

# 여성의 내의류 구매 실태 및 디자인 선호도 연구 - 20-60대 여성을 중심으로 -

박헌정<sup>†</sup> · 최진희<sup>\*</sup>

전주대학교 문화관광대학 전통패션문화전공 조교수<sup>†</sup>  
전주대학교 문화관광대학 전통패션문화전공 조교수<sup>\*</sup>

## Investigation of Women's Innerwear Purchasing Behavior and Preference - For women aged between 20's and 60's -

Hyun-Jung Park<sup>†</sup> · Jin-Hee Choi<sup>\*</sup>

Assistant Prof., Dept. of Traditional Fashion Culture, Jeonju University<sup>†</sup>

Assistant Prof., Dept. of Traditional Fashion Culture, Jeonju University<sup>\*</sup>

(2005. 6. 27. 접수; 7. 12. 채택)

### Abstract

The purpose of this study was to obtain and offer useful information on innerwear industry through an analysis of consumer purchasing behavior and preference of their between the 20's and 60's. From 310 questionnaires that were distributed, 310 with usable data were coded for further statistical analysis including descriptive statistics(frequency and chi-square test), by using SPSSWIN 10.0.

The results were as follows:

The results show that since the surveyed women's purchasing patterns were varied according to their ages it is necessary to develop new items and designs tailored for particular needs and wants of each age group.

For those in their 20's, it is suggested that the innerwear design may consider reflecting the trend of the young women nowadays as characterized by a major fashion-led group who regard fashion as a way of expressing themselves and are not hesitant to wear clothing designed to be exposed their body. The innerwear products for women in their 30's and 40's should emphasize on the aspects of customizing and satisfying these women's different lifestyles. The study also reveal that for age groups of the 50's and 60's women these products should be developed in a way to intensify functions of thermal property and absorbency coupled with a classic design rather than daring styles. In conjunction with material developments it is necessary to establish a sizing system for the knitted innerwear products which reflect the specific characteristics of women's body type in their middle-and later years.

**Key Words:** innerwear(내의), purchasing behavior(구매 행동), preference(선호도)

## I. 서론

상품은 관여 수준이나 소비자 구매 관행에 따라 분류될 수 있다. 의복은 다른 상품과 비교했을 때 대표적인 고관여 상품이지만, 같은 의류상품 범주 내에서도 고관여/저관여 의류 상품으로 나눌 수 있다. 내의류는 의류상품 중 비교적 저관여적 상품<sup>1)</sup>으로 알려져 왔으나 최근에는 감각 있는 젊은 연령층을 대상으로 일반 의류 상품 못지 않은 패션성을 가미한 브랜드들이 등장하였다.<sup>2)</sup> 여기에는 경제성장에 따라서 점차 감각화, 개성화되고, 내의류에서도 자기만의 취향을 표현하고자 하는 소비자들의 의식 변화가 그 원인으로 작용하고 있다.<sup>3)</sup>

한국섬유산업연합회 통계에 따르면 2001년 이후 전체 의류소비시장에서 차지하는 내의류 시장의 규모는 꾸준한 증가 추세를 보이고 있어 2004년 국내 의류시장 규모는 약 11조 1,200억원이며 그 중 내의는 9,066억원 규모이다.<sup>4)</sup> 그럼에도 불구하고 보온내의에 대해서는 부정적 경향이 심하여 내의를 입는 것은 허약하거나 세련되지 못한 인상을 준다는 인식을 갖고 있는 사람이 많으며<sup>5)</sup> 노출과 자연스러운 몸매 등을 이유로 기존 내의류 주 소비층인 20-30대의 내의류(런닝) 착용이 감소하고 있다.<sup>6)</sup>

외국브랜드와 기술제휴를 맺은 라이센스 브랜드, 직수입브랜드가 급증하고 있을 뿐만 아니라 중국, 동남아시아 국가와 같은 후발국과 비교할 때 가격 경쟁력을 상실하고 있어 내의 생산 업체들은 국내외적으로 어려움을 겪고 있는 실정이다. 이러한 국내 생산업체들의 어려움을 극복하고 내의 시장의 지속적 성장을 위해서는 우선적으로 내의 제품과 관련된 소비자의 구매 행동 특성을 파악하는 것이 무엇보다 중요하다.

따라서 본 연구에서는 20-60대에 여성을 대상으로 내의류의 구입 및 보유실태, 소재 및 선호 디자인을 연령별로 조사·분석하여 내의류의 상품기획 및 타겟 마케팅을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 국내 내의류 소비 실태

한국섬유산업연합회에서 매년 조사 발표하는 국내 의류소비실태조사 결과에 따라 2000년 이후 국내 내의류 소비 실태를 살펴보면 다음과 같다. 2000년에는 전체 의류시장 약 11조 8,700억원중 7.8%에 해당하는 9,270억원이었으며 2001년에는 전년대비 4.2% 증가한 9,678억원이었다. 2002년에는 전체 의류시장 12조 8,940억원중 8.0%에 해당하는 1조 339억원으로 이는 전년 대비 6.8% 증가한 것이었다. 2002년의 연령별 지출금액은 30대가 가장 컸으며, 55세 이상은 구입이 적었다. 구입 별 수 기준으로 본 시장 규모는 7천만 벌로 전년 대비 8.1% 감소하였다. 즉 구입 별 수는 감소하였지만 지출 규모는 증가하여 한 벌 당 구입 가격이 증가했는데 이는 기능성 속옷 및 세트 단위 판매의 증가로 단위당 가격 상승과 시장 규모를 키우는데 많은 영향을 준 것으로 나타났다.<sup>7)</sup>

2003년은 전체 의류시장 규모가 10조 3,006억원으로 전년에 비해 14.2% 감소한 가운데 내의 시장 규모는 약 7,600억원 규모로 전년 대비 26.4%나 감소하였다. 구입 별 수로 보면 벌 당 가격이 큰 폭으로 하락했는데 이는 경기위축의 영향으로 상대적으로 고가품인 파운데이션 및 내의 세트의 소비 감소 때문인 것으로 나타났다. 2003년의 연령대별 지출 금액은 내의 평균 소비 규모가 가장 큰 연령대는 역시 30대로 평균 3만원 정도의 지출을 하였으며, 55세 이상의 지출 규모가 가장 적은 것으로 나타나 전년도와 동일한 양상을 보였다.<sup>8)</sup>

2004년도에는 국내 의류 시장을 내의류가 이끌었다고 할 정도로 성장하여 내의시장 규모는 전년대비 19.1% 증가한 9,066억원으로 나타났다. 이는 2003년도의 급격한 내의 소비시장 위축에 따른 반등과 내의류 업체의 프로모션 전략(마케팅 전략, 이벤트 등)의 성공, 재구매율 증가 및 패션 트렌드(란제리룩) 경향에 기인한 것으로 분석되었다. 연령별 구성을 살펴보면 20대와 30대는 감소하고 10대와 40대의 비중이 커졌는데, 이는 프리틴(9세-13세)들의 자신들에 맞는 내의에 대한 Needs의 증가와 이들을 타겟으로 하는 내의 브랜드의 출시 영향

† Corresponding author ; Hyun-Jung Park  
Tel. +82-11-9926-1743, Fax. +82-63-220-2736  
E-mail : phjhj4@hanmail.net

**〈표1〉 2000년 이후 국내 내의시장규모** 단위: 억원

조사연도	2000	2001	2002	2003	2004
전체의류시장규모	118,673	118,423	128,940	103,006	111,163
내의시장규모	9,270	9,678	10,339	7,609	9,066
전체의류시장 내 내의시장비율	7.8%	8.2%	8.0%	7.4%	8.2%
전년대비 증감율		4.2% ↑	6.8% ↑	26.4% ↓	19.1% ↑

(한국섬유산업연합회, 2003, 2004, 2005년 조사결과를 기반으로 작성함)

이었으며, 전후 베이비붐 세대인 40대의 절대인구 구성비 증가가 원인이 되었다.<sup>9)</sup>

이처럼 2003년 한 해 내의소비가 급격히 감소하기도 했지만 2000년 이후 내의 시장의 규모는 꾸준한 성장을 보이고 있다. 그럼에도 불구하고 란제리 룩에 기인한 스타일(노출과 자연스러운 몸매 등)을 이유로 기존 내의류 주 소비층인 20-30대의 내의류(런닝) 착용이 감소하여<sup>10)</sup> 지속적인 내의 시장 확대를 위해서는 연령별 소비실태 분석을 통한 마케팅 전략이 필요하다.

