

온라인 쇼핑몰의 플러스 사이즈 여성 정장 재킷 사이즈 실태 분석

하 희 정*

상명대학교 의류학과

An Analysis of the Fitting of Plus-sized Women's Formal Jackets in On-line Shopping Malls

Hee-Jung Ha*

Dept. of Clothing and Textiles, Sangmyung University

(2009. 1. 13. 접수일 : 2009. 3. 13. 수정완료일 : 2009. 4. 25. 게재확정일)

Abstract

The purpose of this study was to investigate current garment sizes of women's formal jackets, targeting plus-size women in online shopping malls, and to identify effective size information involved in online apparel purchase behaviors to overcome the short comings of current garment sizes from the perspectives of consumers. Basic 88 size formal jackets from the seven companies found on the 22 websites were collected and analyzed. The data were collected from March to October 2007, and analyzed using SPSS 14.0. The results were summarized as follows.

First, there was no website using standard garment size labeling with 'bust-hip-height' set up by KS K 0051 among the 22 websites. Instead, all 22 websites used garment size labeling with figures such as 88, 99, 100, 110, and 120 or with letters such as L, XL, and XXL. The websites presented no body size, but listed garment size. Furthermore, the size information was presented differently, ranging from three items of bust circumference, upper arm length, and jacket length to six items of shoulder width, bust circumference, waist circumference, sleeve width, sleeve length, and jacket length. In addition, no website presented basic information for hip circumference, despite the jacket length covering the hips. Second, a total of 85.7% the websites listed bust circumferences in 88 garment sizes collected as 100cm. Shoulder widths were presented as 39cm or 37cm. Sleeve circumferences were addressed the same, 36cm, in all websites. Third, comparing the differences between guidance sizes and measurement sizes, only 28.5% of the websites posted guidance sizes of shoulder widths the same as those of the measurement sizes. All websites presented guidance sizes of bust circumferences as 1 to 5cm smaller than those of the measurement sizes.

Key words: plus size(플러스 사이즈), formal jacket(정장 재킷), size labeling(의류 호칭), guidance sizes(제시된 치수), measurement sizes(실측 치수).

2008학년도 상명대학교 교내 학술연구비 지원에 의해 수행되었음.

* 교신처자 E-mail : hjha@smu.ac.kr

I. 서론

남성복에 유래를 두고 있는 여성용 재킷은 착장자의 가슴, 허리, 엉덩이, 팔, 허벅지 등 모든 부위를 실제보다 더 나은 모습으로 보이게 할 수 있기 때문에, 직장이나 공식행사 등에서 가장 많이 착용하게 되는 의복 중의 하나이다.

바쁜 현대사회에서는 맞춤 재킷보다는 기성 재킷을 더 선호하고 있고, 트렌드와 소재에 따라 재킷의 디자인은 다양하게 변화되고 있으며, 칼라와 라펠의 모양, 포켓의 형태 및 위치에 따라 재킷의 세부 디자인이나 느낌이 달라지게 되지만, 일반적으로 재킷을 구입할 때 가장 중요하게 살펴봐야 할 부분은 어깨, 가슴, 진동, 재킷의 길이¹⁾라고 할 수 있다. 이 부위의 수선은 재킷의 균형을 무너뜨리게 되므로, 착용했을 때 주의해서 살펴보아야 하는 부분에 해당한다. 재킷의 소매는 소매산이 높고 소매봉이 좁은 경우가 많아 활동하기에 불편을 느낄 수 있는 부위로서, 상완부위를 가로지르는 당김이 없어야 하고, 진동은 충분히 높게 위치해 있으면서도 겨드랑이 아래 부분은 편안해야 한다. 재킷의 길이에도 주의해야 하는데, 상의가 너무 짧거나 길면 실제보다 키가 작아 보이거나 실제 체중보다 더 무겁게 보이므로²⁾, 착용자의 체형적 결함을 보완할 수 있도록 적당한 길이를 가지고 있어야 한다. 어깨, 가슴, 진동, 재킷길이의 맞춤새가 좋지 않다면, 그 재킷은 착용자에게 부적합하다고 볼 수 있으며, 이 부분의 맞춤새가 좋을 때, 재킷에 대한 소비자의 착용만족도가 높아진다고 할 수 있다.

그러나 플러스 사이즈 소비자의 경우, 연령이 낮을수록 하체 비만 및 삼각 비만 형태가 다수를 이루

지만, 연령이 높을수록 등과 어깨에 많은 지방이 침착되고, 엉덩이둘레와 허리둘레의 차이가 줄어들어, 엉덩이둘레와 배둘레가 거의 비슷해지는 원통형 비만 형태를 이루는 체형적 특징을 가지게 되므로³⁾, 오프라인에서 자신의 체형에 맞는 의복을 선택하기란 쉽지 않다. 신세계백화점에 88 사이즈와 99 사이즈만 판매하는 '디사이즈(desize)'라는 전문 편집샵이 일점⁴⁾해 있던 하지만, 이태원이나 동대문으로 나가야 선택의 폭이 다양해진다고 할 수 있다.

그러나 온라인에서는 양상이 달라진다. 의류쇼핑몰에서는 비만한 소비자를 '빅 사이즈', '플러스 사이즈' 등으로 혼용해서 사용하고 있고, 대형 포털 사이트에 '빅 사이즈', '플러스 사이즈', '사이즈 플러스', '큰 옷' 등의 키워드를 입력하면, 온라인 의류쇼핑몰 100여 개의 업체가 추출⁵⁾되는 것을 볼 수 있다. 통계청 조사⁶⁾에 의하면, 2007년 온라인 쇼핑물의 거래액은 15조 7,656억 원에 이르렀으며, 특히 2006년부터는 의류·패션 관련 상품이 가장 많은 거래액을 보여 2006년 한 해 거래액이 2,000억 원 이상을 기록하며, 거래액 순위 1위를 차지했다고 보고되었다. 이는 온라인 쇼핑물을 통해 의류·패션 제품을 구매하는 다양한 소비자의 존재 및 증가를 의미하고, 이에 따라 많은 업체들이 온라인 판매를 지향하고 있음을 보여주는 단적인 예라고 할 수 있다. 이 업체들을 통해 플러스 사이즈 소비자들도 트렌드를 반영한 재킷 구입이 가능해졌다고 볼 수 있다.

온라인 의류 쇼핑물의 경우, 업체에서 제공하는 제품의 사진이나 소재 정보, 치수 정보 등에 의존하여 구매를 하게 되므로, 업체가 제시하는 치수 정보의 정확성이 매우 중요하다고 하겠다. 그러나 온라인에서 제공하는 의류 치수는 신체 치수가 아닌 체

1) 한명숙, 하희정, *자기이미지 커뮤니케이션*, (서울: 교문사, 2005), pp. 93-95.

2) *Ibid.*, pp. 82-84.

