

다운에이징 30-40대 여성의 레깅스 착용실태조사

김 은 경[†]

서울디지털대학교 패션학과 교수[†]

A survey on the leggings wearing condition of down-aging women in their 30s and 40s

Eun Kyong Kim[†]

Professor, Dept. of Fashion, Seoul Digital University[†]
(2022. 9. 11 접수; 2022. 11. 1 수정; 2022. 11. 4 채택)

Abstract

This study aims to investigate the actual condition of wearing leggings and the preferred design of down-aging women in their 30s and 40s who have young sensibility, but are starting to enter a middle-aged body type. By analyzing the problems experienced when wearing leggings in this age group, this study intends to provide basic data for the development of a middle-aged female leggings pattern with an improved fit. Therefore, a survey was conducted on 214 women in their 30s and 40s. The results of the survey are as follows.

Among down-aging women who want to look younger, leggings are becoming an essential item, but most leggings brands are producing leggings with patterns suitable for women in their 20s. The results of this study also showed that down-aging women in their 30s and 40s mainly purchase and prefer body-fitting leggings. However, they are experiencing discomfort due to 'Y-zone accentuate', 'undergarment accentuate', 'cloth sticking', and 'waist band curling and tightening'. The results indicate that women in their 30s and 40s, who are starting to change to a middle-aged body type, have fit problems. Women in their 20s generally prefer functions that improve the body line, while those in their 30s and 40s prefer functions that improve movement and cover problems caused by the abdomen and the Y-zone area. Therefore, when designing leggings for down-aging women in their 30s and 40s, based on body-fitting leggings, a material with excellent elasticity must be selected. Also develop patterns that solves 'Y-zone accentuate', 'undergarment accentuate', 'cloth sticking', and 'waist band curling and tightening' problems.

Key Words: leggings (레깅스), athleisure wear (에슬레저웨어), wearing condition (착용실태), 30s-40s women (30-40대 여성)

[†] Corresponding author ; Eun Kyong Kim
Tel. +82-2-2128-3072
E-mail : ekk@sdu.ac.kr

I. 서론

애슬레저는 애슬레틱(athletic)과 레저(leisure)를 합친 스포츠웨어 용어로, 애슬레저 웨어는 일상에서도 편안한 스포츠웨어 차림을 하는 현대인의 추세를 반영한 ‘가벼운 스포츠웨어’를 지칭하며, 스포츠웨어로 착용할 수 있는 기능성을 가진 의류를 일상생활에서 착용하는 것을 의미한다(네이버 시사상식사전, 2021). 코로나19 팬데믹 이후 운동은 일상이고 일상이 곧 운동인 생활밀착형 운동의 시대가 MZ세대 중심으로 확산되고 나아가 사회 전반에 영향을 미쳐 모든 연령대의 가장 관심 받는 트렌드가 되었다. 특히 타인과의 밀도가 낮으면서 안전하게 즐길 수 있는 등산, 골프, 걷기운동, 달리기 등이 인기다(김난도 외, 2021). 이렇듯 일상에서도 편안한 스포츠웨어 차림을 하는 현대인의 추세를 반영해, 일상생활과 레저를 동시에 즐기면서도 스타일까지 연출할 수 있는 애슬레저 웨어의 관심이 뜨겁다.

보통 애슬레저 룩을 가장 쉽게 연출하는 방법은 하의를 스포츠웨어로 선택하는 것이다. 특히, 조거 팬츠, 레깅스 등을 하의로 활용하면 간단하게 애슬레저 룩을 완성할 수 있다. 이에 과거 정통 스포츠나 아웃도어웨어가 차지한 매출 비중에서 일상복 성격을 강조한 애슬레저 웨어가 급성장하고 있으며 등산 외에도 달리기, 요가 등 각종 스포츠를 즐기거나 일상복으로도 편하게 입을 수 있다는 장점 덕분에 레깅스 시장 규모가 급격하게 커지고 있다(김난도 외, 2021). 이해니 유진투자증권 연구원은 ‘애슬레저 웨어는 스포츠웨어 시장에서 가장 고성장하고 있는 카테고리이자 MZ세대의 주력 의류 소비 트렌드로, 코로나19 이후에도 애슬레저 웨어 산업은 성장을 지속할 것’이라고 설명했다. 또한 ‘건강관리, 규칙적인 운동을 하는 인구가 증가했으며 체육 활동에 참여하는 인구 비율이 2021년 49.8%로 전년 대비 2.8%포인트 상승했다’며 ‘일상생활에서 레깅스, 조거팬츠 같은 애슬레저 웨어를 입는 것에 익숙해졌고 가벼운 등산 코스나 러닝 트랙에서 기능성 아웃도어 의류 대신 레깅스를 입는 여성이 늘었다’고 전했다(류병화, 2022).

이와 같이 국내 애슬레저 웨어 시장은 레깅스를 중심으로 시장이 확대되어 왔다. 레깅스 등장

초반에만 해도 30-40대 여성은 노출되는 인체 라인에 부담으로 관심이 많지 않았지만, 팬데믹 이후 일상복으로도 편안하게 착용하고 기능성으로도 우수한 레깅스에 대한 관심이 높아지고 있다. 과거 트레이닝 복으로 분류되던 레깅스는 외출복이 되었고, 바디라인이 드러나는 것에 대한 부담을 덜기 위해 팬츠 레깅스, 치마 레깅스가 등장하였다. 또한 요가, 필라테스에 주로 착용되던 것이 일상복에서 더 나아가 등산용 아웃도어 레깅스로 판매량이 급증하고 있는 실정이다. 애슬레저 웨어 시장이 커지고 제품도 다양해지며 기능 및 TPO(Time시간·Place장소·Occasion상황)에 따라 제품을 다양하게 구매하려는 소비자들의 움직임도 나타나고 있다(이미경, 2022).

이러한 애슬레저 웨어 시장의 변화는 MZ세대 여성의 영역에서 점차적으로 중년층을 대상으로 확대되고 있다. 특히, 자신의 건강과 편안함을 추구하는 사회적 분위기가 확산되면서 젊은 취향을 가진 다운에이징 중년여성들도 레깅스를 일상복으로 착용하는 경우가 많아지고 있다. 다운에이징이란 나이를 초월해 자신의 스타일을 추구하는 소비계층을 일컫는 말로 나이가 소비에 영향을 주기보다는 라이프스타일과 제품에 대한 개인적 선호도가 소비에 큰 영향을 미친다. 이들은 탄탄한 경제력을 바탕으로 건강관리에 많은 관심을 갖고 있는 소비계층으로 건강과 관련된 요가 및 피트니스에 대한 선호도가 높고 안정적인 경제력을 바탕으로 소비활용의 주체가 되고 있다. 그러나 현재의 애슬레저 웨어 시장은 대부분 20대 여성에 특화된 제품을 구매하여 착용하고 있는 상황이며 체형변화가 시작되는 30-40대 여성은 이러한 신체적 특징을 고려한 애슬레저 웨어 제품 선택권에 어려움을 느끼고 있다. 이종규(2021)는 대부분의 브랜드에서 젊은 층을 대상으로 제품을 출시하여 중년여성의 신체적 특성 및 제품에 대한 디자인 요구를 반영하지 않아 제품 선택에 많은 어려움을 겪고 있다고 분석하였다. 또한 30-40대가 20대에 비해 연령 증가에 따라 대부분의 하반신 둘레, 너비, 두께 항목의 변화가 큰 것으로 나타나(김은경, 2014) 체형 변화를 반영한 제품 설계가 필요할 것으로 보여진다. 이에 따라 20대가 30-40대 집단 보다 전반적으로 크고 허리는 가늘며 엉덩이는 커서 S라인의 실루엣을 보여 20대

여성을 타깃으로 하여 20대 체형에 맞는 패턴 및 치수체계 그리고 20대 피팅 모델을 기준으로 만들어진 밀착형 레깅스를 중년 여성이 착용할 경우 배둘레 등의 둘레부위 맞음새에 문제점이 발생할 것으로 예측된다. 그러나 최근의 트렌드가 레깅스의 선호도가 높고 30-40대 여성이 20대를 타깃으로 하는 브랜드를 선호하는 만큼 이들 브랜드에서도 시각적인 맞음새와 디자인은 20대 감성을 유지하면서도 다운에이징 중년 여성을 위한 패턴 개발이 필요한 것으로 보여 진다.

에슬레저 웨어 관련 선행연구를 살펴보면, 국내 20대 여성의 에슬레저 웨어 착용실태조사(이정은 외, 2017), 국내 20-40대 여성의 신체 밀착형 에슬레저 웨어 착용 연구(최수아, 2020), 20대 여성의 에슬레저 레깅스 개발을 위한 선행 연구(차수정, 2021), 국내 여성의 에슬레저 웨어 제품구매 추구 및 착용실태조사-20-50대 여성을 중심으로-(이종규, 임호선, 2021), 인구통계학적 특성에 따른 여성 레깅스 만족도 및 재구매 의도 분석(박영희, 2022) 등의 착용실태조사 연구가 진행되었으나 20대를 중심으로 분석하거나 혹은 20-50대까지의 광범위한 착용실태 분석만이 진행되어 30-40대 여성의 에슬레저 웨어 착용실태에 대한 집중 분석은 찾아보기 어렵다. 또한 에슬레저 웨어 전반에 대한 연구가 대부분이며 레깅스 착용실태를 구체적으로 다룬 논문은 차수정(2021)의 20대 여성의 레깅스 연구와 박영희(2022)의 인구통계학적 특성에 따른 여성 레깅스 만족도 연구로 부족한 실정이다. 젊은 감성을 가지고 있지만 중년 체형으로 접어들기 시작하는 30-40대 다운에이징 여성의 레깅스 착용에 문제점이 많을 것으로 예측되며 이에 관련 연구가 필요한 것으로 판단된다.

