행동 실태 조사 및 니트웨어 업체의 특성과 국내 니트 업체의 현황을 분석하였다.

이종립(1999)은 니트웨어로 각광받는 아이템의 하나인 골프 웨어에 대한 연구로 30대에서 50대까지를 중심으로 골프 니트웨어의 착용도와 구입 시 선호 및 착용후의 불만족 요인을 조사·분석하였다. 니트의 치수에 관련된 선행 연구로는 문영옥·천태일(2000)의 니트 트레이닝복 제작을 위한 치수 체계를 정하기 위한 연구로 니트 트레이닝 제작 시 필요한 기본 부위 및 참고 부위의 범위와 평균치를 니트 트레이닝 치수 체계로 설정하였다.

한편 이미화(2003), 한국희(2001)는 20대 여성의 니트웨어를 연구하였다.

이상의 니트웨어에 관한 선행 연구를 살펴보면, 기존 니트웨어의 고정 고객인 중년 여성 소비자에 대한 연구는 이루어지지 않고 있는 실정이다. 그러므로 이지웨어 붐(easywear boom)을 타고 유연성, 신축성, 드레이프성과 같은 활동이 편한 니트웨어 소재가 현대인의 라이프 스타일이 부각되고 있는 시점에서 중년 여성의 체형 보완을 위한 구체적인 니트웨어 디자인 연구가 필요하다고 사료된다.

따라서 본 연구는 중년층 여성의 국내·국외 니트웨어 브랜드의 특징을 조사하고, 그 결과에 따라 중년층 여성 체형 보완을 위한 니트웨어의 디자인을 제시하는 데 목적이 있다. 구체적으로 중년층 여성이 선호하는 니트웨어 브랜드를 선정하여 조사하고, 니트웨어 업체의 디자인 개발 방안을 실제 작품을 통해 제시하고자 한다.

본 연구는 관련 문헌을 통하여 니트웨어의 기본 개념 즉, 니트의 정의, 역사, 특성과, 니트 의류업체의 특성, 중년 여성의 특징에 대해 이론적으로 고찰하였다. 이와 함께 차별화된 중년 여성 니트웨어 개발을 위하여 국내·국외 니트웨어 브랜드를 대상으로 조사는 서울 소재 백화점을 중심으로 시장 조사

와 각종 잡지 및 보도 자료 등을 참고로 조사 실시 함으로써 중년층 여성의 체형 결점 보완을 위해 선호하는 니트웨어의 디자인적 특징을 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 니트의 정의 및 역사

앵글로 색슨(Anglo Saxon)어인 Netten, Knetten 등에서 전래된 니트의 개념은 ‘짜다’라는 의미인데, 의류를 만든다는 뜻으로 메리야스와 같은 개념¹⁾이며, 씨실 또는 날실 1계열의 실에 의해서 형성된 루프(loop)²⁾가 연결 되어서 만들어지는 것으로 재료와 기법을 불문하고 모든 것의 편직물을 의미하지만, 좁은 의미로는 실 또는 끈 상태의 소재에 의해서 루프를 만들어 차례로 연결한 선 상태나 면 상태로 구성하는 수법 및 그 제품을 말한다.³⁾

16세기경 니트란 용어가 사용되기 전에는 메리야스란 말이 사용되었는데 스페인어의 메디아스(Medias), 혹은 포르투갈어의 메이아스(Meias)에서 유래된 것으로 이를 모두 ‘긴 양말’이란 의미를 가지고 있었다.

이러한 니트의 발생기원은 확실하지는 않으나 3세기경 것으로 추정되는 유프라테스 강변에서 발견된 황갈색 수편물 조각과 4세기경의 것으로 추정되는 아라비아 지방에서 발견된 적색 수편 샌들 양말이 가장 오래된 것으로 남아 있다.⁴⁾

중세 시대에 들어서 니트는 교회나 수도원 중심으로 신성성(神性性), 존경, 겸소 등의 종교적 상징과 함께 화려함으로 권위를 나타내려는 의도에서 발달하여 확산되었으며, 니트의 생산이 기계화된 것은 르네상스 시대에 들어 1589년 영국의 목사 William Lee가 수동식 양말 편기를 발명한데서 비롯된다. 이것은 베어드기(Beard needle)를 사용한 것으로 엘리자베스 I 세말에 예술적인 감각까지 지니게 되면서 니트는 고급 패션에 속하게 되었다. 특히 이 시기에는 실크 스타킹이 가장 발달하였으며 이때 나온 남성 패션으로 짧은 바지(trunk)에 함께 입던 바 드 쇼스(bas de chausses)⁵⁾는 인체에 밀착

되는 바디 피트 스타일(body fit style)로 일찍이 현대적인 니트의 형태를 갖춘 스타일이었다.

1589년 영국의 William Lee의 편물 기계 발명 후로 니트 제품의 수요를 증가 시켰고, 1775년 영국의 Edmond Crane이 최초의 트리코트 경편기⁶⁾를 발명하였다. 1849년 영국인 Mathew Townsend가 래치 편침(letch needle)의 원형 편기를 발명함에 따라 니트 산업의 기계화를 이루도록 했다. 라셀 경편기⁷⁾는 1855년 영국인 Redgate Rascel이 발명하였고, 1864년에는 William Cotton이 코튼식 평형 편기를 개발하였는데 이것이 풀 패션(full fashion) 편기의 기초가 되었다. 1879년 영국인 Bachman에 의해 밀라니즈(milanese) 경편기가 개발되었다.

20세기 들어 1920년대에 니트는 코코 샤넬(Coco Chanel)에 의해 외의류(外衣類)에 사용되어 패션의 한 분야로 인정받기 시작했으며, 그것은 소재에도 많은 변화를 가져와 오늘날 직물에까지 니트의 신축성을 표현해 낸 스트레치(stretch)성 원단들을 개발하도록 하는 계기가 되었다. 1930년대에는 엘자 스키아파렐리(Elsa Schiaparelli)에 의해 니트는 독특하고 기발한 예술성이 첨가된 형태로 만들어졌으며 자동차 보급과 스포츠의 유행으로 인기를 끌게 되었다. 1940년대에는 전쟁으로 인해 니트는 군인용, 군수 물자, 스포츠 웨어로서 그 명맥을 유지하였다.

1950년대는 새로운 소재의 개발과 전쟁 후 빠른 경제 발전으로 스포츠와 레저에 대한 관심이 많아지면서 니트웨어의 용도가 확대되었다. 특히 변화가 많았던 1960년대에 들어서는 시대적 흐름에 맞추어 니트 또한 다양한 형태로 나타나 캐주얼 웨어, 스포츠 웨어, 유니섹스 모드로 유행되었다. 구미의 섬유 예술가들에 의해 니트는 미술 의상으로까지 그 영역이 확대되어 기능성과 활동성에 조형성과 심미성 까지 더해져 발달하게 되었다. 1970년대에는 편직기의 개발과 함께 자연 회귀 운동과 여성 운동의 영향으로 에스닉한 유니섹스 룩으로 발전하였다.

유행의 다각화 현상이 나타난 1980년대는 니트웨어는 고급 패션으로서 또는 전위적인 스타일, 고전적인 스타일, 아방 가르드한 스타일로도 니트에 대

한 선호가 급증하여 포멀한 정장에서부터 캐주얼한 단품까지 다양하게 나타났다. 에콜로지 운동이 절정을 이루었던 1990년대에는 니트 패션에서도 전반적으로 리사이클과 내추럴이 강조되어 천연 소재와 자연의 느낌을 살린 디자인, 색상 등이 사용되어졌고 에콜로지 정신을 반영한 부드럽고 자연스러운 니트웨어들이 더욱 각광을 받았다.

2. 니트의 특성

일반적으로 직물은 씨실과 날실이 번갈아 교차되면서 이루어는데, 이러한 교차과정은 날실과 씨실 간의 여러 가지 다양한 교차방법으로 응용될 수 있고 여기에 따라서 표면이 매끈하거나 유통불통한 직물을 얻어낼 수 있다.