3) 박성준, "한국인 인체치수조사 사업 학술연구 용역 결과보고서: 한국인 비만 체형의 분류 및 유형별 특성 분석," 산업자문부 기술표준원 (2006), pp. 36-38; 이진희, "성인여성의 체형에 따른 가성복 적합성에 관한 연구," *대한가정학회지* 40권 12호 (2002), pp. 189-197; 장지혜, 양정은, "입체제단에 의한 Plus-size 여성의 토루소 원형 개발에 관한 연구," *대한가정학회지* 43권 10호, (2005), pp. 179-190; 하희정, "플러스사이즈 여성의 연령별 신체 특성과 의류치수체계에 관한 연구," *복식문화연구* 11권 2호 (2001), pp. 153-164.

4) 신정선, "빅 사이즈 옷, 제작판매 의무화 추진 논란," *조선일보* 2007년 7월 21일.

5) 하희정, "플러스사이즈 여성 온라인 쇼핑물의 정장 바지 사이즈 현황 및 맞춤새 분석," *복식* 58권 1호 (2008), p. 136.

6) 통계청, 2007년 12월 및 연간 사이버몰 통계조사 결과, 2008년 2월.

품 치수를 제시하고 있으며⁷⁾, 어깨, 기장, 소매길이 등이 표준화 되어 있지 않으므로⁸⁾, 업체에서 제공하는 제품의 사이즈 정보에 근거해 새품을 구매할 경우, 제품에 대한 사이즈 불일치 및 착용만족도에 대한 소비자의 불만이 높을 것으로 예상된다.

한국소비자보호원⁹⁾은 온라인 의류 상품 정보의 신뢰성과 품질 조사에서 의류와 관련된 불만 중에는 품질에 관한 불만이 가장 높았고, 그 다음이 사이즈 불일치에 관한 것이라고 하였다. 김인화·권수애¹⁰⁾는 중년 여성을 대상으로 한 재킷의 치수 적합도 조사에서 과반수 이상이 기성복 재킷의 치수가 맞지 않아 수선을 경험하였으며, 수선 내용은 소매와 재킷 길이 부위는 줄이고, 허리와 엉덩이둘레부위는 늘이는 경우가 많았다¹¹⁾ 하였다. 재킷 착용시 불편한 부위를 조사한 결과 위팔둘레, 진동둘레, 가슴둘레, 뒤통 등이라고 하였다. 이희춘·이원자¹¹⁾는 44~77까지의 호칭 중에서 재킷의 사이즈가 클수록 소비자의 치수 불만족이 크다고 하였으며, 소비자의 재킷 수선 및 반품에서 가장 많은 빈도로 수선이 이루어지는 항목은 어깨, 가슴둘레, 허리둘레, 소매길이이고, 연령이 많을수록 사이즈가 클수록 가슴둘레, 허리둘레, 소매길이의 수선이 많이 나타난다고 하였다. 이진희¹²⁾는 비만 체형은 의복 구입시 78%의 수선 경험을 한다고 하였으며, 부위별 맞는 정도에서 품, 허리둘레, 진동둘레, 엉덩이둘레 등이 모두 작다고 하였다.

이러한 환경에서 플러스 사이즈 소비자에게 온라인 쇼핑물의 L, XL, XXL 또는 77, 88, 99, 100 등과 같은 일괄적인 사이즈는 제품의 특성과 사용에 대해 자세한 정보를 적집 대면 상황에서 전달받지 못하고 의류를 구매해야 하는 상황¹³⁾이므로, 쉽게 구매 결정을 내릴 수 없게 되는 요인¹³⁾이라고 할 수 있다. 더욱이 Plus-size 여성은 위팔, 어깨, 가슴, 복부, 엉덩

이, 대퇴부에 제시방 침착으로 인한 체형 단점을 가지고 있고, 여성용 정장 재킷은 제형을 많이 반영해야 하는 품목이므로, 의복의 시각적 이미지를 결정하는 디자인뿐만 아니라 맞춤새와 편안함이 동반되어야만 궁극적인 구매 행동을 하게 된다고 볼 수 있다.

따라서 소비자가 직접 착용해 보거나 사형 운용해 보지 않은 상황에서 구매를 해야 하는 온라인 쇼핑물에서는 플러스 사이즈 소비자들의 체형 특징을 반영한 사이즈 정보 제공, 제품 치수 정보의 정확성, 그 제품을 착용할 수 있는 소비자의 참고 신체 치수 제공 등이 매우 필요하다고 하겠다. 소비자에게 신체 맞춤새에 대한 정도를 파악할 수 있는 세부적인 제품 치수를 제시해 줄 때, 소비자들의 바람직한 의사 결정이 가능하며, 현실 정보 부재의 단점을 극복할 수 있게 되리라 보여진다.

이에 본 연구에서는 온라인 쇼핑물에서 판매되고 있는 플러스 사이즈 여성 정장 재킷 제품의 치수 실태를 조사하고, 제시된 제품 사이즈와 실제 사이즈를 비교·분석해 보고자 한다. 이를 통해 플러스 사이즈 소비자 입장에서 현실 정보의 단점을 극복하고, 구매 행동과 연관시킬 수 있는 효율적인 치수는 무엇인지 알아봄으로써, 이들의 신체적 특징이 반영된 재킷의 치수 체계 및 패턴 개발에 도움이 되는 기초 자료를 제공하는 데 그 목적을 두고자 한다.

본 연구의 목적에 따른 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 플러스 사이즈 여성을 대상으로 하는 온라인 의류 쇼핑물 중에서 의복 치수 표시가 2개 호칭 이상 제시된 업체의 정장 재킷 관련 호칭 및 상세 사이즈 항목을 조사하고 분석한다.

둘째, 플러스 사이즈 여성 대상 온라인 의류 쇼핑물에서 제공하는 사이즈 정보를 기준으로, 같은 사

7) 서추연, "인터넷 패션 쇼핑물의 여성복 사이즈 실태 조사," 한국기성과학회 학술대회 (2004), p. 72.

8) 홍경희, 추호정, "노년층 대상 의류 판매 웹 사이트에서 제공하는 소비자 정보에 관한 내용 분석 연구," 복식문화연구 14권 6호 (2008), pp. 976-977.

9) 한국소비자보호원 시험검사소 화학섬유팀, 사이버 쇼핑물 의류 상품 정보의 신뢰성과 품질, 2005년 5월.

10) 김인화, 권수애, "중년 여성의 기성복 재킷 구입실태 및 만족도," 한국 의류학회지 31권 3호 (2007), pp. 398-409.

11) 이희춘, 이원자, "여성복업체의 재킷 치수 체계와 소비자 치수 만족도에 관한 연구," 한국 의상디자인학회지 7권 3호 (2005), pp. 27-38.

12) 이진희, *Op. cit.*, pp. 195-197.

13) 하희정, *Op. cit.*, p. 134.

이즈, 동종 디자인, 유사 소재의 정장 슈트의 셋업(set-up) 붙에 속해 있는 정장 재킷 제품을 수집한 후, 업체들의 정장 재킷 제품의 호칭 및 부위별 치수 정보를 비교해 본다.

