

한국 속옷의 경쟁력 강화를 위한 착용감 및 착용방법에 관한 연구

임 순

(인천대학교 의생활학과)

속옷 시장의 세분화·전문화 양상이 갈수록 뚜렷해지는 가운데 국내 속옷 시장의 매출액 규모도 1조원 이상의 거대한 시장으로 부상하고 있다. 이러한 추세는 내의 3사, 린제리 3사 등 대기업 패션업체에 이르기까지 새로운 전문 개념을 요구하는 실정이다. 그러므로 실제 좋은 사람들의 제임스던의 경우는 패션 내의를 표방하여 보수적 이미지의 내의 시장에 파란을 일으키고 있다. 또한, 내의가 단순한 속옷이라는 개념에서 고품질, 고부가가치의 상품으로 바꾸어 디자인, 색깔 뿐 아니라 소재 및 착용방법에서도 다양한 변화를 예측케 하고 있다. 따라서 본 연구에서는 현재 우리나라에서 시판되고 있는 속옷의 종류를 알아보고 속옷 소재 변화에 따른 착용감 및 착용방법, 소유갯수, 속옷소재의 종류에 대해 조사하였다.

연구방법은 서울 및 중소도시에 있는 20~50대 여성을 대상으로 설문조사를 행하였다. 조사항목은 착용감에 대한 소비자의 반응을 5단계에 척도법으로 하였으며, 시중에서 판매되고 있는 속옷의 상·하의를 조사하여 설문지에 형태도를 그려 소유하고 있는 갯수와 재료를 기입토록 하였다. 또한 착의방법을 상·하의로 나누어 피부면에 가까운 순서로 기입하여 착의 방법을 검토하였다.

그 결과는 다음과 같다.

- 1) 착용감에 대한 소비자의 반응에 있어서 디자인면에 있어서는 다른 항목에 비해 비교적 낮은 만족도를 나타냈다. 속옷을 입었을 때의 자극성에 대한 반응에서는 자극성을 느끼지 않은 쪽으로 나타나고 있고 정전기 발생도 비교적 일어나지 않는다는 반응을 나타내고 있다. 그러나, 종합적인 평가에서는 보통 수준의 만족도를 보여주고 있어 속옷에서 요구되고 있는 위생적인 면, 착용시의 만족감의 반응보다는 낮게 나타나고 있다. 이 결과로 볼 때, 우리나라 속옷은 기본적인 만족도는 충족되고 있으나 고부가가치의 상품에서 요구되어지는 만족도는 더욱 개선되어야 할 부분이 있음을 시사해 주고 있다.
- 2) 상의의 착의 방법에서는 끈이 달린 브래지어와 셔츠의 착용률이 높게 나타난 반면 슬립의 착용율은 10% 내외로 낮게 나타나고 있다. 또한, 하의 착용에서는 팬티·저들·양말의 착용율이 높게 나타나고 있다. 이것은 스커트 차림보다는 바지차림의 경향이 증가되고 구두 패션 변화의 결과라 사료된다.
- 3) 속옷의 소재는 면섬유 제품이 높은 착용율을 나타내고 있지만 면섬유와 화학섬유의 혼방제품도 면섬유 제품과 함께 착용되고 있음이 나타났다.