이에 반해 루프(loop)의 연결에 의해서 만들어지는 니트는 각각 둥글게 짜여진 한코 한코가 바늘에 의하여 연결되면서 신축성을 갖게 된다. 형성 방법에 따라 니트는 위편니트와 경편니트로 분류된다. 위편니트는 한줄의 실이 한코 한코 연속적으로 연결되며 편성되므로 수평선 방향으로 짜여진다. 경편니트는 수직으로 배치된 한 그룹의 실들이 니트 전체 폭을 동시에 짜여진다.⁸⁾

니트의 가장 대표적인 특성으로 직물에 비해 신축성이 있다. 니트는 실의 각 부분이 비교적 자유로운 형태로 편환(編環)을 구성하는 편사의 꼬임이 곡선형 구조를 띠고 있기 때문에 쉽게 늘어나는 동시에 다시 원형으로 돌아가는 회복성도 좋다. 보통 직물의 신도는 10~20%이나 편성물은 40~200%의 신도를 가진다.⁹⁾ 이와 같은 신축성으로 인하여 잘 구겨지지 않고, 손질이 쉽고 활동성, 착장성, 기능성이 좋아 몸에 피트되는 스포츠 웨어나 내의류로 적합하다.¹⁰⁾ 코로 구성되어 있는 니트 조직의 특성상 섬유와 실의 움직임이 유연하고 착용자에게 구속감을 주지 않아서, 의료(衣料)로서 입고 벗기가 쉽고, 입어도 쉽게 파손함을 느끼지 않는다.

드레이프성이 있는 니트 재질은 탄력성과 부피감이 있고, 촉감이 부드러워 인체에 밀착되어 실루엣을 잘 살릴 수 있다.¹¹⁾ 또한 구김이 잘 생기지 않으며 직물보다 원상태로 회복이 빠르다.¹²⁾ 반면 같은

이유로 형태를 고정시키는 옷에는 부적합하다.¹³⁾

마찰에 매우 약한 특성을 보여주는 니트는 비교적 꼬임이 적은 방적사나 장식사 등을 사용하기 때문에 마찰로 인하여 압축되고 세탁 후 줄어들거나 보풀이 생겨 광택이 떨어진다. 또한 심한 마찰로 올이 끊어지는 런(run) 현상을 유발한다. 편성물에서 한 가닥의 루프가 끊어지면 사다리 모양으로 풀려나가는 현상을 런이라 하며, 한코가 끊어질 경우 좌, 우, 상, 하, 4개의 대칭균형에 의해 유지되었던 그 코가 풀려지면서 연속적인 풀립선을 이루는데 이 풀립선은 실과 실 사이의 불일치로 생기는 저항력에 부딪히거나 풀리는 힘이 스스로 없어질 때까지 계속 밑으로 이어져가면서 풀리는 전선 현상(laddering)과도 비슷하다.¹⁴⁾ 니트의 단점이라 할 수 있는 런을 방지하는 방법으로는 코가 좌우의 다른 두 종류의 실로 얹혀져 있는 트리코(tricot)와 짜여짐과 짜여지지 않음을 조합하거나, 합성수지로 접착시키는 논런(non-run)가공법이 이용되고 있다.

또한 편직 상태에서 원하는 모양으로 성형이 가능하므로 일반적인 제조 방법에 비하여 제단으로 인한 손실이 생기지 않는다. 위편니트의 경우, 풀어서 다시 편직 할 수 있는 재활용이 가능하여 디자인의 변화를 주고 싶을 때도 사용되며 상품으로서의 차별성도 확보할 수 있다. 니트는 직물과는 달리 실에서 곧바로 제품화 할 수 있는데, 그 경우에 몸의 선에 따라서 짜는 폭을 증감하는 성형편(成形編)을 할 수 있다. 또 편성 도중에 색과 무늬를 다양하게 배합하거나, 치수에 따라 패턴을 증감시키거나 접속시켜 다양하게 원하는 형태로 편성 조직을 창작할 수 있다. 이러한 점은 그 시대 패션 흐름과 용도에 의해 다양한 조직과 편성의 효과와 원사 소재의 사용에 의해 다양하게 나타낼 수 있다.

니트의 치밀하지 못한 특성으로 합기성은 동일 재료의 직물보다 많아서 보온성이 좋고, 동시에 통기성도 있다.¹⁵⁾ 일반 직물의 합기량이 50~70%인데 비하여 니트는 80% 또는 그 이상으로 동일 재료의 직물보다 많은 것으로 나타난다.¹⁶⁾

편성물의 가장자리 부분이 휘말리는 현상으로 니트웨어 디자인, 재단, 봉제에 있어서 어려움을 일으

키는 요인이다. 컬 업이 심하게 나타나는 조직은 평 편 뜨기이며, 고무편, 가터편, 양면편 조직에서는 나타나지 않는다.¹⁷⁾

3. 니트웨어 생산업체의 특징

니트는 21세기 고부가 패션 산업으로 경쟁력을 가진 반면, 국내 니트 산업은 최근 들어 임금인상, 기능 인력 부족, 중국의 중저가품 니트 출시, 패션 선진국의 품질과 디자인의 우수성 등에 의해서 경쟁력을 상실해 가고 있다. 고 연령층을 주 고객으로 성장해온 국내 니트 산업은 중국 등 후발 개도국들의 저가품 정책과 최근 3년간 2~3배 규모로 급증하는 고가의 직수입 니트 제품의 움직임으로 중소 하청업체들이 연쇄 도산하고 있는 상황이다. 현재 국내 니트 산업은 급속한 국내·외 시장 환경 변화에 발맞추어 고부가 가치를 창출할 수 있는 새로운 경쟁 우위를 모색하는 것이 시급히 요구되고 있다.¹⁸⁾

한국은 독자적인 기획력과 생산 능력을 가진 일부 대기업을 제외하고는 대부분 하청 내지 임가공 업체 중심의 중소 및 영세 기업들로 운영되고 있으며, 아직도 영세성을 면치 못하는 사장 중심 체제의 공장이 대부분을 차지하고 있는 실정이다. 그러나 힘든 일을 기피하는 사회 현상으로 인한 생산 현장의 인력 부족과 인건비 상승, 고유 브랜드 및 고유 기술력 개발 미흡, 원자재에 있어서 국제 환경 변화에 수동적일 수밖에 없는 여건 등은 더 이상 가격 위주의 경쟁력 유지 전략은 통하지 않는 시대로 빠르게 변화하고 있다. 특히 제품 사이클이 짧아지고 시장의 요구가 다양화되는 상황에서 수시로 변화하는 소비자 요구에 즉시 대처할 수 있는 유연성 즉, 단품종 소량 생산 체제의 구축과 수직·수평적 파트너쉽 형성으로 업계전체의 비즈니스 프로세스 능력을 높일 수 있는 QRS의 적극 도입은 중국 등 후발국과의 경쟁 속에서 국내 니트 업계가 현재의 성장 한계 상황을 돌파 할 수 있는 과제임에도 불구하고 그 인식은 업계 종사자 대부분이 공감하지만 현실적으로는 선진국에 비해 열악한 인프라로 인하여 적용에 어려움을 겪고 있는 것이 업계의 현실이

다. 편직과 가공의 분리 현상으로 인하여 편직은 도급제이고 인력 체계가 어려워 재하청으로 분업화 되어가고 있으며, 가공 또한 마찬가지이다. 따라서 하청 공장으로 편직물을 보내므로 업체에서는 생산 전반의 공장 관리 및 품질 관리를 항상 일선에서 공장 당사자들과 신경을 써서 공장측과 면밀한 유대 관계를 유지해야 하는 어려움이 있다.