셋째, 업체별로 제시된 제품의 치수 정보와 제품의 실제 치수간의 차이를 규명하고, 소비자가 신체 맞춤새에 대한 정도를 파악하는데 도움이 되는 세부적인 제품 치수를 제시한다.

II. 연구방법 및 절차

1. 플러스 사이즈 온라인 쇼핑몰 선정

플러스 사이즈 여성 의류를 판매하는 온라인 쇼핑몰 선정은 대표적인 대형 포털사이트에 해당하는 구글, 네이버, 다음, 야후, 엔프스에 '플러스 사이즈', '사이즈 플러스', '스타일 플러스', '큰 옷' 등의 키워드를 입력하여 100여 개의 업체를 추출하였다. 추출된 100여 개의 업체 중에서 정장 재킷과 관련한 의복 치수 표시가 2개 호칭 이상 제시되어 있는 업체이면서 제품 사진, 제품 사이즈 정보 등 메인 화면에 제공되는 제품 정보가 충분하다고 판단된 독립 전문점 형태의 온라인 쇼핑몰 22개를 추출하였다. 조사 대상 업체명은 기재하지 않고, 무작위로 배치하였으며, 업체 표기명은 A에서 V로 나타내었다.

2. 플러스 사이즈 여성 정장 재킷 선정 및 자료 분석

온라인 쇼핑몰에 제시된 제품의 치수 정보와 제품의 실제 치수 간의 차이 규명을 위한 정장 재킷 제품으로는 디자인 및 스타일, 소재에 따라 여유량이 달라지고 맞춤새가 달라지므로, 선행 연구들을 참고하여 스타일의 변화가 거의 없고, 판매 기간이 길어 일 년 내내 수요가 지속적으로 발생하는 베이직 제품¹⁴⁾인 테일러드 재킷을 선정했다. 테일러드 재킷의 세부적인 라인을 설명하면, 판매자와 소비자의 양쪽

측면에서 선호되고 있는 세마피트 스타일의 프린세스 라인에, 허리선 아래 20~30cm의 재킷길이, 테일러드 칼라가 달린¹⁵⁾ 원바튼 재킷이다.

이러한 베이직 제품은 넓은 연령층에 걸쳐 착용되고, 유행을 타지 않으며¹⁶⁾, 형태 및 스타일 측면에서 무난하고 단순한 디자인으로 복종면에서는 단품류보다는 상하의가 한 벌로 구성된 셋업(set-up)류인 정장류 제품의 비중이 크다고 할 수 있다. 소재 면에서는 늘 잘 팔리는 소재이면서 매년 반복되는 소재의 비중이 높다. 브랜드 운영 측면에서 살펴보면, 비교적 오랜 판매기간을 가지고, 브랜드의 매출과 이익에 직접적으로 기여하는 폭이 크며, 과거의 판매 경험이 축적되어 있고, 반복적으로 등장하여 예측이 용이한 제품¹⁷⁾이라고 할 수 있다. 재킷의 색상 선호도에서는 전체적으로 검정색이 가장 많았고, 소재 선호도는 봄 가을의 모합섬섬유가 가장 높게 나타났다¹⁸⁾.

따라서 22개의 온라인 업체에서 제공하는 사이즈 정보를 기준으로 2007년 출시된 정장 재킷 제품 중에서 같은 색상, 종류별 디자인, 섬유의 조성 또는 혼용률을 조사하였으며, 조사한 제품 중에서 검정 색상이면서 동종 디자인의 스트레치가 없는 유사 소재의 정장 재킷을 공통으로 판매하고 있는 7개 업체의 제품을 선정하였으며, 이 업체들의 기본 사이즈에 해당하는 88 사이즈 제품을 수집하여 분석하였다. 조사 기간은 2007년 3월에서 2007년 10월에 걸쳐 실시되었으며, 자료 분석은 SPSS 14.0 통계프로그램을 이용하여 기술통계 분석을 실시하였다.

III. 연구 결과

1. 온라인 쇼핑몰의 플러스 사이즈 여성 정장 재킷 호칭 및 상세 사이즈

플러스 사이즈 여성을 대상으로 하는 온라인 의류 쇼핑몰 중에서 의복 치수 표시가 2개 호칭 이상

14) *Ibid.*, p. 136.

15) 정동림, 김애린, "Plus-size 여성 체형을 위한 재킷 원형 개발 및 면 분할에 따른 시각적 효과에 관한 연구," *한국복식학회 춘계학술대회* (2003), p. 34.

16) 구미란, 이정순, "20대 브랜드의 기본 스키트의 치수실태 및 패턴 분석," *복식문화연구* 12권 3호 (2004), p. 393.

17) 이윤희, "의류상품화 과정에서 패션 제품과 베이직 제품의 차이," *한국의류학회지* 28권 2호 (2004), pp. 282-284.

18) 김명옥, 서미아, "국내 여성복 브랜드의 신축성 직물 재킷 및 안감 여유분 실태 조사," *복식문화연구* 15권 2호 (2007), pp. 265-275.

〈표 1〉 온라인 쇼핑몰 업체의플러스 사이즈 여성 정장 재킷 호칭 및 상세 사이즈 정보 비교

정보 업체	호칭 표기방법	생산 사이즈 수	가장 작은 사이즈 호칭	가장 큰 사이즈 호칭	상세 사이즈 항목
A	숫자	5	88	120	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 기장
B	숫자	6	77	120	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 기장
C	숫자	6	99	140	가슴둘레, 팔뚝둘레, 길이
D	숫자	2	88	99	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 팔길이, 기장
E	숫자	3	88	100	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 팔길이, 기장
F	숫자	9	44	120	어깨너비, 가슴둘레, 윗가슴둘레, 팔둘레
G	숫자	5	88	120	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 소매길이, 기장
H	숫자	8	44	110	어깨너비, 가슴둘레, 팔뚝둘레, 소매길이, 기장
I	숫자	3	88	100	어깨너비, 가슴둘레, 팔뚝둘레, 소매길이, 기장
J	문자(숫자)	4	S(77~88)	XL(120~130)	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 팔길이, 기장
K	숫자	6	88	130	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 기장
L	숫자	3	66	88	어깨너비, 가슴둘레, 소매길이, 기장
M	숫자	7	55	110	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 기장
N	숫자	6	88	130	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 기장
O	숫자	3	99	110	어깨너비, 가슴둘레, 팔뚝둘레, 소매길이, 기장
P	숫자	7	55	110	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 팔길이, 기장
Q	문자(숫자)	3	L(77~88)	XXL(110~120)	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 소매길이, 기장
R	숫자	5	88	120	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 소매길이, 기장
S	숫자	6	88	130	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 기장
T	숫자	5	88	120	어깨너비, 가슴둘레, 허리둘레, 소매통, 소매길이, 기장
U	숫자	6	77	120	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 기장
V	숫자	5	88	120	어깨너비, 가슴둘레, 팔둘레, 팔길이, 기장

제시된 업체의 정장 재킷 관련 호칭 및 상세 사이즈 항목을 조사하였으며, 결과는 〈표 1〉과 같다.