이에 본 연구에서는 에슬레저 웨어 구매에 있어서 ‘연령 파괴’와 ‘젊은 소비’가 지속될 것으로 전망되므로 다운에이징 30-40대 여성의 레깅스 착용 실태 및 선호 디자인을 조사하고 레깅스 착용 시의 문제점을 분석하여 맞음새가 향상된 중년 여성 레깅스 패턴 개발을 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 설문지 구성

본 연구는 30-40대 여성의 레깅스 구매현황, 착용실태 및 선호도를 분석하기 위해 서울, 인천, 경기도에 거주하는 30-40대 여성 214명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지 구성은 선행연구(이정은 외, 2017; 이종규, 임호선, 2021; 차수정, 2021; 최수아, 2020)를 참고하여 응답자의 일반적인 사항 7문항, 레깅스 구매실태 15문항, 레깅스 착용실태 6문항, 레깅스 불만사항 10문항, 레깅스 디자인 선호도 6문항 총 44문항으로 구성하였다.

2. 연구대상과 연구방법

본 연구의 대상은 30-40대 다운에이징 중년 여성을 대상으로 하였으며, 예비설문을 진행 후 2022년 8월22일부터 8월24일까지 온라인 전문 설문업체에 의뢰하여 실시하였다. 조사대상자의 연령대별 분포를 고르게 설문하였으며 정확한 설문 결과를 위해 조사대상을 레깅스를 구매하여 직접 착용해 본 경험이 있는 사람, 주기적으로 운동을 하고 있는 사람 및 나이보다 젊어 보이기 위해 주기적인 노력을 기울이는 대상자로만 한정 하였다.

3. 자료분석

설문조사의 자료 분석은 SPSS 25.0 통계프로그램을 이용하여 각 문항에 대한 빈도분석, 백분율, 평균 등의 기술통계를 실시하였고, 30대와 40대 응답결과의 차이를 분석하고자 χ^2 검증, t-test 등을 실시하였다.

III. 연구결과

1. 조사 대상자의 일반적인 사항

30-40대 여성의 레깅스 착용 실태 및 선호 디자인을 조사하고 레깅스 착용 시의 문제점을 분석하여 맞음새가 향상된 중년 여성 레깅스 패턴 개발을 위한 기초자료로 제공하고자 실시한 설문조사 결과 조사 대상자의 연령대별 분포 및 지역분

포는 <표 1>과 같다. 30대 105명(49.1%), 40대 109명(50.9%)으로 비교적 고른 분포를 보이고 있으며 총 조사인원은 214명(100.0%)이다. 지역별 분포를 살펴보면 경기도 95명(44.4%), 서울 91명(42.5%), 인천 28명(13.1%)으로 수도권 거주 30-40대 성인여성을 대상으로 설문조사가 진행되었다.

조사대상자의 운동관련 일반적 특성을 분석한 결과는 <표 2>와 같다. 주 운동참여횟수를 조사한

결과 '주 2-3일'이 91명(42.5%)으로 가장 많았고, '주 1일'이 66명(30.8%), '주 4-5일'이 34명(15.9%), '거의 매일'이 23명(10.7%) 순으로 나타났다.

다음으로 지금까지 운동을 해온 경력을 조사한 결과 '6개월 미만'이 55명(25.7%)으로 가장 많았고, '3년 이상'이 52명(24.3%), '6개월 이상-1년 미만'이 51명(23.8), '2년 이상-3년 미만'이 32명(15.0%), '1년 이상-2년 미만'이 24명(11.2%) 순으

<표 1> 조사대상자의 연령대별 분포 및 지역별 분포

항목	구분	빈도(N)	비율(%)
연령	30대	105	49.1
	40대	109	50.9
	Total	214	100.0
지역	서울	91	42.5
	인천	28	13.1
	경기도	95	44.4
	Total	214	100.0

<표 2> 조사대상자의 운동관련 일반적 특성

단위: 빈도(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
운동참여 횟수	주 1일	35 (16.4)	31 (14.5)	66 (30.8)
	주 2-3일	45 (21.0)	46 (21.5)	91 (42.5)
	주 4-5일	12 (5.6)	22 (10.3)	34 (15.9)
	거의 매일	13 (6.1)	10 (4.7)	23 (10.7)
운동경력*	6개월 미만	30 (14.0)	25 (11.7)	55 (25.7)
	6개월 이상-1년 미만	27 (12.6)	24 (11.2)	51 (23.8)
	1년 이상-2년 미만	12 (5.6)	12 (5.6)	24 (11.2)
	2년 이상-3년 미만	20 (9.3)	12 (5.6)	32 (15.0)
	3년이상	16 (7.5)	36 (16.8)	52 (24.3)
주 참여운동	요가	41 (19.2)	30 (14.0)	71 (33.2)
	필라테스	46 (21.5)	34 (15.9)	80 (37.4)
	헬스	39 (18.2)	24 (11.2)	63 (29.4)
	조강(걷기)	69 (32.2)	74 (34.6)	143 (66.8)
	등산	20 (9.3)	26 (12.1)	46 (21.5)
	골프	10 (4.7)	10 (4.7)	20 (9.3)
	에어로빅(댄스)	8 (3.7)	7 (3.3)	15 (7.0)
	수영	15 (7.0)	9 (4.2)	24 (11.2)
	테니스	5 (2.3)	0 (0.0)	5 (2.3)
	기타	12 (5.6)	7 (3.3)	19 (8.9)
운동동기	건강유지	52 (24.3)	55 (25.7)	107 (50.0)
	체중조절	33 (15.4)	31 (14.5)	64 (29.9)
	대인관계	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	여가생활	4 (1.9)	2 (0.9)	6 (2.8)
	스트레스해소	7 (3.3)	4 (1.9)	11 (5.1)
	근력향상	9 (4.2)	17 (7.9)	26 (12.1)

■ 최빈값 *p<.05

〈표 3〉 조사대상자의 운동 시 주 착용의류

단위: 빈도(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
주 착용의류	애슬레저웨어	60 (28.0)	43 (20.1)	103 (48.1)
	스포츠웨어	33 (15.4)	40 (18.7)	73 (34.1)
	일반 캐주얼웨어	10 (4.7)	25 (11.7)	35 (16.4)
	기타	2 (0.9)	1 (0.5)	3 (1.4)

□ 최빈값

로 나타났다. 다만, 30대와 40대의 조사 결과에서 $p<.05$ 의 유의한 차이($\chi^2=10.252$)가 보였으며, 30대에서는 운동경력 '6개월 미만'이 30명(14.0%)으로 가장 많이 나타났으나 40대에서는 '3년 이상'이 36명(16.8%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 20-50대 여성을 중심으로 애슬레저웨어 착용실태를 조사한 이종규, 임호선(2021) 연구와 일치하는 결과로 20-30대 청년층 여성은 '6개월-1년미만'이 가장 높게 나타났고, 40-50대 중년층 여성은 '4년 이상'으로 연령층이 증가할수록 지속적으로 운동을 하는 것으로 나타났다고 하였다.

조사 대상자의 주 참여 운동은 레깅스 착용자 특성 분석에 매우 중요한 영향을 미치며 복수 응답으로 조사한 결과 '조깅(걷기)'이 143명(66.8%)으로 가장 많이 나타났다. 다음으로 운동 시 레깅스를 주로 착용하는 '필라테스'가 80명(37.4%), '요가'가 71명(33.2%) 순으로 나타났고, '헬스'가 63명(29.4%), '등산'이 46명(21.5%), '수영'이 24명(11.2%), '골프'가 20명(9.3%), '에어로빅(댄스)'이 15명(7%), '테니스'가 5명(2.3%) 순으로 나타났다. '기타'는 19명(8.9%)으로 주관식으로 서술하게 한 결과 팬데믹으로 인한 라이프스타일 변화와 함께 '홈트레이닝'을 많이 하는 것으로 나타났으며 기타 '복싱', '스피닝' 등을 한다고 응답하였다.

운동참여 동기 즉, 운동을 하는 이유에 대한 조사결과 설문응답자 중 107명(50.0%)이 '건강유지'를 위해서 라고 응답하였다. 반면, 이종규, 임호선(2021) 연구에서는 20-30대 청년층 여성은 '체중조절'이 가장 많이 나타났으며 40-50대 중년층 여성에서는 '건강유지'가 가장 높게 나온 것으로 보아 중년층이 건강에 대한 관심이 더 높으며 청년층과 중년층의 운동 동기에 대한 인식의 차이가 있는 것으로 분석하였다.

