

성인여성의 티셔츠 구입특성 및 여유량 조사연구 †

The Research on the Woman's T-shirts focused on Purchasing Patterns and Ease

강여선*

덕성여자대학교 의상디자인학과

Kang Yeosun*

Dept. of Fashion Design Duksung Women's University

Abstract

The purpose of this study was to research the purchasing patterns and the ease amount of woman's T-shirts. For the study, 215 women between the ages of 18 and 59 were surveyed. 18~34 year old women had more T-shirts and wore them more frequently than 35~59 year old women. Women usually gave weight to design, fabric, fit and color, when they bought T-shirts. The most important fit part was different according to age groups, 18~34 women valued T-shirts length but 35~59 women valued bust circumference ease. The ease of T-shirts was analysed with body sizes. Shoulder ease were distributed between -3~3cm, neckline designed apart 0.5~7.0cm from side neck point, 0~11cm from front neck point and 1~2cm from back neck point. The means of bust ease, waist ease and hip ease were 6.2cm, 14.7cm and 4.5cm. The bust and waist ease were significantly different between age groups and 35~59 year old women wore more tightly at both parts due to their thick torso. Women accepted smaller ease at hip while didn't want small ease at waist. The eases of shoulder, bust and T-shirts length were the most important and influencing.

Keywords: age groups, ease, fit, T-shirts, woman

I. 서론

최근 인체에 꼭 맞는 의복의 유행 경향과 더불어 편안함과 활동성을 중시하는 소비 패턴의 변화에 따라 신축성 소재는 그 중요성이 크게 부각되고 있다(설경희, 2000). 특히 니트웨어는 편안한 착용감과 실용성, 다양한 코디네이션이 가능한 필수적인 품목으로서 새로운 가치를 부여받으며 패션시장의 중요한 위치에 들어서고 있으며(권순호, 2004) 그중 티셔츠는 어린아이부터 노년까지 연령에 상관없이 가장 편하게 착용할 수 있는 아이템이다. 또한,

정장과 캐주얼의 구별이 뚜렷하지 않은 요즘의 패션트렌드로 인해 티셔츠는 스포츠웨어, 캐주얼웨어, 다운웨어 뿐 아니라 정장 및 파티웨어로도 각광받고 있어 그 착용 범위가 매우 넓다고 하겠다.

현대 의류쇼핑 환경은 방문구입 이외에 홈쇼핑이나 인터넷쇼핑 등 매체를 통한 비착용 구입이 활발해지고 있는 상황이다. 그러나 홈쇼핑이나 인터넷 쇼핑의 경우 직접 착용 없이 제공된 치수자료와 모델의 맞음새를 참고로 구입이 이루어지기 때문에 구입 후 모델과 소비자의 체형차이로 인한 맞음새 불만이 많으며 반품률도 높은 실정이다.

† 본 연구는 덕성여자대학교 2009 교내연구비 지원에 의해 수행되었음

* Corresponding author: Kang, Yeosun

Tel: 02-901-8432

E-mail: yskand@duksung.ac.kr

다. 실제로 강명희(2006)에 의하면 패션전자상거래에 대한 가격 만족도는 높은 반면 재질, 맞춤새, 치수의 만족도는 낮게 나타났고 대체로 ‘치수가 맞지 않아서’ 제품을 사용하지 않거나 반품하는 경우가 많았으며 특히 상하의 모두 길이에 대한 불만이 가장 컸음을 알 수 있다. 따라서 패션전자상거래에서 치수 및 맞춤새에 관한 불만요인을 줄이기 위해서는 보다 상세한 치수, 맞춤새 관련 정보가 필요하다고 하겠다. 이러한 정보를 얻기 위해서는 여유량에 대한 소비자들의 인식과 평가 등 기초 자료를 조사하고 나아가 여유량 평가 결과와 실제 여유량을 비교함으로써 소비자들이 실감하는 여유량에 대해 구체적으로 분석할 필요가 있다고 하겠다.

특히, 패션전자상거래상의 치수 및 맞춤새 문제를 해결하기 위한 한 방안으로 3D 가상착의서비스가 제안되고 있으며 이를 현실화하기 위해 개인 신체치수에 따른 개인모델 개발뿐 아니라 의복의 부위별 치수를 바탕으로 태와 맞춤새에 관한 많은 연구가 진행되고 있는 상황이다. 그러나 소비자들과 맞춤새 정보를 소통하기 위해서는 실제 여유량을 파악하는 연구와 더불어 소비자들 실제로 받아들이는 여유량과 그 여유량에 대한 소비자들의 인식을 파악하는 연구도 필요하다고 하겠다. 특히, 의복 아이템별로 일반적 소비자들이 받아들이는 여유량 분포를 파악하고 여유량 분포별 여유정도의 인식단계를 파악하며 이를 정보화해 제공함으로써 소비자들이 피트감(fit)을 쉽게 예상할 수 있도록 도와줄 수 있을 것이다. 이를 위해 의복 아이템별로 소비자들이 중요하게 맞춤새를 살피는 부위와 각 중요부위별 여유량에 관한 조사자료가 필요하다고 하겠다. 실제로 50대 여성이 바지사이즈를 결정할 때는 우선적으로 엉덩이둘레를 기준으로 하며 다음으로 허리를 기준으로 하고 있다고 조사되었다(김세영, 2005).

그러나 이러한 자료는 아직 미미한 상태이므로 의복 아이템별 맞춤새와 여유량에 대한 보다 활발한 연구를 통해 소비자들이 중요하게 생각하는 부위 및 여유량 관련정보들이 파악되어야 할 필요가 있다. 특히, 패션전자상거래에서 다른 아이템에 비해 셔츠나 티셔츠에 대한 구매비율이 비교적 높은(강명희, 2006) 편이므로 티셔츠에 대한 소비자들의 구입 특징 및 경향, 그리고 구입의 중요한 기준인 맞춤새에 관한 자료가 매우 필요하다고 할 수 있다.

한편, 맞춤새와 여유량 평가에 관한 연구방법으로 여유량에 대한 주관적 평가와 의복의 여유량 측정이 있을

수 있다. 그 중 여유량에 대한 주관적 평가는 평가대상의 여유량 적합성 여부는 분석할 수 있으나 그 결과를 일반화하여 다른 옷에 적용하기 힘들다고 할 수 있다. 의복의 실제 여유량을 측정하는 경우는 여유량에 대한 실제 크기는 파악할 수 있으나 그 방법이 까다로워 연구가 활발히 진행되기 힘든 어려움이 있다고 하겠다. 이러한 어려움을 극복하고 여유량과 맞춤새에 관한 활발한 연구를 위해서는 여유량에 대한 소비자들의 주관적 평가와 여유량 측정을 동시에 진행하여 여유량 평가와 실제 여유량을 파악하고 나아가 상호관계를 파악함으로써 다방면의 여유량 연구에 활용할 수 있는 기초자료를 마련할 수 있다고 하겠다.

따라서 본 연구는 성인여성의 티셔츠 구입에 관한 전반적 특징을 파악하고 맞춤새 평가에 대한 소비자들의 인식을 조사하며 더불어 소비자들 실제로 착용하고 있는 티셔츠의 부위별 여유량을 조사하고 이에 대한 소비자들의 여유량 인식정도를 비교함으로써 각 부위별 여유량과 소비자 인식에 대한 기초자료를 파악하고자 한다. 이러한 기초 자료는 간접착용의 의복구매환경에서 판매자와 소비자 간의 효율적 소통을 위한 자료로 활용될 뿐 아니라 맞춤새 관련 연구의 기초 자료로 활용될 것으로 생각한다.

II. 연구방법

1. 연구내용 및 대상

본 연구는 크게 성인여성들의 티셔츠 구입현황 및 특징을 파악하기 위한 설문조사와 티셔츠 부위별 실제 여유량 측정으로 구성되었다. 소비자설문조사의 내용은 선행 연구 자료(강명희, 2006; 권순호, 2004; 김성희, 2009; 김세영, 2005; 황수현, 2009)를 바탕으로 구입과 착용현황 및 맞춤새 평가문항에 대한 소비자인식 등으로 구성되었다. 티셔츠 부위별 실제 여유량 측정은 부위별 신체치수와 티셔츠치수를 측정하여 그 차이를 여유량으로 계산하였으며 동시에 각 부위에 대해 착용자들이 느끼는 여유량을 평가하도록 하여 실제여유량과 티셔츠 착용자들이 인식한 여유량간의 관계를 살펴보았다. 연구 대상자는 티셔츠의 신축성에 영향을 미치는 요인을 제외하기 위해 목판에 트레이퍼리나 디테일 장식이 없고 칼라가 없으며 스판덱스 등 고탄력소재가 포함되지 않은 티셔츠를 착용하고

있는 성인여성으로 선정하였다. 측정은 의류관련 전공자가 실시하였으며 측정 기준점 및 방법은 제 5차 한국인 인체치수조사사업 보고서(기술표준원, 2004)에 따랐다. 조사 과정은 선정된 대상자들이 티셔츠에 관한 일반적 설문조사에 응답한 후 각자 착용하고 있는 티셔츠의 부위별 맞음새에 대해 응답하였으며 마지막으로 신체치수 및 티셔츠 치수를 측정하였다. 측정은 먼저 티셔츠를 착용한 상태에서 필요한 부위를 측정한 후, 벗은 상태에서 티셔츠 치수를 측정하였다.

