

비만 및 표준체형 학령후기 여아의 아동복 착용과 치수적합성 비교 분석

임지영

대전대학교 응용산업대학 패션디자인비즈니스학과

The Comparison Research on the Wearing Practice and Fitness Evaluation of Children's Clothing for Obese and Average body shape of Late Elementary Schoolgirls

Jiyoung Lim

Dept. of Fashion Design & Business, College of Applied Science and Industry, Daejeon University, Daejeon, Korea

Abstract : As children's apparel industry expands, there are many researches on purchasing and wearing children's clothing and optimal sizes, but researches on purchasing and wearing children's clothing and the appropriateness of sizes comparing average body shape and obese children are still inadequate. Therefore, in this research Late Elementary Schoolgirls ranging in age from 12 to 13 are categorized into the average or the obese body type, and by comparing and analyzing purchasing and wearing children's clothing and the appropriateness of its sizes between these groups, the problems in the size system of children's apparel are realized and the basic information about designing children's clothing for average body shape and non-average body shape(out-size)children are presented. The survey questions were composed of topics about general personal information, the purchasing practice and wearing practice, the appropriateness of its size when wearing children's clothing and the practice of mending apparel according to the satisfaction level of children's clothing sizes. Because subjects are often too big to wear children's clothing, and in the case of obese children the deviation of a body type is amplified, therefore in buying and wearing children's clothing, they demonstrate different forms of purchasing and wearing characteristics than adults. Considering the practice of increasing obesity in children due to westernized eating habits and decreased physical activities, along with developing programs for improving obesity, the development of an optimal size system in response to various body types will become an important challenge.

Key words : purchasing practice, wearing practice, purchasing satisfaction size satisfaction, obese body shape

1. 서 론

아동들은 동작과 활동이 왕성하며(강혜원, 김혜경, 1983) 연령범위에 대비하여 신체치수의 범위가 넓고 다양한 체형특성을 나타내고 또래와의 동질화를 통해 소속감과 정서적 안정감을 얻는 등의 사회화가 일어나는 중요한 시기(김난도 외, 2005)이다. 아동복은 아동의 왕성한 활동에 방해가 되지 않고(강혜원, 김혜경, 1983) 급격한 신체적, 정신적, 사회적 성장을 돕는 중요한 수단으로 아동의 신체발달과 운동능력 발달에 맞추어 몸에 잘 맞고 불편함이 없게 만들어져야 한다(이미숙, 1985). 이에 따라 산업자원부 기술표준원에서는 의류제품 치수표준화를 위해 KS 규격을 제정하여(<http://www.sizekorea.co.kr>) 기존 여성복의 치수규격("KS K 0051", 1999)에서 청소년복, 아동복, 숙녀복으로 구분한 것을 아동복(6~11세), 청소년복(12~18세), 성인복(18세이상)으로 치수 규격 제시를 위한 연령 집단을 조정

하였으며 아동복은 학령기 구분에 의해 7~12세 전체를 키로 구분하여 치수 체계를 제시하였다. 그러나 트윈세대(Tween Generation)라 불리는 초등학교 고학년의 경우 동일 학년내에서도 키는 20 cm 가량, 몸무게는 15~20 kg 가량의 신체편차로(김은경 외, 2002) 신체 부위별 개인 편차가 어느 연령대보다도 크기 때문에 아동복 시장에서 많이 생산하지 않고 있다. 따라서 시중에 판매되는 아동복은 표면상 5~13세를 타겟으로 하고 있지만 실제로는 5~9세 위주로(임성민, 2001) 초등학교 저학년 이하 아동복 시장의 확장이 활발한 반면 고학년 아이템이 부족한 실정이다(김은경 외, 2002). 초등학교 5,6학년의 여아의 경우 여성으로서의 변화가 시작되는 시기(김찬주, 김용주, 2006), 즉 인체 각 부위의 성장이 활발하여 사춘기로 이행되고 있는 시기로 13세에서 성장양상에 있어서 개인차가 크므로(김은경 외, 2002) 기성복 선택에 어려움이 따르고 있다. 실제 학령후기 여아를 대상으로 삼성디자인넷 리포트(2002년 10월27일)에서 제시한 아동복 대표 브랜드와 주니어복 대표 브랜드에 대해 즐겨 착용하고 선호하는 브랜드를 조사한 결과(2007년 3월) 아동복 브랜드 보다는 주니어복 브랜드를 더 선호하며, 특히 비만아동의 경우 브랜드 선호 폭이 더욱 좁은 것으로 조사되었다.

