

타이트스커트의 제품정보와 부위별 비율조사를 통한 실루엣 특성분석 - 인터넷 판매 브랜드제품을 중심으로 -

강 여 선

덕성여자대학교 의상디자인학과 부교수

요 약

본 연구는 2013년 인터넷 판매 타이트스커트를 대상으로 제품정보 및 부위별 비율분석을 통한 실루엣특성 파악을 목적으로 하였다. 총 330개 스커트를 대상으로 브랜드 카테고리, 타겟연령, 형태, 호칭 및 제품치수 등 정보를 조사하고 제품사진에서 엉덩이너비에 대한 허리너비, 밑단너비, 스커트길이, 벨트너비 및 허리선 내림량의 비율을 분석하였다. 브랜드 카테고리는 영베이직, 영캐릭터, 커리어, 우먼커리어의 4가지였고 메인타겟은 20대에 집중된 경향을 보였고 호칭표기는 55식 호칭이 대부분이었다. 대체로 신체치수나 제품치수정보를 표기하였으나 같은 호칭이라도 브랜드 간 차이가 클 뿐 아니라 부정확한 정보가 많아 치수선택의 혼란과 반품문제를 예상할 수 있었다. 비율분석결과, 스커트길이 비는 매우 다양했으나 마이크로미니와 미니는 1.1~1.3의 정사각형 실루엣, 내추럴라인과 미디는 1.6~1.9의 직사각형 실루엣을 나타냈고 세미타이트 스타일이 1.3으로 기본타이트 스타일 1.5보다 짧았다. 스커트길이, 밑단둘레, 로우웨이스트 분량은 브랜드 카테고리나 타겟연령에 따라 달라져 영베이직 브랜드는 가장 길고 로우웨이스트가 적은 직사각형, 영캐릭터는 로우웨이스트 특성이 강한 정사각형 실루엣을 보였다. 타겟연령 범위가 20~40대로 넓은 브랜드는 밑단너비, 벨트너비, 허리선내림량이 모두 작아 기본타이트 스타일이었으나 20대에 국한된 브랜드는 벨트너비와 허리선내림량이 많아 디자인 특성이 강했다. 밑단둘레 및 허리선내림량과 스커트길이의 관계를 객관적으로 분석한 결과 스커트길이는 $77.057 + (\text{밑단둘레} * -0.314) + (\text{허리선내림량} * -1.142)$ 로 표현되었으며 이는 디자인기획 및 패턴제도 시 객관적 기준으로 활용될 수 있을 것이다.

주제어: 타이트스커트 실루엣, 스커트 길이비율, 스커트 너비비율, 인터넷 판매 스커트, 제품치수정보

I. 서론

스커트는 형태에 따라 타이트스커트(tight skirt), 에이라인스커트(A-line skirt), 플레어스커트(flared skirt), 개더스커트(gatherd skirt), 고어스커트(gored Skirt) 등 다양하게 구분된다. 그 중 타이트스커트는 스트레이트(straight) 스커트라고도 불리며 밑단이 여유로운 스커트들과 달리 밑단이 좁아 일자형 실루엣(silhouette)으로 대표된다. 그러나 타이트스커트도 일자형 실루엣을 그대로 나타내는 기본 타이트스커트와 허리에서 힋까지는 몸에 맞으며 점점 밑으로 갈수록 폭을 넓혀 걷는데 불편함이 없도록 한 세미타이트스커트로 구분할 수 있으며 세미타이트스커트는 타이트보다는 넓고 플레어보다는 좁은 중간 정도의 폭이다.¹⁾

스커트 실루엣은 크게 2가지 요인으로 변화되며 첫째는 너비에 대한 길이의 비율에 따라, 둘째는 너비들 간의 비율, 즉 허리너비와 엉덩이너비 및 밑단너비의 비율차이에 따라 변화한다. 엉덩이너비에 대한 스커트길이의 비율은 가로와 세로의 밸런스(balance)로 다각형의 굽기를 결정하며 허리나 엉덩이 너비에 대한 밑단너비의 차이, 즉 스커트의 퍼지는 정도는 다각형의 종류를 결정한다. 타이트스커트 중 기본 타이트스커트는 직사각형 실루엣이며 세미타이트스커트는 삼각뿔대 실루엣이라 할 수 있고 기본 타이트스커트라도 길이가 짧은 마이크로미니(micro mini)는 정사각형 실루엣, 길이가 긴 미디(midi)는 직사각형 실루엣으로 구분할 수 있다. 이렇듯 스트레이트 실루엣으로 인식되는 타이트스커트도 정사각형, 직사각형, 삼각뿔대 등 다양한 실루엣으로 표현된다.

타이트스커트의 실루엣 변화는 클래식(classic) 스타일인 무릎길이의 샤넬라인스커트로부터 미니스커트와 마이크로미니스커트의 등장이나 미디스커트의 재 유행²⁾에서 찾아볼 수 있다. 그러나 이러한 변화는 패션트렌드(fashion trend)를 반영하기

위한 디자이너의 노하우에 의해 결정되기 때문에 그 특성을 구체적 자료로 설명하기 힘들고 이해하거나 예측하기도 힘들다. 따라서 원하는 디자인의 스커트를 기획하는 초보 디자이너들과 학생들 그리고 원하는 피트(fit)의 상품을 구입하기 위해 상품의 실루엣특성과 착용상태를 예측하고자 하는 소비자들은 쉽게 이해하고 활용할 수 있는 구체적 자료나 기준이 필요하다. 그러나 타이트스커트 실루엣 특성을 실질적 치수로 분석한 자료는 거의 없는 상태이며 스커트실루엣을 형성하는 부위별 비례특성에 관한 연구도 매우 부족한 상황이다.

스커트 실루엣에 관한 선행연구를 살펴보면 소비자들의 선호 디자인연구와 스커트종류별 시각적 평가연구가 주를 이룬다. 소비자가 선호하는 스커트 디자인 연구는 성인여성³⁾이 선호하는 스커트 디자인과 남녀 대학생이 선호하는 스커트 종류에 관한 연구 등이 있다. 성인여성⁴⁾은 타이트스커트를 선호하는 편이었으나 연령에 따라 선호하는 스커트 폭이 달랐고 길이도 20대는 미니, 30~40대는 내추럴라인, 50대는 미디 등 차이를 보였고⁵⁾, 남녀 대학생은 대체로 귀엽고 실용적인 이미지의 여유 있는 스커트, 즉 플레어스커트, 티어스커트(tears skirt), 개더스커트를 선호하였으나 남녀 간 차이가 있었다.⁶⁾ 스커트의 실루엣 변화에 따른 시각적 평가에 관한 연구들은 플레어스커트의 플레어 양과 길이, 미니스커트의 실루엣과 길이, 개더스커트 및 플리츠스커트(pleats skirt)의 플리츠 수와 길이의 변화에 대해 평가한 연구들이 있다. 플레어스커트는 플레어 양과 스커트 길이에 따라 매력성과 성숙성이 달랐으며 스커트 길이가 짧을수록 성숙성과 매력성이 높았고 플레어 양은 180° 스커트가 성숙성과 매력성이 높게 나타났다.⁷⁾ 미니스커트에 대한 대학생들의 평가는 일자형보다 에이라인이 하반신이 더 길고 날씬해 보이며 엉덩이와 골반이 작아 보인다고 평가하였고 특히 스커트 길이는 30cm 기준으로 짧은 경우가 하반신이 더 길어 보

인다고 평가하였다. 또한 에이라인이 일자형보다 개성, 매력성, 품위성, 활동성이 높은 편이나 길이에 따라 평가가 달라져 길이가 짧은 경우는 개성과 활동성이 높고 매력성과 품위성이 낮게, 반대로 길이가 긴 경우는 매력성과 품위성은 높고 개성과 활동성이 낮게 나타났다.⁶⁾ 개더스커트는 개더비율 1.5는 수수한 이미지이며, 모호방 소재와 폴리스제 스커트가 품위있게 평가되었고 개더비율 2.5는 실루엣 형상이 커지면서 활동성이 높게 평가되었다.⁷⁾ 플리즈스커트는 길이가 짧을수록 하반신이 길고 날씬해 보이는 편이었으나 같은 길이에서 플리즈 수를 변화시킨 경우는 시각적 효과의 차이가 크지 않았다.⁸⁾

