한국패션디자인학회지 제8권2호
The Korean Society of Fashion Design
Vol. 8 No. 2 (2008) pp.75~94

패션 트렌드 정보 분석에 따른 여성 속옷 디자인 개발

The Development of Women's Innerwear Design according to the Fashion Trend Analysis

조 윤 경 · 이 윤 미+
Cho, Yoon Kyung · Lee, Yoon Mee+
이화여자대학교 디자인 대학원 석사과정 · 한양여자대학 겸임교수+
Graduate student, Dept. of Fashion Design, Ewha Womans University
Concurrent professor, Dept. of Knit Fashion Design, Hanyang Women's College+

Abstract

For the past few years, the meaning of innerwear was just for protecting their body and basic clothes to wear under their outerwear, however it has been changed since last a few years because of the improvement of the consumers life styles and the changing of what they need. For example, most of consumers in the past were tend to buy innerwear either sanitary reasons or comfort to move, the other side, consumers today take a cautious attitude when they purchase innerwear not only comfort and function but also trend such as design, color and styles. As a matter of fact, the lingerie looks which is not distinguish between innerwear and outerwear were welcomed by famous designers after the 21th century. The many number of popular designers and entertainers make innerwear brand by their own name and make a big profit. They have something in common how they success their innerwear brand in that they immediately react latest trend for innerwear as well as outerwear. In these days, innerwear is one of the most important fashion trend.

Recognizing to how innerwear is important to react fashion trend, this research will analysis the latest fashion trend and will focus on innerwear trend. After analysing carefully what's going on underwear upcoming trend, this research will suggest 2008/9'S FW innerwear trend divided into 5 main theme including items, color, print, pattern and details.

Key Words : Innerwear market, Innerwear design, 2008/9'S FW Fashion trend

접수일: 2008년 8월 20일, 심사일: 2008년 8월 26일, 게재확정일: 2008년 9월 15일
교신저자: 이윤미, lym@hanyang.ac.kr

I. 서 론

1. 연구의 필요성

최근 소비자의 라이프스타일 향상과 소비자 의식의 변화에 따라 과거 우리에게 몸을 보호하기위한 속에 갖춰 입는 기본적인 의복으로만 여겨졌던 속옷은 그 개념이 달라지고 있다. 기존의 속옷이란 위생적이고 활동하기 편안함이 소비자 구매에 있어서 우선적인 기준이었다면 현대 사회에서 속옷은 2000년대 이후에 많은 디자이너들이 란제리 룩을 선보이며 속옷과 아웃웨어의 개념이 무너지면서 더 이상 감춰입는 보수적인 의복이 아닌 패션의 중요한 한 부분으로 자리 잡게 되었고 소비자들에게 하나의 중요한 패션 아이템으로 인식되면서 구매기준이 변화하고 있다.

과거 재래시장 및 도매시장에서 주로 거래되던 속옷 시장 형태는 다양한 유통 방식에 의해 소비자들에게 판매가 되는 변화를 갖게 되었고, 이러한 속옷 유통 구조의 변화도 소비자들에게 많은 영향을 미쳤다. 최근 국내뿐만 아니라 해외 시장에서도 여러 디자이너들과 유명 연예인들이 자신의 이름을 내세운 속옷 브랜드를 런칭하여 성공한 사례들을 많이 남기고 있다. 우리나라의 경우, 1990년도에 주병진이 창업한(주) 좋은 사람들, 탤런트 이혜영의 홈쇼핑 브랜드 '미싱 도로시'는 획기적인 패션성 속옷을 내보이면서 속옷 업계에 새로운 바람을 불러 일으켰고 엄청난 대박 행진[1]을 보이고 있다. 이들이 사업에 성공할 수 있었던 공통적인 점은 속옷이라는 아이템을 트렌드에 민첩하게 적용 패션성을 부과한 점이다. 예를 들면 최근 이혜영이 런칭한 미싱 도로시의 제품을 보면 속옷을 겉으로 노출 시키는 신세대들의 특성을 고려하여 어깨끈부분에 레이스(Lace)나 러플(Ruffle) 같은 장식으로 겉옷 착용시 속옷이 보이도록 하는 트렌디한 속옷을 선보이고 있다. 또한 연예인들이 패션을 주도한다는 점도 이들의 속옷이 패션성이 강하게 작용한다고 소비자들에게 인식되고 있다. 더 이상 속옷 시장은 베이직한 아이템을 대량 생산하는 생산자 위주의 형태로 생존하기 힘들다. 다양한 소비자들을 위한 감각적이고 기능적인 제품을 생산하는 소비자 위주의 시장 형태를 갖추기 위하여 패션트렌드 경향을 신속히 파악하여 제품개발에 반영하는 것은 속옷기업의 사활이 달린 매우 중요한 일이다.

지금까지 연구되어진 속옷에 대한 선행 연구들로는 현대 여자 속옷에 관한 연구[2], 속옷구매행동에 관한 연구[3][4][5], 착용실태에 관한 연구[6], 속옷의 패턴 연구[7] 등이 있다. 이와 같이

1) 설지민(2008). 미싱도로시이혜영 '매출400억돈방석' 한국재경신문 2008.6.1 http://news.jknews.co.kr/article/news/20071129/0290696.htm

2) 이연수(2003) 현대 여자 속옷에 관한 연구, 순천대학교 대학원, 석사학위 논문.

3) 박경남(2005), 신세대의 속옷구매행동에 관한 연구, 동덕여대 패션전문대학원, 석사학위 논문.

4) 박미영(2006), 기능성 속옷에 대한 성인 남녀의 구매행동 특성, 연세대학교 대학원, 석사학위 논문.

젊은 세대들을 겨냥한 속옷과 패션성에 관련된 연구사례들이 많이 이루어지고 있으나, 아직까지 앞으로의 유행 디자인과 스타일을 제안하는 연구가 부족한 실정이다.

트렌드를 잘 적용한 업체들이 성공한 사례를 보면서, 본 연구는 속옷이 트렌드에 매우 큰 연관성이 있다는 점을 감안하여, 속옷의 역사적 고찰을 통하여 과거 속옷과 트렌드의 관계를 살펴보고, 최근 트렌드를 심층적으로 분석하여 디자인 트렌드에 민감한 20-30대 여성을 타겟으로 속옷 디자인을 예측해 보고자 한다.

2. 연구의 내용 및 방법

본 연구는 패션트렌드가 속옷 시장에 미치는 영향이 크다는 전제하에 패션트렌드를 심층적으로 분석하고, 과거와 최근 속옷 분석을 통하여 앞으로의 속옷 디자인 방향을 제안하고자 한다.