온라인 쇼핑몰의 22개 업체 모두 소비자에게 제공하고 있는 사이즈 정보는 신체 사이즈가 아닌 제품 사이즈로 제시하고 있었으며, 호칭 표기 방법도 88, 99, 100 또는 L, XL, XXL와 같은 기호로 된 호칭을 사용하고 있었다. KS K 0051(2004)¹⁹⁾에서 규정한 정장 상의에 해당하는 정장 재킷의 호칭 표기방법인 '가슴둘레-엉덩이둘레-키'를 사용하고 있는 업체는 1개 업체도 없었고, 문자(숫자) 기호를 사용하는 2개

업체 또한 1개 업체는 'S(77~88)'라고 표기하고 있었으며, 다른 1개 업체는 'L(77~88)'로 표기하여 소비자의 혼동을 유발시키고 있었다. KS 성인 여성복의 치수²⁰⁾를 살펴보면, 의류의 제품 치수 설정과 소비자의 상품 선택에 기본이 되는 '의류 종류별 호칭 및 기본 신체 치수'에서 패트성이 필요한 정장 재킷의 경우, 호칭 표기 방법은 기본 신체 치수를 'cm' 단위 없이 '-'로 연결하여 호칭을 사용하며, 기본 신체 부위 및 표기 순서는 '가슴둘레-엉덩이둘레-키'라고 명시되어 있다. 〈표 1〉과 같은 업체 나름대로의

19) 한국표준협회, KS 성인 여성복의 치수 KS K 0051 (2004), p. 4.

20) *Ibid.*, pp. 2-7.

기호식 의류 제품의 호칭은 의류 제품과 호칭간의 상관관계를 갖지 못하고, 업체마다 자사의 목표 고객에 맞는 호칭으로 왜곡해 사용하고 있으므로 소비자가 호칭을 보고 자신의 체형에 적합한지 인지하기 어려울 뿐만 아니라, 생산자와 소비자와의 약속으로서의 기능도 할 수 없다고 판단된다. 소비자의 상품 선택에 기본이 되는, 즉 소비자가 자신의 체형에 맞는 옷을 선택하는 근거로 사용해야 할 호칭이 그 기능을 제대로 수행하지 못하고 있음을 볼 수 있었다.

온라인 쇼핑몰의 플러스 사이즈 여성 정장 재킷 제품의 치수 실태를 상세히 살펴보기 위하여 사이즈 정보를 분석 유목 및 하위 유목에 따라 분류하였으며, 그 내용을 <표 2>에 나타내었다.

업체마다 생산하는 사이즈 수는 자사의 목표 고객에 따라 88과 99의 2개 사이즈만 생산하는 업체에서부터 표준체형에 속하는 44에서 플러스 사이즈 체형에 해당하는 120까지 9개 사이즈를 생산하는 업체까지 업체마다 다양하였으며, 88에서 120까지 5개 사이즈를 생산하는 업체가 5개(22.73%)로 가장 많았다. 그 다음 순은 88에서 130까지 6개 사이즈를 생산하는 업체가 3개 업체였고, 77에서 120까지 6개 사이즈를 생산하는 업체가 2개, 99에서 140까지 6개 사이즈를 생산하는 업체가 1개 업체로 6개 사이즈를 생산하는 업체는 모두 6개 업체에 이르러 조사한 업체의 50%인 11개 업체가 5~6개의 사이즈를 생산하고 있음을 볼 수 있었다. 생산하는 사이즈 중에서 가장 작은 호칭은 44에서 99까지 다양하게 나타났으며, 가장 큰 호칭은 99에서 140까지 나타났다. 88 사이즈를 가장 작은 사이즈로 선택하여 생산하고 있는 업체는 11개로 50%를 차지하고 있었으며, 120 사이즈를 가장 큰 사이즈 선택하여 생산하고 있는 업체는 9개로 40.91%를 차지하고 있었다. 이는 플러스 사이즈 소비자를 대상으로 하는 온라인 의류 업체들이 채산성을 고려하여 주로 88을 기준으로 120까지 생산하고 있는 것으로 판단된다. 체형별 분류에 따라 사이즈를 세분화하면, 소비자의 입장에서 제품은 체형에 대한 만족도는 높아지겠지만, 업체들은 채산성이

떨어져 많은 재고의 부담을 안아야 한다는 문제점이 발생한다. 따라서 자사의 목표 고객에 따른 고객 체형의 데이터베이스가 필요하고, 이를 정장 상의의 호칭 표기방법인 '가슴둘레-엉덩이둘레-키'로 표기 및 제시하여 소비자의 제품에 대한 이해 및 구매 결정을 돕는다면, 제품 구입시 수선 부위 및 빈도를 줄일 수 있고, 교환 및 환불에 대한 문제점도 해결될 수 있으리라 사려된다.

KS 성인 여성복의 치수²¹⁾의 '호칭별 신체 치수'에는 피트성이 필요한 상의의 경우 체형별로 호칭 및 신체 치수가 제시되어 있으며, 기본 신체 치수에 해당하는 '가슴둘레, 엉덩이둘레, 키' 이외에 참고 신체 치수로 '허리둘레, 등길이, 어깨사이길이, 팔길이'가 제시되어 있다. <표 2>를 살펴보면, 22개 업체 중에서 참고 신체 치수에 해당하는 상세 사이즈 항목으로, 가슴둘레, 팔뚝둘레, 길이의 3항목만 제시한 업체에서부터 어깨너비, 가슴둘레, 허리둘레, 소매통, 소매길이, 기장의 6항목을 제시한 업체까지 다양하게 나타났지만, '허리둘레, 등길이, 어깨사이길이, 팔길이'를 제시한 업체는 1개 업체도 없었다. 어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레(팔뚝)둘레, 팔길이, 기장의 총 5항목을 상세 사이즈로 제시하고 있는 업체가 11개(50%)로 가장 많았고, 그 다음 순으로 어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레(팔뚝), 기장의 4항목을 제시한 업체가 7개 업체였으나, 이외에 어깨너비, 가슴둘레, 윗가슴둘레, 팔둘레의 4항목을 제시한 업체가 1개, 어깨너비, 가슴둘레, 소매길이, 기장의 4항목을 제시한 업체가 1개 더 있으므로, 조사한 업체 중 20개 업체가 4개에서 5개의 상세 사이즈 항목을 제시하고 있음을 볼 수 있었다.

성인 여성복 치수의 의류 종류별 기본 신체 부위²²⁾의 비교에는 '피트성이 필요한 경우라도 제품의 스타일에 따라, 쇼트 재킷처럼 엉덩이둘레에 대한 피트성을 그다지 필요로 하지 않는 제품은 엉덩이둘레를 제외할 수 있다'로 명시되어 있다. 그러나 조사한 제품들은 모두 재킷의 길이가 엉덩이 선까지 내려오는 제품이었음에도 불구하고 호칭에도, 상세 사이즈 항목에도, 엉덩이둘레에 대한 정보를 제시한 업체는

21) *Ibid.*, pp. 2-7.