운동 시 주로 착용하는 의류에 대한 조사 결과

는 〈표 3〉과 같다. 30대와 40대 다운에이징 여성 모두 '애슬레저웨어'(103명, 48.1%)를 많이 착용하는 것으로 나타났으며 다음으로 '스포츠웨어'가 73명(34.1%), '일반 캐주얼웨어'가 35명(16.4), 기타 3명(1.4%)순으로 나타났다. 기타라고 응답한 응답자의 서술형 답변을 살펴보면 '스포츠웨어'와 '애슬레저웨어'를 함께 착용한다고 서술하였다. 2017년도에 진행된 20대 여성 대상 착용실태 연구(이정은 외, 2017)에서는 운동 시 주로 착용하는 의복으로 '스포츠웨어'가 가장 많이 나타났으며 다음으로 '애슬레저웨어'로 나타나 코로나19 이전 보다 이후에 애슬레저 웨어의 착용이 더 많아진 것을 확인할 수 있다. 즉, 레깅스 등장 초반에만 해도 30-40대 여성은 노출되는 인체 라인의 부담으로 관심이 많지 않았지만, 코로나19 팬데믹 이후 일상복으로도 편안하게 착용하고 기능성으로도 우수한 레깅스에 대한 관심이 높아지고 있다.

2. 레깅스 구매 실태

레깅스 선호브랜드와 구매브랜드를 복수응답으로 조사한 결과는 〈표 4〉와 같다. 브랜드 선정은 애슬레저 웨어 매출 4대 기업 및 한국기업평판연구소(2022) 3월 기준 레깅스 브랜드 평판 순위 15위까지를 참고하였으며 선행연구(이정은 외, 2017; 이종규, 임호선, 2021; 차수정, 2021)의 구매 및 선호 브랜드 등을 참고하여 선정하였다. 그 결과 가장 선호하는 브랜드는 '나이키'(105명, 49.1%), '젝시믹스'(104명, 48.6%)로 두 브랜드가 동일하게 많이 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로 '안타르'(95명, 44.4%), '아디다스'(65명, 30.4%), '물라웨어'(41명, 19.2%), '룰루레몬'(34명, 15.9%) 순으로 나타났다. 다만, 연령대 별로 비교해 보면 30대는 '젝시믹스'(64명, 29.9%), '나이키'(58명, 27.1%) 순

〈표 4〉 레깅스 선호브랜드 및 구매브랜드

단위: 빈도(%)

항목	브랜드	연령구분		Total
		30대	40대	
선호브랜드	젝시믹스	64 (29.9)	40 (18.7)	104 (48.6)
	물라웨어	21 (9.8)	20 (9.3)	41 (19.2)
	안다르	52 (24.3)	43 (20.1)	95 (44.4)
	룰루레몬	20 (9.3)	14 (6.5)	34 (15.9)
	나이키	58 (27.1)	47 (22.0)	105 (49.1)
	아디다스	37 (17.3)	28 (13.1)	65 (30.4)
	뉴발란스	11 (5.1)	11 (5.1)	22 (10.3)
	데상트	9 (4.2)	7 (3.3)	16 (7.5)
	푸마	4 (1.9)	6 (2.8)	10 (4.7)
	디스커버리	3 (1.4)	7 (3.3)	10 (4.7)
	언더아머	5 (2.3)	5 (2.3)	10 (4.7)
	유니클로	11 (5.1)	13 (6.1)	24 (11.2)
	노스페이스	4 (1.9)	6 (2.8)	10 (4.7)
	휠라	4 (1.9)	11 (5.1)	15 (7.0)
	탐텐	2 (0.9)	7 (3.3)	9 (4.2)
기타	3 (1.4)	5 (2.3)	8 (3.7)	
항목	브랜드	연령구분		Total
구매브랜드	젝시믹스	55 (25.7)	28 (13.1)	83 (38.8)
	물라웨어	24 (11.2)	18 (8.4)	42 (19.6)
	안다르	51 (23.8)	46 (21.5)	97 (45.3)
	룰루레몬	17 (7.9)	6 (2.8)	23 (10.7)
	나이키	53 (24.8)	44 (20.6)	97 (45.3)
	아디다스	33 (15.4)	27 (12.6)	60 (28.0)
	뉴발란스	5 (2.3)	11 (5.1)	16 (7.5)
	데상트	7 (3.3)	5 (2.3)	12 (5.6)
	푸마	4 (1.9)	8 (3.7)	12 (5.6)
	디스커버리	2 (0.9)	3 (1.4)	5 (2.3)
	언더아머	3 (1.4)	1 (0.5)	4 (1.9)
	유니클로	9 (4.2)	13 (6.1)	22 (10.3)
	노스페이스	2 (0.9)	4 (1.9)	6 (2.8)
	휠라	2 (0.9)	6 (2.8)	8 (3.7)
	탐텐	3 (1.4)	7 (3.3)	10 (4.7)
기타	4 (1.9)	4 (1.9)	8 (3.7)	

■ 빈도수가 높은 값

으로 선호하였고, 40대는 '나이키'(47명, 22.0%), '안다르'(43명, 20.1%) 순으로 선호하는 것으로 나타나 젝시믹스가 애슬레저 매출 4대 기업 중 브랜드 이미지가 가장 젊은 이미지로 선호하는 연령대도 낮게 나타남을 알 수 있다. 기타(8명, 3.7%)라고 응답한 응답자의 서술형 답변을 분석하여 보면 30, 40대 중년여성을 타겟으로 하는 'STL'을 선호하는 것으로 나타났다.

실제 구매하는 브랜드 조사결과 '나이키'(97명, 45.3%), '안다르'(97명, 45.3%)가 가장 많이 구매하는 것으로 나타났으며 다음으로 '젝시믹스'(83명, 38.8%), '아디다스'(60명, 28.0%), '물라웨어'(42명, 19.6%), '룰루레몬'(23명, 10.7%) 순으로 나타나 선호하는 브랜드 순위와 비슷한 경향을 보이고 있다. 연령대 별로 비교해 보면 30대는 선호브랜드와 동일하게 '젝시믹스'(55명, 25.7%), '나이

〈표 5〉 레깅스 구매 행동

단위: 빈도(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
구매 장소	인터넷쇼핑몰	72 (33.6)	67 (31.3)	139 (65.0)
	브랜드전문매장	15 (7.0)	14 (6.5)	29 (13.6)
	백화점	6 (2.8)	7 (3.3)	13 (6.1)
	아울렛 및 대형할인점	12 (5.6)	15 (7.0)	27 (12.6)
	홈쇼핑	0 (0.0)	6 (2.8)	6 (2.8)
구매 빈도	한 달에 한 번	9 (4.2)	2 (0.9)	11 (5.1)
	1-3개월에 한 번	21 (9.8)	10 (4.7)	31 (14.5)
	3-6개월에 한 번	23 (10.7)	21 (9.8)	44 (20.6)
	6개월-1년에 한 번	41 (19.2)	59 (27.6)	100 (46.7)
	1년 이내 미구매	11 (5.1)	17 (7.9)	28 (13.1)
선택 기준	가격	65 (30.4)	59 (27.6)	124 (57.9)
	디자인	56 (26.2)	59 (27.6)	115 (53.7)
	치수/맞음새	38 (17.8)	48 (22.4)	86 (40.2)
	색상	40 (18.7)	41 (19.2)	81 (37.9)
	착용감	82 (38.3)	74 (34.6)	156 (72.9)
	소재	39 (18.2)	43 (20.1)	82 (38.3)
	광고	1 (0.5)	4 (1.9)	5 (2.3)
	브랜드	28 (13.1)	22 (10.3)	50 (23.4)
	일상복으로활용가능성	7 (3.3)	15 (7.0)	22 (10.3)
	관리편의성	11 (5.1)	18 (8.4)	29 (13.6)

□ 최빈값

키'(53명, 24.8%) 순으로 구매하는 것으로 나타났고, 40대는 '안다르'(46명, 21.5%), '나이키'(44명, 20.6%) 순으로 나타났다. 기타(8명, 3.7%)라고 응답한 응답자의 서술형 답변을 분석하여 보면 선호브랜드에서와 동일한 'STL'에서 주로 구매한다고 응답하였다.

레깅스 구매행동을 분석하기 위해 구매장소, 구매빈도, 레깅스 구매 시 선택기준을 조사한 결과는 〈표 5〉와 같다. 구매장소는 '인터넷쇼핑몰'이 139명(65.0%)으로 가장 많았고 다음으로 '브랜드전문매장'이 29명(13.6%), '아울렛 및 대형할인점'이 27명(12.6%), '백화점'이 13명(6.1%), '홈쇼핑'이 6명(2.8%)으로 나타나 30-40대에서도 코로나19 이후 생활패턴이 오프라인에서 온라인으로 변화하는 것으로 인터넷쇼핑몰 활용이 일반화되었음을 알 수 있다.

레깅스 구매 빈도에 대한 조사 결과 30, 40대 모두 '6개월-1년에 한 번' 구매한다는 응답자가 100명(46.7%)으로 가장 많았고, '3-6개월에 한 번'이 44명(20.6%), '1-3개월에 한 번'이 31명(14.5%),

'1년 이내 미구매'가 28명(13.1%) 순으로 나타난 반면, '한 달에 한 번 구매'도 11명(5.1%)이나 응답하였다.

