Journal of Korea Multimedia Society Vol. 24, No. 7, July 2021(pp. 966-978)
https://doi.org/10.9717/kmms.2021.24.7.966

국내 레깅스 브랜드 현황에 따른 아쿠아 레깅스 생산실태조사

강현영†, 강현주††, 김치용†††

Aqua leggings production status survey according to the status of domestic leggings brands

Hyunyoung Kang†, Hyunjoo Kang††, CheeYong Kim†††

ABSTRACT

This thesis provided basic data of the domestic leggings industry. For the purpose of comparative analysis, the sales status and consumer preference status of domestic leggings brands were selected, and the three companies, X*xymix, A*dar, and M*laware, which occupy the top positions by domestic leggings brand rankings Therefore, from 2018 to 2020, the market size of leggings items is identified with reference to the sales status and consumer preference status data, and the status of consumer preference is analyzed. As a result of the survey analysis, X*xymix, A*dar, and M*laware, which rank high in consumer preference, operate a separate men's leggings line from leggings targeting young women who mainly focus on yoga, pilates, and fitness exercises. As the age increased, the demand for leggings expanded to the middle-aged. Therefore, it is believed that the segmentation of leggings is made according to the diversifying types of exercise, and as the age group in demand for leggings is expanded, continuous research on market segmentation for aqua leggings necessary for aqua exercise that can exercise without straining the body.

Key words: Leggings, Domestic leggings brand, Domestic Leggings sales status, Domestic leggings consumer preference, Domestic legging items

1. 서 론

현대 의학의 발달과 식생활의 개선으로 시각적인 아름다움에만 치중하던 과거와 달리 중년기의 신체적, 심리적 변화를 제2의 인생을 시작하는 시기로 받아들이면서 건강을 유지하기 위한 몸매 관리와 문화와 여가, 레저 활동에 적극적으로 참여하면서 새로운 문화를 만들어가는 시기로 받아들이고 건강과 매력 유지를 위해 운동에 많은 시간을 투자하고 있다. 인간의 기대 수명과 평균 수명이 늘어나면서 우리나라 중년층은 인구 분포의 최대 집단을 형성하고 경제적, 사회적으로 영향력 있는 계층이 되어 중년층의 건강한 삶을 영위하고자 하는 욕구를 만족시키기 위해 근골격계에 무리를 주지 않고 일상에서의 피로와 심리적 긴장을 풀어줄 수 있는 운동에 대한 관심이 증가하였다.

중년층 여성의 대부분의 신체적 특징은 신장과 같은 높이에 대한 항목은 축소하는 반면 가슴둘레, 허리둘레, 팔 둘레가 증가하면서 체형의 굴곡은 없어지고 전반적으로 짧고 굵으면서 둥근 체형으로 변화되

※ Corresponding Author : Hyunyoung. Kang, Address: (48516) Bunpo-ro 111, Nam-gu, Busan, Korea, TEL : *** - **** - **** E-mail : jeje0086@naver.com
Receipt date : Jun. 21, 2021, Revision date : Jun. 30, 2021
Approval date : Jul. 21, 2021

† Korean Culture Diversity laboratory researcher (E-mail : lebengrida@naver.com)
†† Korean Culture Diversity laboratory researcher
††† Dept. of Game Engineering, Dong-Eui University

고 근육의 양은 줄고 체지방은 늘어나면서 체력이 약화되고 생리적 변화에 의한 뼈의 강도도 약해진다.

따라서 중년 여성을 위한 근골격계에 무리를 주지 않는 운동에 대한 관심이 증가하여 활동성과 실용성을 강조한 스포츠 웨어의 소비가 꾸준히 늘어나면서 에슬레저 웨어의 수요가 증가하였다. 에슬레저는 운동(Athletic)과 레저(Leisure)의 합성어로 기능성이 강조된 스포츠 웨어의 활동성과 캐주얼한 요소를 만족시켜 일상에서 실용적이며 편안하게 착용할 수 있는 스타일로 변하고 있다.

에슬레저 웨어는 미국을 중심으로 북미와 유럽에서 빠르게 확산되어 나*키, 아*다스의 스포츠 웨어와 룰*레몬, 언*아머, 갭과 같은 캐주얼 브랜드를 비롯한 여러 애슬레저 웨어 브랜드의 인기는 국내외 브랜드에서도 계속 확산될 것이다.

이아람(2021)은 국외 브랜드 중 에슬레저 브랜드의 가장 인기 있는 국외 브랜드 룰*레몬은 프리미엄 스포츠 웨어로 고가의 가격에도 선호도가 가장 높다고 하였다. 최근 발표된 룰*레몬의 2020년 3분기 글로벌 실적은 11억 달러(약 1조 2,000억 원)였다. 코로나라는 사회적 상황에도 2019 보다 22%가량 실적이 증가하였다. 룰*레몬과 언*아머 등의 글로벌 브랜드의 국내 진출은 국내 에슬레저 마켓에 큰 변화를 가져왔다. 국내 브랜드는 2015년을 전후하여 론칭되었으며 론칭 초기 온라인을 통한 가성비를 앞세워 오프라인까지 확장하였다. 국내 에슬레저 웨어를 대표하는 젝*믹스와 안*르, 뮬*웨어의 국내 브랜드는 국내 소비성향을 반영하면서 글로벌 마켓과 달리 중저가 가격대를 형성하면서 성장세가 두드러졌다.

국내 에슬레져 웨어는 소비자의 니즈를 파악하여 소재 개발과 제품개발에 집중하면서 매출성장증가를 이루었으며 2016년 6386억 원에서 2018년 7142억 원, 2020년 7620억 원의 성장세를 보였고 아웃도어 시장에 집중되어 있던 젊은 여성층의 수요를 중년층으로 확대하면서 한국의 레깅스 산업의 규모는 미국, 일본에 이어 세계 3위로 성장하였다. 특히 에슬레저 웨어를 대표하는 레깅스의 성장세는 바쁜 현대인의 라이프 스타일에서 건강관리는 물론 육체적 아름다움에 큰 가치를 두고 자신의 아름다움을 과시하고자 하는 심리와 맞물려 레깅스에 대한 수요를 확대시키면서 일상생활과 스포츠를 즐기는 동시에 건강한 몸매와 스타일까지 연출할 수 있는 대표적 아이템이 되었다.

