

홍콩 성인 여성의 유방에 대한 카텍시스 및 브래지어 선호도 연구

차수정[†] · Kristina Shin*

우송대학교 뷰티디자인학과 패션전공

홍콩폴리텍대학교 의류학과*

Hong Kong Chinese Breast Cathexis and Brassiere Design Preferences

Sujoung Cha[†] and Kristina Shin*

Major of Fashion, Dept. of Beauty Design, Woosong University

Institute of Textiles & Clothing, The Hong Kong Polytechnic University*

(2011. 4. 12. 접수일 : 2011. 5. 2. 수정완료일 : 2011. 8. 1. 게재확정일)

Abstract

This study investigates the breast cathexis and brassiere design preferences of Chinese citizens living in Hong Kong in order to provide marketing intelligence for bra manufacturers whose target customers are from this group of potential customers. A questionnaire composed of questions concerning breast shape evaluations, brassiere design preferences, and brassiere purchase and wear practices was administered to 165 Hong Kong Chinese female undergraduates(N=165). For an analysis of our data, we used the SPSS program(version 14.0). The results indicate that a majority of Hong Kong Chinese female undergraduates perceive their breasts as 'slightly smaller than normal' (n=59, 35.8%) or 'normal'(n=78, 47.3%) in volume, and 'conical'(n=77, 46.7%) or 'flat'(n=46, 27.9%). The results also suggest that Hong Kong Chinese women possess positive breast cathexis, with only a third of the respondents reporting dissatisfaction with their breasts. Women with dome-shaped breasts expressed the most positive breast cathexis, followed by those with cone-shaped breasts. The results also show that Hong Kong Chinese typically purchase 2 brassieres per year, which is a lower purchasing rate than their counterparts in Korea(Cha & Sohn, 2010) and Taiwan(ICT Life Style Research Center, 2004). The findings also demonstrate that the preferred brassiere color is black(57%), unlike in Korea, where women prefer skin-colored brassieres.

Key words: brassiere preference (브래지어 선호도), breast cathexis(유방 카텍시스), purchase practice(구매 실태), wear practice(착용 실태).

I. 서론

의복은 신체를 감싸고 보호하는 실용적인 역할 뿐만 아니라 착용자의 바디이미지 형성에 중요한 역할을 하므로 단순하게 다루어질 문제가 아니다.

또한, 의복 착용은 착용자의 사회적 지위를 나타내 주고 자존감을 높여 준다는 점에서 신체 카텍시스(body cathexis) 형성과 깊은 관계가 있다. 신체 카텍시스는 인간이 자신의 신체에 대해 갖는 만족감 및 불만족감의 정도라 정의할 수 있다.^{1,2)} 이러한 관계를 토대로 황진숙(1996)은 신체 카텍시스를 의

[†] 교신저자 E-mail : carollain@nate.com

복만족도, 의복선호도, 의복구매행동과 같은 의복과 관련된 행동 및 태도와 동일한 것으로 정의하였다.³⁾ 이처럼 의복의 맞음새와 선호도, 구매행동이 신체 카텍시스에 미치는 영향을 살펴보면 겉옷의 실루엣을 받쳐주는 속옷에 관련된 행동 및 태도와 그에 따르는 신체 카텍시스의 이해는 본 연구를 위해 선행되어야 한다.

여성 속옷 중에서도 브래지어는 신체에 가장 밀착되어 입혀지는 기능성 의복으로, 유방의 부드러운 조직을 모아주고 받쳐주는 역할을 하므로 브래지어의 맞음새는 착용자의 건강과 바디이미지 형성에 아주 중요하다. 또한 브래지어는 착용자의 다양한 유방 사이즈와 형태는 물론 다양한 브래지어 디자인 선호도를 충족시켜야 하며, 긍정적인 신체 카텍시스 형성 -특히 유방 카텍시스-을 유도해야 한다.⁴⁾

브래지어가 잘 맞지 않을 경우에는 불편함을 유발하고 심지어는 체형의 변화까지 초래할 수 있다.⁵⁾ 한 연구에 따르면 80%의 여성이 잘못된 사이즈의 브래지어를 착용할 정도로 자신에게 잘 맞는 브래지어를 선택하기는 쉽지 않다.⁶⁾ 그 중에서도 정확한 컵 사이즈 선택의 문제가 가장 많은데⁷⁾, 이는 여성의 유방 사이즈와 형태가 개인에 따라 다양하기 때문이다. 심지어 같은 사람의 경우에도 생리 시기에 따라 유방의 사이즈와 조직, 형태가 매일 달라지기 때문에 정확한 브래지어의 선택이 중요하다.

다. 그러므로 이러한 여성 유방의 특성을 파악하여 브래지어를 디자인하는 것이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 홍콩 성인 여성을 대상으로 유방 카텍시스, 브래지어 착용 및 구매 실태와 선호도에 대해 알아봄으로써 홍콩 시장을 겨냥하여 홍콩 성인 여성에게 적합한 브래지어를 생산하고자 하는 관련 업체에 기초정보를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

I. 신체 카텍시스

신체 카텍시스(body cathexis)는 신체 또는 신체 일부분에 대한 만족 및 불만족의 정도, 긍정적 또는 부정적인 느낌으로 정의될 수 있다.^{8,9)} Secord and Jourard(1953)는 신체 카텍시스를 자신에 대한 느낌이라고 하였는데¹⁰⁾ 맞음새에 대한 만족도, 의복만족도, 의복행동 그리고 의복태도와 관련된 이상적인 신체이미지 충족의 중요성 연구에 주로 이용된다. 신체에 대한 카텍시스는 의복선호도와 태도에 중요한 역할을 한다.

Pisut and Connell(2007)은 높은 신체 카텍시스와 맞음새가 우수한 의복 사이에는 중요한 관계가 있음을 발견하였다. 19~35세를 제외한 모든 연령층에서 아우어글라스(hourglass)형 바디에 대한 카텍시스가 높게 나타났다.¹¹⁾

- 1) K. L. LaBat and M. R. DeLong, "Body Cathexis and Satisfaction with Fit of Apparel." *Clothing and Textiles Research Journal* No. 8 Vol. 2 (1990), pp. 43-48.
- 2) P. Secord and S. Jourard, "The Appraisal of Body Cathexis: Body Cathexis and the Self." *Journal of Consulting Psychology* Vol. 17 (1953), pp. 343-347.
- 3) J. Hwang, "Relation Ships between Body Cathexis, Clothing Benefits Sought, and Clothing Behavior and Effects of Importance of Meeting the Ideal Body Image and Clothing Attitude" (Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA, 1996).
- 4) C. H. M. Hardaker and G. J. W. Fozzard, "Communications: The Bra Design Process- A Study of Professional Practice." *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 9 No. 4 (1997), pp. 311-325.
- 5) D. E. Choi and T. Kurokawa, A Study on Kansei of Japanese and South Korean Women Regarding Brassieres [CD-ROM]. (Tokyo: 6th Asian Design International Conference, G20, 2003).
- 6) M. Spiegel and L. Sebesta, *The Breast Book*, (New York: Workman Publishing, 2002).
- 7) Bras, "Brace Yourselves." *Bras*, September (2004), pp. 16-19.
- 8) K. L. LaBat and M. R. DeLong, op. cit., pp. 43-48.
- 9) P. Secord and S. Jourard, "The Appraisal of Body Cathexis: Body Cathexis and the Self," *Journal of Consulting Psychology* Vol. 17 (1953), pp. 343-347.
- 10) P. Secord and S. Jourard, op. cit., pp. 343-347.
- 11) G. Pisut and L. J. Connell, "Fit Preferences of Female Consumers in the USA," *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 11 No. 3 (2007), pp. 366-379.