Corresponding author; Ji-young Lim
Tel. +82-42-280-2462, Fax. +82-42-280-2460
E-mail: jiyong@dju.kr

비만이 발생하는 연령은 점차 낮아져 청소년과 어린이 비만의 문제가 심각하게 대두되고 있는데(Berkowitz & Stunkard, 2002) 비만이 이환율은 중고등학교 연령층보다는 초등학교 연령층에서 더 높은 증가를 보였다. 또한 비만 아동은 비만하기 때문에 다른 사람 앞에 나서기를 두려워하고(장유경 외, 2002) 비만이 아닌 아동에 비해 자신의 신체에 대해 열등감을 가지며 자아존중감이 낮은 것으로 나타났다(정운선 외, 2005). 비만아의 경우 의복 구매 및 착용에 있어서도 소극적이고 본인에게 잘 맞는 아동복을 찾기가 어려우므로 의복을 통한 또래집단에 소속되지 못함으로써 심리적으로도 위축되고 있다. 아동복 산업이 점차 확대되면서 아동복 구매 및 착용(이경순, 박문혜, 1983; 김의환, 1988; 박미애, 1991; 임성민, 2001)과 최적 사이즈에 관한 연구(김은경 외, 2002; 김인숙 외, 2002; 김난도 외, 2005)가 많이 진행되고 있으나 표준체형과 비만체형 아동을 대상으로 한 구매 및 착용실태와 치수적합성을 비교한 연구는 아직 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 학령후기 여아들을 표준체형과 비만체형으로 분류하여 이들 집단에 대한 아동복 구매 및 착용실태와 치수적합성을 비교 분석함으로써 표준체형뿐 아니라 표준체형에서 벗어난 out-size에 속하는 아동의 기성복 설계에 관한 기초자료를 제시하고자 한다. 또한 on-line과 off-line을 통해 성인을 대상으로한 Big size 의류 쇼핑몰이 생겨나고 있는 만큼 표준체형과 비만체형의 두 집단에 대한 아동복 구매 및 착용실태와 치수적합성 비교분석 연구는 소외되어 있는 학령후기 아동과 비만아동의 아동복 시장의 확대에도 의의가 있으리라 생각된다.

2. 연구방법 및 절차

2.1. 조사대상 및 기간

본 연구에서는 성별간의 차이가 뚜렷하게 나타나기 시작하는 초등학교 5~6학년의 학령후기 여아를 대상으로 비만체형과 표준체형 두 집단에 대한 아동복 구매 및 착용실태와 치수적합성을 비교분석하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사 대상지는 부산과 대구 및 경북과 경남에 거주하는 초등학교 5~6학년 여아와 어머니이며 설문지를 집으로 가져가서 어머니와 같이 토론하여 작성하게 하였다. 예비조사를 거쳐 설문지를 수정 보완하고 2006년 3월~12월까지 본 조사를 시행하였으며, 총 400부의 설문지를 배부하여 회수된 336부를 분석에 이용하였다.

2.2. 조사방법 및 내용

본 연구에서는 비만도 별로 집단을 나누기 위하여 초등학교를 방문하여 5~6학년 여아를 대상으로 체성분분석(body composition analysis)을 실시하였다. Avis 333를 사용하여 신장과 체중, 제지방량, 체지방량, 근육량, 체수분량 등 10개 항목을 분석하여 BMI, PBF 지수에 따라 9가지 유형으로 체형을 평가하였다. 체성분분석을 받은 여아들의 어머니에게 설문지를

배부하였으며, 설문내용은 조사대상자의 일반적 인적사항과, 아동복 구매와 착용실태, 아동복 착용시의 치수적합성과 아동복 치수 만족에 따른 수선실태 등에 관한 문항으로 구성하였다.

2.3. 자료분석

자료의 분석은 SPSS 11.0 program을 이용하여 구매 및 착용실태 각 항목에 대하여 빈도와 백분율을 구하고, 아동복 구매, 착용실태와 치수적합성에 대하여 체형별로 유의적인 차이가 있는가를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였으며, 체형별로 아동복 구매 만족도에 차이가 있는가를 알아보기 위하여 S-N-K 다중범위검정을 실시하였다.

3. 연구결과 및 고찰

3.1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 사항은 Table 1에 제시하였다. 연령별 분포율을 보면 36~40세가 72.6%, 41세 이상이 22%를 차지하였다. 월수입은 201~300만원(37.8%), 교육정도는 대졸(74.4%)이 가장 많은 것으로 나타났다. 자녀의 학년은 5학년이 181명(53.9%), 6학년이 155명으로 전체의 46.1%를 차지하였다. 체성분분석(body composition analysis)의 9가지의 체형평가 결과에서 비만과 표준체형의 아동만을 연구대상으로 선정하였으며, 그 결과 비만형은 90명(26.8%), 표준형은 246명(73.2%)으로 나타났다.

Table 1. 조사대상자의 일반적 특성

	변 인	빈도(명)	백분율(%)
연 령	31-35세 이하	18	5.4
	36-40세 이하	244	72.6
	41세 이상	74	22.0
	계	336	100.0
월수입	101~200만원	48	14.3
	201~300만원	127	37.8
	301~400만원	100	29.8
	401만원 이상	61	18.1
	계	336	100.0
교 육 정 도	고졸이하	47	14.0
	대 졸	250	74.4
	대학원졸	35	10.4
	기 타	4	1.2
계	336	100.0	
자녀의 학년	5학년	181	53.9
	6학년	155	46.1
	계	336	100.0
자녀의비만도	비만형	90	26.8
	표준형	246	73.2
	계	336	100.0

3.2. 아동복 구매실태 조사 결과

Table 2는 아동복 구매방법, 구매장소, 정보원, 구매시기 등의 구매실태가 체형에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 각 항목별로 교차분석을 실시한 결과이다.