## 2. 내의류 구매 행동

내의(under wear)는 외의(outer wear)에 반대되는 개념으로 의복의 최내층에 착용되어 피부에 직접 닿는 의류제품으로서 신체 내에서 분비되는 땀, 피지 등을 흡수하는 한편 신체 외부로부터의 오염을 막아 피부를 청결하게 해주는 기능, 피부를 보호해주는 기능, 보온의 기능 등의 목적으로 착용되는 의류제품으로서 활동성, 기능성, 쾌적성 등이 강조되며 직물보다는 주로 니트 소재의 제품이 주종을 이룬다.

내의는 겉에 보이지 않으며, 피부와 접촉하므로 세탁횟수가 많고, 가격이 비교적 저렴하다는 특성상 다른 의복에 비하여 비내구재에 속하며, 구입과 정에서도 시간과 노력을 비교적 적게 들이는 저관여적 상품으로 분류되어, 내의류에 대한 연구는 다른 의류상품에 비해 미비했으나 최근에는 소재 특성에 대한 연구를 시작으로 시장 세분화, 구매행동, 평가기준 등 다양한 연구가 이루어지고 있다.

내의류와 관련된 초기 연구로는 소재 특성에 대한 감성 및 선호도 연구가 있다. 손진훈 외(1988)는 촉감에 의해 유발되는 내의류 직물 감성을 측정하기 위한 심리적 척도를 개발하였으며,<sup>11)</sup> 조영미

(1989)는 내의 소재별 착용감을 분석하였다.<sup>12)</sup> 나영주, 정혜원(1999)은 여름철 남녀 내의의 태와 선호도를 분석하여 여름철 상의 내의는 가볍고 오돌도돌하며 보송보송한 재료로 밀착감이 크지 않은 것이 바람직하다고 하였다.<sup>13)</sup>

내의류 시장 세분화 연구로는 김세희, 이은영(2001)이 20-35세의 남녀를 대상으로 내의류 구매 성향에 따라 세분화한 집단에 따른 내의류 브랜드에 대한 이미지 지각 및 속성을 평가하였는데 여러 브랜드의 속성을 거의 유사한 것으로 지각하고 있어 차별화 전력이 필요하다고 하였다.

내의류 평가기준으로 김유화 외(2001)는 5개 차원으로 분류하였는데 기능성, 경제성, 심미성, 실용관리성, 상표상징성의 순으로 나타나 내의 구매시 기능성이 가장 많이 고려됨을 알 수 있었다.<sup>14)</sup> 내의 제품의 평가기준으로 과거에는 점수가 높지 않던 심미성이 3위로 나타났으며 심미성 관련 문항에서는 디자인, 색상/문양, 색상이 겉옷색에 무난한가, 겉옷의 맵시를 살려주는가 등이 중요한 평가기준이었다. 정혜원, 김구자(2002)는 60세 이상의 노년 여성은 내의류 구매시 실용성과 경제성, 착용감을 가장 중요시하며 심미성보다는 품위와 정숙성을 중요시하므로 노년 여성의 내의는 화려한 디자인 보다 품질과 기능성에 주안점을 두고 제품을 개발해야 한다고 하였다.<sup>15)</sup>

내의류 소비 행동 연구로 정혜원(2004)은 20-50대 여성을 대상으로 구입, 착용, 불만족 및 관리의 내의 소비 행동에 관한 조사를 통해 내의 구매 요인으로는 쾌적성, 경제성과 착용성이 가장 중요하다고 하였으며, 착용 빈도가 가장 많은 것은 민소매 상의내의, 하의로는 팬티만 착용한다고 하였다.<sup>16)</sup>

이상과 같이 내의류에 관한 다양한 마케팅 연구가 시도되고 있으나 대부분 일부 연령에 국한되어 있거나 패션 상품으로서의 내의류 상품 전략을 위한 구체적인 선호 디자인 분석은 이루어지지 않고 있다. 본 연구에서는 20-60대 여성을 대상으로 내의의 구매 실태를 조사하였으며 특히 색상, 무늬, 네크라인 등 디자인에 관한 구매 행동 특성도 파악하고자 하였다. 이는 타겟 마케팅 측면에서 연령별 선호디자인에 관한 연구가 필요하다는 시각에서 시도된 것이다.

### Ⅲ. 연구방법 및 내용

#### 1. 연구문제

첫째, 20-60대 여성의 내의 구매, 보유, 착용 실태를 분석한다.

둘째, 20-60대 여성의 내의 색상, 무늬, 디테일 등에 대한 선호 디자인을 분석한다.

셋째, 연령에 따른 내의 착용 및 선호 디자인 차이를 비교분석한다.

#### 2. 측정도구

연구문제 해결을 위해 의류 상품 또는 내의류를 대상으로 한 선행 연구들에서 사용되었거나 혹은 선행연구에서 밝혀진 항목들을 근거로, 본 연구에 적합한 문항들을 연구자 임의로 선정하여 설문지를 구성하였다. 설문항목은 크게 4가지로 분류하였으며 인구통계학적 사항, 구입 및 보유실태, 계절별 착용실태의 각 항목은 선행연구(정혜원, 2004)의 연구를, 디자인 선호도 항목은 선행연구(김유화 외, 2001)를 참고하였다.

첫째, 인구통계학적 사항으로 연령, 결혼여부, 거주지, 직업, 소득, 학력 등의 6문항, 둘째 구입 및 보유실태 관련 문항은 구입주체, 보온 내의, 기본 내의(상의, 하의) 보유수 등의 4문항, 셋째, 계절별 착용실태 관련 사항으로 착용빈도, 착용 및 미착용 사유 등의 12문항, 넷째, 디자인 선호도 관련 사항으로 색상, 무늬, 디테일(소매, 넥라인 등) 디자인 등의 6문항으로 구성하였다. 기본 내의 중 하의로는 팬티를 제외하고는 착용하지 않는 경우가 많은 선행연구(정혜원, 2004)를 참고하여 팬티만을 기본 내의(하의)로 하였다. 디테일 디자인 문항은 그림으로 제시하고 선택하게 하였다.

