

## 관광문화상품 티셔츠의 치수체계 조사 및 치수표기법 제안

이현화\* · 남윤자\*\*† · 최영림\*

서울대학교 의류학과\*, 서울대학교 의류학과/서울대학교 생활과학연구소\*\*†

### A study on the development of global standardized size for souvenir T-shirts

Hyunhwa Lee\*, Yun Ja Nam\*\*†, and Young Lim Choi\*

Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University, Seoul, Korea\*

Dept. of lothing & Textiles, Seoul National University, Seoul, Korea/Research Institute of Human Ecology, Seoul National University, Seoul, Korea\*\*†

**Abstract** : Customers purchasing souvenir T-shirts in famous tourist sites in Korea are mainly foreigners. Nevertheless, these T-shirts are manufactured according to Koreans' body shapes or manufacturers' own size systems. Moreover, sizes are labelled only by domestic norms. The purpose of this study is to suggest global standardized sizes for T-shirts, which will provide more precise size information for customers. For this, sizing standards including KS, ASTM, JIS, and EN were surveyed and were compared. And souvenir T-shirts were collected in the tourist resort and the sizing systems and labels were analysed from them. Finally, we proposed a sizing system and labelling as an international standard for souvenir T-shirts.

**Key words** : T-shirts, souvenir, sizing standards, labelling, global size

## 1. 서 론

최근 문화계의 한류열풍과 정부의 관광산업 진흥정책에 의하여 한국을 방문하는 외국 관광객의 수가 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 이에 따라 외국 관광객들에서 한국의 문화와 이미지를 전달할 수 있는 관광문화상품의 중요성도 함께 증가하고 있다. 한국관광공사(2008)에 따르면 2007년 한 해 동안 외국 관광객의 방한 중 활동에서 쇼핑(65.5%)이 가장 높은 비율을 차지하였으며, 쇼핑 품목 중에서도 의류제품(26.7%)로 식료품(38.1%)에 이어 두 번째로 높게 나타났다. 특히 일본 관광객의 상품 구매 경향은 패션 문화 상품, 음식류, 민속 공예품 순으로 높게 나타나 패션관련 상품의 구입률이 큰 비중을 차지하였다(이진화, 2006). 외국인 관광객의 의류상품 구매품목 중에서 가장 높은 구매 빈도를 나타낸 품목은 티셔츠류로 나타났다(서철현, 조지현, 2002; 김희영, 안대회, 2001). 티셔츠는 국내외를 불문하고 관광지에서 가장 손쉽게 접할 수 있고, 다른 의류아이템에 비해 가격이 저렴하며 착용하기 간편하여 외국인 관광객들이 부담 없이 구매하는 대표적인 아이템이다. 또한 한국의류산업협회(2005)에 따르면 최근 세계적인 트렌드인 스포티즘과 캐주얼의 영향으로 소비가 증가되고 있는 니트웨어 제

품 중에서 티셔츠는 가장 높은 점유율을 나타내었다. 따라서 티셔츠 제품을 한국적 특성을 반영한 관광문화상품으로 개발함으로써 국가 경쟁력을 갖춘 문화상품 개발의 활성화를 기대할 수 있을 것이다.

한국적 이미지를 살린 디자인의 의류제품 개발에 관한 연구들(이진화, 2006; 박승희, 2005; 최경희, 김민자, 2003; 오현정, 오선희, 2004; 김민자, 박주희, 2002)이 이루어지고 있고, 티셔츠를 통한 문화상품 개발 또한 수행되고 있지만, 대부분의 패션문화상품 관련 연구들은 디자인 개발, 즉 미적성능에 집중되어 수행되고 있고 상대적으로 사이즈나 맞춤새 등의 치수적합성에 관한 연구는 미약한 상태이다. 김희영, 안대회(2001)의 연구에 따르면 외국인 관광객의 의류상품 구매시 구매만족도와 재구매의도에 가장 많은 영향을 미치는 것은 실용적 요인, 심미적 요인, 상징·표현적 요인의 순으로 나타나 관광문화상품으로서의 티셔츠 제품의 실용적 측면을 개선할 필요가 있는 것으로 나타났다.

국내의 유명 관광지에서 판매되는 관광문화상품용 티셔츠는 주요 구매고객이 외국 관광객임에도 불구하고 대부분의 티셔츠 치수규격은 KS 규격에 의하여 표기하거나 의류생산업체의 자율적인 치수 규격을 따르고 있으며, 사이즈표기 방식도 국제적인 표준과 거리가 있다. 또한 국내의 사이즈 규격에서 남녀 구분하여 티셔츠 치수규격을 제안하고 있는데 반하여 관광지에서 판매되는 대부분의 티셔츠가 단일 사이즈로 표기하여 판매되고 있는 실정이다. 이러한 사이즈 표기의 문제는 외국 관광객이 적

Corresponding author: Yun Ja Nam  
Tel. +82-2-880-6844, Fax. +82-2-875-8359  
E-mail: yunja@snu.ac.kr

합한 사이즈의 상품을 선택하는데 어려움이 유발하므로 국제적으로 통용될 수 있는 티셔츠 제품의 치수기준과 라벨이 필요하다. 글로벌화의 가속화 속에서 방한 외국인의 증가뿐 아니라 관광수익에서 문화상품이 차지하는 비중을 고려해볼 때, 소비자의 기대에 부응할 수 있는 치수규격에 대한 개선 없이는 국가 경쟁력을 갖춘 문화상품 개발의 활성화를 기대할 수 없을 것이다.