이상과 같이 선호하는 스커트 디자인이나 스커트 종류별 실루엣과 길이에 대해 시각적 평가 연구들은 대체로 연구대상이 매우 제한적이었다. 광목으로 자극물을 제작하였으며 스커트길이를 통일하거나 2~3가지로 차이를 두었고 고어스커트의 쪽수, 플리즈 수, 플레어 각도에 몇 가지 변화를 준 후 이에 대한 소비자 반응을 분석한 연구들이었다. 그러나 같은 종류의 스커트라도 길이와 폭 및 소재에 따라 실루엣이 크게 달라지는 점을 고려할 때 제한된 실험대상에 대한 연구결과를 기성복에 대한 소비자들의 선호로 확대해석하기 어렵고 패턴 활용도 제한적이라 하겠다. 특히 선행연구결과 스커트 길이는 스커트의 시각적 효과에 가장 큰 영향을 미치는 요인이었으므로 다양한 스커트길이에 대한 연구가 필요하다. 그러나 기성복의 다양한 스커트 길이를 모두 자극물로 제작하는 것은 현실적으로 불가능하므로 먼저 다양한 기성복 스커트길이를 조사함으로써 스커트의 실루엣의 구체적 특성을 파악한 후 연구범위와 방향을 설정할 필요가 있다. 특히 패션 트렌드가 반영되고 소비자가 선택하는 기성복 스커트를 대상으로 특성을 파악함으로써 결과의 활용가치를 높일 수 있을 것이다.

이를 위해 본 연구는 인터넷 판매 스커트의 부

위별 비율, 즉 스커트 길이와 너비 간의 비율관계를 분석함으로써 실루엣 특성을 정량적, 객관적 자료로 밝히고 나아가 브랜드 특성 및 스커트 형태특성에 따른 실루엣차이를 비교하고자 하였다. 더불어 인터넷쇼핑을 통한 패션제품구입의 불만율이 60%에 달하고 제품에 대한 자세한 설명부족, 정확한 사이즈선택의 어려움 등이 주요 불만으로 나타나고 있으므로 제품설명과 사이즈선택에 관련된 제품정보 현황을 조사함으로써 문제점을 파악하고자 하였다. 본 연구는 판매중인 기성복 스커트의 실루엣 특성 분석을 위한 초기 단계 연구이므로 기본 스타일이며 소재에 따른 실루엣 변화가 가장 적은 타이츠스커트를 연구대상으로 한정하였다.

II. 연구문제 및 방법

1. 연구문제

본 연구는 인터넷 판매 타이츠스커트의 제품정보와 부위별 비율을 조사함으로써 실루엣 특성을 파악하는 것을 목적으로 하였다. 제품정보는 브랜드 특성과 디자인 특성으로 구분하여 조사하였고 브랜드 특성은 브랜드 카테고리(*brand category*), 타겟연령(*target age*), 가격을 조사하였고 디자인 특성은 스커트길이, 형태, 소재, 호칭별 제품치수 또는 인체치수 정보를 조사하였다. 부위별 비율조사는 제품사진을 활용하여 엉덩이너비에 대한 스커트길이, 허리너비, 벨트너비, 허리선 내림량의 비율을 조사하였다. 본 연구의 연구문제는 아래와 같다.

첫째, 2013년 인터넷 판매 타이츠스커트의 브랜드 특성과 디자인 특성을 분석한다.

둘째, 타이츠스커트의 부위별 길이와 너비의 비율 특성을 분석함으로써 타이츠스커트 형태별 실루엣 차이와 부위별 특징을 파악한다.

셋째, 브랜드 카테고리과 타겟연령집단에 따른

부위별 비율을 비교함으로써 집단 간 실루엣 차이를 분석한다.

2. 연구 대상 및 조사기간

연구대상은 인터넷 판매 기본타이트스커트와 세미타이트스커트이며 조사기간은 2013년 4월~5월의 약 두 달간 이었다. 먼저 조사대상을 선정하기 위해 대표검색 포털사이트인 네이버 지식쇼핑에서 'H라인 스커트'와 '타이트스커트'를 키워드(key word)로 검색하여 100위 이내에 속하는 상품들을 1차 선정하였다. 그 중 개인쇼핑몰 상품은 브랜드정보나 상품정보가 상세하지 않는 경우가 많아 제외하였고 소재는 직조(woven)소재, 스커트길이는 마이크로미니부터 미디까지, 제작시기는 2012년 하반기~2013년 4월로 제한하였다. 또한 제품사진이 스커트만 단독 착용하고 있는 정면사진이며 허리선이 드러나고 디테일 장식이 실루엣이나 벨트 등의 구성요소들을 가리지 않아 치수측정이 용이한 사진을 선정하였다. 스커트길이를 미디 길이로 제한한 이유는 마이크로미니(micro mini), 미니(mini), 무릎길이(knee-length), 미디(midi), 발레리나(ballerina), 발목길이(ankle length), 플로어길이(floor length)의¹⁰⁾¹¹⁾ 스커트 중 미디보다 긴 경우는 다리를 벌리고 서 있는 마네킹 자세로 인해 밀

단이 벌어져 치수가 변형될 수 있기 때문이었다. 검색은 주 2~4회 실시하였으며 총 330개를 조사하였으며 조사가 진행된 인터넷쇼핑몰은 신세계몰, 롯데아이몰, 엘롯데, 11번가, 롯데닷컴, Hmall, 아이올리몰, LG패션샵, 인터파크, AK몰, 옥션 등 총 22개였다<표 1>.

3. 연구 방법

제품정보조사의 범위는 브랜드정보, 디자인정보 및 치수정보였으며 브랜드 정보는 브랜드 카테고리, 타겟연령, 가격, 디자인정보는 스커트 길이 구분, 형태, 소재, 치수정보는 호칭과 부위별 치수를 조사하였다. 다만 스커트 길이정보가 없는 경우는 비슷한 길이의 제품정보를 활용하였고 마이크로미니와 미니의 경계선에 있는 경우는 모두 미니스커트로 구분하였다. 소재는 주성분 이외에 신축성소재가 포함되었는지 조사하기 위해 3번째 소재까지 조사하였다.

타이트스커트 실루엣 및 구성요소 간의 비율 분석은 사진에서 부위별 치수를 측정하여 분석하였다. 측정항목은 벨트위치의 허리너비, 엉덩이너비, 밑단너비, 허리선 내림분량, 벨트너비, 스커트 길이의 6항목이었다. 측정을 위해 허리기준선, 엉덩이기준선을 사진에 표시하였다. 허리기준선은

<표 1> 인터넷 판매 타이트스커트 조사 쇼핑몰

브랜드	통계량	빈도	퍼센트	브랜드	통계량	빈도	퍼센트	브랜드	통계량	빈도	퍼센트
신세계몰		56	17.0	LG패션샵		12	3.6	G마켓		9	2.7
롯데아이몰		38	11.5	인터파크		11	3.3	패션플러스		12	3.6
엘롯데		38	11.5	AK몰		8	2.4	GS SHOP		10	3.0
11번가		34	10.3	옥션		7	2.1	아이디톡몰		4	1.2
롯데닷컴		22	6.7	갤러리아몰		7	2.1	아이스타일		4	1.2
Hmall		20	6.1	CJ몰		8	2.4	NS홈쇼핑		4	1.2
아이올리몰		15	4.5	하프클럽		6	1.8	기타		5	1.5
총 계		330(100.0%)									



<그림 1> 타이트스커트 부위별 치수 측정방법

<표 2> 엉덩이너비 치수와 엉덩이둘레 치수

치수(mm)	연령	18~29세 (n=1019)	30~39세 (n=685)	40~49세 (n=370)	합계 (n=2074)
신체 엉덩이너비		322.0	325.4	323.4	323.4
계산 엉덩이너비*		321.5	324.7	325.1	323.2
신체 엉덩이둘레		916.7	928.0	929.7	922.7

*회귀식: 엉덩이너비=엉덩이둘레*0.276+68.536, p<0.0001로 유의함

마네킹의 가장 가는 부분, 엉덩이기준선은 인터넷에 제공된 스커트길이와 사진의 스커트길이를 활용하여 허리기준선에서 20cm 내린 지점을 찾아 허리기준선과 평행하게 표시하였다. 스커트 허리너비는 벨트의 위쪽 끝을 기준으로 측정하였고 엉덩이너비는 기준선을 따라 측정하였다. 벨트폭과 허리선 내림량은 허리기준선에서 앞중심을 따라 측정하였고 스커트길이는 옆선에서 측정하였다 <그림 1>.