III. 중년 여성 니트웨어 브랜드 조사

1. 중년 여성의 특징

중년기는 자녀를 기르는 시기와 은퇴하는 시기의 중간에 위치하여 다른 연령기와 마찬가지로 그 시기를 확정하기 어려우므로 일반적으로 신체적 나이(calender age)로 구분하고 있다. 이 시기에는 생물학적인 신체 노화의 징후가 나타나 여성의 경우 출산을 마무리 하고 폐경과 관련된 변화가 시작 되는데, 폐경기가 시작되는 평균 나이는 47세이다. 사회 심리학적 측면에서는 중년기를 40대 초반에서 시작 되어 60대 초반까지 지속된다고 보았다.¹⁹⁾

의복 구성에 관한 연구에서의 중년기의 연령 구분을 보면 김애린(1987)은 30~40대를 한애미(1987)와 이영희(1987)는 40~50세를, 서승희(1985)는 40~49세를 중년기로 보았으며, 손희순(1989)은 35~39세를 중년 초기, 40~49세를 중년 중기, 50~54세를 중년 후기로 구분하였다. 윤진(1995)은 중년기를 30세부터 60세까지로 보았으며, 이영윤(1992)은 중년기를 40세부터 64세까지로 한정하여 40세에서 49세까지를 중년 전기, 50세에서 64세까지를 중년 후기로 나누는가 하면 40세에서 60세 사이를 중년으로 구분하는 학자들도 있다.²⁰⁾

이와 같이 연구자에 따라서 중년의 기준을 신체적 나이, 생물학적 신체 노화의 시작, 신체 각 부위의 치수 변화 혹은 체중의 비만화 경향 등으로 정하고 있다. 본 연구에서는 중년 여성의 연령 구분을 체형 변화 추이를 중심으로 하여 40~59세로 한정 하였다.

중년기는 개인의 심리적, 신체적, 인지적 변화 등

내적 환경과 가족생활, 직업생활, 사회생활 등 외적 환경에 의하여 복합적인 영향을 받는다.²¹⁾ 이러한 과정에서 이들은 자기 확신감이 증가되고 자신의 능력을 발전시킬 수 있는 보다 자유스러운 시기임과 동시에 정체감 수립 또는 상실 등의 위기로부터 떨어진 안전한 시기에 놓여진다.²²⁾

국내 인구 비율 변화 추이를 보면 점차 중년층의 비율이 증가하고 있으며, 40~50대의 중년 여성은 자녀의 성장으로 인한 여가 시간의 증가, 경제적 여유 등으로 생활이 안정되고, 일에 대한 관심과 동시에 외모에 대한 새로운 흥미를 갖게 되어 이전보다 더 많은 의복을 구매하게 되므로, 의류 소비자로서도 관심을 기울여야 할 대상이다.²³⁾ 미스·미시들과 달리 중년 여성은 유행보다는 착용감이 편한 브랜드를 선호하는 경우가 많으며, 명품화와 함께 고가의 브랜드 선호도도 증가하고 있다.

하지만 이러한 관심과는 달리 중년 여성들을 위한 시중 브랜드의 옷은 대체로 몸에 잘 맞지 않는 경향이 있다. 그 이유로는 중년 여성에 맞는 디자인을 찾기가 어렵고, 다트의 위치, 허리 둘레 등 신체의 변화에 따라 실루엣이 30대 이전과 많이 달라지

므로 의복 선택에 어려움이 있다.²⁵⁾ 또한 중년 여성은 타깃으로 한 브랜드들은 브랜드별 차이가 현저하고, 재고율을 낮추기 위해 유행을 타지 않는 평범한 디자인 및 색상 등 상품 기획력의 문제점 등이 지적되고 있다. 각 브랜드에서 사용하고 있는 호칭은 통일되어 있지 않아 치수 적합성에 문제가 제기되고 있다.

중년 여성의 실제 신체 사이즈의 평균, 표준편차, 최대값, 최소값을 다음 <표 1>에서 제시하였다. 중년 여성의 각각의 치수 항목에 대한 최대값과 최소값은 업체에서 사이즈 스펙을 설계하는데 유용한 자료를 제공할 수 있다고 본다.

위의 <표 1>의 결과를 종합해 보면 중년기 인체의 횡적 크기에 영향을 미치는 두께나 너비, 둘레 항목이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적으로 표준편차 4cm 이상 차이가 나는 항목은 키, 가슴둘레, 허리둘레, 배둘레, 엉덩이둘레, 몸무게 항목이다. 그러므로 중년기에는 인체의 두께나 둘레 항목이 높이와 길이 항목보다 더 큰 영향을 미치며 체형변화에 중요한 인자로 작용한다고 할 수 있다.

<표 1> 중년 여성의 신체 측정 통계량

(단위: cm)

항 목	평 균	표준편차	최대값	최소값
키	156.30	4.90	170.30	140.70
머리둘레	54.64	1.42	59.40	50.90
목둘레	40.60	1.94	46.00	35.40
가슴둘레	89.98	6.42	111.50	72.00
허리둘레	78.83	7.17	102.00	54.70
배둘레	90.72	6.40	116.00	73.00
엉덩이둘레	94.43	4.73	109.90	81.50
넓적다리둘레	54.83	3.55	64.60	45.00
장딴지둘레	33.74	2.09	39.50	27.60
발목둘레	20.78	1.12	25.00	17.30
진동둘레	38.56	2.62	48.50	31.60
윗팔둘레	29.40	2.20	35.00	23.40
손목둘레	15.73	0.85	18.90	13.50
어깨너비	39.47	1.78	44.30	33.20
등길이	40.69	2.05	45.20	34.20
팔길이	53.64	2.15	60.50	47.10
엉덩이둘레	18.66	1.71	23.40	14.00
몸무게(kg)	57.77	6.68	80.80	39.40

자료: 한국섬유개발연구원(2002)²⁴⁾

〈표 2〉 국내 서울 소재 백화점 점포 수 현황

순위	브랜드명	점포수	백화점 점포명
1	모라도	10	경방필 백화점, 롯데 관악점, 롯데 노원점, 롯데 영등포점, 롯데 잠실점, 롯데 청량리점, 현대 목동점, 현대 미아점, 현대 신촌점, 현대 천호점
2	에스칼리에	9	롯데 강남점, 롯데 관악점, 롯데 노원점, 롯데 본점, 롯데 영등포점, 롯데 잠실점, 롯데 청량리점, 현대 미아점, 현대 천호점
3	까르뜨니트	7	롯데 노원점, 롯데 본점, 롯데 잠실점, 신세계 강남점, 신세계 본점, 신세계 영등포점, 현대 신촌점
4	정호진 니트	6	롯데 노원점, 롯데 영등포점, 롯데 잠실점, 현대 목동점, 현대 미아점, 현대 신촌점

2. 국내 니트웨어 브랜드

국내의 40~50대 중년층 니트웨어 시장을 선점하고 있는 브랜드들 대부분이 10~20년 이상 된 중견 니트 전문 업체들인 만큼 경험에서 나오는 노하우를 바탕으로 원사 개발에 주력하고 있다.

대표적인 40~60대 중년층 니트웨어 브랜드로는 모라도, 까르뜨니트, 에스칼리에, 정호진 니트 등이 있으며 이들 외에도 동·남대문의 시장 제품이 많은 비중을 차지하고 있으나, 본 논문에서는 〈표. 2〉에서와 같이 국내 서울 소재 백화점을 중심으로 가장 많은 점포수를 가진 중년층 타깃의 니트웨어 브랜드만을 다루기로 한다. 조사는 2006년 4월부터 5월까지 백화점을 통한 시장조사와 각종 잡지 및 보도자료 등을 참고로 하였다.

1) 모라도(MORADO)

모라도는 40~50대를 타깃으로, 1967년 섬유제조 수출 판매업체로 출발하여 1972년 (주)모라도로 상호 변경되어 출시된 니트 전문 브랜드이다. 스페인어로 보라색을 의미하는 모라도는 보라색을 띤 제비꽃의 고고하고 깨끗한 이미지를 제품에 담고 있다.

