

40대와 50대 중년 여성의 의복 착용 실태 및 맞춤새 비교 연구

남영란·최혜선**·김은경**

이화여자대학교 의류학전공 박사과정 · 이화여자대학교 의류학전공 교수** · 서울디지털대학교 디지털패션학과 부교수**

A Comparative Study on the Clothing Wearing Conditions and Fit for Middle-aged women in their 40s and 50s

Young-Ran Nam · Hei-Sun Choi** · Eun-Kyong Kim**

Doctor's Degree Course, Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University**

Assistant Prof., Dept. of Digital Fashion, Seoul Digital University**

(2013. 6. 18. 접수; 2013. 8. 21. 수정; 2013. 8. 26. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to analyze the general status of wearing clothes and clothing purchase of middle-aged women in the 40's to 50's, the patterns and colors of clothes they prefer, clothing preference related with fitting or such, and also complaints. And this paper also divides the middle-aged women into those in the 40's and 50's to analyze how they differ in terms of the apparel brands and fitting they prefer and also the status of wearing clothes. For the research, a survey was performed to 350 women, and the survey data went through x2 and t-test analysis by using SPSS 20.0 to examine significant difference.

The results of this study are as follows: the women in the 40's included as the subjects showed a high frequency of clothing purchase from casual brands or SPA brands and regarded design to be important at the clothing purchase. Meanwhile, the women in the 50's indicated a higher frequency of clothing purchase of middle-aged women's apparel brands, outdoor brands, madam clothes, or designer brands and thought activity to be crucial at the clothing purchase. As the women in the 40's and 50's showed difference in the brands they preferred, particularly the fitting indicated difference in terms of dissatisfaction. While those in the 40's preferring and buying young casual showed particularly more fitting problems in the arm-hole girth, upper arm circumference, bust size, and thigh or hip area, those in the 50's indicated fitting problems in the hip circumference or waist measurement. It is expected that this study will be used as foundational data to set up the target age by related apparel companies or develop clothes with great size fitting and design satisfaction.

Key Words: Middle-aged women(중년여성), Wearing condition(착용실태), Purchasing practices(구매실태), Preferred brand(선호 브랜드), Fitness(맞음새)

I. 서론

요즘 중년을 대표하는 트렌드는 '젊어지기'

(Down-Aging)로 젊어지기 위해 돈을 아끼지 않고 있으며, 이러한 중년을 지칭하는 다양한 용어가 등장하고 있다. 가정을 위해 묵묵히 희생

Corresponding author ; Hei-Sun Choi

Tel. +82-2-3277-3075, Fax. +82-2-3277-3079

E-mail : hschoi@ewha.ac.kr

하던 중년의 개념에서 벗어나 자신을 가꾸는데 더욱 적극적인 태도를 보이는 중년 여성을 ‘나우족(New Old Women)’, 결혼 생활도 어느 정도 안정되고, 경제력도 가지고 있어 배우들처럼 자신을 꾸미는 여성 계층을 ‘나오미족(Not Old Image)’이라 지칭한다(이홍섭, 2012). 최근 백화점 봄 세일기간에 의류를 가장 많이 구입하는 연령층이 20~30대 젊은 세대일 것이라는 예상을 깨고 40~50대로 조사되었다(김소희, 2013). 최근에는 10~20대 여성 못지않게 중년 여성들도 자신의 외모에 대하여 관심을 가지고 아름다운 체형을 가꾸기 위해 노력한다(김경희, 2008). 자신의 행복보다는 자녀들에게 헌신적이었던 과거 중년의 모습과는 달리, 현대 중년여성들은 자신의 라이프스타일을 추구하고 건강관리와 함께 젊음의 유지가 중요한 관심사로 부각된다(이영아, 이상은, 2008).

중년층의 영역범위는 30대 후반, 혹은 40대에서 50대, 60대에 이르기까지 매우 광범위하게 설정되어 있으며, 이들을 지칭하는 용어도 중년층, 장년층, 중장년층, 장노년층 등 특정한 기준 없이 다양하게 나열되고 있다. 인구 구조 변화의 결과 달라진 사회상을 반영하기 위해서는 중년층을 통칭하기보다 이들의 세대적 특성에 맞는 연령구분의 세분화가 필요한 실정이다(변미연, 2011). 특히, 사회적 경제적 관점에서 고찰하였을 때 현재 40~50대 중년층은 기존의 중년층과 달리 변화된 뉴 라이프스타일을 추구하고, 이러한 변화에 따라 이들을 타겟으로 한 새로운 마케팅이 문화 가전제품, 패션 등 여러 영역에서 등장하고 있다. 또한, 패션산업에서 40~50대 여성들의 새로운 라이프스타일 실현 및 젊음 유지를 위한 개성 표출 영역으로서 중년층의 패션 시장에 대한 중요성은 점차 부각되고 있다(이미선, 2012).

이렇게 중년 세대가 추구하는 라이프스타일이 변화하면서 의생활에 있어서도 과거와는 많은 부분 달라지고 있다. 딸과 옷을 같이 입는 ‘젊은 엄마’들이 늘면서 ‘디자이너 부티크’ 브랜드들이 실제로 찬바람을 맞고 있다. 주 고객층인 40~50대의 중년층이 SPA 브랜드와 수입브랜드, 영캐주얼 브랜드로 이탈하면서 매출이 크게 줄어 일부 브랜드에서는 백화점에서 퇴출되는

상황을 겪고 있다(최만수, 2012). 그밖에도 최근 아웃도어에 대한 관심이 높아지면서 40~50대 세대는 일상생활에도 활동성이 높고 편안한 아웃도어를 착용하기도 하는 반면, 자기관리가 철저해져 몸매에 자신이 있는 중년 여성들은 스키니 팬츠 및 레깅스, 레이어드 룩 등 20대들이 선호하는 스타일의 의복을 착용하기도 한다. 그러나, 중년 여성의 체형은 임신과 출산에 의해 많은 변화를 가져오며(구미란, 2011) 키와 같은 높이 항목은 줄어들고 진동, 위팔둘레, 허리, 배 등의 둘레항목은 증가하는 신체 비례 변화가 나타난다. 이러한 신체적 특성과 더불어, 중년 여성들의 다운에이징 의류 구매가 늘어나면서 맞춤새 관련 불만 사항이 나타날 것으로 예상된다.

이처럼 40~50대 중년 여성들이 선호하는 의복 브랜드뿐만 아니라 자주 착용하는 아이템 및 선호하는 맞춤새 등 의복의 착용 실태는 과거와는 많은 부분 달라졌을 것으로 예상되며, 중년을 타겟으로 하고 있는 중년 여성복 브랜드들이 이러한 변화를 빠르게 파악하고 의복에 반영하는 노력이 필요할 것으로 사료된다. 점차 젊은 트렌드와 브랜드를 지향하면서도 그들의 체형에 적합하고 실용적인 의복을 찾는 중년 여성들의 선호도를 면밀히 분석하여 의복에 반영해야 할 것이다.

의복 구성 분야의 중년 여성 관련 선행연구는 체형 분류 및 패턴 개발에 관한 연구와 의복 구매실태 및 착용 실태에 관한 연구로 구분하여 살펴 볼 수 있다. 의복 구매 및 착용실태에 관한 연구로는 중년여성 기성복 하의의 착용실태 및 맞춤새에 관한 연구(김은경, 최혜선, 이경미, 2003), 중년 여성의 기성복 재킷 구입실태 및 만족도(김인화, 권수애, 2007), 40,50대 중년 여성의 기성복 구매 및 치수 만족도 조사(임지영, 2008), 4050세대 여성의 다운에이징 의류 구매실태 및 치수만족도 조사(임지영, 2012), 폐경기 증상 경험유무에 따른 중년여성의 의복 구매 요인 및 만족도 조사(박순지, 김혜진, 2012)가 있다. 그러나, 중년의 트렌드와 관심사가 빠르게 변화하는데 불구하고 최근의 중년 여성의 전반적인 의복 구입 및 착용실태에 관한 연구는 미비하다.

최근에는 미혼인 40대가 많아져 소비력이 높아졌을 뿐만 아니라 결혼을 했어도 경쟁이 치열

한 사회에서 나름의 경쟁력을 유지하기 위해 자기를 끊임없이 꾸미게 되는데(박현정, 2013), 때문에 같은 중년이라 할지라도 40대와 50대의 의복 구입과 브랜드 선호도에 있어서 차이가 나타날 것으로 예상된다. 특히 다운에이징 현상에 따라 의복 구매 및 착용에 있어서 중년의 구분은 모호하며, 또한 중년 내에서의 연령 집단과 개인의 취향에 따라 의복 선호도에 큰 차이가 있을 것으로 사료된다.