따라서 본 연구에서는 티셔츠 제품에 대한 국가별 사이즈 규격과 국내외에서 판매되고 있는 관광문화상품 티셔츠의 치수표기법을 조사하여 치수표기현황을 고찰하고자 한다. 이를 통하여 관광문화상품용 티셔츠의 생산기획에 있어서 적합한 사이즈 설정과 치수표기법의 개선책을 제안하고자 한다.

## 2. 연구방법

### 2.1. 국가별 치수 규격 조사

국제적으로 상호교환 가능한 관광문화상품용 티셔츠의 표준 치수규격을 제시하기 위하여 국가별 티셔츠 관련 치수규격을 조사하였다. 한국의 Korean Industrial Standards(KS), 미국의 American Society for Testing and Material(ASTM), 일본의 Japanese Industrial Standard(JIS), 유럽의 European Standards(EN)의 자료를 조사하였으며 이를 바탕으로 각 국가의 공통 치수 규격의 분포를 선정하였다. 중국은 1997년 국가 기술감독국에서 발표한 GB(Guojio Biaozhun) 1335 치수규격 이후, 국가 인체조사가 이루어지지 않았고 새롭게 재정의된 치수 규격이 존재하지 않아 표준치수를 제시하기에는 시대적 격차가 크다고 판단되었으므로 본 연구의 표준치수 개발에 중국의 치수 규격은 제외시켰다.

### 2.2. 관광문화상품용 티셔츠 수집

티셔츠 치수규격 조사를 위하여 Fig. 1과 같이 피트성이 없는 T자형 디자인으로 라운드 넥라인, 반소매, 면소재로 생산



Fig. 1. 티셔츠 구입



Fig. 2. 티셔츠 치수라벨

된 제품을 연구대상으로 하였다. 이들 티셔츠는 주로 가슴과 등 부분에 판매 지역의 특성이 언어적, 시각적 형태로 프린트되어 관광문화상품용으로 인지되며 남녀공용으로 판매되는 제품으로 한정하였다.

관광문화상품용 티셔츠는 2006년 11월부터 2007년 10월에 걸쳐서 한국, 미국, 일본, 중국의 유명 관광지 소매점과 공항 면세점 등에서 판매되고 있는 제품을 수집하였으며 각 제품별 모든 생산 사이즈를 구입하였다. 본 연구에 사용된 티셔츠는 한국 16종, 미국 5종, 일본 3종, 중국 3종으로 총 120점이다.

### 2.3. 관광문화상품용 티셔츠 치수규격 조사

국내의 티셔츠의 치수규격을 비교하기 위하여 수집한 티셔츠의 라벨(Fig. 2)에 표기된 치수표기방법을 분석하였다. 치수 표기방법은 S, M, L 등의 문자로 나타내는 문자표기법, 가슴 둘레 범위를 숫자로 표기하는 가슴둘레표기법, 키와 가슴둘레 범위를 숫자로 표기하는 키가슴둘레표기법으로 세분화하였다.

## 3. 결과 및 분석

### 3.1. 국가치수규격 조사

외국의 티셔츠 치수규격의 현황을 알아보기 위해 한국의 KS, 미국의 ASTM, 일본의 JIS, 유럽의 EN 규격 중에서 티셔츠에 관련된 항목을 조사하였다.

#### 3.1.1. 한국의 치수 규격

한국산업규격에서 규정하고 있는 티셔츠에 관한 규격으로는 1988년에 제정되고 2004년에 개정된 KS K 0050 성인남성복과 KS K 0051 성인여성복이 있는데, 그 내용은 다음과 같다.

KS(한국표준협회, 2004a, 2004b) 규격은 크게 피트성이 필요한 경우와 필요하지 않은 경우로 구분되는데 피트성이 필요하지 않은 경우란 신체 치수에 대한 의류 치수 적합성이 그다지 강조되지 않는 의류, 즉 비교적 넓은 범위의 신체 치수가 착용

**Table 1.** KS 규격의 피트성이 필요하지 않을 경우의 신체 치수 (단위: cm)

	기본 신체 부위	신체 치수
남자	가슴둘레	...75,80,85,90,95,100,105,110,115,120...
	허리둘레	...60,65,70,80,85,90,95,100,105,110...
	엉덩이둘레	...75,80,85,90,95,100,105,110,115...
	키	...160,165,170,175,180,185,190...
여자	가슴둘레	...75,80,85,90,95,100,105...
	허리둘레	...60,65,70,80,85,90,95...
	엉덩이둘레	...85,90,95,100,105...
	키	...145,150,155,160,165,170...