사진크기에 따른 측정값의 차이를 제어하기 위해 각 치수를 엉덩이너비에 대한 비율로 계산하여 분석하였다. 엉덩이너비를 기준으로 정한 이유는 타이트스커트 패턴 제도에서 엉덩이둘레를 기준으로 패턴 폭을 정할 뿐 아니라 기본타이트스커트나 세미타이트스커트의 실루엣이 변하는 시점으로 타이트스커트 종류에 따른 차이가 거의 없는 부위이기 때문이다. 또한 너비비율을 둘레치수로 환산하여 비교함으로써 실루엣 특성에 대한 실질적 이해를 향상시키고 연구결과의 활용도를 높이고자 하였다. 너비치수는 줄자로 쉽게 측정할 수 없고 패턴제도에 직접적으로 사용되지 않을 뿐 아니라 착용자에게 익숙하지 않기 때문에 측정이 쉽고 익숙한 둘레치수로 환산하였다. 각 부위별 비율을 치수로 환산하기 위해 2010년 제6차 한국인 인체치

수 조사자료에서¹²⁾ 엉덩이둘레와 엉덩이너비의 회귀식을 구하였다<표 2>. 회귀식분석 대상자는 본 연구의 메인타겟연령 범위인 18~49세 여성으로 한정하였고 총 2074명을 분석한 결과 '엉덩이너비= 엉덩이둘레*0.276 + 68.536'로 나타났고 p<0.001 수준에서 유의적이었다. 이를 이용해 최다호칭으로 조사된 55호칭의 평균엉덩이둘레(91cm, 36inch)는 32.3cm의 엉덩이너비로 환산되었다.

모든 통계분석은 IBM SPSS Statistics, Ver 21을 활용하였으며 제품정보에 대한 빈도분석과 교차분석을 실시하였고 스커트 부위별 비율과 치수에 대해서는 평균, 일원배치분산분석, Duncan 사후 검증을 실시하여 집단 간 차이를 분석하였다.

III. 연구결과

1. 타이트스커트의 제품특성

1) 브랜드 특성

인터넷 판매 타이트스커트의 브랜드는 총 47개였으며<표 3> 브랜드 카테고리(brand category)는 영베이직(young basic), 영캐릭터(young character), 커리어(career), 우먼커리어(women career)의 4가지

<표 3> 브랜드별 조사대상 타이트스커트 분포

구분	통계량	빈도	%	구분	통계량	빈도	%	구분	통계량	빈도	%	구분	통계량	빈도	%
영 베 이 직	Tomboy	18	5.4	우먼 커 리 어	Satin	7	2.1	영 캐 릭 터	V.O.V	9	2.7	영 캐 릭 터	Reneevon	4	1.2
	카이아크만	8	2.4		Shes Miss	5	1.5		SI	8	2.4		Qua	4	1.2
	코데즈콤바인	7	2.1		Besti Belli	3	0.9		TNG	8	2.4		Leshop	4	1.2
	소계	33	10.0		소계	60	18.2		Olive des Olive	7	2.1		GGPX	4	1.2
커 리 어	Keith	15	4.5	영 캐 릭 터	Soup	18	5.4	영 캐 릭 터	Egoist	7	2.1	영 캐 릭 터	Banila B	4	1.2
	a.b.plus	10	3.0		ZOOC	14	4.2		G-Cut	6	1.8		96ny	4	1.2
	아이잘바바	5	1.5		CC collect.	12	3.6		Mango	5	1.5		Plastic Island	3	0.9
	소계	30	9.1		Viki	11	3.3		Coming Step	5	1.5		Minimum	3	0.9
우먼	TNGTW	13	3.9	ON&ON	9	2.7	Benetton	5	1.5	List	3	0.9			
커리 어	Ana Capri	11	3.3	Nice Claup	9	2.7	Bonnie Alex	5	1.5	ENC	3	0.9			
	Lynn	11	3.3	Visit in NewYork	9	2.7	Sisley	4	1.2	기타	7	2.1			
	McGINN	10	3.0	Lewitt	9	2.7	Roem	4	1.2	소계	207	62.7			

*기타는 It Michaa, Ab.f.z, Line, KL의 4개 브랜드를 포함하였음

<표 4> 메인타겟연령별 조사대상 스커트 분포

타겟구분	통계량				타겟구분	통계량				타겟구분	통계량			
	브랜드	스커트	N	%		브랜드	스커트	N	%		브랜드	스커트	N	%
20대 전반	20세	1	4	1.2	20대	18~27세	1	7	2.1	26~ 35세	25~32세	1	4	1.2
	23세	1	13	3.9		18~28세	6	56	17.0		25~35세	2	18	5.5
	24세	1	3	.9		20~30세	5	34	10.3		27~34세	1	3	.9
	23~25세	6	39	11.8		21~27세	2	6	1.8		27~35세	1	10	3.0
	소계	9	59	17.9		22~26세	1	11	3.3		30세	1	7	2.1
20대 후반	26세	2	15	4.5	23~28세	5	30	9.1	20~ 40세	소계		42	12.7	
	27세	2	21	6.4	24~29세	1	3	.9		20~40세	3	17	5.2	
	25~27세	2	19	5.8	24~30세	1	5	1.5	소계	3	17	5.2		
	25~28세	1	5	1.5	소계	22	152	46.1	전 체		330	100		
	소계	7	60	18.2										

<표 5> 타이트스커트 판매 가격 분포

통계 가격	평균	표준편차	최소값	최대값	5%	25%	75%	95%
가격(원)	119,799	71,413	14,800	499,000	39,000	69,000	158,000	258,000

로 나타났다. 브랜드 카테고리별 특성을 살펴보면, 영베이직은 여성 영캐주얼을 뜻하며 10대 후반에서 20대 초반 타겟의 합리적인 가격과 베이직 상품을 바탕으로 하고 영캐릭터는 여성 캐릭터와 같은 뜻으로 20대 초중반을 타겟으로 한다. 커리어는 여성 어덜트(adult)로 40대 이상의 여성을 타겟으로 고급화, 개성화를 지향하며 우먼커리어는 여성 커리어를 뜻하며 20-40대 직장여성을 타겟으로 베이직한 여성정장을 중심으로 한다.¹³⁾¹⁴⁾ 브랜드 카테고리별 스커트 수는 영캐릭터 207개, 우먼커리어 60개, 영베이직 33개, 커리어 30개였으며 브랜드별 스커트 개수는 스프(Soup)과 톰보이(Tomboy)가 각각 18개(5.4%)로 가장 많았고 다음으로 키이스(Keith)가 15개(4.5%), 주크(ZOOC) 14개(4.2%), 티엔지티우먼(TNGTW) 13개(3.9%), 씨씨콜렉트(CC Collect) 12개(3.6%), 아나카프리(ANA CAPRI), 린(LYNN), 비키(VIKI)가 각각 11개(3.3%), 매긴(McGINN)이 10개(3.0%)이었다.

브랜드별 메인타겟(main target) 정보는 <표 4>와 같다. 메인타겟연령의 전체 범위는 20~40세였으나 20대에 국한된 브랜드가 총 38개로 압도적으로 많았고 다음으로 20대 후반에서 30대 초반에 이르는 브랜드가 6개였으며 20~40대로 타겟범위가 넓은 브랜드는 3개였다. 20대가 타겟인 브랜드 중 9개는 20대 전반, 7개는 20대 후반으로 구분되었으나 나머지 22개는 20대 전체를 타겟으로 하였다.

타이트스커트의 판매가격은<표 5> 최소 14,800원에서 최대 499,000원까지 범위가 매우 넓었다. 전체의 약 5%는 39,000원 이하로 부담 없는 가격인 반면 25만원이 넘는 고가의 스커트도 약 5%였다.

2) 디자인 특성

타이트스커트의 형태와 길이구분에 대한 정보는 다음과 같다<표 6>. 형태는 기본 타이트와 세미타이트의 2종류였고 기본 타이트가 217개(65.8%)로 세미타이트(semi tight) 113개(34.2%)보다 많았

다. 길이는 마이크로미니, 미니, 내추럴라인(natural line), 미디의 4종류였으며 미니가 161개(48.8%)로 가장 많고 무릎길이인 내추럴라인이 120개(36.4%), 미디가 26개(7.9%), 마이크로미니가 23개(7.0%) 순이었다. 형태와 길이 종류별 분포를 살펴보면 기본 타이트는 무릎길이와 미니가 각각 97개, 86개로 비슷했고 다음으로 미디와 마이크로미니가 22개, 12개 순이었으나 세미타이트는 미니가 75개로 압도적으로 많고 다음으로 무릎길이 23개, 마이크로미니 11개, 미디 4개로 나타나 짧은 스커트는 세미타이트 형태가 많음을 알 수 있다.