본 연구 방법으로는 먼저 다가오는 2008/9'S FW시즌 트렌드를 알아보고자, 각종 국내외 트렌드 정보지를 심층적으로 분석하였다, 신문, 패션 전문 잡지, 인터넷을 이용하여 약 500여점의 사진을 수집하였으며, 다양한 문헌 및 선행 연구를 통해서 속옷 시장의 현황을 알아보고자 하였다. 이를 바탕으로 2008/9'S FW 시즌에 나타나게 될 속옷 트렌드를 분류하여 그에 맞는 아이템(Item), 컬러(Color), 프린트(Print). 패턴(Pattern), 디테일(Detail) 등을 테마 별로 분석하여 실용적인 속옷 디자인을 제시해 보고자 하였다. 이는 전 세계적인 패션 트렌드 경향을 철저히 분석하여 실무에 적용 가능한 속옷 트렌드 경향과 차별화된 디자인을 제안해보고자 함에 그 의의가 있다.

II. 이론적 배경

1. 속옷의 개념

1) 속옷의 분류

속옷은 그 기능과 디자인, 용도에 따라서 크게 언더웨어(Underwear), 파운데이션(Foundation), 란제리(Lingerie) 3가지로 분류가 된다. 속옷의 기본 의미로 더러움을 방지하고 몸을 보호하고 외부의 추위와 같은 온도로부터 보호를 받고자 하는 언더웨어(Underwear)는 주로 실용적이며 위생적인 기능을 담당한다. 따라서 면, 실크(Silk), 울(Wool), 텐셀(Tencel) TC 이중직, 폴리(Poly),

5) 안나영(2007), 20-30대 소비자의 의복태도에 따른 속옷 구매행동 연구, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위 논문.
6) 신지영(2006), 여자 중・고등학생의 화운데이션교육과 착용실태에 관한 연구, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문.
7) 윤진아(2006), 여자 속옷의 겉옷화 현상과 패턴 연구, 성신여자대학교 대학원, 석사학위 논문.

나일론(Nylon) 스판(Span)과 같이 보온성, 흡수성, 통기성이 풍부한 신축성이 좋은 소재가 적당하며 색상은 화이트(White)나 파스텔(Pastel) 계열같이 기본적인 색이 적당하다. 아이템 별로 구분하면 슈미즈(Chemise), 콤비네이션(Combination), 블루머(Bloomers), 드로워즈(Drawers), 브리프(Briefs)로 나눌 수 있다. 체형의 결점을 보안하고 균형 잡힌 몸매와 바디 실루엣을 아름답게 강조하는 파운데이션(Foundation)은 적합성, 안정성, 조형성의 기능을 갖추고 있다. 소재로는 조직이 촘촘한 파워네트(Powernet), 샤틴(Satin), 트리코트(Tricot) 등이 주로 사용되며 아이템은 브래지어(Brassiere), 거들(Girdle), 올인원(All In One), 바디수트(Body Suit), 웨이스트 니퍼(Waist-Nipper), 코르셋(Corset), 가터벨트(Gater-Belt), 코슬릿(Corselet)으로 분류된다. 마지막으로 란제리(Lingerie)는 원래 의미로는 불어의 Linen, 마 원단을 가리키는 Linege에서 나온 말로 여성과 아이들의 속옷을 총칭하는 뜻에서 유래됐다. 하지만 현대에는 아웃웨어와 유사하며 장식성이 강한 속옷으로 디자인과 스타일을 가장 잘 표현해준다. 슬립(Slip), 홈 란제리(Hom Lingerie), 나이트 웨어(Nightwear), 파자마(Pajamas). 팬티(Panty)와 같은 속옷이 란제리 아이템으로 분류되며, 아웃웨어에서도 많이 사용되는 샤뮤즈, 감량지, 레이온(Rayon), 쉬폰(Chiffon) 같은 소재가 주로 쓰이고 있다[8].

<표 1> 속옷의 분류

분류	착 용 목 적	아이템	소재
언더웨어	-체온 유지 -분비물을 통한 피부 청결 유지 -실용적, 위생적 기능 담당 -생리 위생과 관련 -신축성 있는 소재 -화이트나 파스텔 계열 색상	슈미즈(Chemise) 콤비네이션(Combination) 블루머(Bloomers) 드로워즈(Drawers) 브리프(Briefs)	면, 실크(Silk), 모달 레이온(Modal Rayon), 울(Wool), T/C이중직 폴리(Poly), 나일론스판(Nylon Sapn)
파운데이션	-체형의 결점 보안 -몸의 균형, 아름다운 몸매 형성 -적합성(fit), 안전성(Support), 조형성(Reform)의 기능 -강조 부위를 아름답게 돋보이게 함	브래지어(Brassiere) 거들(Girdle) 올인원(All In One) 바디수트(Body Suit) 웨이스트니퍼(Waist-Nipper) 코르셋(Corset) 가터 벨트(Gater-Belt) 코슬릿(Corselet)	파워네트(Powernet), 사틴(Satin), 투에이 트리코트(Tricot) 면트리코트, 더블트리코트, 문직 파워네트
란제리	-파운데이션으로 조절한 신체 위에 착용 -아름다운 의복 실루엣 형성 -겉옷의 형태를 안정시키는 역할 -속옷 중 가장 장식성 풍부	팬티(Panty) 슬립(Slip) 홈란제리(Home Lingerie) 나이트 웨어(Nightwear) 파자마(Pajama)	트리코트(Tricot), 샤므즈, 폴리(Poly)35D감량지, 레이온(Rayon), 쉬폰(Chiffon), 면주자직, 면도비직, 마

주) 참고: 이의정. 김소영(2001). 언더웨어, 교학연구사, P53

8) Charlotte Mankey Calasibetta, Dictionary of Fashion (New York: Fairchird, 1998), p. 170