황진숙(1996)은 이상적인 신체이미지 충족의 중요성과 신체 카텍시스의 연구를 위해 의복태도와 행동 개념을 사용하였는데, 신체 카텍시스는 의복만족도, 의복선호도, 의복구매행동과 같은 의복과 관련된 행동 및 태도로 정의하였다. 의복태도와 이상적인 신체이미지 충족의 중요성은 신체 카텍시스와 의복이추구의 관계에서 중요한 중재자로서의 역할을 한다고 하였다.¹²⁾

Apeagyei(2008)에 따르면 일반적으로 여성은 자기 신체의 카텍시스에 대한 자아인식을 가지고 있다. 이것은 의복 맞춤새와 선호도뿐만 아니라 신체 이미지와 관련된 자아평가에도 영향을 미친다. 미디어에 노출되면서 여성들은 유명 연예인이나 유명 인사들의 스타일을 추구하게 되는데, 스키니한 스타일의 신체를 이상적이라고 평가하여 거기에 맞추려고 노력한다.¹³⁾

Chattaraman and Rudd(2006)에 따르면 신체이미지와 신체에 대한 카텍시스는 스타일에 대한 미적 선호도와 부적상관관계가 있으며, 하반신과 신체 카텍시스는 전체 신체에 대한 선호도와 상관관계가 있다. 신체사이즈는 스타일 선호도와 상관관계가 있는데, 신체사이즈의 증가는 더 광범위한 신체에 대한 선호도와 상관관계가 있다.¹⁴⁾

신체 카텍시스는 의복 맞춤새와 의복선호도, 의복구매행동까지 영향을 미친다. 그러나 이런 신체 카텍시스도 신체부위에 따라 달라지게 되는데, 상반신, 하반신 등과 같이 큰 카테고리에서의 연구는 이루어지고 있으나, 유방과 같이 특정부위에 대한

카텍시스 연구는 부족하므로 유방에 대한 카텍시스가 브래지어 선호도 및 구매행동에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보도록 하겠다.

2. 의복에 대한 맞춤새 선호도 및 구매행동

의복 및 맞춤새에 대한 선호도는 개인적 선호, 태도, 문화적 영향, 나이, 성별 그리고 유행에 따라 다양하다.^{15,16)} 특히 맞춤새의 경우 개인에 따라 맞춤새에 대해 느끼는 정도가 다르기 때문에 연구에 어려움이 따른다.¹⁷⁾ 편안함, 미적인 면, 착용감 등 여러 요인에 따라 소비자의 의복 및 맞춤새에 대한 선호도는 달라지게 된다.

Manuel et al.(2010)은 흑인 여성의 신체 형태에 대한 신체와 맞춤새 선호도를 연구한 결과, 아우어글라스(hourglass) 형태를 지닌 여성들은 일반적으로 키, 몸무게 그리고 엉덩이, 허벅지 부분 맞춤새에 문제를 가지고 있으며, 배모양(pear-shaped) 신체 형태를 가진 여성은 상반신 또는 하반신, 키, 몸무게, 엉덩이, 허벅지 그리고 복부의 맞춤새에 불만족하였다.¹⁸⁾

Alexander(2005)는 젊은 여성을 대상으로 맞춤새 선호도를 조사한 결과, 신체 형태에 따라 다른 맞춤새 선호도를 가지고 있었다. 직사각형, 배모양 그리고 아우어글라스형 신체 형태를 가진 사람들은 꼭 맞는 의복을 선호하였다. 그러나 역삼각형 신체 형태를 가진 경우에는 자신의 신체에 대한 만족도가 높으며, 혈명한 맞춤새를 선호하였다.¹⁹⁾ Li et al.(2003)은 신체와 맞춤새와의 관계에 대한 연구를 실시한 결과, 배모양의 신체 형태에서는 엉덩이와

12) J. Hwang, op. cit.

13) P. R. Apeagyei, "Significance of Body Image among UK Female Fashion Consumers: The Cult of Size Zero, the Skinny Trend." *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* Vol. 1 No. 1 (2008), pp. 3-11.

14) V. Chattaraman and N. A. Rudd, "Preferences for Aesthetic Attributes in Clothing as a Function of Body Image, Body Cathexis and Body Size." *International Textile and Apparel Association* Vol. 24 No. 1 (2006), pp. 46-61.

15) M. Alexander, L. J. Connell and A. B. Presley, "Clothing Fit Preferences of Young Female Adult Consumers." *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 17 No. 1 (2005), pp. 52-64.

16) J. D. Brown and F. M. Gallagher, "Coming to Terms with Failure: Private Self-enhancement and Public Self-effacement." *Journal of Experimental Social Psychology* Vol. 28 (1992), pp. 3-22.

17) G. Pisut and L. J. Connell, op. cit., pp. 366-379.

18) M. B. Manuel, L. J. Connell and A. B. Presley, "Body Shape and Fit Preference in Body Cathexis and Clothing Benefits Sought for Professional African-American Women," *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* Vol. 3 No. 1 (2010), pp. 25-32.

19) M. Alexander, L. J. Connell and A. B. Presley, "Clothing Fit Preferences of Young Female Adult Consumers," *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 17 No. 1 (2005), pp. 52-64.

허벅지 부분에, 아우어글라스형에서는 가슴부분에, 그리고 사각형의 신체 형태에서는 허리부분에 맞음새의 문제가 발생하였다.

또 Engel et al.(1990)에 의하면 선호도는 넓은 의미로 하였는데, 이는 선호도가 구매행동과 밀접한 관계가 있음을 나타낸다.²⁰⁾

따라서 이상의 결과들을 통해서 신체 카텍시스, 의복맞음새, 의복선호도, 구매행동 간에 상관관계가 있음을 예측해 볼 수 있다. 본 연구는 이들의 상관관계를 살펴보고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

1. 조사 대상

본 연구의 자료 수집을 위해 홍콩 폴리텍대학교에 재학 중인 19~27세의 여대생 중 편의 추출법(convenience sampling)에 의해 선정된 총 180명을 설문 조사한 후 답변이 미비한 12명과 아시아 여성이 아닌 영국과 아일랜드 여성 3명을 제외한 총 165명을 연구 대상으로 하였다.