구매방법의 경우 전체 응답자의 33.3%(112명)가 어머니가 구매한다고 응답하였으며, 25.3%(85명)는 부모님과 동행하여 부모님의 의견을 따른다고 응답하였다. 두 집단간 구매방법에 유

Table 2. 비만도에 따른 아동복 구매실태 빈도(%)

구매실태	체형			X ² -value	
	비만형	표준형	합계		
내가 직접	3(3.3)	16(6.5)	19(5.7)	13.655	
어머니	42(46.7)	70(28.5)	112(33.3)		
아버지	0(0.0)	32(13.0)	32(9.5)		
부모님과 동행하여 부모님의 의견대로	33(36.7)	52(21.1)	85(25.3)		
매 부모님과 동행하나 방내 의견대로	9(10.0)	26(10.6)	35(10.4)		
부모님과 동행하여 부모와 의논하여	3(3.3)	20(8.1)	23(6.8)		
형제자매와 동행	0(0.0)	12(4.9)	12(3.6)		
친구와 동행	0(0.0)	18(7.3)	18(5.4)		
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
백화점	18(20.0)	76(30.9)	94(28.0)		8.148
대형할인점	30(33.3)	90(36.6)	120(35.7)		
매 시장	24(26.7)	50(20.3)	74(22.1)		
장 아동복전문점	15(16.7)	10(4.1)	25(7.4)		
소 홈쇼핑 및 인터넷	3(3.3)	20(8.1)	23(6.8)		
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
가게에 진열된 옷	27(30.0)	52(21.1)	79(23.5)	33.493***	
부모의 의견	54(60.0)	48(19.5)	102(30.4)		
판매원	6(6.7)	56(22.8)	62(18.5)		
친구의 옷차림	3(3.3)	0(0.0)	3(0.9)		
광고물 모델	0(0.0)	24(9.8)	24(7.1)		
연예인의 옷차림	0(0.0)	60(24.4)	60(17.8)		
잡지, 신문	0(0.0)	6(2.4)	6(1.8)		
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
작아져서 못 입게 될 때	45(50.0)	48(19.5)	93(27.7)		20.532**
남아서 못 입게 될 때	15(16.7)	26(10.6)	41(12.2)		
명절이나 생일	30(33.3)	82(33.3)	112(33.3)		
구평상시에	0(0.0)	18(7.3)	18(5.4)		
친구가 예쁜 옷을 입고 있는 것을 볼 때	0(0.0)	46(18.7)	46(13.7)		
길거리나 TV에서 유행하는 옷을 보았을 때	0(0.0)	26(10.6)	26(7.7)		
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		

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

의적인 차이는 나타나지 않았으나 표준형의 경우 형제자매(4.9%) 및 친구(7.3%)와 동행하는 경우가 있는 반면 비만형은 부모 이외의 동행자는 없는 것으로 나타나 또래에게 비만함을 감추고 싶어하고 구매활동에도 소극적임을 알 수 있다. 구매장소는 비만형의 경우 대형할인점(33.3%), 시장(26.7%), 백화점(20.0%), 아동복전문점(16.7%)의 순으로 선호하고, 표준형은 대형할인점(36.6%), 백화점(30.9%), 시장(20.3%), 홈쇼핑 및 인터넷(8.1%)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 따라서 비만형은 비싸거나 디자인적 요소가 많은 의복을 구매할 수 있는 장소보다 편하고 저렴한 의복을 구매할 수 있는 장소를 선호하는 것을 알 수 있으며 on-line 상점은 입어볼 수 없는 단점으로 두 집단에서의 선호도는 모두 낮은 것으로 나타났다. 정보원의 경우 두 집단간 뚜렷한 차이를 보였다. 비만형의 경우 부모의 의견(60.0%), 가게에 진열된 옷(30.0%), 판매원(6.7%), 친구의 옷차림(3.3%)의 순으로 조사되었고, 표준형은 연예인의 옷차림(24.4%)에서 가장 많은 정보를 얻는 것으로 나타났다. 또한 표준형은 비만형과는 달리 광고물 모델이나 신문잡지에서도 정보를 얻는 것으로 나타났는데 이는 표준형의 모델만 제시한 아동복 판매로 비만아동들은 심리적으로 더욱 위축될 수 있는 결과를 초래할 수 도 있음을 알 수 있다. 삼성디자인넷 리포트(2004년3월5일)는 아동 소비자 집단의 구매 영향력은 기존의 어머니 영향력에서 친구와 마케팅(광고)의 영향력이 점차 중요해지고 있다고 보고하였지만 본 연구 결과 비만 아동들의 구매 영향력은 여전히 어머니의 영향이 큰 것으로 나타났다. 구매시기 역시 두 집단간에 유의적인 차이를 보였는데, 비만형의 경우는 친구가 이쁜 옷을 입고 있거나 길거리나 TV에서 유행하는 옷을 보아도 자신의 치수에 맞는 옷을 찾기가 쉽지 않으

Table 3. 아동복 구매시 고려요인 빈도(%)