본 연구에서는 중년의 연령을 40대와 50대로 구분하여 선호하는 의복 브랜드와 맞춤새, 의복의 착용실태에 있어서 어떠한 차이가 나타나는지 분석하고자 하였다. 또한, 40~50대 중년 여성의 전반적인 의복 구매 및 착용 실태와 더불어 선호하는 의복의 문양, 색상, 맞춤새 등의 의복 선호도와 불편사항을 분석하고자 하였다. 따라서 관련 의류 업체에서 적합한 소비자 타겟 연령을 선정하는데 도움을 주고자 한다. 또한, 중년을 타겟으로 하는 여성복 브랜드에서는 현재 중년의 선호도를 반영한 디자인 개발에 주력하고, 중년 여성의 관심도와 매출이 크게 성장한 영캐주얼 및 SPA 브랜드들은 그들에게 치수적합성이 높은 의복을 개발할 수 있도록 관련 업체에서 경쟁력을 키우는데 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사 대상 및 조사 기간

본 연구는 2013년 4월 30일부터 5월 15일까지 40~50대(1974년생~1955년생) 중년 여성을 대상으로 모집단을 선정하였으며, 총 350명에게 설문지를 배포하여 불성실하게 응답한 자료로 판단되거나 조사 내용의 일부가 누락된 13부를 제외한 총 337부를 연구 자료로 활용하였다. 설문지 배포는 온라인에서 200부가 진행되었으며, 오프라인에서 150부가 진행되었다. <표 1>은 응답자의 연령, 거주지역, 직업, 결혼상태, 자녀유무, 자기관리 여부, 신체치수(키, 몸무게)의 일반적 특성을 나타낸 것이다.

2. 조사 목적 및 설문지 구성

본 조사의 목적은 40~50대 중년 여성을 대상으로 전반적 의복 구매 및 착용 실태, 의복의 선호도, 연령 집단에 따른 의복 맞춤새, 의류 제품의 사용 경험에 따른 불편족 요인과 개선 사항을 분석하기 위함이다.

본 조사 설문지 구성에 앞서, 관련 선행연구를 분석하고 시장조사 및 소비자 인터뷰를 실시하였다. 예비조사 설문지 구성을 위해 2013년 3월 31일~2013년 4월 4일 5일간 14명의 40~50대 중년 여성을 대상으로 인터뷰가 실시되었으며 이를 바탕으로 예비 설문 문항을 구성하였다. 예비 설문은 2012년 11월 1일부터 11월 5일까지 30명을 대상으로 온라인을 통해 진행되었으며, 예비 설문 결과를 바탕으로 본 조사 설문지를 구성하였다. 본 조사 설문지 구성 후, 석사과정 이상의 의류학 전공 전문가 8명을 대상으로 설문지를 검토 받았으며 이를 토대로 최종 보완하여 본 조사 설문지를 완성하였다. 본 조사 설문지는 온라인과 오프라인을 통해 배포되었으며, 온라인 설문지는 KSDC 사이트를 이용하여 설문지를 제작하여 배포하였다.

설문 항목은 총 76개의 문항으로 구성하였으며, 응답자의 일반적 특성과 관련된 문항(7문항), 의복 구매 실태와 관련된 문항(7문항), 의복의 선호도와 관련된 문항(4문항), 의복 착용실태와 관련된 문항(6문항), 착용 만족도와 관련된 문항(9문항), 의복 맞춤새 관련 문항(42문항), 의류 제품 사용 및 구입 경험에 따른 불편사항 및 개선 사항(1문항)으로 구성되었다. 의복의 착용실태 및 착용만족도 문항과 의복의 맞춤새 문항은 응답자가 가장 선호하는 브랜드군에서 구입한 의복을 생각하면서 설문지에 응답하도록 하였다. 설문지의 구성 항목 및 응답 방법은 <표 2>에 제시하였다.

3. 분석 방법

수집된 자료의 분석은 SPSS 20.0 for Windows를 사용하여 기술통계, 빈도분석, 교차분석 등을 실시하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 살펴보고 있다. 40대와 50대의 의복 구입 및 착용실

<표 1> 응답자의 일반적 특성

		단위 : N(%)		
구분		40대	50대	합계
거주지역	서울	44(29.5)	41(21.8)	85(25.2)
	경기	44(29.5)	44(23.4)	88(26.1)
	인천	20(13.4)	28(14.9)	48(14.2)
	기타	41(27.5)	75(39.9)	116(34.4)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
직업	전업주부	80(53.7)	128(68.1)	208(61.7)
	직장인	69(46.3)	60(31.9)	129(38.3)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
결혼상태	기혼	138(92.6)	181(96.3)	319(94.7)
	미혼	11(7.4)	7(3.7)	18(5.3)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
자녀유무	자녀있음	129(86.6)	185(98.4)	314(93.2)
	자녀없음	20(13.4)	3(1.6)	23(6.8)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
자기관리여부 (다이어트 및 운동)	한다	91(61.1)	127(67.6)	218(64.7)
	안한다	58(38.9)	61(32.4)	119(35.3)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
신체치수 Mean(S.D)	키(cm)	160.7(4.6)	158.9(4.3)	159.7(4.56)
	몸무게(kg)	54.7(6.1)	56.6(6.9)	55.8(6.64)

<표 2> 설문 문항의 구성

No.	설문 문항	세부 사항	응답 방법	문항수
1	응답자의 일반적 특성	연령, 거주지역, 직업, 결혼상태, 자녀유무, 신체치수(키, 몸무게), 자기관리 유무	객관식	7
2	의복 구매 실태	의복구입처, 한달 평균 의복구입비, 의복 구매 시 가장 중요시 여기는 항목, 주로 구매하는 의복아이템, 가장 선호하는 의복 브랜드 및 선호이유(주관식), 영캐주얼 브랜드 및 SPA 브랜드의 의복 구매 경험	객관식	7
3	의복 선호도	선호하는 문양, 색상, 스타일, Fit(맞음새)	객관식	4
4	의복 착용실태	사이즈 선택방법, 라벨사이즈 만족여부, 본인의 의복사이즈 인지여부, 본인의 의복사이즈(주관식), 중년 여성복 브랜드의 개선 사항, 수선여부 및 수선내용	객관식	6
5	의류 제품의 착용 만족도	착용감, 연령간의 적합성, 바느질 및 품질, 디자인 및 색상, 가격, 소재, 세탁 및 관리, 사이즈, 최근 패션 경향	5점 Likert 척도	9
6	의복의 맞춤새	의복의 종류에 따른 맞춤새, 재킷 맞춤새, 셔츠 및 블라우스 맞춤새, 팬츠 맞춤새	5점 Likert 척도	42
7	의류 제품 사용 및 구입 경험에 따른 불편사항 및 개선 사항		주관식	1

태, 의복의 맞춤새를 비교 분석하기 위해서 유의차 검증 및 평균 비교를 하였으며, 통계 방법은 카이제곱(χ^2)분석과 t-test를 실시하였다. 또한, 선호하는 의복 브랜드, 자신의 의복의 사이즈, 의류 제품 사용 및 구입 경험에 따른 불편사항과 관련된 문항은 서술형 또는 주관식으로 응답하게 한 후, 공통되는 답변의 빈도수를 분석하여 통계 처리하였다.

III. 연구 결과

1. 중년 여성의 의복 구매 및 착용실태

1) 중년 여성의 의복 구매 실태

40~50대 중년 여성의 의복구입처, 한 달 평균 의복 구입비용, 의복 선택 시 고려사항에 대한 항목의 결과는 <표 3>에 나타내었다. 중년 여성의 의복구입처에 대해 조사한 결과, ‘아울렛 및 상설할인매장’이 134명(39.8%)으로 가장 높은 비율로 나타났으며, 다음으로는 ‘백화점’ 102명(30.3%), ‘인터넷쇼핑몰’ 39명(11.6%)의 순으로 나타났다. 40대는 ‘아울렛 및 상설할인매장’, ‘인터넷쇼핑몰’에서 50대에 비해 더 높은 비율로 의복을 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 ‘백화점’에서 더 높은 비율로 의복을 구입하는 것으로 나타났다. 40대와 50대 연령 집단에 따라 의복구입처 항목은 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이가 나타났다.

한 달 평균 의복 구입비용에 대해 조사한 결과, ‘5만원 이상~10만원 미만’이 110명 (32.6%)로 가장 높은 비율로 나타났으며, 다음으로는 ‘10만원 이상~20만원 미만’의 항목이 106명(31.5%)로 나타났다.

의복 선택 시 중요시 여기는 항목에 대해 조사한 결과, ‘디자인 및 색상’이 143명(42.4%)으로 나타나 중년 여성들이 의복을 구입하고 선택하는 데 있어 ‘디자인과 색상’이 중요한 역할을 하고 있는 것을 확인할 수 있다. 다음으로는 ‘활동성 및 편안함’이 88명(26.1%), ‘사이즈 및 맞춤새’가 51명(15.1%)으로 의복 선택 시 중요시 여기는 항목으로 응답하였다. 40대는 50대에 비

해 더 높은 비율로 의복 선택 시 ‘디자인 및 색상’을 고려하여 의복을 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 더 높은 비율로 의복 선택 시 ‘활동성 및 편안함’, ‘사이즈 및 맞춤새’를 고려하여 의복을 구입하는 것으로 나타났다. 40대와 50대 연령 집단에 따라 의복 선택 시 가장 고려하는 항목은 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이가 나타났다.

40~50대 중년 여성들이 주로 구입하고 착용하는 의복 아이템에 대하여 조사한 결과는 <표 4>에 나타내었다. 자주 착용하고 구매하는 의복으로 겉옷 부분에서는 ‘점퍼’(42.7%), ‘재킷’(24.6%), ‘코트’(14.5%)의 순으로 나타나, 40~50대 중년 여성들은 활동성이 좋고 편안한 ‘점퍼’ 아이템을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 40대는 50대에 비해 더 높은 비율로 ‘재킷’, ‘가디건’을 착용하고 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 더 높은 비율로 ‘점퍼’를 착용하고 구입하는 것으로 나타났으며 이는 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 선호하는 의복의 겉옷 아이템이 차이가 나타나는 것으로 분석된다.