사회적으로 안정되어 경제적 여유가 있고 고품질을 추구하며 안정적인 자신의 생활여유를 즐기려는 중년층 여성들 주 고객으로 하며 고급스럽고 지적인 이미지를 가미한 '오랜' 전통의 네트 전문 브랜드이다. 과장되지 않은 실용적이고 셈플한 샐루엣으로 엘레강스하며 화사하고 리치한 감각으로 디자인을 전개하고 있다.²⁶⁾

다른 니트 브랜드와 달리 모라도는 대리점 중심의 영업망을 추축하고 있었으나 앞으로 고급 백화

점 위주의 영업 전략을 강화하여 서울 시내 유명 백화점 등에 계획적으로 유통망을 넓혀갈 방침으로 보인다. 모라도는 깊은 감각을 강화하여 런칭 초기부터 함께 해온 기존 고객의 수요를 충족시키면서 시즌 당 20~30% 비율로 40~50대를 위한 보다 깊은 감각의 상품을 선보여 신규 고객 창출에도 적극 나서고 있으며, 모라도는 앞으로 기존의 니트웨어뿐만 아니라, 직물류, 스카프, 핸드백, 베타이, 악세사리 등을 기획, 생산하고 21세기의 니트 업체를 주도할 것으로 본다.²⁷⁾

2) 까르뜨니트(CARTE KNIT)

까르뜨니트((주)마리오)는 타깃층이 50대로써, 1980년 8월에 출시되어 Chic(모든 요소의 절제된 하모니), Artistic(차별화된 독창성), Romantic(모던한 감각의 페미니즘), Trendy(정제된 중심 트렌드의 표현), Elegant(드러내지 않는 럭셔리함)의 첫 글자를 따서 만든 브랜드 의미로 여성의 부드러움을 표현하는 팬던트의 원안에 니트의 근원적 조직에서 C 이니셜에 대한 모티브를 찾아 표현했다. 브랜드 컨셉은 에이지리스(Ageless)한 독창성과 페미니즘을 모던하게 표현한 도회적 세련미와 클래식한 멋을 가미한 니트 정장과 화려하고 장식적인 요소가 풍부한 양상들 중심의 코디네이트로 다양한 연출이 가능한 토탈 이지(total easy) 니트웨어 브랜드이다.²⁸⁾

세밀, 행사 바종을 줄여 정상가 판매를 강화시킨 까르뜨니트는 고가품 포지션을 확대하고 소재, 완성도를 높임으로써 불량률을 감소시킨 부분을 채웠다. 40~60대 소비자를 대상으로 하는 국내 니트 시장에서 높은 브랜드 인지도를 확보하고 있는 까르뜨

니트는 최근 중년층 소비자들의 감성이 보다 젊은 트렌드를 지향함에 따라 소비자 욕구를 적극 수용하면서 30~40대 젊은층 커리어 우먼을 수용하기 위해 절제되고 젊은 이미지의 고감도 디자인을 강화하고 있다. 까르뜨니트는 '니트는 QRS가 힘들다'는 일반적인 상식을 깨고 전체 물량의 15% 이상을 QRS로 진행하며 적정량 공급을 통한 재고부담을 줄여 효율강화에 주력하고 있다.²⁹⁾

3) 에스깔리에(ESCALIER)

에스깔리에((주)유경산업)는 40~60대를 타깃으로, 1990년 9월에 출시되어 베이직을 기본으로 스포티, 엘레강스를 지향하며 다양한 컬러의 조화와 기능성을 갖춘 최고의 품질을 추구한다.

30~40대 젊은 마인드를 적극 공략하여 캐주얼한 감성을 통한 변신을 시도하고 있으며 주 고객층이 젊은 이미지를 선호한다는 분석으로 3년 전부터 연령층을 지속적으로 하향 조정해오고 있다. 고부가 가치의 슈트와 함께 레포츠 개념을 포함하는 캐주얼 정장을 선보여 젊은 이미지를 강조하고 있다.³⁰⁾ 에스깔리에는 백화점 위주의 32개 매장을 운영하고 있으며, 효율성 재고에 적극 나서고 있다. 가격에서

도 고가와 저가의 이원화 가격 전략을 강화시켜 다양한 소비자층 수용에 노력하고 있다. 에스깔리에는 현장 중심의 영업을 강화하여 백화점에서 판매의 80%를 좌우하는 것은 샵 마스터(shop master)의 실력에 달려 있다고 판단하여 자질을 갖춘 판매사원의 확보와 매장 내에서 적기 적량의 상품공급이 이루어 질 수 있는 시스템을 구축하고 있다.

3. 국외 니트웨어 브랜드

1) 센존(ST.JOHN)

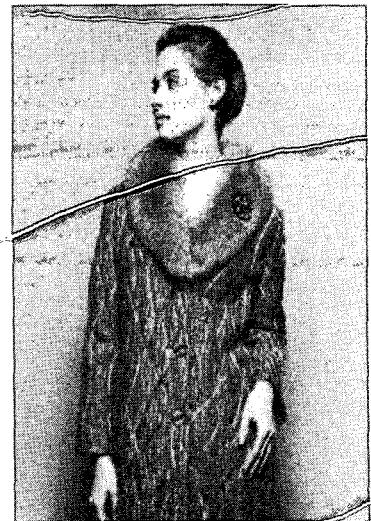
센존은 미국을 대표하는 명품 니트 수입 브랜드로 1962년 설립되어 캘리포니아주 Irvine에 본사를 두고 있다. 미국 전역의 유명 백화점에 부티크(Boutique)가 있으며 유럽과 아시아 지역에도 널리 보급되어 있다. Bob Grey와 그의 아내 Marie Grey에 의해 설립된 가족 기업이다. 그의 딸인 Kerry Grey는 리셉셔너스트로 시작하여 현재는 지면 모텔로 활동하고 있으며 회사의 경영에 참여하고 있다. 30대 중반에서 50대까지가 타깃층이며, 디테일이 강하고 다양한 컬러를 사용하는 니트 정장 여성복을 컨셉으로 한다.³¹⁾



〈그림 1〉 모라도 제품사진 I
(2004. www.morado.co.kr)



〈그림 2〉 모라도 제품사진 II
(2004. www.morado.co.kr)



〈그림 3〉 까르뜨니트 제품사진 I
(2004. www.mario.co.kr)



〈그림 4〉 까르뜨니트
제품사진 II
(2004. www.mario.co.kr)



〈그림 5〉 에스깔리에
제품사진 I
(2004. www.escalier.co.kr)



〈그림 6〉 에스깔리에
제품사진 II
(2004. www.escalier.co.kr)

센존 특유의 뜨개실 제품인 산타나는 선별된 오스트리아 산 울 75%와 비스코스 레이온사 25%를 꼬아 만들어진다. 센존 의상을 구김, 처짐, 그리고 보풀에 대한 저항력이 강한 제품으로 만드는 데 일조를 한 산타나 실은 제조 공정 과정이 20시간 정도가 걸린다. 스펀 과정을 거쳐 만들어진 산타나 실은 한번은 울을 위한 온도, 다른 한 번은 레이온을 위한 온도의 2가지 다른 온도에서 자체 개발된 컬러로 염색된다. 니트의 독특함을 유지하기 위해 3가지 공정을 더 거친 후, 염색된 실은 정확한 컴퓨터 시스템이 특정인 스틀 머신으로 편직 된다.³²⁾

2) 미소니(MISSONI)

미소니는 이태리 수입 브랜드로 30~50대가 타깃 층이며, 편하고 자유로운 남녀 토탈 캐주얼 웨어를 추구한다. 강렬하고 대담한 색채 감각으로 새로운 스타일을 창조하며, 지그재그 문양, 아프리카 민속 문양 등 전통적 고전미를 현실에 조화시켜 강렬한 색상을 선호하는 소비자층을 타깃으로 세련된 감각과 고급스러운 패턴을 선보이고 있다.

미소니는 모방할 수 없는 독창적이며 환상적인 색채로 세계 패션계의 주목을 받았고, 오늘날까지

그 명성이 이어지고 있다. 미소니의 컬러 패레트는 40여 가지 기본색으로 이뤄져 있으며, 여기서 10가지 색을 선택해 하나의 색 그룹을 만들어낸다. 미소니 디자인 근원은 혼용 컬러 그룹이며 시즌마다 네 가지 컬러 그룹을 설정해 컬렉션에 선보인다. 미소니의 색상이 우연한 배합, 무질서한 나열로만 보일 수 있으나 그 내부 세계에는 미소니만의 질서와 정교한 계산이 숨어 있어서 제품 그 자체를 컬러 차트라 할 수 있다.³³⁾

3) 에스까다(ESCADA)

독일 수입 브랜드로 30대 후반에서 50대 후반이 타깃층이고, 스포티브 엘레강스한 컬러, 코디룩 정장이 컨셉이다. 야생 호랑이, 새, 기린 등 다양한 패턴을 통해 새로운 스타일을 만들어가며, 섬세하고 편안한 옷을 만들기 위해 노력하고 어떤 상황에서도 든지 자신감 있고 편안하면서도 잘 차려 입었다는 느낌을 가질 수 있는 옷을 만드는 것이 에스까다의 철학이다.