스커트 실루엣은 소재에 따라 달라지므로 소재의 구성성분을 조사하였으며 첫째 성분은 주성분으로 둘째와 셋째성분은 혼합성분 1, 2로 명명하였다. 주성분 분포를 보면<표 7> 폴리에스터(polyester)가 압도적으로 많아 224개(67.9%)였으며 다음으로 면 52개(15.8%), 레이온(rayon) 23개(7.0%), 모 11개(3.3%), 아크릴(acrylic)과 나일론(nylon)이 각각 6개(1.8%) 순이었으며 그 외 린넨(linen), 아세테이트(acetate), 천연가죽과 인조가죽이 있었다. 혼합성분은 주성분에서 폴리에스터가 압도적으로 많았던 것과 달리 레이온, 폴리우레탄(polyurethane), 폴리에스터가 각각 29.0%, 23.1%, 20.4%로 비교적 유사했으며 면과 나일론은 각각 9.1%, 8.6% 사용되었다. 특히 신축성 소재인 폴리우레탄은 혼합성분 1 또는 혼합성분 2로 사용된 경우가 전체의 34.2%로 나타났다.

3) 치수 특성

한국산업표준(KS) 0051(2005) 성인 여자 의류규격에¹⁵⁾ 따르면 피트성이 필요한 여성하의는 허리둘레-엉덩이둘레-키를 표기하고 피트성이 필요 없는 하의는 허리둘레-키로 표기하도록 되어있으나 조사 브랜드들의<표 8> 경우 KS규격에 부합하는 호칭을 사용한 경우는 없고 55 호칭으로 표시한 경우가 압도적으로 많아 264개(80.2%), 다음으로

<표 6> 스커트 형태와 길이 종류별 분포

실루엣	길이		미니		무릎길이		미디		합계	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
기본타이트	12	3.6	86	26.1	97	29.4	22	6.7	217	65.8
세미타이트	11	3.3	75	22.7	23	7.0	4	1.2	113	34.2
합계	23	7.0	161	48.8	120	36.4	26	7.9	330	100.0

<표 7> 타이트스커트의 소재분포

소재종류	통계	주성분		혼합성분 1		혼합성분 2	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%
cotton		52	15.8	17	9.1	8	7.3
nylon		6	1.8	16	8.6	4	3.7
polyester		224	67.9	38	20.4	7	6.4
polyurethane				43	23.1	70	64.2
rayon		23	7.0	54	29.0	7	6.4
silk				2	1.1	1	0.9
linen		1	0.3	2	1.1	1	0.9
wool		11	3.3	5	2.7	1	0.9
acetate		4	1.2			4	3.7
acrylic		6	1.8	9	4.8	3	2.8
leather		2	0.6				
artificial leather		1	0.3				
metal						3	2.8
total		330	100	186	100	109	100

유럽식 치수체계인 36(1.5%), 42(2.7%), 44(3.3%) 등의 호칭과 허리둘레 치수를 인치(inch)나 센티미터(centimeter)로 표시한 경우가 각각 7.6%, 1.2%로 나타났다. 55호칭은 생산자와 소비자들에게 비교적 익숙한 호칭이라 할 수 있고 허리둘레치수로 표기한 호칭도 소비자들이 치수를 쉽게 이해할 수 있는 호칭이나 그 외 호칭들은 제품치수나 신체치수 등 추가정보를 확인한 후 치수를 선택해야 하기 때문에 복잡할 수 있다. 한편 KS규격이 업체나 소비자로부터 외면당하고 있음을 나타내는 결과이므로 KS호칭체계의 문제점을 파악하여 개선할 필요가 있다고 하겠다.

전체 제품이 신체치수나 제품치수 정보를 제공하고

있었으나 허리둘레(99.7%)와 엉덩이둘레 정보(99.4%)가 대부분이고 스커트길이 정보는 43.3%(143개)로 적었다. 치수정보는 신체치수정보 또는 제품치수정보였으며 신체치수정보가 81.5% (269개)로 제품치수 정보(18.5%, 61개)보다 압도적으로 많았다. 그러나 같은 호칭이라도 브랜드나 제품에 따라 치수정보가 크게 달랐다. 호칭분포가 가장 많았던 55호칭의 허리둘레 치수정보를 살펴보면<표 9>, 신체치수정보는 평균이 66.1cm이고 최소 61.0cm, 최대 71.0cm로 10cm 차이를 보였고 제품치수정보는 평균이 70.0cm이며 최소 62.0cm, 최대 85.0cm로 무려 23cm 차이를 보였으며 이러한 차이는 같은 호칭의 편차로 보기 어렵다. KS규격이나 55호칭의 호칭 간 허

리들레차이가 3~5cm임을 고려할 때 10cm넘는 차이는 치수선택의 혼란, 치수불만족 및 반품 문제를 야기할 것이다. 다만 허리선을 내릴수록 스커트의 허리둘레치수가 커지지만 소비자는 허리선 내림량과 이에 따른 허리둘레 증가량을 예측할 수 없기 때문에 이에 대한 추가정보를 제공하지 않을 경우 혼란을 야기할 수 밖에 없다.

55호칭의 엉덩이둘레도 신체치수의 평균은 91.2cm로 기성복의 엉덩이둘레 치수인 36인치와 유사하였으나 최소 82cm, 최대 96cm로 12cm 차이 났으며 제품치수 평균은 88.3cm, 최소 78.0cm, 최대 97.0cm로 19cm 차이가 났다. 엉덩이둘레는 허리둘레와 달리 타이트스커트 패턴의 최대폭을 결정하는 기준치수이며 제도방법에 따라 2~5cm 여유량(6)17)18)이 포함될 뿐 위치를 내리거나 올리지 않기 때문에 위치변동에 따른 치수변화는 없다. 따라서 신체치수의 차이는 착용대상자가 다음을 의미하나 호칭은 55로 같았으므로 55호칭에 대한 통일성이 없다고 하겠다. 다만, 전체의 34.2%가 신축성 소재를 포함하기 때문에 제품치수의 평균과 최소값이 신체치수보다 작게 나타날 수 있다. 따라서 제품치수정

보를 표시할 때 신축성 소재비율을 함께 표시하여 소비자들의 이해를 도와야 하겠다.

스커트길이는 디자인에 따라 다양하게 변하기 때문에 제품별 편차가 매우 컸다. 스커트길이의 신체치수 평균은 44.6cm로 허벅지에 이르는 길이였으며 최소는 34.5cm로 마이크로미니 스커트였고 최대는 63cm로 미디 스커트였다. 한편 제품정보의 최대값이 신체길이의 최대값보다 짧은 경우가 있었으며 이는 로우웨이스트(low waist) 디자인으로 해석할 수 있으나 이에 대한 정보를 제공한 브랜드는 없었다. 허리선 위치에 따라 같은 스커트길이라도 스커트밑단의 실제 위치는 달라지므로 스커트길이 정보와 더불어 허리선 위치정보가 필요하다고 하겠다.

타이트스커트 실루엣에 따라 치수정보를 비교하면 대체로 유사한 편이었으나 허리둘레의 제품치수 최대값과 스커트길이의 신체치수 최대값은 차이가 컸다. 이 차이의 의미를 치수정보만으로 파악할 수 없으나 세미타이트 스커트가 로우웨이스트 디자인이 많고 미니스커트 비율이 높을 것으로 예상할 수 있으며 스커트 부위별 치수비교를 통해 보

<표 8> 브랜드별 호칭표기법 분포

호칭	F	26	36	42	44	54	55	64	합계
통계량									
빈도(%)	2(0.6)	25(7.6)	5(1.5)	9(2.7)	11(3.3)	9(2.7)	264(80.2)	4(1.2)	329(100)

<표 9> 55호칭의 신체치수정보 및 제품치수정보(N=264)

실루엣	부위별 통계량	허리둘레			엉덩이둘레			스커트길이		
		평균	최소값	최대값	평균	최소값	최대값	평균	최소값	최대값
기본	신체치수	66.1	61.0	71.0	91.4	82.0	96.0	46.6	37.0	63.0
타이트	제품치수	69.9	64.0	78.0	88.4	78.0	97.0	46.1	36.0	58.0
세미	신체치수	66.0	61.0	71.0	91.3	84.0	96.0	41.4	35.0	55.0
타이트	제품치수	71.7	66.0	85.0	88.3	84.0	94.0	44.1	35.0	58.0
전	신체치수	66.1	61.0	71.0	91.4	82.0	96.0	44.3	35.0	63.0
체	제품치수	70.4	64.0	85.0	88.3	78.0	97.0	45.5	35.0	58.0

다 구체적으로 분석할 필요가 있다.