측정부위는 어깨여유, 목과임 3곳(앞목과임, 뒤목과임, 옆목과임), 소매길이, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레 등이었다. 어깨여유와 목과임 3곳 및 소매길이는 티셔츠를 착용한 상태에서 측정하였다. 어깨여유는 신체의 어깨끝점과 티셔츠 어깨봉제선과 진동의 교차점의 차이를 측정하였고 목과임은 신체의 뒤목점에서 티셔츠 뒤목둘레선까지의 길이로 뒤목과임을, 신체의 옆목점에서 티셔츠의 옆목둘레선까지의 길이로 옆목과임을, 앞목점에서 티셔츠의 앞목둘레선까지의 길이로 앞목과임을 측정하였다. 소매길이는 티셔츠의 진동봉제선으로부터의 소매길이가 아니라 신체의 어깨끝점으로부터의 소매길이를 측정함으로써 진동위치의 차이로 인한 편차를 제외하고자 하였다. 신체와 티셔츠의 가슴둘레, 허리둘레 및 엉덩이둘레 측정을 위해 티셔츠를 착용한 상태에서 측정부위를 티셔츠에 스티커로 표시하였으며 티셔츠를 벗은 후 신체치수를 측정하였고 티셔츠는 바닥에 편평하게 놓고 표시된 기준점을 이용하여 치수를 측정하고 이를 둘레치수로 환산하였다.

설문내용 및 측정 방법은 2010년 8월 11일과 12일에 실시한 예비조사를 통해 수정, 보완하였으며 본 조사는 2010년 8월 16일~9월 7일까지 실시하였다. 설문조사 및 측정은 찜질방, 스포츠센터 등의 탈의실에서 이루어졌으며 조사시간을 평일과 주말 및 오전, 오후, 저녁시간으로 나누어 실시하였다. 연구대상자는 총 215명이었으며 연령에 응답하지 않은 1명을 제외한 214명의 연령분포는 18~19세 14명(6.5%) 20대 99명(46.3%), 30대 38명(17.8%), 40대 39명(18.2%), 50대 24명(11.2%)이었다.

2. 분석방법

설문 응답 자료 총 215부에 대해 티셔츠 구입 및 착용에 관한 현황 파악 및 집단별 비교분석을 실시하였다. 연령 집단간 특성을 비교하기 위한 연령구분은 영캐주얼의

류와 중년여성복 업체들의 타겟연령 구분기준이 대체로 30대 중반인 점을 고려하였으며 정혜락, 함옥삼(1999)이 35~59세를 중년여성으로 구분한 연구를 참조하였다. 특히, 강여선(2007)이 신체치수에 바탕하여 타겟연령을 4집단, 18~24세, 25~34세, 35~49세, 50~59세로 구분한 선행 연구를 참고하여 4집단별 특성을 비교분석한 결과 연령 집단간 집단특성을 가장 뚜렷하게 보인 18~34세와 35~59세를 최종 집단으로 정하여 결과를 정리하였다. 또한, 직업에 따른 차이를 분석하고자 전문직, 사무직, 판매, 서비스직, 자영업, 생산 및 단순기술직, 대학(원)생, 전업주부 및 기타로 구분하여 분석하였으나 티셔츠 보유 및 착용 특징에 대한 직업 종류별 차이가 뚜렷하지 않아 직장인, 학생, 주부로 재구분하여 분석하였으며 기타는 분석에서 제외시켰다. 집단간 유의차는 Pearson의 카이제곱(χ^2), t-test를 이용하여 분석하였다. 티셔츠 실제 여유량은 분포율, 연령간 t-test, 상관분석 및 ANOVA를 살펴봄으로써 그 특성을 파악하였다. 모든 분석은 SPSS 18.0을 이용하였다.

III. 결과

1. 티셔츠 구입 및 착용현황

소비자들의 티셔츠 구입에 관한 전반적 특징을 파악하기 위해 티셔츠 선호이유, 용도, 보유 수, 연간 구입 수 및 구입장소, 구입이유 및 구입기준에 대해 조사하였다. 소비자들이 티셔츠를 선호하는 이유를 5점 척도로 조사한 결과, <표 1> 활동이 편하고 구김이 적고 손질이 편리하며 다른 옷과 코디하기 쉽고 부드럽고 따뜻하며 유행에 민감하지 않고 사이즈에 구애받지 않아 다양하게 입을 수 있다는 점에 대해 3.5~4.7정도로 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’고 생각하고 있었다. 또한 몸매를 자연스럽게 드러내서 좋다는 특성과 개성을 표현하는데 좋다는 특성에 대해서는 2.9~3.3정도로 보통이라고 평가하였다. 연령별로 비교하면 35세 전후로 의견의 차이를 보여 18~34세 집단이 ‘활동하기 편안하다’($p < .01$), ‘사이즈에 구애받지 않고 다양하게 입을 수 있다’($p < .01$), 다른 옷과 코디하기 쉽다($p < .01$), 몸매를 자연스럽게 드러내서 좋다($p < .5$) 등에서 35~59세 집단보다 유의적으로 더 그렇다고 답하였다.

보유하고 있는 티셔츠 수를 살펴보면, <표 2> 전체적

〈표 1〉 티셔츠를 선호하는 이유

	18~34세	35~59세	t	p
활동하기 편안하다	4.7	4.5	2.722**	0.007
부드럽고 따뜻하다	3.7	3.8	-0.753	0.453
사이즈에 구애받지 않고 다양하게 입을 수 있다	3.9	3.4	3.100**	0.002
유행에 민감하지 않아 오래 입는다	3.7	3.7	0.122	0.903
다른 옷과 코디하기 쉽다.	4.1	3.7	2.939**	0.004
구김이 적고 손질이 편리하다.	4.1	4.3	-1.419	0.159
개성을 표현하는데 좋다.	3.2	2.9	1.468	0.145
몸매를 자연스럽게 드러내서 좋다.	3.3	3.1	1.988	0.048

** $p < .01$

으로 11~20벌(38.9%)>21~30벌(29.3%)>31벌이상(16.7%)>10벌이하(15.2%) 순으로 나타났다. 그러나 집단별로 살펴보면 연령집단간 $p < 0.01$ 이하의 유의차를 보여 18~34세는 21~30벌을, 35~59세는 11~20벌을 소유한 경우가 가장 많았다. 직업별 비교에서는 뚜렷한 유의차는 나타나지 않았으나 직장인 및 주부가 11~20벌, 학생이 21~30벌을 보유한 경우가 많아 차이를 보였다. 월수입별 비교에서는 100~200만원 수입의 경우 10벌 이하를 보유하고 있는 경우가 50%로 압도적으로 높았다. 따라서 18~34세가 35~60세 보다, 학생이 직장인이나 주부보다 티셔츠를 더 많이 가지고 있음을 알 수 있다.

티셔츠의 용도로는 집에서 입는 옷이나 집근처에서 입는 옷으로 여기기보다는 60% 이상이 외출복으로 생각하고 있었으며 특히 집단별로 매우 뚜렷한 유의차를 보여 18~34세, 직장인이나 학생의 경우, 그리고 월수입이 300만원 이상의 경우 외출복으로 여기는 경향이 각각 70.5%, 61.3%, 81.4%, 62.4%로 매우 높게 나타났다. 반면, 35~60세의 경우는 외출복으로 여기는 경우가 44.1%로 높았으나 집에서 입는 옷으로 여기는 경우도 35.6%로 나타나 그 차가 크지 않았다. 또한 주부의 경우도 집에서 입는 옷이나(39.4%) 집근처에서 입는 옷으로(36.4%) 여기는 경우가 외출복으로 여기는 경우보다(24.2%) 많아 다른 집단과 차이를 보였다. 티셔츠를 외출복으로 여기는 경향은 일주일에 티셔츠를 착용하는 일수에 대한 조사결과에서도 나타나, 연령, 직업, 월수입과 상관없이 3~5일 착용하는 경우가 가장 많아 44.9%로 조사되었고 다음으로 거의 매일 착용하는 경우가 33.8%였으며 1~2일 착용하는 경우가 가장 적어 21.2%였다. 이와 같이 과거에 성인여성 소비자들이 티셔츠를 홈웨어나 타운웨어 또는 스포츠웨어 등으로 여기던 것과 달리 중요한 외출복으로 생

각하고 빈번히 착용하고 있음을 알 수 있다.

연간 구입하는 티셔츠 수는 대체로 6~10벌을 구입하는 경우가 36%로 가장 많았으나 3~5벌도 35%로 차이가 크지 않았고 다음으로 11~15벌>1~2벌=16벌이상의 순이었다. 그러나 연령별로는 18~34세가 6~10벌 구입하는 경우가 많고 35~59세는 3~5벌 구입하는 경우가 많아 $p < .001$ 이하의 유의적 차이를 보였다. 또한 직업별로도 $p < .05$ 이하의 유의차를 보여 학생이나 주부가 6~10벌 구입하는 경우가 많은 반면 직장인은 3~5벌 구입하는 경우가 많았다. 월수입이 500만원 이상인 소비자는 6~10벌 구입하는 경우가(39.4%) 가장 많은 반면 100~400만원인 소비자는 3~5벌 구입하는 경우가(38.8%) 가장 많아 차이가 나타났다. 따라서 35세 이하의 젊은 소비자, 학생이나 주부 또는 월수입이 500만원 이상인 소비자가 티셔츠를 더 많이 구입한다고 할 수 있다. 한편, 50%이상의 소비자들이 티셔츠 구입가격으로 1~3만원을 사용하고 있었으며 20~30% 소비자들이 3~5만원을 사용하고 있었다.

