

노년기 여성의 팬티와 브래지어 구매행동 연구 및 시판 브래지어 착의실험연구

서영희[†] · 정삼호
중앙대학교 의류학과

Study of Elderly Women' Buying Behavior of Panty and Brassier and Wearing Test of Brassier

Young-Hee Seo[†] · Sham-Ho Chung

Dept. of Clothing & Textile, Chung-Ang University
(2007. 5. 29. 접수)

Abstract

As in our 20th century, the dramatic advance of the science and medical technologies has led the advance of living standards. Even though the elderly people are increasing, the underwear for elderly women is not so various. As getting older, women's body shape is changing. But the most of underwear in the market are designed for the twenties whose body shape and proportion is generally stable. Besides, as the color and material of underwear are designed for young women, the elderly women have a poor choice of the underwear. The results of this study are listed in the following: (a) analyzing the current status of the underwear market for elderly women (b) searching what elderly take inconvenience in underwear, and (c) wearing test for search what elderly take inconvenience in brassier.

Key words: Underwear, Elderly women, Buying behavior; 속옷, 노년기 여성, 구매행동

I. 서 론

20세기에 들어선 이후 과학과 의학기술의 급격한 발달은 문화 전반에 걸친 생활 수준의 향상으로 이어져 선진 산업사회에서는 평균 수명이 80세에 육박하고 있다. 통계청에서 발표한 '장래인구 추계결과'(2006)에 따르면 우리나라도 수명연장과 급격한 출산율 감소로 65세 이상 노인인구 비중이 선진국에 비해 빠르게 늘어나 2010년에는 전체 인구의 10.9%, 2020년에는 15.7% 그리고 2030년에는 무려 24.1%에 달할 것으로 전망된다. 한국 사회는 세계에서 가장 빠른 속도로 고령화되

고 있는 것으로 나타났으며, 이에 따라 실버세대를 위한 의복에 대한 수요 또한 늘어나고 있다. 현대의 건강하고 경제적인 여유가 있는 생활수준이 높은 노인들은 나이보다 짧게 살기를 원하고 있으며, 여행이나 레저 활동, 노인학교 등의 활발한 활동으로 새로운 의복에 대한 욕구가 높아져(김경화, 최혜선, 1995) 수년전부터 노인을 위한 의복의 필요가 대두됐으며, 실제로 고령화 사회로 접어들면서 노인층이 의류업계에서의 새로운 구매집단으로 등장 하였다. 어패럴뉴스에서는 실버산업의 시장규모는 2000년 국민 총 소비지출의 8.3%인 15조 7천억원에서 2010년에는 11.5%인 36조 8천억원에 이를 정도로 급성장이 예상된다고 보도한바 있다("의류업체 실버시장에 눈독", 2006). 선진국의 경우 노인인구가 증가함에 따라 노년층을 대상으로 한 여러 분야의 실버산업이 활기를 띠고 있으며 의류산업에서도 노

[†]Corresponding author

E-mail: seo_02@hanmail.net

본 논문은 2002년도 중앙대학교 학술연구비 지원에 의한 것임.

년층을 하나의 소비대상으로 상품 기획 및 마케팅 전략을 개발하고 있다. 그러나 국내 실버산업의 경우 의류산업에서는 아직 다른 연령층에 비해 노년층의 의복 개발과 연구가 미비하며, 현재 노년기 여성을 위한 의복이나 매장은 전무하다. 2005년 실버의류센터에서 개최한 공동학술세미나 발표에 따르면 롯데, 신세계, 갤러리아, 현대백화점 등 국내 주요 백화점에서 실버세대를 위한 전용 의류브랜드 매장을 운영하는 곳은 한 곳도 없으며, 실버여성복의 경우 백화점 숙녀의류 전용층 내 마담 존에 입점한 유명 디자이너 브랜드의 60·70대용 의류가 있긴 하지만 사이즈가 잘 맞지 않고 가격도 한 벌 값이 100만원을 웃돌아 쉽게 구입하기 어려운 실정이다.

속옷의 경우 피부와 가장 밀착되는 특징을 가지고 있으므로 불편함을 많이 느끼는 아이템임에도 불구하고 노인의 특성을 고려해 만들어진 속옷은 거의 찾아볼 수 없다. Patterson and Warden(1983-1984) 연구에 의하면 노년기에는 체형변화와 운동신경 둔화, 질병에 대한 저항력 약화, 신체 기능의 쇠퇴 등 여러가지 신체적 변화가 나타난다. 나이가 들어감에 따라 나타나는 신체 구조상의 두드러진 변화로는 중년기에 비해 체중이 증가하고 신장이 줄고 허리둘레가 굵어지고, 엉덩이가 커지며 배가 나오고 가슴이 처지게 된다. 이처럼 연령이 높아짐에 따라 체형이 변화함에도 불구하고 시중에 판매되고 있는 속옷은 대부분 체형변화가 적은 20대 젊은 층의 인체 윤곽과 비례에 의해 제작되고 있다(최미성, 김옥진, 1993). 뿐만 아니라 색상, 소재 면에서도 젊은 여성층 위주로 지나치게 장식적으로 디자인되어 노년층 여성의 선택의 폭은 극히 제한적이다(도윤희, 1993).