2) 속옷의 역사

속옷의 기원은 성경 창세기에서 찾아볼 수 있는데 금단의 열매를 먹은 아담과 이브가 서로의 신체의 차이에 놀라 무화고 잎으로 서로의 몸을 가렸다는 기록에서 시작되었고 청동기 미노아 문명의 코레타인들도 코르셋(Corset)을 입는 것으로 알려졌다. 14-15세기에는 우플랑드(houppelande: 옷길이가 길고 품이 넓은 원피스형의 옷으로 넓은 소맷부리에 꽃잎 모양의 장식이 달렸음)가 유행하면서 언더스커트(Underskrit)가 사용되고 바지식 드로어즈(Drawers)가 나오기 시작하였다. 16세기 르네상스(Renaissance) 시대에 와서 체형화된 겉옷의 모양에 따라 스커트를 넓히기 위한 속치마가 중요한 구실을 하였으며 17세기에는 올인원(All In One)이 일반화되며 18세기 로코코(Rococo) 시대에는 바구니와 같은 모양의 허리선을 정리하기 위한 코르셋(Corset)이 탄생하였다 19세기 초에는 엠파이어(Empire) 스타일의 가슴 선을 정리하기위해 브래지어(Brassiere) 사용 시작하였으며 20세기에는 재질이 부드러우면서 운동이 자유로운 거들(Girdle)이 등장하고 스커트를 넓히기 위해서 패티코트(Peticoat) 사용 시작하였다[9]. 1920년대에는 어깨 끈이 있는 브래지어(Brassiere) 나타났으며 밴도우(Bandeau)가 등장하였다 1930년대는 끈 없는 브라 (Strapless Bar)가 도입되고 미국의 Warner Bros에서 최초로 꼭 맞는 캡을 고안, 최초로 심을 댄 브라(Padded Bra)가 30년대 중반에 나타내었으며 1940년대에는 네 종류의 캡 크기 나타났다. 1950년대에는 나일론(Nylon), 라이크라(Lycra), 스판덱스(Spandex)와 같은 합성섬유 대중화. 상하의가 분리된 비키니(Bikini) 타입의 섹시한 속옷이 인기를 끌었다 1960-70년대에는 여성 운동, 미니스커트의 붐으로 몸의 노출 확대되고 여성의 몸을 조이던 과거의 코르셋(Corset), 브래지어(Brassiere), 거들(Girdle)이 공개 화형식을 당하며 노브라가 여성의 해방 상징물로 인식을 하였으며 1980년대에는 여성의 아름다움을 재발견 하는 새로운 페미니즘(Feminism) 등장과 함께 팬티시대 도래, 관능적인 란제리가 디자이너들에 의해서 재해석되었다.

<표 2> 속옷의 역사

20세기 이전		20세기 이후	
14-15세기	언더스커트, 바지식 드라우즈 등장	1920년대	어깨끈 브래지어. 밴도우 등장
16세기	속치마의 중요구실	1930년대	끈 없는 브라 및 캡 고안
17세기	올인원의 초기형태 도입	1940년대	네 종류의 캡 크기 등장
18세기	코트셋의 탄생	1950년대	비키니 타입의 속옷 대중화
19세기	엠파이어 스타일 브래지어	1960-70년대	노브라가 여성 해방 상징물로 인식
20세기	거들 등장. 패티코트 사용	1980년대	팬티 시대, 관능적인 란제리

9) 임성미 (2007). 웨딩드레스의 언더웨어에 관한 연구, 동덕여대 패션전문대학원 석사학위 논문 p.31

2. 속옷의 마켓 현황

1) 속옷 산업의 현황

한국 섬유산업연합회에 따른 속옷 시장 현황을 보면, 브래지어가 50%이상을 차지하고 팬티는 30%이상을 차지하며 나머지 보정 속옷이 차지하고 있는 것을 볼 수 있다. 저스트 스타일사의 '전세계 란제리 시장'에 대한 두 번째 리포트에 따르면 2004년 시장 규모는 291억 5천만 달러이며 2012년까지 가장 시장 점유율이 증가할 부분으로 예상되는 부분은 보디웨어(Body wear), 데이웨어(Day wear) 그리고 보정 속옷 부분이며 이 부분에서 36억 달러에서 42억 달러로 전세계 선진국 기준으로 점유율이 12-13% 성장할 것으로 전망했다. 이는 여성 신체 사이즈가 커지면서 보정 기능이 중요한 기능으로 자리 잡으며 특히 선진 지역에서 그 트렌드가 확실하게 구분된다[10].

인터넷이 새로운 유통으로 떠오른 것은 오래됐지만 속옷 업체들의 움직임은 활발하지 않았다. 신영, 남영, 엠코르셋, SL&D 등 속옷 업체들이 쇼핑몰을 오픈하여 인터넷 시장에 더욱 적극적으로 시도하고 있다. 2006년 13조원의 시장 규모로 성장한 인터넷 쇼핑몰이 2009년에는 20조원이 넘을 것으로 전망되고 있다.[11]

2) 속옷 산업의 발전 전략

(1) 제품 전략

친환경 열풍은 환경뿐만 아니라 패션에도 강하게 일어나고 있다. 웰-빙(Well-being) 트렌드는 건강을 중요시하는 현대인 중에 스포츠 마니아가 많이 형성됨으로써 기능성 스포츠 속옷까지 확산되고 있다. 아디다스의 기능성 속옷 '테크핏', 나이키 프로, 국내 야구 선수단 유니폼 안에 입는 '스켈리도' 속옷도 전문 운동선수뿐만 아니라 일반인들에게도 좋은 반응을 얻고 있다. 특히 우리 몸에 직접 닿는 속옷에서 기능성 소재를 사용한 많은 제품들이 나오고 지속적으로 발전하고 종류도 다양화 되고 있다.

<표 3> 스포츠 속옷 기능성 소재

회사명	소재 브랜드	특징
효성	매직 실버	은-나노를 나일론에 적용해 개발한 섬유
휴비스	인지오	100% 옥수수로 만든 섬유
웅진 케미컬	에코웨이	폴리에스테르 제품을 재활용한 친환경 섬유

10) 한국 섬유 산업 연합회 (2006) 란제리 시장 동향 및 트렌드 전망,

11) 패션 채널 (2007), 이너웨어, e-비즈니스 접근 시도, p.120-121

소비자들의 눈높이가 높아짐에 따라서 디자인은 물론, 기능적인 소재의 차별화에 민감해지고 있다. 최근 국내 브랜드들의 기능성 소재를 겨냥한 속옷 제품이 더욱 다양하게 전개 되고 있다. 신영 와코루는 천연 바이오 세라믹을 가공 처리하여 내부 체온을 상승 시켜 생리통을 완화해주는 '매직 프리'에 이어 '아쿠아로드' 원단을 사용한 속옷 세트를 출시하여 좋은 반응을 얻고 있으며 이랜드의 '헌트이너웨어'는 천연 소재의 고 퀄리티 제품으로 '오가닉'을 사용한 제품을 선보일 예정이다. 트라이 브랜드는 여름을 맞이하여 흡수성이 뛰어난 '에어로쿨'과 냄새 제거 및 습기 조절 기능이 뛰어난 '참숯' 소재의 모시를 출시하며 BYC에서는 향균 기능이 뛰어난 '녹차'와 청량감을 주는 '대나무', 섬유 냄새발생을 차단하는 '데오니아' 소재의 모시메리를 이번 여름에 출시할 예정이다[12]. 이와 같이, 각 사의 제품 전략의 변화는 최근 주 5일제 근무 확장으로 스포츠 및 다양한 레저 산업을 즐기는 소비자들이 증가하고 건강에 대한 관심이 지속적으로 높아짐으로써 속옷 시장에도 예전에는 찾아 볼 수 없었던 많은 기능을 갖춘 소재들이 나오고 있다. 이는 기능성을 살린 속옷 제품들이 사회 전반적인 친환경과 웰빙(Well-being) 트렌드 추세에 맞춰 호응 받고 있는 추세라고 할 수 있다.