2. 타이트스커트의 부위별 비율 및 예상치수 분석

1) 부위별 비율과 예상치수 분포

영덩이너비에 대한 부위별 비율을 분석하여 실루엣 특성을 파악하였다<표 10>. 허리너비 평균은 0.80으로 영덩이너비보다 약간 작았고 밑단너비 평균은 0.99로 거의 유사하였으며 총장 평균은 1.40으로 영덩이너비보다 커 타이트스커트의 1:1.4의 직사각형 실루엣을 나타냈다. 허리선위치는 평균적으로 영덩이너비의 0.10 만큼 내려온 로우웨이스트였으며 벨트너비 평균은 영덩이너비의 0.12 두께였다. 실루엣을 형성하는 부위들의 비율범위를 보면, 총장이 1.00~2.37로 가장 커 스커트길이의 다양한 변화를 짐작할 수 있으며 다음으로 밑단너비의 범위가 0.83~1.23로 허리너비의 범위 0.67~0.89보다 커 비교적 다양한 밑단너비를 예상할 수 있다. 밑단너비의 변화는 신축성소재(34.2%)와 세미타이트 스커트(34.2%)의 영향으로 나타난 결과이다.

각 부위별 비율은 너비에 대한 비율이므로 이를 신체치수나 패턴제도에서 익숙한 둘레치수로 환산함으로써 이해와 활용을 높이고자 하였다. 치수환산을 위해 조사 대상 스커트들의 55호칭 영덩이둘레 평균인 91cm(36inch)를 사용하였으며 허리둘레와 밑단둘레는 영덩이둘레로 계산하였고 스커트길이와 벨트너비 및 허리선 내림량은 영덩이너비로 계산하였다.

먼저 타이트스커트의 주요 실루엣 형성요소인 스커트길이 분포를 살펴보면, 스커트길이의 최소, 5%, 25%, 75%, 95%, 최대는 각각 32.3cm, 34.9cm, 39.4cm, 50.4cm, 59.4cm, 76.5cm였다. 실제 허리로부터 스커트밑단까지의 길이(이하 허리선밑단길이라 명함)를 분석하기 위해 스커트길이에 허리선내

림량을 더한 결과, 최소, 5%, 25%, 75%, 95%, 최대는 각각 34.5cm, 38.3cm, 42.6cm, 53.3cm, 62.2cm, 76.5cm로 스커트길이보다 2~4cm 길었다. 이 결과들은 모두 제품정보의 스커트길이보다 훨씬 길었으며 이를 통해 브랜드에서 제공하는 신체치수정보와 제품치수정보가 정확하지 않음을 나타냈다. 부정확한 정보는 길이치수에 대한 불만족을 야기하고 반쯤으로 이어질 것이다. 직접착용이 불가능한 인터넷거래는 스커트 부위들의 정확한 치수정보, 특히 허리둘레와 스커트길이의 정확한 정보가 필수적이라 하겠다.

실루엣 형성의 또 다른 주요 부위는 밑단둘레치수이다. 밑단둘레 치수분포는 최소, 5%, 25%, 75%, 95%, 최대가 각각 75.5cm, 78.3cm, 85.5cm, 93.7cm, 101.1cm, 111.9cm로 나타났다. 5%와 25%가 영덩이둘레 91cm보다 작은 둘레치수로 나타났으나 이는 신축성 소재의 영향이며 75%와 95%의 값이 영덩이둘레보다 큰 것은 세미타이트 실루엣의 영향이라 하겠다.

스커트 착용 시 허리선위치를 분석하기 위해 허리둘레와 허리선내림량 치수를 분석하였다. 허리둘레의 최소, 5%, 25%, 75%, 95%, 최대 치수는 각각 61cm, 66.4cm, 70.1cm, 76.4cm, 79.2cm, 81.0cm이었다. 이를 신체의 배꼽수준허리둘레 및 배둘레치수와 비교함으로써 실제 스커트 착용위치를 알아보았다. 신체치수 분석을 위해 2010년 제6차 한국인 인체치수 조사¹⁹⁾ 데이터에서 본 연구의 55호칭 신체치수정보 평균값(허리둘레 66cm, 영덩이둘레 91cm)에 해당하는 18~49세 성인여성 30명을 분석 대상으로 선정하였으며 대상자들의 배꼽수준허리둘레 평균과 배둘레 평균은 70.5cm, 77.2cm이었다<표 11>. 따라서 스커트의 약 5%는 신체 허리둘레 위치에 착용하는 디자인이며 25%는 배꼽수준허리둘레 부근에 위치하는 디자인, 75%는 배둘레에 위치하는 디자인으로 볼 수 있다. 허리선 내림량에서도 같은 결과를 확인할 수 있는데, 허리선

<표 10> 타이트스커트 부위별 비율 및 예상 치수(cm)

구분	통계량	평균	표준 편차	최소값	최대값	5%	25%	75%	95%
엉덩이너비:허리너비		0.80	0.04	0.67	0.89	0.73	0.77	0.84	0.87
엉덩이너비:총장		1.40	0.24	1.00	2.37	1.08	1.22	1.56	1.84
엉덩이너비:밑단너비		0.99	0.07	0.83	1.23	0.86	0.94	1.03	1.10
엉덩이너비:벨트너비		0.12	0.03	0.04	0.23	0.07	0.10	0.14	0.18
엉덩이너비:허리선내림		0.10	0.05	0.00	0.24	0.02	0.07	0.13	0.18
제품 치수 (계산)	허리둘레	73.0	4.0	61.0	81.0	66.4	70.1	76.4	79.2
	스커트길이*	45.3	7.8	32.3	76.5	34.9	39.4	50.4	59.4
	허리선-밑단길이**	48.4	7.5	34.5	76.5	38.3	42.6	53.3	62.2
	스커트밑단둘레	89.7	6.6	75.5	111.9	78.3	85.5	93.7	100.1
	벨트너비*	4.0	1.1	1.2	7.5	2.2	3.4	4.6	5.8
	허리선 내림량*	3.1	1.5	0.0	7.8	.7	2.2	4.2	5.7

*엉덩이둘레(91cm)를 엉덩이너비로 환산한 후 비를 곱한 치수임 **허리에서 스커트밑단까지 계산한 값임

<표 11> 허리둘레 26인치, 엉덩이둘레 36인치 대상자들의 신체치수

치수(mm)	부위	허리둘레	배꼽수준 허리둘레	배둘레	엉덩이둘레
평균(n=30)		662	705	772	912

내림량의 최소, 5%, 25%, 75%, 95%, 최대가 각각 0.0cm, 0.7cm, 2.2cm, 4.2cm, 5.7cm, 7.8cm로 나타나 5%이하가 내림량이 거의 없는 허리선위치, 25%가 2cm 내외 내린 디자인으로 배꼽수준허리둘레선 위치, 75%가 4.2cm 내린 위치로 볼 수 있다. 한편 벨트너비는 5%, 25%, 75%, 95%의 크기가 2.2cm, 3.4cm, 4.6cm, 5.8cm로 약 50%가 3~4cm 내외이며 약 5%가 5cm 이상이었다.