Margaretha Ley와 Wolfgang Ley 부부는 고급격의 제품을 합리적인 가격으로 제시하기 위해 고급 원단 업체들과 조인해 오뜨 꾸뛰르에 제공되는 것



〈그림 7〉 센존의
제품사진 I
(2004. 센존 카탈로그)

〈그림 8〉 센존의
제품사진 II
(2004. 센존 카탈로그)

〈그림 9〉 미소니
제품사진 I
(2004. www.missoni.com)

〈그림 10〉 미소니
제품사진 II
(2004. www.missoni.com)



〈그림 11〉 에스까다 제품사진 I
(2004. www.firstviewkorea.com)



〈그림 12〉 에스까다 제품사진 II
(2004. www.firstviewkorea.com)

과 동일한 품질의 원단을 사용하는 아이디어를 내놓았다.

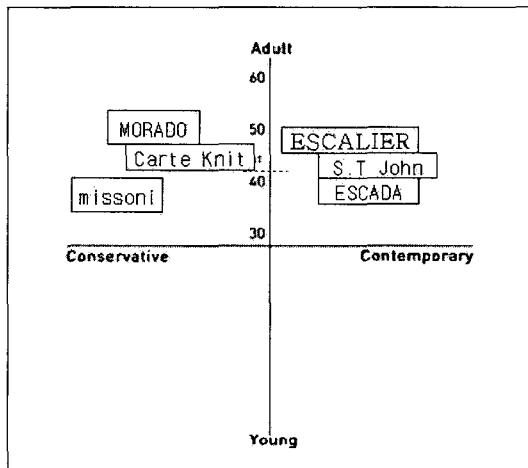
디자이너로서 마가렛은 의상의 색조와 미묘한 뉘앙스, 직물의 감촉 등에 대해 끊임없이 연구하면서

<표 3> 국내·외 니트웨어 브랜드 특성

구분	국내			국외		
	모라도	까르띠에	에스캘리에	센준	미소나	에스까다
컨셉	고고함 개끗함	독창성 모던한 감각	스포티브 엘레강스	강한 디테일	대담한 색채감각	스포티브 엘레강스
타깃	40-50대	50대	40-60대	30-50대	30-50대	30-50대
설립연도	1967년	1980년	1990년	1962년	1954년	1976년
디자인 포인트	실용적이고 심플한 실루엣	도회적인 세련미와 클래식한 멋	다양한 컬러의 조화와 기능성	다양한 컬러의 사용	세련된 감각과 고급스러운 패턴	섬세하고 편안한 옷

보다 멋있고 많은 옷을 선사하기 위해 노력하며, 연속성(continuity)에 주목함으로써 한 컬렉션에서 다음 컬렉션으로 옷들이 연결될 수 있도록 디자인하되 항상 프린트된 가죽이나 스웨터, 재킷, 블라우스 등에 색 다른 변화를 시도하였다.³⁴⁾

<표 4> 국내·외 니트웨어 브랜드의 애이지 포지션



IV. 작품 제작

1. 작품 컨셉

선진국에 가까워질수록 니트웨어 소비량이 증가하고 의류산업에서 고부가가치 산업인 니트가 럭셔리(Luxury), 연령층 하향화라는 차별화와 웰빙 시대에 맞춰 소재와 컬러에서 고급화를 시도한다. 니트 정장 부분에서 세밀한 곳까지 완벽한 마무리를

가해 퀄리티를 높이는데 주력하고 제품 디자인에 젊은 느낌을 강조한다.

Sportive Casual Knit Wear로서 사회 활동이 활발한 중년 여성들을 위해 실용성과 화려함, 편안함과 신선함이란 양면성을 동시에 표현한다. 고급스럽고 화려한 소재를 주로 사용하여 중년 여성의 니즈(needs)를 충족시키고, 중년층에 흔히 나타날 수 있는 체형 결점을 보완할 수 있으면서 활동하기에 편한 의상을 디자인하고자 한다.

2. 작품 기획

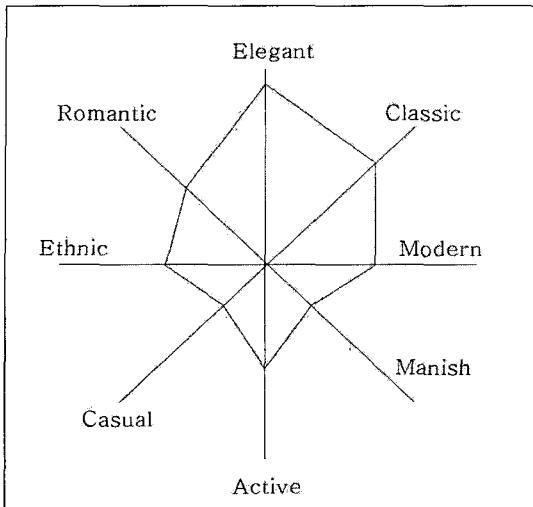
앞에서 분석한 시장조사와 정보를 토대로 해서 본 논문의 작품 컨셉에 대한 디자인 방향을 제시하며, 작품 디자인 구성과 그에 따른 계획을 설정해서 디자인을 하고자 한다.

<표 5> 작품 컨셉

타깃	메인타겟 : 40~45세 서브타겟 : 40대부터 59세의 여성으로 비교적 활동량이 많은 커리어 우먼으로 선정
컨셉	니트 소재 특유의 장점을 살려 편안함과 우아함을 바탕으로 고급스럽고 럭셔리한 컨셉
디자인 특징	중년 여성 체형의 크기와 형태를 보완하여 길어 보이고, 가늘어 보이는 디자인

작품 기획은 다음과 같다.

〈표 6〉 Image Position



3. 체형에 따른 Design

젊은층 여성에 비해 중년 여성의 체형은 연령이 증가함에 따라 여러 가지 문제 체형으로 변하기 쉬운데, 〈표 1〉의 중년 여성의 신체 측정 통계량에서 나타난 것과 같이 키와 길이 치수는 좁았을 때와 거의 변화가 없지만, 배, 허리, 엉덩이 등의 골반 부위와 비만으로 인해 둘레나 너비치수 그리고 체형 실루엣 등의 변화가 불만감을 초래하는 것으로 나타나 중년 여성 체형의 크기와 형태를 보완하여 길어 보이고 가늘어 보이는 의복 형태가 효과적일 것으로 사료된다. 본 연구에서 이러한 중년 여성의 신체 측정 통계치를 중심으로 실물 작품 제작을 위해 인체 부위별로 크게 네 가지 유형으로 나누어 살펴보았다.

1) 배 둘레가 굽은 비만 체형

배 둘레가 굽은 경우에는 시선을 상체의 윗부분이나 배 부위 바깥으로 이동시켜야 한다. 상체 앞 중심에 단추가 수직 방향으로 길게 배열되거나 주름이 잡히는 디자인은 피해야 하며, 사선 방향의 면이나 너무 낮은 V자 목선 역시 시선을 배 부위로 이동시키므로 피해야 한다.

비만 체형은 눈에 잘 띠고 옷을 입기가 가장 어

려운 문제 체형이므로 전체적으로 단순한 디자인어야 한다. 실루엣은 몸에 지나치게 붙거나 넉넉하지 않은 튜블러(관통)형이 적합하다.

2) 가슴 둘레가 굽고 처진 체형

가슴이 크고 굽은 체형은 중년 여성들에게서 흔하게 볼 수 있는 체형으로 가슴 부위에 큰 모티브가 있는 디자인은 피하여 가슴으로부터 시선을 다른 곳으로 이동시켜야 한다.

가슴이 처진 체형은 큰 칼라로써 가슴 윗부분에 시선을 집중시킬 수 있으며 색의 명도는 아이보리, 베이지, 군청색, 회색, 검정색 등을 사용하여 팽창되어 보이지 않도록 한다.

3) 엉덩이 둘레가 굽고 처진 체형

엉덩이 둘레를 중심으로 높은 곳이나 낮은 곳으로 시선을 이동시키는 디자인이 바람직하다.