(2) 소비자 전략

성인 남성과 여성으로 제한되던 속옷 시장이 특정 연령을 타겟으로 한 브랜드들의 진출이 활발해졌다. 한국 섬유 신문에 따르면 2008'S FW에 신규 런칭하는 유아동복 브랜드가 많이 선보일 것으로 예측하고 있다. 신규 런칭하는 브랜드들의 대부분은 키즈를 타겟층으로 기존 브랜드의 세컨 라인이나 속옷 라인을 런칭하여 볼륨을 확장하고 있다[13]. 계속해서 두드러진 신장세를 보인 뉴 본(New born) 베이비와 유아시장의 성장은 지속될 것으로 보이며 이에 따라서 프리틴(Preteen)이나 토들러(Toddler)를 겨냥한 업체들이 증가하고 있다. 2008 패션 지오에 따르면, 기성 세대 브랜드로 인식이 되고 있는 오랜 전통을 갖고 있는 브랜드들도 최근에는 트렌드에 민감한 젊은층을 위해서 소비자 세분화 전략에 나서고 있다. 남영 엘엔에프는 브랜드 세분화를 위해서 20대에서 50대의 폭넓은 성인 여성라인을 세분화 하여 별도의 서브 브랜드를 선보이고 있고, 속옷 간판 브랜드로 자리 잡고 있는 비비안은 20대 전후 젊은 여성을 타깃으로 한 귀여우면서도 스포티한 디자인을 선보인다[14]. 이와 같이 폭넓었던 소비자층을 세분화 하여 트렌드를 방영한 제품들이 브랜드의 매출 상승에 많은 기여를 하고 있다는 것을 알 수 있다.

12) 조지윤(2008) 속옷 '기능성 열풍' 확산, 한국 섬유 신문, 2008.4.21.

13) 송혜리(2008) 유아동, 이너웨어 시장을 잡아라, 한국섬유신문, 2008.4.17.

14) 패션지오(2008), 틈새시장을 향한 고군분투 라인 세분화・고급화 전략으로 고객몰이 나서, 2008.8.7

(3) 유통 전략

속옷 기업들은 기존의 백화점 중심의 유통 채널에서 로드샵, 할인점, 홈쇼핑, 할인마트 PB 브랜드로 다양해진 속옷 유통망을 갖고 있다. 그 중에서 '고품질, 저가격, 원스톱 쇼핑'이라는 요소로 차별화를 두고 있는 할인점이 상승하고 있다. 패션비즈 자료에 따르면 각 업체들은 현재 유통 채널 중 약 32%를 차지하는 할인점을 공략하고자 PB상품과 할인점 전용 브랜드를 내세우고 있는데, 남영 L&F는 할인점 전용 브랜드 '드로르', 롯데 마트 PB상품 '베이직 아이콘', 신영 와코르는 할인점 전용 브랜드 '아르보'와 롯데 마트 PB상품 'UL'을 진행 18%의 매출을 성공했다. 휠라 코리아는 '휠라 티바'를 런칭해 할인점 공략에 나서고 있다. 패션성이 강한 속옷을 추구하는 소비자들이 증가함에 따라서 감성을 강조한 수입 속옷 선호도가 높아지고 있는데 럭셔리, 유러피안 캐주얼을 표방하는 디젤 인티메이트, 아메리카 캐주얼 컨셉 'CK 언더웨어', 화사한 색감과 감각적인 디자인을 선보이는 '프린센스 탐탐', 엘르맥퍼슨, 존갈리아노, DKNY, 샹텔, 모르간과 같은 수입 브랜드들이 꾸준히 좋은 매출을 달성하고 있다[15]. 과거에 소수의 마니아층을 중심으로 이루어진 수입 속옷은 높은 브랜드 인지도와 감각적인 디자인으로 수요층이 계속해서 증가하고 있는 추세이며 앞으로 속옷 시장에 성장 가능성이 주목되고 있다.

속옷 유통망에 큰 변화를 주고 있는 홈쇼핑은 크게 디자이너 브랜드와 연예인 브랜드로 나뉘어진다. 디자이너 브랜드인 앙드레김의 '엔카르타' 이상봉의 '본디엘' 등은 디자이너 특유의 패션으로 매니아층을 형성하고 있다. 연예인 브랜드 원조는 지난 91년 속옷 업계에 새롭게 탄생한 '제임스 딘'을 주병진이 내놓으면서부터 시작되었다. 그 이후 최근에는 연예인 이름을 내건 속옷이 홈쇼핑에서 높은 매출을 보이고 있다. 연애 뉴스에 따르면 분당 매출 1000만원이라는 연예인 속옷 열풍은 저렴하고 매우 트렌디한 제품 위주로 구성되었다. '패스트 패션'의 열풍으로 속옷의 주기가 짧아지면서 패션리더인 연예인들이 내건 패션너블한 상품들이 소비자들에게 매우 좋은 반응을 보이고 있다. 엄정화의 '코너 스위트', 변정수의 엘라호야 란제리 '시크릿', 이혜영의 '미싱 도로시', 황신혜의 '엘리프리'는 감각적인 디자인으로 홈쇼핑에서 높은 매출로 10위 안에 드는 속옷 브랜드다. 그 외에 채연, 현영의 이름을 내건 브랜드도 인기가 좋다. 연예인들의 의류 브랜드가 많이 출시되었고 성공한 브랜드도 있지만 상업적이고 일시적이라는 이유로 성공하지 못한 브랜드도 많지만 연예인들의 브랜드는 기존의 시즌 별 신상품을 내놓은 속옷 업체가 도저히 따라 잡을 수 없는 독특한 컨셉을 갖는 감각적이고 트렌디한 디자인을 빠르게 내놓았기 때문에 성공할 수 있었던 것으로 보인다.

15) 패션비즈(2007), 1조5000억 이너마켓 지금은?,

(4) 촉진 전략

이색적이고 독특한 마케팅 전략이 속옷 업계에서 최근 많이 일어나고 있으며 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. '르페'는 브래지어 끈을 상징하는 11과 가슴 모양 8을 상징하여 11월 8일을 '브라데이'로 하여 독특한 마케팅이 전개되고 있다. '르페'는 '나의 이너웨어에 관한 에세이' 공모도 받으며 감성적인 촉진전략을 전개하고 있으며, 비너스는 국내 최초로 정확한 사이즈를 측정하고 그에 맞는 속옷을 추천해 주는 '피팅 서비스'를 실시하였다. 또한 기존의 밋밋하고 화이트(White)와 뉴트럴(Neutral) 톤으로 전개되던 속옷 매장이 강렬하고 컬러감 있는 개성 있는 인테리어로 명확한 브랜드 컨셉을 제공하고 있다. 이는 불과 몇 년 전까지만 해도 한정되었던 속옷 촉진 전략에 많은 변화가 일어나며 이제 속옷도 하나의 트렌드로 대중화 되어 일반인들에게 나타내고 있다고 본다.