자주 착용하고 구매하는 항목으로 상의에서는 ‘티셔츠’(52.2%), ‘블라우스’(16.9%), ‘셔츠’(12.5%)의 순으로 나타나 ‘티셔츠’가 52.2%로 과반수를 넘어 대부분의 중년 여성들이 선호하는 상의 아이템으로 나타났다.

자주 착용하고 구매하는 항목으로 하의에서는 ‘밴딩팬츠(허리부분이 고무줄로 처리되어 있고, 스판 소재의 팬츠)’(44.2%), ‘스키니 청바지’(15.1%), ‘청바지(스판성 없는)’(11.0%)의 순으로 나타나 활동성이 좋고 편안한 ‘밴딩팬츠’를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 40대는 50대에 비해 더 높은 비율로 ‘스키니청바지’, ‘스커트’를 착용하고 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 더 높은 비율로 ‘밴딩팬츠’와 ‘정장바지’를 착용하고 구입하는 것으로 나타났으며 이는 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 선호하는 의복의 하의 아이템이 차이가 나타나는 것으로 분석된다. 특히 스키니 청바지의 경우, 50대에 비해 훨씬 높은 비율로 40대가 착용하는 것으로 나타났다.

40~50대 중년 여성들이 자주 구입하는 의복 브랜드와 영캐주얼 및 SPA 브랜드에서의 의복

<표 3> 의복구입처, 의복구입비, 의복선택 시 고려사항

단위 : N(%)

구분	연령 집단		합계	X ²	
	40대	50대			
의복 구입처	아울렛 및 상설할인매장	60(40.3)	74(39.4)	134(39.8)	23.984**
	백화점	40(26.8)	62(33.0)	102(30.3)	
	인터넷쇼핑몰	30(20.1)	9(4.8)	39(11.6)	
	할인점	10(6.7)	17(9.0)	27(8.0)	
	홈쇼핑	5(3.4)	17(9.0)	22(6.5)	
	기타	3(2.0)	5(2.7)	8(2.4)	
	대형쇼핑센터	1(0.7)	4(2.1)	5(1.5)	
합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)		
한달 평균 의복 구입비	5만원 미만	30(20.1)	23(12.2)	53(15.7)	5.417
	5만원이상 10만원미만	47(31.5)	63(33.5)	110(32.6)	
	10만원이상 20만원미만	43(28.9)	63(33.5)	106(31.5)	
	20만원이상 30만원미만	19(12.8)	25(13.3)	44(13.1)	
	30만원이상 50만원미만	4(2.7)	9(4.8)	13(3.9)	
	50만원이상	6(4.0)	5(2.7)	11(3.3)	
합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)		
의복 선택 시 고려 사항	디자인 및 색상	79(53.0)	64(34.0)	143(42.4)	15.885*
	활동성 및 편안함	30(20.1)	58(30.9)	88(26.1)	
	사이즈 및 맞춤새	18(12.1)	33(17.6)	51(15.1)	
	체형보정기능	6(4.0)	14(7.4)	20(5.9)	
	소재	6(4.0)	6(3.2)	12(3.6)	
	가격	5(3.4)	6(3.2)	11(3.3)	
	유명브랜드	4(2.7)	4(2.1)	8(2.4)	
	유행성	1(0.7)	1(0.5)	2(0.6)	
	기타	0(0.0)	2(1.1)	2(0.6)	
합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)		

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■: 설문 항목별 응답빈도가 높은 2순위까지 음영표시

구매경험에 대하여 조사한 결과는 <표 5>에 나타내었다. 자주 구입하고 선호하는 의복브랜드는 ‘중년 여성복 브랜드’(36.8%), ‘영캐주얼 브랜드’(25.5%), ‘아웃도어 및 스포츠웨어 브랜드’(15.7%)의 순으로 나타나, 40~50대 중년 여성들은 중년을 타겟으로 하고 있는 증거가 중년 여성복 브랜드에서 높은 비율로 의복을 구매하고

있었으나, 영캐주얼 브랜드에서도 의복 구매가 활발한 것으로 나타났다. 또한, 최근 중년 세대가 여가활동 및 자기관리와 건강에 대하여 관심이 높아지면서 아웃도어와 스포츠웨어 브랜드의 의복 구매와 착용도 높아진 것으로 사료된다. 40대의 경우 영캐주얼 브랜드에서의 의복구매가 44.3%로 가장 높게 나타난 반면, 50대의

〈표 4〉 주로 구입하고 착용하는 의복 아이템

단위 : N(%)

구분		연령 집단		합계	X ²
		40대	50대		
주로 착용하는 아우터	점퍼	60(40.3)	84(44.7)	144(42.7)	13.132**
	재킷	39(26.2)	44(23.4)	83(24.6)	
	코트	22(14.8)	27(14.4)	49(14.5)	
	가디건	27(18.1)	19(10.1)	46(13.6)	
	베스트	1(0.7)	14(7.4)	15(4.5)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
주로 착용하는상의	티셔츠	72(48.3)	104(55.3)	176(52.2)	6.632
	블라우스	24(16.1)	33(17.6)	57(16.9)	
	셔츠(남방)	18(12.1)	24(12.8)	42(12.5)	
	스웨터(니트류)	18(12.1)	18(9.6)	36(10.7)	
	원피스	16(10.7)	9(4.8)	25(7.4)	
	기타	1(0.7)	0(0.0)	1(0.3)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
주로착용하는 하의	밴딩팬츠	43(28.9)	106(56.4)	149(44.2)	47.907***
	스키니청바지	39(26.2)	12(6.4)	51(15.1)	
	청바지	23(15.4)	14(7.4)	37(11.0)	
	정장바지	15(10.1)	22(11.7)	37(11.0)	
	스커트	14(9.4)	10(5.3)	24(7.1)	
	면바지	7(4.7)	11(5.9)	18(5.3)	
	레깅스	7(4.7)	5(2.7)	12(3.6)	
	기타	1(0.7)	8(4.3)	9(2.7)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■: 설문 항목별 응답빈도가 높은 2순위까지 음영표시

경우 중년 여성복 브랜드에서의 의복구매가 46.8%로 가장 높게 나타난 것이 특징적이다. 또한, 아웃도어 및 스포츠웨어 브랜드와 마담복 및 디자이너 브랜드에서의 의복구매가 40대에 비해 50대 연령대에서 훨씬 높은 비율로 의복을 구매하고 있는 것으로 나타났다. 이는 $p<.001$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 자주 구입하고 선호하는 의복 브랜드에 있어서 차이가 나타나는 것으로 분석된다.

영캐주얼 및 SPA 브랜드에서의 의복구매 경험여부를 설문한 결과, 234명(69.4%)이 구매경험

이 있는 것으로 응답하여 대부분의 중년 여성이 영캐주얼과 SPA 브랜드에서 의복을 구매한 경험이 있는 것으로 나타났다. 50대에 비해서 40대 집단이 영캐주얼과 SPA 브랜드에서의 의복을 구매한 경험이 높은 것으로 분석되며 이는 $p<.01$ 수준에서 유의한 차이가 나타났다.

2) 중년 여성의 의복 착용실태

40~50대 중년 여성들의 치수 선택 및 치수 인지 여부 등 의복의 치수와 관련된 문항의 결과

<표 5> 자주 구입하는 의복 브랜드 및 영캐주얼 구매 경험 여부

단위 : N(%)

구분	연령 집단		합계	X ²	
	40대	50대			
선호하고 자주 구입하는 브랜드	중년 여성복 브랜드	36(24.2)	88(46.8)	124(36.8)	60.765***
	영캐주얼브랜드	66(44.3)	20(10.6)	86(25.5)	
	아웃도어 및 스포츠웨어브랜드	16(10.7)	37(19.7)	53(15.7)	
	SPA브랜드	16(10.7)	12(6.4)	28(8.3)	
	마담브랜드 및 디자이너브랜드	4(2.7)	18(9.6)	22(6.5)	
	인터넷 쇼핑몰브랜드	9(6.0)	10(5.3)	19(5.6)	
	해외명품브랜드	2(1.3)	3(1.6)	5(1.5)	
합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)		
영캐주얼 및 SPA브랜드 구매경험여부	구매경험있음	115(77.2)	119(63.3)	234(69.4)	7.549**
	구매경험없음	34(22.8)	69(36.7)	103(30.6)	
	합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■ : 설문 항목별 응답빈도가 높은 항목 음영표시

는 <표 6>에 나타내었다. 중년 여성들의 치수 선택과 치수 인지 관련 항목에서는 40대와 50대 연령 집단에 따라 유의차가 나타나지 않았으므로 해당 항목은 응답빈도 결과만을 중심으로 살펴보았다. 의복 구매 시 본인의 사이즈 선택 방법으로 ‘본인이 알고 있는 사이즈의 의복을 매장에서 입어보고 선택’하는 경우가 171명(50.7%)으로 가장 응답빈도가 높았으며, 다음으로 ‘매장에서 직접 입어보고 맞는 의복을 선택’이 102명(30.3%)으로 나타났다. 의류 제품 라벨에 표기된 치수의 만족 여부에 대한 설문 결과, ‘만족하지 못한다’가 172명(51.0%), ‘만족한다’ 165명(49.0%)으로 나타나 라벨에 표기된 치수를 만족하지 못하는 중년 여성들이 만족하는 여성에 비해 많은 것으로 나타났다. 또한 40대에 비해 50대 여성들이 라벨에 표기된 치수를 더 높은 비율로 만족하지 못하는 것으로 나타났다.