구입 장소로는 백화점, 브랜드 대리점이나 직영점 등이 가격이 저렴한 대형마트나 상설할인매장, 재래시장이 주요한 구입 장소로 조사되었으며 이는 티셔츠를 외출복으로 여겨지는 경향이 높았던 결과와 같은 맥락으로 해석할 수 있다. 홈쇼핑이나 인터넷쇼핑과 같은 전자상거래를 통한 구입도 꽤 높은 비중을 차지하였으며 18~34세와 학생의 경우는 백화점에서 구입하는 경우보다 전자상거래를 통해 구입하는 경우가 유의적으로 더 많았고 직장인과 월수입 300만원 이상의 경우도 전자상거래의 비중이 적지 않았다. 그러나 35~59세는 여전히 상설할인매장을 이용하고 있었으며 월수입 200만원 이하인 집단은 상설할인매장 및 대형마트에서 구입하는 경우가 많고 백화점이나 브랜드 대리점 및 직영점에서 구입하는 경우는 거의

없었다.

한편, 전자상거래를 통해 티셔츠를 구입할 때, 치수나 맞춤새에 관한 추가설명에 대한 만족도는 2.62로 별로 만족하지 못하는 상황이었다. 전자상거래를 통한 구입가능성에 대해서는 43.9% 소비자들이 직접 치수를 확인할 수 없기 때문에 구입을 꺼린다고 답하였으나 41.3%는 모델, 권장치수 및 사용 후기 등 최대한 정보를 활용해 치수를 확인하고 구입한다고 답하였다. 특히, 18~34세와 학생들이 정보를 활용해 티셔츠를 구입한다고 답한 경우가 많았고 35~59세, 직장인 및 주부들은 구입하지 않는다고 답하여 집단간 차이를 보였다. 전자상거래로 티셔츠를 구입할 때 가장 중요하게 여기는 점으로는 39.2%가 제품평가 및 사용 후기를 선택하였고 다음으로 23.1%가 모델의 맞춤새, 16.7%가 치수참고표, 10.8%가 과거 구매경험, 9.1%가 티셔츠 라벨의 치수 그리고 1.1%가 주위의 권유를 중요하게 여긴다고 하였다.

티셔츠 구입의 주된 이유로는 ‘편해서’가 71~95%로 압도적으로 높았고 다음으로 ‘쉽게 코디할 수 있어서’, ‘세탁이 편해서’ 순이었고 ‘저렴한 가격’, ‘유행하는 디자인’ 등은 중요한 이유로 평가되지 않았으며 집단별 비교에서도 유사한 경향을 보였다. 다만, ‘쉽게 코디할 수 있어서’와 ‘세탁이 편해서’에 대한 중요도는 집단간에 차이를 보여 18~34세, 직장인, 학생들이 ‘쉽게 코디할 수 있어서’를 ‘세탁이 편해서’보다 중요한 이유로 꼽은 반면 35~59세나 주부들은 두 이유를 같게 평가하였다.

티셔츠 구입 시 기준이 되는 사항을 살펴보면 모든 집단에서 디자인을 첫째 기준으로 꼽았으며 다음으로 소재를 선택하였으나 18~34세나, 직장인 그리고 학생은 디자인의 비중이 더욱 크고 소재의 비중은 작은 반면 35~60세와 주부는 디자인을 중요시하나 소재의 비중도 다른 집단에 비해 컸다. 한편, 디자인과 소재 다음으로 중요하게 여기는 사항은 전체적으로는 맞춤새였으나 집단별로는 맞춤새 또는 색상으로 차이가 나타났다. 맞춤새를 중시하는 집단은 18~34세, 학생, 주부, 월수입 300만원이상 등이었으며 색상을 중시하는 집단은 35~60세와 직장인, 월수입 200만원미만인 경우였으며 특히, 직장인의 경우 맞춤새에 비해 색상을 매우 중요하게 생각하고 있었다.

티셔츠 구입 시 중요하게 여기는 맞춤새 부위에 대해, 약 40%가 가슴둘레 맞춤새를 가장 중시하였으며 다음으로 33~34%가 옷길이에 대한 맞춤새를 중시하였다. 그러나 연령 및 직업에 따라 유의적 차이를 보여 18~34세, 직장인이나 학생들이 옷길이를 제일 중요한 맞춤새 부위로

꼽은 반면 35~59세, 주부들은 전체적 경향처럼 가슴둘레를 가장 중요한 맞춤새 부위로 꼽았다. 특히, 주부들은 61%가 가슴둘레 맞춤새를 중시한 반면 옷길이에 대해서는 14.6%만이 중요하게 생각해 뚜렷한 차이를 보였다. 한편, 가슴둘레와 옷길이의 맞춤새에 비중을 두는 소비자들이 70% 정도인 것과 달리 허리둘레의 맞춤새를 중요하게 여기는 경우는 10~20%내외였으며 엉덩이둘레 및 소매길이의 맞춤새에 대한 소비자들의 관심은 훨씬 적어 10%미만이었다. 허리둘레의 경우 35~59세집단과 직장인들은 20%이상이 중요한 부위로 여겼으나 학생들은 10%미만만이 중요하게 생각해 차이를 보였다. 이는 허리부위가 굵어진 35~59세 소비자와 박스형의 캐주얼보다는 단정하고 피트한 스타일의 의복을 착용하는 직장인들이 티셔츠의 허리맞음새에 보다 높은 관심을 가지고 있음을 나타내는 결과라 하겠다.

가장 선호하는 티셔츠 무늬는 51.1%가 ‘무늬 없음’이었고 다음으로 줄무늬(17.4%), 기하학무늬(13.7%), 캐릭터무늬(11.1%) 순이었다. 그러나 캐릭터무늬에 대해서는 연령간 차이를 보여 18~34세는 14.0% 선호하는 반면 35~59세는 자연물(10.1%) 캐릭터(5.8%)보다 선호하여 유의차를 보였다. 18~34세의 자연물 선호도는 0.8%였다.

2. 여유량 평가 문구별 인식 여유량

전자상거래에서 제품의 치수를 설명할 때 사용하거나 여유량 평가연구에서 사용하는 문구들, ‘넉넉하다’, ‘적당하다’ 및 ‘타이트하다’에 대해 티셔츠 착용자들이 일차적으로 인식하는 크기를 조사함으로써 여유정도를 표현하는 문구에 대해 소비자들의 반응특성을 파악하였다. 예비조사에서 소비자들이 여유량을 평가하는 과정을 살펴본 결과, 첫째, 설명 없이 소비자들에게 여유량을 평가하라고 할 때 대부분이 몸통부위의 여유를 확인할 뿐 어깨나 길이에 대한 여유를 염두에 두지 않음을 알았다. 둘째, 소비자들은 의복을 입은 상태에서 정면에서 눈으로 여유를 가늠하거나 손으로 여유를 한쪽으로 잡고 평가할 뿐 둘레 여유로 환산하지 않음을 알 수 있었다. 따라서 예비조사의 이러한 결과를 반영하여 여유량 평가의 답문항 크기도 전체둘레의 여유량이 아니라 정면에서 바라볼 때의 여유량으로 서술하였으며 설문 조사과정에서 이를 알려준 후 답하도록 하였다. 또한 예비조사에서 답문항을 1cm 간격으로 조사하였으나 평가문항에 해당하는 여유를 1cm 간격으로 잘라 답하기 힘들다는 의견에 따라 2cm씩 범위를

〈표 2〉 집단별 티셔츠 보유 및 착용현황 조사

단위: 빈도(%)