레깅스 구매 시 선택 기준을 복수응답으로 조사한 결과 '착용감'이 156명(72.9%)으로 가장 높은 비율로 나타났고, '가격'이 124명(57.9%)으로 나타나 30-40대 여성의 경우 착용감뿐 아니라 가격에 민감하여 합리적인 소비에 관심이 높음을 알 수 있다. 착용감, 가격 다음으로 레깅스 선택 시 우선순위로는 '디자인'(115명, 53.7%), '치수/맞음새'(86명, 40.2%), '소재'(82명, 38.2%), '색상'(81명, 37.9%), '브랜드'(50명, 23.4%), '관리편의성'(29명, 13.6%), '일상복으로 활용가능성'(22명, 10.3%) 순으로 나타났다. 반면 '광고'는 5명(2.3%)이 레깅스 선택기준으로 우선순위에 둔다고 응답하여 30-40대 여성의 경우 광고보다는 착용감, 가격, 디자인, 치수/맞음새 등을 기준으로 레깅스를 선택함을 알 수 있다. 이러한 결과는 이종규, 임호선(2021)과 다소 다른 결과로 20-30대 청년층 여성은 '소재의 기능성', '디자인'으로 우선순위를 두었으며,

〈표 6〉 레깅스 구매 만족도

단위: 명(%)

항목	구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	M(S.D)
전반적 만족도	30대	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (7.9)	79 (36.9)	9 (4.2)	3.9 (0.49)
	40대	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (14.0)	72 (33.6)	7 (3.3)	3.8 (0.55)
	Total	0 (0.0)	0 (0.0)	47 (22.0)	151 (70.6)	16 (7.5)	3.9 (0.52)
소재	30대	0 (0.0)	1 (0.5)	25 (11.7)	68 (31.8)	11 (5.1)	3.8 (0.60)
	40대	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (12.1)	76 (35.5)	7 (3.3)	3.8 (0.52)
	Total	0 (0.0)	1 (0.5)	51 (23.8)	144 (67.3)	18 (8.4)	3.8 (0.56)
색상	30대	0 (0.0)	1 (0.5)	20 (9.3)	59 (27.6)	25 (11.7)	4.0 (0.69)
	40대	0 (0.0)	2 (0.9)	21 (9.8)	71 (33.2)	15 (7.0)	3.9 (0.63)
	Total	0 (0.0)	3 (1.4)	41 (19.2)	130 (60.7)	40 (18.7)	4.0 (0.66)
디자인	30대	0 (0.0)	1 (0.5)	21 (9.8)	65 (30.4)	18 (8.4)	4.0 (0.64)
	40대	1 (0.5)	1 (0.5)	26 (12.1)	70 (32.7)	11 (5.1)	3.8 (0.65)
	Total	1 (0.5)	2 (0.9)	47 (22.0)	135 (63.1)	29 (13.6)	3.9 (0.65)
체형보정*	30대	0 (0.0)	6 (2.8)	29 (13.6)	56 (26.2)	14 (6.5)	3.7 (0.76)
	40대	1 (0.5)	2 (0.9)	59 (27.6)	34 (15.9)	13 (6.1)	3.5 (0.77)
	Total	1 (0.5)	8 (3.7)	88 (41.1)	90 (42.1)	27 (12.6)	3.6 (0.77)
치수*	30대	0 (0.0)	3 (1.4)	28 (13.1)	64 (29.9)	10 (4.7)	3.8 (0.65)
	40대	1 (0.5)	5 (2.3)	40 (18.7)	57 (26.6)	6 (2.8)	3.6 (0.71)
	Total	1 (0.5)	8 (3.7)	68 (31.8)	121 (56.5)	16 (7.5)	3.7 (0.69)
착용감	30대	0 (0.0)	3 (1.4)	18 (8.4)	69 (32.2)	15 (7.0)	3.9 (0.65)
	40대	0 (0.0)	3 (1.4)	25 (11.7)	68 (31.8)	13 (6.1)	3.8 (0.66)
	Total	0 (0.0)	6 (2.8)	43 (20.1)	137 (64.0)	28 (13.1)	3.9 (0.66)
품질	30대	0 (0.0)	3 (1.4)	26 (12.1)	64 (29.9)	12 (5.6)	3.8 (0.67)
	40대	1 (0.5)	2 (0.9)	26 (12.1)	71 (33.2)	9 (4.2)	3.8 (0.66)
	Total	1 (0.5)	5 (2.3)	52 (24.3)	135 (63.1)	21 (9.8)	3.8 (0.66)
가격	30대	1 (0.5)	16 (7.5)	40 (18.7)	41 (19.2)	7 (3.3)	3.4 (0.85)
	40대	2 (0.9)	12 (5.6)	47 (22.0)	43 (20.1)	5 (2.3)	3.3 (0.81)
	Total	3 (1.4)	28 (13.1)	87 (40.7)	84 (39.3)	12 (5.6)	3.3 (0.83)
관리 편의성	30대	0 (0.0)	4 (1.9)	29 (13.6)	56 (26.2)	16 (7.5)	3.8 (0.74)
	40대	0 (0.0)	4 (1.9)	32 (15.0)	63 (29.4)	10 (4.7)	3.7 (0.68)
	Total	0 (0.0)	8 (3.7)	61 (28.5)	119 (55.6)	26 (12.1)	3.8 (0.71)

■ 최빈값 * $p < .05$

40-50대 중년층 여성은 '소재의 기능성', '자기체형과의 조화성'을 우선순위에 둔다고 분석하였다.

레깅스 구매 만족도를 항목별로 조사한 결과는 〈표 6〉과 같다. 레깅스 착용 구매 만족도를 5점 척도(1점:매우불만족 <3점:보통 <5점:매우만족)로 조사하였다. 평균점수가 낮을수록 부정의 의미이다. 레깅스 구입에 대한 '전반적인 만족도'는 평균 3.9점으로 만족하는 것으로 나타났다. 각 항목 별로 살펴보면, 만족도가 가장 높은 항목은 '색상'으로 평균 4.0을 나타내어 만족하는 것으로 나타났다. 이는 구매자가 레깅스 선택 시 색상은 선호하는 색상을 선택함으로써 특별한 사유가 없는 한

비교적 만족도가 높은 것으로 보여 진다. 다음으로 만족도가 높은 항목은 '디자인'(3.9)과 '착용감'(3.9)으로 나타났다. 그 다음으로 '소재'(3.8), '품질'(3.8), '관리편의성'(3.8)으로 나타났으며 '치수'(3.7), '체형보정'(3.6), '가격'(3.3)순으로 만족하는 것으로 나타나 '가격'(3.3)이 만족도 점수에서는 가장 낮은 점수를 보이고 있다. 30, 40대 간의 점수 차이를 보이는 항목은 디자인, 체형보정, 치수 만족도이며 이중 체형보정과 치수 만족도의 경우 $p < .05$ 로 유의한 차이를 보였다. 체형보정, 치수 만족도의 경우 30대가 40대보다 높은 만족도를 보였으며, 디자인의 경우 통계적으로 유의한

차이는 보이지 않았으나 평균점수에서 30대가 40대보다 높은 점수를 보여 더 만족하는 것으로 보여 진다. 치수 만족도와 체형보정에 있어서 30대보다 40대가 낮은 점수를 보인 결과는 연령 증가에 따라 대부분의 하반신 둘레, 너비, 두께 항목의 변화가 큰 것으로 나타난(김은경, 2014) 중년 여성의 체형 변화를 반영한 것으로 보여 진다.

3. 레깅스 착용실태

레깅스 착용실태를 조사하기 위해 레깅스 보유 개수, 주당 레깅스 착용 횟수, 레깅스 착용 시 주 활동, 주로 착용하는 레깅스 디자인, 주로 착용하는 레깅스 색상을 조사하였으며 그 결과는 <표 7>과 같다. 레깅스 보유 개수는 '2-3벌'이 92명(43.0%)으로 가장 많이 나타났으며 다음으로 '4-5벌'이 61명(28.5%), '6벌 이상'이 54명(25.2%), '1벌'이 7명(3.3%)으로 나타났다. 연령대별로 차이가 있는지 검증한 결과 $p < .01$ 의 유의한 차이($\chi^2=14.674$)를 보였으며 30대는 '6벌 이상'이 38명(17.8%)으로 가장 많았고, 40대는 '2-3벌'이 56명(26.2%)으로 가장 많