**Table 2.** KS 규격의 범위표기법 치수 - 상의용 : 가슴 둘레 호칭

남성		여성	
호 칭	가슴둘레	호 칭	가슴둘레
		S	72~82
M	85~93	M	82~89
L	93~101	L	89~98
XL	101~108	XL	98~109

할 수 있는 의류로써 티셔츠는 이 경우에 해당된다. KS 규격은 Table 1과 같이 신체치수에서 100cm를 기준으로 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레 및 키는 각각 5cm 간격으로 연속하여 분류하고 있다. 신체치수의 평균값은 밑줄로 표시하고 각 신체 치수는 표기된 값의 ±2.5cm 범위를 커버하고 있다.

피트성이 필요하지 않는 제품의 경우 S, M, L, XL과 같은 범위호칭법으로 표기할 수 있으며 각 호칭의 구성은 Table 2와 같다. 범위 호칭 표기법은 가슴둘레와 키를 기본 신체 치수로 반영하는 방법과 가슴둘레만을 기본 신체 치수로 반영하는 방법의 2가지로 구분되어 규정하고 있는데, 키를 함께 반영할 경우의 표기법은 키를 의미하는 Petit, Regular, Tall의 약자인 P, R, T를 범위표기법에 함께 표기하고, 키를 반영하지 않는 경우는 이를 생략하여 표기하고 있다.

3.1.2. 미국의 치수규격

미국은 1983년에 사이즈체계가 폐지된 이후 미국의 각 의류 제조업자들은 자사의 표적시장과 소비자에 맞는 사이즈를 개발하여 사용하고 있다. 미국 국가 제안 치수 규격은 2006년에 개정된 ASTM D 6240-98 : Body Measurements for Men Sizes Thirty-Four to Sixty(34-60) Regular와 2001년에 개정된 D 5585-95 : Body Measurements for Adult Female Misses Figure Type, Sizes 2-20 이 있다.

ASTM(National Institute of Standard and Technology, 2001, 2006) 기준에서 여성복의 미스 사이즈는 2부터 20사이의 짝수로 하나, 남성복의 경우는 여성복과는 달리 인체측정값을 사이즈로 표시한다. 이 같은 방법으로 피트성을 필요로 하는 재킷이나 바지 호칭은 체형을 고려하여 숫자로 표기하지만, 스포

**Table 3.** ASTM 규격의 사이즈 (단위 : cm)

남성			여성				
사이즈	가슴둘레	키	사이즈	가슴둘레	키		
S	34	86.4	172.1	XS	2	81.3	161.3
	35	88.9	173.0	S	4	83.8	162.6
	36	91.4	174.0		6	86.4	163.8
	37	94.0	175.4		M	8	89.0
	38	96.5	176.2	10		91.4	166.4
M	39	99.1	177.3	L	12	95.2	167.6
	40	101.6	178.4		14	99.1	169.0
	41	104.1	178.9	XL	16	102.9	170.2
	42	106.7	179.6		18	107.9	171.5
	43	109.2	180.0		2XL	20	113.0
L	44	111.8	180.7				
	45	114.3	181.0				
	46	116.8	181.3				
	47	119.4	181.6	XL			
	48	121.9	181.8				
2XL	49	124.5	181.9				
	50	127.0	182.3				
	51	129.5	182.5				
	52	132.1	182.9				
	53	134.6	183.5				
3XL	54	137.2	184.0				
	55	139.7	184.5				
	56	142.2	184.9				
	57	144.8	185.4				
4XL	58	147.3	185.9				
	59	149.9	186.4				
	60	152.4	186.7				

츠웨어, 스웨터, 잠옷과 같이 피트성을 필요로 하지 않는 의류의 경우에는 남녀 모두 S, M, L 등의 문자호칭으로 표기한다. 미국의 남녀 치수구간은 Table 3과 같다.

3.1.3. 일본의 치수 규격

일본은 JIS(Japanese Standards Association, 2001a, 2001b) 의류치수규격을 위하여 1992년부터 1994년까지의 인체측정 결과와 조사 연구결과를 토대로 1996년에 제정하였다. 현재는 2001년에 개정된 JIS L 4004 남성복사이즈와 JIS L 4005 여성복사이즈가 사용되고 있다.