엉덩이가 처진 체형의 경우는 허리선을 낮게 배치시켜 상체의 윗부분에 시선을 집중시키고 스커트 부분은 짙은 배색을 사용하여 눈에 띠지 않게 하며 실루엣은 플레어(flare)진 A형이 적당하다.

4) 어깨가 굽고 팔 윗부분이 굽은 체형

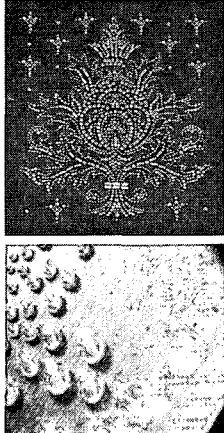
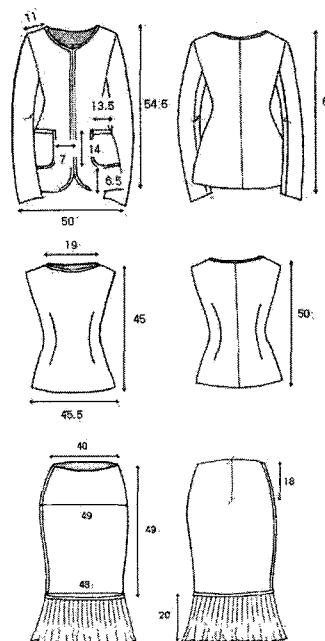
굽은 어깨는 어깨 패드를 사용하여 수평적으로 강조함으로써 결점을 보완할 수 있다. 옷의 어깨 솔기를 정상 위치보다 좀 뒤로 배치하여 디자인하면 감소의 효과를 나타낼 수 있다.

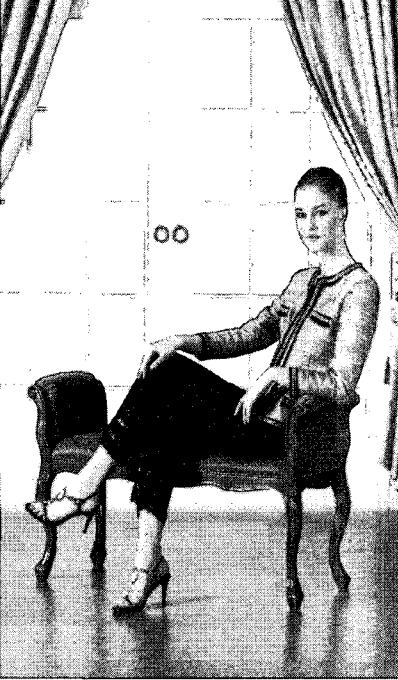
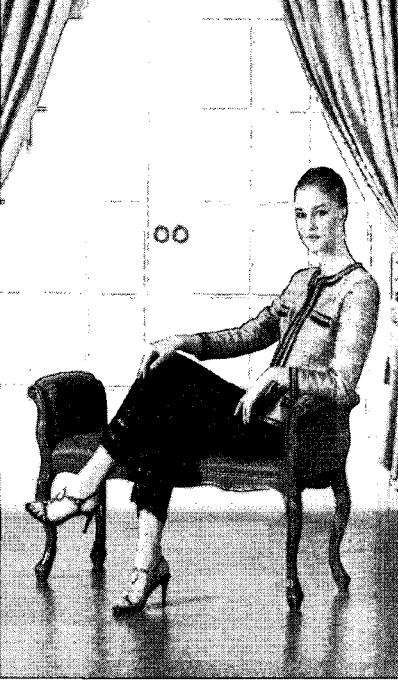
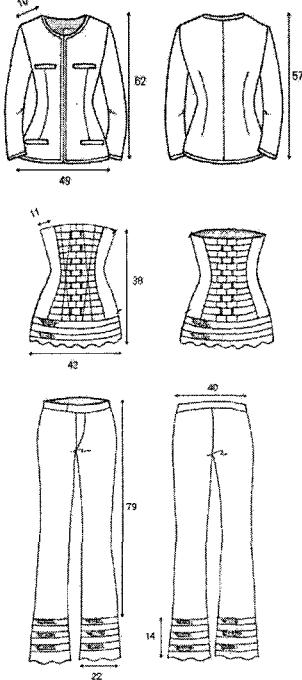
팔 윗부분이 굽은 체형은 가사 노동으로 인하여 중년 여성에게서 흔히 볼 수 있는 체형으로 균형의 미관상 문제가 있으므로 결점을 보완해야 하는데, 팔 윗부분이 덮이는 기장의 소매로서 해결이 가능하다. 소매 가운데 절개선을 넣으면 효과적이며, 재단 상 고려할 점은 암홀에 여유가 있어야 한다.

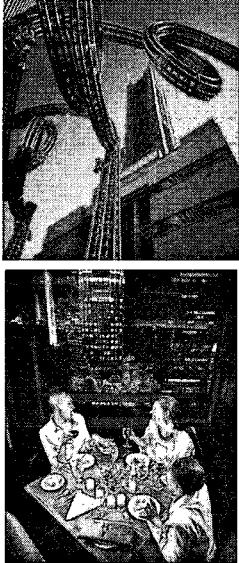
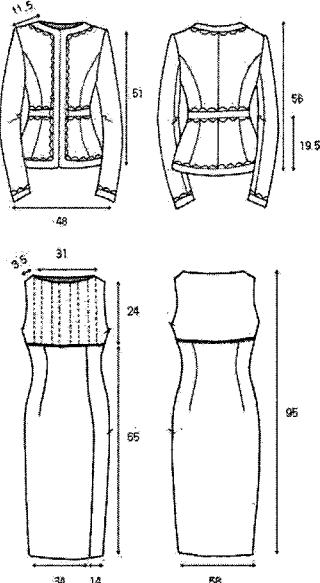
〈표 7〉 작품 디자인 계획표

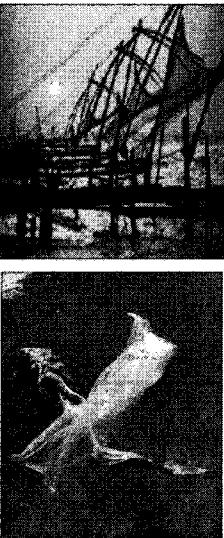
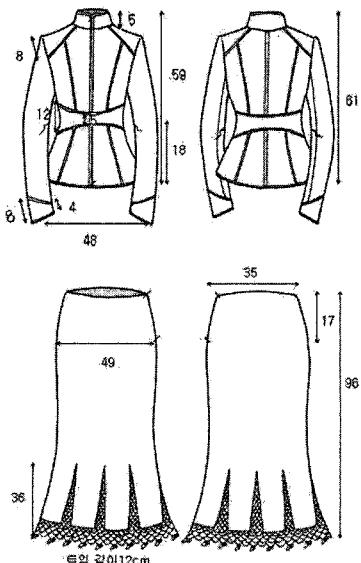
	디자인 A	디자인 B	디자인 C	디자인 D	디자인 E
Style Name	보석장식 카디건양상블	타피스트리 쓰리피스	비딩 원피스 양상블	크로쉐 니팅 스커트양상블	핸드메이드 니팅쓰리피스
Composition	· 카디건 · 팁 · 스커트	· 재킷 · 팁 · 바지	· 재킷 · 원피스	· 재킷 · 스커트	· 재킷 · 터틀넥 · 스커트
Material	쉬폰, 쟈지, 메탈 핫픽스, 레이스	폴리에스텔, 대님, 솔잎사, 까사리, 금속체인	벨벳, 쟈지, 스팽글, 비즈, 은사, 크로쉐브레이드	솔잎사, 메탈사, NP누빔, 진주, 메탈얀 레이스	울, 칼라리스트, 메탈사, 공단리본테일
Color					
Shilouette	H 라인	H 라인	엠파이어	머메이드	플레어
Design Point	보석장식의 화려한 이미지를 모던한 감 각으로 그라데이션 효과의 디자인을 카 디건 테두리에 장식 하여 여성스럽고 우 아한 이미지 표현	데님의 올을 풀어서 여러 가지 색상의 실로 타피스트리 팁 디자인에 크로쉐 핸 드메이드 니팅 브레 이드와 글리터리한 금속 브레이드로 짧 은 감각 표현	직조된 직물위에 은 사 스티치와 스팽 글, 비즈로 장식하 여 세로줄 무늬효과 를 내었으며 중심선 에서 이동한 패턴과 솔리드의 배열로 체 형보완 효과	어깨와 허리, 소매 끝에 요크처리로 화 려한 이미지 부각, 핸드메이드 크로쉐 니팅 기법으로 스커 트를 디자인하여 우 아함과 활동성을 동 시에 표현	재킷의 세로줄 무늬 와 폴리츠 스커트로 날씬해 보이는 효과 를 내었으며, 차이 나칼라의 이너웨어 코디네이션으로 목 주름 커버효과