의류 제품의 치수에 관하여 자신에게 적합한 치수를 인지하고 있는지에 대한 응답 결과로,

‘알고 있다’ 173명(51.3%), ‘모른다’ 164명(48.7%)로 대부분의 자신에게 적합한 의류 제품의 치수를 인지하고 있는 것으로 조사되었다. ‘알고 있다’를 응답한 40~50대 여성 중 인지하고 있는 의류 제품 치수를 자유롭게 주관식으로 응답하도록 하였다. 인지하고 있는 의류 제품의 치수에 대한 응답 분석 결과, 40대와 50대 집단간 차이가 거의 나타나지 않았기 때문에 40~50대 여성들이 전반적으로 제품치수를 어떠한 형태로 인지하고 있는지에 대하여만 살펴보았다. 겉옷의 경우, ‘55,66,77’의 형태로 치수를 인지하는 경우가 135명(78.4%)으로 가장 높은 비율로 나타났다. 상의의 경우 ‘55,66,77’의 형태로 치수를 인지하는 경우가 115명(66.8%)으로 가장 높은 응답빈도로 나타났으며, 하의의 경우 98명(59.0%)이 허리둘레가 기준이 되는 ‘26,27,28’의 형태로 기입하였다.

40~50대 중년 여성들의 의복 구입 후 수선경험 및 수선내용에 관련된 문항의 결과는 <표 7>

〈표 6〉 의류 제품의 치수 선택 및 인지 여부

단위 : N(%)

구분		연령 집단		합계
		40대	50대	
의복구매시 본인의 사이즈 선택 방법	본인이 알고 있는 사이즈의 의복을 매장에서 입어보고 선택	79(53.0)	92(48.9)	171(50.7)
	매장에서 직접 입어보고 맞는 의복을 선택	41(27.5)	61(32.4)	102(30.3)
	본인이 알고 있는 사이즈의 의복을 그냥 선택	25(16.8)	31(16.5)	56(16.6)
	매장 직원이 권하는 사이즈의 의복을 선택	4(2.7)	4(2.1)	8(2.4)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
표기된 라벨사이즈 만족여부	만족하지 못한다	69(46.3)	103(54.8)	172(51.0)
	만족한다	80(53.7)	85(45.2)	165(49.0)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
자신의 제품치수 인지 여부	알고있다	82(55.0)	91(48.4)	173(51.3)
	모른다	67(45.0)	97(51.6)	164(48.7)
	합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
인지하고 있는 의류제품치수	겉옷	KS-신체치수(ex. 85-94-160)	1(0.5)	172(100.0)
		호칭(ex. 55,66,77)	135(78.4)	
		기타(ex. S/M/L)	9(5.2)	
		85.90.95	27(15.6)	
	상의	KS-신체치수(ex. 85-94-160)	1(0.5)	172(100.0)
		호칭(ex. 55,66,77)	115(66.8)	
		기타(ex. S/M/L)	11(6.3)	
		85.90.95	45(26.1)	
	하의	KS-신체치수(ex. 85-94-160)	0(0.0)	166(100.0)
		호칭(ex. 55,66,77)	67(40.3)	
		허리둘레 기준(ex. 26.27,28)	98(59.0)	
		기타(ex. S/M/L)	1(0.6)	

■ : 설문 항목별 응답빈도가 가장 높은 항목 음영표시

에 나타내었다. 의복 구입 후 수선 경험에 대하여 설문한 결과 ‘수선 경험있다’가 269명(79.8%)으로 과반수가 넘는 인원이 수선경험이 있다고 응답하였다. 수선 경험이 있는 경우에 한하여 주관식으로 수선부위와 수선내용을 기입하도록 하였다. ‘바지 기장을 줄임’을 229명이 응답하여 가장 수선율이 높은 부분이 바지의 기장인 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘소매길이 줄임’을 31명이 응답하였으며, ‘허리둘레를 줄임’을 21명

이 응답하였다. 대체적으로 바지길이, 소매길이, 상의길이 등 길이를 줄이는 경우가 높았으며 그 밖의 수선 내용으로 ‘상의 품을 줄임’(8명), ‘바지통 줄임’(4명), ‘바지기장 늘림’(4명)등이 나타났다.

2. 중년 여성의 의복 선호도

40~50대 중년 여성들의 의복의 선호도와 관련된 문항의 결과는 <표 8>에 나타내었다. 주로

〈표 7〉 의복 구입 후 수선경험 및 수선내용

단위 : N(%)

구분	연령 집단		합계	
	40대	50대		
의복구입 후 수선경험	경험있다	115(77.2)	154(81.9)	269(79.8)
	경험없다	34(22.8)	34(18.1)	68(20.2)
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)
수선 부위 및 수선 내용 (응답빈도)	바지기장 줄임(229), 소매길이 줄임(31), 허리둘레 줄임- 엉덩이둘레에 맞춰 구입하면 허리둘레가 큰 경우(21), 상의 품이 커서 줄임(8), 상의(재킷,코트) 기장 줄임(5), 바지통 줄임(4), 바지기장 늘림(4), 스커트길이 줄임(4), 소매길이 늘림(2), 스커트길이 늘림(2), 어깨길이 줄임(2), 허리둘레 늘림(1), 바지밑위길이 늘림(1), 소매통 늘림(1), 상의 품이 작아 늘림(1)			

수선부위 및 수선내용은 주관식항목으로 응답내용 연구자재정리

■ : 응답빈도가 가장 높은 항목 음영표시

즐거워 입을 옷스타일에 대한 결과는 ‘편안한 캐주얼 차림’이 177명(52.5%)로 응답빈도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘비즈니스캐주얼 차림’이 85명(25.2%)으로 나타났다.

선호하는 문양에 대한 결과로 무늬가 없는 ‘솔리드패턴’의 의복을 선호한다가 189명(56.1%)으로 응답빈도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘플라워패턴’ 48명(14.2%), ‘스트라이프패턴’ 47명(13.9%)의 순으로 나타났다. 50대에 비해서 40대 집단이 ‘솔리드패턴’과 ‘스트라이프패턴’을 더욱 선호하는 것으로 나타났으며, 40대에 비해서 50대 집단이 ‘플라워 패턴’을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 이는 $p<.01$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 선호하는 문양에 있어서 차이가 나타나는 것으로 분석된다.

선호하는 의복의 색상에 대한 결과는 ‘무채색 계열’이 158명(46.9%)으로 응답빈도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘빨간계열’이 51명(15.1%)으로 나타났다. 선호하는 의복의 맞음새(Fit)는 상의의 경우, ‘내츄럴핏’이 156명(46.3%)으로 가장 응답 빈도가 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘슬림핏’이 86명(25.5%)으로 나타났다. 하의의 경우, ‘내츄럴핏’이 153명(45.4%)으로 가장 응답 빈도가 높게 나타났으며, 다음으로는 ‘슬림핏’이 113명(33.5%)으로 나타났다. 하의의 경우, 50대에 비해 40대 집단이 ‘슬림핏’을 더욱 선호하는 경향으로 나타났으며, 40대에 비해 50

대 집단이 내츄럴핏을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 이는 $p<.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 선호하는 하의의 맞음새에 있어서 차이가 나타나는 것으로 분석된다.

중년 여성들의 선호하는 패션 브랜드와 선호 이유에 대한 문항의 결과는 <표 9>에 나타내었다. 선호하는 패션 브랜드를 조사한 결과, 중저가 중년 여성복 브랜드에서는 응답빈도가 비교적 높았던 ‘Crocodile LADIES’(38명)와 ‘Olivia Lauren’(31명)을 선호하는 것으로 나타났다. 영캐주얼 브랜드의 경우 다양한 브랜드를 선호하고 있었으며, 그 중에서도 응답빈도가 높은 브랜드로는 ‘Roem’(8명)과 ‘SOUP’(7명), ‘PLASTIC ISLAND’(5명)로 나타났다. 아웃도어 및 스포츠웨어 브랜드에서는 ‘KOLON SPORT’(14명)가 가장 응답빈도가 높았으며, 디자이너 및 명품, 마담복브랜드에서는 ‘손정완’(3명)이 가장 응답빈도가 높았고, SPA 브랜드에서는 ‘UNIQLO’가 17명으로 가장 응답빈도가 높았다. 응답한 브랜드들을 선호하는 이유는 ‘디자인이 마음에 들어서’, ‘가격이 적당해서’, ‘활동성이 좋고 편안해서’, ‘나의 체형에 잘 맞아서’등의 이유로 응답한 브랜드들을 선호하는 것으로 나타났다.