문항	집단구분	연령구분			Pearson 카이제곱(p)	직업정리				Pearson 카이제곱(p)
		18~34세	35~59세	소계		직장인	학생	주부	소계	
보유 티셔	10벌이하	20(16.1)	10(13.5)	30(15.2)	9.996** (0.019)	13(19.4)	11(15.5)	4(9.8)	28(15.6)	7.259 (0.298)
	11~20벌	38(30.6)	39(52.7)	77(38.9)		26(38.8)	22(31.0)	22(53.7)	70(39.1)	
	21~30벌	43(34.7)	15(20.3)	58(29.3)		16(23.9)	24(33.8)	10(24.4)	50(27.9)	
	31벌이상	23(18.5)	10(13.5)	33(16.7)		12(17.9)	14(19.7)	5(12.2)	31(17.3)	
	소계	124(100)	74(100)	198(100)		67(100)	71(100)	41(100)	179(100)	
착용 용도	집에서	20(17.2)	21(35.6)	41(23.2)	22.675*** (0.000)	17(27.4)	6(8.6)	13(39.4)	36(21.8)	42.120*** (0.000)
	집근처	15(12.3)	12(20.3)	27(14.9)		7(11.3)	7(10.0)	12(36.4)	26(15.8)	
	외출복	86(70.5)	31(44.1)	117(61.9)		38(61.3)	57(81.4)	8(24.2)	103(62.4)	
	소계	121(100)	64(100)	198(100)		62(100)	70(100)	33(100)	165(100)	
연간 구입수	1~2벌	6(4.9)	10(13.5)	16(8.1)	23.108*** (0.000)	9(13.2)	1(1.4)	3(7.1)	13(7.3)	18.281* (0.019)
	3~5벌	34(27.6)	35(47.3)	69(35.0)		25(36.8)	20(29.0)	16(38.1)	61(34.1)	
	6~10벌	46(37.4)	25(33.8)	71(36.0)		21(30.9)	26(37.7)	20(47.6)	67(37.4)	
	11~15벌	23(18.7)	2(2.7)	25(12.7)		8(11.8)	12(17.4)	3(7.1)	23(12.8)	
	16벌이상	14(11.4)	2(2.7)	16(8.1)		5(7.4)	10(14.5)	0(0)	15(8.4)	
	소계	123(100)	74(100)	197(100)		68(100)	69(100)	42(100)	189(100)	
구입 이유	입기편해서	88(71.5)	55(84.6)	143(76.1)	7.081 (0.215)	47(72.3)	49(70.0)	36(94.7)	132(76.3)	15.899 (0.103)
	편리한세탁	6(4.9)	4(6.2)	10(5.3)		3(4.6)	4(5.7)	1(2.6)	8(4.6)	
	유행디자인	1(0.8)	1(1.5)	2(1.1)		2(3.1)	0(0)	0(0)	2(1.2)	
	신체곡선을 드러내서	3(2.4)	1(1.5)	4(2.1)		3(4.6)	1(1.4)	0(0)	4(2.3)	
	쉬운코디 저렴해서	24(19.5)	4(6.2)	28(14.9)		10(15.4)	15(21.4)	1(2.6)	26(15.0)	
	소계	123(100)	65(100)	188(100)		65(100)	70(100)	38(100)	173(100)	
구입 장소	백화점	25(20.8)	22(31.9)	47(24.9)	41.238*** (0.000)	14(21.2)	16(23.2)	14(36.8)	44(25.4)	32.434** (0.009)
	대리점	17(14.2)	11(15.9)	28(14.8)		10(15.2)	11(15.9)	7(18.4)	28(16.2)	
	상설할인	6(5.0)	15(21.7)	21(11.1)		8(12.1)	2(2.9)	7(18.4)	17(9.8)	
	대형멀티	11(9.2)	2(2.9)	13(6.9)		3(4.5)	7(10.1)	2(5.3)	12(6.9)	
	대형마트	4(3.3)	5(7.2)	9(4.8)		5(7.6)	1(1.4)	2(5.3)	8(4.6)	
	재래시장	0(0)	2(2.9)	2(1.1)		2(3.0)	0(0)	0(0)	2(1.2)	
	전자상거래	32(26.7)	1(1.4)	33(17.5)		9(13.6)	19(27.5)	2(5.3)	30(17.3)	
	보세의류	23(19.2)	7(10.1)	30(15.9)		11(16.7)	13(18.8)	4(10.5)	28(16.2)	
	기타	2(1.7)	4(5.8)	6(3.2)		4(6.1)	0(0)	0(0)	4(2.3)	
	소계	120(100)	69(100)	189(100)		66(100)	69(100)	38(100)	173(100)	
선호 무늬	무늬없음	61(50.4)	36(52.2)	97(51.1)	23.846** (0.001)	34(53.1)	35(50.0)	17(43.6)	86(49.7)	17.284 (0.139)
	스트라이프	21(17.4)	12(17.4)	33(17.4)		12(18.8)	12(17.1)	7(17.9)	31(17.9)	
	기하학무늬	21(17.4)	5(7.2)	26(13.7)		8(12.5)	13(18.6)	3(7.7)	24(13.9)	
	자연물	1(0.8)	7(10.1)	8(4.2)		5(7.8)	0(0)	3(7.7)	8(4.6)	
	체크	0(0)	3(4.3)	3(1.6)		1(1.6)	0(0)	2(5.1)	3(1.7)	
	캐릭터	17(14.0)	4(5.8)	21(11.1)		3(4.7)	10(14.3)	6(15.4)	19(11.0)	
	물방울	0(0)	2(2.9)	2(1.1)		1(1.6)	0(0)	1(2.6)	2(1.2)	
소계	121(100)	69(100)	190(100)	64(100)	70(100)	39(100)	173(100)			
선택 기준	디자인	67(54.9)	31(47.7)	98(52.4)	8.454 (0.294)	35(55.6)	42(60.0)	15(39.5)	92(53.8)	18.473 (0.186)
	색상	10(8.2)	7(10.8)	17(9.1)		9(14.3)	4(5.7)	2(5.3)	15(8.8)	
	가격	8(6.6)	2(3.1)	10(5.3)		2(3.2)	5(7.1)	3(7.9)	10(5.8)	
	소재	17(13.9)	17(26.2)	34(18.2)		12(19.0)	9(12.9)	10(26.3)	31(18.1)	
	용도	4(3.3)	1(1.5)	5(2.7)		0(0)	1(1.4)	1(2.6)	2(1.2)	
	브랜드	2(1.6)	0(0)	2(1.1)		1(1.6)	0(0)	1(2.6)	2(1.2)	
	세탁법	1(0.8)	2(3.1)	3(1.6)		2(3.2)	0(0)	1(2.6)	3(1.8)	
	맞음새	13(10.7)	5(7.7)	18(9.6)		2(3.2)	9(12.9)	5(13.2)	16(9.4)	
	소계	122(100)	65(100)	187(100)		63(100)	70(100)	38(100)	171(100)	
맞음새 기준	가슴둘레	41(33.9)	36(50.0)	77(39.9)	11.331* (0.023)	21(31.8)	24(35.3)	25(61.0)	70(40.0)	24.544** (0.002)
	허리둘레	16(13.2)	15(20.8)	31(16.1)		15(22.7)	5(7.4)	8(19.5)	28(16.0)	
	영덩이둘레	3(2.5)	2(2.8)	5(2.6)		1(1.5)	2(2.9)	2(4.9)	5(2.9)	
	옷길이가	50(41.3)	17(23.6)	67(34.7)		25(37.9)	28(41.2)	6(14.6)	59(33.7)	
	소매길이가	11(9.1)	2(2.8)	13(6.7)		4(6.1)	9(13.2)	0(0)	13(7.4)	
소계	121(100)	72(100)	193(100)	66(100)	68(100)	41(100)	175(100)			

* $p < .5$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 을 뜻함

구분하였고 9cm 이상을 답한 경우가 드물었기 때문에 범위를 8cm까지로 하였다.

여유량 평가 문구에 대해 소비자들이 인식하는 여유량을 살펴보면<표 3>, ‘매우 넉넉하다’에 대해서는 전체의 47.2%가 ‘5~6cm 크다’로 인식하였으며 ‘약간 넉넉하다’는 54.0%가 ‘3~4cm 크다’로 인식해 문구의 의미에 따라 인식하는 여유량도 순차적으로 변하였다. ‘적당하다’에 대한 평가에서는 20.3%가 ‘여유 없다’로 답한 반면 70.3%는 ‘1~2cm 크다’로 답하여 소비자들은 1~2cm 여유가 포함된 경우를 적당한 맞음새로 인식함을 알 수 있었다. ‘약간 타이트하다’에 대해서는 59.2%가 ‘1~2cm 작다’로 인식하고 있었다. 그러나 ‘매우 타이트하다’에 대한 소비자들의 인식은 ‘5~6cm 작다’와 ‘3~4cm 작다’가 각각 38.7%, 37.7%로 유사하게 나타났으며 집단별로 비교한 결과 $t=2.849$, $p<0.01$ 로 18~34세는 ‘3~4cm작다’로 평가하는 반면 35~59세는 ‘5~6cm 작다’로 평가해 유의차가 나타났으며 이는 연령집단에 따라 ‘매우 타이트하다’에 대한 생각이 다름을 보여주는 결과라 하겠다.

한편, ‘약간 타이트하다’에 대해 59.2%가 ‘1~2cm 작

다’로 답한 결과와 ‘약간 크다’에 대해 54.0%가 ‘3~4cm 크다’로 답한 경우를 비교할 때, 크기의 정도를 나타내는 ‘약간’이란 표현에 대해 소비자들이 예상하는 여유량은 크기 자체를 나타내는 문구에 따라 달라짐을 알 수 있다. 이는 70.3%가 ‘적당하다’에 대해 ‘1~2cm 크다’로 답한 결과와 연계하여 해석할 수 있으며 ‘타이트하다’, ‘적당하다’, ‘넉넉하다’에 대해 티셔츠 착용자들이 기대하는 여유가 ‘여유 없다’를 기준으로 물리적 대칭관계가 아니라 1~2cm 더 여유로운 쪽으로 이동된 관계임을 보여주는 결과라 하겠다.