2. 조사 기간 및 장소

홍콩 20대 여성의 유방에 대한 카텍시스, 브래지어 착용 및 구매 실태와 선호도를 조사하기 위한 설문지는 선행 연구, 전문가의 자문을 기초로 작성된 한국 및 중국 20대 여성을 대상으로 설문조사를 실시한 설문지²¹⁾와 동일한 설문지를 사용하여 2010년 11월 1일부터 2010년 11월 30일까지 홍콩 폴리텍대학교에서 본 설문조사를 실시하였다.

3. 조사 방법 및 측정 도구

조사는 설문지법에 의하였고 피조사자가 직접 기표하는 방식으로 진행되었다. 본 연구를 위한 설문지는 선행 연구²²⁻²⁵⁾에서 사용된 문항과 한국, 중

국 및 홍콩 전문인의 자문을 얻어 총 46개 문항을 개발하였고, 다음과 같이 4부분으로 구성되었다.

1) 조사 대상자의 일반적 배경 조사

조사 대상자의 일반적 배경을 조사하기 위한 문항은 인구통계학적인 변인인 연령, 학년, 가족의 월 평균 수입, 국적, 결혼 여부 등에 관한 5문항으로 구성되었다.

2) 유방에 대한 카텍시스 조사

조사 대상자의 자기 신체에 대한 평가를 알아보기 위한 문항은 유방 크기, 유방에 대한 만족도, 유방 형태, 이상적인 유방 형태 등 4문항으로 구성되었다. 유방 형태에 대한 문항은 6개의 그림²⁶⁾을 제시한 후 선택하게 하였다.

3) 브래지어의 착용 실태 및 선호도 조사

조사 대상자의 브래지어 착용 여부와 처음 착용 연령, 착용 시간, 사이즈 인지 여부 등에 관한 7문항, 착용 브래지어 형태, 와이어 유무, 선호 브래지어 등에 관한 5문항과 브래지어의 맞음새, 수신 여부, 불편부위 등에 관한 13문항 등 총 25문항으로 구성되었으며, 주관식과 5단계 평점 척도법에 의하였다.

4) 브래지어의 구매 실태 및 선호도 조사

조사 대상자의 브래지어 구매 장소, 구매 별수, 구매 가격대, 구매 색상, 구매 방법, 구매 브랜드 등에 관한 10문항과 브래지어의 선택 기준에 관한 15문항으로 구성되었으며, 선택 기준은 5단계 평점 척도법에 의하였다.

4. 자료 처리 및 분석 방법

설문조사를 통해 얻어진 자료는 SPSS 14.0 통계 프로그램을 이용하여, 카이 제곱 검정(χ^2 -test)과 일

20) J. F. Engel, R. D. Blackwell and P. W. Miniard, *Consumer Behavior* (6th ed.) (New York: The Dryden Press, 1990).

21) 차수정, “중국 성인 여성용 브래지어 원형개발 연구” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2008).

22) 고태희, “20대 비만여성의 유방형태와 브래지어 착용실태 조사연구” (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2000).

23) 김미영, “30대 여성의 유방유형에 따른 브래지어 설계에 관한 연구” (성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 2007).

24) 김영숙, “성인 여성의 인지적·실제적 유방유형과 브래지어 착용효과에 관한 연구” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 1999).

25) 차수정, op. cit.

26) 차수정, op. cit.

원변량분석(One-way ANOVA)을 실시하였으며, 집단 간 차이 규명을 위해 Duncan의 다중범위검정(multiple range test)을 실시하였다. 또, 유방 크기와 브래지어 착용간의 관계를 알아보기 위해 상관분석(Correlation Analysis)을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 유방에 대한 카텍시스

2010년 11월 1일부터 11월 30일까지 홍콩 폴리텍대학교에 재학 중인 여대생 165명을 대상으로 한 설문지법에 의한 유방에 대한 카텍시스 조사 결과는 다음과 같다.

1) 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 연령 범위는 19~27세로 평균 연령은 21.7세이며, 21세가 28.5%로 가장 많았다. 국적은 Chinese가 67.3%로 가장 많았으며, 홍콩, 영국 등이 있었다. 학년은 2학년이 77%로 가장 많았다. 가족의 월평균 수입은 HKD 10,000 이하인 경우가 90.9%로 비슷한 경제적 수준을 나타냈으며, 조사 대상자 전원 미혼이었다.

2) 유방에 대한 카텍시스

연구 대상자의 자신의 유방에 대한 카텍시스 조사 결과, 자신의 유방 크기에 대해서는 보통(47.3%), 약간 빈약(35.8%), 매우 빈약(8.5%), 약간 풍만(7.9%)의 순으로 나타났다(표 1). 유방 카텍시스와 연령, 브래지어 착용 연령, 가슴사이즈 인지 여부, 브래지어 사이즈 인지 여부, 브래지어 수선 경험 사이에는 유의차가 없는 것으로 조사되었다(표 2). 연구 대상자의 유방 크기에 대한 인식 조사 결과, 보통(47.3%), 약간 빈약(35.8%), 매우 빈약(8.5%), 약간 풍만(7.9%)의 순으로 나타났다(표 1).

유방 크기와 브래지어 착용 연령과의 상관분석 결과, 유방 크기와 브래지어 착용 연령 간에는 유의한 부적 상관관계($r=0.180$, $p \leq 0.05$)를 보이므로 유방 크기가 클수록 브래지어 착용 연령이 낮은 것을 알 수 있다. 즉, 가슴 발육이 빠르게 진행되면 브래지어 착용 시작 연령도 그만큼 빨라지게 됨을 알 수 있다.

유방 형태에 대한 인식에서는 원추형(46.7%), 납

<표 1> 유방에 대한 카텍시스

	구분	빈도(명)	퍼센트(%)
유방 크기	매우 작음	14	8.5
	작음	59	35.8
	보통	78	47.3
	큼	13	7.9
	매우 큼	1	0.6
	전체	165	100.0
유방만족도	매우 불만족	8	4.8
	불만족	47	28.5
	보통	67	40.6
	만족	39	23.6
	매우 만족	4	2.4
	전체	165	100.0
유방 형태	납작형	46	27.9
	원추형	77	46.7
	반구형	16	9.7
	돌출형	17	10.3
	하수형	9	5.4
	전체	165	100.0
이상적인 유방 형태	납작형	6	3.6
	원추형	57	34.5
	반구형	70	42.4
	돌출형	32	19.4
	하수형	0	0.0
	전체	165	100.0

작형(27.9%), 돌출형(10.3%)의 순으로 나타났으며, 20대 여성이므로 자신의 유방 형태를 하수형이라고 인식하는 경우는 5.4%에 불과하였다. 이상적인 유방 형태에 대해서는 반구형이 42.4%로 가장 많았으며, 다음으로 원추형(34.5%), 돌출형(19.4%), 납작형(3.6%)의 순으로 나타나, 홍콩 성인 여성의 경우 큰 유방 형태를 선호하는 것을 알 수 있다(표 3).