그러므로 국내 레깅스 브랜드를 대표하는 젝*믹스는 2020년 연 매출이 1,100억 원을 넘어선 것으로 추정되며 안*르 역시 매출이 1,000억 원에 이르면서 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어 3개 브랜드에서만 3,000억 원의 매출을 올렸다. 2021년 공격적인 마케팅 전략으로 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어의 매출액 목표만 4,000억 원대를 보고 있다.

본 연구는 국내 레깅스 브랜드 순위별 상위 업체인 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어 3개 브랜드의 2018년부터 2020년까지 국내 판매 현황과 소비자 선호도 현황을 조사하여 아쿠아 레깅스 브랜드의 시장규모를 파악하여 국내 아쿠아 웨어의 신제품을 대상으로 제품을 선정하고 디자인 형태 및 소재 특성과 기능, 아이템별 소재 혼용률과 컬러 분포, 사이즈 분포에 대한 생산실태를 조사하였다.

2. 국내 레깅스 브랜드

국내 레깅스 브랜드를 선정하는 기준은 국내 레깅스 브랜드를 키워드로 우리나라 포털 사이트를 대표하는 네이버(NAVER)와 구글(Google) 포털 사이트에서 PC와 모바일로 검색되는 쿼리 수의 총합을 기준으로 선정하였으며 국내 레깅스 브랜드 순위는 Table 1. 국내 레깅스 브랜드 검색량 순위와 같다.

Table 1. 국내 레깅스 브랜드 검색량 순위는 2020년 1년 동안 우리나라 대표 포털사이트인 네이버(NAVER)와 구글(Google) 포털 사이트에서 PC와 모바일로 검색되는 쿼리 수 총합으로 순위를 보면 1위는 젝*믹스로 쿼리 수 6,352,200회를 기록하며 기

Table 1. Domestic leggings brand search volume ranking.

Ranking	Brand	PC/Mobile Search Volume Total Inquiry Count
1	X*xymix	6,352,200
2	A*dar	5,799,000
3	M*lawear	3,799,000

존 1위를 차지하던 안*르의 선호도를 넘어서며 1위를 하였다. 2위 안*르는 5,799,000회, 3위는 뮬*웨어로 3,799,000회로 조사되었다. 안*르나 뮬*웨어보다 늦게 론칭한 국내 레깅스 브랜드 젝*믹스가 검색량 순위 1위를 차지한 것은 건강한 운동의 아이콘으로 대표되는 “김종국”과 “제시”를 광고모델로 채택하여 운동과 일상생활을 병행하는 레깅스의 장점을 부각시킨 TV 광고를 적극적으로 진행한 영향인 것으로 해석된다.

여가활동에 관심을 가지고 건강을 중요시하는 문화의 확산은 청년층에서 연령을 확대하여 다양한 연령층으로 확대되었으며, 세계적으로 코로나바이러스 감염증(COVID-19)의 확산으로 야외나 스포츠센터에서의 운동이 어려워지면서 홈트레이닝 운동 인구가 확산되었다. 편하고 간편한 복장에 대한 수요가 늘어나면서 레깅스 시장의 규모는 더욱 확대되었다.

국내 레깅스는 요가 레깅스를 시작으로 시장이 확장되어 요가 레깅스, 필라테스 레깅스, 피트니스 레깅스를 비롯하여 그 영역을 꾸준히 확장시켜 왔다. 40대의 남성 “김종국”을 광고모델로 채택한 젝*믹스의 광고에 의한 매출 증대는 젊은층의 여성을 타깃으로 하던 레깅스 시장에 변화를 보여주었으며, 소비자 선호도의 상위 순위를 차지하는 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어는 맨즈 레깅스 라인을 따로 운영하고 있다.

국내 레깅스 브랜드는 업체마다 치중하는 부분이 있었으며 그 내용은 Table 2. 국내 레깅스 브랜드의 특징과 같다.

Table 2. 국내 레깅스 브랜드의 특징에서 코로나19의 확산과 야외 활동을 하지 못하는 상황으로 실내에서 할 수 있는 홈트레이닝이 확산되면서 레깅스 시장이 더욱 성장하였다.

젝*믹스는 2020년 레깅스 시장 판매 1위, 소비자 선호도 조사 1위를 하였고 운동을 즐기는 남녀 연예인을 모델로 내세우면서 스포츠 운동의 확장과 소비 연령층의 확장성을 보이고 있다. 플랫폼을 거치지 않고 자사몰을 통해 소비자에게 직접 판매하는 방식을 채택하여 소비자와 소통 가능한 오프라인 매장을 활발히 운영하면서 소비자의 욕구에 꾸준히 대응해 나가는 마케팅 전략이 소비자 선호도 1위의 가장 큰 요인으로 해석된다.

안*르는 젊은 층의 여성을 타깃으로 운동에 적합한 요가복, 필라테스복, 피트니스복을 전문 생산하는 업체로 출발하여 편안하고 스타일리시하며 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격에 제공하면서 2015년 설립되어 2019년까지 레깅스 브랜드 선호도 1위를 차지하였다. 요가 강사 출신의 대표가 운동을 하면서 체험한 단점들을 개선하면서 철저한 사용자 중심의 관점에서 제품을 생산하였고 세계 최대 섬유회사인 인비스타(INVISTA)에서 개발한 신축성 원단 라이크라(LYCRA)의 프리미엄 블랙 라벨 소재를 사용하

Table 2. Characteristics of domestic leggings brands.

Brand	Characteristics
X*xymix	- Kim Jong-guk and Jessie as advertisements and advertising models showing the expansion of age and sports movement, ranked first in sales of leggings brands - Established a Japanese subsidiary for the first time in 2019 - Actively operate offline stores that can communicate with consumers - Direct sales to consumers by operating their own mall without going through a platform
A*dar	- Specialized production and sales of yoga clothes, pilates clothes, and fitness clothes suitable for exercise, targeting young women - Comfortable, stylish and good quality products at reasonable prices - Thorough user-centered perspective - A representative who used to be a yoga instructor improves the shortcomings through experience - LYCRA premium black label material developed by INVISTA, the world's largest textile company
M*lawear	- The oldest yoga wear brand in Korea - Functional leggings considering women's health (No-blox leggings - alleviating stimulation of lower abdomen, lymph glands, and Y zone) - Experience-based price discount - Enter the US market

면서 제품의 만족도와 회사 설립 전부터 SNS를 통해 활동하던 대표의 감각이 마케팅에 접목되면서 소비자 선호도를 만족시켰다.