2) 스커트형태 특성에 따른 각 부위별 비율과 예상치수 비교

(1) 스커트길이 구분에 따른 부위별 비율과 예상치수 비교

제품정보조사 결과에 따라 구분된 마이크로미니, 미니, 내추럴라인, 미디 집단의 부위별 비율과 치수를 비교하였다. <표 12>에서 스커트길이 집단에 따라 유의적 비율차이를 보인 부위는 스커트길

이와 밑단너비(밑단둘레)이었다. 스커트길이 집단별 비율평균은 마이크로미니 1.13, 미니 1.25, 내추럴라인 1.56, 미디 1.88이었고 허리선내림량을 포함한 허리선밑단길이의 평균은 마이크로미니 39.3cm, 미니 43.6cm, 내추럴라인 53.4cm, 미디 60.7cm이었다. 엉덩이너비에 대한 스커트길이의 비율로 실루엣특성을 파악하면 마이크로미니와 미니의 비율은 약 1:1.1과 1:1.3 비율의 정사각형에 가까운 실루엣을 보였고 내추럴라인과 미디는 1:1.6과 1:1.9 비율의 길쭉한 직사각형 실루엣을 보였다. 길이집단별 밑단너비 비교에서도 같은 경향을 보여 마이크로미니와 미니의 비율평균이 1.00, 1.01로 내추럴라인과 미디의 0.96과 0.95보다 유의적으로 컸으며 치수를 비교하면 마이크로미니와 미니가 91.2cm, 91.5cm, 내추럴라인과 미디가 87.7cm, 86.6cm로 4~5cm 차이를 보였다. 조사대상의 34.2%가 세미타이트 스커트였으나 밑단둘레평균이 생각보다 크지

않게 나타난 것은 신축성 소재 스커트가 34.2% 분포하였기 때문으로 해석할 수 있다.

(2) 스커트 실루엣 구분에 따른 부위별 비율과 예상치수 비교

제품정보조사 결과에서 기본타이트와 세미타이트의 2가지 실루엣이 조사되었으므로 실루엣에 따른 부위별 비율과 치수를 비교하였다. <표 12>에서 실루엣집단 간 유의적 비율차이와 치수차이를 나타낸 부위들은 스커트길이, 밀단너비(밀단둘레), 허리선내림량이었다. 기본스커트는 엉덩이너비에 대한 스커트길이 비율이 1:1.46으로 황금비율인 2:3에 가까운 비율이었고 밀단너비 비율은 1:0.95로 유사해 길쭉한 직사각형 실루엣 특성을 보였으며 허리선내림량은 0.09로 세미타이트 스커트보다 유의적으로 작았다. 부위별 치수평균은 허리내림량이 포함된 허리선밀단길이가 49.9cm, 밀단둘레가 86.3cm, 허리선내림량이 2.9cm이었다. 반면 세미타이트는 엉덩이너비에 대한 스커트길이 비율이 1: 1.30으로 기본타이트보다 짧은 직사각형 실루엣

이었고 밀단너비비율이 1:1.06으로 약간 퍼지는 경향을 보였으며 허리선내림량 비율은 0.11로 기본타이트보다 조금 더 내려온 허리선이었다. 허리선 밀단길이 평균은 45.6cm, 밀단둘레 평균은 96.4cm, 허리선내림량은 3.5cm이었다.

(3) 스커트길이와 밀단너비의 상관관계 분석

스커트길이나 형태에 따라 스커트길이와 밀단너비 및 허리선내림량이 유의적 차이를 보였으므로 관계를 보다 구체적으로 분석하기 위해 비율 간 상관관계를 분석하였다. <표 13>에서 유의적 상관관계가 나타난 부위는 허리선내림량과 허리너비가 0.227로(p<0.01) 정적상관을 보였고 총장과 밀단너비, 총장과 허리선내림량이 각각 -0.286로(p<0.001), -0.245로(p<0.005)로 부적상관을 보였다. 허리선을 내릴수록 허리너비가 커지는 것은 당연한 결과이나 총장과 밀단너비 및 총장과 허리선내림량의 부적상관은 제품정보에서 미니나 마이크로 미니에서 세미타이트 실루엣이 많았던 결과와 같은 맥락으로 스커트길이가 짧은 경우 밀단너비가

<표 12> 타이트스커트 길이와 실루엣에 따른 부위별 비율 비교

구분	비율 및 치수	스커트 길이*				F	실루엣		
		MM (n=23)	M (n=161)	NL (n=120)	MD (n=26)		기본 (n=217)	세미타이트 (n=113)	
엉덩이너비:허리너비	0.81	0.80	0.80	0.81	0.764	0.80	0.81	-0.901	
엉덩이너비:총장	1.13 ^a	1.25 ^b	1.56 ^c	1.88 ^d	358.241 ^{***}	1.46	1.30	5.693 ^{***}	
엉덩이너비:밀단너비	1.00 ^b	1.01 ^b	0.96 ^a	0.95 ^a	11.179 ^{***}	0.95	1.06	-19.200 ^{***}	
엉덩이너비:벨트너비	0.12	0.12	0.13	0.12	0.356	0.12	0.12	0.627	
엉덩이너비:허리선내림	0.09	0.10	0.09	0.09	1.921	0.09	0.11	-3.530 ^{***}	
제품치수	허리둘레	73.7	73.1	72.7	73.6	0.764	72.9	73.3	-0.901
	스커트길이	36.4 ^a	40.3 ^b	50.5 ^c	60.7 ^d	358.307 ^{***}	47.0	42.1	5.693 ^{***}
	허리선밀단길이*	39.3 ^a	43.6 ^b	53.4 ^c	63.5 ^d	413.955 ^{***}	49.9	45.6	5.151 ^{***}
	스커트밀단둘레	91.2 ^b	91.5 ^b	87.7 ^a	86.6 ^a	11.184 ^{***}	86.3	96.4	-19.208 ^{***}
	벨트너비	3.9	3.9	4.1	4.0	0.356	4.0	3.9	0.627
	허리선내림량	2.9	3.3	2.9	3.1	1.921	2.9	3.5	-3.530 ^{***}

*허리에서 스커트밀단까지 계산한 값임. *** p<0.001. 알파벳은 Duncan t-test결과이며 a<b<c임

<표 13> 부위별 비율의 상관관계 분석

부위	부위	허리너비	총장	밑단너비	벨트너비	허리선내림
허리너비	1	-0.046	0.017	0.066	0.234***	
총장	-0.046	1	-0.286***	0.109	-0.245***	
밑단너비	0.017	-0.286***	1	-0.075	0.103	
벨트너비	0.066	0.109	-0.075	1	0.046	
허리선내림	0.234***	-0.245***	0.103	0.046	1	

***는 0.001수준(양쪽)에서 유의함

<표 14> 스커트길이 회귀식 분석

부위	계 수		t
	B	표준오차	
상수	77.057	5.538	13.915***
밑단둘레	-0.314	0.062	-5.075***
허리내림량	-1.142	-0.271	-4.206***

<표 15> 브랜드 카테고리 집단별 각 부위의 비율과 계산치수 비교

구분	브랜드존	Career (n=30)	Woman Career (n=60)	Young Basic (n=33)	Young Character (n=207)	F
영덩이너비:	허리너비	0.81	0.80	0.80	0.80	0.834
	총장	1.48 ^a	1.43 ^a	1.62 ^b	1.37 ^a	9.806***
	밑단너비	0.93 ^a	0.98 ^b	0.97 ^b	1.00 ^b	5.935**
	벨트너비	0.13	0.11	0.12	0.13	1.796
	허리선내림	0.05 ^a	0.08 ^b	0.06 ^a	0.11 ^c	23.184***
제품 치수 (계산)	허리둘레	74.0	72.6	72.4	73.1	0.834
	스커트길이	47.7 ^a	46.2 ^a	52.4 ^b	44.2 ^a	9.810***
	허리선밑단길이*	49.3 ^a	48.9 ^a	54.1 ^b	47.7 ^a	5.807**
	스커트밑단둘레	84.9 ^a	88.8 ^b	88.3 ^b	90.6 ^b	5.937**
	벨트너비	4.1	3.6	3.8	4.1	1.796
	허리선 내림량	1.6 ^a	2.7 ^b	1.8 ^a	3.5 ^c	23.184***