<표 7> 레깅스 착용실태

단위: 명(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
보유 레깅스 개수*	1벌	2 (0.9)	5 (2.3)	7 (3.3)
	2-3벌	36 (16.8)	56 (26.2)	92 (43.0)
	4-5벌	29 (13.6)	32 (15.0)	61 (28.5)
	6벌 이상	38 (17.8)	16 (7.5)	54 (25.2)
주당 레깅스 착용 횟수	1회 미만	18 (8.4)	31 (14.5)	49 (22.9)
	2-3회	64 (29.9)	66 (30.8)	130 (60.7)
	4-5회	14 (6.5)	7 (3.3)	21 (9.8)
	5-6회	8 (3.7)	3 (1.4)	11 (5.1)
	매일	1 (0.5)	2 (0.9)	3 (1.4)
레깅스 착용시 주활동	요가	41 (19.2)	28 (13.1)	69 (32.2)
	필라테스	48 (22.4)	30 (14.0)	78 (36.4)
	헬스	33 (15.4)	13 (6.1)	46 (21.5)
	조깅(걷기)	54 (25.2)	64 (29.9)	118 (55.1)
	등산	11 (5.1)	13 (6.1)	24 (11.2)
	골프	2 (0.9)	2 (0.9)	4 (1.9)
	에어로빅(댄스)	5 (2.3)	8 (3.7)	13 (6.1)
	수영	2 (0.9)	1 (0.5)	3 (1.4)
	테니스	1 (0.5)	0 (0.0)	1 (0.5)
	일상생활	26 (12.1)	17 (7.9)	43 (20.1)
주착용 레깅스 디자인	발목까지 밀착되는 형	91 (42.5)	67 (31.3)	158 (73.8)
	조거핏 레깅스	3 (1.4)	9 (4.2)	12 (5.6)
	부츠핏 레깅스	4 (1.9)	7 (3.3)	11 (5.1)
	치마 레깅스	1 (0.5)	1 (0.5)	2 (0.9)
	일자 바지형	5 (2.3)	11 (5.1)	16 (7.5)
	반바지와 레깅스 세트형	1 (0.5)	14 (6.5)	15 (7.0)
주착용 레깅스 색상	검정	91 (42.5)	88 (41.1)	179 (83.6)
	노랑	1 (0.5)	0 (0.0)	1 (0.5)
	파란	3 (1.4)	2 (0.9)	5 (2.3)
	남색	5 (2.3)	6 (2.8)	11 (5.1)
	회색	1 (0.5)	11 (5.1)	12 (5.6)
	파스텔계열	4 (1.9)	0 (0.0)	4 (1.9)

■ 최빈값 * $p < .01$

〈표 8〉 레깅스 착용 이유

단위: 명(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
레깅스 착용이유	활동이 편해서	93 (43.5)	86 (40.2)	179 (83.6)
	유행이어서	5 (2.3)	1 (0.5)	6 (2.8)
	젊어 보이고 싶어서	4 (1.9)	2 (0.9)	6 (2.8)
	세탁 등 관리가 편해서	9 (4.2)	11 (5.1)	20 (9.3)
	체형보정이 돼서	30 (14.0)	29 (13.6)	59 (27.6)
	일상생활에서의 연계성	9 (4.2)	14 (6.5)	23 (10.7)

□ 최빈값

아 비교적 젊은 연령대에서 레깅스를 더 많이 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

주당 레깅스 착용 횟수는 '2-3회'가 130명(60.7%)을 보여 30, 40대 모두에서 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 '1회 미만'이 49명(22.9%), '4-5회'가 21명(9.8%), '5-6회'가 11명(5.1%), '매일 입는다'는 3명(1.4%) 순으로 나타났다.

레깅스 착용 시 주 활동을 복수응답하게 한 결과 '조깅(걷기)'이 118명(55.1%)으로 과반수이상을 차지하고 있었다. 다음으로 '필라테스'가 78명(36.4%), '요가'가 69명(32.2%), '헬스'가 46명(21.5%), '일상생활'이 43명(20.1%), '등산'이 24명(11.2%), '에어로빅(댄스)'이 13명(6.1%) 순으로 나타났다. 특히, 젊음에 관심이 많고 주기적으로 운동을 하는 다운에이징 30-40대를 선별하여 설문 조사를 한 결과로 레깅스를 일상생활에서 착용(43명, 20.1%)하는 경우가 비교적 높게 나타났다.

주 착용 레깅스 디자인은 '발목까지 밀착되는 형'이 158명(73.8%)으로 가장 많이 나타났고, 다음으로 '일자바지형'이 16명(7.5%), '반바지와 레깅스 세트형'이 15명(7.0%), '조거핏 레깅스'가 12명(5.6%), '부츠핏 레깅스'가 11명(5.1%), '치마레깅스'가 2명(0.9%) 순으로 나타났다. 30, 40대라 하더라도 신체 노출에 대한 부담이 있지만 활동과 기능성이 편리한 발목까지 밀착되는 기본형 레깅스를 가장 선호함을 알 수 있다.

주 착용 레깅스 색상을 질문한 결과 빈도수가 '0'으로 나타난 색상을 제외하고 〈표 7〉에 나타내었으며 30, 40대 모두 '검정'이라고 응답한 응답자가 179명(83.6%)으로 나타났다. 다음으로 '회색'이 12명(5.6%), '남색'이 11명(5.1%), '파란색'이 5명(2.3%), '파스텔계열'이 4명(1.9%)순으로 나타나 30, 40대 여성의 경우 레깅스는 코디가 쉽고 시각

적으로 날씬해 보이는 검정 색상을 주로 착용하는 것으로 보여 진다.

레깅스 착용이유를 복수응답으로 조사한 결과는 〈표 8〉과 같다. '활동이 편해서'가 179명(83.6%)으로 가장 많이 응답하였으며, 다음으로 '체형보정이 돼서'가 59명(27.6%), '일상생활에서의 연계성'이 23명(10.7%), '세탁 등 관리가 편해서'가 20명(9.3%), 기타 '유행이어서' 및 '젊어 보이고 싶어서'는 각각 6명(2.8%)을 나타내었다. 이에 따라 30-40대 여성은 유행이나 젊어 보이고 싶어서 라기 보다는 활동 자체가 편안하고 레깅스가 뱃살을 눌러주고 신체 라인 보정이 되기 때문에 선호하는 것으로 보여 지며 특히 일상생활에서도 20대 못지않게 레깅스 착용이 늘고 있음을 알 수 있다. 차수정(2021)의 20대 여성을 대상으로 레깅스 착용이유를 조사한 결과에서도 '활동성'이 가장 많은 응답자가 응답한 것으로 나타나 본 연구 결과와 비슷한 경향을 보이고 있다. 다만, 차수정(2021)의 연구에서는 '활동성' 다음으로 '유행성'이 두 번째로 많이 응답하여 유행에 민감한 20대의 특성이 반영되었다.

레깅스 착용 관련 불편사항을 조사한 결과는 〈표 9〉와 같다. 레깅스 착용 불편정도를 5점 척도(1점:매우그렇지않다 <3점:보통이다 <5점:매우그렇다)로 조사하였다. 평균점수가 높을수록 부정의 의미이다. '레깅스 소재의 땀흡수와 통기성이 나빠 불편하다'는 92명(43.0%)이 '보통이다'라고 응답하였고, '그렇지 않다'라고 응답한 응답자가 68명(31.8%)으로 '그렇다'라고 응답한 응답자 44명(20.6%) 보다 많은 비율을 보이고 있다. 평균 점수 2.9로 '불편하지 않다'에 가까운 점수를 보여 레깅스 브랜드에서 땀흡수와 속건기능 그리고 통기성 소재의 레깅스 신소재를 지속적으로 개발하

〈표 9〉 레깅스 착용 관련 불편사항

단위: 명(%)