뮬*웨어는 국내에서 가장 오래된 레깅스 브랜드이며 레깅스를 대표하는 브랜드로 일찍부터 자리 잡기 시작하였으나 2015년 안*르의 급격한 성장으로 성장세가 주춤하였다. 최근 하복부와 림프선의 순환과 Y존 자극을 완화해 혈액순환을 방해하지 않는 기능성을 확인시킴으로 여성의 핏을 강조하는 타브랜드와 다르게 여성의 건강을 생각하는 기능성을 강조하는 레깅스 브랜드로 주목받고 있으며 양질의 원단 연구개발에 20억 원 이상을 투자하면서 품질의 우수성을 유지하기 위해 세일을 하지 않았으나 시장의 변화에 따라 가격을 낮추어 퀄리티 대비 경제적인 가격을 제시하면서 잠재적 소비자를 확보해 나가는 마케팅의 개선으로 레깅스 시장에서 오랫동안 소비자 선호도 순위의 상위를 유지하고 있다.

국내 레깅스 브랜드 대표 아이템의 선호도는 차이커뮤니케이션 자료로서 2020년 빅데이터 기반 SNS 분석 및 연구원 전수조사를 통해 레깅스 브랜드 및 대표 아이템의 선호도에 대한 분석으로 인플루언서 지수, 화제성 지수, 품질 지수, 참여 지수, 소통 지수 5개 항목을 1000점 만점으로 하였다. 인플루언서 지수는 차이커뮤니케이션에서 선정한 패션 및 헬스 인플루언서들의 해시태그 수, 활동 지수, 리뷰 영상 조회 수 등을 조사연구원들이 산출하였고, 화제성 지수와 품질 지수는 온라인 쇼핑몰 구매 고객 후기와 평점 및 국내외 포털 게시물 언급 양을 기준으로 하였으며, 참여지수는 인스타그램 및 블로그 리뷰 수 및 반응을 종합 평가하였다. 소통지수는 카카오 플러스 친구 가입자 및 게시글 수를 기준으로 평가하여 1,000점을 만점으로 점수를 산출하여 조사 진행한 자료를 참고로 순위는 Table 3. 국내 레깅스 브랜드 대표 아이템 선호도와 같다.

Table 3. 국내 레깅스 브랜드 대표 아이템 선호도 1위는 692점을 받은 젝*믹스이고, 2위는 498점을 받은 뮬*웨어, 3위는 413점을 받은 안*르로 레깅스 브랜드 검색 순위와 브랜드를 대표하는 레깅스 아이템의 순위는 1위인 젝*믹스를 제외하고 2위와 3위는 순위 변동에 차이를 보였다. 핏을 강조하는 안*르의 레깅스보다 여성 건강을 위한 Y존의 편안함의 기능성을 갖춘 뮬*웨어의 레깅스가 편안함을 추구하는 수요자의 요구와 맞아지면서 레깅스 아이템에서는 뮬*웨어의 선호도가 더 높게 나온 것으로 해석된다.

국내 레깅스 브랜드 시장의 판매 현황에서 국내 레깅스 브랜드를 대표하는 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어의 2018년부터 2020년 매출현황은 Table 4. 국내 레깅스 브랜드 판매 현황과 같다.

Table 4. 국내 레깅스 브랜드 판매 현황에서 브랜드엑스코퍼레이션에서 2017년 레깅스 전문 브랜드로 론칭한 젝*믹스는 2018년 217억 원, 2019년 569억 원으로 2배가 넘는 판매 성장을 보였으며, 2020년 1094억 원으로 2배에 가까운 성장률을 보이면서 압도적인 1위를 차지하던 안*르를 넘어서 설립 3년 만에 국내 레깅스 시장 판매 1위를 하였다.

2015년 설립되어 2019년까지 1위 업체인 안*르는 2018년 266억 2,637만 원, 2019년 721억 485만 원으로 2배 이상의 성장을 하였으나 기업내 불미스러운 사

Table 3. Preference for representative items of domestic leggings brands.

Ranking	Brand	Item	Indes	Total
1	X*xymix	BlackLabel Signature	Influencer, Topicality, Quality, Participation, Communication	692
2	M*lawear	Noble leggings		498
3	A*dar	Air cotton SiriSignature		413

Table 4. Sales of domestic leggings brands.

	X*xymix	A*dar	M*lawear
Foundation year	Year 2017	Year 2015	Year 2013
Revenue in 2018	21.7 billion won	26.62 billion won	15.2 billion won
Revenue in 2019	56.9 billion won	72.1485 billion won	29.57 billion won
Revenue in 2020	190.4 billion won	79.55 billion won	45.31 billion won

건으로 판매율이 떨어지면서 2020년 795억 5,747만 원으로 전년대비 5.3%의 성장률을 보이면서 2위에 머물렀다.

국내 레깅스 브랜드로서는 2013년에 설립되어 레깅스 시장을 선점한 뮬*웨어는 2018년 152억 원, 2019년 295억 7천만 원, 2020년 453억 1천만 원으로 전년대비 53%의 매출 증가를 하였다.

최근 3년간 국내 레깅스 브랜드 상위 업체의 매출은 건강을 우선시하는 사회 전반의 문화가 확산되고 2020년 코로나19의 사회적인 환경에 의한 홈트족의 증가, 운동의 종류가 다양해지고 운동기능에 맞춘 기능별 레깅스 시장의 확대, 젊은 층에 집중되어 있던 레깅스 소비층의 연령이 중장년층까지 확대되는 환경에 의해 2018년부터 2020년까지 지속적인 성장세를 나타냈다.

요가복 브랜드로 시작한 젝*믹스는 국내 레깅스 브랜드로서는 최초로 아쿠아 웨어인 스윔웨어 라인을 분리하여 판매하기 시작, 2019년 대비 판매량은 40% 성장했고 매출액은 184% 증가했다. 아쿠아 웨어 카테고리인 스윔웨어의 대표 아이템인 엑스프리마 시리즈는 2020년 5월 말 출시하여 누적 판매량이 20만 장 이상이다.