22) *Ibid.*, p. 2.

<표 2> 온라인 쇼핑플 플랫폼 사이즈 여성 정장 재킷 사이즈 정보의 분석 유목 및 하위유목별 빈도

하위 유목 분석 유목	내용	빈도(%)		합계(%)	
		빈도	비율(%)		
호칭 표기방법	기호	88/99/100/110/120과 같은 숫자 기호로 표현	20	20(90.91)	22(100)
		L(77~88)과 같은 문자(숫자) 기호로 표현	2	2(9.09)	
생산 사이즈 수	2개 사이즈	88/99	1	1(4.54)	22(100)
		66/77/88	1		
	3개 사이즈	88/99/100	2	5(22.73)	
		99/100/110	1		
		L(77~88)/XL(99~100)/XXL(110~120)	1		
	4개 사이즈	S(77~88)/M(99~100)/L(110)/XL(120~130)	1	1(4.54)	
	5개 사이즈	88/99/100/110/120	5	5(22.73)	
		77/88/99/100/110/120	2		
	6개 사이즈	88/99/100/110/120/130	3	6(27.27)	
		99/100/110/120/130/140	1		
7개 사이즈	55/66/77/88/99/100/110	2			
8개 사이즈	44/55/66/77/88/99/100/110	1	4(18.18)		
9개 사이즈	44/55/66/77/88/99/100/110/120	1			
가장 작은 사이즈	44 사이즈	44	2	22(100)	
	55 사이즈	55	2		
	66 사이즈	66	1		
	77 사이즈	77	4		
	88 사이즈	88	11		
	99 사이즈	99	2		
가장 큰 사이즈	88 사이즈	88	1	22(100)	
	99 사이즈	99	1		
	100 사이즈	100	2		
	110 사이즈	110	4		
	120 사이즈	120	9		
	130 사이즈	130	4		
	140 사이즈	140	1		
상세 사이즈 항목	3개 항목	가슴둘레, 팔뚝둘레, 길이(기장)	1	1(4.54)	22(100)
	4개 항목	어깨너비, 가슴둘레, 윗가슴둘레, 팔둘레	1	9(40.91)	
		어깨너비, 가슴둘레, 소매길이, 기장	1		
		어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레(팔둘레), 기장	7		
	5개 항목	어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레(팔(뚝)둘레), 팔길이, 기장	11	11(50.00)	
	6개 항목	어깨너비, 가슴둘레, 허리둘레, 소매뚝, 소매길이, 기장	1	1(4.54)	

1개 업체도 없었다. 엉덩이둘레에 대한 정보 또는 밑단둘레에 대한 사이즈 정보를 표기하지 않고 있어 제품에 대한 엉덩이폭을 가늠해 볼 수도 없는 상황이었다.

용어 사용에 있어서도 문제점이 발견되었다. 재킷의 길이에 해당하는 부분은 길이, 가장으로 혼용하여 사용하고 있었으며, 소매둘레의 경우 업체마다 소매둘레, 팔늘레, 팔뚝둘레, 소매통 등으로 혼용하여 표기하고 있었고, 소매길이는 팔길이와 혼용해서 사용하고 있었다. 소매둘레와 소매길이는 제품 치수를 의미하며, 팔늘레, 팔길이는 신체 치수를 의미한다. 제공되어진 치수만 보고는 제품 치수인지 신체 치수인지 알 수가 없어 혼란을 가중시키고 있었으므로 소비자 입장에서 인지할 수 있는 일관성 있고 표준화된 용어 사용이 절실히 필요함을 알 수 있었다.

2. 온라인 쇼핑몰의 동종디자인 유사 소재의 정장 재킷 제품의 업체별 치수 비교

플러스 사이즈 여성 대상 온라인 의류 쇼핑몰에서 제공하는 사이즈 정보를 기준으로, 종류별 디자인, 섬유의 조성 또는 혼용율을 조사한 후, 스트레치가 없는 유사 소재의 베이직 스타일의 원버튼 테일러드 재킷을 공동으로 판매하고 있는 7개 업체의 호칭별 치수 및 부위별 치수 정보를 비교하였으며, 그 비교 결과는 <표 3>과 같다.

7개 업체 중 6개 업체가 88 사이즈의 가슴둘레를 100cm로 제시하고 있었고, 나머지 1개 업체는 98cm를 제시하고 있었다. 가슴둘레에 따른 호칭 간 사이즈 편차는 3개 업체는 6cm의 편차를 가지고 있었고, 2개 업체는 5cm 편차를 가지고 있었으며, 1개 업체는 4~6cm의 편차를, 또 다른 1개 업체는 10cm의 편차를 가지고 있는 것으로 나타났다. 88 사이즈의 어깨너비는 39cm를 제시하고 있는 업체가 3개 업체로 가장 많았고, 2개 업체는 37cm를 제시하고 있었으며, 1개 업체는 42cm를, 또 다른 1개 업체는 40cm를 제시하고 있었다. 어깨너비의 호칭 간 사이즈 편차는 1~2cm와 2cm의 편차를 가지고 있는 업체와 각각 3개 업체로 가장 많은 부분을 차지하고 있었으며, 나머지 1개 업체는 1cm 편차를 가지고 있었다. 88 사이즈의 소매둘레는 모든 업체가 36cm로 동일하게 표기하고 있었으며, 호칭간 편차는 1~2cm인 업체가

4개 업체로 가장 많았고, 2cm인 업체가 2개 업체, 0~1cm인 업체가 1개 업체로 나타났다. 88 사이즈의

<표 3> 업체간 정장 재킷 제품의 호칭 및 부위별 치수 정보 비교

업체	부위		가슴 둘레	소매 둘레	소매 길이	재킷 길이
	호칭	어깨 너비				
A	88	42	100	36	-	65
	99	43	104	38	-	66
	100	44	110	40	-	67
	110	45	116	42	-	68
	120	46	122	43	-	69
	편차	1	4~6	1~2	-	1
G	88	37	100	36	62	67
	99	39	105	36	62	67
	100	41	110	38	68	68
	110	43	115	38	68	68
	120	45	120	38	68	68
	편차	2	5	0~1	0~6	0~1
I	88	40	98	36	62	64
	99	42	103	38	62	64
	100	44	108	39	62	64
	편차	2	5	1~2	0	0
	88	39	100	36	-	63
N	99	41	106	38	-	65
	100	42	112	40	-	65
	110	43	118	42	-	68
	120	44	124	43	-	68
	130	46	130	44	-	69
	편차	1~2	6	1~2	-	1~3
Q	L(77, 88)	39	100	36	61	66
	XL(99, 100)	41	110	38	62	68
	XXL(10, 120)	43	120	40	62	68
	편차	2	10	2	0~1	0~2
R	88	37	100	36	60	63
	99	39	106	38	60	65
	100	41	112	40	61	65
	110	42	118	42	61	68
	120	43	124	44	61	68
	편차	1~2	6	2	0~1	2~3

〈표 3〉 계속

업체	부위		가슴 둘레	소매 둘레	소매 길이	재킷 길이
	호칭	어깨 너비				
S	88	39	100	36	-	63
	99	41	106	38	-	65
	100	42	112	40	-	65
	110	42	118	42	-	68
	120	44	124	43	-	68
	130	46	130	44	-	69
	편차	1~2	6	1~2	-	1~3

미고, 이어있는 칸은 업체에 따라 관찰되지 않은 구간을 의미함.