#### 3. 조사대상 및 자료수집

2004년 6월에 예비조사를 실시하였으며, 조사결과 문제가 있는 부분을 수정 및 보완하여 설문지를 완성하였다. 조사지역은 행정단위의 크기에 따른 비교를 위하여 군·면·읍이 포함된 전라도 지역과 서울 및 수도권을 대상으로 하여 2004년 7월-9

월에 실시하였다. 설문은 응답 내용이 미비한 설문지를 제외한 총 310부를 분석에 이용하였다. 설문에 응답한 조사대상자의 연령은 20대 35.8%(111명), 30-40대 32.3%(100명), 50-60대 31.9%(99명)이었고, 결혼여부는 미혼 39%(121명), 기혼 60.3%(187명)으로 나타났다. 직업은 회사원 28.7%(89명), 주부 22.9%(71명), 농업 10.3%(32명), 전문직 9%(28명), 대학 및 대학원생 8.1%(25명), 기타 21%(65명)의 순이었다. 소득수준은 100-200만원 33.3%(94명), 200-300만원 28.4%(88명), 100만원 미만 19.7%(61명), 300-400만원 13.9%(43명) 순이었고, 학력수준은 대졸 38.1%(118명), 고졸 35.8%(111명), 중졸 13.5%(42명), 중졸 미만 11.3%(35명) 등의 순으로 나타났다.

도시와 군·면·읍 행정단위에 따른 내의 구입 및 보유실태 등에 차이가 있을 것으로 가정하였으나 분석결과 모든 항목에서 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

#### 4. 분석방법

자료 분석은 통계 패키지 SPSSWIN Ver. 10.1를 사용하였으며 분석기법으로는 기술통계량, 빈도 분석 등을 실시하여 내의류에 대한 구매행동 및 디자인 선호도를 파악하고자 하였다.

### Ⅳ. 연구결과 및 고찰

#### 1. 구입 및 보유실태

본 연구에서 내의 종류는 런닝셔츠(민소매, 반소매, 끈), 팬티(삼각, 사각, T)를 기본 내의, 7부·9부·보온 에어메리과 같이 보온성이 강조된 것은 보온 내의로 구분하여 조사하였다.

내의를 구입하는 주체는 본인이 구입하는 경우가 80.6%로 가장 많았으며 다른 가족 16.1%, 배우자 2.3% 등의 순이었다. 모든 연령대에서 구입 주체의 순위는 동일하지만 20대에 비해 경제력이 있는 30대 이상 연령층에서 본인 구매 비율이 높게 나타났다. 이는 2003년까지 30대의 평균소비규모가 가장 크게 나타난 한국섬유산업연합회(2003,

〈표2〉 연령대별 내의 구입 주체

단위: %(명)

구분	연령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
구입주체	본인	63.1(70)	95.0(95)	85.9(85)	80.6(250)	39.836***
	배우자	3.6(4)	2.0(2)	1.0(1)	2.3(7)	
	다른 가족	30.6(34)	3.0(3)	13.1(13)	16.1(50)	
	기타	2.7(3)	0(0)	0(0)	1.0(3)	
	합계	100(111)	100(100)	100(99)	100(310)	

\*\*\* $p<0.001$ , \*\* $p<0.01$ , \* $p<0.05$  수준에서 유의함

2004)의 조사결과와 일치한다. 20대의 경우 다른 가족의 비율이 상대적으로 높은 이유는 어머니, 자매 등이 대신 구입해 주기 때문인 것으로 생각된다.

보온을 목적으로 착용하는 보온 내의 보유비율은 연령이 높을수록 높게 나타났다. 7부 내의를 보유한 비율은 50-60대 61.7%, 30-40대 45.5%, 20대 36.4%의 순으로 나타났고, 9부 내의를 보유하는 비율은 50-60대 64.9%, 30-40대 31.6%, 20대 23.1%, 보온 에어메리를 보유한 비율은 50-60대 70.8%, 30-40대 25.8%, 20대 16.5%의 순이었다. 이는 노년 여성은 겨울에 대부분 긴소매 내의를 착용하며, 봄·가을에는 나이가 많을 수록 9부 소매내의 착용자가 많다는 정혜원, 김구자(2002)의 연구결과와 일치한다.

기본 내의 중 민소매 런닝셔츠를 보유한 비율은

50-60대 86.9%, 20대 79.8%, 30-40대 75.5% 순으로 나타났고, 반소매 런닝셔츠를 보유한 비율은 50-60대 59.0%, 20대 41.7%, 30-40대 31.9%, 끈 런닝셔츠를 보유한 비율은 20대 88.0%, 30-40대 76.0%, 50-60대 51.0%의 순이었다. 민소매 런닝셔츠와 반소매 런닝셔츠 보유 비율은 50-60대가 20대와 30-40대에 비해 비교적 높고, 끈 런닝셔츠는 연령이 낮을수록 높았다. 20대에서 끈 런닝셔츠 보유비율이 높은 이유는 30대 이상 연령대에 비해 노출정도가 큰 디자인을 착용하는 비율이 높고 따라서 내의가 보이는 것을 방지하기 위해 끈 런닝셔츠를 착용하는 것으로 보인다.

삼각팬티의 보유 비율은 모든 연령대에서 높게 나타났다. 20대의 보유 비율은 1-5벌 38.7%, 6-10벌 29.7%, 10벌 이상 26.1%, 30-40대의 보유 비율은 6-10벌 46.5%, 10벌 이상 36.4%, 1-5벌 16.2%, 50-60대

〈표3〉 연령대별 보온 내의 보유 수

단위: %(명)

구분	연령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
7부 내의	없음	63.6(70)	54.5(54)	39.3(35)	53.4(159)	20.763***
	1-2벌	33.6(37)	31.3(31)	50.6(45)	37.9(113)	
	3-4벌	1.8(2)	13.1(13)	7.9(7)	7.4(22)	
	5벌 이상	0.9(1)	1.0(1)	2.2(2)	1.3(4)	
	합계	100(110)	100(99)	100(89)	100(298)	
9부 내의	없음	76.9(83)	69.4(68)	35.1(33)	61.3(184)	45.855**
	1-2벌	20.4(22)	23.5(23)	45.7(43)	29.3(88)	
	3-4벌	2.8(3)	7.1(7)	16.0(15)	8.3(25)	
	5벌 이상	0(0)	0(0)	3.2(3)	1.0(3)	
	합계	100(108)	100(98)	100(94)	100(300)	
보온 에어메리	없음	83.5(91)	74.2(72)	29.2(28)	63.2(191)	77.384***
	1-2벌	14.7(16)	21.7(21)	50.0(48)	28.1(85)	
	3-4벌	1.8(2)	3.1(3)	19.8(19)	7.9(24)	
	5벌 이상	0(0)	1.0(1)	1.0(1)	0.7(2)	
	합계	100(109)	100(97)	100(96)	100(302)	

\*\*\* $p<0.001$ , \*\* $p<0.01$ , \* $p<0.05$  수준에서 유의함

〈표4〉 연령대별 기본 내의(런닝셔츠 및 팬티) 보유 수

단위: %(명)