안*르는 에어쿨링 기능성 아쿠아 레깅스의 판매 영역을 확대하고 있으며, 뮬*웨어는 에어 라이트로 아쿠아 웨어로 활용할 수 있는 아이템을 선보이고 있다. 신체에 무리를 주지 않으면서 근력을 키우고 스트레스를 해소하려는 소비자의 욕구에 의해 아쿠아로빅, 아쿠아 요가, 아쿠아 트램펄린, 아쿠아 폴, 아쿠아 바이크, 아쿠아 패들, 아쿠아 밸런스보드와 같이 아쿠아 스포츠는 그 종류와 역할이 확장되고 있으며 이는 국내 레깅스 브랜드의 판매 성장에 아쿠아 웨어 제품이 크게 영향을 미치고 있는 것으로 해석된다.

최근 국내 요가복 전문 레깅스 브랜드인 젝*믹스에서 최초로 스윔웨어 라인을 오픈하여 성장세를 보이면서 안*르, 뮬*웨어 등의 요가 레깅스 브랜드 업체가 워터 레깅스, 래시가드, 원피스 수영복, 아쿠아 액세서리 등 다양한 아이템의 스위밍 라인을 선보이고 있다. Table 5. 국내 브랜드별 아쿠아 웨어 대표 아이템의 내용은 다음과 같다.

Table 5. 국내 브랜드별 아쿠아 웨어 대표 아이템에서 국내 레깅스 브랜드에서 우리나라 소비자가 선호하는 브랜드별 아쿠아 웨어, 아쿠아 레깅스 중심의 스윔웨어 라인별 아이템을 조사하였다. 아쿠아 스포츠에 집중하는 브랜드일수록 다양한 아이템을 가지고 빠르게 성장하고 있다.

국내 레깅스 브랜드 최초로 독립적인 스윔웨어 라인을 운영하고 있는 젝*믹스는 워터 전용 원사인 프리즈마와 스판사 크레오라 액티핏을 배합하여 개발한 '엑스프리마' 원단을 사용하여 자외선을 99.9% 차단하고 이염 내구성이 뛰어나며 아쿠아 웨어의 필수 요소인 빠른 건조, 가장 큰 특징으로 물이 닿으면 흡수되지 않고 털어낼 수 있는 생활방수 기능이 있다. 캐주얼한 칼라와 비비드 한 칼라를 제시하는 젝*믹스의 대표적 제품의 강점인 몸매 보정을 그대로 유지할 수 있도록 하여 실용성과 디자인을 갖추어 SNS를 통해 큰 호응을 얻으면서 성장하고 있다. 다음은 Table 6. 젝*믹스 스윔웨어 2020년 신제품 현황이다.

Table 6. 젝*믹스 스윔웨어 2020년 신제품 현황은 젝*믹스 온라인 검색 결과이며 2020년 여성상의 67개, 여성 하의 79개, 맨즈 13개, 코디 아이템 5개로 총 164개의 아이템이다. 아이템별 리뷰 수가 가장 많

Table 5. Representative Aquawear Items by Domestic Brands.

Brand	Swimware Item
X*xymix	X-prisma Leggings, X-prisma Activity Leggings, X-prisma Lining Shorts, X-prisma Two-in-One Leggings, X-prisma Jessica 8.5 Length Leggings, X-prisma Zip-Up Brattop, X-prisma Zip-Up Rash Guard, High-Flexi Glam Brattop
A*dar	Air Cooling Genie Signature, Amuse Boy & Girl Fresh Lua Rash Guard, Amuse Glam Band Bra Top, Waterproof 3-way Pouch

Table 6. X*xymix Swimwear 2020 New Product Status.

Year	Top	Bottom	Men's	Coordination item	Sum
2020	67	79	13	5	164

은 제품 위주로 형태의 특징, 소재와 기능의 특징, 제품 소재, 제품 색상, 제품 사이즈를 세분화하여 조사하였으며 Table 7. 젝*믹스 아쿠아 웨어 신제품 아이템별 현황은 다음과 같다.

Table 7. 젝*믹스 아쿠아 웨어 신제품 아이템별 현황은 젝*믹스 온라인 자료를 조사하였으며 2020년 스윔웨어 신제품을 대상으로 조사하였다. 여성 상의, 여성 하의, 맨즈, 코디 제품으로 164개의 아이템이다. 각각의 아이템별 리뷰 수를 검색하여 상위 리뷰 수를 차지한 아이템을 대표 아이템으로 하여 아이템의 형태, 소재, 기능 특성과 소재의 혼용률, 색상과 사이즈를 조사하였다. 여성상의 아이템에서 4,310 리뷰를 기록한 하이플래시 그램 브라탑은 일체형 볼륨브라패드를 착장하여 몸매의 핏을 살리는 효과를 주었고, 어깨 길이 조절 끈과 볼륨패드 안감에 메시 원단을 사용하였으며 가슴 아래 라인에 편안한 로고 밴드로 시원하고 편안한 형태를 가지고 있다. 양면 하이게이지 직조 방식의 원단으로 비침이 없으면서 가볍고 복원력과 내구성이 우수하여 몸매 보정의 효과가 있다. 매트한 소재를 사용하여 소프트하고 쿨링감을 주었으며 4방향 스트레치로 신축성이 우수하여 활동성이 우수하다. 99.9%의 완벽에 가까운 자외선 차단 효과와 빠른 건조 기능, 햇빛, 땀, 해수 등에 이염과 오염을 방지하는 기능인 해수 견뢰도에서 최상의 등급 판정을 받았다. 색상은 블랙과 화이트를 기본으로 클라우드그레이, 밀리터리카키, 갤럭시블루, 만다린레드, 라즈베리핑크, 파파야피치, 멜로우바나나, 미스티라일락으로 이름만으로 컬러의 이미지를 예상할 수 있는 컬러로 네이밍 하였다. 사이즈는 S, M, L, XL로 다양한 사이즈를 구성하고 있다. 수요가 꾸준히 증가하고 여성과의 커플룩의 수요가 증가하면서 아이템과 색상이 더욱 다양해질 것으로 사료된다.