요인	체형	
	비만형	표준형
디자인	13(14.5)	59(24.0)
색상	10(11.1)	16(6.5)
치수	19(21.1)	9(3.7)
가격	19(21.1)	1(0.4)
소재	1(1.1)	-
상표	6(6.7)	34(13.8)
유행	9(10.0)	97(39.4)
무늬	-	5(2.1)
바느질 정도	-	-
관리 및 세탁	-	-
착용시 편안함	8(8.9)	-
착탈 용이	4(4.4)	-
다른 옷과의 조화	-	3(1.2)
친구에게 과시	1(1.1)	22(8.9)
어른스러움	-	-
합 계	90(100.0)	246(100.0)

Table 4. 체형별 아동복 구매 만족도

요인	체형	비만형	표준형	t-value
디자인		3.11	3.24	1.212
색상		3.10	3.29	1.902
치수		2.94	3.45	4.564***
가격		2.87	3.36	2.764**
소재		3.08	3.11	0.295
상표		3.05	3.17	-0.931
유행		2.46	2.71	3.153**
무늬		3.03	3.26	2.374**
바느질 정도		3.28	3.17	-1.149
관리 및 세탁		3.07	3.20	1.186
착용시 편안함		3.29	3.28	-0.069
착탈 용이		3.27	3.20	-0.707
다른 옷과의 조화		3.10	3.15	0.509
친구에게 과시		2.65	3.26	8.896***
어른스러움		3.04	3.18	-1.198

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

로 구매하지 못하는 것으로 나타났다.

Table 3은 아동복 구매시 중요하게 생각하는 요인에 대해 빈도분석을 실시한 결과이다. 비만형은 의복 구매시 치수와 가격(21.1%), 디자인(14.5%), 색상(11.1%)의 순, 표준형은 유행

(39.4%), 디자인(24.0%), 상표(13.8%)의 순으로 중요하다고 응답하여 표준형이 유행이나 상표에 더 민감하고 비만형과는 달리 친구에게 과시할 수 있는 의복도 구매시 중요하게 고려하는 요인으로 꼽았다.

Table 4는 체형별로 아동복 구매만족에 차이가 있는가를 알아보기 위하여 중요요인 각 문항에 대해 5점 척도로 만족도를 조사하고 t-test를 실시하여 집단별 차이를 검정한 결과이다. 바느질 정도, 착용시 편안함, 착탈용이 항목에서 비만형의 평균점수가 높았으나 두 체형간에 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 치수만족도와 친구에게 과시할 수 있음에 대한 만족도, 가격, 유행, 무늬만족도는 두 집단간에 유의적인 차이를 나타냈다. 비만형의 경우 치수만족도 및 유행만족도, 친구에게 과시정도의 평균점수는 유의적으로 낮으나 착용시 편안하고, 착탈은 용이하다고 응답하여 본인의 신체 치수에 넉넉하지만 유행에 맞지 않는 의복을 구매함으로써 기능적으로는 편안하나 심미적으로 만족하지 않고 동조집단에 소속되지 못함으로써 심리적으로도 위축되고 있음을 알 수 있다.

3.3. 의복치수 인지 및 치수 선택 방법 조사 결과

Table 5는 아동복 구매 시 의복치수 인지 및 치수 선택 방법에 대해 체형별로 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시한 결과이다.

아동복 치수 인지정도에 대해 비만형의 경우 표준형보다 더

Table 5. 아동복 치수 인지 및 의복치수 선택 기준

사이즈인지	체형	비만형	표준형	합 계	X ² -value
의복 치수 인지	안 다	72(80.0)	118(48.0)	190(56.5)	9.971**
	모른다	18(20.0)	128(52.0)	146(43.6)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
의복 치수 혼란	겪은 적 있다	63(70.0)	144(48.0)	207(60.8)	1.330
	겪은 적 없다	27(30.0)	102(41.5)	129(39.2)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
의복 치수선택 방법	집에 있는 치수와 같은 것	0(0.0)	64(26.0)	64(19.1)	19.665***
	판매원이 추천하는 것	0(0.0)	40(16.3)	40(11.9)	
	여러 치수의 옷을 직접 입어보고	45(50.0)	80(32.5)	125(37.2)	
	부모님이 선택한 옷을 입어보고	45(50.0)	62(25.2)	107(31.8)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
호칭 선택 방법	꼭 맞는 것	9(10.0)	126(51.2)	135(40.2)	22.585***
	한 치수 큰 것	57(63.3)	104(42.3)	161(47.9)	
	두 치수 큰 것	24(26.7)	16(6.5)	40(11.9)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
판매원의 의복 치수 인지	의복치수에 대해 상세히 알고 설명을 잘 한다.	0(0.0)	12(4.9)	12(3.6)	8.824*
	보통이다.	69(76.7)	116(47.2)	185(55.1)	
	의복치수에 대해 잘 알지 못하는 것 같다.	21(23.3)	118(48.0)	139(41.3)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	