유방에 대한 만족도 조사에서는 보통(40.6%), 불만족(28.5%), 만족(23.6%)의 순으로 약간 불만족하는 경향을 나타냈다. 유방 크기에 따른 만족도에서는 유의차가 나타났는데, 보통 또는 크다고 인식하는 경우에 작다고 인식하는 경우보다 만족도가 높은 것으로 나타났다. 또, 유방 형태에 따른 만족도

〈표 2〉 유방만족도

구분		N	M	SD	t/F	Duncan-test
연령	19~20세	38	2.95	0.98	0.43	
	21~22세	83	2.94	0.90		
	23세 이상	44	2.80	0.82		
브래지어 착용 연령	10세 미만	41	2.85	0.88	2.39	
	11~12세	40	3.15	0.95		
	13~14세	56	2.93	0.85		
	15세 이상	28	2.57	0.88		
유방 크기	매우 작음	14	2.07	0.73	10.14***	c
	작음	59	2.68	0.78		b
	보통	78	3.19	0.85		a
	큼	13	3.23	0.93		a
	매우 큼	1	1.00	0.00		
유방 형태	납작형	46	2.46	0.81	5.64***	c
	원추형	77	3.13	0.91		ab
	반구형	16	2.81	0.66		bc
	돌출형	17	3.29	0.69		a
	하수형	9	2.67	1.12		bc
브래지어 사이즈 인지 여부	알고 있음	156	2.90	0.90	-0.33	
	모름	9	3.00	0.87		
가슴 사이즈 인지 여부	알고 있음	97	2.89	0.93	-0.28	
	모름	68	2.93	0.85		
브래지어 수선 경험	있음	145	2.92	0.92	0.55	
	없음	20	2.80	0.77		

에서도 유의차가 나타났는데, 돌출형이라고 인지하는 경우에 가장 만족도가 높았으며, 다음으로는 원추형이라고 인지할 때 반구형이나 하수형이라고 인지할 때보다 만족도가 높았다. 납작형의 경우가 가장 만족도가 낮은 것으로 나타났다.

유방만족도와 연령, 브래지어 착용 연령, 가슴사이즈 인지 여부, 브래지어 사이즈 인지 여부, 브래지어 수선 경험 사이에는 유의차가 없는 것으로 조사되었다(표 2).

가슴사이즈에 대해서 인지하는가에 대해서는 58.8%만이 인지하고 있으며, 41.2%는 잘 모르는 것으로 나타났다.

2. 브래지어 착용 실태 및 선호도

홍콩 성인 여성의 브래지어 착용 실태 및 선호도 조사 결과, 브래지어를 착용하지 않는 경우는 5.5%로 94.5%의 착용률을 보였다. 홍콩 여성의 브래지어 처음 착용 시작 연령은 10, 12, 13, 14세가 거의 같은 비율로 나타났는데, 이는 차수정과 손희순(2010)의 연구²⁷⁾와 비슷한 결과로 한국 여성의 경우에도 12세에 대체적으로 처음 브래지어를 착용하는 것으로 나타났다(표 3).

브래지어 치수는 75B(33.8%), 75A(22.1%), 70A(6.9%)의 순으로 나타났으며, 주로 B컵의 착용비율이 A컵보다 높은 것으로 나타났다. 유방 유형별 브

27) 차수정, 손희순, “한국 성인 여성의 브래지어 착용 및 구매실태 조사 연구 -20대 전반 여대생을 중심으로-.” *한국의류학회지* 34권 2호 (2010), pp. 303-317.

〈표 3〉 브래지어 착용 실태 1

구분		빈도(명)	퍼센트(%)
브래지어 착용 여부	예	156	94.5
	아니오	9	5.5
	전체	165	100.0
브래지어 착용 연령	9세	14	8.5
	10세	27	16.4
	11세	11	6.7
	12세	29	17.6
	13세	28	17.0
	14세	28	17.0
	15세	16	9.7
	16세 이상	12	7.3
	전체	165	100.0
브래지어 사이즈 인지도	예	145	87.9
	아니오	20	12.1
	전체	165	100.0
브래지어 사이즈	65A	1	0.7
	65B	1	0.7
	70A	10	6.9
	70B	9	6.2
	70C	5	3.4
	75A	32	22.1
	75B	49	33.8
	75C	8	5.5
	75D	1	0.7
	80A	5	3.4
	80B	7	4.8
	80C	5	3.4
	85B	2	1.4
	85C	2	1.4
	85D	3	2.1
	90B	3	2.1
	90C	2	1.4
	전체	145	100.0

래지어 치수를 보면 유방 형태가 커질수록 비례하여 브래지어 치수도 커지는 것으로 나타나, 납작형

은 75A, 70A 브래지어 비율이 높아 A컵이 주를 이루었다. 원추형은 75B 브래지어 치수의 비율이 가장 높고, 다음으로 75A가 높았으며, 70B, 75C, 80B가 비슷한 비율로 나타나 B컵과 C컵의 비율이 높은 것으로 조사되었다. 반구형은 75B의 비율이 높았고, 돌출형은 75B, 80C컵의 비율이 높은 것으로 조사되었다. 하수형의 경우에는 85C, 85D, 90C인 경우도 있어 큰 브래지어 치수의 비율이 다른 유방 유형에 비해 높았다(표 4).

유방 유형별 선호하는 유방 유형을 살펴보면, 납작형과 반구형을 긍정적인 신체 카텍시스를 보인 반면 원추형은 납작형을, 돌출형은 반구형을, 하수형은 돌출형을 선호하여 부정적인 신체 카텍시스를 보였다. 대체로 연구 대상자들은 자신의 유방보다 큰 유방 유형을 선호하였으나, 자신의 유방이 너무 크다고 생각할 경우에는 조금 작은 형태의 유방 유형을 선호하였다.

브래지어 착용 시간은 일어나서 자기 전까지 착용하는 경우가 35.2%로 가장 많았으나, 24시간 착용하거나 외출 시에만 착용하는 경우도 거의 비슷한 비율로 나타났다. 유방 유형에 따른 브래지어 착용 시간을 살펴보면 납작형, 원추형, 반구형의 경우에는 24시간 착용하거나 일어나서 자기 전까지 착용하는 경우가 가장 많았으나, 돌출형의 경우에는 외출 시에만 착용하는 비율이 높았고, 하수형은 일어나서 자기 전 또는 외출 시 착용하는 비율이 높았다. 이는 유방이 커질수록 브래지어 착용 시 불편함을 느끼기 때문이 아닐까 생각된다.