여성 하의 아이템은 6,587 리뷰 1위는 여성 상위와 같은 소재여서 5,224 리뷰를 기록한 엑스프리즈마 레깅스를 선정하였다. 워터, 액티비티, 일상에 모두 착용 가능하고 젝*믹스만의 기술력인 프리즈마와 크레오라 액티핏의 두 가지 원사 배합으로 스포츠 웨어에 특화된 원단을 사용하였다. 뛰어난 이염 내구성과 선명한 컬러 발현성, 부드러운 촉감과 UV 차단, 형태 복원력이 우수하며 내염소성과 건조력이 뛰어나다. 얇고 조밀한 하이게이지 조직으로 비침이 덜하고 탄성이 우수하다. 색상은 블랙, 트릭네이비, 정글카키, 프레시코랄, 롤리핑크, 아이스민트, 쉬어라일락, 칠리레드이며 사이즈는 S, M, L, XL, 2XL, 3XL로 사이즈의 폭이 넓다.

맨즈 레깅스 아이템은 355 리뷰의 엑스프리즈마 맨즈 액티비티 레깅스로 활동성을 높여주는 자가 밴드로 안정적으로 허리를 지지해 주며, 종아리에 젝*맨즈 로고를 삽입하여 브랜드 아이덴티티를 완성하였다. 다양한 액티비티를 위한 입체 패턴으로 편안함을 추구하였다. 소재의 특성은 여성 하의의 특징과 동일하며, 색상은 블랙 색상이고 사이즈는 M, L, XL, 2XL이다.

코디 제품은 5개의 아이템으로 브라탑 위에 걸쳐 입으면서 커버업 스타일의 반팔 메시 숏슬리브 탑인 트리샤가 있다. 우수한 통기성과 이너로 입은 브라탑의 디테일이 메시 소재 사이로 드러나면서 다양한 연출이 가능하다. 색상은 블랙과 아이보리이며 S, M 사이즈만 구성되어 있다. 모그 물나염 아이템은 일상에도 착용이 가능한 슬리브리스 탑으로 힙라인을 덮는 기장과 루스한 핏이 체형을 커버하는 기능이 있으며 우수한 탄성, 부드러운 텍스쳐 소재를 사용하면서 얇고 쿨링감을 주며 자외선 차단의 기능성을 가지고 있다. 파우더리핑크, 라벤더, 스카이블루, 에메랄드, 옐로우 색상이며 사이즈는 Free 사이즈이다. 팬츠 안에 레깅스를 레이어드하는 형태의 모아나는 노출 걱정 없이 편안한 착용이 가능한 숏팬츠로 시원한 기장감을 준다. 가볍고 시원한 소재를 사용하였으며 옐로우, 피치, 블랙과 아이보리 색상이 있고 S, M, L, XL 사이즈가 있다.

젝*믹스는 자체로 개발한 원사를 사용하면서 하이 게이지의 양면 직조로 비침이 없고 탄성이 좋은 장점을 가지고 있으며 여름에 수요가 늘어나는 것을 감안하여 자외선을 완벽하게 차단하고, 해수 견뢰도에 최상의 등급을 받으면서 사용목적에 적합한 기능으로 소비자 선호도가 높아지면서 국내 레깅스 브랜드의 선두 위치를 지키고 있다.

에슬레저 브랜드 안*르는 키즈 라인과 함께 바캉스 필수 아이템 '래시가드'를 출시하며 UV 50+ 원단으로 완벽한 자외선 차단, 다양하고 비비드한 컬러감과 정교한 패턴을 선보이면서 액티브한 아쿠아 스포츠 활동에도 복원력이 좋고 처음과 같은 품질을 유지하면서 오래 입을 수 있는 강한 내구성으로 지속적인 매출 증가를 하고 있다. 조사 방법은 젝*믹스 조사

Table 7. Status by item of new X*xymix Aquaware.

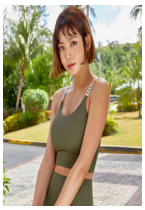
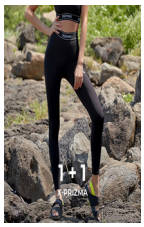
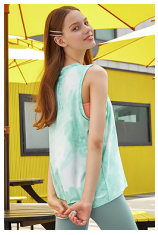
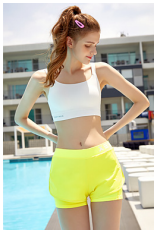
Item	Product name	Shape Features	Material/Functional Characteristics	Mixed rate	Color	Size
Top	High Flexi Gram Bra Top 	- One-piece volume bra pad - Length-adjustable shoulder strap - Volume pad lining mesh fabric - Comfortable logo band	- Double-sided high gauge weaving method has excellent recovery and durability, so it has excellent correction effect - Matte material with no luster for soft texture and cooling feeling - Excellent elasticity and activity - Ultraviolet blocking function fabric - Quick drying function - Seawater fastness (prevention of color transfer and contamination in sunlight, sweat, seawater, etc.) best grade	Nylon 67% Polyurethane 33%	Black White Cloud Gray Military Khaki Galaxy Blue MA*darin Red Raspberry Pink Papaya Peach Mellow banana Misty lilac	S M L XL
Bottom	X-prisma Leggings 	- Water, activity, and everyday wear	- Use of Wonda specialized for sports with the combination of two yarns, Prisma and Creora Actifit, which are exclusive technologies of X*xymix. - Outstanding color transfer durability - Signed color expression - soft touch - Excellent UV protection - Shape Restoration - Chlorine resistance - Excellent drying power - Thin and dense high gauge, less see-through and excellent elasticity	Polyester72% Polyurethane 2x8%	Black Trick Navy Jungle khaki Fresh coral Lollipink Ice mint Take a rest, Ilac Chili Red	S M L XL 2XL 3XL
Men's	X-prisma Men's Activity Leggings	- Stable waist support with a self-band that increases activity	Same as X-prisma features of women's bottoms	PolyEster72% Polyurethane 28%	Black	M L XL 2XL

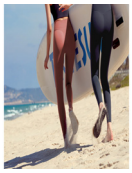
Table 7. Continued.

Item	Product name	Shape Features	Material/Functional Characteristics	Mixed rate	Color	Size
		- Complete the brand identity by inserting the Xexymen's logo on the calf - Three-dimensional patterns for various activities				
Item for styling	Trisha 	- Cover-up style short sleeve mesh short sleeve top worn over a bra top	- Excellent breathability The details of the inner bra top are revealed to create a variety of styles	polyester89% nylon 7% polyurethane 4%	Ivory Black	S M
	Mog water print 	- Sleeveless top for everyday wear - Length that covers the hip line - Loose fit body cover	- Excellent elasticity - Soft textured fabric - Thin and cooling fabric - UV protection	Polyester88% Polyurethane 12%	Powdery pink Lavender. Sky Blue Emerald Yellow	Free
	Moana 	- Laying legis inside the pants - Comfortable to wear without worrying about exposure - Cool feeling	- Light and cool material	polyester86% Polyurethane 14%	Yellow Peach Black Ivory	S M L XL

방법과 같으며 Table 8. 안*르 아쿠아 웨어 신제품 아이템별 현황은 다음과 같다.