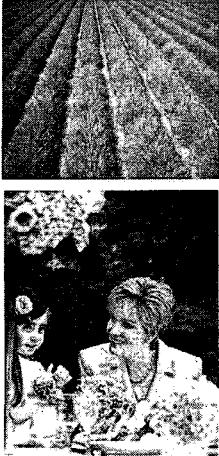
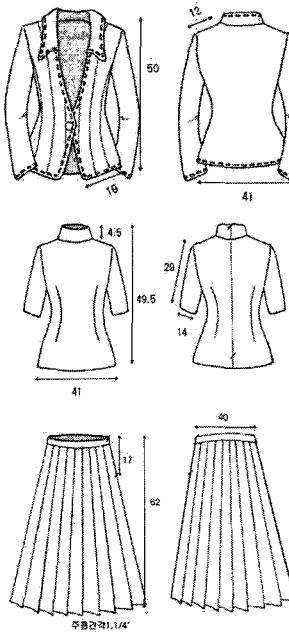
4. 작품 디자인 및 설명

디자인 영감		디자인 설명	<p>중년 여성의 체형 결점을 커버하기 위해 재킷 기장이 복부와 엉덩이 둘레선을 덮는 길이이며, 전체적으로 허리 라인만 살짝 들어간 세미 박스형의 실루엣으로 디자인하였다.</p> <p>직장 여성의 업무에 맞게 이너웨어는 슬리브리스(Sleeveless)로 실내·실외 활동의 변화에 따라 입고 벗기 편하도록 활동성을 부여하였다.</p> <p>스커트 플리츠 주름의 끝처리는 주름을 잡은 후 인터록을 쳐서 햄라인이 자연스럽게 살짝 부풀어 올라 전체적으로 볼륨감과 율동감을 주도록 하였다.</p>
디자인 I		도식화	

디자인 영감		<p>바쁜 업무 사이에서 휴식을 모티브로 하여, 긴장과 스트레스로부터 니트웨어의 편안함을 강조하였다.</p>
		<p>활동량이 많은 직장 여성들을 위하여 바지 소재는 신축성이 좋고 주름이 가지 않는 하이 캐이지의 니트를 이용하여 디자인하였다.</p>
디자인 설명		<p>전체적으로 스트레이트 실루엣을 이루지만, 허벅지와 엉덩이 둘레에 여유분을 주어 활동성을 주었으며, 재킷은 굽은 어깨와 굽은 배 둘레를 보완하기 위해 브레이드를 디테일로 장식하였다.</p>
		<p>재킷의 테두리는 네님의 양 옆의 옻을 풀어서 가운데는 화려한 색의 스팽글로 장식하여 스포티브한 이미지와 화려함을 동시에 표현하였다.</p>
디자인 II		
착장사진		<p>도식화</p>
		

디자인 영감		<p>오프 타임의 사교 모임이나 특별한 장소에서 입을 수 있도록 화려한 패턴과 수공예적 기법으로 고급스러움을 강조하였다.</p>	
디자인 설명	<p>재킷은 네크라인과 밑단, 허리 벨트 부분에 흰색의 크로쉐 니트 브레이드로 둘러서 화려함과 여성스러움을 표현하였다.</p>	<p>허리 벨트 라인은 실제 허리둘레선보다 살짝 올려서 시선을 위로 끌어올려 키가 커 보이는 효과를 주었으며, 굽은 복부의 문제점을 시선의 이동으로 해결 하였다.</p>	
디자인 III		<p>전체적으로 원피스 실루엣을 H라인의 하이 웨이스트로 디자인하여 시선을 위로 옮겨서 신장이 커 보이고 몸매가 날씬해 보이도록 하였다.</p>	

<p>디자인 영감</p> 	<p>디자인 설명</p> <p>재킷의 어깨, 허리, 소매 끝단을 요크로 처리하여 굽은 어깨로 인해 어깨선이 처져 보이는 결점을 보완하였고, 앞·뒤판 중심 부분으로 갈수록 좁아지는 허리. 요크 라인은 허리가 가늘어 보이고 배가 덜 나와 보이도록 하였으며, 소매 끝단의 사선 처리는 팔이 길어 보이고 가늘어 보이도록 디자인하였다.</p> <p>또한 허리 부분은 메탈안 레이스로 자수 처리하여 화려하고 여성스럽게 보이도록 표현했다.</p> <p>스커트 행라인으로 갈수록 퍼지는 머메이드라인 실루엣은 그물망과 같은 느낌이 나도록 하였다.</p> <p>스커트 밑단은 레이스 뜨기로 뜯 후, 마름모의 끝점에 진주를 달아서, 고급스러움을 표현하였다.</p>																												
<p>착장사진</p> 	<p>도식화</p>  <table border="1"> <caption>Front View Dimensions</caption> <tr> <td>Length (L)</td> <td>59</td> </tr> <tr> <td>Shoulder Width (SW)</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Waist (W)</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Hip (H)</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Neckline (N)</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Armhole (AH)</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Waistband (WB)</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Bottom Hem (BH)</td> <td>46</td> </tr> </table> <table border="1"> <caption>Side View Dimensions</caption> <tr> <td>Length (L)</td> <td>61</td> </tr> <tr> <td>Waist (W)</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Hip (H)</td> <td>49</td> </tr> <tr> <td>Neckline (N)</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>Bottom Hem (BH)</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>Waistband (WB)</td> <td>17</td> </tr> </table> <p>트임 길이 12cm</p>	Length (L)	59	Shoulder Width (SW)	12	Waist (W)	8	Hip (H)	16	Neckline (N)	5	Armhole (AH)	4	Waistband (WB)	18	Bottom Hem (BH)	46	Length (L)	61	Waist (W)	35	Hip (H)	49	Neckline (N)	36	Bottom Hem (BH)	96	Waistband (WB)	17
Length (L)	59																												
Shoulder Width (SW)	12																												
Waist (W)	8																												
Hip (H)	16																												
Neckline (N)	5																												
Armhole (AH)	4																												
Waistband (WB)	18																												
Bottom Hem (BH)	46																												
Length (L)	61																												
Waist (W)	35																												
Hip (H)	49																												
Neckline (N)	36																												
Bottom Hem (BH)	96																												
Waistband (WB)	17																												

디자인 영감		디자인 설명	<p>재킷은 싱글 버튼 실루엣으로 네크라인에서 재킷 밑단 까지 사선으로 여며지는 라인으로 가슴과 배 부위가 날씬해 보이도록 디자인하였다.</p> <p>니팅한 앞판에 코바늘로 뜯 금사를 몸판에 스티치를 놓아 고정시켜서 세로선의 수축 효과와 화려함을 표현하였다.</p> <p>스커트는 폴리츠 실루엣으로 슬립해 보이는 라인으로 표현하였다.</p> <p>이너웨어는 터틀넥 니트로 재킷과 동일한 배색감의 레오타드 문양의 화려한 패턴을 사용하였으며, 터틀 네크라인으로 중년 여성의 체형 결점 중에 하나인 목 부위 주름을 커버하도록 디자인하였다.</p>
디자인 V		도식화	

V. 결론

현대에 들어서 니트웨어는 그 소재의 신축성으로 인해서 활동적이고 기능적일 뿐 아니라 원사의 복합성으로 인한 디자인의 다양성과 조형성을 고급화, 개성화 해가는 현대 의상의 유행 조류에 적합하며 이와 함께 소비자의 패션에 대한 인식 수준 또한 높아지면서 유연성, 신축성, 드레이프성과 같은 활동이 편한 니트웨어 소재가 현대인의 라이프스타일에 부각되기 시작하였다.