백민숙(1997)은 이토록 산업체에서 노인복이 소외된 이유는 노인들이 젊은이들에 비해 의복수명이 훨씬 길고, 패션을 추구하는 정도가 낮으며, 사회 활동이나 외출의 기회도 적어 의복 착용의 기회도 다른 연령층에 비해 적어 의복의 구매횟수가 적게 나타난다고 간주하고 시장의 중요성을 간과하기 때문이라고 하였다. 특히 속옷의 경우 국내에는 노년층을 위한 속옷에 대한 연구개발이 거의 전무한 실정이다.

이에 본 연구는 1) 노년기 여성을 위한 국내 시장과 우리나라보다 앞서있는 일본의 노년기 여성을 위한 속옷연구와 시장현황을 조사하여 우리나라의 노년기 여성을 위한 속옷시장이 나아가야 할 방향을 모색한다. 2) 노년기 여성의 속옷 구매행동과 소득별, 연령별로 속

옷에 대한 불만족 항목을 조사하여 속옷업체에 노년기 여성을 위한 속옷의 구매행동에 대한 마케팅 자료를 제공한다. 3) 시판 속옷을 착의실험하여 불만족도와 불만족 요인을 조사하여 노년여성을 위한 속옷제작에 필요한 데이터를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 노년기 여성을 위한 속옷시장현황

국내 50년대 미국 문화의 유입으로 착용되기 시작한 브래지어, 팬티 등의 속옷은 60년대 중반부터 상품화된 생산체계를 갖추기 시작하여, 70년대 이후 계속적인 수요증가 및 생산증가를 보여 왔고, 80년대부터는 속옷의 패션화 시대가 열리기 시작했다. 이렇게, 속옷 시장이 점점 발전하면서 소비자들은 이제 단순히 몸을 가리기 위한 생활필수품의 차원을 넘어서 쾌적성, 심미성, 기능성 등의 조건을 충분히 만족시켜 줄 수 있는 것을 찾게 되었다. 그러나 거의 대부분의 브랜드가 주로 20-30대의 연령층을 타겟으로 하고 있다.

유태순, 배현숙(1997)의 연구에 의하면 노인들도 젊은이들 못지않게 의복에 관심이 많으나, 노년층을 대상으로 하는 전문점이 부족하여 이에 불만을 가지고 있다고 한다. 실제로 현재 우리나라 속옷시장 중 노인을 대상으로 하는 전문 매장이나 브랜드는 거의 전무한 실정이며 아웃웨어와 마찬가지로 내의류도 노인들만을 위한 전문 매장이 따로 마련 되어 있지 않다. 이렇게 노인 매장이 따로 있지 않는 상태에서 중년고객을 타겟으로 한 브랜드는 (주)신영와코루의 브랜드인 '와코루', '비너스'와 (주)남영 L&F의 브랜드인 '비비안'이 있다. 2006년 8월 서울시내 및 수도권에 위치한 백화점 5곳의 '와코루', '비너스', '비비안' 판매사원을 상대로 직접 인터뷰 한 결과에 따르면 와코루의 주요 고객 연령대가 40-50대 이상으로 가장 높았으며 비너스와 비비안은 30-40대가 가장 많고 50대 이상 고객도 많이 찾는 것으로 나타났다.

국내 여성속옷 매출 1위인 W사의 연령별 고객비율 및, 연령별 일반 고객 대비 최우수 고정 고객의 비율을 살펴보면 <표 1-2>와 같다. 여기서 최우수 고정 고객이란 년 구매횟수 4회 이상, 1회 구매액 30만원 이상 구매고객을 의미한다.

W사에서 출시 중인 브랜드로는 남성, 마더니티 브

랜드를 제외한 8개의 여성브랜드 중 6개 브랜드가 20-30대를, 2개 브랜드가 40대 이상을 타겟으로 하고 있다. 50세 이상 고객이 8.7%로 다른 연령대에 비해 많이 적은 듯 보이나, 위의 고객비율은 이들 10개 브랜드를 합산한 것으로 40대 이상 브랜드가 2개인데 비해 차지하는 고객비율은 결코 낮다고 볼 수 없다. <표 2>에서와 같이 일반 고객 대비 최우수 고정 고객

<표 1> W사 연령별 고객비율 (단위 : %)

	13~29세	30~39세	40~49세	50세 이상	기타	합계
고객 비율	36%	29%	21%	8.7%	5.3%	100%

자료출처: 신영와코루. (2006, 9). 2006년 상반기 매출 보고서. 서울: 신영와코루제공.

<표 2> W사 연령별 일반 고객 대비 최우수 고정 고객 비율 (단위: 명, %)

	최우수 고정 고객		일반 고객		합계
	고객수	비율	고객수	비율	
13~29세	3,917	2.62	145,283	97.38	100
30~39세	5,063	3.19	153,227	96.81	100
40~49세	5,161	4.51	109,215	95.49	100
50세 이상	1,531	4.11	35,658	95.89	100
기타	192	0.77	24,891	99.23	100
합계	15,867	3.28	484,138	96.72	100

자료출처: 신영와코루. (2006, 9). 2006년 상반기 매출 보고서. 서울: 신영와코루제공.

<표 3> 일본 업체별 시장점유율

순 위	업체명	매출액 (단위:백만¥)	시장점유율(%)
1	와코루	111.820	20.7%
2	트라이엠프 인터내셔널	39.500	7.3%
3	군 계	23.000	4.3%

자료출처: 일본의 시장점유율-여성용 속옷-. (2003, 12). globawindow. 자료검색일 2006, 7. 5, 자료출처 www.globalwindow.org



<그림 1> 일본 'らくらくパトナ'(라꾸라꾸 파트너), 'グラッピ'(Grap.P) 매장 전경



비율을 보더라도 다른 연령대 보다 40대, 50대 이상의 고객이 1% 이상 높은 것으로 보아 일인당 구매액수가 젊은 사람들에 비해 상대적으로 높음을 알 수 있다.