구분		연령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
런닝셔츠	민소매 런닝셔츠	없음	20.2(22)	24.5(24)	13.1(13)	19.3(59)	10.433**
		1-2벌	52.3(57)	44.9(44)	66.7(66)	54.6(167)	
		3-4벌	22.9(25)	23.5(23)	16.2(16)	20.9(64)	
		5벌 이상	4.6(5)	7.1(7)	4.0(4)	5.2(16)	
		합계	100(109)	100(98)	100(99)	100(306)	
	반소매 런닝셔츠	없음	58.3(63)	68.1(64)	41.0(34)	56.5(161)	15.499***
		1-2벌	32.4(35)	21.3(20)	47.0(39)	33.0(94)	
		3-4벌	8.3(9)	8.5(8)	9.6(8)	8.8(25)	
		5벌 이상	0.9(1)	2.1(2)	2.4(2)	1.8(5)	
		합계	100(108)	100(94)	100(83)	100(285)	
	끈 런닝셔츠	없음	12.0(13)	24.0(23)	49.0(47)	27.7(83)	40.739***
		1-2벌	49.1(53)	43.8(42)	38.5(37)	44.0(132)	
		3-4벌	30.6(33)	27.1(26)	10.4(10)	23.0(69)	
		5벌 이상	8.3(9)	5.2(5)	2.1(2)	5.3(16)	
		합계	100(108)	100(96)	100(96)	100(300)	
팬티	삼각팬티	없음	5.4(6)	1.1(1)	3.0(3)	3.2(10)	30.673**
		1-2벌	38.7(43)	16.2(16)	48.5(48)	34.6(107)	
		3-4벌	29.7(33)	46.5(46)	31.3(31)	35.6(110)	
		5벌 이상	26.1(29)	36.4(36)	17.2(17)	26.5(82)	
		합계	100(111)	100(99)	100(99)	100(310)	
	사각팬티	없음	45.4(49)	54.2(52)	32.3(32)	43.9(133)	15.038**
		1-2벌	48.1(52)	36.5(35)	52.5(52)	45.9(139)	
		3-4벌	6.5(7)	8.3(8)	11.1(11)	8.6(26)	
		5벌 이상	0(0)	1.0(1)	4.0(4)	1.7(5)	
		합계	100(108)	100(96)	100(99)	100(303)	
	T 팬티	없음	70.8(75)	85.6(77)	97.6(82)	83.6(234)	34.757**
		1-2벌	28.3(30)	11.1(10)	2.4(2)	15.0(42)	
		3-4벌	0.9(1)	3.3(3)	0(0)	1.4(4)	
		5벌 이상	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	
		합계	100(106)	100(90)	100(84)	100(280)	

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함

의 보유 비율은 1-5벌 48.5%, 6-10벌 31.3%, 10벌 이상 17.2%의 순이었다. 보유 수에 있어서 런닝셔츠는 1-2벌 보유 비율이 가장 높았던 것에 비해 팬티는 1-5벌이 가장 많고 6벌 이상 보유하는 비율도 높았다. 특히 30-40대는 6벌 이상 보유하는 비율이 1-5벌보다도 높은 것은 사회활동이 활발한 시기이기 때문에 매일 세탁하지 않고 많은 양을 한꺼번에 세탁하기 때문인 것으로 분석된다.

사각팬티 보유 비율은 삼각팬티에 비해 낮지만 전체 조사대상자의 56.1%가 보유하고 있었다. 연령대별로는 50-60대가 67.7%로 다른 연령대에 비

해 많이 착용하는 것으로 분석되었다.

T 팬티 보유 비율은 20대 29.2%, 30-40대 14.3%, 50-60대 2%의 순으로 연령이 낮을수록 많이 보유하고 있다. 20대에서 T 팬티 보유 비율이 높은 이유는 30대 이상 연령대에 비해 밀착정도가 큰 하의를 착용하는 비율이 높고, 팬티 라인이 보이는 것을 방지하기 위해 착용하는 것으로 분석된다.

## 2. 계절별 착용실태

보온 내의는 겨울, 봄·가을로 나누어 착용 여부

를 조사하였다. 착용 이유와 혹은 착용하지 않는 이유는 '내의를 착용한다 혹은 하지 않는다' 라고 한 응답만을 대상으로 분석을 실시하였다.

겨울철 보온 내의 착용 여부는 '착용하지 않는다' 36.8%, '항상 착용한다' 33.5%, '추운 날에만 착용한다' 29.7%의 순으로 전체 조사대상자 63.2% 이상이 겨울철에는 보온 내의를 착용하였지만 착용하지 않는 비율도 36.8%나 되었다. 연령대별 착용 여부 비율은 50-60대는 '항상 착용한다' 가 64.6%으로 가장 높았으며 20대와 30-40대는 '착용하지 않는다' 가 각각 47.7%, 46.0%로 높게 나타나 50-60대와 20대와 30-40대간의 겨울철 보온 내의 착용 여부 비율은 유의적인 차이가 있었다.

겨울철 보온 내의를 착용하는 응답자(195명)의 경우 '추위를 많이 타기 때문에' 68.7%, '항상 입어왔기 때문에 습관적으로' 17.4%, '특별한 날(야외운동 및 활동 등)에만 착용' 7.2%, '신체분비물

(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷 오염 방지' 4.1%, '내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김' 1.5% 등의 이유로 보온 내의를 착용하였다. 연령대 별 내의 착용 이유는 '추위를 많이 타기 때문에' 가 모든 연령대에서 가장 높게 나타났고 20대와 30-40대는 '특별한 날(야외운동 및 활동 등)에만 착용' 이, 50-60대는 '항상 입어왔기 때문에 습관적으로' 가 두 번째로 높게 나타나 연령간에 유의적인 차이가 있었다. 50-60대는 겨울철에는 보온을 위해 내의를 착용하는 것을 생활화하고 있음을 알 수 있으며 이는 노년 여성들의 내의 착용이유가 겨울철에는 보온성, 봄·가을은 습관적이라는 연구결과와 일치한다.(정혜원, 김구자, 2002) 20대와 30-40대는 습관적인 착용보다는 야외활동 등 특별한 경우의 착용 비율이 상대적으로 높았다.

겨울철 보온 내의를 착용하지 않는 응답자(113명)는 '내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서'

〈표5〉 연령대별 겨울철 보온 내의 착용 실태

단위: %(명)

구 분		연 령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
착용 여부	항상 착용		11.7(13)	27.0(27)	64.6(64)	33.5(104)	71.780**
	추운날에만 착용		40.5(45)	27.0(27)	20.2(20)	29.7(92)	
	착용하지 않는다		47.7(53)	46.0(46)	15.2(15)	36.8(114)	
	합계		100(111)	100(100)	100(99)	100(310)	
착용 이유	추위를 많이 타기 때문에		67.2(39)	79.6(43)	62.7(52)	68.7(134)	39.398***
	항상 입어왔기 때문에 습관적으로		5.2(3)	9.3(5)	31.3(26)	17.4(34)	
	내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김		5.2(3)	0(0)	0(0)	1.5(3)	
	신체분비물(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷오염방지		3.4(2)	3.7(2)	4.8(4)	4.1(8)	
	특별한 날(야외운동 및 활동 등)에만 착용		15.5(9)	7.4(4)	1.2(1)	7.2(14)	
	기타		3.4(2)	0(0)	0(0)	1.0(2)	
합계		100(58)	100(54)	100(83)	100(195)		
미착용 이유	추위를 별로 타지 않기 때문에		20.8(11)	28.9(13)	40.0(6)	26.5(30)	23.689**
	내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서		32.1(17)	28.9(13)	6.7(1)	27.4(31)	
	웬지 촌스러워 보일 것 같아서		26.4(14)	11.1(5)	0(0)	16.8(19)	
	주위사람들이 입지 않기 때문에		3.8(2)	2.2(1)	20.0(3)	5.3(6)	
	난방시설이 좋은 곳에서 주로 생활하기 때문		11.3(6)	17.8(8)	33.3(5)	16.8(19)	
	기타		5.7(3)	11.1(5)	0(0)	7.1(8)	
합계		100(53)	100(45)	100(15)	100(113)		
기본 내의 착용 형태	팬티, 브래지어만 착용		44.2(23)	45.7(21)	93.3(14)	51.3(58)	12.601
	팬티, 브래지어, 런닝셔츠 착용		34.6(18)	32.6(15)	0(0)	29.2(33)	
	팬티, 브래지어, 먼 티셔츠 착용		17.3(9)	17.4(8)	6.7(1)	15.9(18)	
	기타		3.8(2)	4.3(2)	0(0)	3.5(4)	
합계		100(52)	100(46)	100(15)	100(113)		