이와 같이 ‘매우 넉넉하다’는 5~6cm 여유를, ‘약간 넉넉하다’는 3~4cm 여유를, ‘적당하다’는 1~2cm 여유를, ‘약간 타이트하다’는 1~2cm 작은 경우를, ‘매우 타이트하다’는 연령집단에 따라 3~4cm 작은 경우 또는 5~6cm 작은 경우로 인식되고 있었다. 따라서 각 여유량 평가문구에 대해 소비자들이 일차적으로 둘레치수로서 예상하는 여유량 크기가 존재한다고 할 수 있으며 이러한 정보는 전자상거래와 같은 비착용 의복구매환경에서 치수와 맞음새에 대한 이해를 높이기 위한 정보로 활용될 수 있

<표 3> 집단별 여유량 평가문구에 대한 인식

단위: N(%)

여유량 평가	구분	연령구분		직업정리			전체
		18~34세	35~59세	직장인	학생	주부	
매우 넉넉하다	1~2cm 크다	1(0.7)	3(3.8)	2(2.7)	1(1.3)		4(1.9)
	3~4cm 크다	31(23.0)	21(26.9)	20(27.0)	16(21.3)	11(25.0)	53(24.8)
	5~6cm 크다	66(48.9)	35(44.9)	35(47.3)	39(52.0)	19(43.2)	101(47.2)
	7~8cm 크다	37(27.4)	19(24.4)	17(23.0)	19(25.3)	14(31.8)	56(26.2)
	소계	135(100)	78(100)	74(100)	75(100)	44(100)	214(100)
약간 넉넉하다	1~2cm 크다	36(26.5)	23(29.5)	25(33.8)	19(25.3)	9(20.5)	60(27.9)
	3~4cm 크다	78(57.4)	38(48.7)	35(47.3)	42(56.0)	28(63.6)	116(54.0)
	5~6cm 크다	22(16.2)	16(20.5)	13(17.6)	14(18.7)	7(15.9)	38(17.7)
	7~8cm 크다		1(1.3)	1(1.4)			1(0.5)
	소계	136(100)	78(100)	74(100)	75(100)	44(100)	215(100)
적당하다	1~2cm 작다	14(10.4)	6(7.9)	4(5.6)	10(13.5)	1(2.3)	20(9.4)
	여유 없다	28(20.7)	14(18.4)	18(25.0)	14(18.9)	8(18.2)	43(20.3)
	1~2cm 크다	93(68.9)	56(73.7)	50(69.4)	50(67.6)	35(79.5)	149(70.3)
	소계	135(100)	76(100)	72(100)	74(100)	44(100)	212(100)
약간 타이트하다	7~8cm 작다	2(1.5)		2(2.8)			2(0.9)
	5~6cm 작다	5(3.7)	1(1.3)	2(2.8)	3(4.0)		6(2.8)
	3~4cm 작다	52(38.2)	27(35.5)	23(31.9)	32(42.7)	20(45.5)	79(37.1)
	1~2cm 작다	77(56.6)	48(63.2)	45(62.5)	40(53.3)	24(54.5)	126(59.2)
	소계	136(100)	76(100)	72(100)	75(100)	44(100)	213(100)
매우 타이트하다	7~8cm 작다	21(15.6)	7(9.2)	8(11.1)	11(14.9)	5(11.4)	28(13.2)
	5~6cm 작다	59(43.7)	23(30.3)	24(33.3)	36(48.6)	17(38.6)	82(38.7)
	3~4cm 작다	45(33.3)	34(44.7)	31(43.1)	21(28.4)	15(34.1)	80(37.7)
	1~2cm 작다	10(7.4)	12(15.8)	9(12.5)	6(8.1)	7(15.9)	22(10.4)
	소계	135(100)	76(100)	72(100)	74(100)	44(100)	212(100)

을 것이다. 또한, 모든 평가문구에 대해 ‘적당 하다’를 기준으로 수리적 대칭관계를 이루는 것이 아니라 전체적으로 1~2cm 더 여유롭게 인식됨을 알 수 있었으며, 특히, ‘매우 타이트하다’에 대해서는 연령별 인식의 차이가 있음을 알 수 있었다.

3. 티셔츠 부위별 여유량

어깨여유, 목과입 3곳(앞목과입, 뒤목과입, 옆목과입), 소매길이, 가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레 등의 부위별 티셔츠 치수 및 소비자 신체치수를 측정하여 그 차이를 분석함으로써 실질적인 여유량을 파악하였으며 이를 티셔츠 착용자들이 평가한 여유량 평가 등급에 따라 비교하였다. 티셔츠의 부위별 실제 여유량 평균과 5%, 25%, 50%, 75%, 95%의 여유량을 살펴보고 5~95% 범위의 여유량에 대해 보다 구체적인 분포를 파악하기 위해 부위에 따라 1~3cm간격으로 여유량 구간을 구분하여 각 구간별 분포를 살펴보았다.

어깨와 목과입의 실제 여유량과 분포를 살펴보면<표 4~표 5> 어깨여유의 평균은 -0.3cm, 5~95%에 해당하는 여유량 범위는 -3.0~3.0cm로 대부분의 소비자들이 어깨여유로 약 3cm 정도 작거나 큰 티셔츠를 착용함을 알 수 있다. 분포가 가장 많은 구간은 -1cm(24.2%) > 0cm(21.2%) > 1cm(17.0%) 순이었으며 연령별로 살펴보면 35~59세 집단도 전체적 경향과 같이 -1~1cm 구간이 많은 편이었으나 18~34세는 0cm(24.5%) > -1cm(21.8%) > -2cm(18.2%) 순으로 크게 입는 경우가 적고 어깨 위치에 잘 맞게 입거나 약간 작게 착용하는 편이었다. 옆목과입의 평균은 3.2cm, 5~95% 범위는 0.5~7.0cm로 성인여성의 어깨길이 평균이 12.4~12.8cm임을 고려할 때(기술표준원, 2004) 어깨길이의 약 50% 이내로 파인 티셔츠를 주로 착용한다고 할 수 있다. 분포가 가장 많은 구간은 연령별 차이 없이 1cm(20.1%) > 3cm(19.5%) > 4cm(17.0%) 순이었다. 앞목과입은 평균이 6.5cm이었으며 5~95% 범위는 0~11.0cm이었다. 목과입 중 범위가 가장 넓은 부위여서 2cm 씩 묶어 분포를 재분석한 결과 18~34세는 4~5cm(24.5%) 구간이 가장 많았으나 35~59세는 8~9cm(26.4%)가 많아 나이가 많은 소비자가 더 파진 앞목디자인의 티셔츠를 입고 있었다. 뒤목과입은 평균이 2.9cm이며 5~95% 범위는 0~6.0cm로 가장 파입의 범위가 작았고 연령별 차이 없이 2cm(23.2%) > 1cm(18.7%)의 파입이 많았다.

둘레부위의 평균 여유량을 살펴보면<표 4> 가슴둘레

의 평균 여유량은 6.2cm이었고 허리둘레는 14.7cm, 엉덩이둘레는 4.5cm로 엉덩이둘레의 여유가 가장 적고 허리둘레의 여유가 가장 많았다. 연령집단별로 비교하면, 가슴둘레와 허리둘레의 평균 여유량이 유의적으로 달라, 가슴둘레 여유량의 18~34세 평균은 7.2cm, 35~59세 평균은 4.3cm, 허리둘레 여유량의 18~34세 평균은 16.3cm, 35~59세 평균은 11.5cm로 가슴둘레와 허리둘레 모두 18~34세의 여유량이 유의적으로($p < .05$) 컸다.

둘레부위의 5~95% 여유량 범위를 살펴보면<표 6> 가슴둘레는 -8~21cm, 허리둘레는 -1.8~36cm, 엉덩이둘레는 -10~25cm로 허리둘레는 가슴둘레나 엉덩이둘레에 비해 신체치수보다 작게 입는 경우가 매우 적음을 알 수 있다. 가슴둘레 여유량의 범위 역시 연령집단간 차이를 보여 18~34세는 -8~26cm였으나 35~59세는 -11~9cm로 나이가 많은 집단의 가슴둘레 여유량 범위가 작았다. 그러나 가장 분포가 많았던 구간은 18~34세 4~6cm(21.8%), 35~59세 7~9cm(23.3%)로 오히려 35~59세의 여유량 구간이 더 컸다. 가장 많이 분포한 구간을 가장 일반적으로 받아들이는 여유량 구간으로 볼 수 있으므로 평균비교에서 나타난 유의차를 연령이 많은 집단이 더 작은 가슴둘레를 선호하는 것으로 해석하는 것은 무리가 따른다고 하겠다. 다만, 체형변화가 시작되는 시기를 30세 중반 이후로 볼 때, 체형변화로 인해 둘레부위의 신체치수가 커짐에 따라 35~59세 가슴둘레의 평균 여유량이 작게 나왔다고 하겠다.

허리둘레 여유량의 5~95% 범위는 -1.8~36cm이었으며 평균비교에서 연령집단간 유의차가 나타난 것과 같이 5~95% 범위도 연령집단간 차이를 보여 18~34세는 1~37cm였으나 35~59세는 -3~31.5cm로 전체적으로 작아졌음을 알 수 있다. 이 결과 또한 35세 이후 진행된 둘레치수의 증가로 인해 나타난 결과로 해석할 수 있다. 한편, 허리둘레 여유량의 구간별 분포 특성을 살펴보면 다른 부위와 달리 집중적으로 분포한 구간이 없고 5%이상의 분포를 나타낸 범위가 1~24cm로 매우 넓게 퍼져 있었으며 대체로 1~3cm, 4~6cm, 7~9cm 구간이 10% 이상의 분포를 보였다.

엉덩이둘레의 경우, 가슴둘레나 허리둘레와 달리 연령간 평균 차이는 나타나지 않았으나 가슴둘레나 허리둘레에 비해 신체치수 보다 작게 입는 경우가 많았다. 이러한 경향은 18~34세 집단에서 더욱 뚜렷하여 18~34세는 4~6cm 구간의 분포가 11.7%, -3~0cm 구간이 16.5%로 모두 10%이상을 보였으나 35~59세는 4~6cm 구간은 5.9%, -3~0cm 구간은 11.8%였다.