한국 섬유산업 연합회 기획팀(2006)의 발표에 따르면 우리나라 2005년 내의 시장규모는 7천 482억원으로 전년대비 3.4% 감소하였으나, 50대와 60대의 구매비중은 오히려 늘어났다. 30대가 10.6%, 40대가 6.5% 감소한 것에 비하면 50·60대의 구매비중 증가는 더욱 크다고 볼 수 있다. 또한 60대 이상의 구매액은 2003년 132억원에서 2004년 162억원, 2005년에는 193억원으로 꾸준히 증가하고 있다. 이처럼 50·60대의 노년층 비중이 높아지면서 앞으로 실버시장의 구성비가 더욱 높아질 것으로 예상되며, 이에 따라 노인을 위한 전문 매장의 필요성이 절실하다.

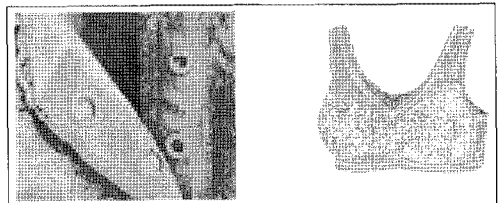
반면, 우리나라보다 먼저 고령화 사회를 맞은 일본은 의, 식, 주 전반에 걸쳐 노인에게 우리나라보다 훨씬 나은 서비스를 제공하고 있다.

일본 속옷업체별 시장점유율은 <표 3>과 같으며, 일본 내수시장점유율 1위를 나타내는 와코루는 '와코루' 브랜드 외에 노인을 위한 기능성 브랜드로 'らくらくパトナ'(라꾸라꾸 파트너), 'グラッピ'(Grap.P)가 있다.

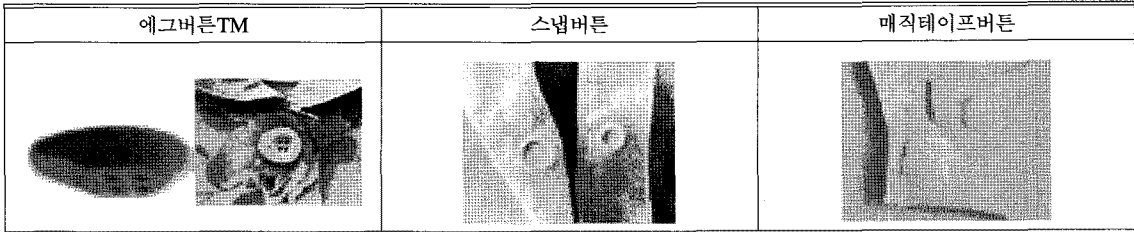
일본 내수시장점유율 1위인 일본 와코루에서는 노인의 신체를 연구하여 '컴포트 사이즈'라는 이름의 노인사이즈 체계를 만들어 적용시키고 있다.

'グラッピ'(Grap.P)는 노인여성 뿐 아니라 젊은 여성을 위한 기능성 제품도 있어 백화점에서 쉽게 구할 수 있으며, 매장 전경은 <그림 1>과 같다. 'らくらくパトナ'(라꾸라꾸 파트너)는 노인 전용 브랜드로서 노인들이 쉽게 입고 벗을 수 있게 한 앞여밌브라와 <그림 2> 촉감을 좋게 한 내복, 파자마, 실내복과 간단한 외출복 등 노인을 위한 전문 브랜드로서 백화점에도 매장이 있으나 기능성이 많은 노인용 속옷은 주로 통신판매를 위주로 판매가 되고 있다.

'らくらくパトナ'(라꾸라꾸 파트너)에서는 60세



<그림 2> 'らくらくパトナ'(라꾸라꾸 파트너) 앞여밌브라



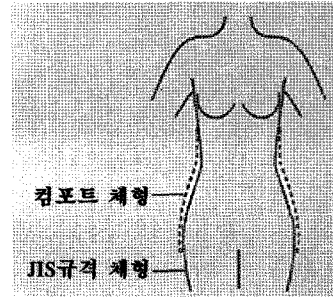
<그림 3> 노인용 속옷 잠금장치

이상 노인을 위한 속옷을 전문적으로 생산하는데, 속옷의 잠금장치는 세 종류, 「에그버튼TM」, 「스냅버튼」, 「매직테이프버튼」 중에서, 몸에 맞추어 사용하기 쉬운 것을 선택할 수 있게 되어있다(그림 3). 에그버튼TM은 세세한 작업이 어려운 노인도 잠그기 쉬운 단추이며 잠기 쉽고, 크기 때문에(13mm) 쉽게 잠글 수 있다. 스냅버튼은 손에 힘이 없는 노인도 한손으로 간단하게 잠글 수 있으며, 최대한 얇게 만들어져 이물감이 적은 버튼이다. 매직테이프버튼은 한 손으로 잠그고 열기 쉬우며, 버튼이 쉽게 어긋나지 않고, 피부에 자극이 적도록 만들어졌다.