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함

27.4%, '추위를 별로 타지 않기 때문에' 26.5%, '웬지 촌스러워 보일 것 같아서' '난방시설이 좋은 곳에서 주로 생활하기 때문' 이 각각 16.8% 등의 이유로 보온 내의를 착용하지 않았다. 연령대별 내의를 착용하지 않는 이유는 50-60대는 '추위를 별로 타지 않기 때문에' 가, 20대와 30-40대는 '내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서' 가 가장 높게 나타났다. 20대와 30-40대는 50-60대에 비해 보온보다는 미적인 측면을 보다 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다. 또한 과거에 비해 난방시설이 좋은 곳에서 주로 생활하기 때문에 내의 착용의 필요성을 느끼지 못하는 것으로 나타났다.

보온 내의를 착용하지 않는 응답자(113명)의 기본 내의 착용 형태는 모든 연령대에서 팬티와 브래지어만 착용하는 형태가 가장 높았다. 연령대별 유의한 차이는 없었지만 20대와 30-40대는 먼 티셔츠를 런닝셔츠 대응으로 착용하기도 하였다.

봄 · 가을 내의 착용 여부는 '착용하지 않는다'

51.3%, '약간 쌀쌀한 날에만 착용한다' 29.7%, '항상 착용한다' 19.0%의 순으로 전체 조사대상자의 절반(51.3%)이상이 봄 · 가을에 내의를 착용하지 않는다고 응답하였다. 연령대별 착용 여부는 50-60대는 착용하는 비율이 72.7%로 높았고 20대와 30-40대는 착용하지 않는 비율이 각각 64.9%, 60.0%로 높게 나타나 50-60대와 20대와 30-40대간의 봄 · 가을 내의 착용 여부 비율은 유의적인 차이가 있었다.

봄 · 가을 보온 내의를 착용하는 응답자(150명)의 착용 이유는 '추위를 많이 타기 때문에' 52.0%, '항상 입어왔기 때문에 습관적으로' 25.3%, '특별한 날(야외운동 및 활동 등)에만 착용' 10.0%, '신체분비물(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷 오염 방지' 8.7%, '내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김' 3.3% 등의 순이었다. 연령대별 착용 이유는 '추위를 많이 타기 때문에' 가 모든 연령대에서 가장 높게 나타났고 겨울철 보온 내의 착용 이유와

〈표6〉 연령대별 봄 · 가을 내의 착용 실태

단위: %(명)

구 분		연 령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
착용 여부	부항상 착용		9.0(10)	7.0(7)	42.4(42)	19.0(59)	59.387***
	약간 쌀쌀한 날에만 착용		26.1(29)	33.0(33)	30.3(30)	29.7(92)	
	착용하지 않는다		64.9(72)	60.0(60)	27.3(27)	51.3(159)	
	합계		100(111)	100(100)	100(99)	100(310)	
착용 이유	추위를 많이 타기 때문에		36.8(14)	57.5(23)	56.9(41)	52.0(78)	32.933***
	항상 입어왔기 때문에 습관적으로		15.8(6)	17.5(7)	34.7(25)	25.3(38)	
	내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김		7.9(3)	5.0(2)	0(0)	3.3(5)	
	신체분비물(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷오염방지		10.5(4)	7.5(3)	8.3(6)	8.7(13)	
	특별한 날(야외운동 및 활동 등)에만 착용		26.3(10)	12.5(5)	0(0)	10.0(15)	
	기타		2.6(1)	0(0)	0(0)	0.7(1)	
	합계		100(38)	100(40)	100(72)	100(150)	
미착용 이유	추위를 별로 타지 않기 때문에		29.2(21)	31.7(19)	28.0(7)	29.9(47)	33.210***
	내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서		38.9(28)	45.0(27)	16.0(4)	37.6(59)	
	웬지 촌스러워 보일 것 같아서		15.3(11)	6.7(4)	8.0(2)	10.8(17)	
	주위사람들이 입지 않기 때문에		2.8(2)	1.7(1)	32.0(8)	7.0(11)	
	기타		13.9(10)	15.0(9)	16.0(4)	14.6(23)	
합계		100(72)	100(60)	100(25)	100(157)		
기본 내의 착용 형태	팬티, 브래지어만 착용		47.2(34)	56.1(32)	66.7(18)	53.8(84)	4.692
	팬티, 브래지어, 런닝셔츠 착용		36.1(26)	26.3(15)	18.5(5)	29.5(46)	
	팬티, 브래지어, 먼 티셔츠 착용		15.3(11)	15.8(9)	11.1(3)	14.7(23)	
	기타		1.4(1)	1.8(1)	3.7(1)	1.9(3)	
	합계		100(72)	100(57)	100(27)	100(156)	

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함



마찬가지로 50-60대는 겨울철에는 보온을 위해 내의를 착용하는 것을 생활화하고 있으며 20대는 습관적인 착용보다는 야외활동 등 특별한 경우의 착용 비율이 상대적으로 높았다.

봄·가을 보온 내의를 착용하지 않는 응답자(157명)는 '내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서' 37.6%, '추위를 별로 타지 않기 때문에' 29.9%, '웬지 촌스러워 보일 것 같아서' 10.8%, '주위 사람들이 입지 않기 때문에' 7.0% 등을 착용하지 않는 이유로 응답하였다. 연령대별 내의를 착용하지 않는 이유는 50-60대는 '주위 사람들이 입지 않기 때문에'가, 20대와 30-40대는 '내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서'가 가장 높게 나타났다. 겨울철과 마찬가지로 20대와 30-40대는 50-60대에 비해 미적인 측면을 보다 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다.

보온 내의를 착용하지 않는 응답자(156명)의 기본 내의 착용 형태는 모든 연령대에서 팬티와 브래지어만 착용하는 형태가 가장 높았다. 연령대별 유의한 차이는 없었지만 20대와 30-40대는 먼 티셔츠

를 런닝셔츠 대응으로 착용하기도 하였다.

보온 내의를 착용하지 않는 응답자(156명)의 기본 내의 착용 형태는 '기본 내의(팬티와 브래지어)만 착용' 53.8%, '기본내의와 런닝셔츠만 착용' 29.5%, '기본내의와 먼 티셔츠 착용' 14.7% 등의 순이었다. 연령대별 유의한 차이는 없었으며 모든 연령대에서 먼 티셔츠를 런닝셔츠 대신 착용하기도 하였다.

보온 내의를 착용하지 않는 여름철 기본 내의 착용 여부는 '착용하지 않는다' 41.4%, '가끔 착용한다' 35.0%, '항상 착용한다' 23.6%의 순으로 나타났으며 연령대별 착용 여부 비율의 유의한 차이는 없었다.