선호하는 브래지어 형태에 있어서는 폼이 없는 와이어형 브래지어를 선호하는 경우가 가장 많았으며, 다음으로 몰드 브래지어, 보정물을 넣었다 뺐다 할 수 있는 패드 브래지어 순으로 나타났다(표 5). 유방 유형별 착용 브래지어 형태를 살펴보면, 납작형은 보정물을 넣었다 뺐다 할 수 있는 패드 브래지어와 몰드 브래지어를 착용하였으며, 원추형, 반구형, 돌출형은 모두 폼이 없는 와이어 브래지어를 착용하였다. 가슴이 커지면 보정물 없이 가슴을 받쳐주고 모아주는 기능만을 요구하고 가슴이 작은 경우에는 보정물을 사용하여 볼륨감을 줄 수 있는 형태나 가슴을 커 보이게 하는 몰드 형태를 착용하는 것을 알 수 있다(표 6).

〈표 4〉 유방 유형별 브래지어 사이즈

(단위: 명, %)

	납작형	원추형	반구형	돌출형	하수형	전체
65A	1 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.7)
65B	1 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.7)
70A	9 (22.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (6.9)
70B	1 (2.4)	7 (10.6)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	9 (6.2)
70C	2 (4.9)	2 (3.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	5 (3.4)
75A	18 (43.9)	10 (15.2)	3 (21.4)	0 (0.0)	1 (12.5)	32 (22.1)
75B	6 (14.6)	25 (37.9)	10 (71.4)	5 (31.3)	3 (37.5)	49 (33.8)
75C	0 (0.0)	7 (10.6)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	8 (5.5)
75D	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.7)
80A	3 (7.3)	1 (1.5)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	5 (3.4)
80B	0 (0.0)	7 (10.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (4.8)
80C	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	4 (25.0)	0 (0.0)	5 (3.4)
85B	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	1 (6.3)	0 (0.0)	2 (1.4)
85C	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	2 (1.4)
85D	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	2 (25.0)	3 (2.1)
90B	0 (0.0)	2 (3.0)	1 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.1)
90C	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.3)	1 (12.5)	2 (1.4)
전체	41 (100.0)	66 (100.0)	14 (100.0)	16 (100.0)	8 (100.0)	145 (100.0)

〈표 5〉 브래지어 착용 실태 2

구분		빈도 (명)	퍼센트 (%)
브래지어 착용 시간	24시간 착용	52	31.5
	일어나서 자기 전까지 착용	58	35.2
	외출 시 착용	53	32.1
	기타	2	1.2
	전체	165	100.0
브래지어 형태	몰드 브래지어	47	28.5
	레이스 브래지어	15	9.1
	패드 브래지어(보정물 제거 가능)	34	20.6
	와이어 브래지어(폼 없음)	52	31.5
	소프트 브래지어	9	5.5
	스포츠 브래지어	8	4.8
전체	165	100.0	
브래지어 와이어 유무	와이어 있음	143	86.7
	와이어 없음	22	13.3
	전체	165	100.0

브래지어 형태별 피트니스 선호도를 살펴보면, 브래지어 형태에 관계없이 중간 정도와 꼭 맞는 피트니스를 선호하는 것을 알 수 있다. 브래지어 컵스타일과 브래지어 피트니스 선호도와의 관계에 있어서는 풀컵, 3/4컵, 스포츠 브래지어, 저중심 브래지어의 경우에는 중간 정도의 피트니스를 선호하지만 1/2 컵의 경우에는 꼭 맞는 피트니스를 더 선호하는 것을 알 수 있다.

브래지어의 와이어 유무에 있어서는 약 87%가 와이어가 있는 형태를 선호하였다. 선호 컵스타일에 대한 연구 결과, 3/4컵(61.8%), 저중심형(17%), 풀컵(13.9%)의 순으로 나타났으며, 브래지어의 피트니스 정도에 있어서는 중간 정도의 피트니스를 선호하였으며, 다음으로는 꼭 맞는 형(35.8%)을 선호하였다(표 7).

유방 유형별 착용 브래지어 컵스타일에 있어서는 모든 유방 유형이 3/4컵을 가장 선호하며, 납작형은 풀컵, 저중심 브래지어를, 원추형과 돌출형은 저중심 브래지어를, 하수형은 풀컵을 선호하여 어

〈표 6〉 유방 형태와 착용 브래지어 형태와의 관계

(단위: 명, %)

구분	몰드 브래지어	레이스 브래지어	패드 브래지어	와이어 브래지어	소프트 브래지어	스포츠 브래지어	전체
납작형	11(23.9)	3(6.5)	18(39.1)	8(17.4)	3(6.5)	3(6.5)	46(100.0)
원추형	23(29.9)	4(5.2)	13(16.9)	28(36.4)	4(5.2)	5(6.5)	77(100.0)
반구형	5(31.3)	3(18.8)	0(0.0)	6(37.5)	2(12.5)	0(0.0)	16(100.0)
돌출형	4(23.5)	2(11.8)	2(11.8)	9(52.9)	0(0.0)	0(0.0)	17(100.0)
하수형	4(44.4)	3(33.3)	1(11.1)	1(11.1)	0(0.0)	0(0.0)	99(100.0)
전체	47(28.5)	15(9.1)	34(20.6)	52(31.5)	9(5.5)	8(4.8)	165(100.0)

는 정도 볼륨이 있는 경우에는 유방을 아름답게 보일 수 있는 형태의 브래지어를 선호하지만 가슴이 너무 작거나 큰 경우에는 감싸주거나 받쳐줄 수 있는 형태의 컵스타일을 선호하는 것을 알 수 있었다.

브래지어의 선호 색상에서 검은색이 60%로 가장 높았으며, 다음이 핑크와 기타 색상에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 브래지어 수선 여부에 있어서는 수선하지 않는 경우가 84.8%였으며, 수선을 하는 경우는 15.2%에 불과하였다. 수선을 하는 경우에 주요 수선 부위는 날개길이의 줄임 수선이 많았으나, 아주 극소수에 한정되어 있었다.

브래지어의 맞춤새에 대한 조사 결과, 일반적으로 잘 맞는다고 답하였으나, 착용 시 불편한 부위로 컵상단이 가슴을 누르는 경우와 어깨끈의 흘러내림을 꼽았다. 밑가슴둘레가 작은 경우가 많았으며, 와이어폭은 좁고 어깨끈 간격은 넓은 경우가 많았다. 이상의 분석 결과, 가슴의 형태 및 사이즈에 따라 피팅상의 문제가 발생하는 부위에 있어서 차이가 있지만, 일반적으로 컵상단부위와 어깨끈 부위에 있어서는 개선이 요구되었다.