〈표 4〉 연령집단에 따른 티셔츠 부위별 실제여유량

단위:cm

구분		통계값	평균	t	유의확률	5%	25%	50%	75%	95%
어깨여유	18~34세	-0.4	-0.838	0.401	-3.0	-1.5	-0.3	0.5	3.0	
	35~59세	-0.1			-3.0	-1.0	0.0	1.0	2.5	
	소계	-0.3			-3.0	-1.3	-0.3	0.5	2.5	
옆목과임	18~34세	3.1	-0.570	0.570	0.5	1.5	3.0	4.0	6.0	
	35~59세	3.3			0.0	1.5	3.0	5.0	7.0	
	소계	3.2			0.5	1.5	3.0	4.3	7.0	
앞목과임	18~34세	6.7	0.935	0.352	1.0	4.0	6.0	10.0	14.0	
	35~59세	6.1			0.0	2.5	6.0	9.0	11.0	
	소계	6.5			1.0	4.0	6.0	9.0	14.0	
뒤목과임	18~34세	3.1	1.660	0.099	0.0	1.0	2.5	4.0	6.0	
	35~59세	2.5			0.0	1.0	2.0	4.0	6.0	
	소계	2.9			0.0	1.0	2.0	4.0	6.0	
소매길이	18~34세	17.1	-0.385	0.701	4.5	12.0	15.8	20.0	28.5	
	35~59세	17.9			4.0	12.0	15.0	18.0	47.0	
	소계	17.4			4.0	12.0	15.5	20.0	44.0	
가슴둘레여유	18~34세	7.2	2.277	0.024	-8.0	2.0	6.0	12.0	26.0	
	35~59세	4.3			-11.0	0.5	4.7	9.0	14.0	
	소계	6.2			-8.0	1.0	6.0	11.0	21.0	
허리둘레여유	18~34세	16.3	2.539	0.012	1.0	6.0	13.0	24.0	37.0	
	35~59세	11.5			-3.0	4.5	9.8	17.0	31.5	
	소계	14.7			-1.8	6.0	12.0	22.5	36.0	
엉덩이둘레여유	18~34세	4.2	-0.412	0.681	-11.0	-2.0	4.0	9.0	25.5	
	35~59세	4.9			-8.0	0.0	3.0	10.0	25.0	
	소계	4.5			-10.0	-1.0	3.0	10.0	25.0	

〈표 5〉 어깨와 목과임의 티셔츠 여유량 구간별 분포

단위:%

구분		여유량(cm)	-3.4~-2.5	-2.4~-1.5	-1.4~-0.5	-0.4~0.4	0.5~1.4	1.5~2.4	소계
어깨여유	18~34세		5.5	18.2	21.8	24.5	16.4	4.5	90.9
	35~59세		9.1	9.1	29.1	14.5	18.2	10.9	90.9
	소계		6.7	15.2	24.2	21.2	17.0	6.7	90.9
구분		여유량(cm)	0.5~1.4	1.5~2.4	2.5~3.4	3.5~4.4	4.5~5.4	5.5~6.4	소계
옆목과임	18~34세		21.2	15.4	20.2	19.2	5.8	11.5	93.3
	35~59세		18.2	16.4	18.2	12.7	9.1	12.7	87.3
	소계		20.1	15.7	19.5	17.0	6.9	11.9	91.2
구분		여유량(cm)	-0.4~1.4	1.5~3.4	3.5~5.4cm	5.5~7.4	7.5~9.4	9.5~11.4	소계
앞목과임	18~34세		5.7	14.2	24.5	17.0	13.2	15.1	89.6
	35~59세		7.5	18.9	15.1	13.2	26.4	13.2	94.3
	소계		6.3	15.7	21.4	15.7	17.6	14.5	91.2
구분		여유량(cm)	-0.4~0.4	0.5~1.4	1.5~2.4	2.5~3.4	3.5~4.4	4.5~5.4	소계
뒤목과임	18~34세		14.9	18.8	20.8	12.9	16.8	11.9	96.0
	35~59세		11.1	22.2	27.8	11.1	7.4	13.0	92.6
	소계		13.5	18.7	23.2	12.3	14.8	12.3	94.8

〈표 6〉 가슴둘레, 허리둘레 및 엉덩이둘레의 티셔츠 여유량 구간별 분포

단위: %

구분	여유량(cm)	구분											
		-6~-4	-3~0	1~3	4~6	7~9	10~12	13~15	16~18	19~21	22~24	25~27	소계
가슴 둘레	18~34세	5.9	10.9	8.4	21.8	12.6	14.3	4.2	5.9	3.4	1.7	2.5	91.6
	35~59세	5.0	11.7	16.7	15.0	23.3	10.0	8.3	-	1.7	-	-	91.7
	소계	5.6	11.2	11.2	19.6	16.2	12.8	5.6	3.9	2.8	1.1	1.7	91.6
허리 둘레	18~34세	-	4.2	11.8	10.9	10.1	10.1	7.6	6.7	6.7	7.6	4.2	79.8
	35~59세	1.7	5.0	11.7	15.0	13.3	8.3	10.0	11.7	6.7	8.3	-	91.7
	소계	0.6	4.5	11.7	12.3	11.2	9.5	8.4	8.4	6.7	7.8	2.8	83.8
엉덩이 둘레	18~34세	11.7	16.5	12.6	20.4	5.8	6.8	6.8	1.0	1.9	1.0	3.9	88.3
	35~59세	5.9	11.8	29.4	7.8	3.9	17.6	2.0	3.9	2.0	-	5.9	90.2
	소계	9.7	14.9	18.2	16.2	5.2	10.4	5.2	1.9	1.9	0.6	4.5	89.0

티셔츠 착용상태에서 5점 척도로 각 부위별 여유정도를 평가하였으며 각 평가등급별 실제여유량을 살펴보았다<표 7>. 모든 부위에서 소비자들이 평가한 여유등급에 따라 실제 여유량이 유의수준 0.05이하로 달랐고 어깨여유, 앞목과임, 소매길이와 가슴여유, 허리여유, 엉덩이여유는 유의수준 0.001이하로 뚜렷이 달랐다. 특히, 어깨여유는 대부분 -3~3cm였으며 -1~1cm 구간의 분포가 많아 여유량 차이가 크지 않았음에도 불구하고 뚜렷한 유의차를 보인 것은 주목할 만 한 결과라 하겠다. 모든 부위의 실제 여유량은 평가문구가 넉넉해질수록 커졌으나, 같은 평가문구라도 부위에 따라 실제 여유량은 큰 차이를 보였다. 예를 들어, 사후분석에서 평가문구별 평균 여유량이 유의적으로 달랐던 ‘약간 타이트하다’와 ‘약간 넉넉하다’의 경우, 어깨여유에서는 각각 -1.3cm와 0.1cm로 등급간 여유량 차이가 크지 않은 반면 가슴둘레에서는 1.3cm와 6.1cm로 등급 간 차이가 매우 컸다.

부위별로 평가등급별 여유량을 살펴보면, 어깨여유에 대해서는 ‘약간 좁다’ 1.3cm, ‘적당하다’ -0.2cm, ‘약간 넓다’ -0.1cm, ‘매우 넓다’ 0.9cm로 나타났으며 사후분석 결과 유의적으로 3개의 여유등급, ‘약간 좁다’, ‘적당하다’ ~ ‘약간 넓다’, 그리고 ‘매우 넓다’로 구분되었다. 따라서 대체로 1cm 간격으로 여유정도에 대한 평가가 달라짐을 알 수 있었다. 앞목과임의 경우, $p < .05$ 로 유의차가 가장 약하게 나타난 부위이며 사후분석에서 평가등급간 차이는 뚜렷이 구별되지 않았다. 앞목과임은 ‘매우 얇다’ 2.1cm, ‘약간 얇다’ 3.7cm, ‘적당하다’ 6.3cm, ‘약간 깊다’ 8.3cm, ‘매우 깊다’ 12.5cm로 나타났고 사후분석 결과, ‘매우 얇다’ ~ ‘약간 얇다’, ‘약간 깊다’, ‘매우 깊다’의 3 등급간 차이가 뚜렷하였으며 약 4cm 간격으로 소비자들의 평가등급이 달라졌다.

소매길이는 반팔, 7부, 긴팔 등 소매 디자인에 따라 평가가 달라질 수 있으며 연구가 하절기에 진행되었기 때문에 반팔 소매만 분석하였다. 반팔소매는 성인여성의 위팔길이 평균, 30.4~30.9cm를(기술표준원, 2004) 기준으로 30.9cm보다 짧은 소매길이를 반팔로 국한하였다. 그 결과 ‘매우 짧다’ 6.8cm, ‘약간 짧다’ 12.7cm, ‘적당하다’ 14.9cm, ‘약간 길다’ 19.4cm, ‘매우 길다’ 22.5cm로 나타났고 ‘매우 길다’로 답한 경우도 위팔길이보다 대체로 7~8cm 짧아 티셔츠 반팔의 일반적 길이는 7~23cm 내외임을 알 수 있다. 사후분석 결과, 유의적으로 4개의 등급으로 구분되었으며 약 5~6cm 차이로 다른 길이로 인식함을 알 수 있었다. 옷길이는 ‘약간 짧다’ 56.7cm, ‘적당하다’ 58.3cm, ‘약간 길다’ 64.4cm, ‘매우 길다’ 67.6cm로 나타났으며 사후분석 결과 유의적으로 ‘약간 짧다’, ‘적당하다’ ~ ‘약간 길다’, 및 ‘매우 길다’의 서로 다른 3 등급으로 분석되어 약 4cm 간격으로 평가가 달라짐을 알 수 있다. 특히, ‘약간 짧다’~‘적당하다’와 ‘약간 길다’~‘매우 길다’의 옷길이 평균을 성인여성의 뒤목높이에서 엉덩이높이를 뺀 치수, 57.4~58.8cm와(기술표준원, 2004) 비교할 때, 엉덩이둘레 측정위치를 기준으로 엉덩이둘레선에 못 미치는 경우를 짧거나 적당한 길이로, 엉덩이둘레선보다 내려오는 경우를 긴 길이로 인식함을 알 수 있었으며 따라서 엉덩이둘레 위치가 옷길이 구분의 기준으로 활용될 가능성을 보여준 결과라 하겠다.