항목	구분	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	M(S.D)
레깅스 소재의 땀흡수와 통기성이 나빠 불편하다	30대	2 (0.9)	39 (18.2)	43 (20.1)	18 (8.4)	3 (1.4)	2.8 (0.84)
	40대	3 (1.4)	29 (13.6)	49 (22.9)	26 (12.1)	2 (0.9)	3.0 (0.83)
	Total	5 (2.3)	68 (31.8)	92 (43.0)	44 (20.6)	5 (2.3)	2.9 (0.84)
레깅스 압박감에 의해 혈액순환, 움직임 등이 불편하다	30대	4 (1.9)	41 (19.2)	35 (16.4)	21 (9.8)	4 (1.9)	2.8 (0.93)
	40대	3 (1.4)	36 (16.8)	40 (18.7)	26 (12.1)	4 (1.9)	2.9 (0.91)
	Total	7 (3.3)	77 (36.0)	75 (35.0)	47 (22.0)	8 (3.7)	2.9 (0.92)
Y존 부각으로 불편하다	30대	0 (0.0)	18 (8.4)	25 (11.7)	50 (23.4)	12 (5.6)	3.5 (0.91)
	40대	2 (0.9)	15 (7.0)	20 (9.3)	53 (24.8)	19 (8.9)	3.7 (0.98)
	Total	2 (0.9)	33 (15.4)	45 (21.0)	103 (48.1)	31 (14.5)	3.6 (0.95)
레깅스 착용 시 속옷 비침 및 부각으로 불편하다	30대	4 (1.9)	29 (13.6)	24 (11.2)	43 (20.1)	5 (2.3)	3.2 (1.01)
	40대	5 (2.3)	26 (12.1)	34 (15.9)	38 (17.8)	6 (2.8)	3.1 (0.99)
	Total	9 (4.2)	55 (25.7)	58 (27.1)	81 (37.9)	11 (5.1)	3.1 (1.00)
레깅스 착용 시 엉덩이 부분 끼임 현상으로 불편하다*	30대	3 (1.4)	37 (17.3)	38 (17.8)	24 (11.2)	3 (1.4)	2.9 (0.90)
	40대	3 (1.4)	28 (13.1)	34 (15.9)	38 (17.8)	6 (2.8)	3.1 (0.96)
	Total	6 (2.8)	65 (30.4)	72 (33.6)	62 (29.0)	9 (4.2)	3.0 (0.94)
레깅스 착용 시 주머니가 없어 불편하다	30대	6 (2.8)	23 (10.7)	14 (6.5)	47 (22.0)	15 (7.0)	3.4 (1.15)
	40대	4 (1.9)	18 (8.4)	22 (10.3)	49 (22.9)	16 (7.5)	3.5 (1.05)
	Total	10 (4.7)	36 (16.8)	41 (19.2)	96 (44.9)	31 (14.5)	3.5 (1.10)
레깅스 착용 시 보풀이 잘생겨 불편하다	30대	7 (3.3)	41 (19.2)	27 (12.6)	25 (11.7)	5 (2.3)	2.8 (1.03)
	40대	3 (1.4)	34 (15.9)	45 (21.0)	22 (10.3)	5 (2.3)	2.9 (0.90)
	Total	10 (4.7)	75 (35.0)	72 (33.6)	47 (22.0)	10 (4.7)	2.9 (0.96)
레깅스 착용 시 봉제 부위가 잘 뜯어져서 불편하다	30대	12 (5.6)	46 (21.5)	32 (15.0)	12 (5.6)	3 (1.4)	2.5 (0.94)
	40대	8 (3.7)	47 (22.0)	38 (17.8)	13 (6.1)	3 (1.4)	2.6 (0.89)
	Total	20 (9.3)	93 (43.5)	70 (32.7)	25 (11.7)	6 (2.8)	2.6 (0.92)
레깅스 허리밴드 말뭉치 및 조임으로 불편하다	30대	5 (2.3)	30 (14.0)	34 (15.9)	26 (12.1)	10 (4.7)	3.1 (1.05)
	40대	4 (1.9)	28 (13.1)	33 (15.4)	36 (16.8)	8 (3.7)	3.1 (1.01)
	Total	9 (4.2)	58 (27.1)	67 (31.3)	62 (29.0)	18 (8.4)	3.1 (1.03)
세탁 후 사이즈가 변형된다	30대	7 (3.3)	43 (20.1)	38 (17.8)	15 (7.0)	2 (0.9)	2.6 (0.88)
	40대	4 (1.9)	50 (23.4)	37 (17.3)	16 (7.5)	2 (0.9)	2.7 (0.84)
	Total	11 (5.1)	93 (43.5)	75 (35.0)	31 (14.5)	4 (1.9)	2.6 (0.86)

■ 최빈값 *p<.05

고 있기 때문에 이에 대한 불편이 크지 않은 것으로 보여 진다.

‘레깅스 압박감에 의해 혈액순환, 움직임 등이 불편하다’는 77명(36.0%)이 ‘그렇지 않다’라고 응답하여 부드러운 텍스처와 유연하고 신축성이 좋은 소재의 개발로 활동성, 움직임에 불편함이 없는 (2.9) 것으로 보여 진다. 다만, 30대와 40대 연령에 따라 조사 결과에 차이가 보이는데 30대는 41명(19.2%)이 ‘그렇지 않다’, 35명(16.4%)이 ‘보통이다’라고 응답한 반면, 40대는 40명(18.7%)이 ‘보통이다’, 36명(16.8%)이 ‘그렇지 않다’라고 응답하였다.

‘Y존 부각으로 불편하다’는 평균 점수 3.6으로 불편한 것으로 나타났다. ‘그렇다’가 103명(48.1%), ‘보통이다’가 45명(21.0%)순으로 불편함을 느끼는

응답자가 많았다. 대부분의 브랜드에서 Y존 부각이 적은 양면조직과 Y존을 부각시키는 봉제선을 삭제시키는 등 다양한 시도를 진행하고 있음에도 30대와 40대 모두 Y존 부각에 대한 부담감을 가지고 있는 것을 알 수 있다.

‘레깅스 착용 시 속옷 비침 및 부각으로 불편하다’도 Y존 부각과 마찬가지로 3.1의 평균점수를 보여 불편한 것으로 나타났다. ‘그렇다’가 81명(37.9%)으로 가장 높은 비율로 나타나 30대와 40대 모두 신체에 밀착되는 라인으로 인한 속옷 부각에 부담감을 가지고 있음을 알 수 있다. 이러한 해결책으로 레깅스 착용 시 엉덩이를 덮는 셔츠를 주로 착용한다고 서술하였다.

‘레깅스 착용 시 엉덩이 부분 끼임 현상으로 불

편하다'는 평균점수 3.0으로 보통인 것으로 나타났으나 30대와 40대 응답자간에 $p < .05$ 의 유의한 차이($\chi^2 = -2.130$)를 보였으며 40대에서는 '그렇다'가 38명(17.8%)으로 가장 많이 나타났고, 30대에서는 '보통이다'가 38명(17.8%)으로 가장 많았다. 즉, 40대에서 레깅스 착용 시 엉덩이 부분 끼임이 조금 더 불편한 것으로 사료된다.

'레깅스 착용 시 주머니가 없어서 불편하다'는 30대와 40대 모두 평균점수 3.5로 불편한 것으로 나타났다. '그렇다'라고 응답한 인원이 96명(44.9%), '보통이다'가 41명(19.2%) 순으로 나타났고, '매우 그렇다'도 31명(14.5%)으로 나타나 주머니가 없어 불편한 것으로 보여 진다.

'레깅스 착용 시 보풀이 잘생겨 불편하다'는 75명(35.0%)이 '그렇지 않다'라고 응답하였으나 다음으로 '보통이다'가 72명(33.6%), '그렇다'가 47명(22.0%)으로 나타나 선택된 브랜드의 소재에 따라 혹은 취급에 따라 불편함을 느끼는 것으로 보여 진다.

'레깅스 허리밴드 말림 및 조임으로 불편하다'는 67명(31.3%)이 '보통이다', 62명(29.0%)이 '그렇다'라

고 응답하였으며 평균점수 3.1로 다소 불편한 것으로 나타났다. 레깅스 허리밴드의 불편사항은 40대에서 더 크게 나타났으며 이는 연령증가에 따라 증가하는 허리둘레에 의한 결과로 보여 진다.

'레깅스 착용 시 봉제 부위가 잘 뜯어져서 불편하다'와 '세탁 후 사이즈가 변형 된다'는 모든 항목 중 가장 낮은 평균점수인 2.6을 보이고 있어 불편하지 않은 것으로 나타났다.

4. 레깅스 디자인 선호도

30-40대 다운에이징 여성의 레깅스 설계를 위한 기초자료로 제공하고자 레깅스 디자인 선호도를 선호디자인과 선호기능성으로 나눠 조사하였다. 레깅스 선호 색상, 선호 디자인, 선호 길이, 선호 허리라인위치 등의 선호 디자인 조사결과는 <표 10>과 같다.

선호 색상은 빈도수가 '0'으로 나타난 색상을 제외하고 <표 10>에 나타내었으며 '검정'이 184명(86.0%)으로 압도적으로 선호하였다. 착용실태 조

<표 10> 레깅스 선호 디자인

단위: 명(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
선호 색상	검정	93 (43.5)	91 (42.5)	184 (86.0)
	주황	1 (0.5)	0 (0.0)	1 (0.5)
	파란	2 (0.9)	1 (0.5)	3 (1.4)
	남색	3 (1.4)	5 (2.3)	8 (3.7)
	흰색	1 (0.5)	0 (0.0)	1 (0.5)
	회색	1 (0.5)	6 (2.8)	7 (3.3)
	파스텔계열	4 (1.9)	2 (0.9)	6 (2.8)
선호 디자인	발목까지 밀착되는 형	87 (40.7)	69 (32.2)	156 (72.9)
	조거핏 레깅스	7 (3.3)	8 (3.7)	15 (7.0)
	부츠핏 레깅스	3 (1.4)	6 (2.8)	9 (4.2)
	치마 레깅스	2 (0.9)	4 (1.9)	6 (2.8)
	일자 바지형	3 (1.4)	8 (3.7)	11 (5.1)
	반바지와 레깅스 세트형	3 (1.4)	14 (6.5)	17 (7.9)
선호 레깅스 길이	발목길이	99 (46.3)	99 (46.3)	198 (92.5)
	종아리길이	4 (1.9)	6 (2.8)	10 (4.7)
	무릎길이	1 (0.5)	2 (0.9)	3 (1.4)
	숏길이	1 (0.5)	2 (0.9)	3 (1.4)
선호 허리라인 위치*	제허리선	27 (12.6)	51 (23.8)	78 (36.4)
	골반라인	11 (5.1)	12 (5.6)	23 (10.7)
	배꼽위라인	67 (31.3)	46 (21.5)	113 (52.8)

■ 최빈값 * $p < .05$

〈표 11〉 레깅스 선호 기능 및 소재 기능성

단위: 명(%)