<표 4> 속옷 브랜드 VMD 컨셉

브랜드명	칼라	추구이미지
에블린	핑크 + 블랙	섹시하면서도 럭셔리한 이미지
섹시쿠키	핑크 + 블랙	유러피안 럭셔리
더데이언더웨어	파스텔	발랄한 이미지
바디팝스	크림 + 그린	유쾌하고 상큼한 이미지
엘르 이너	레드	도회적이고 우아함
B.V.D 뉴욕	블랙 + 화이트	깔끔하고 기능적인 이미지
캘빈 클라인	블랙 + 화이트	모던한 이미지
마루이너웨어	오렌지	경쾌하고 상큼함
프린센스탐탐	화이트 + 트렌디컬러	럭셔리함

3. 08/09'S FW 트렌드 분석

국내 트렌드 정보사 연구원들을 면담 조사하여 트렌드 정보를 제공하는 정보지 중에서 가장 공신력 있고 신뢰가 가는 대표적인 해외 정보지를 알아본 결과, 프로모스틸, 넬리로디, A+A, Panton 컬러가 대표적인 해외 정보지인 것으로 나타났다. 또한 트렌드 정보사 연구원들은 국내 정보지로는 설립 역사가 가장 오래된 인터패션 플래닝과 삼성 디자인 넷 정보지를 선택하였다. 국내외 유명한 패션 정보지를 통해서 2008/9'S FW 트렌드를 살펴보고 이를 분석하여 2008/9'S FW 5가지의 속옷 트렌드의 방향을 알아보고자 한다.

1) 2008/9'S FW FW Promostyle (프로모스틸)에서 제시한 4가지 테마

첫 번째 테마 Decorum는 전통 실내 장식과 현대 미술의 조화를, 두 번째 테마 Archives에서

는 과거의 시대로부터 거슬러 온 시간의 흔적을, 세 번째 테마 Impulsion은 자연의 힘과 에너지에서 느껴지는 원초적인 대자연의 변화를 마지막 테마 Smart에서는 기능과 스타일이 합체된 미래의 포스트(Post) 베이직(Basic)을 제안한다.

Decorum Archives Impulsion Smart

<그림 1> 08/09 FW Promostyle theme

2) 2008/9'S FW Nelly Rodi (넬리 로디)에서 제시한 4가지 테마

첫 번째 테마 Taboo에서는 부족 의식처럼 야만적이면서도 우아하고 세련된 에스닉 요소가 남아있는 겨울을 이야기를, 두 번째 테마 Missing에서는 재난 후의 혼란, 파괴, 무에서의 영감을 통해 불규칙한 표면감의 오가닉 형태와 볼륨을, 세 번째 테마 Desire에서는 20년대의 화려하고 관능적인 감각을 표현하고 자신을 스스로 변화시키고자 하는 욕망을, 네 번째 테마 Utopia에서는 미래주의적인 만화영화 감각과 실험적인 컨템퍼러리 아트를 보여준다.

Taboo Missing Desire Utopia

<그림 2> 08/09 FW Nelly Rodi Theme

3) 2008/9'S FW A+A touch Material(에이 플러스 에이)에서 제시한 6가지 테마

첫 번째 테마 Soft Whispers에서는 여성스럽고 우아하며 로맨틱한 테마, 두 번째 테마 Shape Theory에서는 강하고 건축적인 구조, 기하학적인 느낌이 강한 테마, 세 번째 테마 Girly Street에서는 로맨틱과 스포츠웨어, 테크닉 적이고 소녀스러움이 결합된 테마, 네 번째 테마 Tribal Mood에서는 세련된 에스닉, 정교하고 럭셔리한 아트가 살아있는 테마, 다섯 번째 테마 City Design에서는 세련되고 대조되는 그래픽, 깔끔한 실루엣이 돋보이는 테마, 여섯 번째 Poetic

Nature에서는 가볍고 따뜻하고, 자연적인 소재와 식물적인 패턴을 보여주는 테마 마지막 일곱 번째 테마 Fancy History에서는 역사적인 화려함이 재생하는 테마를 나타낸다.

Soft Whispers Shape Theory Girly Street Tribal Mood

City Design Poetic Nature Fancy History

<그림 3> 08/09 FW A+A touch Material Theme

4) 2008/9'S FW Pantone view(팬턴 뷰)에서 제시한 8가지 컬러 테마

첫 번째 테마 Upcycle에서는 페일(Pale) 컬러를 중심으로 한 우아하고 심플한 컬러 스토리를 전개하고 두 번째 테마 Collective Conscious에서는 산업적인 그레이와 세피아 톤을 바탕으로 한 다크 톤을 세 번째 테마 Different에서는 클래식한 자연계열의 따뜻한 컬러를 네 번째 테마

Upcycle Collective Conscious Different Biological Identity

Re-affirming Freedom Unique Diversity

<그림 4> 08/09 FW Pantone view Theme

Biological Identity에서는 미니멀리즘 속에 관능적인 아름다움이 살아 있는 핑크리쉬 베이지와 그레이 톤, 다섯 번째 테마 Re-affirming에서는 고전적인 역사가 되살아나는 레드와 퍼플 계열을 여섯 번째 테마 Freedom에서는 골드 컬러와 핑크 빛이 자유롭게 표현된 컬러, 일곱 번째 Unique에서는 과도한 에너지로 표현되는 비비드(Vivid)한 컬러 계열을 여덟 번째 테마 Diversity 차분한 그린과 신선함이 살아 있는 컬러 계열을 표현한다.

5) 2008/9'S FW Interfashion planning(인터패션 플래닝)에서 제시한 4가지 테마

첫 번째 테마 Disaster 자연 재해나 재앙에서 디자인의 영감을 얻고, 치명적인 독을 품은 자연물에서 관능적이고 도발적인 매력을 발견하고 두 번째 테마 Winter Archeology에서는 자연의 재난 후에 찾아온 고요함, 눈으로 뒤덮인 인적 없는 자연에서 서정적인 우아함을 발견하고 세 번째 테마 Modern Retro에서는 클래식과 전통이 다시 한 번 주목을 받으면서, 역사적인 레퍼런스를 이용한 새로운 디자인이 나타난다. 마지막 테마 Neo Balance에서는 조화와 균형 속에서 아름다움을 찾고, 평범함 속에서 비범함을 발견한다.