소매길이는 7개 업체 중에서 3개 업체가 제시하고 있지 않았으며, 2개 업체는 62cm. 나머지 2개 업체는 각각 61cm와 60cm를 나타내고 있었다. 호칭간 편차는 1개 업체는 0cm로 호칭 간 차이를 두지 않고 있었으며, 2개 업체는 0~1cm를 편차를 두고 있으나, 또 다른 1개 업체는 0~6cm의 호칭간 사이즈 편차를 두고 있었다. 호칭 간 사이즈를 두고 있는 3개 업체 모두 88과 99 사이즈까지는 0cm의 편차를 두고 99와 100 사이즈는 각각 1cm, 또는 6cm 편차를 두고, 100에서부터 120까지의 사이즈에서는 0cm 편차를 적용하고 있었다. 88 사이즈의 재킷 길이는 3개 업체는 63cm로 표기하고 있었고, 나머지 4개 업체는 각각 64cm, 65cm, 66cm, 67cm를 나타내고 있었다. 호칭간 0cm 편차를 적용한 업체는 1개 업체로 나타났고, 호칭 간 편차가 1~3cm인 업체는 2개 업체, 나머지 4개 업체는 각각 0~1cm인, 1cm, 0~2cm, 2~3cm로 각각 다르게 적용하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같이 동종 디자인 유사 소재의 베이직 스타일의 원버튼 태일러드 재킷이지만, 업체마다 제공되는 사이즈도 각각 다르고, 사이즈 편차도 다르게 나타남을 볼 수 있었는데, 이는 자사의 목표 고객에 다름에서 연유한 것으로 판단된다.

그러나 소매길이의 경우, KS 성인 여성복 치수의 참고 신체 치수²³⁾에는 키 150cm의 소매길이 범위가 50.2~50.5cm, 키 155cm의 소매길이 범위가 51.5~

52.8cm, 키 160cm의 소매길이 범위가 52.6~53.7cm, 키 165cm의 소매길이 범위가 54.5~54.9cm로 표기되어 있음에도 불구하고, 소매길이를 제시하고 있는 4개 업체 모두 88 사이즈의 소매길이를 약 5~10cm 더 길게 제시하고 있으며, 특히 G업체의 경우 100 사이즈 이상에서 소매길이가 68cm로 제시되어 있었다. 이는 소매길이가 다른 부위보다 비교적 수선이 간단한 부분에 해당하기 때문인 것으로 판단되지만, 기성복 재킷의 치수가 맞지 않아 수선을 할 경우 소매길이 부위를 줄인다고 한 연구 결과²⁴⁾와 사이즈가 클수록 소매길이의 수선이 많이 나타난다고 한 연구 결과²⁵⁾를 볼 때, 필요 이상으로 긴 길이는 소비자에게 수선에 대한 경제적 비용을 부담시키는 결과를 초래하므로 당연히 소비자의 불만족도가 높을 것임을 예상할 수 있었다.

3. 업체간 정장 재킷 88 Size 제품의 부위별 치수 정보와 실측 치수 비교

온라인 의류 쇼핑몰에서 제공하는 치수 정보와 실측한 제품 치수 간의 차이를 규명하기 위해 7개 업체의 스트레치가 없는 유사 소재의 베이직 스타일 정장 재킷 88 사이즈 제품을 부위별 실측하였으며, 그 결과는 〈표 4〉와 같다.

온라인 쇼핑몰 사이트에 제시된 88 사이즈의 어깨너비 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 2개 업체에 불과하였고, 나머지 5개 업체는 제시한 치수 정보보다 실측 치수가 1~3cm 더 작게 나타났다. 가슴둘레 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 1개 업체도 없었으며, 모든 업체가 1~5cm 정도 더 작게 나타났다. 가슴둘레의 경우, 소비자들이 직접 의복을 착용해 보지 않은 상태에서, 소비자가 구입 선택 기준으로 삼고 있는 부위이고, 어깨너비는 가슴둘레와 함께 맞음새에 많은 영향을 미치는 부위이므로, 제시된 치수 정보에만 의존해서 구매할 경우, 어깨 및 가슴부분의 맞음새가 부적합하여 구매를 했더라도 사이즈 불일치로 인해 반품하는 사례가 발생할 것으로 판단된다.

소매둘레 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 1

23) Ibid., pp. 6-7.

24) 김인화, 권수에, *Op. cit.*, pp. 407-409.

25) 이희춘, 이원지, *Op. cit.*, pp. 36-38.

〈표 4〉 업체간 정장 재킷 88 size 제품의 부위별 치수 정보와 실측 치수 비교

항목		업체						
		A	G	I	N	Q	R	S
어깨너비	치수 정보	42	37	40	39	39	37	39
	실측 치수	39	37	37.5	41	38	37	37
가슴둘레	치수 정보	100	100	98	100	100	100	100
	실측 치수	98	98	96	99	96	96	95
소매둘레	치수 정보	36	36	36	36	36	36	36
	실측 치수	37	35	37	35	36	36.5	36.5
소매길이	치수 정보	-	62	62	-	61	60	-
	실측 치수	62	61	62	60.5	60	61.5	61.5
재킷길이	치수 정보	65	67	64	63	66	63	63
	실측 치수	63(59.5)	67(61)	67(62)	69(63)	69(65)	64(59.5)	66(59)

비교 1. 비어 있는 칸은 업체에 따라 관찰되지 않은 구간을 의미한다.

2. 재킷길이의 실측 치수는 앞뒤길이가 차이가 나서 앞중심길이(뒷중심길이)로 표기하였음.

개 업체였으며, 실측 치수가 더 큰 업체는 4개 업체로 0.5~1cm 더 크게 나타났으며, 제시한 치수 정보보다 실측 치수가 작은 업체는 2개 업체로 1cm 더 작게 나타났다. 소매길이 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 1개 업체였고, 제시한 치수 정보보다 실측 치수가 큰 업체는 1개 업체로 1.5cm 더 크게 나타났으며, 제시한 치수 정보보다 실측 치수가 작은 업체는 2개 업체로 1cm 더 작게 나타났다.