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

잘 인지하고 있는 것으로 나타났으며, 아동복 구매시 브랜드별로 호칭표기 방법이 달라서 치수혼란을 겪은 적이 있는가를 묻는 문항에서는 전체 응답자의 60.8%(207명)가 치수 혼란을 겪은 적이 있다고 응답하여 브랜드별로 통일된 호칭표기 방법이 요구되고 있음을 알 수 있다. 아동복 구매시 의복치수 선택 방법은 두 집단간에 뚜렷한 차이를 나타내었다. 비만형의 경우 여러 치수의 옷을 직접 입어보거나(50.0%), 부모님이 선택한 옷을 입어보고(50.0%) 의복을 선택하였으나, 표준형은 직접 입어보는 방법 외에도 집에 있는 옷과 같은 치수를 선택하는 경우도 전체의 26%를 차지하는 것으로 나타났다. 비만형의 경우 집에 있는 치수와 같은 것을 구매한다고 응답한 응답자는 없었는데 on-line에서 아동복 big-size mall의 활성화를 위해서도 out-size 의복에 대한 정확한 호칭표기가 시급한 과제임을 알 수 있었다. 판매원이 추천하는 것을 입어보고 의복을 선택한다고 응답한 경우는 가장 낮은 분포(11.9%)를 보였고, 판매원이 의복치수에 대해 상세히 알고 설명을 한다고 응답한 경우도 전체의 3.6%에 불과해 의복치수 체계에 대한 판매자의 교육도 소비자의 올바른 의복 선택을 위해 필요한 과제가 될 것이다. 의복의 호칭선택 방법에 대해 비만형은 한 치수 큰 것>두 치수 큰 것>꼭 맞는 것의 순으로 선택하였으며, 표준형은 꼭 맞는 것>한 치수 큰 것>두 치수 큰 것의 순으로 호칭을 선택하는 것으로 나타나 체형별로 유의적인 차이를 보였다. 학령전기 아동을 대상으로 한 선행연구(김인숙 외, 2002) 결과에서 성장기 아동은 몸에 맞는 의복을 구입하기 보다는 성장을 고려하여 한 치수 혹은 두 치수 큰 것을 구입하는 경향이 있었으나, 본 연구의 학령후기 아동은 체형별로 호칭선택 방법에 차이를 보여 표준형은 큰 치수 보다 몸에 잘 맞는 의복을 구입하는 것을 알 수 있다. 키, 몸무게와 들레항목에 대한 신체치수 인지 정도에 대해서 모든 부위에서 비만형이 더 잘 인지하는 것으로 나타났다. 들레항목의 경우 가슴들레나 허리들레보다 엉덩이들레에 대한 인지정도가 더 낮았는데 이는 아동복 하의 구매시 허리들레를 기준으로 하의를 선택하여 치수적합성을 확인하기 때문이라 생각된다.

3.4. 아동복 착용시 부위별 치수적합성 조사 결과

Table 6~Table 7은 아동복 착용시 부위별 치수적합성에 체형별로 차이가 있는가를 알아보기 위하여 5점 척도로 만족도를 조사하고 교차분석을 실시한 결과이다.

Table 6은 상의류에 대한 맞춤새 조사 결과 모든 부위에서 체형별로 맞춤새에 유의적인 차이를 보였다. 표준형의 경우 ‘잘맞다’라고 응답한 응답자가 모든 부위에서 50%를 넘는 것으로 나타났으나, 비만형은 소매길이와 상의길이의 길이부위에서 ‘크다’ 혹은 ‘매우크다’라고 응답한 응답자가 50% 이상을 차지하여 선행연구(김인숙 외, 2002) 결과에서와 같이 비만 체형인 경우 들레를 기준으로 의복을 구입하는 것을 확인 할 수 있다. 또한 어깨와 목, 가슴, 진동부위는 ‘작다’라고 응답한 응답자가 많았으며, 특히 목부위는 전체 응답자의 26.7%(24명)가 ‘매우

Table 6. 상의 부위별 치수적합성 빈도(%)

체형 부위	비만형	표준형	합 계	X ² -value	
소매 길이	매우작다	0(0.0)	6(2.5)	6(1.8)	47.973***
	작 다	6(6.7)	68(27.6)	74(22.0)	
	잘 맞 다	24(26.7)	144(58.5)	168(50.0)	
	크 다	48(53.3)	28(11.4)	76(22.6)	
	매우크다	12(13.3)	0(0.0)	12(3.6)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
상의 길이	매우작다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	55.260***
	작 다	0(0.0)	14(5.7)	14(4.2)	
	잘 맞 다	21(23.3)	202(82.1)	223(66.4)	
	크 다	57(63.3)	28(11.4)	85(25.3)	
	매우크다	12(13.4)	2(0.8)	14(4.1)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
어깨 부위	매우작다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	15.539***
	작 다	33(36.7)	19(7.7)	52(15.5)	
	잘 맞 다	24(26.7)	188(76.4)	212(63.1)	
	크 다	28(31.1)	36(14.7)	64(19.0)	
	매우크다	5(5.5)	3(1.2)	8(2.4)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
목 부위	매우작다	24(26.7)	0(0.0)	24(7.1)	83.404***
	작 다	57(63.3)	28(11.4)	85(25.3)	
	잘 맞 다	9(10.0)	194(78.9)	203(60.5)	
	크 다	0(0.0)	24(9.7)	24(7.1)	
	매우크다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
가슴 부위	매우작다	9(10.0)	6(2.4)	15(4.5)	39.547***
	작 다	42(46.7)	16(6.5)	58(17.3)	
	잘 맞 다	39(43.3)	172(69.9)	211(62.8)	
	크 다	0(0.0)	44(17.9)	44(13.0)	
	매우크다	0(0.0)	8(3.3)	8(2.4)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		
진동 부위	매우작다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	6.377*
	작 다	18(20.0)	14(5.7)	32(9.5)	
	잘 맞 다	63(70.0)	200(81.3)	263(78.3)	
	크 다	9(10.0)	32(13.0)	41(12.2)	
	매우크다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)		