여름철 기본 내의를 착용하는 이유는 '속이 비치지 않게 하기 위해서' 42.8%, '신체분비물(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷 오염 방지' 28.3%, '항상 입어왔기 때문에 습관적으로' 22.8%, '내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김' 3.9% 등의 순이었다. 연령대별로 50-60대는 '신체분비물흡수 및 겉옷 오염 방지'가 가장 높아 노년 여성들의 여

〈표7〉 연령대별 여름철 기본 내의 착용 실태

단위: %(명)

구분		연령				x <sup>2</sup> -value
		20대	30-40대	50-60대	전체합계	
착용 여부	항상 착용	24.3(27)	27.3(27)	19.2(19)	23.6(73)	2.520
	가끔 착용	36.0(40)	30.3(30)	38.4(38)	35.0(108)	
	착용하지 않는다	39.6(44)	42.4(42)	42.4(42)	41.4(128)	
	합계	100(111)	100(99)	100(99)	100(309)	
착용 이유	항상 입어왔기 때문에 습관적으로	24.2(16)	17.5(10)	26.3(15)	22.8(41)	17.870*
	내의 미착용시 피부트러블(가려움, 발진 등) 생김	4.5(3)	7.0(4)	0(0)	3.9(7)	
	속이 비치지 않게 하기 위해서	43.9(29)	52.6(30)	31.6(18)	42.8(77)	
	신체분비물(땀, 분비물 등) 흡수 및 겉옷오염방지	25.8(17)	17.5(10)	42.1(24)	28.3(51)	
	기타	1.5(1)	5.3(3)	0(0)	2.2(4)	
	합계	100(66)	100(57)	100(57)	100(180)	
미착용 이유	덥고 답답하기 때문	72.1(31)	73.8(31)	81.0(34)	75.6(96)	10.368
	땀이 많지 않아 내의의 필요성을 못느끼기 때문	9.3(4)	11.9(5)	19.0(8)	13.4(17)	
	내의를 착용하면 겉옷의 맵시가 나빠져서	4.7(2)	4.8(2)	0(0)	3.1(4)	
	웬지 촌스러워 보일 것 같아서	11.6(5)	9.5(4)	0(0)	7.1(9)	
	기타	2.3(1)	0(0)	0(0)	0.8(1)	
	합계	100(43)	100(42)	100(42)	100(127)	
기본 내의 착용 형태	팬티, 브래지어만 착용	34.3(23)	42.1(24)	20.0(11)	32.4(58)	10.456
	팬티, 브래지어, 런닝셔츠 착용	55.2(37)	56.1(32)	67.3(37)	59.2(106)	
	기타	10.5(7)	1.8(1)	12.7(7)	8.4(15)	
	합계	100(67)	100(57)	100(55)	100(179)	

\*\*\*p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0.05 수준에서 유의함

〈표8〉 연령대별 선호 색상 및 무늬

단위: %(명)

구 분		연 령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
색상 무늬	흰색		24.3(27)	30.0(30)	27.3(27)	27.1(84)	23.305*
	베이지(살색)		30.6(34)	44.0(44)	49.5(49)	41.0(127)	
	파스텔(핑크, 하늘색 등)		33.3(37)	20.0(20)	13.1(13)	22.6(70)	
	회색		1.8(2)	1.0(1)	1.0(1)	1.3(4)	
	검정색		5.4(6)	0(0)	2.0(2)	2.6(8)	
	원색(빨강, 파랑 등)		2.7(3)	4.0(4)	4.0(4)	3.5(11)	
	기타		1.8(2)	1.0(1)	3.0(3)	1.9(6)	
	합계		100(111)	100(100)	100(99)	100(310)	
무늬	무늬무늬가 전혀 없는 것		31.8(35)	55.6(55)	67.7(65)	50.0(155)	43.860***
	스트라이프 또는 체크무늬		13.6(15)	11.1(11)	7.3(7)	10.6(33)	
	작은 무늬		31.8(35)	28.3(28)	21.9(21)	27.1(84)	
	큰 무늬		11.8(13)	4.0(4)	0(0)	5.5(17)	
	캐릭터 무늬		5.5(6)	1.0(1)	0(0)	2.3(7)	
	기타		5.5(6)	0(0)	3.1(3)	2.9(9)	
	합계		100(110)	100(99)	100(96)	100(305)	

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함

름철 내의 착용 목적 중 ‘땀 흡수’가 가장 높게 나타난 정혜원, 김구자(2002)의 연구와 일치한다. 반면 20대와 30-40대는 ‘속이 비치지 않게 하기 위해서’가 가장 높았다.

여름철 기본 내의를 착용하지 않는 이유는 ‘덥고 답답하기 때문’ 75.6%(96명), ‘땀이 많지 않아 내의의 필요성을 못느끼기 때문’ 13.4%, ‘웬지 촌스러워 보일 것 같아서’ 7.1%, ‘내의를 착용하면 걸옷의 맵시가 나빠져서’ 3.1%의 순으로 연령대별 유의한 차이는 없었다.

여름철 기본 내의 착용 형태는 ‘팬티, 브래지어, 런닝셔츠 착용’ 59.2%, ‘팬티, 브래지어만 착용’ 32.4% 등의 순이었다. 모든 연령대에서 ‘팬티, 브래지어, 런닝셔츠 착용’ 하는 형태가 가장 높았으며 연령대별 유의한 차이는 없었다. 보온 내의 착용비율이 낮은 봄·가을과 비교해 볼 때, 땀 분비량이 많은 여름철에 오히려 런닝셔츠를 많이 착용하는 것으로 나타났다.

### 3. 디자인 선호도

내의 디자인 선호도는 색상, 무늬, 네크라인 디자인, 소매 디자인, 팬티 허리선 및 다리선으로 나누어 조사하였다.












내의 색상은 베이지(살색) 41.0%, 흰색 27.1%, 파스텔(핑크, 하늘색 등) 22.6%, 원색(빨강, 파랑 등) 3.5%, 검정색 2.6%, 회색 1.3%의 순으로 나타났으며 연령대별 색상 선호도는 20대는 파스텔 색상이 가장 높고 30-40대와 50-60대는 베이지(살색)가 가장 높아 유의적인 차이가 있었다.

내의 무늬는 ‘무늬가 전혀 없는 것’ 50.0%, ‘작은 무늬’ 27.1%, ‘스트라이프 또는 체크 무늬’ 10.6%, ‘큰 무늬’ 5.5%, ‘캐릭터 무늬’ 2.3% 순으로 나타났다. 연령대별 선호 무늬는 20대는 ‘무늬가 전혀 없는 것’과 ‘작은 무늬’, 30-40대와 50-60대는 ‘무늬가 전혀 없는 것’이 가장 높았다. 20대의 경우는 높은 연령대에 비해 ‘큰 무늬’와 ‘캐릭터 무늬’ 등 개성 있는 무늬의 내의도 선호하였다.

내의 선호 네크라인은 ‘U자형+레이스 없음’ 26.2%, ‘끈(strap)+레이스 없음’ 26.2%, ‘V자형+레이스 없음’ 11.7%, ‘U자형+레이스’ 10.7%, ‘끈(strap)+레이스’ 10.4%, ‘V자형+레이스’ 8.4%, ‘보우트형+레이스 없음’ 4.9%, ‘보우트형+레이스’ 1.3%의 순이었다. 모든 연령대에서 ‘U자형+레이스 없음’과 ‘끈+레이스 없음’이 높았으며 연령대별 선호 네크라인은 20대와 30-40대는 ‘끈+레이스 없음’을, 50-60대는 ‘U자형+레이스 없음’을 더 선호하여 유의적인 차이가 있었다.