재킷길이의 경우, 7개 업체 중 1개 업체는 제시된 치수 정보가 재킷의 앞중심길이와 일치하였고, 다른 1개 업체는 재킷의 뒷중심길이와 일치하였으며, 4개 업체에서 제시된 치수 정보는 뒷중심길이보다는 길고, 앞중심보다는 짧게 나타났다. 마지막 1개 업체는 제시된 치수 정보는 뒷중심길이와 앞중심길이보다 길게 나타났다. 이렇게 제시되는 치수 정보는 일관성이 결여되어 있어 소비자가 제품을 선택하는데 도움을 주는 것이 아니라 혼란을 초래하게 되는 부분이라고 할 수 있다. 재킷길이를 표기함에 있어 앞중심길이와 뒤중심길이를 구분하여 표기해야 하며, 치수 정보 또한 제시된 치수에 칼라폭이 포함되었는지 여부도 함께 표기해야 소비자들이 바람직한 의사 결정을 할 수 있으리라 판단된다.

기본적으로 제품들은 제품 사이즈를 표기하고 있기 때문에 이와 같이 제시된 치수와 실제 측정된 치수의 차이가 크다는 것은 제공된 치수 정보의 신뢰성을 잃게 하므로 제품 치수의 정확한 표기 및 오차 허용치수를 명시해야 한다. 특히 어깨너비, 가슴둘레, 소매길이 등은 맞은새 및 소비자의 치수만족도에 많은 영향을 미치는 부위로서 에서 기성복 재킷의 치수가 맞지 않아 수선을 할 경우, 수선 내용은 소매와 재킷 길이 부위는 즐인다고 한 연구 결과²⁶⁾와 소비자의 재킷 수선 및 반품에서 가장 많은 빈도로 수선이 이루어지는 항목은 어깨, 가슴둘레, 허리둘레, 소매길이이고, 사이즈가 클수록 가슴둘레, 허리둘레, 소매길이의 수선이 많이 나타났다고 한 연구²⁷⁾를 볼 때, 소비자의 제품에 대한 불만족도는 높을 것으로 보여진다.

또한, 일반적인 제품 치수는 신체 치수에 디자인 및 운동량에 따라 여유량이 더해진 패턴으로 제품이 제작되어지므로, 호칭별 기본 신체 치수와 참고치수, 그리고 이에 따른 커버율 등을 제품 정보에 명시해야 된다고 판단되며, 정장 재킷 제품의 허리선이나 엉덩이선의 위치 확인 및 칼라 길이나 라펠의 길이와 폭, 그리고 칼라 폭에 대한 정보 등 세부적인 제

26) 김위화, 권수에, *Op. cit.*, pp. 407-409.

27) 이희춘, 이원자, *Op. cit.*, pp. 36-38.

품 관련 정보가 같이 제시된다면, 착용해 보지 않은 상황에서도 맞춤새를 추정해 볼 수 있어 소비자들이 바람직한 의사 결정을 할 수 있으리라 판단된다.

IV. 결 론

본 연구에서는 플러스 사이즈 여성 대상 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 정장 재킷의 치수 실태를 조사하고 분석하여, 소비자 입장에서 현실 정보의 단점을 극복하고, 구매 행동과 연관시킬 수 있는 효율적인 치수는 무엇인지 알아보고 제시해 봄으로써 제품에 대한 직접 착용 없이 구매 결정을 내려야 하는 온라인 쇼핑몰 구매자의 구매 결정에 도움을 줄 수 있는 기초자료를 제공하는 데 그 목적을 두고자 하였다.

이러한 연구 목적을 위하여, 대표적 포털사이트에서 추출된 플러스 사이즈 온라인 의류업체 중에서 정장 재킷 관련 의복치수가 2개 호칭 이상 제시되어 있으면서, 제품 정보가 충분하다고 판단된 22개 업체를 선정하였으며, 22개 업체들이 제품 판매를 위해 제시하고 있는 사이즈 정보를 분석하였다. 제시된 치수 정보와 실측 치수 간의 차이 규명을 위한 정장 재킷 제품으로는 판매자와 소비자 양측에게서 선호되고 있는, 세미피트 스타일의 프린세스 라인, 허리선 아래 20~30cm의 재킷길이, 그리고 테일러드 칼라가 달린 재킷을 선택하였고, 22개 업체에서 제공하는 사이즈 정보를 기준으로 동종 디자인의 유사 소재의 원버튼 정장 재킷을 공통으로 판매하고 있는 7개 업체를 선정하였으며, 이 업체들의 기본 사이즈에 해당하는 88 사이즈 제품을 수집하여 분석하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 플러스 사이즈 여성을 대상으로 하는 온라인 의류 쇼핑몰 중에서 의복 치수 표시가 2개 호칭 이상 제시된 업체의 정장 재킷 관련 호칭 및 상세 사이즈 항목을 조사하고 분석한 결과, 선별한 온라인 쇼핑몰 22개 업체 모두 소비자에게 제공하고 있는 사이즈 정보는 신체 사이즈가 아닌 제품 사이즈로 제시하고 있었다. 호칭 표기 방법인 '가슴둘레-영녕이둘레-키'를 사용하고 있는 업체는 1개 업체도 없

었고, 모든 업체가 88, 99, 100, 110 또는 L, XL, XXL 와 같은 기호식 호칭을 사용하고 있었다. 생산 사이즈 수는 사이즈 88에서 사이즈 120까지 생산하는 업체가 가장 많았고, 상세 사이즈 항목은 5개 항목(어깨너비, 가슴둘레, 소매둘레, 팔길이, 기장)을 제시하고 있는 업체가 11개(50%)로 가장 많이 나타났다. 재킷의 길이가 영녕이선까지 내려오는 길이임에도 불구하고, 영녕이둘레에 대한 기본 정보를 제시한 업체는 1개 업체도 없었다. 또한 재킷의 길이로 기장 또는 길이로만 표기 및 혼용 및 사용하고 있었고, 소매둘레는 팔둘레, 팔뚝둘레, 소매통으로, 소매길이는 팔길이라고 혼용해서 사용하고 있어, 제품 치수인지, 신체 치수인지 인지하기 어려워 소비자의 혼동을 초래하고 있었다.

둘째, 플러스 사이즈 여성 대상 온라인 의류 쇼핑몰에서 제공하는 사이즈 정보를 기준으로, 88 사이즈의 동종 디자인, 유사 소재의 베이직 스타일의 원버튼 테일러드 정장 재킷 제품을 수집한 후, 이 업체들의 호칭별 치수 및 부위별 치수 정보를 비교해 본 결과, 7개 업체 중 6개 업체가 가슴둘레를 100cm로 제시하고 있었고, 가슴둘레의 호칭 간 사이즈 편차는 6개 업체가 4~6cm의 편차를 가지고 있었고, 1개 업체는 10cm의 편차를 가지고 있었다. 어깨너비는 39cm를 제시하고 있는 업체가 3개 업체로 가장 많았고, 2개 업체는 37cm를 제시하고 있었으며, 호칭간 사이즈 편차는 6개 업체가 1~2cm의 편차를 가지고 있었다. 소매둘레는 모든 업체가 36cm로 동일하게 표기하고 있었으며, 호칭간 사이즈 편차는 6개 업체가 1~2cm를 사용하고 있었다. 소매길이는 7개 업체 중에서 3개 업체가 제시하고 있지 않았으며, 2개 업체는 62cm, 나머지 2개 업체는 각각 61cm와 60cm를 나타내고 있었다. 호칭 간 편차는 1개 업체는 0cm로 호칭 간 차이를 두지 않고 있었으며, 2개 업체는 0~1cm를 편차를 두고 있으나, 또 다른 1개 업체는 0~6cm의 호칭간 사이즈 편차를 두고 있었다. KS 성인 여성복 치수의 참고 신체 치수에 제시되어 있는 소매길이 범위보다 약 5~10cm 더 길게 제시되어 있었는데, 필요 이상으로 긴 길이는 소비자에게 수선에 대한 경제적 비용을 부담시키는 결과를 초래할 것으로 보인다. 재킷길이는 42.8%가 63cm로 표기하고 있었고, 나머지는 64cm, 65cm, 66cm, 67cm로 각

기 다르게 제시되어 있었다.