일본의 티셔츠 치수 규격은 스웨터에 포함되어 범위를 나타내는 치수표기법으로 제안하고 있으며 사이즈 구간은 Table 4, Table 5와 같다. 남성복에 있어서는 키(S, M, L)와 체형(가슴둘레와 허리둘레의 차이 ; A, B, Y)의 조합으로 표기하며 여성복에 있어서는 키(PP, P, T)와 가슴둘레, 엉덩이둘레, 허리둘레(S, M, L, LL, 3L)의 조합으로 표기하며 Table 5는 키 154-

**Table 4.** JIS 의 남성복 범위 표기법 치수 (단위 : cm)

사이즈	SA	SB	MY	MA	MB	LY
가슴 둘레	80-88	88-96	80-88	88-96	96-104	88-96
키	155-165	155-165	165-175	165-175	165-175	175-185
허리 둘레	68-76	76-84	68-76	76-84	84-94	76-84

**Table 5.** JIS 의 여성복 범위 표기법 치수 (단위 : cm)

사이즈	S	M	L	LL	3L
가슴둘레	72-80	79-87	86-94	93-101	100-108
영덩이 둘레	82-90	87-95	92-100	97-105	102-110
허리둘레	58-64	64-70	69-77	77-85	85-93

162 cm를 기준으로 하였다.

3.1.4. 유럽의 치수 규격

EN 13402(European standards committee, 2007)는 유럽통합 표준 치수규격으로 2007년에 유럽 국가들의 옛 치수규격을 교체하기 위해서 2007년에 제정되었다.

티셔츠는 니트류에 포함되어 남녀 모두 가슴둘레를 기본부위로 치수규격을 표기하며, 키는 참고신체부위로 제시하고 있다. EN 13402-3 규격에서는 제품의 평균값을 제시하는 것보다, 범위구간을 표시하는 방법으로 치수표기를 규정하고 있어 가슴둘레가 100일 경우, 98-102로 표기해야한다. 치수의 간격은 남성의 경우 키는 156-200 cm 구간을 4 cm 간격으로 나누고 있고, 가슴둘레는 84-144 cm 구간을 4 cm 또는 6 cm의 간격치수로 나누고 있다. 여성의 가슴둘레는 76-152 cm 구간을 4 cm

**Table 6.** 유럽 규격의 범위표기법 치수 (단위 : cm)

	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL
남성복	70-78	78-86	86-94	94-102	102-110	110-118	118-129	129-141
여성복	66-74	74-82	82-90	90-98	98-106	107-119	119-131	131-143

**Table 7.** 국가별 남성복 문자표기법의 가슴둘레 치수구간 (단위 : cm)

국가	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL
한국(KS)				85-93	93-101	101-108		
미국(ASTM)			86-94	96-104	106-114	116-124	127-134	137-144
일본(JIS)			80-88	88-96	96-104			
유럽(EN)	70-78	78-86	86-94	94-102	102-110	110-118	118-129	129-141

**Table 8.** 국가별 여성복 문자표기법의 가슴둘레 치수구간 (단위 : cm)

국가	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL
한국(KS)			72-82	82-89	89-98	98-109		
미국(ASTM)		81	83-86	89-91	95-99	102-107	113	
일본(JIS)			72-80	79-87	86-94	93-101	100-108	
유럽(EN)	66-74	74-82	82-90	90-98	98-106	107-119	119-131	131-143

또는 6 cm 간격치수로 나누고 있다. Table 6은 EN 규격의 범위표기법의 사이즈를 정리한 것이다.

3.1.5. 국가 치수규격의 비교

가슴둘레를 중심으로 각 국가의 치수규격을 비교한 결과는 Table 7, 8과 같다.

각 국가에서 제시하고 있는 문자표기법을 중심으로 신체치수(가슴둘레)를 비교한 결과, 남성복의 경우 동일한 호칭에 대하여 한국, 일본, 유럽, 미국의 순서로 가슴둘레가 작은 경향을 나타내었다. 일본과 한국은 가슴둘레가 비슷한 분포를 보였으며, 유럽과 미국은 S, M 호칭에서는 비슷한 분포를 보였으나 L 이상의 호칭에서는 미국이 유럽보다 큰 치수를 나타내었다. 여성복에서는 남성복과 달리 동일한 호칭에 대하여 일본, 한국, 미국, 유럽의 순서로 가슴둘레 치수가 작은 경향을 나타내어 국가별로 남녀 치수에 차이를 보였다. 미국은 아시아 국가인 한국, 일본과 가슴둘레 치수구간에 있어서 큰 차이를 나타냈는데, 미국 M 호칭의 실제 가슴둘레 치수는 한국 L 호칭의 치수보다도 크게 나타났다. 이처럼 국가마다 제시하고 있는 범위치수규격의 실제 신체치수가 다른 것은 인종, 지역별로 체형의 차이가 존재하기 때문이며 각 국가의 국민들이 인지하고 있는 범위치수의 실제 크기도 다를 것으로 짐작된다. 이러한 차이로 인하여 외국관광객이 선택하게 되는 관광문화상품의 사이즈 체계가 통합되어야할 필요가 있다.