일본 와코루 인간과학연구소(日本ワコル人間科學研究所誌, 2006)에서는 60세 이상 노인여성 전문 사이즈인 컴포트 사이즈(コンフォ-ト サイズ)를 개발하였다. 여성의 몸은 나이가 들수록 약하고 골격도 변화하기 때문에 이에 맞추어 이너웨어의 제품설계와 사이즈설정을 위해 60세 이상의 각 연령대에 관한 가슴, 허리, 엉덩이둘레의 평균치, 표준편차를 조사하여 JIS (Japanese Industrial Standards 일본 공업 규격)와는 다른 사이즈 체계로 개발되었으며, 이에 맞추어 제품을 생산하고 있다. 컴포트 사이즈는 <그림 4>에서 보는 바와 같이 허리부터 엉덩이에 걸쳐서 약간 넉넉하게 되어있다.

노년기 여성을 위한 속옷의 국내 시장과 일본 시장을 조사한 결과, 우리나라는 속옷에 있어 사회의 고령화 속도에 비해 노년기 여성을 위한 소비자의 욕구를 따라가지 못하고 있다. 이에 비해 먼저 고령화가 시작된 일본에서는 노년기 여성을 위한 사이즈 체계부터 연구가 되어 이미 실용화된 상품이 나오고 있으며, 백화점이나 할인점 매장에서 노년기 여성을 위한 속옷을 손쉽게 구할 수 있다.

앞으로 노년층 비중이 높아지면서 노년기 여성을 위한 속옷시장 역시 구성비가 더욱 높아질 것으로 예상되며, 이에 따라 노년기 여성을 위한 전문 속옷에 대한 연구와 상품화, 그리고 접근이 쉬운 전문 매장



<그림 4> 컴포트 사이즈 체형과 JIS규격 체형의 비교
자료출처: 日本ワコル人間科學研究所誌. (2006). 老令者のためのサイズ分類. 日本ワコル人間科學研究所誌, 자료검색일 2006. 7. 5, 자료출처 www.wacoai.jp

의 필요성이 절실하다.

III. 연구방법

설문조사는 2006년 8월에 서울과 수도권에 거주하는 55세 이상 여성 428명을 대상으로 진행되었다. 설문조사는 서울과 경기도의 노인대학과 백화점 등에서 훈련된 조사원에 의해 이루어졌다. 설문지는 속옷 구매장소, 선호하는 속옷디자인, 속옷 착용시 불만족 사항에 관한 문항으로 이루어졌으며, 설문지 문항은 선행연구와 예비조사를 토대로 작성하였다. 한편 조사대상자가 노년층이므로 혼자서 설문지를 읽고 기입할 수 없는 경우에는 훈련된 조사원이 일대일 면접을 실시하였다. 총 500부를 배부하여 428부를 회수하였으며 그 중 부적절한 38부를 제외한 390부로 통계 분석하였다. 만족/불만족도 조사문항에는 5점 리커트 척도를 이용하였으며 점수가 높을수록 불만족도가 높은 것으로 설계되었다.

노년기 여성을 위한 브래지어 설계의 데이터를 제공하기 위해 시판 브래지어의 착의실험을 실시하였다. 착의실험은 2007년 4월에 서울과 수도권에 거주하는 55세 이상 여성 30명이 시판하는 브래지어 3종류를

하루 4시간 이상 각각 일주일씩, 입어보고 설문지에 응답하는 형식으로 진행하였다. 시판하는 브래지어 3종류는 여성속옷 증 매출 상위 10% 이내의 브랜드 중 설문조사결과를 참고하여 임의로 정하였으며, 각 브랜드에서 가장 판매율이 높은 아이টে็ม으로 선정하였다. 브래지어 1은 와이어가 있는 것, 브래지어 2와 브래지어 3은 와이어가 없는 디자인이며, 세 개의 브래지어 모두 면소재이다. 설문지는 5점 리커트 척도를 이용하였으며 점수가 높을수록 불만족도가 높은 것으로 설계되었다.

설문조사와 착의실험자료를 SPSS를 이용하여 통계를 내고 각 변인별 빈도분포와 연령별, 소득별 속옷에 대한 만족도에 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 각 변인별 교차분석을 통해 신뢰도를 산출하였다. 또한 연령별, 소득별 속옷 착용 및 구매실태에 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해 분산분석을 실시하고, 사후검증을 위해 Tukey HSD test를 사용하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 속옷 구매행동 및 착용시 만족/불만족도 설문조사결과

1) 조사대상자의 특성

조사대상자의 연령은 55~60세가 63.3%(247명), 61세~70세가 21%(82명), 71세 이상이 15.6%(61명)이다. 거주지는 서울 62.2%(76명), 수도권, 경기지역이 19.5%(76명), 그 외 기타지역 13.3%(52명) 순이다. 동거가족은 남편과 함께 71.3%(278명), 자녀와 함께 18.2%(71명), 혼자 6.7%(26명) 사는 순으로 나타났다.

월소득은 200만원 이상이 45.9%(179명)로 가장 많았으며 100만원 이상 200만원 미만 24.9%(97명), 50만원 이상 100만원 미만 17.9%(70명)이다. 학력은 고등학교 졸업이 46.2%(181명)로 가장 많았다.

2) 구매행동 및 착용실태조사결과

속옷 구입장소로 가장 많은 비율을 차지한 것은 속옷전문점(29%)으로 나타났고 다음이 할인점(27%), 백화점(22%) 순으로 나타났으며, 속옷을 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 사항이 무엇인지를 묻는 질문에서는 착용 시 편한 느낌(64.4%)이 압도적으로 많았고 다음이 색상과 디자인을 본다(10%), 가격(8%), 잘 맞는 사이즈(7%)순으로 나타나, 가격이나 색상, 디

자인보다는 착용감을 우선적으로 생각하는 것으로 나타났다.