3. 중년 여성의 의복 착용 만족도

의류 제품의 만족도와 관련된 문항은 5점 척도로 조사되었으며 5점에 가까울수록 긍정적인

<표 8> 중년 여성의 의복 선호도 분석 결과

단위 : N(%)

구분		연령 집단		합계	X ²
		40대	50대		
주로 즐겨입는 옷스타일	편안한 캐주얼차림	77(51.7)	100(53.2)	177(52.5)	8.794
	비즈니스캐주얼차림	39(26.2)	46(24.5)	85(25.2)	
	여성스러운 스커트, 원피스 차림	19(12.8)	14(7.4)	33(9.8)	
	활동적인 골프, 스포츠웨어 차림	7(4.7)	23(12.2)	30(8.9)	
	단정한 정장차림	7(4.7)	5(2.7)	12(3.6)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
선호하는 문양	솔리드패턴(무지)	92(61.7)	97(51.6)	189(56.1)	16.073**
	플라워패턴	11(7.4)	37(19.7)	48(14.2)	
	스트라이프패턴	26(17.4)	21(11.2)	47(13.9)	
	체크패턴	9(6.0)	10(5.3)	19(5.6)	
	애니멀패턴	5(3.4)	10(5.3)	15(4.5)	
	도트패턴	5(3.4)	7(3.7)	12(3.6)	
	기타	1(0.7)	6(3.2)	7(2.1)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
선호하는 색상	무채색계열	76(51.0)	82(43.6)	158(46.9)	11.759
	빨간계열	13(8.7)	38(20.2)	51(15.1)	
	파란계열	16(10.7)	13(6.9)	29(8.6)	
	보라계열	14(9.4)	15(8.0)	29(8.6)	
	주황계열	14(9.4)	13(6.9)	27(8.0)	
	녹색계열	9(6.0)	18(9.6)	27(8.0)	
	노랑계열	7(4.7)	9(4.8)	16(4.7)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
상의 선호하는 fit	스트레치핏	7(4.7)	10(5.3)	17(5.0)	5.449
	슬림핏	44(29.5)	42(22.3)	86(25.5)	
	내추럴핏	61(40.9)	95(50.5)	156(46.3)	
	릴렉스드핏	25(16.8)	33(17.6)	58(17.2)	
	오버사이즈핏	12(8.1)	8(4.3)	20(5.9)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	
하의 선호하는 fit	슬림핏	61(40.9)	52(27.7)	113(33.5)	8.828*
	내추럴핏	64(43.0)	89(47.3)	153(45.4)	
	릴렉스드핏	18(12.1)	40(21.3)	58(17.2)	
	오버사이즈핏	6(4.0)	7(3.7)	13(3.9)	
합계		149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■ : 설문 항목별 응답빈도가 높은 2순위까지 음영표시

<표 9> 가장 선호하는 브랜드 및 선호이유

구분	브랜드 명	선호이유	
가장 선호하는 브랜드 (응답빈도)	중년 여성 복 브랜드	Crocodile LADIES(38) Olivia Lauren(31) zishen(14) CHATELAINE(9) INDIAN(7) Olivia Hassler(6) ME.SENSE(1)	디자인이 마음에 들어서(연령대에 잘 맞아서, 여성스러워서)(60), 가격이 적당해서(31), 활동성에 좋고 편안해서(24), 나의 체형에 잘 맞아서(사이즈, 핏이 마음에 들어서, 체형을 커버해줘서, 사이즈가 다양해서)(18), 색상이 마음에 들어서(8), 세일을 자주해서(8), 매장이 가까워서(8), 품질, 내구성, 소재가 좋아서(7), 디자인과 의복의 종류가 다양해서(3)
	영 캐주얼 브랜드	Roem(8) SOUP(7) PLASTIC ISLAND(5) LeShop(4) SHESMISS(4) MICHAA(3) HAZZYS(3) RALPH LAUREN(3) BEANPOLE(3) (3) THE IZZAT(2) MINE(2) TIME(2) BCBG(2) KEITH(2) QUA(2) JOINUS(2) g-cut(2) SYSTEM(2) on&on(2) Bonnie alex(2) POLHAM(1) JACK&JILL(1) BUCKAROO(1) DECO(1) CC collect.(1) LACOSTE(1) VOV(1) KUHO(1) RENEEVON(1) IZZAT BABA(1) OLIVE DES OLIVE(1) codes combine(1) ANDEW(1) Thursday Island(1) it MICHAA(1) GIORDANO(1) Calvin Klein(1) Kenneth lady (1) COMPAGNA(1) DEWL(1) TBJ(1)	디자인이 젊고 마음에 들어서, 다양해서(65), 가격이적당해서(29), 나의 체형에 잘 맞아서(사이즈, 핏이 마음에 들어서, 키가 커보여서)(10), 품질, 내구성, 소재가 좋아서(9), 활동성에 좋고 편안해서(8), 디자인과 의복의 종류가 다양해서(4), 세일을 자주해서(2), 색상이 마음에 들어서(2)
	아웃 도어 및 스포츠웨어 브랜드	KOLON SPORT(14) BLACK YAK(7) PAT(4) THE NORTH FACE(3) K2(3) NIKE(2) addidas(2) FILA(2) NEPA(2) MILLET(1) ARNOLD PALMER(1) Kappa(1) BOGNER(1) Reebok(1) Black&White(1) macaw(1)	활동하기 편해서(24), 기능성 의복이라서(7), 디자인이 좋아서(6), 등산 및 운동을 즐겨해서(4), 실용성이 좋아서(4), 소재가 가벼워서(2), 내구성이 좋아서(2), 가격대가 적당해서(2)
	디자인 이너 및 명품, 마담복 브랜드	손정완(3) 이상봉(3) 뽀랭땅(2) 최수아(2) 김민지(1) BURBERRY(1) LEBEIGE(1) METROCITY(1) DAKS(1) ANNE KLEIN(1) ELLE(3) CommeDesGarçons(1) POLLARI(1) VictoVivi(1) ISABEL MARANT(1) madam POLLA(1)	디자인이 좋아서, 독특해서(14), 고급스럽고 세련되서(9), 사이즈와 핏이 잘 맞아서, 체형을 커버해줘서(9), 활동하기에 편안해서(4), 브랜드 인지도 때문에(3), 품질이 좋아서(3), 색상이 좋아서(2), 품질이 좋아서(2)
	SPA 브랜드	UNIQLO(17) ZARA(5) H&M(1) MIXXO(1) 8IGHT SECONDS(1)	디자인이 좋고 다양해서(20), 가격이 저렴해서(16), 베이직한 아이템이 많아서(7), 편하게 입을 수 있는 옷이 많아서(5), 사이즈가 다양해서(5), 유행을 잘 반영해서(5), 색상이 마음에 들어서(3), 가격대비 품질이 좋아서(2)

(주관식 항목으로 연구자 재정리)

로 평가되었다. 결과는 <표 10>에 나타내었다. 의류 제품의 만족도와 관련된 항목 중 ‘바느질 및 품질’, ‘디자인 및 색상’의 항목이 3.45점, ‘착용감 및 활동성’의 항목이 3.44점으로 긍정적으로 평가되었다. 비교적 불만족스럽게 평가된 항목은 ‘가격’이 2.77점으로 가장 불만족 하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘사이즈’(M=3.07), ‘세탁 및 관리’(M=3.09)의 항목이 불만족하고 있는 것으로 나타났다. ‘세탁 및 관리’의 항목에서는 $p<.01$ 수준에서 유의한 차이가 나타나 40대와 50대가 ‘세탁 및 관리’에 있어서 만족도에 차이가 나타나는 것으로 분석된다. 40대와 50대 집단의 평균값을 비교해 본 결과, ‘착용감 및 활동성’, ‘연령과의 적합성’, ‘가격’, ‘소재’, ‘세탁 및 관리’, ‘사이즈’의 항목에서는 40대가 50대에 비해 더 불만족한 항목으로 응답하였으며, ‘바느질 및 품질’, ‘디자인 및 색상’, ‘최근패션경향반영’의 항목에서는 50대가 40대에 비해 더 불만족한 항목으로 응답하였다. 50대가 40대에 비해 ‘맞음새’의 항목을 불만족하는 것으로 나타난 임지영(2008)의 연구 결과와 달리, 본 연구에서는 ‘사이즈’의 항목에서 50대에 비해 40대의 불만족도가 높은 것으로 나타났다.

4. 중년 여성의 의복 맞춤새

의복의 종류에 따른 맞춤새의 문항은 5점에 가까울수록 맞춤새가 좋은 것으로 평가되었으며, 결과는 <표 11>에 나타내었다. 40대 연령 집단에서는 ‘정장바지’(M=2.75)를 맞춤새가 가장 좋지 않다고 평가하였으며, 다음으로는 ‘재킷’(M=2.98)와 ‘블라우스 및 셔츠’(M=2.95) 아이টে를 맞춤새가 불만족스러운 것으로 평가하였다. 50대 연령 집단에서는 ‘원피스’(M=2.94)와 ‘정장바지’(M=2.96) 아이টে를 맞춤새가 불만족스러운 것으로 평가하였으며, 나머지 의복 아이টে들은 3점 이상으로 평가되어 대체적으로 맞춤새에 있어 만족하는 것으로 나타났다. ‘블라우스 및 셔츠’($p<.01$), ‘재킷’($p<.05$), ‘원피스’($p<.05$), ‘정장바지’($p<.05$), ‘밴딩팬츠’($p<.01$)의 항목에서 유의적인 차이가 나타나 해당 아이টে들은 40대와 50대가 인지하는 맞춤새의 차이가 있는 것으로 나타났다. 40대는 50대에 비해 ‘블라우스 및 셔츠’, ‘재킷’, ‘정장바지’, ‘밴딩팬츠’의 항목에서 맞춤새가 더 불만족스럽다고 인지하고 있었으며, 50대는 40대에 비해 ‘원피스’의 항목에서 맞춤새가 더 불만족스럽다고 인지하였다. 이는