3.2. 관광문화상품용 티셔츠의 치수표기법 현황

3.2.1. 호칭 표기 방식

Table 9는 한국, 미국, 중국, 일본의 관광지에서 판매되고 있

는 티셔츠 제품 사이즈 라벨의 치수 표기법을 조사한 결과이다. 티셔츠 제품의 사이즈 표기 조사 결과 사이즈 라벨뿐만 아니라 케어 라벨에도 신체치수를 표기하고 있는 제품은 전혀 없었다. 사이즈 라벨에는 총 3종류의 표기방법이 사용되고 있었으며, 문자표기법, 가슴둘레 표기법, 키가슴둘레 표기법이다. 이를 분류하면 전체의 88.9%에 해당하는 24종의 티셔츠가 S-M-L-XL-XXL와 같이 피트성이 필요하지 않은 상의 표기법에 해당하는 문자표기법을 사용하였고, 가슴둘레표기법과 키가슴둘레표기법을 사용하는 티셔츠는 7.41%와 3.70%로 그 비율이 매우 낮아 대부분의 티셔츠 생산 업체가 문자표기법으로 제품 치수를 나타내고 있음을 알 수 있었다. 문자표기법의 사용 비율이 현저하게 높은 이유는 관광문화상품용 티셔츠라는 특수성으로 인하여 주로 소규모 업체에서 생산되고 있으며, 사이즈 정보의 부족과 생산 라인의 경제성 등으로 인하여 신체치수를 반영하는 체계적인 사이즈체계 채택 및 설정에 어려움이 있어 간단한 문자표기법을 채택하고 있는 것으로 생각되었다. 문자표기법은 치수범위를 대표적인 문자로 나타내어 전달력이 높으나 외국 관광객의 경우 국가별 문자의 치수범위가 달라 신체치수에 대한 표기도 병행되어야 할 것이다. 하지만 문자표기법을 사용한 티셔츠 제품 24종 전체가 문자에 의한 치수표기만을 사용하여 정확한 사이즈 선택에 어려움이 있을 것으로 예상되었다.

한국 티셔츠 상품인 경우 문자표기법(14종)과 가슴둘레사이즈 표기법(2종)을 사용하였고, 미국은 문자표기법(5종), 중국은 문자표기법(2종)과 키가슴둘레표기법(1종), 일본은 문자표기법(3종)을 사용하고 있었지만 전체적으로 문자표기법이 88.89%를 차지하였다. 키와 가슴둘레를 모두 표기한 1종의 티셔츠 제품은 베이징 올림픽 기념 티셔츠로 외국 관광객을 배려한 치수표기를 나타내었다.

3.2.2. 판매 사이즈의 개수

제품 당 생산되는 사이즈 수는 Table 10과 같다. 2개에서 9개의 사이즈로 판매되고 있었으며, 5개의 사이즈를 생산하는 업체가 11개로 전체의 40.74%의 높은 비율을 나타냈다. 4개 사이즈를 사용하는 업체는 33.33%, 3개 사이즈를 사용하는 업체는 14.81%, 6개 사이즈를 사용하는 업체는 3.70%로 나타났다. 판매량이 높은 2개 사이즈만을 판매하는 티셔츠 제품도 발견되었으며 중국의 한 티셔츠 제품은 사이즈를 세분화하여 9종의 사이즈로 생산되고 있었다. 이 제품은 중국 베이징올림픽 기념티셔츠로서 외국관광객을 판매 대상으로 제작되었으므로 전세계 다양한 국적, 인종을 타겟으로 치수규격이 세분화되었

Table 9. 관광문화상품용 티셔츠의 치수표기법 (단위:빈도%)

표기법	백분율(빈도)
문자표기법(예 : S, M, L)	88.9(24)
가슴둘레표기법(예 : 90, 95, 100)	7.4(2)
키가슴둘레 표기법(예 : 88-165)	3.7(1)
합계	27(100)

Table 10. 관광문화상품용 티셔츠의 호칭 개수 (단위: 빈도%)

생산 사이즈	백분율(빈도)
2개	3.7(1)
3개	14.8(4)
4개	33.3(9)
5개	40.8(11)
6개	3.7(1)
9개	3.7(1)
합계	100(27)

Table 11. 치수표기 방법

표기방법	백분율(빈도)
라벨	70.4(19)
스티커	29.6(8)
합계	100(27)

으며 체계적인 규격을 사용하고 있는 것으로 나타났다.

3.2.3. 라벨

치수표기라벨은 부착라벨이나 스티커가 주를 이루었다. 영구 부착 라벨식이 총 19종, 스티커부착 방식이 8종으로 나타났으며 이들 8종의 티셔츠가 모두 국내산으로 나타났다. 스티커 부착식의 경우 옷에 영구히 부착되어 있지 않고 판매과정에서 쉽게 떨어져 제품의 치수정보를 정확하게 알 수 없게 되는 경우가 발생하고 또한 소비자들에게는 착용과 세탁 과정에서 치수 정보를 잃게 되는 결과를 가져온다. 그러므로 스티커를 사용한 라벨부착법은 지양되어야 할 요소임에도 불구하고 현재 국내의 많은 티셔츠 생산업체들이 이 방식을 사용하고 있음을 알 수 있었다. 또한 티셔츠 옆선에 있어야 할 케어라벨 또한 국내 티셔츠 9종에서만 발견되고 있지 않았다. 이는 관광문화상품용 티셔츠가 일반 브랜드 티셔츠와는 달리 주로 소규모로 생산되고 있으며, 주요 타겟이 여행객을 대상으로 하여 반복 구매를 기대하기 어려우므로 품질적 측면에서의 완성도가 낮은 것으로 추측된다. 특히 국내 상품의 경우 티셔츠 생산 업체간의 품질 편차가 심하게 나타나는 경향이 있어서 품질수준의 표준화 또한 필요한 것으로 판단되었다.