이에 본 연구는 먼저 이론적 배경에서 니트의 정의와 역사 및 특성, 니트웨어 생산업체의 특징에 대하여 알아보았다. 또한 중년 여성의 체형 결점을 보완하여 만족도를 높이는 니트웨어 디자인 연구를 위하여 중년 여성의 특징에 관해서도 살펴보고 서울 소재의 백화점을 중심으로 F/W 니트웨어 국내·국외의 대표 브랜드를 조사하고, 체형에 따른 디자인을 분석하였다. 니트웨어가 지니고 있는 특징을 바탕으로 소재와 실루엣, 색상 등 디자인 구성 요인을 유도하여 중년 여성을 위한 니트웨어 디자인 개발을 하였다.

위와 같은 국내·국외 니트웨어 브랜드 조사를 바탕으로 중년 여성의 체형 결점 보완을 위해 현대적 감각에 맞는 디자인 구성 요인에 중점을 두고 다양한 코디네이션이 가능할 수 있는 다섯 가지의 스타일을 중심으로 실물 작품을 제작하였다.

그 결과 첫째, 우리나라 니트웨어 생산업체의 특징을 보면, 80년대 후반부터 시작된 대내·외적인 환경 변화와 90년대 후반 원화가치의 하락, IMF의 영향 등으로 국내 산업 기반이 약화되어 국제적인 경쟁력이 크게 떨어지게 되었다. 그러나 최근 거의 모든 브랜드사가 연령층을 넓히는데 주력하고 있으며 동시에 자신만의 강점을 내세워 차별화 전략에 주력하고 있다. 대형 니트 브랜드사는 보다 깊은 감각과 에이지 하향화를 통해 이미지 쇄신을 시도하고 있으며, 차별화·고급화 전략 등 다양한 시도로 니트 불황에서 벗어나고자 하였다.

둘째, 중년 여성은 임신, 출산, 육아, 가사 노동의 과정 및 노화 진행에 따른 연령의 증가로 인해 배

부위나 등, 어깨 등에 피하 지방이 두꺼워지는 형태적 변화와 체중 증가에 따른 비만이란 신체적 특징을 띠게 된다. 그로 인해 현대 사회에서 이상형으로 지목되는 체형에서 점점 멀어져가고 이에 따라 자신의 외모에 대한 심리적 위기감마저 경험하는 것으로 나타났다. 의복 착용에 있어서 낮아진 신체적 매력을 보완하기 위해 의복에 더욱 관심을 쏟게 되며 유행보다는 체형을 의식한 의복을 많이 착용하였다.

셋째, 서울 소재 백화점을 중심으로 가장 많은 점포수를 가진 중년 여성 니트웨어 브랜드를 조사한 결과, 국내 니트웨어 브랜드는 대표적으로 모라도, 까르뜨니트, 에스칼리에, 국외 니트웨어 대표 브랜드로는 센존, 미소니, 에스까다로 조사 되었다.

넷째, 중년 여성의 체형 결점 보완을 위한 작품을 제작한 결과, 온 타임에서는 실용성과 활동성이 오프 타임에서는 고급스럽고 우아한 세련이라는 니트웨어 특유의 장점을 부각 시킬 수 있었다. 또한 중년 여성의 체형 결점 보완에도 효과적인 것을 알 수 있었다.

이상과 같이 중년 여성의 체형에 적합한 니트웨어는 중년 여성의 체형에 균형감과 매력적인 분위기를 동시에 연출할 수 있는 착용 형태뿐만 아니라 체형 결점 보완의 효과도 볼 수 있는 디자인을 제안할 수 있었다.

참고문헌

- 1) 대한메리야스공업협동조합 (1987). 니트산업 9월호, p. 78.
- 2) (실이나 끈 등으로 만든)고리, 올가미 혹은 고리 모양으로 생긴 것, 수편물에서는 코를 의미한다.
- 3) 석산장 (1982). 服飾辭典. 東京: ダウイット社, p. 2.
- 4) 라사라교육개발원 (2003). 패션 니트 디자인과 니팅 (개정판). 서울: (주)라사라패션정보, p. 11.
- 5) 좋아리에 신는 긴 양말로, 반바지에 받쳐 신는 것을 말한다. 르네상스 시대 당시의 남자 의상 중에 가장 구성이 간단하고 변화가 적은 종목이다. 재료는 밝은 색상의 울이나 실크를 주로 사용했다. 손으로 짜는 편직물도 사용되었는데, 1589년에는 영국에서 편성기계가 발명되어 아름다운 무늬를 넣어 짠 편물 양말이 환영을 받았다. (1997). 서양복식문화사
- 6) 탄성 편침 또는 파이프 편침을 사용한 평형 경편기를 말한다. 정경된 경사를 가이드바의 운동에 의해 편침

- 에 래프하고, 프레서 싱커에 의해 편성되는 편기로서 침상이 1열의 것을 싱글 트리코트, 2열의 것을 더블 트리코트라고 한다. www.patentmap.or.kr
- 7) 한 개 혹은 두개의 침상으로 된 래치 편침을 사용하며, 이 편기는 재래식의 편성뿐만 아니라 레이스 등 다양 한 편성을 할 수 있다. 위의 사이트
 - 8) Tremelloni, A., & Ceriani, L. 이선희 역 (1990). 기계 니트 I. 서울: 조형사, p. 7.
 - 9) 김성련 (2003). 피복재료학(제3개정판). 교문사, p. 313.
 - 10) Knit. 자료검색일 2003, 4. 5.
자료출처 <http://www.knittdasol.co.kr>
 - 11) 김석근 (1998). 메리야스공학. 문운당, p. 12.
 - 12) 공석봉, 소황옥 (2002). 패션 소재의 이해. 서울: 중앙 대 출판부, p. 205.
 - 13) Knit. 앞의 사이트.
 - 14) Tremelloni, A., & Ceriani, L. 앞의 책, p. 9.
 - 15) 라사라교육개발원. 앞의 책, p. 10.
 - 16) Newburgh, L. H. (1968). *Physiology of heat regulation and the science of clothing*. New York: Hafner, pp. 88-89.
 - 17) 류덕환, 이육자, 송민규 (2000). 어페럴 소재. 교학연구사, p. 24.
 - 18) 한국섬유신문 (2004, 1. 1). 신년특집 니트, pp. 32-33.
 - 19) Bromley, D. B. 김정희 역 (1990). 노인심리학. 서울: 성원사, p. 247.
 - 20) 정혜경 (1980). 우리 나라 중년 여성의 체형에 따른 기본 웃본의 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, p. 2.
 - 21) 안선희 (1988). 중년기 여성의 체형에 따른 TAILORED COLLAR의 합성에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 1.
 - 22) 김명자, 박수정 (1992). 중년기 부인의 사회 관계망과 심리적 복지감에 관한 연구. 숙명여자대학교 생활과학 연구소 생활과학연구지, 7, p. 26.
 - 23) 이영윤 (1981). 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의 복행동과의 상관 연구. 연세대학교 대학원 석사학위 논문, pp. 3-5.
 - 24) 한국섬유개발연구원 (2002). 섬유공업 통계. 대구: 한국섬유개발연구원, p. 241.
 - 25) 심정희 (2003). 중년 여성의 체형에 대한 자기평가. *한국의류학회지*, 27(1), p. 18.
 - 26) MORADO. 자료검색일 2004, 5. 10.
자료출처 <http://www.fashionmorado.hihome.com>
 - 27) 한국섬유신문 (2004, 2. 26). 패션·종합, p. 7.
 - 28) CARTE KNIT. 자료검색일 2004, 4. 5.
자료출처 <http://www.mario.co.kr>
 - 29) 위의 사이트
 - 30) ESCALIER. 자료검색일 2004, 4. 5.
자료출처 <http://www.escalier.co.kr>
 - 31) ST John 자료검색일 2004, 5. 11.
자료출처 <http://stjohn.youngchang.co.kr>
 - 32) Economist 680호 (2003, 3.18). [센존]우아한 중년을 위한 니트. 자료검색일 2004, 5. 13.
자료출처 <http://blog.daum.net>