항목	구분	연령구분		Total
		30대	40대	
선호 레깅스 기능	복부를 눌러주는 기능	54 (25.2)	51 (23.8)	105 (49.1)
	힙업기능	25 (11.7)	24 (11.2)	49 (22.9)
	다리라인 보정기능	32 (15.0)	37 (17.3)	69 (32.2)
	Y존커버기능	51 (23.8)	44 (20.6)	95 (44.4)
	자유로운 움직임보장	72 (33.6)	63 (29.4)	135 (63.1)
선호 레깅스 소재 기능성	내구성	48 (22.4)	40 (18.7)	88 (41.1)
	신축성	79 (36.9)	85 (39.7)	164 (76.6)
	촉감	38 (17.8)	46 (21.5)	84 (39.3)
	통기성	51 (23.8)	67 (31.3)	118 (55.1)
	흡한속건성	20 (9.3)	36 (16.8)	56 (26.2)
	보온성	8 (3.7)	12 (5.6)	20 (9.3)
	항균성	11 (5.1)	21 (9.8)	32 (15.0)
	복원력(형태안정성)	40 (18.7)	49 (22.9)	89 (41.6)

■ 최빈값

사 결과에서 실제 착용하는 레깅스 색상도 ‘검정’이 가장 많은 것으로 나타나 30-40대 여성은 검정색 레깅스를 가장 많이 선호하고 실제 구매하여 착용하는 것으로 보여 진다. 또한 선행연구(이정은 외, 2017; 이종규, 임호선, 2021; 차수정, 2021)에서 조사된 선호 색상도 ‘검정’을 가장 선호하는 것으로 나타나 20-50대까지 레깅스 색상으로는 ‘검정’이 선호되었다.

선호 디자인 조사 결과 ‘발목까지 밀착되는 형’이 156명(72.9%)으로 가장 많은 비율을 보였고, 다음으로 ‘반바지와 레깅스 세트형’이 17명(7.9%), ‘조거핏 레깅스’가 15명(7.0%), ‘일자 바지형’이 11명(5.1%), ‘부츠컷 레깅스’가 9명(4.2%), ‘치마 레깅스’가 6명(2.8%) 순으로 나타나 30대와 40대 모두 신체라인 노출의 부담에도 신체 밀착형 레깅스를 선호함을 알 수 있다. 이에 따라 다운에이징 30-40대 여성을 위한 레깅스 설계 시 신체 밀착형 레깅스를 기본으로 하되 착용 불만이 가장 큰 Y존 부각, 속옷 비침 및 부각, 엉덩이 끼임과 허리 말림 및 조임 현상을 해결할 수 있는 패턴 개발이 필요한 것으로 사료된다.

선호 레깅스 길이는 ‘발목길이’가 198명(92.5%)을 차지하여 압도적으로 선호하는 것으로 나타났다. ‘무릎길이’와 ‘숏길이’의 선호도는 각각 3명(1.4%)으로 가장 낮은 것으로 나타났다. ‘발목길이’ 레깅스 선호도는 20대 여성의 경우도 동일하

게 나타났으며 레깅스 선호 길이를 조사한 이정은 외(2017)와 차수정(2021)에서도 같은 결과를 보이고 있다. 또한 20-30대 청년층 여성과 40-50대 중년층 여성을 대상으로 조사한 이종규, 임호선(2012) 연구에서도 두 연령층 모두 ‘9부 레깅스’를 선호하여 20-50대까지 레깅스 길이는 발목길이가 인기가 있었다.

선호 허리라인 위치는 30대와 40대 간에 $p<.005$ 의 유의한 차이($\chi^2=11.260$)를 보였는데, 30대는 ‘배꼽위라인’이 67명(31.3%)으로 가장 선호하였고, 40대는 ‘제허리선’이 51명(23.8%)으로 가장 선호하였다. 두 연령대 모두에서는 ‘배꼽위라인’이 113명(52.8%), ‘제허리선’이 78명(36.4%), ‘골반라인’이 23명(10.7%) 순으로 나타났다.

선호하는 레깅스의 기능과 레깅스 소재의 기능성을 복수응답으로 조사한 결과는 〈표 11〉과 같다. 선호 레깅스 기능은 ‘자유로운 움직임 보장’이 135명(63.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 ‘복부를 눌러주는 기능’이 105명(49.1%)을 차지하였다. 다음으로 30-40대 레깅스 착용 불편사항으로 드러난 ‘Y존커버기능’이 95명(44.4%), ‘다리라인 보정기능’이 69명(32.2%), ‘힙업기능’이 49명(22.9%) 순으로 나타났다. 차수정(2021)의 20대 성인여성을 대상으로 조사한 연구에서는 ‘옆선정리기능’, ‘힙업기능’, ‘다리라인 보정기능’, 다음으로 ‘복부를 눌러주는 기능’ 순으로 나타나 본 연구의 30-40대

의 결과와 차이를 보였다. 20대는 전반적으로 신체 라인을 향상시키는 기능을 선호하는 반면 30-40대는 움직임과 복부 및 Y존의 민망함을 커버하기 위한 기능을 선호하였다.

선호 레깅스 소재의 기능성을 조사한 결과 ‘신축성’이 164명(76.6%), ‘통기성’이 118명(55.1%), 복원력(형태안정성)이 89명(41.6%), ‘내구성’이 88명(41.1%), ‘촉감’이 84명(39.3%), ‘흡한속건성’이 56명(26.2%), ‘항균성’이 32명(15.0%), ‘보온성’이 20명(9.3%) 순으로 응답하여 30-40대 여성의 경우 ‘자유로운 움직임을 보장’하는 소재의 ‘신축성’을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 차수정(2021)의 20대 성인여성을 대상으로 조사한 연구에서는 ‘흡한속건성’, ‘통기성’, ‘신축성’ 순으로 나타나 조금 더 격렬한 운동을 하는 20대에서 ‘흡한속건성’에 대한 선호도가 큰 것으로 보여 진다.

IV. 결론

본 연구는 젊은 감성을 가지고 있지만 중년 체형으로 접어들기 시작하는 30-40대 다운에이징 여성의 레깅스 구매실태, 착용 실태 및 선호 디자인을 조사하고 레깅스 착용 시의 불편사항을 분석하여 맞춤새가 향상된 중년 여성 레깅스 패턴 개발을 위한 기초자료로 제공하고자 설문조사를 실시하였으며 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 운동 관련 특성 조사 결과 운동참여횟수는 ‘주 2-3일’이 91명(42.5%)으로 가장 많았고, 운동경력은 ‘6개월 미만’이 55명(25.7%), ‘3년 이상’이 52명(24.3%) 순으로 나타났다. 주 참여 운동은 장소에 구애받지 않으면서 특별한 운동장비나 경제적인 투자 없이 간단하게 참여할 수 있는 ‘조깅(걷기)’이 143명(66.8%)으로 가장 많이 선호하였다. 또한 30-40대 여성의 경우 운동참여 동기가 107명(50.0%)이 ‘건강유지’를 위해서 라고 응답하여 건강 유지와 삶의 질에 대한 관심이 크다는 것을 알 수 있다. 특히, 설문대상자가 주기적으로 운동에 참여하고 젊음을 유지하기 위해 노력을 기울이며 레깅스를 구매하고 착용한 경험이 있는 다운에이징 여성으로 한정하여 운동 시 주로 착용하는 의류도 ‘에슬레저웨어’(103명, 48.1%)를 가장 많이 착용하는 것으로 나타났다.

둘째, 레깅스 선호 브랜드는 ‘나이키’(105명, 49.1%), ‘젝시믹스’(104명, 48.6%)로 두 브랜드가 동일하게 많이 선호하는 것으로 나타났으며, 실제 구매하는 브랜드도 ‘나이키’(97명, 45.3%)가 가장 많았고 다음으로 ‘안다르’(97명, 45.3%) ‘젝시믹스’(83명, 38.8%) 순으로 나타났다. 레깅스 구매장소는 ‘인터넷쇼핑몰’이 139명(65.0%)으로 가장 많아 코로나 19 이후 시장구조가 점차 오프라인에서 온라인 유통채널로 변화하는 추세를 반영하였다. 레깅스 구매 빈도 조사 결과 30-40대 모두 ‘6개월-1년에 한번’ 구매한다는 응답자가 100명(46.7%)으로 가장 많았다. 레깅스 구매 시 선택 기준은 ‘착용감’(156명, 2.9%), ‘가격’(124명, 57.9%), ‘디자인’(115명, 53.7%), ‘치수/맞음새’(86명, 40.2%) 순으로 나타났다. 레깅스 구입에 대한 ‘전반적인 만족도’는 평균 3.9점으로 만족하는 것으로 나타났으며 만족도가 가장 높은 항목은 ‘색상’(4.0)으로 나타났고, 다음으로 ‘디자인’(3.9)과 ‘착용감’(3.9), ‘소재’(3.8), ‘품질’(3.8), ‘관리편의성’(3.8), ‘치수’(3.7), ‘체형보정’(3.6), ‘가격’(3.3)순으로 나타났으며 ‘가격’(3.3)이 만족도 점수에서는 가장 낮은 점수를 보이고 있다.