+허리에서 스커트밑단까지 계산한 값임. ** p<0.01, *** p<0.001. 알파벳은 Duncan t-test결과이며 a<b<c임

<표 16> 브랜드 타겟연령에 따른 각 부위의 비율과 치수 비교

구분	타겟연령	20-25세 (n=59)	26-30세 (n=60)	20-30세 (n=152)	26-35세 (n=42)	20-40세 (n=12)	F
영덩이너비:	허리너비	0.79	0.81	0.80	0.80	0.81	0.998
	총장	1.39	1.43	1.38	1.41	1.56	2.238
	밑단너비	0.99 ^b	0.98 ^b	1.00 ^b	0.98 ^b	0.92 ^a	4.795**
	벨트너비	0.13 ^b	0.13 ^b	0.12 ^{ab}	0.11 ^{ab}	0.11 ^a	2.336 ^a
	허리선내림	0.09 ^{bc}	0.09 ^b	0.11 ^c	0.08 ^{ab}	0.06 ^a	8.733***
제품 치수	허리둘레	72.3	73.7	72.9	73.2	73.3	0.998
	스커트길이	45.0	46.1	44.6	45.5	50.3	2.239
	허리선밑단길이*	1.49	1.51	1.49	1.49	1.62	1.298
	스커트밑단둘레	89.7 ^b	89.1 ^b	90.8 ^b	89.2 ^b	84.0 ^a	4.797**
	벨트너비	4.3 ^b	4.2 ^b	3.9 ^{ab}	3.7 ^{ab}	3.5 ^a	2.336 ^c
	허리선 내림량	3.0 ^{bc}	2.8 ^b	3.6 ^c	2.6 ^{ab}	2.0 ^a	8.733***

+허리에서 스커트밑단까지 계산한 값. * p<0.05, *** p<0.001. 알파벳은 Duncan t-test결과이며 a<b<c임

더 넓고 허리선내림량이 더 많은 특성을 보여주는 결과이다. 이런 부적상관을 회귀식으로 분석하여 부위 간 관계를 정량화하여 쉽게 예상할 수 있도록 하였다. 회귀모형의 F값은 24.182로 $p < 0.0001$ 수준에서 유의적이며 회귀식의 계수는 <표 14>와 같다. 이러한 특성은 스커트의 활동성보다는 디자인특성으로 해석할 수 있다. 왜냐하면 활동편의를 위해 밀단둘레를 넓히는 것은 짧은 스커트보다 긴 스커트에서 더 필요하기 때문이다. 따라서 짧은 스커트의 경우 경쾌하고 귀여운 이미지를 위해 밀단이 살짝 퍼지는 실루엣을 구성하였다고 볼 수 있다. 더불어 총장과 허리선내림량의 부적상관도 디자인 특성으로 해석할 수 있으며 짧은 스커트일 수록 과감하게 허리선을 내린 디자인이 많음을 알 수 있다.

3) 브랜드 특성에 따른 부위별 비율과 예상치수 비교

(1) 브랜드 카테고리 집단에 따른 부위별 비율과 예상치수 비교

스커트제품 브랜드들의 브랜드 카테고리 정보는 커리어, 우먼커리어, 영베이직, 영캐릭터의 4가지였으며 브랜드 카테고리에 따른 타이트스커트 부위별 비율특성의 차이를 비교분석한 결과는 <표 15>와 같다.

브랜드 카테고리에 따라 유의차를 보인 부위는 스커트길이, 허리선밀단길이, 밀단너비(밀단둘레), 허리선내림량이었으나 밀단너비의 차이는 뚜렷하지 않았다. 영베이직은 스커트길이 비율이 1:1.62로 가장 긴 직사각형 실루엣 특성을 보였고 허리선내림량은 2cm미만으로 기본스타일 특성을 보였다. 다음으로 영캐릭터는 허리선내림량이 3.5cm로 가장 컸고 스커트길이 비율이 1:1.37로 가장 짧아 짧은 직사각형 실루엣이었다. 커리어는 스커트길이 비율이 1.48로 영캐릭터 다음으로 짧은 직사각형 실루엣이었고 허리선내림량은 영베이직과 마

찬가지로 가장 적었다. 우먼커리어의 스커트길이 비율은 1.43으로 커리어나 영캐릭터처럼 짧은 편에 속하나 셋 중 가장 긴 편이었고 허리선내림량은 중간정도로 커리어나 영베이직보다 크고 영캐릭터보다 적었다.

(2) 타겟연령 집단에 따른 부위별 비율과 예상치수 비교

브랜드 타겟연령 정보를 바탕으로 20대 전반, 20대 후반, 20대, 25~35세, 20~40세의 5개 집단으로 구분하여 스커트 구성부위별 비율특성과 치수 차이를 비교하였으며 그 결과는 <표 16>과 같다. 유의적 차이를 보인 부위는 밀단너비, 벨트너비, 허리선내림량이었으며 브랜드 카테고리에 따라 스커트길이도 달라졌던 것과 달리 타겟연령에 따른 스커트길이 차이는 없었다. 타겟연령이 20~40대로 광범위한 집단이 다른 집단에 비해 밀단너비, 벨트너비, 허리선내림량이 모두 작아 기본형 타이트스커트의 특성에 가까웠다. 20대 전반이나 후반 또는 20대에 국한된 브랜드는 벨트너비와 허리선내림량의 특성이 뚜렷해 벨트너비와 허리선내림량이 각각 4cm 내외, 3cm 이상으로 가장 컸다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 인터넷판매는 타이트스커트의 제품 정보와 부위별 비율을 조사하고 이를 바탕으로 타이트스커트의 실루엣특성을 파악하며 나아가 스커트형태나 브랜드특성별로 실루엣차이를 비교하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 2013년 판매된 47개 브랜드 제품 330개를 조사하였다.

먼저 제품정보 분석결과를 살펴보면, 인터넷 판매 타이트스커트의 브랜드 카테고리는 영베이직, 영캐릭터, 커리어, 우먼커리어의 4가지로 나타났고 메인타겟 연령은 20~40대에 퍼져있었으나 20대가

타겟인 브랜드가 압도적으로 많았고 특히 20대 전 반이나 후반으로 한정된 브랜드도 있어 인터넷 판매 패션제품이 20대 집중되어 있음을 다시 한 번 알 수 있었다.

이에 따라 스커트길이는 마이크로미니와 미니가 50% 이상이었으며 내추럴라인과 미디는 36.4%, 7.9% 뿐이었다. 스커트 실루엣은 기본 타이트가 세미타이트보다 많았으나 기본타이트는 미니와 내추럴라인의 분포가 유사한 반면 세미타이트는 미니가 압도적으로 많아 차이를 보였다. 스커트 소재는 폴리에스터가 가장 많았고 혼합성분으로는 신축성 소재인 폴리우레탄이 가장 많았다.

스커트 호칭표기는 대부분 55호칭을 사용했다. 55호칭이나 허리둘레치수를 표시한 호칭은 소비자들에게 익숙하거나 착용가능성을 쉽게 짐작할 수 있으나 그 외 호칭들은 제품치수정보를 통해 착용가능성을 확인하여야 한다. 그러나 같은 호칭이라도 브랜드에 따라 허리둘레나 엉덩이둘레가 10cm 이상 차이난기 때문에 치수선택의 혼란을 야기하고 반품문제의 원인이 되고 있는 상황이었다. 특히 스커트들의 허리선위치는 디자인에 따라 다양하였고 로우웨이스트 스타일 특성이 강했으나 이에 대한 정보도 전무한 상황이었다. 로우웨이스트 제품은 허리둘레치수가 커지나 그 증가량을 소비자가 직접 예측할 수 없기 때문에 신체치수와 제품치수를 함께 표기하는 등 로우웨이스트 특성을 알 수 있는 정확한 정보가 필요하다고 하겠다.

또한 스커트길이는 실루엣과 스커트디자인 특성을 결정짓는 매우 중요한 정보로 간접착용 구매 환경에서 치수적합성을 확인하기 위해 반드시 정확한 정보가 필요한 부위이다. 그러나 50% 미만만이 길이 정보를 제공할 뿐 아니라 부위별 비율로 계산한 예상 스커트길이와 큰 차이를 보여 정확성이 떨어지는 상황이었다. 더불어 신축성 소재의 비율이나 신장율에 관한 정보도 전무하기 때문에 제품치수에 미치는 신축성소재의 영향을 이해하기

힘든 상황이었다. 따라서 소비자들이 스커트의 디자인특성과 치수적합성을 쉽게 이해하도록 돕기 위해서는 신체치수와 제품치수를 포함해 허리선위치나 신축성 소재특성 등 정확한 정보가 제공되어야 할 것이다.

2013년 인터넷 판매 타이트스커트의 부위별 비율과 예상치수 분석결과를 보면, 스커트길이는 1:1의 정사각형 실루엣부터 1:2의 길쭉한 직사각형 실루엣까지 다양하였고 로우웨이스트 특징이 강해 상위 5%만 허리선 위치였고 대체로 배꼽수준허리둘레 또는 배둘레에 착용하는 스타일이었다.