둘레부위의 평가등급간 여유량 평균을 비교하면 가슴둘레여유, 허리둘레여유 및 엉덩이둘레여유 모두 $p < .001$ 이하로 유의적 차이를 보였으며 사후분석결과 ‘약간 타이트하다’와 ‘약간 넉넉하다’ 및 ‘매우 넉넉하다’의 여유량이 뚜렷이 달랐다. ‘약간 타이트하다’와 ‘약간 넉넉하다’의 여유량 차이는 가슴둘레 4.8cm, 허리둘레 6.5cm, 엉

덩이둘레 5.6cm이었다. 그러나 ‘약간 넉넉하다’와 ‘매우 넉넉하다’의 실제 여유량 차이는 이보다 훨씬 커 가슴둘레 여유는 10.6cm, 허리둘레여유는 11.4cm, 엉덩이둘레 여유는 7.7cm 차이를 보였다.

부위별 여유량간의 상호 관계를 파악함으로써 여유량에 가장 큰 영향력을 미치는 부위를 객관적으로 분석하기 위해 상관관계를 살펴보았으며<표 8> 몸통체형과 둘레여유의 관계를 파악하고자 가슴둘레와 허리둘레의 차이(드롭 1)와 가슴둘레와 엉덩이둘레의 차이(드롭 2)를 상

<표 7> 여유량 평가문구에 따른 부위별 실제 여유량 분석

구분	여유량 평가	평가구분					소계	F
		매우 (타이트하다, 좁다, 얇다, 짧다)	약간 (타이트하다, 좁다, 얇다, 짧다)	적당하다	약간 (넉넉하다, 넓다, 깊다, 길다)	매우 (넉넉하다, 넓다, 깊다, 길다)		
어깨여유	빈도	-	33	98	46	21	198	6.963***
	평균	-	-1.3A	-0.2B	-0.1B	0.9C	-0.3	
옆목과입	빈도	-	13	108	71	7	199	3.051*
	평균	-	2.4A	2.9A	3.8A	2.9A	3.2A	
앞목과입	빈도	4	25	114	53	3	199	7.872***
	평균	2.1A	3.7A	6.3AB	8.3B	12.5C	6.5	
소매길이	빈도	6	22	85	27	2	142	14.056***
	평균	6.8A	12.7B	14.9BC	19.4CD	22.5D	15.2	
옷길이	빈도	-	12	123	55	10	200	5.700**
	평균	-	56.7A	58.3AB	64.4BC	67.6C	60.5	
가슴둘레여유	빈도	-	36	73	63	28	200	21.086***
	평균	-	1.3A	4.9AB	6.1B	16.7C	6.3	
허리둘레여유	빈도	-	28	72	68	31	199	12.853***
	평균	-	8.1A	13.0AB	14.6B	26.0C	14.8	
엉덩이둘레여유	빈도	3	27	85	65	21	201	8.464***
	평균	-1.0A	-7A	2.8AB	5.3B	13.0C	4.5	

* $p<0.5$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

<표 8> 티셔츠 여유량의 부위별 상관관계

	어깨여유	옆목과입	앞목과입	뒤목과입	소매길이	옷길이	가슴여유	허리여유	엉덩이여유	드롭1	드롭2
어깨여유	1										
옆목과입	-.252**	1									
앞목과입	-.180*	.253**	1								
뒤목과입	-0.101	.277**	0.063	1							
소매길이	0.146	-.184*	-.203*	-0.013	1						
옷길이	0.103	-0.103	-0.078	-.317**	0.084	1					
가슴여유	.390**	-0.111	-.203*	-0.105	0.152	.353**	1				
허리여유	.301**	-0.021	-0.112	-0.007	0.041	.383**	.577**	1			
엉덩이여유	.280**	-0.001	-0.056	-0.034	-0.05	.320**	.718**	.516**	1		
드롭1	-0.145	0.127	.164*	0.068	-0.12	0.012	-.195**	0.104	-0.058	1	
드롭2	-0.042	-0.092	-.264**	-0.005	0.08	-0.016	.198*	.184*	-0.09	-.337**	1

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, 드롭1은 가슴둘레와 허리둘레의 차이, 드롭2는 가슴둘레와 엉덩이둘레의 차이를 뜻함

관분석에 포함하였다. 다른 부위와 가장 많은 유의적 상관을 보인 부위는 어깨여유로 옆목파임, 앞목파임, 소매길이, 가슴여유, 허리여유, 엉덩이여유와 상관관계가 많았다. 설문조사 결과에서 소비자들이 가장 중시하는 맞음새 부위인 가슴둘레도 어깨여유 다음으로 많은 상관을 보여 어깨여유, 앞목파임, 옷길이, 허리여유, 엉덩이여유, 드롭 1, 드롭 2와 상관관계를 보였다. 다만, 18~34세, 직장인과 학생이 중요하게 여긴 옷길이는 뒤목파임과 가슴여유, 허리여유 및 엉덩이여유와 유의적 상관을 보여 가슴여유에 비해 영향력이 적었다. 이와 같이 어깨와 가슴둘레 여유는 다른 부위의 여유에 가장 큰 영향을 미치는 부위이며 따라서 전체 여유를 결정하는 대표부위라 하겠다. 특히 소비자 설문조사 결과에서 중요부위로 꼽히지 않았던 어깨여유는 소비자들이 중요성을 인식하지 못하고 있으나 티셔츠 전체 여유에 영향력이 큰 부위임을 알 수 있으므로 판매자와 소비자간에 여유량에 대한 보다 효율적인 소통을 위해 활용될 필요가 있다고 하겠다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 성인여성의 티셔츠 구입 특성과 맞음새 특징을 파악하기 위해 구입, 착용에 대해 조사하고 더불어 소비자들이 실제로 착용하고 있는 티셔츠의 부위별 여유량과 그에 대한 여유평가 등급을 비교함으로써 각 부위별 여유량 특성을 파악하고자 하였다. 이러한 티셔츠 착용경향 및 여유량과 맞음새에 대한 기초 자료는 간접착용의 의복구매환경에서 판매자와 소비자가 소통을 위해 활용할 수 있는 자료가 될 뿐 아니라 맞음새 관련 연구 및 패턴제작의 기초 자료로 활용될 것으로 생각한다. 본 연구의 대상은 18~59세 성인여성 215명이었다.

티셔츠 구입 현황 및 특징을 살펴보면, 18~34세는 대체로 21~30벌 정도를 보유하고 있어 35~59세보다 더 많이 보유하고 있었고 연간 티셔츠 구입수도 6~10벌로 유의적으로 많았다. 직업별로는 학생이 21~30벌로 직장인이나 주부의 11~20벌보다 많이 보유하고 있었으며 연간 구입은 학생과 주부가 6~10벌로 직장인의 3~5벌보다 많았다. 과거 티셔츠가 홈웨어, 타운웨어 또는 스포츠웨어로 활용되던 것과 달리 주로 외출복으로 활용되어 일주일에 3~5일 착용하거나 거의 매일 착용하고 있었으며 가격이 저렴한 대형마트나 상설할인매장, 재래시장보다 백화

점, 브랜드 대리점이나 직영점 등에서 구입하는 경우가 많았다. 다만, 18~34세와 학생은 홈쇼핑이나 인터넷쇼핑과 같은 전자상거래를 통해 구입하는 경우가 유의적으로 많았다. 구입시 중시하는 기준은 디자인, 소재, 맞음새, 색상 순이었으며 중시하는 맞음새 부위는 18~34세나 학생 또는 직장인의 경우 옷길이 이었고, 35~59세나 주부는 가슴둘레였다. 허리둘레는 10~20%만이 중요하게 생각해 비교적 중요도가 떨어지는 부위였다. 선호무늬는 무늬없음 > 스트라이프 > 기하학적 무늬 순이었으며 다음으로 18~34세 캐릭터 문양을 35~59세는 자연물을 선호하였다.

여유량 평가연구나 전자상거래에서 의복의 맞음새를 설명할 때 주로 사용하는 ‘넉넉하다’, ‘적당하다’ 및 ‘타이트하다’에 대해 티셔츠 착용자들이 일차적으로 인식하는 크기 및 경향을 조사한 결과, ‘매우 넉넉하다’는 5~6cm 여유를, ‘약간 넉넉하다’는 3~4cm 여유를, ‘적당하다’는 1~2cm 여유를, ‘약간 타이트하다’는 1~2cm 작은 경우를, ‘매우 타이트하다’는 연령집단에 따라 3~4cm 작은 경우 또는 5~6cm 작은 경우로 인식되고 있었다. 또한, 모든 평가문구에 대해 ‘적당하다’를 기준으로 수리적 대칭관계를 이루는 것이 아니라 전체적으로 1~2cm 더 여유로운 쪽으로 인식되는 경향이 나타났으며 특별한 설명이 없는 경우, 대체로 둘레부위의 여유를 평가하는 경향을 보였다. 따라서 넉넉한 경우보다 타이트한 경우 소비자집단에 따라 기대하는 여유가 다를 수 있음을 알았으며 구체적으로 여유량에 대한 소비자들의 인식과 그 특징을 구체적으로 분석할 필요가 있음을 알 수 있었다.