착용 브래지어 형태에 따른 브래지어 불편 부위를 살펴본 결과, 몰드 브래지어는 기타부위, 레이스 브래지어는 어깨끈과 기타부위에서 불편을 호소하였고, 와이어 브래지어와 소프트 브래지어의 경우에는 날개부위에서의 불편함이 많았다.

유방 유형별 브래지어 부위별 맞춤새는 컵상단 부위의 경우, 하수형은 다른 유방 유형에 비해 높이는 비율이 높았다. 전체적인 컵크기는 납작형의 경

우는 크다는 비율이 다른 유방 유형에 비해 높았으나 하수형의 경우에는 작다는 비율이 높은 것으로 나타나, 유방 유형에 따라 차이를 보였다. 또, 어깨끈 간격에 있어서 다른 유방 유형과 달리 하수형의 경우에는 넓은 편이라는 응답이 절반 정도 되었다. 이는 브래지어 사이즈가 커지면서 어깨끈 간격도 같이 그레이딩이 되는데, 일정한 편차를 두고 그레이딩이 이루어지므로 그로 인해 문제가 발생하는 것으로 생각된다. 가슴 사이즈가 커진다고 해서 어깨가 넓어지는 것은 아니므로 어깨끈 간격의 그레이딩에 있어서 이러한 점들이 고려되어야 할 것으로 사료된다.

3. 브래지어 구매 실태 및 선호도

브래지어의 구매에 있어서 주로 브랜드 단독점이나 백화점을 이용하는 경우가 대부분인 것으로 나타났으며, 인터넷이나 시장을 이용하는 경우는 극소수에 불과하였다. 연간 브래지어 구입 횟수는 1~2번 구입하는 경우가 69.7%로 가장 많았으며, 3~5번 구입하는 경우는 27.3%였다. 한 번에 구입하는 개수는 2개 정도가 54.5%로 가장 많아, 홍콩 성인 여성은 1년에 1번 정도 2벌의 브래지어를 구입하는 것을 알 수 있었다. ICT Life Style Research Center (2004)²⁸⁾에 의하면 대만 여대생은 72%가 3개월에 1개 정도 새로운 브래지어를 구매하는 것으로 나타났으며 주로 시장을 이용하는 것으로 나타나 홍콩 성인 여성과는 차이를 보였다.

브래지어 구입 시는 가족 중 어머니와 가는 경우

28) Textile Industry Affairs, Independent Consumer Research on Apparel Characteristics Influencing Purchase Decisions. Textile Industry Affairs. (2008 [Retrieved December10, 2010]); available from <http://www.arelabeled.com/apparel1.pdf>

〈표 7〉 브래지어 착용 실태 3

구분		빈도 (명)	퍼센트 (%)
브래지어 컵스타일	풀컵	23	13.9
	3/4컵	102	61.8
	1/2컵	5	3.0
	스포츠형	7	4.2
	저중심형	28	17.0
	전체	165	100.0
	브래지어 선호 피트니스 정도	넉넉한 맞음새	3
중간 정도의 맞음새		101	61.2
꼭 끼는 맞음새		59	35.8
아주 꼭 끼는 맞음새		2	1.2
전체		165	100.0
브래지어 불편 부위	컵	33	20.0
	어깨끈	38	23.0
	날개	43	26.1
	흑 앤 아이	14	8.5
	기타	37	22.4
	전체	165	100.0
브래지어 수선 여부	예	25	15.2
	아니오	140	84.8
	전체	165	100.0
수선 빈도	수선하지 않음	140	84.8
	가끔 수선함	22	13.3
	자주 수선함	2	1.2
	매번 수선함	1	0.6
	전체	165	100.0
브래지어 색상 선호도	하얀색	14	8.5
	검정색	99	60.0
	스킨색	14	8.5
	빨간색	1	0.6
	핑크	19	11.5
	기타	18	10.9
	전체	165	100.0

가 가장 많은 36% 정도였으며, 그 외에는 혼자 가거나 동성 친구와 가는 경우가 많았다(표 8).

〈표 8〉 브래지어 구매 실태 1

구분		빈도(명)	퍼센트(%)
브래지어 구입 장소 (복수응답)	백화점	53	32.1
	브랜드 단독점	92	55.8
	할인점	13	7.9
	시장	4	2.4
	인터넷	1	0.6
	기타	2	1.2
	전체	165	100.0
브래지어 구입 횟수	1~2번	115	69.7
	3~5번	45	27.3
	5~10번	5	3.0
	전체	165	100.0
브래지어 구입 갯수	1벌	44	26.7
	2벌	90	54.5
	3벌	28	17.0
	4벌	1	0.6
	5벌	2	1.2
	전체	165	100.0
브래지어 구입 시 쇼핑 동반자	혼자	55	33.3
	여자친구	46	27.9
	남자친구/남편	5	3.0
	가족	59	35.8
전체	165	100.0	

브래지어의 보유수에 대한 조사 결과, 5벌 이상 가지고 있는 경우가 69.1%로 가장 많았고, 4벌(19.4%), 3벌(7.9%)의 순으로 나타났다. 브래지어 평균 구입 가격은 HKD 100~299가 57%, HKD 300~499가 30.3%로 HKD 100~499 사이의 가격대에서 주로 구매하는 것으로 나타났다. 브래지어의 적정가격도 같은 수준으로 적정가격이라고 인지하고 있는 가격대에서 구매도 이루어지고 있는 것을 알 수 있다.

브래지어 구매 시 주로 본인이 직접 결정하는 것으로 나타났으며, 광고를 보고 결정하는 경우는 극히 드문 것으로 조사되었다. 브래지어 구입 방법에 있어서도 여러 가지 사이즈를 입어 보고 사는 경우가 70% 정도 되었으며, 판매원의 도움을 받는 경우는 20%에 불과하였다.

구매를 원하는 브래지어 색상은 선호하는 브래

지어 색상과 같게 나타나, 선호하는 색상을 주로 구매하는 것으로 나타났다. 홍콩 성인 여성은 검정색에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 핑크 등 기타 색상에 대한 선호도가 높게 나타났다(표 9). 브래지어 구매 브랜드는 Triumph(38.2%), Wacoal(32.7%), 기타(18.8%)의 순으로 나타났으며, 기타 브랜드에는 H&M, 홍콩 로컬 브랜드 등이 있었다. 구매하고 싶은 브랜드도 Triumph(43%), Wacoal(30.3%) 순으로 나타나, 구매하는 브랜드와 구매하고 싶은 브랜드는 정적 상관관계를 가지고 있었다.