3) 선호디자인 조사결과

디자인 선호를 묻는 질문에서는 레이스가 있는 것(팬티, 30%; 브래지어, 27.9%)보다는 없는 것(팬티, 70%; 브래지어, 72.1%)을, 무늬가 있는 것(팬티, 45.4%; 브래지어, 34.9%)보다는 무늬가 없는 것(팬티, 54.6%; 브래지어, 65.1%)을 선호하는 것으로 나타났다. 팬티보다 브래지어가 무늬가 없는 것을 선호하는 경향이 많았는데 이는 하의보다는 상의가 얇아 걸음에 드러나는 것을 원하지 않기 때문으로 생각된다.

4) 팬티, 브래지어 불만족도 조사결과

브래지어 착용시 불만족도 조사에서는 가격이 비싼 것, 어깨끈이 자주 내려가는 것, 와이어가 눌러 답답하다는 순으로 불만을 보였으며, 팬티 착용시 만족도 조사에서는 엉덩이를 충분히 감싸지지 못하는 점, 가격이 비싸다는 점에 불만을 보였다(표 4-5).

<표 4> 브래지어 착용시 불만족도

	평균	표준편차
사이즈	2.91	.920
색깔	2.62	.783
세탁견뢰도	2.86	.960
보정효과	2.88	.941
압박감	2.90	.980
컵	2.71	.954
가격	3.54	.891
어깨끈	3.18	1.027
올라감	2.76	.957
와이어	3.16	1.150

<표 5> 팬티 착용시 불만족도

	평균	표준편차
신축성	2.67	.864
촉감	2.61	.847
색상	2.52	.832
가랑이밴드조임	2.70	.926
허리밴드조임	2.73	.936
엉덩이감쌈	2.89	1.038
흡수력	2.66	.914
가격	3.37	.894

5) 연령별, 소득별 속옷 착용태도와 속옷에 대한 불만족도 비교결과

연령별 속옷 착용태도를 문항별로 비교한 결과, 60세 이하 와 71세 이상그룹에서 확연한 차이를 보였다. 비

<표 6> 연령별 주요구입장소

	주요구입장소			
	백화점	할인점	속옷전문점	시 장
55-60세	25.1%	25.5%	32.0%	17.4%
61-70세	22.0%	30.5%	28.0%	19.5%
71세 이상	9.8%	27.9%	21.3%	41.0%

$\chi^2=20.545, df=6, p<.005$

<표 7> 연령별 선호하는 속옷소재

	선호하는 속옷소재		
	면	레이온, 라이크라	기 타
55-60세	70.0%	27.1%	2.8%
61-70세	84.1%	15.9%	0.0%
71세 이상	95.1%	3.3%	1.6%

$\chi^2=21.714, df=4, p<.001$

<표 8> 브라지어, 팬티의 불만족도 설문문항

브라지어 착용시 불만족도	팬티 착용시 불만족도
사이즈가 잘 맞지않는다	신축성이 좋지않다
색깔이 다양하지 못하다	촉감이 좋지않다
세탁후 모양이 변한다	색상이 다양하지 못하다
현재 보정효과가 적다	가랑이 고무밴드가 조인다
압박감이 들어 답답하다	허리 고무밴드가 조인다
겹이 가슴을 충분히덥지 못한다	엉덩이를 충분히 감싸지 못한다
가격이 비싸다	땀이나 분비물을 잘 흡수 하지 못한다
어깨끈이 자주 내려온다	가격이 비싸다
팔을 올리면 따라올라간다	
와이어가 있어 불편하다	

교적 젊고 경제력이 있는 50·60대가 백화점과 할인점, 속옷전문점을 주로 이용하는 데에 비해 71세 이상 노인들은 주로 시장에서 구입하는 것으로 나타났다. 연령별 선호하는 소재로는 대체적으로 면속옷을 선호하는 편이나 젊은 층일수록 레이온, 라이크라 등 면 이외의 소재도 많이 착용함을 알 수 있다(표 6-7).

연령별 속옷 불만족도 에서는 <표 8>과 같이 브래지어에 관해 10문항, 팬티에 관해 8문항을 설문조사 하였으나, 조사결과 브래지어 보정효과와 팬티의 신축성, 엉덩이를 충분히 감싸는지에 대한 항목, 그리고 팬티 흡수력 항목에서만 유의한 차이를 보였으며 그 내용은 <표 9-10>과 같다.

보정 효과에 대한 불만족도 에서는 연령이 낮은 층일수록 보정효과가 별로 없다는 의견이었는데, 이는 연령이 높을수록 신체 보정에 관심이 덜하기 때문인 것으로 보인다(표 9).