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

작다’, 63.3%(57명)가 ‘작다’고 응답하여 비만체형의 목부위 형상을 고려하여 의복 설계시 주의를 기울여야 함을 알 수 있다.

Table 7은 하의류에 대한 맞춤새 조사 결과로 하의길이를 제외한 모든 부위에서 체형별로 유의적인 차이를 보였다. 표준형의 경우 허리부위는 잘맞거나 ‘크다’라고 응답한 반면 비만형의 허리부위는 대체로 큰 것으로 나타났다. 엉덩이부위와 아랫

Table 7. 하의 부위별 치수적합성 빈도(%)

부위	체형			합 계	X ² -value
	비만형	표준형	빈도(%)		
허리 부위	매우작다	0(0.0)	2(0.8)	2(0.6)	37.216***
	작 다	0(0.0)	6(2.4)	6(1.8)	
	잘맞는다	21(23.3)	120(48.8)	141(42.0)	
	크 다	69(76.7)	118(48.0)	187(55.7)	
	매우크다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
엉덩이 부위	매우작다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	8.943**
	작 다	30(33.3)	18(7.3)	48(14.3)	
	잘맞는다	60(66.7)	120(48.8)	180(53.6)	
	크 다	0(0.0)	108(43.9)	108(32.1)	
	매우크다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
아랫배 부위	매우작다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	38.171***
	작 다	33(36.7)	8(3.3)	41(12.2)	
	잘맞는다	54(60.3)	134(54.5)	188(56.0)	
	크 다	3(3.3)	94(38.2)	97(28.9)	
	매우크다	0(0.0)	10(4.0)	10(2.9)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
밀위 부위	매우작다	0(0.0)	2(0.8)	0(0.6)	26.836***
	작 다	39(43.3)	26(10.6)	65(19.3)	
	잘맞는다	51(56.7)	126(51.2)	177(52.7)	
	크 다	0(0.0)	74(30.1)	74(22.0)	
	매우크다	0(0.0)	18(7.3)	18(5.4)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
하의 길이	매우작다	0(0.0)	8(3.3)	8(2.4)	9.012
	작 다	0(0.0)	6(2.4)	6(1.8)	
	잘맞는다	27(30.0)	38(15.4)	65(19.3)	
	크 다	63(70.0)	158(64.2)	221(65.8)	
	매우크다	0(0.0)	36(14.7)	36(10.7)	
	합 계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	

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

배부위, 밀위부위를 보면 비만형은 잘 맞거나 작으며 표준형은 잘 맞거나 큰 것으로 조사되었다. 비만형의 경우는 표준형의 아동보다 의복 구입시 자신에게 꼭 맞는 의복보다 한 치수 크거나 두 치수 큰 옷을 구입하는 경우가 더 많음에도 불구하고 맞음새에 대해서는 오히려 '작다'고 응답하여 비만형은 체형에 맞는 옷을 찾기가 어렵고 몸에 맞는 옷을 구입하더라도 비만인 체형 특성으로 착용하고 있는 의복이 작은 것으로 맞음새를 인식한다고 생각된다.

3.5. 이동복 수선부위 조사 결과

Table 8은 이동복 구매후 수선부위에 대해 체형별로 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시한 결과이다. 소매

Table 8. 이동복 수선정도 빈도(%)

수선부위	체형			합 계	X ² -value
	비만형	표준형	빈도(%)		
소매 길이	있다	24(26.7)	40(16.3)	64(19.0)	1.747
	없다	66(73.3)	206(83.7)	272(81.0)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
상의 길이	있다	28(31.1)	4(1.6)	32(9.5)	1.197
	없다	62(68.9)	242(98.4)	304(90.5)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
허리 둘레	있다	12(13.3)	100(40.7)	112(33.3)	7.881**
	없다	78(86.7)	146(59.3)	224(66.7)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
엉덩이 둘레	있다	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0.153
	없다	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
바지 길이	있다	87(96.7)	186(75.6)	273(81.2)	6.619*
	없다	3(3.3)	60(24.4)	63(18.8)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
바지 부리	있다	36(40.0)	14(5.7)	50(14.9)	26.102***
	없다	54(60.0)	232(94.3)	286(85.1)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	
스커트 길이	있다	48(53.3)	76(30.9)	124(36.9)	12.786***
	없다	42(46.7)	170(69.1)	212(63.1)	
	합계	90(100.0)	246(100.0)	336(100.0)	