3.3. 관광문화상품용 티셔츠의 치수표시 제안

본 연구에서는 국가별 표준 치수규격을 조사한 결과, 피트되지 않는 티셔츠 제품의 특성으로 인하여 S, M, L 등으로 나타내는 문자표기법이 주로 채택되고 있음을 알 수 있었다. 또한 각 국가에서 시판되고 있는 관광문화상품용 티셔츠 제품의 치수규격을 조사한 결과, 다양한 방식으로 제품의 치수규격이 표기되고 있으며 주된 소비자층이 외국 관광객임에도 불구하고 관광문화상품용 티셔츠 제품의 치수표기에 상세한 신체 정보가 누락되어 있는 것으로 나타났다.

세계 각 국가의 체형과 의류제품치수는 실제로 많은 차이가



Table 12. 국가별 티셔츠 호칭의 공통구간

국가	구분	75	80	85	90	95	100	105	110	115	120	125	130	135
KR(한국)	남			S	M	L	L	XL	XL	2XL	2XL			
	여	S	S	M	L	L	XL	XL						
US(미국)	남				S	S	M	M	L	L	XL	XL	2XL	2XL
	여		XS	S	M	L	L	XL	2XL					
JP(일본)	남			S	M	L	L	XL						
	여	S	M	M	L	XL	XL	2XL						
EU(유럽)	남	2XS	XS	XS	S	M	M	L	L	XL	2XL	2XL	3XL	3XL
	여	XS	XS	S	M	M	L	L	XL	XL	2XL	2XL	2XL	3XL

있어서 치수규격을 단일화하기 위해서는 인체측정자료의 통합이 우선되어야 하므로 현 단계에서는 실현되기 어렵다. 또한 넓은 범위의 치수를 커버하기 위하여 치수구간을 넓게 구분지으면 개개인의 의복착用に 있어 맞음새 문제를 야기하게 된다. 그러므로 본 연구에서는 각 국가별 치수규격을 함께 표기하여 기존의 치수체계에 상응하며 글로벌 시장에서 활용이 가능한 티셔츠 제품의 표준표기방법을 제안하고자 한다.

그 방법으로 국가별 치수규격을 조합하여 동일 문자표기법에 대한 공통 치수 구간을 추출하였고 이를 토대로 한국 KS 규격의 가슴둘레 치수 표기를 기준으로 각 국가별 치수표기를 병행하였다. 또한 시판 관광문화상품용 티셔츠의 대부분이 생산 업체의 경제성을 고려하여 남녀공용으로 생산되고 단일 치수로 표기되고 있는 것이 현실이다. 그러나 KS, ASTM, JIS, EN 규격을 고찰한 결과, 동일한 S, M, L 등의 문자표기에 있어서 남성복과 여성복의 치수규격은 큰 차이가 있으므로 이를 병기할 필요가 있다. 이러한 치수표기는 상품 구입과정에서 착용이 곤란한 관광상품의 특성으로 인하여 정확한 사이즈 선택이 어려운 문제에 대한 해결책이 될 것이다.

3.3.1. 국가별 치수규격 표기

Table 12는 Table 1-8의 국가별 문자표기법의 공통 치수구간을 정리한 것이다. 티셔츠 제품의 치수구간은 KS의 가슴둘레 5cm 편차를 기준으로 하여 100cm에서 5cm 간격으로 나누었다. 국가별 티셔츠 치수구간의 범위에 차이가 있어 같은 치수구간에 있어서도 다른 문자로 표기하게 되었으나 이러한 표기는 자국의 표기법에 익숙한 소비자들로 하여금 관광상품 구입시 적합한 사이즈 선택을 가능하게 할 것이다.

국가별로는 한국과 일본이 상당히 유사한 치수구간을 가지며, 유럽과 미국이 대체로 공통되는 치수구간을 공유하고 있다. 그러므로 생산업체의 마케팅 전략에 따라 국가별로 세분화된 치수규격을 사용하거나, 크게 아시아 치수와 구미 치수로 구분하여 규격을 설정하는 방법을 선택할 수 있을 것이다.

남녀간의 치수 규격을 비교한 결과에 따르면 대부분의 치수 규격에서 남성복 치수가 한 구간 정도 크게 나타났으며, EN 규격은 남성복과 여성복의 치수규격 차이가 다른 규격에 비하여 적은 편이었다. 그러므로 유럽시장을 타겟으로 한 치수규격

은 남녀 치수를 하나의 문자로 표기하여도 큰 무리가 없을 것으로 여겨진다.