Table 8. 안*르 아쿠아 웨어 신제품 아이템별 현황은 안*르 온라인 자료를 조사하였으며 아쿠아 라인이 따로 구별되어 있지는 않지만 안*르의 시그니처인 에어쿨링 소재를 활용한 아쿠아 웨어가 있다. 여성 아쿠아 레깅스로 리뷰 수 104,349인 에어쿨링 지니 시그니처 9부와 8.2부가 있다. 실내, 산, 바다 장소에 제약 없이 착용 가능한 액티브 웨어로 Y존의 봉제선을 없애 두드러지지 않게 디자인하였고 하복부를 감싸면서 다리를 길어 보이게 하는 하이웨이스트와 시걸 라인(갈매기 모양 봉제선)으로 엉덩이 부분의 핏을 탄력 있어 보이게 하는 효과가 있다. 탁텔 원사로 면보다 8배 빠른 흡습속건력과 최적화된 직조 방식으로 통기성, 신축성과 내구성 우수하다. 쫀쫀한 탄력과 부드러운 착용감의 밸런스를 조절하였으며

Table 8. A*dar Aquaware New Product Status by Item.

Item	Product name	Shape Features	Material/Functional Characteristics	Mixed rate	Color	Size
Woman	Air Cooling Genie Signature 	-Active wear that can be worn indoors, in the mountains, or in the sea -Design without highlighting of Y zone -High waist that looks long while wrapping the lower abdomen -Seagull line (chevron-shaped seam) saves the lower body silhouette	-Taktel yarn has excellent moisture absorption and quick-drying 8 times faster than cotton -Weaving method optimized for breathability -Excellent elasticity -Excellent durability -Fit the balance between tight elasticity and soft fit -Lycra sports certified (nylon tartel) 74% Lycra 26% -Vivid color development and non -transparent fabric even when stretched -Looks slim with matte color without gloss	Nylon (Taktel) 74% Polyurethane (Likera)26%	Warm Black Chocolate Brown Polcoral Dark Purple North Rose Micro Blue Caramel Brown Mint Leaf Deep Night Huckleberry Windsurfer Empharo Blue Rabbit Charcoal Nutria Brown Hot Coral Jacaranda Purple Pen paper Pirouette Pink Solar Power	1(33~44) 2(44~55) 4(55 and a half~66) 6(66 and a half~77) 8(77 and a half~88) *linear content Part 9 (160 cm or more) 8.2 Part (150~160cm)
Kids	Little Bike Water Marine	-Resort look, vacation item -Used for water sports, fitness, yoga	-Safety test completed (Ex.: KOTITI test research) -UV 50+ UV protection protection -No penetration due to strong tissue -Vivid color development and color transfer test completed -Maintains shape without cracking or pattern blur during activity -Dry quickly with ventilation structure of air circulation -Matte and solid slim fit -Excellence in elasticity, resilience, and sagging -Strong resistance to friction -Durability against friction	Polyester79% Spandex21%	Marine	110 120 130

스포츠 웨어에 적용되는 라이크라 스포츠 인증을 받으면서 소재의 수준을 높였다. 선명한 컬러 발색과 늘려도 비침 없는 원단과 광택을 제거한 매트한 컬러감으로 날씬해 보이는 효과가 있다. 색상은 웜블랙, 초콜렛브라운, 폴코랄, 다크퍼플, 노스로즈, 마이크로블루, 카라멜브라운, 민트리프, 딥나이트, 허클베리, 원드서퍼, 엠파로블루, 레빗차콜, 누트리아브라운, 핫코랄, 자타란다퍼플, 페일펜지, 피루엣핑크, 솔라파워 19종으로 다양한 색상이 있으며, 사이즈는 초등학생부터 큰체형까지 가능하도록 1(33~44), 2(44~55), 4(55반~66), 6(66반~77), 8(77반~88)의 사이즈가 있으며 길이별 사이즈는 8.2부(150~160 cm), 9부(160 cm 이상)으로 구분되어 있다.

키즈 웨어 안*르 리틀 바이커 워터 마린은 리조트룩이나 바캉스 아이템으로 활용하기 좋고 워터 스포츠, 피트니스, 요가에도 활용 가능하다. 키즈 원단으로 KOTITI 시험 연구원의 안전성 테스트 완료하였고 UV 50+으로 자외선 완전 차단이 가능하다. 탄탄한 조직으로 비침 없이 선명한 발색과 이염 테스트를 완료하였다. 활동 시 원단이 갈라지거나 패턴 흐림 현상 없이 형태를 유지하며 공기 순환의 젤틸레이션 구조로 물속에서 나왔을 때 빠르게 건조하는 기능이 있다. 무광택과 탄탄한 슬림핏이며 신축성, 복원력이 우수하며 늘어짐이 없다. 아쿠아 스포츠를 할 때 마찰이 생기더라도 내구성이 강하여 원단의 손상이 없다. 색상은 마린 색상이며 사이즈는 키즈 사이즈로 110, 120, 130이다.

안*르만의 장점인 에어쿨링 소재로 요가, 필라테스, 등산, 아쿠아 스포츠 모든 활동에 활용 가능하며 형태 디자인의 장점으로 단점을 보완하여 핏에 치중하여 여성 소비자들의 만족도를 높이고 있다. 다양한 컬러와 다양한 사이즈로 이용대상의 폭을 넓히면서 다양한 소비자를 확보하는데 있어 장점이 된다.

뮬*웨어에서 2019년 물속에서 입을 수 있는 여름용 에어라이트를 출시하였다. 에어라이트 레깅스는 가볍고 시원한 레깅스로 가벼운 물놀이를 즐길 때 입을 수 있을 정도의 레깅스로 전문 아쿠아 웨어보다는 요가나 필라테스, 에슬레져 레깅스에 더 집중하는 것을 알 수 있다.