또한 70세 이하에서 팬티의 신축성이 좋지 않다는 불만족 사항이 높게 나타났는데, 이는 71세 이상 노인층은 면소재로 된 속옷을 선호하고 보정효과보다는 넉넉하고 편한 디자인을 선호하기 때문이라고 보여진다. 팬티가 엉덩이를 충분히 감싸주는지 묻는 사항과 팬티의 흡수력에 대해 묻는 사항에서는 에서는 둘두 질문 모두에서 연령이 낮아질수록 불만족도가 높았다. 팬티의 촉감에서는 연령이 낮아질수록 불만족도가 높았다. 이렇게 연령이 낮을수록 불만족도가 높은

<표 9> 연령별 브라지어 보정효과에 대한 불만족도

연 령	평 균	표준편차	F값
55-60세	3.03	0.890	12.326*
61-70세	2.78	1.019	
71세 이상	2.39	0.862	
합 계	2.88	0.941	

*p<.05

<표 10> 연령별 팬티에 대한 불만족도

항 목	팬티 신축성			팬티 촉감			팬티가 엉덩이를 감싸는 정도			팬티 흡수력		
	평 균	표준편차	F값	평 균	표준편차	F값	평 균	표준편차	F값	평 균	표준편차	F값
55-60세	2.69	0.828	4.667*	2.63	0.801	4.747*	2.96	0.976	3.453*	2.74	0.910	5.486*
61-70세	2.80	0.867		2.76	0.810		2.94	1.081		2.70	0.925	
71세 이상	2.38	0.952		2.33	1.012		2.57	1.176		2.31	0.847	
합 계	2.67	0.864		2.61	0.847		2.89	1.038		2.66	0.914	

*p<.05

것은 과거에 비해 상당수가 고학력이며 디자인적인 안목과 수준을 가지고 있으며, 현재의 기성복 시장에 만족하지 못하고 있기 때문으로 보인다(표 10).

소득 200만원 이상의 그룹에서 타그룹에서보다 레이스가 있는 브래지어를 선호하는 경향을 보였는데, 소득이 많을수록 장식적인 면에 비중을 많이 두고 있기 때문이기도 하고 레이스가 있는 브래지어가 없는 것 보다 더욱 고가이기도 하기 때문에 이러한 결과가 나왔다고 생각된다. 소득 200만원 이상의 그룹에서 타그룹에서보다 와이어가 있는 것이 좋다는 의견의 비율이 크게 앞섰다. 젊은 층 일수록 신체 보정에 관심이 많아 와이어가 있는 것을 선호하는데 소득도 젊은 층이 더 많기 때문으로 보인다. 또한 소득이 높을수록 브

래지어 보정효과에 대해 불만족도가 높았는데 소득이 많을수록 비교적 고가의 속옷을 구입하는 경향이 있고, 비싼 속옷을 구입할수록 기대치도 높아지므로 이런 결과를 보였다고 생각된다(표 11-13).

2. 착의실험 연구결과 및 고찰

1) 조사대상자의 특성

조사대상자의 연령은 55~60세가 70%(21명), 61세~70세가 20%(6명), 71세 이상이 10%(3명)이다. 거주지는 서울 40%(12명), 수도권, 경기지역이 60%(18명)이다. 사이즈는 가슴둘레와 컵 크기에 따라 <표 14>와 같이 구분하였으며 조사대상자 중 75AA, 75A, 75B, 75C, 는 포함되지 않아 제외시켰다.

<표 11> 소득별 브래지어 레이스에 대한 불만족도

	브래지어 레이스 유무		합 계
	있는 것이 좋다	없는 것이 좋다	
30-50만원	1.5%	5.7%	7.2%
51-100만원	5.4%	12.5%	17.9%
101-200만원	5.4%	19.5%	24.9%
200만원 이상	17.2%	28.7%	45.9%
기 타	0.5%	3.6%	4.1%
합 계	30%	70%	100%

*p<.001

<표 12> 소득별 브래지어 와이어에 대한 불만족도

	브래지어 와이어 유무		합 계
	있는 것이 좋다	없는 것이 좋다	
30-50만원	2.3%	4.9%	7.2%
51-100만원	5.9%	12.0%	17.9%
101-200만원	11.3%	13.6%	24.9%
200만원 이상	30.5%	15.4%	45.9%
기 타	2.8%	1.3%	4.1%
합 계	52.8%	47.2%	100%

*p<.025

<표 13> 소득별 브래지어 보정효과에 대한 불만족도

	평 균	표준편차	F값
30-50	2.46	1.071	4.151**
51-100	2.63	.951	
101-200	2.86	.957	
200 이상	3.04	.873	
기 타	2.94	.929	
합 계	2.88	.941	

*p<.01, **p<.005

<표 14> 조사대상자 사이즈 분류

	인원수(명)	브래지어 호칭
size1	4	80AA, 80A,
size2	5	80B, 80C
size3	6	85AA, 85A
size4	6	85B, 85C
size5	5	90AA, 90A, 90B, 90C
size6	4	95AA, 95A, 95B, 95C

2) 시판 브래지어 착의실험 만족/불만족도 결과

시판 브래지어 3종류를 각각 일주일씩 착용한 후 실시한 만족/불만족도 설문조사결과는 다음과 같다(표 15).

브래지어 1에서는 와이어에 가슴이 눌러 답답하다는 항목에 불만족이 가장 높았고 다음으로 입고 벗을 때 불편하다는 항목에 불만족도가 높았다. 브래지어 2와 브래지어 3에서는 입고 벗기 불편하다는 항목에 불만족도가 가장 높게 나왔으며, 다음으로 압박감이 들어 답답하다는 항목에 불만족도가 높았다.

브래지어 2와 브래지어 3은 와이어가 없는 제품이므로 와이어가 불편하다는 항목에 해당되지 않아 입고 벗기 불편하다는 항목에서 가장 불만족도가 높게 나왔으며, 브래지어 1도 역시 와이어에 대한 항목을 제외하면 입고 벗기 불편하다는 항목에서 불만족도가 가장 높았다.