3.3.2. 티셔츠표기법 표준 제안

Fig. 3, 4는 본 연구에서 제안된 라벨 표기법을 나타낸 것으로 라벨 표기 구성의 구체적인 내용은 다음과 같다.

1) 주요 치수로 가슴둘레 호칭을 표기한다. 관광문화상품으로서의 티셔츠 제품의 특성상 남녀공용이며 T자형의 헐렁한 스

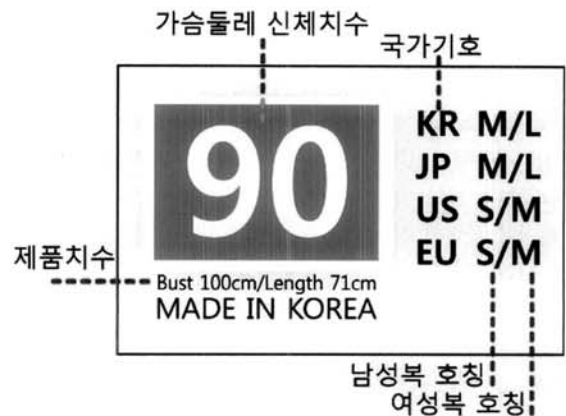


Fig. 3. 티셔츠 치수표기법 제안1

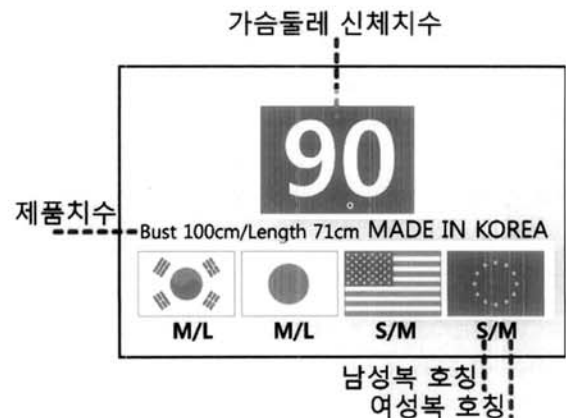


Fig. 4. 티셔츠 치수표기법 제안2

타일이 일반적이므로 다른 신체부위보다 가슴둘레를 기준으로 한 호칭이 적합할 것이다. 또한 신체치수를 나타내는 숫자에 대한 소비자들의 인지는 전 세계적으로 공통되므로, 숫자표기가 추가되어야 한다. 라벨에는 가슴둘레의 호칭을 가장 크게 표기하여 쉽게 인지할 수 있도록 한다.

2) 보조 치수로 티셔츠 제품의 가슴둘레와 총길이의 제품치수를 표기한다. 이러한 제품의 완성치수는 소비자로서 하여금 제품에 반영된 여유량을 예측할 수 있도록 하여 실제로 착용하지 않아도 대략적인 맞춤새를 가능할 수 있어 치수 선택에 도움이 될 것이다.

3) 가슴둘레 호칭표기와 더불어 문자표기법인 S, M, L 등을 함께 제공한다. 문자는 Table 12의 국가별 치수구간에 맞추어 국가별 기호와 함께 표기함으로써 소비자로서 하여금 익숙한 문자표기를 쉽게 파악할 수 있도록 한다. 각 국가 규격의 표기는 국가기호 또는 국기 도안을 이용한다. 국가 기호는 각 국가의 영문 이름을 줄여서 한국은 KR, 미국은 US, 일본은 JP, 유럽은 EU로 표기한다.

4) 문자표기를 병행함에 있어서 동일한 제품 치수도 성별에 따라서 다른 치수에 해당되므로 남성복/여성복 치수의 순서로 함께 표기한다.

#### 4. 결 론

본 연구는 이 시대 가장 대중적인 의류 아이템 중 하나인 티셔츠 제품의 치수규격에 대한 연구로서, 특히 관광문화상품용 티셔츠의 치수표기법을 제안하기 위하여 국가별 치수규격을 비교하고 관광상품 티셔츠를 수집하여 분석하였다. 이를 통하여 소비자의 치수표기에 대한 인식을 향상시키고 관광문화상품으로서의 티셔츠 제품의 경쟁력을 강화시키고자 하였다.

한국의 KS, 미국의 ASTM, 일본의 JIS, 유럽의 EU 규격에서 규정하고 있는 티셔츠 제품의 치수 호칭을 분석한 결과 4개 규격 모두 문자표기법에 부위별 범위를 규정하고 있었다. 그러나 국가별, 인종별 신체치수의 차이로 인하여 같은 문자로 표기되는 호칭에 있어서도 신체 치수의 범위는 달랐으며 이에 의하여 외국 관광객이 티셔츠 제품을 구입할 경우, 사이즈 불만족이 야기될 수 있다.