3. 결 론

우리나라 인구 분포의 최대 집단을 형성하면서 경제적, 사회적으로 가장 영향력 있는 중년층은 건강한 삶을 영위하기 위해 운동과 여가활동에 적극 참여하게 되면서 활동성과 실용성이 강조된 운동과 레저를 동시에 즐길 수 있는 에슬레저 웨어의 수요가 증가하였다. 운동을 통한 변화를 타인에게 보여주고 싶어하는 욕구를 만족시키기에 가장 적합한 대표 아이템으로서의 레깅스 아이템은 국내외 에슬레저 브랜드의 판매 성장을 가져왔으며 다양해지는 운동의 종류와 레깅스 수요층의 확대로 레깅스 아이템은 세분화되고 있다.

본 연구는 첫째, 국내 레깅스 브랜드 순위별 상위 업체인 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어 3개 브랜드의 2018년부터 2020년까지의 매출액을 기준으로 국내 레깅스 브랜드 판매 현황 조사 결과 1위는 젝*믹스로 레깅스 브랜드 시장의 성장세를 확인할 수 있었다.

둘째, 국내 레깅스 브랜드 순위별 상위 업체인 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어 3개 브랜드에 대한 소비자 선호도 현황을 조사한 결과 1위는 젝*믹스가 선정되었으며 적극적인 광고 효과에 의한 결과로 사료된다.

셋째, 국내 레깅스 브랜드 아쿠아 레깅스 브랜드인 젝*믹스, 안*르, 뮬*웨어 3개 브랜드에 아쿠아 웨어의 신제품을 대상으로 177개의 제품을 선정하였다. 다음 Table 9는 국내 아쿠아 웨어 신제품 현황에 대한 결과이다.

Table 9는 국내 아쿠아 웨어 신제품 177개 제품은 여성 아쿠아 웨어 149개, 남성 아쿠아 웨어 13개, 키즈 아쿠아 웨어 10개, 코디 제품 5개로 분류하였다. 신제품의 아이템에서 149개로 여성 아쿠아 웨어가 대부분을 차지하였고 여성에 비해 남성의 수요도는 낮게 나타났으며 키즈 아쿠아 웨어 10개와 코디 제품 5개로 2019년도에 비해 신제품은 계속 증가하였다.

아쿠아 웨어 신제품 177개 제품을 디자인 형태와 소재에 따른 기능성, 소재 혼용률, 컬러 분포와 사이

Table 9. Current status of new aqua wear products in Korea.

Year	Women's Aquawear	Men's Aquawear	Kids Aquawear	Coordination item	Sum
2020	149	13	10	5	177

Table 10. Survey on the status of domestic aqua wear production.

Design form	Functionality according to material	Mixing ratio	Color	Size
-4 direction elasticity -Form stability and convenience -Shape design that covers the body shape and makes the fit elastic	-Elasticity, breathability, sweat perspiration, quick-drying, durability, color transfer prevention -UV protection -High-gauge weaving method -Function of shape restoration -Chlorine property and excellent color fastness to seawater	-Nylon 7~74% -polyester 72~89% -Polyurethane 4~33% -Polyester 72~79% -Span 21%	-Vivid various colors -Color preference not investigated	-S, M, L, XL, 2XL, 3XL -S, M, L, XL are often used -1, 2, 4, 6, 8 (from child size to large body size) -8.2 Copies for 150-160cm tall -Those over 160cm tall are marked as 9 copies

즈 분포에 대한 생산실태를 조사하였다. 다음 Table 10. 국내 아쿠아 웨어 생산실태조사의 결과는 다음과 같다.

Table 10은 아쿠아 웨어 신제품의 형태와 소재에 따른 기능성 분석의 결과 첫째, 아쿠아 웨어 디자인 형태는 4방향 신축성, 형태의 안정성과 편리성, 체형을 커버하여 핏을 탄력있게 살려주는 형태로 디자인 하였다.

둘째, 아쿠아 웨어 소재의 기능성은 신축성, 통기성, 흡한속건, 내구성, 이염 방지, 자외선 차단, 하이게이지 조직 직조 방식으로 형태 복원성의 기능을 갖추고 아쿠아 스포츠 웨어에 요구되는 염소성과 해수견뢰도 기능을 갖추었다.

셋째, 아쿠아 웨어 혼용률은 나일론 7~74%, 폴리에스터 72~89%, 폴리우레탄 4~33%, 폴리에스테르 72~79%, 스판 21%의 혼용률이다.

넷째, 아쿠아 웨어 색상은 블랙과 화이트를 기본으로 아쿠아 스포츠와 여름에 소비층이 많은 영향으로 눈에 띄는 비비드 한 다양한 컬러로 색상 선호도는 조사되지 않았다.

다섯째, 아쿠아 웨어 소재 사이즈는 S, M, L, XL, 2XL, 3XL까지 있으나 S, M, L, XL를 많이 사용하고 있고, 1, 2, 4, 6, 8 사이즈로 어린이 사이즈부터 큰 체형 사이즈까지의 표기도 있다. 길이에 대한 사이즈는 키 150~160 cm는 8.2부, 160 cm 이상은 9부로 표기하였다.

그러므로 국내 레깅스 브랜드의 판매 현황과 소비자 선호도 순위를 조사한 결과 레깅스의 세분화가 이루어지고 있으며 판매 현황의 결과 아쿠아 웨어의 성장세를 보이고 있다. 아쿠아 웨어는 여성 아쿠아 웨어의 점유율이 높은 것으로 조사되었고 상대적으로 남성과 키즈, 코디 제품의 점유율은 낮은 것으로 조사되었다. 아쿠아 웨어의 수요 대상별 밸런스를 맞출 수 있도록 가족이나 커플의 아이템 제품등의 개발을 위한 지속적인 연구가 필요할 것으로 사료된다.

REFERENCE

[1] M.K. Hwang, M.W. Kwon, and C.Y. Kim, “A Study on the Emotional Cognitive Characteristics ofFormative Elements - Focusing on Color and Form,” *Journal of Korea Multimedia Society*, Vol. 24, No. 3, pp. 460-467, 2021.

[2] H.C. Lee, C.Y. Jin, and S.Y. Shin, “Study of Marketing Activation Strategy of Leggings Fashion Product in Women's Clothing Market,” *Journal of the Korea Institute Information and Communication Engineering,* Vol. 18, No. 2, pp. 345-350, 2014.