Disaster Winter Archology Modern Retro Neo Balance

<그림 5> 08/09 FW Interfashion planning Theme

6) 2008/9'S FW SamsungDesignNet(삼성디자인넷)에서 제시한 4가지 테마

첫 번째 테마 Salon De Archives에서는 20, 40, 70년대를 기점으로 하는 패션 아카이브의 초대를 두 번째 테마 Eco Tech에서는 테크놀로지와 에콜로지 사이의 조화를 열망하는 새로운

Salon De Archives Eco Tech Neo Arstio Profound Nature

<그림 6> 08/09 FW SamsungDesign Net Theme

윤리적 라이프 스타일을 세 번째 테마 Neo Aristo에서는 기존의 것과 현재의 것을 독창적으로 재구성하여 컨템포러리한 스토리로 소화한 새로운 귀족 계급을 네 번째 테마 Profound Nature에서는 환경에 대한 관심이 나날이 높아지는 가운데 자연과 환경을 보존하고자 하는 과정에서 자연스럽게 생겨난 지질과 지표의 형태를 표현한다.

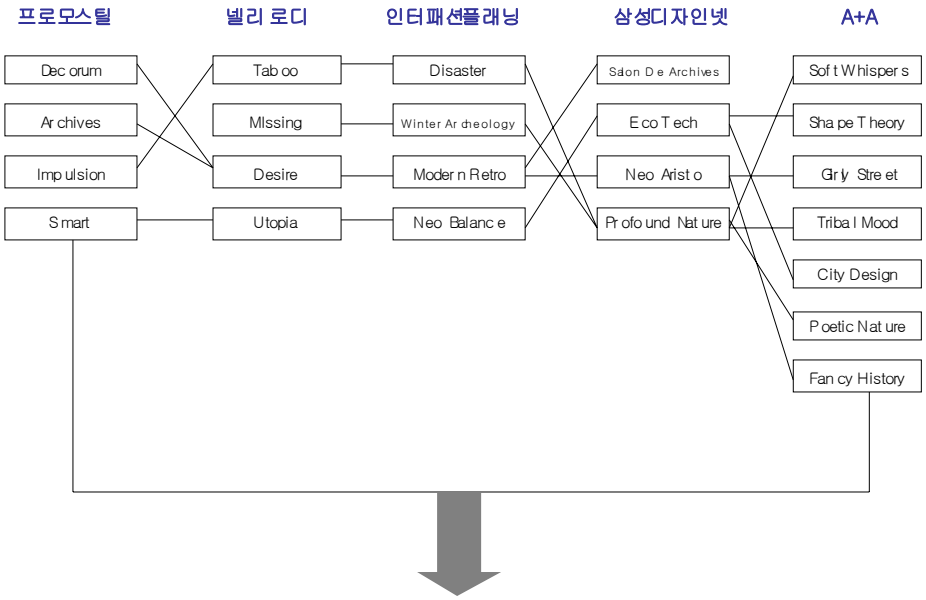
이번 2008/9'S FW시즌을 예측한 국내 및 해외 유명 정보지들이 제안한 테마들을 보면 여러 정보지들이 서로 각각 특색 있는 테마와 내용들을 다루고 있지만 테마가 형성하게 된 영감에는 밀접한 공통점이 있음을 알 수 있다. 이번 시즌에 모든 테마가 만들어지는 데에 있어서 가장 크게 영감을 받은 소재는 '자연과 역사'라는 점을 발견할 수 있다. 먼저, 흘러간 과거에서 영감을 받았음을 알 수 있고, 역사적인 레퍼런스가 이번 시즌에 두드러지게 나타나는데, 한 시대만을 특정 지은 역사가 아닌 여러 시대가 혼합되어 과거와 현대가 함께 결합된 것을 알 수 있다. 또한 자연이라는 소재는 원초적이고 화산이나 지진과 같은 큰 재난에서 출발되는 역동적이고 야생적인 자연과 한적하게 눈보라가 치는 듯한 고요함을 들러주는 로맨틱한 자연을 연상할 수 있다. 따라서 자연과 역사라는 소재에 의하여 현대와 과거가 함께 결합되어 나타날 수 있는 기능적이고 현대적인 이미지의 테마들로 종합적인 분석이 가능하다.

III. 결과 및 논의

1. 정보지 분석

위의 6가지 각 정보지를 분석한 내용으로 연관성 있는 테마를 다시 재분석하여 속옷에 맞는 테마를 5가지를 이끌어 냈다. 프로모스틸에서 제시한 Decorm, Archives 테마와 넬리로디의 Desire, 인터패션 플래닝의 Modern Retro, 삼성 디자인 넷의 Salon De Archives, Neo Aristo, A+A의 Fancy History는 모두 역사적이고 바로크적인 것을 현대적으로 모던하게 재해석 된 테마로 첫 번째 테마를 선정할 때 레트로 적인 것과 모던한 것이 혼합된 Mixed Retro 테마(역사적+현대적)를 선정했다. 또한 역사적인 것에서 빈티지스럽고 스트리트적이며 소녀적인 감각으로 해석된 부분에서는 두 번째 테마 Preppy Kitsh (빈티지+스트리트)를 제시하였다. 프로모스틸의 Impulsion, 넬리로디의 Taboo, 인터패션 플래닝의 Disaster, 삼성 디자인 넷의 Profound Nature에서는 모두 야생적인 감각과 럭셔리함이 공통적으로 포함돼 있다는 점을 감안하여 세 번째 테마인 Chic Tribal(부족적+야만적)테마가 보인다. 넬리로디의 Missing, 인터패션플래닝의 Winter Archeology, 삼성 디자인 넷의 Profound Nature, A+A의 Soft whispers와 Poetic Nature에서는 모두 서정적이고 신비로운 여성스러운 느낌이 돋보이는 테마로 네 번째 테마인 Misty Romantic(로맨틱 +신비로움)테마를 선정했다. 마지막으로 프로모스틸의 Smart, 넬리로디의

Utopia, 인터패션 플래닝의 Neo Balance, 삼성 디자인 넷의 Eco Tech, A+A의 Shape Theory에서는 미래적이며 기능적인 단순함을 보여주는 테마로 다섯 번째 테마인 Constructivist(기능+스타일)테마를 제안했다, 위에서 제시한 5가지 테마를 바탕으로 컬러, 아이템, 스타일을 제안했다.