스커트길이와 밑단너비 및 허리선내림량은 스커트형태나 브랜드특성에 따라 차이를 보였다. 스커트길이에 따라 마이크로미니와 미니는 1:1.1~1:1.3의 비율로 정사각형에 가까운 실루엣이었고 내추럴라인과 미디는 1:1.56, 1:1.88로 긴 직사각형 실루엣이었다. 또한 기본타이트가 세미타이트보다 스커트길이가 길고 밑단이 좁으며 허리내림량이 작아 일자형 직사각형 실루엣 특성을 보였으며 특히 스커트길이 비가 1: 1.46으로 2:3의 황금비율과 유사하였다. 세미타이트의 길이 비는 1:1.3으로 짧은 편이었고 명칭에서 예상할 수 있듯이 밑단이 넓었고 허리선내림량도 3cm 이상으로 컸다. 또한 브랜드 카테고리에 따라 스커트길이와 허리선내림량의 차이가 뚜렷해 영배이직은 스커트길이가 가장 길고 허리선내림이 적은 기본 스타일, 영캐릭터는 허리선내림량이 가장 많고 스커트길이가 가장 짧은 스타일, 커리어와 우먼커리어는 스커트길이가 짧은 편이었고 허리선내림량도 작거나 중간 정도였다. 타겟연령에 따라서는 스커트길이의 차이는 크지 않았고 허리선내림량과 벨트너비의 차이가 뚜렷했다. 타겟연령이 20-40대로 넓은 브랜드는 허리선내림량과 벨트너비가 좁아 기본형 스타일, 20대로 국한된 브랜드는 허리선내림량과 벨트너비가 모두 큰 스타일이었다.

2013년 타이트스커트 실루엣 특성을 정량화하

기 위해 스커트길이, 밑단너비 및 허리선내림량의 관계를 객관적으로 분석한 결과, 스커트길이는 $77.057+(\text{밑단둘레} * -0.314)+(\text{허리선내림량} * -1.142)$ 로 분석되었다. 밑단둘레와 허리선내림량 및 스커트길이의 관계를 객관적으로 예측함으로써 디자인 및 패턴제작 시 기준으로 활용할 수 있을 것으로 본다. 또한 길이비율을 객관적 참고자료로 활용하기 위해 치수로 환산한 결과, 마이크로미나가 36cm, 미니가 40cm, 내추럴라인이 50cm, 미디가 60cm로 구분되었다.

이상과 같이 본 연구는 인터넷 판매 타이트스커트의 부위별 비례분석을 통해 실루엣 특성을 파악하고 브랜드 특성에 따른 실루엣 차이를 객관적으로 확인함으로써 디자인감성을 정량적 치수로 이해하는 동시에 타이트스커트 디자인과 패턴개발에 직접 활용할 수 있는 참고자료를 제공하는 데 그 의의가 있다고 하겠다. 더불어 제품치수정보의 문제점을 밝힘으로써 치수정보 개선방안 연구의 필요성을 나타냈다. 나아가 실제 판매되는 의류제품의 실루엣 특성을 객관적으로 분석하는 연구방법을 시도함으로써 디자이너와 패턴개발자의 감성과 노하우 영역에 대한 객관적 분석의 가능성을 제시했다고 하겠다. 앞으로 디자인감성을 객관적 비율로 분석하는 연구가 지속되고 자료가 축적된다면 다양한 실루엣에 대한 특성파악과 부위별 비율의 참고기준으로 활용될 수 있기 때문에 샘플개발의 시행착오를 줄여 경제적, 시간적 효율증대로 이어질 수 있을 것이다. 다만 본 연구는 인터넷 판매 타이트스커트를 대상으로 마케팅에 착용한 상태에서 비율을 측정하였으므로 스커트제품의 실제 치수와 차이가 있을 수 있다. 또한 스커트 실루엣 특성에 관한 소비자들의 실질적인 선호를 포함하지 않았으므로 추가 연구를 통해 그 관계를 보다 명확히 분석할 필요가 있다고 하겠다.

참고문헌

- 1) 이형숙, 남윤자 (2001). 여성복 구성, 서울: 교학연구사, p.238.
- 2) 오지은 (2013. 11). 클래식 미디스커트 캐주얼하게 즐겨라, 네이버 매거진캐스트. 자료검색일 2013. 12. 20 http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=1430&contents_id=40891
- 3) 기희숙, 서미아 (1994). 성인 여성의 스커트 디자인 선호에 관한 연구, 복식문화연구, 2(1), pp.123-143.
- 4) 이영주, 최경숙 (2010). 스커트 형태에 따른 남녀 대학생의 이미지 평가. 한국의류산업학회지, 12(5), pp.626-632.
- 5) 이정순, 한경희 (2010). 플레이어 스커트의 플레이어양과 스커트 길이 변화에 따른 시각적 이미지, 패션비즈니스, 14(2), pp.127-137.
- 6) 이정순, 김정미 (2008). 미니스커트의 실루엣과 길이 변화에 따른 시각적 평가, 패션비즈니스, 12(4), pp.143-157.
- 7) 이명희 (2010). 개더스커트의 시각적 이미지에 의한 형상평가, 한국의류산업학회지, 12(2), pp.214-218.
- 8) 김경희, 이정순 (2009). 플리츠 스커트의 플리츠 수와 스커트길이 변화에 따른 시각적 효과. 패션비즈니스, 13(5), pp.81-92.
- 9) Trend Monitor (2009. 4). 인터넷 쇼핑물 패션제품 구매시 불만 행동과 이용 행태, 트렌드모니터, 자료검색일 2013. 9. 15 http://www.trendmonitor.co.kr/html/01_trend/01_korea_view.asp?BBS=CKOREA&idx=376
- 10) Armstrong, Helen Joseph (2006). *Patternmaking for Fashion Design 4th Edition*, Upper Saddle River: Pearson Education, p.230.
- 11) Lee, Jaecil & Steen, Camile (2013). 의류디자이너를 위한 테크니컬 디자인 지침서, 서울: 시그마프레스, p102.
- 12) 기술표준원 (2010). 제6차 한국인 인체치수 조사사업 치수자료, 기술표준원
- 13) 송지영 (2003). 국내 여성복 브랜드의 세분시장별 활용색과 배색 특성-2000 S/S-2002 F/W를 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp.12-13.
- 14) 이현숙 (1999). 20-30대 여성복 브랜드의 IMF전후 상품기획실태 비교분석, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, p.26.
- 15) 한국산업표준(KS) 규격 KS 0051 성인 여자 의류 규격 (2005). 기술표준원. pp.2-5.
- 16) Armstrong, Helen Joseph. op. cit., p.42.
- 17) 三吉滿智子, 옹혜정, 조영아, 서추연, 최경미 (2002). *복장조형학 이론편 1*, 서울: 교학연구사, pp.337-338.
- 18) 이형숙, 남윤자. 앞의 책, pp.206-207.
- 19) 기술표준원. 앞의 글.

An Analysis of Silhouette Characteristics of Tight Skirts Based on Proportion

- Focusing on the Online Commerce Brand Skirts -

Kang, Yeo Sun

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Duksung Women's University

Abstract

The purpose of this research was to analyze the proportions of the tight skirt silhouette. For this the ratios of the hip width, waist width, hemline width, skirt length, the width of belt and the amount of lowered waist were measured on pictures of 330 tight skirts in 2013. The information of skirt size, brand category, target age, and shape were also researched. There were 4 brand categories of young basic, young character, career, and women's career while the target age was focused on the twenties. Therefore a lot of skirts were mini or micro-mini length, and this amount increased for semi-tight silhouettes. The proportion of skirt length was diverse, but micro-minis and minis shaping square with 1,0-1,3 were statistically different from natural-line and midi shaping rectangle with 1,6-1,9. Brand categories affected the changes in skirt length, hem-line circumference and low-waist amount. Young basic brand skirts appeared to have long rectangle silhouettes with a basic waist line, while young character brand skirts had short and low-waist silhouettes with a slightly wide hem-line. The belt width targeting twenties was the widest, and it became narrow as the ranges got older and wider. Almost all skirts reported the size information, but only 18,5% were practical sizes and they were very different even though their size designations were the same. This made it difficult for consumers to select a suitable size for their body. Therefore the size information about suitable body size and practical skirt sizes should be opened to consumers.

Key words: tight skirt silhouette, proportion of skirt length, proportion of skirt width, tight skirts sold online, size information