〈표9〉 연령대별 선호 넥라인 및 소매 디자인

단위: %(명)

구분	연령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value	
크라인디자인		8.2(9)	7.0(7)	17.2(17)	10.7(33)	46.990***	
		21.8(24)	25.0(25)	32.3(32)	26.2(81)		
		2.7(3)	9.0(9)	14.1(14)	8.4(26)		
		7.3(8)	14.0(14)	14.1(14)	11.7(36)		
		2.7(3)	0(0)	1.0(1)	1.3(4)		
		9.1(10)	4.0(4)	1.0(1)	4.9(15)		
		10.9(12)	10.0(10)	10.0(10)	10.4(32)		
		37.3(41)	30.0(30)	10.0(10)	26.2(81)		
	합계	100(110)	100(100)	100(99)	100(309)		
겨울용	9부	21.6(24)	21.4(21)	65.3(64)	35.5(109)	55.831***	
	7부	78.4(87)	78.6(77)	34.7(34)	64.5(198)		
	합계	100(111)	100(98)	100(98)	100(307)		
	합계	100(111)	100(98)	100(98)	100(307)		
소매디자인	여름용		3.6(4)	2.0(2)	15.2(15)	6.8(21)	104.540***
			25.2(28)	30.3(30)	76.8(76)	43.4(134)	
			71.2(79)	67.7(67)	8.1(8)	49.8(154)	
		합계	100(111)	100(100)	100(99)	100(309)	

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함

겨울용 내의 소매 디자인은 '7부' 64.5%, '9부' 35.5%의 순이었으나 연령대별 선호 소매 디자인은 20대와 30-40대는 7부를, 50-60대는 9부를 더 선호하여 유의적인 차이가 있었다. 이 결과는 50-60대

의 겨울철 내의 착용 이유를 추위와 습관이라고 94.0%가 응답한 것과 관련되어 7부보다는 보온효과가 높은 9부를 선호하였다.

여름용 내의 소매 디자인은 '끈 런닝셔츠'

<표10> 연령대별 선호 팬티 허리선 및 다리선 위치

단위: %(명)

구분		연령	20대	30-40대	50-60대	전체합계	$\chi^2$ -value
팬티 허리선		허리	6.3(7)	4.0(4)	5.1(5)	5.2(16)	46.722***
		허리와 배꼽사이	6.3(7)	9.1(9)	9.1(9)	8.1(25)	
		배꼽위치	18.0(2)	19.2(19)	44.4(44)	26.9(83)	
		배꼽아래	39.6(44)	51.5(51)	40.4(40)	43.7(135)	
		배꼽 아주 아래	29.7(33)	16.2(16)	1.0(1)	16.2(50)	
		합계	100(111)	100(99)	100(99)	100(309)	
팬티 다리선		T 팬티	0.9(1)	0(0)	0(0)	0.3(1)	21.757**
		다리 경계선 아주 위	3.6(4)	2.1(2)	0(0)	2.1(6)	
		다리 경계선 위	27.9(31)	22.7(22)	6.4(5)	20.3(58)	
		다리 경계선	45.0(50)	51.5(50)	60.3(47)	51.4(147)	
		다리 경계선 아래	20.7(23)	22.7(22)	28.2(22)	23.4(67)	
		다리 경계선 아주 아래	1.8(2)	1.0(1)	5.1(4)	2.4(7)	
		합계	100(111)	100(97)	100(78)	100(286)	

\*\*\* $p < 0.001$ , \*\* $p < 0.01$ , \* $p < 0.05$  수준에서 유의함

49.8%, ‘민소매 런닝셔츠’ 43.4%, ‘반소매 런닝셔츠’ 6.8%의 순이었으나 연령대별 선호 소매 디자인은 20대와 30-40대는 ‘끈 런닝셔츠’를, 50-60대는 ‘민소매 런닝셔츠’를 더 선호하여 유의적인 차이가 있었다. 또한 50-60대는 ‘반소매 런닝셔츠’를 다른 연령대에 비해 선호하는 경향을 보였다.

내의의 선호 팬티 허리선은 ‘배꼽 아래’ 43.7%, ‘배꼽 위치’ 26.9%, ‘배꼽 아주 아래’ 16.3%, ‘허리에서 배꼽 사이’ 8.1%, ‘허리’ 5.2%의 순이었다. 연령대별 선호 팬티 허리선은 20대와 30-40대는 ‘배꼽 아래’를, 50-60대는 ‘배꼽 위치’를 가장 선호하였다. 특히 20대에서는 ‘배꼽 아주 아래’의 선호도가 다른 연령대에 비해 높았다. 이는 골반 바지 등 허리선이 낮은 하의류의 착용으로 내의가 보이는 것을 방지하기 위한 것으로 분석된다.

내의의 선호 팬티 다리선은 ‘다리 경계선’ 51.4%, ‘다리 경계선 아래’ 23.4%, ‘다리 경계선 위’ 20.3%, ‘다리 경계선 아주 아래’ 2.4%, ‘다리 경계선 아주 위’ 2.1%, ‘T 팬티’ 0.3%순이었다. 모든 연령대에서 ‘다리 경계선’ 위치가 가장 높게 나타났고 20대와 30-40대는 ‘다리 경계선 위’가, 50-60대는 ‘다리 경계선 아래’가 두 번째로 높게 나타나 연령간에 유의적인 차이가 있었다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 국내 내의류 시장의 현황 및 내의류 구매 행동 특성을 이론적으로 고찰하고 내의 상품 기획 및 타겟 마케팅을 위한 기초자료를 제시하기 위해 20-60대 여성을 대상으로 내의 구매행동 및 선호 디자인을 조사하였다. 연구결과 여성의 연령별 내의 구매행동 특성과 이에 따른 제언점은 다음과 같다.

20대 여성의 구입행동 특성에서 구입주체는 다른 연령대에 비해 다른 가족이 구입해 주는 비율이 높았다. 7부, 9부, 보온 에어메리 등 보온 내의류 보유 비율은 모든 연령대에서 가장 낮아 젊은 층의 보온성 내의 착용 기피현상을 확인할 수 있었다. 기본내의 중에서는 끈 런닝셔츠 보유 비율이 다른 연령대에 비해 높았으며 이는 노출정도가 큰 디자인을 착용하는 비율이 높고 따라서 내의가 보이는 것을 방지하기 위한 것으로 보인다. 착용실패는 모든 계절에 내의를 착용하지 않는 비율이 높았으며 걸옷의 맵시가 나빠져서가 공통적인 이유로 나타났다. 내의를 착용할 경우 이유는 추위를 타거나 야외활동 등 특별한 경우라고 응답하여 특정한 장소, 활동에 적합한 내의류 개발이 필요하였다. 가장 선호하는 색상은 파스텔 톤 색이었으며 무늬는 전혀 없는 것과 작은 무늬를 가장 선호하였지만 그

외에도 큰 무늬나 캐릭터 무늬를 선호하였다. 소매 디자인은 겨울용은 7부를, 여름용으로는 소매가 없는 끈 런닝셔츠를 선호하였다. 팬티 허리선은 배꼽 아래선을 가장 선호하였고, 팬티 다리선은 다리 경계선이나 다리 경계선 바로 위를 선호하였다. 20대는 다른 연령대에 비해 경제력이 떨어짐에도 불구하고 핸드폰 등 생활필수품을 비롯한 패션상품에 있어서 새로운 구매를 통한 상품 교체 빈도가 높다. 내의 제품도 단순한 생활필수품이라는 인식에서 탈피하여 최고의 패션상품으로서의 가치 추구를 통해 구매를 유도하는 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다. 보온성 내의 제품보다는 캠퍼스 라이프, 스포츠, M.T. 등 다양한 야외활동에 적합한 제품을 기획해야 하며 활동적이고 과감한 노출을 시도하는 20대의 구매 특성을 감안한 스타일과 젊은 분위기의 파스텔 톤 색상, 큰 무늬나 캐릭터 무늬 등 개성을 표현할 수 있는 디자인 개발이 필요하다.