1. 역사적 + 현대적 (Retro+Modern)
2. 빈티지 + 스트리트 (Vintage+ Street)
3. 부족적 + 럭셔리 (Tribal+ Luxury)
4. 로맨틱 + 신비로움 (Romantic + Mystery)
5. 기능 + 스타일 (Functional + Style)

<그림 7> 각 정보지 분석 및 테마 선정 과정

2. 디자인 제안

1) 테마 1: Mixed Retro

역사적인 것과 현대적인 것이 만나서 첫 번째 테마를 제시했다. 과거 여러 시대에서 혼합된 요소들에서 영향을 받아 테마 제목을 믹스 레트로(Mixed Retro)라고 정하였다. 특히 20년대 대표적인 디자이너 폴 푸아레(Paul Poiret)에서 많은 영감을 받아서 오리엔탈(Oriental) 적인 무드가 느껴지며 화려했던 20-30년대 재즈 카바레를 배경으로 레트로(Retro)적인 느낌을 현대적으로 재해석 했다. 컬러는 블랙(Black)과 화이트(White)를 바탕으로 꾸띄르(Couture) 브라이트(Bright) 컬러로 악센트를 주었으며, 실루엣은 허리선을 포커스를 두었다. 슬립 같은 경우 20년대 유행했던 느슨한 로우 웨이스트(Low waist) 아이템에서 영감을 받아서 풍성한 실루엣에 허리선을 낮추

었고 팬티같은 경우 70년대 레트로 적인 느낌을 주기 위해서 허리선을 높게 디자인 했다. 브라와 슬립 모두 깊은 V-넥크라인으로 섹시한 느낌으로 디자인했다. 프린트와 패턴도 블랙과 화이트로 구성된 것이 특징이며 소재는 주로 코튼이나 자수로 디테일을 살렸다. 첫 번째 테마에서 제시한 상품들은 트렌드에 민감하고 모던(Modern)한 컨셉을 갖고 있는 브랜드에 적합하다.

Image Map	Design		

<그림 8> 1테마: Mixed Retro

2) 테마 2: Preppy Kitsch

두 번째 테마에서는 팝적인 감각과 귀족적인 브리티시(British) 풍이 적절하게 미스-매치(Miss-Match)된 스타일로 트래디셔널(Traditional)한 무드가 느껴진다. 두 번째 테마도 과거 70년대 젊은 거리에서 느껴지는 히피(Hippy)에서 받은 영감을 고급스럽게 재해석 하였다. 주니어 적인 감각과 키치(Kitsch)한 느낌을 살려 제목을 프레피키치(Preppy Kitsch)라고 정하였으며 컬러는 대부분 빈티지(Vintage) 느낌을 주는 한번 빛바랜 듯한 다양한 멀티 컬러(Multi-Color) 레인지가 전개된다. 주니어 느낌을 살리기 위해서 에이 라인과 레이어드(Layered) 된 실루엣을

Image Map	Design		

<그림 9> 2테마: Preppy Kitsch

보여주었으며, 미니 플로럴(Mini Floral)과 빈티지 체크가 함께 믹스 매치(Mix-match) 되어 키치한 느낌을 강조했다. 두 번째 테마에는 패션 감각에 민감한 10-20대의 젊은 타겟으로 한 브랜드에 적합하다.

3) 테마 3: Rich Tribal

세 번째 테마는 자연에서 출발한다. 가장 원시적이고 부족적인 자연이 현대적인 감각의 세련된 에스닉과 만나서 모던(Modern)하고 단순하게 표현하며 제목을 리치 트라이벌(Rich Tribal)이라고 정하였다. 야만적인 느낌을 살리기 위해서 과장된 장식적인 요소를 강조했다. 매우 타이트하고 가슴 볼륨을 살려주는 라인으로 디자인 하여 섹시한 실루엣으로 보여주며, 깊이감 있는 다크(Dark) 컬러와 리치(Rich)한 브라운과 퍼플 컬러가 조화를 이루었다. 프린트는 야생적인 느낌을 주는 애니멀(Animal)과 식물패턴을 보여주었으며 소재로는 매우 정교한 레이스가 제안된다. 세 번째 테마에서는 깊이감 있는 색상과 장식적인 요소 그리고 볼륨감이 살아 있는 실루엣으로 섹시한 컨셉을 갖고 있는 브랜드에 적합하게 제안했다.

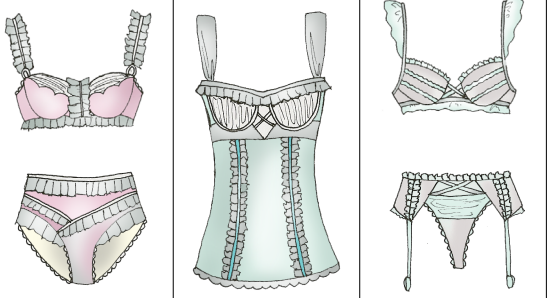
Image Map	Design		

<그림 10> 3테마: Rich Tribal

4) 테마 4: Misty Romantic

네 번째 테마 역시 자연에서 출발하지만 세 번째 테마와는 다르게 해석된다. 세 번째 테마가 원시적으로 보여주었다면 네 번째 테마는 대 자연의 재난 후 찾아오는 고요함에서 영감을 받는다. 눈보라가 치는 한적한 자연과 얼음, 화석, 눈꽃에서 영향을 받은 디자인이 제안된다. 로맨틱한 감각이 신비롭게 전개되는 느낌을 살리기 위해서 테마 제목을 미스티 로맨틱(Misty Romantic)이라고 정했다. 컬러는 얼음과 같은 차가운 파스텔(Pastel) 컬러 계열로 부드럽고 신비스럽게 표현되며 여성스러운 느낌을 주는 프릴(Frill), 러플(Ruffle), 플리츠(Pleats), 리본

(Ribbon)과 같은 디테일이 풍성한 볼륨감을 준다. 소재는 마치 크림에서 보는 듯한 모양과 매우 얇고 비치는 소재가 보여주며 프린트(Print) 및 패턴(Pattern)으로 주로 화석이나 지층에서 영감을 받아 신비로운 아름다움을 보여준다. 네 번째 테마는 가장 로맨틱하고 여성스러운 테마로서 전형적인 란제리 스타일을 보여주는 브랜드에 적합하다.

Image Map	Design
	

<그림 11> 4테마: Misty Romantic

5) 테마 5: Constructivist

마지막으로 보이는 테마는 가장 현대적인 느낌으로 활발하게 전개된다. 입체적이고 기하학적인 현대 건축물에서 영감을 받은 도시 룩이 보이며 이러한 느낌을 살리기 위해서 테마 제목을 컨스트러티비스트(Constructivist)라고 제안했다. 컬러는 베이직한 컬러에 차분한 미드 톤 컬러가 보이며 깔끔하고 깨끗한 실루엣과 비대칭적인 라인이 보인다. 스포츠 바디 수트(Body Suit), 요가 브라와 같은 스포티한 브랜드에 제안되며 소재는 하이-테크니컬(High-Technical)한 자연 신소재를 제안했다.