[3] Indoor sportswear leggings, you know what you're talking about(2020). https://m.blog.daum.net (accessed May 29, 2021).

[4] D.A. Lee, *Development of an Athleisure Bike Sports Wear Design for Appropriate City*

Sports Activities, Ph. D. Thesis of Chung-Ang University, 2016.

[5] Athleisure is no longer a blue ocean(2020), https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table= special&wr_id=626 (accessed June 28, 2021).

[6] Only leggings were sold last year. Sales of leggings KRW 762 billion(2021), https://fpost.co.kr/board/bbs/board (accessed June 28, 2021).

[7] After Clara's white leggings, the tights that got rid of the embarrassing Y-zone evolved (2021), https://n.news.naver.com/article/025/0003111792? (accessed June 23, 2021).

[8] Y.J. Hwang, *An analysis of the expression of leggings design in Hyundai Fashion,* Master's Thesis of Kyungpook National University, 2012.

[9] Y.J. Hwang and J.H. Choi, "A Study on Formative Characteristics of the Leggings Design in Contemporary Fashion," *Fashion & Textile Research Journal*, Vol. 16, No. 1, pp. 1-12, 2014.

[10] J.H. Lee, *Korean Middle-Aged Women's Exercise and Sportswear,* Master's Thesis of Seoul National University, 2020.

[11] A.R. Jo, *Developing Outdoor Wear Design for the New Senior Generation,* Master's Thesis of Ewha Womans University, 2014.

[12] M.S. Kim, *The Development of aquarobic Wear by Somato-Types for Mid-Aged Women and Wear Trial Test,* Ph. D. Thesis of Yeungnam University, 2020.

[13] X*xymix, which is number one in industries, has online branding strategies that attract people(2021), https://ditoday.com/%ec%97%85%ea%b3%84-1%ec%9c%84-%ec%a0%9d%ec%8b%9c%eb%af%b9%ec%8a%a4-%ec%82%ac% eb%9e%8c-%ec%9e%a1%eb%8a%94-%ec% 98%a8%eb%9d%bc%ec%9d%b8-%eb%b8%8c%eb%9e%9c%eb%94%a9-%ec%a0%84%eb%9e%b5/ (accessed June 3, 2021).

[14] Leggings Changed Women's Daily Routines. Lee Soo-yeon, CEO of X*xymix(2021), http://www.bizhankook.com/bk/article/21856 (accessed June 3, 2021).

[15] A*dar, a 20-30-year-old female stealer, has 80 billion dollars in sales(2019), https://magazine. hankyung. com/business/article/201911197048b (accessed June 3, 2021).

[16] [Brand Explorer] #2. M*laware(2020), https://brunch.co.kr/@wonder030/2 (accessed June 5, 2021).

[17] Domestic yoga clothes and material competition intensified(2020), http://m.apparelnews.co.kr/news/news_view/?cate=CAT115&idx=185506 (accessed May 29, 2021).

[18] Leggings Brand Rank TOP5(2021), https://sonmastem.com/leggings-top5/ (accessed June 3, 2021).

[19] X*xymix, CELUV's Favorite Leggings, number one ranking(2021), https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://m.news.nate.com/view/20210202n22511&ved=2ahUKEwiL9MPO9IHyAhXTBd4KHfANBIsQFjACegQIChAC&usg=AOvVaw3D1b5qe1efWiUlW84D2jEr (accessed June 4, 2021).

[20] A*dar Corporation Information-Person(2021), https://m.saramin.co.kr (accessed June 2, 2021).

[21] Sales volume in the domestic leggings market(2020), https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://applefish03.tistory.com/entry/%25EA%25B5%25AD%25EB%2582%25B4-%25EB%25A0%2588%25EA%25B9%2585%25EC%258A%25A4-%25EC%258B%259C%25EC%259E%25A5-%25EB%25A7%25A4%25EC%25B6%259C-%25EA%25B7%259C%25EB%25AA%25A8&ved=2ahUKEwjOhYqTvYLyAhXDMN4KHYiwA0sQFjACegQIBRAF&usg=AOvVaw2z8yni8rfLBiRezJvXepAI (accessed June 2, 2021).

[22] Sales of X*xymix, the No. 1 leggings market, and A*dar, the No. 2 leggings market(2021), https://applefish03.tistory.com/entry/%EC%

A0%9D%EC%8B%9C%EB%AF%B9%EC%8A%A4-1%EC%9C%84-%EC%95%88%EB%8B%A4%EB%A5%B4-2%EC%9C%84-%EB%A7%A4%EC%B6%9C (accessed June 2, 2021).
[23] X*xymix(2021), https://www.X*xymix.com/ (accessed June 16, 2021).
[24] A*dar(2021), https://A*dar.co.kr/ (accessed June 16, 2021).

강 현 영

2007년 2월 부산대학교 의류학과 이학석사 수료
2020년 3월~현재 레벤그리다한국문화다양성연구원 연구원
2021년 7월~현재 부산대학교 의류학과 석사과정

관심분야 : 스포츠웨어, 멀티미디어, 다문화, 노인교육, 외국인교육

강 현 주

2009년 8월 부산외국어대학교 영어교육학석사
2014년 2월 부산외국어대학교 영어영문학과 언어학박사
2018년 8월 부산외국어대학교 다문화교육학 박사수료
2018년 11월~현재 (주)레벤그리다 한국문화다양성연구원 원장
2019년 1월 한국멀티미디어학회 운영이사
2020년 5월 KNN미디어플러스 평생교육원 자문위원
2021년 1월 (사)한국융합SW학회 부회장
관심분야 : 사물인터넷, 정보통신, 다문화, 한국어교육, 외국인교육

김 치 용

1987년~2000년 8월 인제대학교 물리학과 학사 및 대학원 이학석사/이학박사
1991년~2000년 인제대학교 컴퓨터디자인교육원실장
2000년~2003년 부산정보대학 정보통신계열 전임강사
2003년~2006년 동서대학교 디지털디자인학부 멀티미디어디자인학전공 조교수
2018년 11월~현재 (주)레벤그리다 한국문화다양성연구원 원장
2019년 1월 한국멀티미디어학회 운영이사
2020년 5월 KNN미디어플러스 평생교육원 자문위원
2021년 1월 (사)한국융합SW학회 부회장
관심분야 : 사물인터넷, 정보통신, 다문화, 한국어교육, 외국인교육