<표 10> 중년 여성의 의류 제품 착용 만족도

문항	연령집단구분		Total Mean(S.D)	t-value	
	40대 (n=149)	50대 (n=188)			
의류제품만족도	착용감 및 활동성	3.42(0.76)	3.46(0.64)	3.44(0.70)	-0.610
	연령과의 적합성	3.18(0.78)	3.29(0.76)	3.24(0.77)	-1.249
	바느질 및 품질	3.48(0.77)	3.43(0.73)	3.45(0.76)	0.632
	디자인 및 색상	3.46(0.75)	3.45(0.75)	3.45(0.76)	0.051
	가격	2.68(0.83)	2.84(0.87)	2.77(0.86)	-1.608
	소재	3.28(0.76)	3.35(0.73)	3.32(0.75)	-0.780
	세탁 및 관리	2.93(0.71)	3.23(0.80)	3.09(0.78)	-3.642**
	사이즈	2.98(0.91)	3.14(0.82)	3.07(0.86)	-1.668
	최근 패션 경향 반영	3.35(0.77)	3.27(0.70)	3.31(0.74)	0.964

(1점:매우안맞는다, 2점:안맞는다, 3점:보통이다, 4점:잘맞는다, 5점:매우잘맞는다, 5점으로 갈수록 긍정적)

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

■ : Total Mean(S.D) 음영표시

<표 11> 의복의 종류에 따른 맞춤새

의복의 종류	연령집단구분		Total Mean(S.D)	t-value
	40대 (n=149)	50대 (n=188)		
블라우스 및 셔츠	2.95(0.87)	3.20(0.75)	3.09(0.82)	-2.892**
티셔츠	3.60(0.77)	3.64(0.70)	3.62(0.73)	-0.578
스웨터	3.53(0.72)	3.43(0.66)	3.47(0.69)	1.314
재킷	2.98(0.90)	3.21(0.88)	3.11(0.89)	-2.399*
점퍼	3.58(0.71)	3.59(0.77)	3.58(0.74)	-0.097
코트	3.44(0.76)	3.35(0.78)	3.39(0.77)	1.155
원피스	3.13(0.94)	2.94(0.84)	3.02(0.89)	2.006*
정장바지(스판성없는)	2.75(0.91)	2.96(0.84)	2.87(0.88)	-2.189*
밴딩팬츠(스판성있는)	3.40(0.87)	3.69(0.79)	3.56(0.84)	-3.131**
스커트	3.13(0.86)	3.14(0.73)	3.13(0.78)	-0.125

(1점:매우안맞는다, 2점:안맞는다, 3점:보통이다, 4점:잘맞는다, 5점:매우잘맞는다, 5점으로 갈수록 긍정적)

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■ : Total Mean(S.D) 음영표시

40대 여성들이 50대에 비해 20대 여성의 체형에 맞춰 의복을 제작하는 영캐주얼 및 SPA 브랜드에서 의복을 구매하고 선호함에 따라, 맞춤새에 있어서 더 불만족스럽게 느끼는 것으로 사료된다. 또한, 50대가 ‘원피스’의 맞춤새가 불만족스럽다고 인지하고 있는 것은 복부 부분의 돌출이 심해지고, 체형의 변이가 나타나 원피스의 맞춤새가 좋지 않다고 인지하여 50대의 원피스 구매 빈도도 낮게 나타난 것으로 사료된다. 이처럼 40대와 50대가 의복의 종류에 따라서 인지하고 있는 맞춤새에 차이가 나타나는 것을 확인 할 수 있었다.

예비설문에서도 ‘블라우스 및 셔츠’, ‘재킷’, ‘정장바지’ 아이템에 대한 맞춤새의 만족도가 낮은 것으로 조사되어 본 설문에서는 해당 아이템에 대해 세부 부위별 맞춤새에 대해 조사하였으며, 5점척도(1점: 작다/짧다, 2점: 조금작다/조금짧다, 3점: 알맞다, 4점: 조금크다/조금길다, 5점: 크다/길다)로 조사되었다. 결과는 <표 12>에 나타내었다.

40대 연령 집단에서는 ‘셔츠 및 블라우스’ 아이템의 ‘가슴둘레’(M=2.72), ‘암홀둘레’(M=2.79), ‘위팔둘레’(M=2.79) 부분에서 맞춤새가 작다고

인지하고 있었으며, 50대 연령집단에서는 ‘배둘레’(M=2.74), ‘허리둘레’(M=2.79) 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. ‘어깨길이’(p<0.05), ‘암홀둘레’(p<0.01), ‘소매통’(p<0.05), ‘상의길이’(p<0.01), ‘전체적 맞춤새’(p<0.01)의 항목에서 유의적인 차이가 나타나 해당 부분이 ‘셔츠 및 블라우스’를 착용함에 있어서 40대와 50대가 인지하는 맞춤새의 차이가 있는 것으로 나타났다. 40대가 50대에 비해 유의차가 나타난 모든 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있는 것으로 나타났다.

40대 연령 집단에서는 ‘재킷’ 아이템의 ‘위팔둘레’(M=2.78), ‘가슴둘레’(M=2.79) 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었으며, 50대 연령집단에서는 다른 항목에 비해 ‘위팔둘레’(M=2.93), ‘허리둘레’(M=2.94), ‘암홀둘레’(M=2.94) 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. ‘가슴둘레’(p<0.01), ‘앞폭’(p<0.05), ‘영덩이둘레’(p<0.01), ‘어깨길이’(p<0.01), ‘암홀둘레’(p<0.01), ‘재킷길이’(p<0.001), ‘전체적 맞춤새’(p<0.01)의 항목에서 유의적인 차이가 나타나 해당 부분이 ‘재킷’을 착용함에 있어서 40대와 50대가 인지하는 맞춤새의 차이가 있는 것으로 나타났다. 40대가 50대에 비해 유의차가 나타난 모든 부분에서 맞춤새가 작거나

〈표 12〉 중년 여성의 신체 부위별 의복 맞춤새 분석 결과

의복아이템	맞음새 항목	연령 집단		Total Mean(S.D)	t-value
		40대 (n=149)	50대 (n=188)		
셔츠 및 블라우스	목둘레	2.97(0.57)	2.99(0.52)	2.98(0.54)	-0.385
	가슴둘레	2.72(0.77)	2.85(0.64)	2.79(0.70)	-1.541
	허리둘레	2.89(0.69)	2.79(0.70)	2.83(0.70)	1.217
	배둘레	2.77(0.75)	2.74(0.76)	2.76(0.76)	0.327
	어깨길이	2.93(0.70)	3.07(0.63)	3.01(0.66)	-1.973*
	암홀둘레	2.79(0.72)	3.01(0.58)	2.91(0.65)	-3.108**
	소매길이	3.23(0.81)	3.24(0.77)	3.24(0.79)	-0.052
	위팔둘레	2.79(0.69)	2.85(0.68)	2.82(0.68)	-0.877
	소매통	2.93(0.61)	3.09(0.64)	3.01(0.63)	-2.319*
	상의길이	2.83(0.79)	3.09(0.75)	2.98(0.78)	-3.060**
	전체적 맞춤새	2.93(0.57)	3.08(0.57)	3.01(0.57)	-2.368**
재킷	목둘레	3.01(0.51)	3.07(0.45)	3.04(0.48)	-1.187
	가슴둘레	2.79(0.69)	2.96(0.63)	2.89(0.66)	-2.341**
	앞폭	2.89(0.66)	3.04(0.62)	2.97(0.64)	-2.077*
	뒤폭	2.92(0.65)	3.00(0.55)	2.96(0.60)	-1.207
	허리둘레	2.94(0.63)	2.94(0.67)	2.94(0.65)	-0.026
	엉덩이둘레	2.83(0.69)	3.00(0.64)	2.93(0.67)	-2.289*
	어깨길이	3.01(0.65)	3.15(0.64)	3.09(0.65)	-1.997*
	암홀둘레	2.80(0.65)	2.94(0.62)	2.88(0.64)	-2.047*
	소매길이	3.22(0.76)	3.23(0.71)	3.23(0.73)	-0.090
	위팔둘레	2.78(0.71)	2.93(0.67)	2.86(0.69)	-1.948
	소매통	2.93(0.63)	3.04(0.57)	2.99(0.60)	-1.774
	재킷길이	2.95(0.67)	3.23(0.65)	3.10(0.67)	-3.917***
전체적 맞춤새	2.89(0.56)	3.07(0.51)	2.99(0.54)	-3.211**	
바지 (스관성없는 정장바지)	허리둘레	2.92(0.85)	2.85(0.65)	2.88(0.75)	0.835
	엉덩이둘레	2.75(0.82)	2.78(0.67)	2.77(0.74)	-0.299
	허벅지둘레	2.74(0.79)	2.98(0.65)	2.88(0.73)	-2.909**
	무릎둘레	2.96(0.61)	3.05(0.49)	3.01(0.55)	-1.550
	바지밑단둘레	2.99(0.61)	3.14(0.62)	3.08(0.62)	-2.237*
	밑위길이	2.69(0.85)	2.86(0.75)	2.78(0.80)	-1.860
	바지길이	3.46(0.95)	3.45(0.78)	3.45(0.86)	0.169
	전체적 맞춤새	2.97(0.67)	3.04(0.49)	3.01(0.58)	-1.157

(1점:작다/짧다 2점:조금작다/조금짧다 3점:알맞다 4점:조금크다/조금길다, 5점:크다/길다 3점으로 갈수록 긍정적)

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

■ : Total Mean(S.D) 음영표시

<표 13> 의복 브랜드의 개선 사항

단위 : N(%)

구분	연령 집단		합계	
	40대	50대		
의복 브랜드 개선 사항	중년 체형에 적합한 치수범위 확대	30(20.1)	54(28.7)	84(24.9)
	짧어보이는 디자인	30(20.1)	36(19.1)	66(19.6)
	가격의 인하	34(22.8)	31(16.5)	65(19.3)
	디자인/색상의 다양성	23(15.4)	30(16.0)	53(15.7)
	연령에 적합해 보이는 디자인	11(7.4)	11(5.9)	22(6.5)
	활동하기 편안함	9(6.0)	11(5.9)	20(5.9)
	유행을 반영	7(4.7)	8(4.3)	15(4.5)
	세탁, 관리하기 쉬움	3(2.0)	3(1.6)	6(1.8)
	소재 및 품질의 개선	1(0.7)	3(1.6)	4(1.2)
	기타	1(0.7)	1(0.5)	2(0.6)
합계	149(100.0)	188(100.0)	337(100.0)	

■ : 응답빈도가 높은 2순위까지 음영표시

짧다고 인지하고 있는 것으로 나타났다.