Image Map	Design

<그림 12> 5테마: Constructivist

IV. 요약 및 결론

최근 속옷 시장은 트렌드에 매우 민감하며 이에 따라 예전과 비교하여 제품주기가 빠르게 변하고 있음을 알 수 있다. 전반적인 웰빙(Well-being)현상에 따라 친환경적인 속옷 소재가 이용되고 있고, 속옷 소비자 구매행동에 있어서는 편안함을 추구하는 기본스타일 추구형에서 점차적으로 패션 지향형 소비자들로 변화하고 있으며 특정한 연령을 대상으로 하는 소비자 볼륨이 확산되고 있음을 알 수 있다. 또한, 다양한 유통 채널이 증가하고 있으며 이색적인 속옷 마케팅 전략이 적용되고 있다. 이에 따라 본 연구는 패션 트렌드를 잘 반영한 디자인과 스타일을 제시하여 젊고 개성 있는 감각의 20~30대 여성 소비자 층 욕구를 만족시킬 수 있는 완성도 높은 속옷 디자인을 제공하고자 하였다.

국내뿐만 아니라 해외 트렌드 정보지를 고찰하여, 본 연구에서 가장 중요하게 여겨졌던 속옷 트렌드를 국내 속옷 시장 현황에 맞게 테마를 5가지로 구분하여 컴퓨터 CAD를 이용하여 디자인을 제시하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 최근 속옷 마켓 동향을 조사해 본 결과, 소비자들의 라이프스타일 향상과 변화로 과거와 매우 달라진 소비자의 구매행동을 알 수 있었다. 기존의 베이직한 디자인과 컬러로 단지 몸을 보호하기 위해서 착용 되었던 속옷을 찾는 소비자층은 점점 감소하고, 패션성과 트렌디한 제품을 선호하는 소비자들이 증가하고 있음을 알 수 있었다.

둘째, 보다 앞선 트렌드를 예측하기 위하여 국내외 패션트렌드 정보사와 패션업체에서 가장 인지도가 높은 정보지를 선택하여 분석하였다. 정보지를 분석한 결과, 역사와 자연이 이번 시즌에 제시한 공통적인 소재임을 알 수 있었다. 미래의 사회적인 영향과 변화를 예측하여 공신력 있는 정보를 제공하는 그들의 테마 안에서 역사와 자연을 소재로 이끌어낸 테마 내용을 분석한 결과, 역사적인 것을 현대적으로 해석한 테마, 역사적인 것을 빈티지스럽고 스트리적인 감성으로 이끌어낸 테마, 원초적인 자연을 보여주는 테마, 로맨틱한 자연을 나타내는 테마, 그리고 마지막으로 자연과 테크놀로지가 결합된 미래적인 테마인 5가지 테마 Mixed Retro, Preppy Kitsch, Rich Tribal, Misty Romantic, Constructivist를 도출하였다.

셋째, 도출된 5가지 테마로 디자인한 내용을 보면, 첫 번째 테마인 20년대 레트로와 현대적인 감각이 만난 Mixed Retro 테마에서는 블랙과 화이트 오리엔탈 패턴을 이용하여 허리선을 강조한 실루엣을 선보였다. 두 번째로 Preppy Kitsch, 빈티지 테마에서는 체크와 팝아트적인 감각이 미스 매치되 키치한 분위기를 연출했다. 야만적이고 부족적인 이미지를 상징하는 원시적인 자연이 고급스러운 느낌과 함께 재해석되어 제안된 세 번째 테마, Rich Tribal은 전반적으로 정교한 레이스 소재와 깊이감 있는 컬러가 특징이다. 네 번째 테마 Misty Romantic은

부드럽고 로맨틱한 테마로 가장 여성스러운 란제리 스타일로 제안하였다. 얇고 투명하게 비치는 소재가 주를 이루고 파스텔 계열의 컬러들로 여성스러운 분위기를 표현하였다. 다섯째 테마, Constructivis는 입체적이고 기하학적인 곳에서 영감을 받은 테마로 컬러 블라킹(Blocking)된 효과가 특징이다. 최근 웰빙 트렌드로 스포츠에 관심이 많아진 소비자들을 위해서 대부분 스포티한 스타일들을 제안했다.

넷째로 컴퓨터와 CAD 시스템을 이용하여 보다 편리하고 다양한 디자인 개발의 제시가 가능하였다. 과거에는 대부분의 디자인실에서 손으로 직접 작업한 디자인, 소재, 패턴 개발을 현재는 보다 다양해지고 업그레이드된 컴퓨터 시스템으로 여러 가지 디자인을 제시해 볼 수 있었다.

과거에 '몸을 보호'하기 위한 필요에 의해 구매가 이루어졌던 속옷이 점차적으로 아웃웨어 이상으로 트렌드를 반영한 디자인력이 요구되는 현실에서 본 연구는 2008/9'S FW 최신 트렌드 경향을 분석하여 이를 반영한 속옷 디자인을 제시하고자 하였다. 이는 속옷 업체와 학계에서 제품디자인 개발 시 실질적으로 적용 가능한 자료를 제공하는데 그 의의가 있다.

참고문헌

설지민(2008). 미싱도로시 이혜영 '매출400억돈방석' 한국재경신문
2008.6.1 http://news.jknews.co.kr/article/news/20071129/0290696.htm

이연수(2003). "현대 여자 속옷에 관한 연구", 순천대 대학원 석사학위 논문

박경남(2005), "신세대의 이너웨어구매행동에 관한 연구", 동덕여대 대학원 석사학위논문

신지영(2006), "여자 중·고등학생의 화운데이션 교육과 착용실태에 관한 연구", 중앙대 교육대학원 석사학위논문

박미영(2006), "기능성 이너웨어에 대한 성인 남녀의 구매행동 특성", 연세대 대학원 석사학위논문

윤진아(2006), "여자 이너웨어의 겉옷화 현상과 패턴 연구", 성신여대 대학원 석사학위논문

안나영(2007), "20-30대 소비자의 의복태도에 따른 이너웨어 구매행동연구", 숙명여대대학원 석사학위논문

임성미(2007), "웨딩드레스의 언더웨어에 관한 연구", 동덕여대 대학원 석사학위논문

Charlotte Mankey Calasibetta (1998), Dictionary of Fashion (New York: Fairchird)

한국 섬유산업연합회 (2006) 란제리 시장 동향 및 트렌드 전망

패션 채널 (2007), 이너웨어, e-비즈니스 접근 시도

패션지오(2008), 틈새시장을 향한 고군분투 라인 세분화·고급화 전략으로 고객몰이 나서

패션비즈(2007), 1조5000억 이너마켓 지금은?
조지윰(2008) 이너웨어 '기능성 열풍' 확산, 한국 섬유 신문, 2008.4.21
송혜리(2008) 우아동, 이너웨어 시장을 잡아라, 한국섬유신문, 2008.4.17
유병철(2008) 캘빈클라인 언더웨어, 남성 보정 이너웨어 '바디 부스터' 출시, 브레이크뉴스. 2008.4.30