현재 국내외에서 판매되고 있는 관광문화상품용 티셔츠(한국 16종, 미국 5종, 일본 3종, 중국 3종 총 120점)를 수집하여 치수표기방법에 대하여 조사할 결과, 88.9%의 제품이 문자표기법을 사용하고 있었다. 조사 대상이 된 모든 티셔츠 제품들이 제품 완성치수를 제공하지 않았으며 11.1%의 제품들이 가슴둘레 또는 키가슴둘레의 신체치수를 기준으로 치수 규격을 표기하고 있었다. 생산되는 티셔츠의 치수는 2-9개 사이즈로 다양하였으며 4-5개 치수가 74.1%를 차지하였다. 라벨부착방법은 영구 부착법이 19개 제품, 스티커부착법이 8개 제품이었는데, 스티커로 라벨을 부착한 8개 제품이 모두 국내 제품이었다.

이렇듯 국가별 치수규격과 관광문화상품용 티셔츠의 치수표

기법을 조사한 결과, 업체별, 국가별로 다양하게 차이가 있었으며 관광문화상품의 국가 경쟁력을 높이기 위해서는 디자인 개발 뿐만 아니라, 치수품질 개선에도 관심을 기울여야 할 것이다. 특히 관광문화상품의 특성상 국제적인 표준치수규격의 채택이 절실히 필요하고, 이를 통하여 해외시장 진출시 국제적으로 호환 가능한 치수규격으로 경쟁력을 높일 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 관광문화상품용 티셔츠의 치수표기법 표준을 제안하였다. 외국 관광객이 주로 구입하게 되는 관광문화상품의 특성으로 인하여 숫자에 의한 치수규격을 강조하여 표기하고 국가별 치수규격을 병행함으로써 정확한 치수를 선택할 수 있도록 하였다. 또한 남녀공용으로 생산되는 티셔츠 제품에 남성복과 여성복 치수규격으로 나누어 표기하여 성별에 따라 차이나는 치수체계를 반영하였다.

본 연구에서 제안한 각 국가의 치수규격이 반영된 치수표기법은 관광문화상품용 티셔츠를 주로 생산하는 소규모의 업체에게 티셔츠 제작 시 참고할 수 있는 실질적 자료가 되고, 소비자들에게는 치수표기에 대한 국가별 정보를 제공하여 치수선택 시 겪게 되는 불편함을 덜어주는데 도움이 될 것으로 생각된다. 그러나 관광지에서 실제로 판매되고 있는 티셔츠 제품을 수집하는데 지리적 한계가 있었으므로 보다 다양한 제품의 수집이 요구된다.

#### 감사의 글

본 연구는 서울시 산학연 협력사업(10956)의 지원을 받아 수행된 연구임.

#### 참고문헌

- 곽승희. (2005). *티셔츠 문양의 커뮤니케이션 기능 및 이를 응용한 디자인연구*. 동덕여대 패션전문대학원 석사논문.
- 김민자, 박주희. (2002). 한국적 이미지의 축구유니폼 디자인개발에 관한 연구. *복식*, 52(4), 125-139.
- 김희영, 안대회. (2001). 외국인 쇼핑관광객의 의류상품 평가에 관한 연구. *문화관광연구*, 3(1), 207-219.
- 서철현, 조지현. (2002). 방한 외래관광객의 의류상품 구매동기와 구매행동에 관한 실증적 연구. *한국생활과학회지*, 11(4), 367-380.
- 오현정, 오선희. (2004). 섬유소재를 이용한 한국적 이미지의 문화상품 디자인 개발. *한국의류학회지*, 28(11), 1353-1360.
- 이진화. (2006). 한국패션문화상품 소비자에 대한 시장세분화와 구매행동연구. *한국의류산업학회지*, 8(4), 427-432.
- 최경희, 김민자. (2003). 한국적 이미지의 경기용 수영복 디자인 개발에 관한 연구(1) - 오방색과 태극문을 중심으로-. *복식*, 53(2), 35-55.
- 한국관광공사. (2008). *외래관광객 실태조사*. 서울: 한국관광공사.
- 한국의류산업협회. (2005). *니트의류산업 경쟁력조사 보고서*. 서울: 무역위원회.
- 한국표준협회. (2004a). *KS K 0050*. 서울: 한국표준협회.
- 한국표준협회. (2004b). *KS K 0051*. 서울: 한국표준협회.
- European standards committee. (2007). *EN(European Standard)*

13402-3. European standards committee.  
Japanese Standards Association. (2001a). *JIS L 4004*. Tokyo, Japanese Standards Association.  
Japanese Standards Association. (2001b). *JIS L 4005*. Tokyo, Japanese Standards Association.

National Institute of Standard and Technology. (2001). *ASTM D 5585-95*. U.S. Department of Commerce.

National Institute of Standard and Technology. (2006). *ASTM D 6240-98*. U.S. Department of Commerce.

(2009년 1월 28일 접수/2009년 2월 17일 1차 수정/2003년 3월 14일 게재확정)

---