티셔츠부위별 실제여유량을 살펴본 결과, 어깨여유는 대체로 -3~3cm이었으나 45.4%가 -1~1cm 여유를 착용하고 있었고 옆목파임은 대체로 0.5~7.0cm로 성인여성 어깨길이의 약 50% 이내의 파임을 받아들였고 그중 72.3%가 1~4cm 파임이었다. 앞목파임은 목파임 중 여유량 범위가 가장 넓어 0~11.0cm이었고 18~34세는 4~5cm, 35~59세는 8~9cm 구간의 분포가 많아 나이가 많은 소비자가 더 파진 앞목디자인을 선호한다고 하겠다. 뒤목파임은 0~6.0cm로 가장 파임의 범위가 작았고 1~2cm 파임이 많았다.

몸통 부위의 경우, 가슴둘레 평균 여유량은 6.2cm 허리둘레는 14.7cm, 엉덩이둘레는 4.5cm로 엉덩이둘레의 여유가 가장 작고 허리둘레의 여유가 가장 컸다. 범위를 보면 가슴둘레는 -8~21cm, 허리둘레는 -1.8~36cm, 엉덩이둘레는 -10~25cm로 가슴둘레나 엉덩이둘레에 비해 허

리둘레는 신체치수보다 작게 입는 경우가 적은 편이었으며 구간별 분포에서도 집중된 구간 없이 넓게 퍼지는 경향을 보였다.

연령별로 비교하면 가슴둘레 여유량은 18~34세가 7.2cm, 35~59세 평균은 4.3cm이었고 허리둘레 여유량은 18~34세가 16.3cm, 35~59세가 11.5cm로 가슴둘레와 허리둘레 모두 18~34세의 여유량이 유의적으로 컸다. 그러나 가장 많은 분포를 보인 가슴둘레 여유량 구간은 35~59세 7~9cm로 18~34세 4~6cm보다 더 컸다. 가장 많은 분포가 나타난 여유를 가장 일반적으로 받아들이는 여유로 볼 수 있으므로 평균비교에서 나타난 유의차를 나이든 집단이 더 작은 가슴둘레를 선호하는 것으로 해석하기는 힘들다고 하겠다. 다만, 체형변화가 시작되는 시기를 30세 중반 이후로 볼 때, 체형변화로 인해 둘레부위의 신체치수가 커짐에 따라 35~59세 가슴둘레의 평균 여유량이 작게 나왔다고 하겠다. 엉덩이둘레는 가슴둘레나 허리둘레와 달리 연령간 차이는 나타나지 않았으나 가슴둘레나 허리둘레에 비해 신체치수 보다 작게 입는 경우가 많았고 이러한 경향은 18~34세 집단에서 더욱 뚜렷하였다.

티셔츠 실제여유량과 5점 척도로 평가한 여유등급을 비교하면, 모든 부위에서 여유등급에 따라 실제 여유량이 유의수준 0.05이하로 달랐고 특히, 어깨여유, 앞목과임, 소매길이와 가슴여유, 허리여유, 엉덩이여유는 유의수준 0.001이하로 뚜렷이 달라 소비자들이 여유정도를 더 민감하게 평가하는 부위임을 알 수 있었다. 특히, 어깨여유량 분석에서 대체로 -3~3cm의 여유를, 45.1%가 -1~1cm의 여유를 착용하여 그 차이가 크지 않았음에도 불구하고 뚜렷한 유의차로 여유정도를 다르게 평가한 점은 주목할 만한 결과라 하겠다.

또한, 사후분석을 통해 평가등급간 여유량의 구체적인 차이를 살펴보면, 어깨여유는 ‘약간 좁다’, ‘적당하다’~‘약간 넓다’, ‘매우 넓다’의 3등급으로 구분되었으며 대체로 1cm 간격으로 여유정도가 다르게 평가됨을 알 수 있었다. 앞목과임은 ‘매우 얇다’~‘약간 얇다’, ‘약간 깎다’, ‘매우 깎다’의 3 등급간 차이가 뚜렷하여 약 4cm 간격으로 소비자들의 평가등급이 달라졌다. 반팔 소매길이는 7~23cm로 성인여성의 위팔길이보다 7~8cm 이상 짧았고 유의적으로 약 5~6cm 간격으로 4개의 다른 등급으로 구분되었으며 옷길이는 ‘약간 짧다’, ‘적당하다’~‘약간 길다’, ‘매우 길다’의 3등급간 차이가 뚜렷하여 약 4cm 간격으로 평가가 달라짐을 알 수 있다. 특히, 성인여성의 뒤목높이에서 엉덩이높이를 뺀 치수가 57.4~58.8cm(기술

표준원, 2004) 입을 고려할 때, 58.3cm 이하를 짧거나 적당하다로, 64.4cm 이상을 길다로 평가한 결과는 엉덩이둘레 측정위치를 기준으로 엉덩이둘레선에 못 미치는 경우를 짧거나 적당한 길이로, 엉덩이둘레선보다 내려오는 경우를 긴 길이로 인식함을 나타내며 따라서 엉덩이둘레 위치가 옷길이 구분의 기준으로 활용될 가능성을 보여준 결과라 하겠다.

가슴둘레여유, 허리둘레여유 및 엉덩이둘레여유의 경우 ‘약간 타이트하다’와 ‘약간 넉넉하다’ 및 ‘매우 넉넉하다’의 실제여유량이 유의적으로 다르게 구분되었으며 ‘약간 타이트하다’와 ‘약간 넉넉하다’의 실제 여유량 차이는 가슴둘레 4.8cm, 허리둘레 6.5cm, 엉덩이둘레 5.6cm이었으며 ‘약간 넉넉하다’와 ‘매우 넉넉하다’의 차이는 각각 10.6cm, 11.4cm, 7.7cm로 차이가 더 컸다.

부위별 여유량에 가장 큰 영향력을 미치는 부위는 어깨여유로 옆목과임, 앞목과임, 소매길이, 가슴여유, 허리여유, 엉덩이여유와 상관관계가 높았다. 설문조사 결과에서 소비자들 가장 중시했던 가슴둘레도 어깨여유 다음으로 많은 상관을 보여 어깨여유, 앞목과임, 옷길이, 허리여유, 엉덩이여유, 드롭 1, 드롭 2와 상관관계를 보였다. 다만, 18~34세, 직장인과 학생이 중요하게 여긴 옷길이는 뒤목과임과 가슴여유, 허리여유 및 엉덩이여유와 유의적 상관을 보여 가슴여유에 비해 영향력이 떨어졌다. 따라서 어깨와 가슴둘레여유는 다른 부위의 여유에 가장 큰 영향을 미치는 부위로 전체 여유를 결정하는 대표부위라 하겠다. 특히 소비자 설문조사에서 중요부위로 꼽히지 않았던 어깨여유는 소비자들 중요성을 인식하지 못하고 있으나 티셔츠 전체 여유에 영향력이 큰 부위이므로 판매자와 소비자 간의 보다 효율적인 소통을 위해 활용될 필요가 있다고 하겠다.

이상과 같이 티셔츠 착용자들은 여유량에 따라 뚜렷한 평가등급을 인식하고 있었으며 그 정도는 부위별로 차이가 있었고 다른 부위의 여유량에 영향력이 큰 부위가 존재함을 알 수 있었다. 따라서 의복 아이템별로 다양한 연구를 통해 소비자가 인식하는 여유량과 중요 여유량 부위에 대한 구체적인 데이터베이스를 마련할 필요가 있다고 생각된다. 특히, 본 연구 결과 ‘적당하다’에 대한 여유량은 모든 부위에서 다른 평가등급과 유의적으로 뚜렷이 구분되지 않아 매우 아쉬우며 추후 연구를 통해 ‘적당하다’에 대한 소비자들의 기대 여유량에 관해 구체적으로 밝혀지길 희망한다.

주제어: 연령집단, 여유량, 맞춤새, 티셔츠, 성인여성

참 고 문 헌

- 강명희. (2006). 패션전자상거래 맞춤새 향상을 위한 치수체계에 관한 기초 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 강여선. (2007). 신체 특성에 따른 타겟 연령별 치수 호칭 설정. **복식문화연구**, **15(1)**, 137-151.
- 권순호. (2004). 여성 니트웨어의 구매실태와 불만족에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- 김성희. (2009). 대형 인터넷 쇼핑몰 이용자의 쇼핑경향, 가격지각 및 구매만족도에 관한 연구. 계명대학교 석사학위논문.
- 김세영. (2005). 50대 여성이 선호하는 바지 여유량 연구. 경희대학교 박사학위논문.
- 기술표준원. (2004). **제5차 한국인 인체치수조사사업 보고서**. 서울:기술표준원.
- 설경희. (2000). 신축성 직물 스커트의 체형별 여유분에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
- 정혜락, 함옥상. (1999). 중년 여성의 길원형설계를 위한 체형분석. **대한가정학회지**, **37(9)**, 321-333.
- 황수현. (2009). 드레스 셔츠의 맞춤새별 여유량에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.

접 수 일 : 2010. 12. 22.
수정완료일 : 2011. 01. 11.
게재확정일 : 2011. 01. 20.