30-40대 여성의 내의류 구입행동 특성은 본인이 구입하는 경우가 가장 많았다. 착용실태는 20대와 마찬가지로 모든 계절에 내의를 착용하지 않는 비율이 높았으며 겉옷의 맵시가 나빠져서가 공통적인 이유로 나타났다. 가장 선호하는 색상은 베이지색(살색)이었고 무늬는 전혀 없는 것과 작은 무늬를 가장 선호하였다. 레이스가 없는 끈 런닝셔츠와 U자형을 가장 선호하였고, 소매 디자인은 겨울용은 7부를, 여름용으로는 끈 런닝셔츠를 선호하였다. 팬티 허리선은 배꼽 아래를 가장 선호하였고, 팬티 다리선은 다리 경계선을 가장 선호하였다. 현대 여성의 사회활동 증가에 따라 30-40대 여성은 경제력이 뒷받침됨에 따라 다른 연령대에 비해 구매력이 높은 특성을 지니고 있으며 직장 생활을 비롯한 각종 스포츠, 레저활동 등 다양한 라이프 스타일에 맞는 패션스타일을 추구하고자 한다. 겉옷 맵시를 중요하게 여기는 구매특성을 감안하여 각종 정장 또는 스포츠 및 레저용 의류와 조화를 이루며 각각의 활동 특성에 맞는 내의 기능을 충족시킬 수 있는 제품 기획이 요구된다. 특히 정장용 내의류는 겉옷의 맵시를 살려주는 매끈한 디자인이어야 하며 여름용은 속이 비치지 않으면서도 베이지 색상의 무늬가 없거나 작은 무늬의 튀지 않는 디자인이 중요하다.

50-60대 여성의 내의류 구입행동 특성은 구입주체가 본인인 경우가 가장 많았다. 보온 내의류 보유 비율이 가장 높았으며 기본내의는 반소매 런닝셔츠와 사각팬티 보유 비율이 높았다. 겨울철과 봄·가을용 내의 착용 비율이 다른 연령대에 비해 높았으며 그 이유는 추위를 많이 타기 때문과 습관적으로 항상 입어왔기 때문이라고 하여 내의 착용이 생활화되어 있음을 알 수 있었다. 반면 여름철 내의 착용 이유로 신체 분비물 흡수 및 겉옷 오염방지가 가장 높아 내의의 위생적인 측면을 중요하게 생각하였다. 가장 선호하는 색상은 베이지(살색), 흰색이었고 무늬는 전혀 없는 것을 가장 선호하였다. 레이스가 있거나 없는 U자형 네크라인을 가장 선호하였으며 소매 디자인은 다른 연령대와 달리 겨울용은 9부를, 여름용으로는 민소매를 가장 선호하였고 반소매 런닝셔츠도 선호하였다. 팬티 허리선은 배꼽 위치를 가장 선호하였고, 팬티 다리선은 다리 경계선과 다리 경계선 아래를 선호하였다. 내의 착용이 생활화되어 있어 보온성 내의 제품 보유비율이 높으며 위생적 기능을 중요하게 생각하는 구매 특성을 감안하여 50-60대 여성의 내의 소재로는 보온성, 흡습성이 높은 소재를 사용해야 한다. 과감한 디자인보다는 클래식한 라인의 디자인이 적합하며 이를 위해 중·노년층 여성의 체형 특성을 반영한 내의 제품 치수체계 설정이 요구된다.

이상과 같이 연령에 따라 구입 및 보유 실태, 착용 실태, 선호 디자인 등 내의 구매 특성이 다르게 나타나므로 내의 시장의 성장을 위해서는 연령대에 맞는 마케팅 전략 수립을 통하여 고객 취향을 고려한 아이템 및 디자인 개발이 요구된다. 겨울철 내의의 경우에도 보온을 위해서 착용한다는 개념에서 탈피하여 겉옷의 맵시를 고려하는 등 미적인 측면에서도 소비자의 요구를 충족할 수 있는 내의 제품을 기획해야 한다. 또한 본 연구에서 다루지는 못했지만 집단별로 선호하는 광고 컨셉, 내용, 모델이 다르며, 상품을 접촉하는 정보원 역시 집단에 따라 다르므로(김세희, 이은영, 2001) 타겟 마케팅을 위해서는 연령별 내의류 선호 광고 유형 및 정보원을 분석하여 타겟에 따른 광고 전략도 필요할 것이다.

본 연구에서는 내의의 소재 측면과 경제상태, 거

주형태 등 다른 인구통계 변인에 의한 분석은 제외되어 소비자의 구매 특성을 모두 파악하기에는 제한점이 따르므로 이러한 부분에 대한 지속적인 연구가 필요할 것이다.

## 참고문헌

- 1) 이은영 (1999). *패션마케팅*. 서울: 교문사.
- 2) 패션브랜드사전 (2000). *패션브랜드사전*. 서울: 텍스헤럴드.
- 3) 김세희, 이은영 (2001). 내의류 소비자의 구매 성향에 따른 시장 세분화 연구. *대한가정학회지* 39(11), pp.73-88.
- 4) 한국섬유산업연합회 (2005). 2004년도 국내 의류소비실태조사 결과 발표. 자료검색일. 2005. 5. 2. 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr>
- 5) 동아일보. 2001년 1월 17일.
- 6) 한국섬유산업연합회 (2005). Op. cit.
- 7) 한국섬유산업연합회 (2003). 2002년 의류소비 실태조사 결과 발표. 자료검색일. 2004. 8. 1. 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr>
- 8) 한국섬유산업연합회 (2004). 2003년 의류소비 실태조사 결과. 자료검색일. 2004. 8. 1. 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr>
- 9) 한국섬유산업연합회 (2005). Op. cit.
- 10) Ibid.
- 11) 손진훈, 박현영, 이임갑, 최상섭, 강대임 (1998). 내의 직물의 역학적 특성과 질감 감성과의 관계. *한국감성과학회지* 1(2), pp.35-42.
- 12) 조영미 (1989). 내의의 소재별 착용감에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 13) 나영주, 정혜원 (1998). 여름철 남녀 내의의 태와 선호도에 관한 연구. *한국섬유공학회지* 36(2), pp.186-195.
- 14) 김유화, 권수애, 김은영 (2001). 20대 여성의 내의류 상표 선호도와 구매시 평가기준. *한국의류학회지* 25(7), pp.13-24.
- 15) 정혜원, 김구자 (2002). 노년여성의 내의 구매 행동, 착용 및 관리에 관한 연구-인천 광역시 중심으로-. *한국의류학회지* 26(5), pp.737-747.
- 16) 정혜원 (2004). 여성의 내의 소비 행동에 관한 연구. *한국의류학회지* 28(3/4), pp.422-431.