브래지어 구매 시 중요 선택 기준을 보면 매우 중요하다고 생각하는 기준에는 치수(64.8%), 디자인(26.1%), 외형(26.1%)으로 나타났으며, 두 번째로 중요한 기준은 촉감(58.8%), 색상(56.4%), 디자인(55.2%)로 나타났다. 보통 정도의 중요 기준으로는 흡수성(53.9%), 관리성(49.1%), 장식(46.1%)을 선택하였다. 무엇보다 브래지어의 기능적인 면을 미적인 면보다 중요시함을 알 수 있다(표 10). 브래지어 선택 기준을 연령별로 세분화하여 살펴보면 디자인, 색상, 유행에 있어서 연령별로 유의차가 나타나는데, 나이가 어릴수록 디자인, 색상, 유행을 더 중요시하는 것으로 나타났다.

유방 유형별 브래지어의 선택 기준을 살펴보면 유방 유형에 상관없이 사이즈와 디자인을 중요시 하였으나, 돌출형과 하수형이라고 인지하는 경우에는 소재나 외관의 중요성도 증가하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

Beaudoin et al.(2000)은 소비자가 의복을 선택하는 12가지 기준을 제시하였는데, 좋은 맛음새, 내구성, 세탁관리성, 가격, 편안함, 질, 색상, 매력, 패션성, 브랜드, 스타일, 적합성 등이다.²⁹⁾ 이는 홍콩 성인 여성과도 비슷한 결과로 홍콩 성인 여성 또한 치수를 가장 중요한 선택 기준으로 생각하였다. Textile Industry Affairs(2008)에 따르면 의복 구매결정의 첫 번째 조건은 세탁관리성, 내구성이고, 두 번째는 가격, 소재, 표백성이며, 세 번째 기준이 브랜드, 세탁법이라고 하였다.³⁰⁾ 그러나 홍콩 성인 여성은 세탁관리성을 보통 정도의 중요도를 가지고 있다고 생

〈표 9〉 브래지어 구매 실태 2

구분		빈도 (명)	퍼센트 (%)
브래지어 보유수	1벌	3	1.8
	2벌	3	1.8
	3벌	13	7.9
	4벌	32	19.4
	5벌	114	69.1
	전체	165	100.0
브래지어 평균 구입 가격	HDK 100 이하	13	7.9
	HDK 100~299	94	57.0
	HDK 300~499	50	30.3
	HDK 500~999	7	4.2
	HDK 1,500	1	0.6
	전체	165	100.0
브래지어 적정 가격	HDK 100 이하	8	4.8
	HDK 100~299	111	67.3
	HDK 300~499	38	23.0
	HDK 500~999	5	3.0
	HDK 1,500	3	1.8
	전체	165	100.0
브래지어 구매 시 의견 수용 방법	나 자신	107	64.8
	남자친구/남편	12	7.3
	판매원	13	7.9
	여자친구	13	7.9
	부모님	14	8.5
	광고	6	3.6
전체	165	100.0	
브래지어 구입 방법	판매원	33	20.0
	여러 번 입어 보고	114	69.1
	사이즈 라벨을 보고	15	9.1
	기타	3	1.8
	전체	165	100.0
브래지어 희망 구입 색상	하얀색	21	12.7
	검정색	94	57.0
	스킨색	21	12.7
	빨간색	5	3.0
	기타	24	14.5
	전체	165	100.0

29) P. Beaudoin, M. A. Moore and R. E. Goldsmith, "Fashion Leaders' and Followers' Attitudes toward Buying Domestic and Imported Apparel." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 18 No. 1 (2000), pp. 56-64.

30) Textile Industry Affairs, op. cit.

〈표 10〉 브라지어 구매 시 중요 선택 기준

(단위: 명, %)

구분	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함	M	SD
가격	0 (0.0)	12 (7.3)	55 (33.3)	85 (51.5)	13 (7.9)	3.60	0.74
브랜드	5 (3.0)	40 (24.2)	53 (32.1)	61 (37.0)	6 (3.6)	3.14	0.93
사이즈	0 (0.0)	1 (0.6)	8 (4.8)	49 (29.7)	107 (64.8)	4.59	0.61
디자인	0 (0.0)	3 (1.8)	28 (17.0)	91 (55.2)	43 (26.1)	4.05	0.71
색상	0 (0.0)	6 (3.6)	35 (21.2)	93 (56.4)	31 (18.8)	3.90	0.73
유행	9 (5.5)	40 (24.2)	71 (43.0)	40 (24.2)	5 (3.0)	2.95	0.91
흡수성	3 (1.8)	16 (9.7)	89 (53.9)	51 (30.9)	6 (3.6)	3.25	0.75
촉감	0 (0.0)	2 (1.2)	32 (19.4)	97 (58.8)	34 (20.6)	3.99	0.67
장식	8 (4.8)	22 (13.3)	76 (46.1)	49 (29.7)	10 (6.1)	3.19	0.91
활동성	3 (1.8)	33 (20.0)	67 (40.6)	48 (29.1)	14 (8.5)	3.22	0.93
관리성	6 (3.6)	17 (10.3)	81 (49.1)	52 (31.5)	9 (5.5)	3.25	0.85
바느질 상태	4 (2.4)	29 (17.6)	59 (35.8)	59 (35.8)	14 (8.5)	3.30	0.94
외관	1 (0.6)	4 (2.4)	33 (20.0)	84 (50.9)	43 (26.1)	3.99	0.78
소재	0 (0.0)	2 (1.2)	44 (26.7)	76 (46.1)	43 (26.1)	3.97	0.76

전혀 중요하지 않음=1, 중요하지 않음=2, 보통=3, 중요함=4, 매우 중요함=5

각하여 의복 구매결정에 있어 중요한 선택 기준은 아니었다.

Liao and Lee(2010)의 연구에서는 소비자가 브라지어를 선택할 때 중요한 기준으로 편안함, 기능, 외관, 스타일, 실용성, 소재, 장식 그리고 컵봉제법(two pieces, three pieces, seamless)을 고려해야 한다고 하였다. 특히 소재에 있어서는 편안함, 실용성, 기능성을, 색상에서는 외관과 스타일을 중요시 하였다. 그리고 어깨끈은 실용성과 기능성을 요구하였다.³¹⁾ 가장 중요한 선택 기준으로 색상을 꼽았으며, 다음으로 컵봉제법, 어깨끈 스타일, 소재 순으로 조사되어 홍콩 성인 여성과는 차이를 보였다.

V. 결론 및 제한점

홍콩 성인 여성을 대상으로 유방에 대한 카텍시스, 브라지어 착용 및 구매 실태와 선호도에 대해

알아봄으로써 홍콩 시장을 겨냥하여 홍콩 성인 여성에게 적합한 브라지어를 생산하고자 하는 브라지어 관련 업체에 기초정보를 제공하기 위한 본 연구의 결론 및 제언은 다음과 같다.