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

길이, 상의길이, 바지길이, 스커트길이 등의 길이항목의 수선정도를 보면 비만형의 경우 표준형보다 더 많이 수선한다고 응답하였으며, 특히 비만형의 바지길이 수선비율은 전체의 96.7%로 응답자의 대부분이 수선을 한다고 응답하였다. 허리둘레는 표준형의 수선비율이 더 높았으며 비만형은 응답자의 13.3%만이 수선을 한다고 응답하였다. 엉덩이둘레는 두 체형 모두 수선한 적이 없는 것으로 나타났으며 바지부리의 수선비율도 비만형이 높게 나타났다. 하의 그레이딩의 경우 허리둘레와 엉덩이둘레를 기준치수로 활용하므로 허리와 엉덩이둘레의 치수가 커지면 다른 부위의 치수도 증가하는 방향으로 그레이딩 된다. 따라서 비만아동의 경우 자신의 허리둘레와 엉덩이둘레의 치수에 맞는 바지를 선택하게 되므로 바지길이나 바지부리의 수선비율이 높은 것으로 판단할 수 있다.

4. 결론 및 제언

본 연구에서는 학령후기 여학생들을 비만형과 표준형으로 분류하여 이들 집단에 대한 이동복 구매 및 착용실태와 이동복 치수적합성을 비교 분석함으로써 표준체형뿐 아니라 표준체형에서 벗어난 out-size에 속하는 아동의 이동복 설계에 관한 기초자료를 제시하고자 하는데 연구의 목적이 있는 것으로 본 연

구의 결론은 다음과 같다.

1. 아동복 구매실태 조사 결과 두 집단간 구매방법에 유의적인 차이는 나타나지 않았으나 표준형의 경우 형제자매 및 친구와 동행하기도 하는 반면 비만형은 부모 이외의 동행자는 없는 것으로 나타나 또래에게 비만을 감추고 싶어하고 구매활동에도 소극적임을 알 수 있다. 구매장소로 비만형은 비싸거나 디자인적 요소가 많은 의복을 구매할 수 있는 장소보다 편하고 저렴한 의복을 구매할 수 있는 장소를 선호하는 것을 알 수 있었다. 정보원으로 비만형은 부모의 의견, 가게에 진열된 옷, 판매원 권유 등의 순으로 조사되었고, 표준형은 연예인의 옷차림에서 가장 많은 정보를 얻는 것으로 나타났다. 또한 표준형은 비만형과는 달리 광고물 모델이나 신문잡지에서도 정보를 얻는 것으로 나타났는데 이는 표준형의 모델만 제시한 아동복 판매로 비만아동들은 심리적으로 더욱 위축될 수 있는 결과를 초래할 수 있음을 알 수 있다.

2. 아동복 구매시 중요하게 생각하는 요인으로 비만형은 치수와 가격, 디자인, 색상의 순으로 중요하다고 응답하였고, 표준형은 유행, 디자인, 상표의 순으로 중요하다고 응답하여 표준형이 유행이나 상표에 더 민감하고 비만형과는 달리 친구에게 과시할 수 있는 의복도 구매시 중요한 요인으로 꼽았다.

3. 아동복 구매만족에 대한 차이 조사 결과 비만형은 치수만족도 및 유행만족도, 친구에게 과시정도의 평균점수는 유의적으로 낮으나 착용시 편안하고, 착탈은 용이하다고 응답하여 본인의 신체 치수에 넉넉하지만 유행에 맞지 않는 의복을 구매함으로써 기능적으로는 편안하나 심미적으로 만족하지 않고 동조 집단에 소속되지 못함으로써 심리적으로도 위축되고 있음을 알 수 있다.

4. 아동복 치수 인지정도에 대해 비만형의 경우 표준형보다 더 잘 인지하고 있는 것으로 나타났으며, 의복치수 선택 방법으로 비만형은 여러 치수의 옷을 직접 입어보거나, 부모님이 선택한 옷을 입어보고 의복을 선택하였으나, 표준형은 직접 입어보는 방법 외에도 집에 있는 옷과 같은 치수를 선택하는 것으로 나타났다. 비만형의 경우 집에 있는 치수와 같은 것을 구매한다고 응답한 응답자는 없었는데 on-line에서 아동복 big-size mall의 활성화를 위해서도 out-size 의복에 대한 정확한 호칭표기가 시급한 과제임을 알 수 있었다. 판매원이 의복치수에 대해 상세히 알고 설명을 한다고 응답한 경우도 전체의 3.6%에 불과해 의복치수 체계에 대한 판매자의 교육도 소비자의 올바른 의복 선택을 위해 필요한 과제가 될 것이다. 의복의 호칭선택 방법에 대해 비만형은 한 치수 큰 것>두 치수 큰 것>꼭 맞는 것의 순으로 선택하였으며, 표준형은 꼭 맞는 것>한 치수 큰 것>두 치수 큰 것의 순으로 호칭을 선택하는 것으로 나타나 체형별로 유의적인 차이를 보였다.