40대 연령 집단에서는 ‘정장바지(스판성없는)’ 아이템의 ‘허벅지둘레(M=2.74), ‘엉덩이둘레(M=2.75) 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었으며, 50대 연령집단에서는 다른 항목에 비해 ‘엉덩이 둘레(M=2.78), ‘허리둘레(M=2.85) 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. ‘허벅지둘레($p<.01$), ‘바지밑단둘레($p<.05$)의 항목에서 유의적인 차이가 나타나 해당 부분이 ‘정장바지’를 착용함에 있어서 40대와 50대가 인지하는 맞춤새의 차이가 있는 것으로 나타났다. 40대가 50대에 비해 유의차가 나타난 모든 부분에서 맞춤새가 작거나 짧다고 인지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 ‘슬랙스’의 치수만족도에서 아랫배둘레, 슬랙스길이, 밑위길이의 항목에서 유의차가 나타나고, 아랫배둘레와 밑위길이, 슬랙스폭의 항목들이 40대에 비해 50대 집단에서 치수만족도가 낮게 나타난 임지영(2008)의 연구결과와 차이가 나타났다.

‘셔츠 및 블라우스’, ‘재킷’, ‘정장바지’의 항목에서 유의적인 차이가 나타난 모든 항목에서 40대가 50대에 비해 맞춤새가 더 작거나 짧다고 인지하고 있었다. 이는 설문조사 대상에 포함된 40대 여성들은 영캐주얼 브랜드 및 SPA브랜드

에서 의복 구매 빈도가 높으나, 반면에 50대 여성들은 중년 여성복 브랜드 및 아웃도어 브랜드, 마담복 및 디자인 브랜드에서 의복 구매 빈도가 높아 나타나는 맞춤새의 문제점으로 사료된다.

5. 의류 제품 구매 및 착용에 따른 불편 사항 및 개선 사항

중년 여성들의 의류 제품 구매와 착용에 있어서 개선 사항에 관련된 문항의 결과는 <표 13>에 나타내었다. 의류 제품 개선 사항에 대한 결과로 ‘중년 체형에 적합한 치수범위 확대’가 84명(24.9%)이 응답하여 가장 개선이 필요한 부분으로 나타났다. 다음으로는 ‘짧어보이는 디자인’이 66명(19.6%), ‘가격의 인하’가 65명(19.3%), ‘디자인 및 색상의 다양성’이 53명(15.7%)으로 나타났다. 40대 집단에 비해 50대 집단에서 더욱 높은 비율로 체형에 적합한 치수 범위 확대를 개선 사항으로 응답하였으며, 50대 집단에 비해 40대 집단에서 ‘짧어보이는 디자인’, ‘가격의 인하’의 항목에 있어서 더 높은 비율로 개선 사항으로 응답하였다.

의류 제품의 불만족 경험 및 개선 사항의 응

답 결과는 <표 14>와 같다. 사이즈 및 맞춤새와 관련된 불만족 경험으로는 ‘바지길이가 너무 길어 매번 수선하는 것이 불편하다’(47명)의 의견이 응답빈도가 가장 높아 큰 불만족 사항으로 나타났다. 다음으로는 ‘중년 여성의 체형을 커버하면서 맞춤새가 좋은 의복 개발이 필요하다’는 의견이 43건의 응답빈도를 보여 중년 여성의

체형을 고려한 의복 개발이 중요한 것으로 나타났다. 그밖에도 ‘영캐주얼 중년브랜드 할 것 없이 전체적으로 사이즈가 작게 나온다’, ‘사이즈가 다양하지 않다’, ‘브랜드마다 사이즈가 다르고 같은 브랜드라도 디자인마다 사이즈가 다르다’ 등의 사이즈와 관련된 불만족 경험이 가장 응답빈도가 높고 다양한 의견으로 나타났다. 디

<표 14> 의복의 불편 사항 및 개선 사항

구분	의복의 불편 사항 및 개선 사항
사이즈 및 맞춤새	<ul style="list-style-type: none"> - 바지길이가 너무 길어 매번 수선하는 것이 불편하며 수선비도 아깝다(47) - 중년 여성의 체형 커버하면서 맞춤새가 좋아 보이는 제품 필요(특히 복부, 등살, 위팔둘레, 엉덩이, 허벅지 등)(43) - 영캐주얼 중년브랜드 할 것 없이 전체적으로 사이즈가 작게 나온다(35) - 사이즈가 다양하지 않음, 치수의 세분화 필요(19) - 브랜드마다 사이즈가 다르고 같은 브랜드라도 디자인마다 사이즈가 다르다(26) - 진동 및 팔뚝부분(위팔둘레)이 당기고 작게 느껴진다(18) - 골반 또는 허벅지나 엉덩이 사이즈에 맞추면 하의(팬츠) 허리사이즈가 크다(18) - 소매길이가 너무 길다(15) - 바지의 밑위길이가 너무 짧다(10) - 상의의 품(가슴둘레부분)이 작다(8) - 상의 기장이 너무 짧다(7) - 허벅지 부분이 작게 느껴진다(7) - 허리사이즈에 맞추면 통이 크고 핏이 예쁘지 않다(6) - 큰 사이즈는 기장도 무조건 길어 불편하다. 사이즈에 비례한 기장이 문제(5) - 특히 체형을 고려한 의복 부족(5) - 사이즈 알아보기 힘들(5) - 바지길이 줄이면 옷의 맵시가 좋지 않음(4) - 상의 재킷의 경우 가슴이 벌어져 보임(4) - 중년 브랜드는 사이즈와 핏이 예쁘지 않다(밑위 너무 길고 어깨선이 길고 암홀이 넓다)(4) - 재킷, 코트류 기장이 너무 길다(3) - 원피스 및 스커트의 길이가 너무 짧게 나온다(2) - 상의에 비해 하의 치수 불만족(2)
디자인 및 색상	<ul style="list-style-type: none"> - 중년 여성 브랜드의 디자인 다양성 부족(15) - 중년여성 브랜드는 디자인이 너무 나이 들어보이며 젊어 보이는 디자인 선호(6) - 마담브랜드는 너무 디자인이 나이 들어보이고 영캐주얼은 너무 우리 연령과 어울리지 않다(5) - 브랜드 마다 너무 유행을 쫓아 디자인이 비슷(4) - plus size도 디자인의 다양성 필요(3)
소재 및 품질	<ul style="list-style-type: none"> - 활동성이 있는 의복이 더 많이 개발되길 원함(스판소재)(10) - 옷감의 품질이 좋지 않다(세탁 후에도 변형되지 않는 소재 원함)(8)
가격	<ul style="list-style-type: none"> - 가격이 너무 비싸다(38)
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 매장에서 자유로운 피팅이 어렵다(매장 점원의 눈치)(2) - 폴로와 같은 전 연령대가 선호하고, 유행을 타지 않는 베이직한 브랜드 부족(2) - 정장류는 대부분 불편하기 때문에 편안한 정장이 개발되었으면(2)

(주관식항목으로 응답내용 연구자 재정리)

자인과 관련된 불만족 경험으로는 ‘중년 여성 브랜드의 경우 디자인이 다양하지 않다’(15명)의 의견이 응답빈도가 가장 높았으며, 소재 및 품질과 관련된 불만족 경험으로는 ‘신축성 소재를 사용한 활동성 높은 의복 개발이 더욱 필요하다’(10명)의 의견이 가장 응답빈도가 높았으며, 가격과 관련하여서는 ‘가격이 너무 비싸다’(38명)의 의견이 가장 응답빈도가 높게 나타났다.