브래지어 1, 브래지어 2, 브래지어 3에서 공통적으로 입고 벗기 불편하다는 것과 압박감이 들어 불편하다는 항목에 불만족도가 크게 나타났으며, 이를 보완하기 위해서는 노인체형에 맞는 압박감이 들지 않는

<표 15> 시판 브라지어 착용실험 만족/불만족도 결과

항 목	브래지어 1		브래지어 2		브래지어 3	
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
어깨끈이 자주 흘러 내린다	1.677	0.652	1.548	0.675	1.677	0.599
어깨끈이 눌러 자국이 난다	2.903	1.556	2.871	1.384	3.064	1.152
어깨끈이 가슴컵을 충분히 지탱하지 못한다	1.741	0.815	1.903	0.746	1.645	0.550
컵에 가슴이 눌러 겹옷에 자국이 난다	1.677	0.701	1.935	0.771	1.741	0.575
가슴을 충분히 감싸지 못한다	1.741	0.575	2.225	0.956	1.774	0.497
조금만 과인 옷을 입어도 컵이 보인다	1.967	0.912	2.225	0.990	1.935	0.928
컵이 떠서 빈공간이 생긴다	2.096	1.044	2.322	1.107	2.000	1.000
팔을 들면 컵이 따라 올라간다	3.000	1.366	3.064	1.340	2.677	1.399
가슴을 충분히 받쳐주지 못한다	2.225	0.804	2.322	0.791	2.000	0.730
가슴을 충분히 모아주지 못한다	2.548	1.027	2.677	0.979	2.193	1.077
옆구리 살이 눌러 옆선에 자국이 겹옷으로 비쳐 보인다	3.193	1.579	3.225	1.521	2.838	1.551
팔을 들면 옆이 따라 올라가 자주 내려주어야 한다	1.903	0.597	1.935	0.679	1.774	0.616
압박감이 들어 답답하다	3.419	1.310	3.322	1.248	3.096	1.374
와이어에 가슴이 눌러 답답하다	3.666	1.347	-	-	-	-
땀이 찬다	2.064	0.771	2.258	0.728	1.935	0.853
촉감이 좋지 않다	2.193	1.013	2.193	1.013	2.000	0.930
팔을 앞뒤로 움직일 때 혹이 잘 풀린다	2.709	1.216	2.806	1.301	2.548	1.027
입고 벗을 때 불편하다	3.584	1.524	3.451	1.337	3.387	1.542

<표 16> 브라지어 1에 대한 연령별 만족/불만족도

	어깨끈이 눌러 자국이 난다			와이어에 가슴이 눌러 답답하다		
	평균	표준편차	F값	평균	표준편차	F값
size1	2.5000	1.290	4.702**	2.000	0.816	2.718*
size2	1.800	1.303		4.000	0.816	
size3	2.000	1.264		3.333	1.861	
size4	4.166	1.169		4.500	0.547	
size5	2.200	1.303		3.400	1.516	
size6	4.500	0.577		4.500	0.577	
합 계	2.833	1.533		3.400	1.369	

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

<표 17> 브라지어 2에 대한 연령별 만족/불만족도

	압박감이 들어 답답하다			입고 벗을 때 불편하다		
	평균	표준편차	F값	평균	표준편차	F값
size1	2.250	1.258	3.775*	2.000	0.816	3.594*
size2	3.200	0.836		3.200	1.303	
size3	2.833	1.329		2.666	1.505	
size4	4.333	0.516		4.166	1.169	
size5	2.600	1.341		3.800	0.836	
size6	4.500	0.577		4.750	0.500	
합 계	3.300	1.263		3.433	1.328	

*p<.05

설계와 젊은이들에 비해 손동작이 섬세하지 못한 노년기 여성을 위해 입고 벗기에 편한 패턴과 여밈장치에 대한 연구가 필요하다.

3) 사이즈에 따른 불만족도

사이즈에 따른 만족/불만족도를 알아본 결과 브래

지어 1과 브라지어 2에서 다음과 같은 결과가 나타났다(표 16-17).

브래지어 1에서는 어깨끈이 눌러 자국이 난다는 항목과 와이어에 가슴이 눌러 답답하다는 항목에서 사이즈별 유의한 차이를 보였다. size4(85B, 85C)와 size6(95AA, 95A, 95B, 95C)에서 어깨끈이 눌러 살에 자국

이 난다는 항목에 불만족도가 높았으며, 이는 컵이 크고, 사이즈가 커질수록 어깨끈이 받는 하중이 증가되어 이런 결과가 나왔다고 보여진다. 또한 와이어에 가슴이 눌러 답답하다는 항목에 불만족도가 size2(80B, 80C), size4(85B, 85C)와 size6(95AA, 95A, 95B, 95C)에서 높았다. 컵이 커질수록 와이어에 대해 불편함을 더 크게 느끼는 것으로 보인다.

브래지어 2에서는 압박감이 들어 답답하다는 항목과 입고 벗을 때 불편하다는 항목에서 사이즈별 유의한 차이를 보였다. size4(85B, 85C)와 size6(95AA, 95A, 95B, 95C)에서 압박감이 들어 답답하다는 항목에 불만족도가 높았으며, 입고 벗을 때 불편하다는 항목에 불만족도가 size4(85B, 85C)와 size6(95AA, 95A, 95B, 95C)에서 높았다. 컵이 커지고, 체격이 커질수록 압박감을 더 느끼며 입고 벗는 것에 불편함을 보이는 것으로 보인다.

V. 결론 및 제언

노년기 여성의 속옷 구입실태와 착용만족도 조사를 통해 연구한 결과는 다음과 같다.