먼저 유방에 대한 카텍시스 평가 결과, 홍콩 성인 여성은 자신의 유방 크기가 약간 빈약하다고 생각하며, 대체로 원추형에 속한다고 인지하고 있었다. 일반적으로 큰 유방을 선호하고 큰 유방을 지니고 있다고 인지할 때 유방에 대한 만족도도 높게 나타나므로 브라지어 제조 시 유방을 커 보이게 하는 디자인 개발이 필요할 것으로 생각된다.

착용 실태와 선호도 조사 결과, 홍콩 성인 여성은 대체로 납작형이라고 인지하는 경우를 제외하면 B컵과 C컵의 착용 비중이 높다. 한국 성인 여성은 A컵 비중이 높아³²⁾ 브라지어 생산 시 대체적으로 A컵부터 생산하고, 중국 성인 여성은 B컵 비중이 높아³³⁾ B컵부터 생산이 이루어진다. 연구 결과에 따

31) C. S. Liao and C. W. Lee, "The Application of Codesign in New Bra Product Innovations," *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 22 No. 2/3 (2010), pp. 211-227.

32) 차수정, 손희순, op. cit., pp. 303-317.

33) 차수정, op. cit.

르면 홍콩 시장을 겨냥할 경우 B컵부터 생산하는 것이 판매 효율을 높일 수 있을 것으로 사료된다.

브래지어 구매 실태와 선호도 조사 결과, 홍콩 성인 여성은 1년에 한 두 번 정도 2벌의 브래지어를 구매하는 것으로 나타나 브래지어의 소비가 활발하게 이루어지지는 않으며, Triumph에 대한 브랜드 충성도가 높은 것을 알 수 있다. 그리고 색상에 있어서는 검정색에 대한 선호도가 높아 한국 성인 여성이 스킨색 선호도가 높은 것과 차이를 보이므로³⁴⁾ 브래지어의 생산 색상 결정 시 이 점을 고려해야 할 것으로 생각된다. 또 브래지어 선택 시 유방이 크다고 인지할 때 소재 중요성이 증대됨으로 큰 유방 유형을 위한 브래지어 제작 시는 소재의 선택에 있어 주의를 기울여야 할 것으로 생각된다.

본 연구에서는 소수의 홍콩 20대 성인 여성만을 대상으로 하였으므로 연구 결과를 일반화하는 데는 주의를 기울여야 한다. 또 향후에는 실제적인 홍콩 성인 여성의 유방계측을 통한 실질적인 패턴 개발 및 유방 유형 분류가 이루어져야 할 것으로 생각되며, 한정된 연령층이 아닌 다양한 후속 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

고태희 (2000). “20대 비만여성의 유방 형태와 브래지어 착용 실태 조사연구.” 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.

김미영 (2007). “30대 여성의 유방 유형에 따른 브래지어 설계에 관한 연구.” 성신여자대학교 대학원 박사학위 논문.

김영숙 (1999). “성인 여성의 인지적·실제적 유방 유형과 브래지어 착용효과에 관한 연구.” 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.

차수정 (2008). “중국 성인 여성용 브래지어 원형개발 연구.” 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.

차수정, 손희순 (2010). “한국 성인 여성의 브래지어 착용 및 구매 실태 조사 연구 -20대 전반 여대생을 중심으로-.” *한국의류학회지* 34권 2호.

Alexander, M., L. J. Connell and A. B. Presley (2005).

“Clothing Fit Preferences of Young Female Adult Consumers.” *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 7, No. 1.

Apeagyei, P. R. (2008). “Significance of Body Image among UK Female Fashion Consumers: The Cult of Size Zero, the Skinny Trend.” *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* Vol. 1, No. 1.

Beaudoin, P., M. A. Moore and R. E. Goldsmith (2000). “Fashion Leaders' and Followers' Attitudes toward Buying Domestic and Imported Apparel.” *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 18, No. 1.

Berger, C., K. Mo'slein, F. Piller and R. Reichwald (2005). “Co-designing Modes of Cooperation at the Customer Interface: Learning from Exploratory Research.” *European Management Review* Vol. 2, No. 1.

Bras (2004). “Brace Yourselves.” *Bras*. September.

Brown, J. D. and F. M. Gallagher (1992). “Coming to Terms with Failure: Private Self-enhancement and Public Self-effacement.” *Journal of Experimental Social Psychology* Vol. 28.

Chattaraman, V. and N. A. Rudd (2006). “Preferences for Aesthetic Attributes in Clothing as a Function of Body Image, Body Cathexis and Body Size.” *International Textile and Apparel Association* Vol. 24, No. 1.

Choi, D. E. and T. Kurokawa (2003). A Study on Kansei of Japanese and South Korean Women Regarding Brassieres [CD-ROM]. Tokyo: 6th Asian Design International Conference, G20.

Engel, J. F., R. D. Blackwell and P. W. Miniard (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.) New York: The Dryden Press.

Hardaker, C. H. M. and G. J. W. Fozzard (1997). “Communications: The Bra Design Process- A Study of Professional Practice.” *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 9, No. 4.

Hwang, J. (1996). “Relationships between Body Ca-

34) 차수정, 손희순, op. cit., pp. 303-317.

- thesis, Clothing Benefits Sought, and Clothing Behavior and Effects of Importance of Meeting the Ideal Body Image and Clothing Attitude.” Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- ICT Life Style Research Center (2004). *Almance of ICT Marketing Data in the Republic of China on Taiwan*. Taipei: Gsharp Corporation.
- LaBat, K. L. and M. R. DeLong (1990). “Body Cathexis and Satisfaction with Fit of Apparel.” *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8, No. 2.
- Liao, C. S. and C. W. Lee (2010). “The Application of Codesign in New Bra Product Innovations.” *International Journal of Clothing Science and Technology* Vol. 22, No. 2/3.
- Manuel, M. B., L. J. Connell and A. B. Presley (2010). “Body Shape and Fit Preference in Body Cathexis and Clothing Benefits Sought for Professional African-American Women.” *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* Vol. 3, No. 1.
- Pisut, G. and L. J. Connell (2007). “Fit Preferences of Female Consumers in the USA.” *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 11, No. 3.
- Secord, P. and S. Jourard (1953). “The Appraisal of Body Cathexis: Body Cathexis and the Self.” *Journal of Consulting Psychology* Vol. 17.
- Spiegel, M. and L. Sebesta (2002). *The Breast Book*. New York: Workman Publishing.
- Textile Industry Affairs, Independent Consumer Research on Apparel Characteristics Influencing Purchase Decisions. Textile Industry Affairs. (2008 [Retrieved December 10, 2010]); available from <http://www.arelabeled.com/apparel1.pdf>