셋째, 레깅스 보유 개수는 ‘2-3벌’이 92명(43.0%)으로 가장 많았고, 레깅스 착용 횟수는 주 ‘2-3회’가 130명(60.7%)을 보였다. 레깅스 착용 시 주 활동은 ‘조깅(걷기)’이 118명(55.1%)으로 과반수 이상을 차지하고 있었다. 주 착용 레깅스 디자인은 ‘말뭇까지 밀착되는 형’이 158명(73.8%)으로 가장 많이 나타나 다운에이징 30-40대 여성의 경우 신체 노출에 대한 부담감에도 불구하고 활동이 편안하고 적당한 압박감을 부여하는 밀착형 레깅스의 착용을 선호하는 것으로 보여 진다. 주 착용 레깅스 색상은 ‘검정’이 179명(83.6%)으로 가장 많았고, 레깅스 착용이유는 ‘활동이 편해서’가 179명(83.6%)으로 가장 많이 응답하였다. 레깅스 착용 관련 불편사항을 조사한 결과 ‘Y존 부각으로 불편하다’는 평균 점수 3.6으로 불편한 것으로 나타났다. 또한 ‘레깅스 착용 시 속옷 비침 및 부각으로 불편하다’도 3.1의 평균점수를 보여 불편한 것으로 나타났으며 ‘레깅스 착용 시 엉덩이 부분 끼임 현상으로 불편하다’는 평균점수 3.0으로 30대와 40대 응답자간에 유의한 차이를 보여 40대에서 레깅스 착용 시 엉덩이 부분 끼임이 조금 더 불편한

것으로 분석되었다. ‘레깅스 착용 시 주머니가 없어서 불편하다’는 평균점수 3.5로 불편한 것으로 나타났으며 ‘레깅스 허리밴드 말림 및 조임으로 불편하다’는 평균점수 3.1로 다소 불편한 것으로 나타났다. 특히, 레깅스 허리밴드의 불편사항은 40대에서 더 크게 나타났으며 이는 연령증가에 따라 증가하는 허리둘레에 의한 결과로 보여 진다.

넷째, 선호색상은 ‘검정’이 184명(86.0%)으로 압도적으로 선호하였다. 선호 디자인은 ‘발목까지 밀착되는 형’이 156명(72.9%)으로 가장 많은 비율을 보였다. 선호 레깅스 길이는 ‘발목길이’가 198명(92.5%)을 차지하였고, 선호 허리라인 위치는 유의한 차이를 보였는데, 30대는 ‘배꼽위라인’이 67명(31.3%)으로 가장 선호하였고, 40대는 ‘제허리선’이 51명(23.8%)으로 가장 선호하였다. 선호 레깅스 기능은 ‘자유로운 움직임 보장’이 135명(63.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 ‘복부를 눌러주는 기능’이 105명(49.1%)을 차지하였다. 선호 레깅스 소재의 기능성은 ‘신축성’이 164명(76.6%), ‘통기성’이 118명(55.1%), 복원력(형태안정성)이 89명(41.6%) 순으로 응답하였다.

현대의학의 발달과 식생활의 개선으로 시각적인 아름다움에만 치중하던 과거와 달리 30-40대 여성은 중년기의 신체적, 심리적 변화를 제2의 인생을 시작하는 시기로 받아들이면서 건강을 유지하기 위한 몸매관리와 문화와 여가, 레저 활동에 적극적으로 참여하면서 새로운 문화를 만들어가고 있으며 건강과 매력 유지를 위해 운동에 많은 시간을 투자하고 있다(강현영 외, 2021). 특히 중년 여성을 위한 근골격계에 무리를 주지 않는 걷기 및 조깅, 요가와 필라테스 등의 운동에 대한 관심이 증가하여 활동성과 실용성을 강조한 애슬레저 웨어의 소비가 꾸준히 늘어나면서 특히, 레깅스 수요가 증가하고 있다. 젊어 보이고 싶어 하는 다운에이징 여성들 사이에서 레깅스는 일상생활에서도 필수 아이템이 되고 있으나 대부분의 레깅스 브랜드는 20대 체형에 적합한 패턴으로 생산하고 있는 실정이다. 본 연구의 결과에서도 30-40대 다운에이징 여성들은 신체밀착형 레깅스를 주로 구매하고 선호하는 것으로 나타났다. 다만, 불편사항에서 레깅스의 ‘Y존부각’, ‘속옷비침 및 부각’, ‘엉덩이 부분 끼임’, ‘허리밴드의 말림 및 조임’으로 불편함을 느끼고 있다. 이러한 결과는

중년체형으로 변화가 시작되는 30-40대 여성에게 맞음새 문제점이 발생 된 것으로 예측된다. 20대는 전반적으로 신체 라인을 향상시키는 기능을 선호하는 반면 30-40대는 움직임과 복부 및 Y존의 민망함을 커버하기 위한 기능을 선호하여 다운에이징 30-40대 여성을 위한 레깅스 설계 시 신체 밀착형 레깅스를 기본으로 하되 소재의 신축성이 우수하여 활동성을 향상시키고 ‘Y존 부각’, ‘속옷 비침 및 부각’, ‘엉덩이 끼임’과 ‘허리말림 및 조임’ 현상을 해결할 수 있는 패턴 개발이 필요한 것으로 사료된다. 이상 본 연구를 통해 구매력이 큰 집단인 다운에이징 30-40대 여성 체형에 적합한 레깅스 패턴 설계의 기초자료가 될 것으로 기대한다.

참고문헌

강은미. (2020). 빅데이터를 활용한 애슬레저룩에 관한 소비자 인식 연구. *한국디자인문화학회지*, 26(4), 1-18.

강현영, 강현주, 김치용. (2021). 국내 레깅스 브랜드 현황에 따른 아쿠아 레깅스 생산실태 조사. *멀티미디어학회 논문지*, 24(7), 966-978.

김난도, 전미영, 최지혜, 이향은, 이준영, 이수진, 서유현, 권정윤, 한다혜. (2021). *트렌드코리아 2021*. 미래의창.

김은경. (2014). 20대와 30-40대 여성의 하반신 신체치수 및 체형 비교 연구-다운에이징 의복구매 현상에 따른 문제점 파악을 중심으로-. *한국 의상디자인학회지*, 16(3), 201-217.

류병화. (2022.3.30). 유진궤 “브랜드엑스코퍼레이션, 올해 실적 고성장 전망”. *뉴시스*. 자료검색일 2021.4.5, https://newsis.com/view/?id=NISX20220330_0001812881&cID=10401&pID=10400

박세림, 양도엽, 배상우. (2021). 확장된 계획행동 이론을 통한 애슬레저 의류 구매결정요인에 관한 연구. *한국사회체육학회지*, 85, 93-103.

박영희. (2022). 인구통계학적 특성에 따른 여성 레깅스 만족도 및 재구매 의도 분석. *패션비즈니스*, 26(2), 67-82.

박혜영. (2022.3.30). 애슬레저 신규 2라운드 돌입. *여패럴뉴스*. 자료검색일 2021.4.5, 자료출처

- http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=196606
- 서미영, 이정순. (2022). 한국 전통 민화의 화문을 활용한 여성 레깅스 디자인 개발. *한국생활과학회지*, 31(3), 367-381.
- 신정경, 김은경, 이준화. (2021). 기능성 소재 개발을 활용한 애슬레저 웨어 스타일 연구. *한국패션디자인학회지*, 21(1), 37-51.
- 안은재. (2022). 코로나 19, 팬데믹 현상에 따른 애슬레저패션 경향 및 소비자 행동에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 28(1), 239-249.
- 이교영. (2018). 현대패션에 나타난 애슬레저룩 연구. *한국디자인문화학회*, 24(1), 443-453.
- 이미경. (2022.5.6.). “출근용·등산용 레깅스만 13벌” 애슬레저도 TPO 따져 입는다. *한국경제*. 자료검색일 2022.8.1., <https://www.hankyung.com/economy/article/202205043455i>
- 이정은, 최세린, 도윤희. (2017). 국내 20대 여성의 애슬레저 웨어 착용실태 조사. *한국의류산업학회지*, 19(5), 579-588.
- 이종규, 임호선. (2021). 국내 여성의 애슬레저웨어 제품구매추구 및 착용실태 조사-20~50대 여성을 중심으로-. *한국의류산업학회지*, 23(3), 370-379.
- 이종규. (2021). 40~50대 여성의 애슬레저 웨어 기성성 밀착하의 패턴 개발. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 차수정. (2019). 임신부용 레깅스 패턴 분석. *한국기초조형학회*, 20(5), 591-605.
- 차수정. (2021). 20대 여성의 애슬레저 레깅스 개발을 위한 선행연구. *한복문화*, 24(3), 75-91.
- 최수아. (2020). 국내 20-40대 여성의 신체 밀착형 애슬레저 웨어 착용 연구. *커뮤니케이션디자인학연구*, 71, 302-317.
- 피엠티 지식엔진연구소 네이버 시사상식사전. (2021.10.14). 애슬레저룩. 제공처 박문각. 자료검색일 2021.4.5, 자료출처 <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2851961&cid=43667&categoryId=43667>
- 한국기업평판연구소. (2022.03). 브랜드 평판 지수. 레깅스. 자료검색일 2021.4.5, 자료출처 <https://brikorea.com/>
- 형미라, 최수아. (2021). 애슬레저 웨어에 활용 가능한 발레복의 요소 분석. *한국패션디자인학회 학술대회 발표논문집*, 2021(5), 159-160.