5. 아동복 착용시 상의류에 대한 맞춤새 조사 결과 표준형의 응답자의 50% 이상이 '잘맞다'라고 응답하였으나, 비만형은 소매길이나 상의길이의 길이부위에서 '크다' 혹은 '매우크다'라고 응답한 응답자가 50% 이상을 차지하였다. 비만형의 목부위는

전체 응답자의 90% 이상이 '매우작다' 혹은 '작다'고 응답하여 비만체형의 목부위 형상을 고려하여 의복 설계시 주의를 기울여야 함을 알 수 있었다. 하의류는 표준형의 경우 허리부위는 잘 맞거나 '크다'라고 응답한 반면 비만형의 허리부위는 대체로 큰 것으로 나타났고 엉덩이와 아랫배부위, 밑위부위는 비만형은 잘 맞거나 작고 표준형은 잘 맞거나 큰 것으로 조사되었다.

6. 아동복 수선부위 조사 결과 길이항목은 표준형보다 비만형의 경우 더 많이 수선한다고 응답하였으며 특히 비만형의 바지길이 수선비율은 전체의 96.7%로 응답자의 대부분이 수선을 한다고 응답하였다. 허리둘레는 표준형의 수선비율이 더 높았고 엉덩이둘레는 두 체형 모두 수선경험이 없는 것으로 나타났으며 바지부리의 수선비율도 비만형이 높게 나타났다.

학령후기 아동들은 아동복을 입기에는 체격이 크고 특히 비만의 경우 체격편차는 더욱 커지게 되므로 아동복 구매와 착용에 있어서 성인과는 다른 구매 및 착용행태를 나타내고 있음을 알 수 있었다. 서구화된 식생활과 활동량의 감소로 아동의 비만이 증가하고 있는 실정을 고려할 때 비만개선 프로그램의 개발과 함께 다양한 체형 특성에 대응하는 최적의 사이즈 시스템 개발은 중요한 과제가 될 것이며, 표준체형과 비만체형의 두 집단에 대한 아동복 구매 및 착용실태와 치수적합성에 대한 조사 결과는 소외되어 있는 학령후기 아동과 비만아동의 신체적, 심리적 만족을 높일 수 있는 아동복 시장의 확대에도 의의가 있으리라 생각된다.

참고문헌

강혜원, 김혜경. (1983). *어린이의 의복*, 아동학 전서 3. 서울: 연세대학교 출판부, p. 58.

김난도, 이상열, 김선영, 남윤자. (2005). 기성복의 최적 사이즈 시스템 개발을 위한 연구-학령기 여아를 중심으로-. *한국의류학회지*, 29(8), 1102-1113.

김은경, 최혜선, 강여선. (2002). 트윈세대 아동복의 치수적합성에 관한 연구-초등학교 5,6학년, 중학교 1,2학년을 중심으로-. *한국의류학회지*, 26(5), 691-701.

김인숙, 석혜정, 방은영, 김유미, 성은주, 김덕하, 이은진. (2002). 아동복 치수 인지도와 맞 음새 조사, *대한가정학회지*, 40(12), 119-129.

김의환. (1988). *아파트지역 주부의 아동복 구매행동에 관한 연구-유명상품 구매 및 구매 장소 선정을 중심으로*, 동국대학교 대학원 석사학위논문.

김찬주, 김용주. (2006). 트윈세대의 외모와 스타일에 대한 인식, *한국의류학회지*, 30(6), 928-938.

국내 유아동복 시장동향, 2002년 10월27일, <http://www.samsung-design.net>, 삼성디자인넷 리포트 비만, 2007년 9월 10일.

국내 유아동복 시장동향, 2004년 3월 5일, <http://www.samsung-design.net>, 삼성디자인넷 리포트, 2007년 9월 10일.

산업자원부 기술표준원, Size Korea 2005, <http://www.sizekorea.co.kr>, 2007년 12월 20일.

산업자원부 기술표준원. (1999). *의류치수와 관련된 KS 규격, KS K 0051*, pp. 120-122.

박미애. (1991). *아동복 광고가 구매행위에 미치는 영향에 관한 연구*,

- 숙명여자대학교대학원 석사학위논문.
- 이경순, 박문혜. (1983). 어머니들의 아동복 구입현황과 관심에 관한 연구-학령기 아동을 중심으로, *대한가정학회지*, 21(1), 1-9.
- 이미숙. (1985). *아동복의 선호디자인 특성 및 성격과의 상관관계*, 이화여자대학교대학원 석사학위논문.
- 임성민. (2001). 초등학교 고학년 아동과 어머니의 아동복 구매의사 결정. *복식문화연구*, 9(4), 562-573.
- 장유경, 이세라, 이석화. (2002). 비만 아동과 관련된 환경적, 심리적 요인 분석, *대한가정학회지*, 40(3), 155-164.
- 정운선, 이혜상, 박응임. (2005). 초등학교 비만아동의 생활습관 변화와 자아존중감 향상을 통한 비만개선 프로그램의 시행 효과, *대한가정학회지*, 43(12), 125-134.
- Berkowitz, R. I., & Stunkard, A. J. (2002). Development of child obesity. In T. A. Wadden & A.J. Stunkard(Eds.), *Handbook of obesity treatment*(pp.515-531). New York: The Guilford Press
- (2008년 2월 4일 접수/ 2008년 3월 11일 1차 수정 /2009년 3월 5일 게재확정)
-