셋째, 소비자가 신체 맞춤새에 대한 정도를 파악 하는데 도움이 되는 세부적인 제품 치수를 제시하기 위하여 업체별로 제시된 제품의 치수 정보와 수집한 88 사이즈 제품의 실측 치수간의 차이를 비교해 본 결과, 어깨너비 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 2개 업체에 불과하였고, 나머지 5개 업체는 제시한 치수 정보보다 실측 치수가 1~3cm 더 작게 나타났다. 가슴둘레 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 1개 업체도 없었으며, 모든 업체가 1~5cm 정도 더 작게 나타났다. 소매둘레 치수 정보와 실측 치수가 같은 업체는 단 1개 업체였으며, 실측 치수보다 더 큰 업체는 4개 업체, 더 작은 업체는 2개 업체로 나타났다. 소매길이 치수 정보도 실측 치수가 같은 업체는 1개 업체에 불과하였다. 재킷길이의 경우, 7개 업체 중 1개 업체는 제시된 치수 정보가 재킷의 앞중심길이의 일치하였고, 다른 1개 업체는 재킷의 뒷중심길이의 일치하였으며, 4개 업체에서 제시된 치수 정보는 뒷중심길이보다는 길고, 앞중심보다는 짧게 나타났다.

결론적으로 Plus-size 소비자가 온라인 쇼핑몰에서 자신에게 적합한 사이즈 선택 및 구매 결정을 돕고, 선택한 제품에 대한 재고 만족도를 높이기 위해서는 우선, 성인 여성 정장 상의 치수체계에서처럼 온라인 업체가 기존의 기호식 호칭에서 벗어나 기본 신체 부위를 알 수 있는 호칭인 '가슴둘레-엉덩이둘레-키'로 의류 제품 치수의 표준화에 따른 표기를 염수해야 하고, 추가로 기본 신체 치수 이외에 참고 신체 치수로 허리둘레, 등길이, 어깨사이길이, 팔길이를 제시해 놓으면, 소비자가 자신의 체형에 맞는 의복을 선택할 때 근거로 활용할 수 있으므로, 제품에 대한 사이즈 불일치 및 착용만족도에 대한 소비자의 불만이 낮아질 것으로 예상된다. 또한, 제품 치수는 소비자에게 치수 정보의 신뢰성을 줄 수 있도록 오차 허용 범위 안에서 정확하게 제시하고, 허리선이나 엉덩이선의 위치, 칼라의 길이와 칼라 폭 등에 대한 세부적인 제품 관련 정보를 포함시킨다면, 지방 침착 증가로 인한 체형 때문에 의복 선택의 범위가 제한되는 플러스 사이즈 소비자가 자신의 체형에 적합한 재킷을 선택할 때, 착용해 보지 않은 상황에서 보다 정확하고 바람직한 의사 결정을 하는 데도

움을 줄 수 있고, 구매 후 사이즈 불일치로 인한 반품 사례를 줄일 수 있으며, 수선에 대한 경제적 부담도 줄일 수 있으므로, 궁극적으로 온라인 쇼핑몰의 플러스 사이즈 여성 정장 재킷의 제품 만족도를 제고시키는데 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구의 제한점은 연구를 위해 선정된 베이직 재킷이 88 사이즈를 기준으로 수집되었으므로 이 연구 결과를 일반화하는 데는 신중을 기해야 한다는 것이다.

참고문헌

- 구마란, 이정순 (2004). "20대 브랜드의 기본 스커트의 치수실태 및 패턴 분석." 복식문화연구 12권 3호.
- 김명옥, 서미아 (2007). "국내 여성복 브랜드의 신축성 직물 재킷 및 인간 여유분 실태 조사." 복식문화연구 15권 2호.
- 김인화, 권수에 (2007). "중년 여성의 기성복 재킷 구입실태 및 만족도." 한국의류학회지 31권 3호.
- 박성준 (2006). "한국인 인체치수조사 사업 학술연구용역 결과보고서: 한국인 비만 체형의 분류 및 유형별 특성 분석." 산업자원부 기술표준원.
- 장지혜, 양정은 (2005). "업체제단에 의한 Plus-size 여성의 토루소 원형 개발에 관한 연구." 대한가정학회지 43권 10호.
- 정동림, 김애란 (2003). "Plus-size 여성 체형을 위한 재킷원형 개발 및 면 분할에 따른 시각적 효과에 관한 연구." 한국복식학회 춘계학술대회.
- 서추연 (2004). "인터넷 패션 쇼핑몰의 여성복 사이즈 실태 조사." 한국가정과학회 학술대회.
- 신정선 (2007년 7월 21일). "빅 사이즈 옷 제작·판매 의무화 추진 논란." 조선일보
- 이유리 (2004). "의류상품화 과정에서 패션 제품과 베이직 제품의 차이." 한국의류학회지 28권 2호.
- 이진희 (2002). "성인 여성의 체형에 따른 기성복 적합성에 관한 연구." 대한가정학회지 40권 12호.
- 이희춘, 이원자 (2005). "여성복업체의 재킷 치수 체계와 소비자 치수 만족도에 관한 연구." 한국의상디자인학회지 7권 3호.
- 통계청 (2008). 2007년 12월 연간 사이버몰 통계조사

결과, 통계청.

하희정 (2001). “플러스 사이즈 여성의 연령별 신체 특성과 의류치수체계에 관한 연구.” *복식문화연구* 11권 2호.

하희정 (2008). “플러스 사이즈 여성 온라인 쇼핑물의 정장 바지 사이즈 현황 및 맞춤새 분석.” *복식* 58권 1호.

한명숙, 하희성 (2005). *자기이미지 커뮤니케이션*. 서울: 교문사.

한국소비자보호원 시험검사소 (2005). *사이버 쇼핑물 의류 상품 정보의 신뢰성과 품질: 화학섬유 편*.

홍경희, 주호정 (2008). “노년층 대상 의류 판매 웹사이트에서 제공하는 소비자 정보에 관한 내용 분석 연구.” *복식문화연구* 14권 6호.

KS 성인 여성복의 치수 KS K 0051 (2004). 한국표준협회.