IV. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 40~50대 중년 여성의 전반적인 의복 구매 및 착용 실태와 중년이 선호하는 의복의 문양, 색상, 맞춤새 등의 의복 선호도와 불편사항을 분석하고 40대와 50대의 연령 집단 구분에 따라 의복 착용실태 및 선호브랜드, 맞춤새에 있어서 어떠한 차이가 나타나는지 분석하고자 하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 중년 여성의 의복 구매 및 착용실태에 대해서 조사한 결과, 의복구입처로는 ‘아울렛 및 상설할인매장’이 가장 응답빈도가 높았으며 한 달 평균 의복 구입비용은 ‘5만원 이상~10만원 미만’이 가장 응답빈도가 높았다. 의복 선택 시 가장 중요시 여기는 항목으로는 ‘디자인 및 색상’으로 나타났으며, 연령별로 비교해보면 40대는 의복 선택 시 ‘디자인 및 색상’을 고려하여 의복을 구입하는 반면, 50대는 ‘활동성 및 편안함’, ‘사이즈 및 맞춤새’를 고려하여 의복을 구입하는 것으로 나타났다. 자주 착용하고 구매하는 의복으로 겉옷에서는 ‘점퍼’를 가장 선호하였으며 40대는 50대에 비해 더 높은 비율로 ‘재킷’, ‘가디건’을 착용하고 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 더 높은 비율로 ‘점퍼’를 착용하고 구입하는 것으로 나타났다. 하의에서는 40대는 50대에 비해 더 높은 비율로 ‘스키니청바지’, ‘스커트’를 착용하고 구입하는 반면, 50대는 40대에 비해 더 높은 비율로 ‘밴딩팬츠’와 ‘정장바지’를 착용하고 구입하는 것으로 나타났다. 선호하는 의복브랜드로 40대의 경우 영캐주얼 브랜드에서의 의복구매가 가장 높게 나타난 반면, 50대의 경우 중년 여성복 브랜드에서의 의

복구매가 가장 높게 나타난 것이 특징적이다.

둘째, 중년 여성의 의복 선호도에 대해 조사한 결과, 선호하는 문양에 대하여 무늬가 없는 ‘솔리드패턴’을 가장 선호하였고, 선호하는 의복의 색상은 ‘무채색계열’을 가장 선호하였다. 선호하는 의복의 맞춤새는 상의의 경우, ‘내츄럴핏’과 ‘슬림핏’을 선호하였으며. 하의의 경우, ‘내츄럴핏’과 ‘슬림핏’을 선호하였다. 하의의 선호하는 맞춤새에 있어 연령집단 간 유의한 차이가 나타났으며, 50대에 비해 40대 집단이 ‘슬림핏’을 더욱 선호하는 경향으로 나타났으며, 40대에 비해 50대 집단이 ‘내츄럴핏’을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 선호하는 패션 브랜드를 조사한 결과, 중저가 중년 여성복 브랜드에서는 응답빈도가 비교적 높았던 ‘Crocodile LADIES’와 ‘Olivia Lauren’을 선호하는 것으로 나타났다. 영캐주얼 브랜드의 경우, 다양한 브랜드를 선호하고 있었다.

셋째, 중년 여성의 의복 착용 만족도를 조사한 결과, ‘바느질 및 품질’, ‘디자인 및 색상’, ‘착용감 및 활동성’의 항목이 비교적 긍정적으로 평가되었다. ‘가격’이 가장 불만족스러운 항목으로 나타났으며, 다음으로는 ‘사이즈’, ‘세탁 및 관리’의 항목이 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 중년 여성의 의복 맞춤새에 대하여 조사한 결과, 40대는 50대에 비해 ‘블라우스 및 셔츠’, ‘재킷’, ‘정장바지’, ‘밴딩팬츠’의 항목에서 맞춤새가 더 불만족스럽다고 인지하고 있었으며, 50대는 40대에 비해 ‘원피스’의 항목에서 맞춤새가 더 불만족스럽다고 인지하였다. 40대 연령 집단에서는 ‘셔츠 및 블라우스’ 아이템의 ‘가슴둘레’, ‘암홀둘레’, ‘위팔둘레’부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었으며, 50대 연령집단에서는 ‘배둘레’, ‘허리둘레’ 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. 40대 연령 집단에서는 ‘재킷’ 아이템의 ‘위팔둘레’, ‘가슴둘레’ 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었으며, 50대 연령집단에서는 다른 항목에 비해 ‘위팔둘레’, ‘허리둘레’, ‘암홀둘레’ 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. 40대 연령 집단에서는 ‘정장바지(스판성없는)’ 아이템의 ‘허벅지둘레’, ‘엉덩이둘레’ 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고

있었으며, 50대 연령집단에서는 다른 항목에 비해 ‘엉덩이둘레’, ‘허리둘레’ 부분에서 맞춤새가 작다고 인지하고 있었다. ‘셔츠 및 블라우스’ 아이템에서는 ‘어깨길이’, ‘암홀둘레’, ‘소매통’, ‘상의길이’, ‘전체적 맞춤새’의 항목에서 유의적인 차이가 나타났으며, ‘재킷’ 아이템에서는 ‘가슴둘레’, ‘앞폭’, ‘엉덩이둘레’, ‘어깨길이’, ‘암홀둘레’, ‘재킷길이’, ‘전체적 맞춤새’의 항목에서 유의적인 차이가 나타났다. 또한, ‘정장바지’에서는 ‘허벅지둘레’, ‘바지밑단둘레’ 항목에서 유의적인 차이가 나타났다. 유의차가 나타난 모든 부분에서는 40대가 50대에 비해 맞춤새가 작거나 짧다고 인지하고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 의류 제품 구매 및 착용에 따른 불편 사항 및 개선 사항을 조사한 결과, ‘중년 체형에 적합한 치수범위 확대’가 가장 개선이 필요한 부분으로 나타났다. 40대 집단에 비해 50대 집단에서 더욱 높은 비율로 체형에 적합한 치수범위 확대를 개선 사항으로 응답하였으며, 50대 집단에 비해 40대 집단에서 ‘짧어 보이는 디자인’, ‘가격의 인하’의 항목에 있어서 더 높은 비율로 개선 사항으로 응답하였다.

이상과 같은 결과를 종합하면, 설문조사 대상에 포함된 40대 여성들은 영캐주얼 브랜드 및 SPA브랜드에서 의복 구매 빈도가 높으나, 반면 50대 여성들은 중년 여성복 브랜드 및 아웃도어 브랜드, 마담복 및 디자이너 브랜드에서 의복 구매 빈도가 높아 의복의 구매 및 착용에 있어 연령 집단에 따라 차이가 나타남을 확인했다. 때문에, 관련 업계에서 타겟 선정 시 일반적으로 중년으로 구분하고 있는 집단 안에서도 적절한 연령 세분화가 필요할 것으로 사료된다. 특히, 40대 여성은 다운에이징 의류를 선호함에 따라 맞춤새의 불만족도가 50대에 비해 더 높게 나타나났다. 영캐주얼을 선호하고 구입하는 40대는 특히, 암홀둘레, 위팔둘레, 가슴둘레, 허벅지, 엉덩이 부분에 맞춤새 문제가 나타났으며, 50대의 경우 엉덩이둘레와 허리둘레, 배둘레 부분에 맞춤새 문제점이 나타난 것으로 파악되어 연령집단에 따른 체형 분석과 더불어 그들이 선호하는 브랜드의 특성을 잘 파악하여 그에 따른 패턴 개발과 치수체계 개발이 요구되어진다.

본 연구를 통해 관련 의류 업체에서 타겟 연

령을 설정하고, 치수 적합성과 디자인 만족도가 높은 의복 개발을 위한 기초자료가 되길 바라며, 중년 여성의 변화된 관심사와 최근 소비 패턴을 반영할 수 있는 의복 개발에 지속적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 구미란. (2011). 중년 여성 브랜드의 니트 재킷 생산 현황에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 13(2), 163-173.
- 김경희. (2008). 의복설계를 위한 중년 여성의 체형별 특징 및 신체만족도. *한국의상디자인학회지*, 10(2), 57-68.
- 김소희. (2013. 04. 04). ‘꽃중년 감성시대’ 40~50대 “봄에 새 옷 산다”. MBN뉴스. 자료검색일 2013. 05. 01, 자료출처 http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?news_seq_no=1326330
- 김은경, 최혜선, 이경미. (2003). 중년여성 기성복 하의의 착용실태 및 맞춤새에 관한 연구. *대한가정학회지*, 41(3), 1-15.
- 김인화, 권수애. (2007). 중년 여성의 기성복 재킷 구입실태 및 만족도. *한국의류학회지*, 31(3), 398-409.
- 박순지, 김혜진. (2012). 폐경기 중상 경험유무에 따른 중년여성의 의복 구매 요인 및 만족도 조사. *한국의류학회지*, 36(11), 1186-1196.
- 박현정. (2013. 01. 21). 소비한다 나를 위해서. 한겨레21. 자료검색일 2013. 06. 01, http://h21.hani.co.kr/arti/cover/cover_general/33760.html
- 변미연. (2011). *신중년층 여성을 위한 캐주얼 웨어 디자인 개발*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이미선. (2012). *다운에이징 현상에 따른 신중년층 여성의 골프웨어 디자인 개발*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이영아, 이상은. (2008). 중년 여성의 실제 체형과 이상적 체형에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 10(1), 1-9.
- 이홍섭. (2012. 08. 30). 마흔 이후 새 트렌드. 매일신문사. 자료검색일 2013. 05. 01, 자료출처 http://www.imaeil.com/sub_news/sub_news_view

- .php?news_id=49331&yy=2012
- 임지영. (2008). 40,50대 중년 여성의 기성복 구매 및 치수 만족도 조사. *한국의류산업학회지*, 10(3), 335-341.
- 임지영. (2012). 4050세대 여성의 다운 에이징 의류 구매실태 및 치수만족도 조사. *한국의류산업학회지*, 14(3), 423-429.
- 최만수. (2012. 09. 06). 중년 여성복 브랜드의 '수모'. 한국경제. 자료검색일 2013. 05. 01, 자료출처 <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012090672371>