속옷 구입장소는 속옷전문점, 할인점, 백화점 순으로 나타났다. 속옷을 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 사항은 착용시 편한 느낌이었으며, 색상과 디자인을 본다는 의견이 뒤따랐다. 디자인 선호를 묻는 질문에서는 레이스가 있는 것 보다는 없는 것을, 무늬가 있는 것 보다는 없는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 브래지어 불만족도 조사결과로, 가격이 비싼 것, 어깨끈이 자주 내려가는 것, 와이어가 눌러 답답하다는 것에 불만을 보였으며, 팬티는 엉덩이를 충분히 감싸지지 못하는 점, 가격이 비싸다는 것에 불만을 보였다.

연령별, 속옷 착용태도와 만족도 비교결과 60세 이하와 71세 이상 그룹에서 확연한 차이를 보였다. 비교적 경제력이 있는 50·60대는 백화점, 할인점, 속옷전문점을 주로 이용하고, 71세 이상 노인들은 주로 시장에서 구입하는 것으로 나타났다. 연령별 선호하는 속옷소재로는 대체적으로 면을 선호하나 젊은 층일수록 레이온, 라이크라 등 면 이외의 소재도 많이 착용함을 알 수 있었다. 연령별 브래지어 보정효과에 대한 결과로는 연령이 낮은 층일수록 보정효과가 별로 없다는 의견이었다. 또한, 70세 이하에서 팬티의 신축성이 좋지 않다는 불만족도가 높게 나타났는데,

이는 71세 이상 노인층은 신축성이 좋은 라이크라 등의 소재보다 면소재로 된 속옷을 선호하기 때문이라고 보여진다.

소득과 선호도의 관계에서는 200만원 이상 그룹에서 타그룹에서보다 레이스가 있는 브래지어를 선호하는 경향을 보였다. 또한, 소득 200만원 이상의 그룹에서 타그룹에서보다 와이어가 있는 것이 좋다는 의견의 비율이 크게 앞섰다.

착의실험결과는 다음과 같다. 브래지어 1에서는 어깨끈이 눌러 자국이 난다는 항목과 와이어에 가슴이 눌러 답답하다는 항목에서 사이즈별 유의한 차이를 보였으며, 브래지어 2에서는 압박감이 들어 답답하다는 항목과 입고 벗을 때 불편하다는 항목에서 사이즈별 유의한 차이를 보였다. 컵이 커지고 체격이 커질수록 와이어에 대해 불편함을 더 크게 느끼며, 와이어가 없는 경우에도 작은 사이즈와 작은 컵의 피실험자에 비해 압박감을 더 느끼는 것으로 나타났다. 또한 체격이 커질수록, 컵이 클수록 입고 벗는 것에도 불편함을 보이는 것으로 보인다.

위의 실험결과에서 불만족도가 높았던 항목들을 보완하여 와이어의 답답함을 해결하고, 어깨끈이 어깨를 누르지 않도록 하는 세심한 디자인, 노년기 여성이 입고 벗기 편한 기능적인 디자인, 그리고 노년기 여성의 체형에 맞춘 속옷패턴에 대한 후속연구가 이루어져야 할 것이다.

본 연구는 서울 및 수도권지역 거주자를 중심으로 설문조사한 결과이므로 전국의 노년기 여성 소비자로 확대해석 하기에는 제한이 있다. 그러나 최근에 나타난 중·노년층인 소비자는 과거에 비해 학력수준도 높고 상품을 고르는데 있어 좀 더 높은 수준을 가지고 있어, 과거 노인용 기성복 시장에 만족하지 못하고 있는것은 분명하다. 이에 노년기 여성에 대한 보다 감성적인 디자인 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

- 김경화, 최혜선. (1995). 노년 여성체형의 자세 및 실루엣. *대한가정학회지*, 34(12), 183-199.
- 도윤희. (1993). 노년층 여성의 체형특성과 brief원형의 적합성에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 백민숙. (1997). 패션내의류시장의 포지셔닝 전략에 관한 연구. 서울여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 신영와코루. (2006, 9). 2006년 상반기 매출 보고서. 서울: 신영와코루제공.

- 유태순, 배현숙. (1997). 노년층 여성들의 의복구매형태에 따른 의복구매불안. *대한가정학회지*, 35(1), 373-388.
- 의류업체 실버시장에 눈독. (2006, 5. 22). *이때칼뉴스*, p. 2.
- 일본의 시장점유율-여성용 속옷-. (2003, 12). *globawindow*. 자료검색일 2006, 7. 5, 자료출처 www.globalwindow.org
- 장례인구추계. (2006, 12) *통계청*. 자료검색일 2007, 4. 5, 자료출처 <http://kosis.nso.go.kr>
- 최미성, 김옥진. (1993). 체형균형화를 위한 파운데이션 가먼트 제작에 관한 연구-장년층 여성을 중심으로-. *한국 의류학회지*, 17(2), 247-265.
- 한국 섬유산업 연합회 기획팀. (2006, 3). *아시아 산업용 섬유 시장동향 보고서*. 서울: 한국 섬유산업 연합회, 한국화섬협회.
- 日本ワコ"ル人間科學研究所誌. (2006). 老令者のためのサイズ分類. *日本ワコ"ル人間科學研究所誌*. 자료검색일 2006, 7. 5, 자료출처 www.wacoai.jp
- Patterson, C. A. & Warden, J. (1983-1984). Selected body measurements of women aged sixty-five and older. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2, 23-31.