

20대 성인 여성의 스키니 진 착용 실태 조사

최세린 · 도월희[†]

전남대학교 의류학과/전남대학교 생활과학연구소

A Study on the Wearing Condition of Skinny Jeans of 20's Women

Se-Lin Choi and Wol-Hee Do[†]

Dept. of Clothing and Textiles/Research Institute of Human Ecology, Chonnam National University, Gwangju, Korea

Abstract : This study examines wearing conditions of skinny jeans for women in their 20's. The study is based on a questionnaire survey. The survey was conducted on 313 Korean 20's women living in Gwangju to analyze wearing dissatisfaction with skinny jeans. The final analysis included 298 responses and the content of the questionnaire consisted of 28 questions. The study used descriptive statistics for analysis using SPSS Statistics 20.0. According to the questionnaire survey, 20's women are the largest group that wear skinny jeans and they have a positive image of them. However, they do not know the exact size for skinny jeans, whereas they are knowledgeable about their general pants size. The results of the survey on the state of wearing dissatisfaction indicate that they think that the difference in size by each brand is the most difficult part when choosing skinny jeans and they felt lower body uncomfortableness in the waist and abdominal positions. It means that size subdivision and pattern development of skinny jeans should be suitable to all lower body types to resolve wearing dissatisfaction. This study represents base data for size subdivision and pattern development of skinny jeans.

Key words : wearing condition(착용 실태), skinny jeans(스키니 진), general pants(일반 팬츠), wearing dissatisfaction(착용 불만족), lower body(하반신)

1. 서 론

첨단 과학 및 IT 산업의 발달에 따라 소비자들의 개인적 취향과 소비 경향이 빠르게 변화하는 가운데, 다리가 길어 보이고 날씬해 보이기를 원하는 20대 여성들 사이의 범세계적인 트렌드는 타이트 핏(tight-fit) 팬츠의 구매 패턴을 오랫동안 지속시키고 있다. 특히, 2005년 시작된 스키니 진의 유행은 청바지 매출을 50% 상승시키고 백화점에서 판매되는 청바지 중 스키니 진의 판매율이 30~40%를 차지하는 등 스키니 진의 급격한 판매율 증가는 '공포의 유행'이라 불렸다('Skinny jeans', 2006). 이후 꾸준히 지속된 스키니 진의 판매율은 2009년 상반기 패션뷰티 온라인 쇼핑몰 D&Shop이 꼽은 매출 1위 아이템으로 선정되었으며('Skinny jeans', 2009), '2014년 여름 가장 완벽하게 소화하고 싶은 패션 아이템'이라는 설문조사에서 신

체 노출이 잦아지는 계절임에도 불구하고 '스키니 진'이 34.4%로 1위를 차지했다('Skinny jeans', 2014). 이렇듯 스키니 진은 날씬하고 이상적인 몸매를 추구하는 변화된 미적 기준에 의하여 의복에 대한 변화된 가치관을 보여주는 상징적인 요소로서, 일반적인 타이트 핏의 스키니 진을 넘어 익스트림 스키니 핏을 유행시키기도 하였다('Ultra super skinny jeans', 2010).

Yim(2011)은 전 세계적인 스키니 진의 유행은 스키니 진의 착용에 대한 소비자들의 자발적인 동의와 꾸준한 구매, 그리고 패션 업계의 경쟁으로 이루어진다고 보고 있으며, 이는 날씬하고 긴 몸매를 추구하는 것과 같이 이상적인 신체 사이즈와 미의 개념에 대한 가치관의 동조가 이루어졌기 때문에 가능하다고 보았다. 또한 Lee(2013)는 강력한 스트레치 소재의 사용으로 활동성이 용이해지면서 스키니 진에 대한 소비자들의 지속적인 호응이 더욱 더 슬림하고 타이트한 형태로까지 변화되었으며, 체형을 보정하여 심미적으로도 우수한 형태 및 가벼운 소재, 다양해진 컬러 등이 특히 유행성에 민감한 20대의 욕구를 잘 반영한 결과라고 보았다. 이와 같이 스키니 진의 지속적인 진화에 따른 의복의 지나친 밀착력에 대하여 Yim(2011)은 여성의 몸을 구속하는 신중 코르셋이라 하였다.

이 외에도 진펜츠 유형의 경우 실루엣에 따라 '스키니 진', '슬림 진', '스트레이트 진', '벨보텀 진', '와이드 진' 등이 있으며, '스키니 진'의 경우 피부와 같이 밀착감을 가진 청바지리

[†]Corresponding author; Wol-Hee Do

Tel. +82-62-530-1346, Fax. +82-62-530-0146

E-mail: whdo@jnu.ac.kr

본 논문은 석사학위 논문의 일부임.

© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

다리부분까지 꼭 맞는 날씬하고 훌쭉한 라인을 가리키고 ('Skinny jean', 1997), '슬림 진'은 대퇴부에서 단으로 걸쳐 좁아지는 실루엣으로 스트레이트 진보다 날씬하고 스키니 진보다는 여유가 있는 실루엣을 지칭한다('Slim jean', 1997). '스트레이트 진'의 경우 일직선형의 실루엣을 가리키며, '벨보텀 진'은 플레어드형의 일종으로 특히 대퇴부에서 무릎 위 정도까지는 타이트하게 맞고 무릎아래부터 단에 걸쳐서는 극단적으로 퍼지는 실루엣을 말한다('Bell bottom jean', 1997). '와이드 진'은 팬츠 전체적인 실루엣이 여유있는 형태로 폭이 넓은 실루엣을 지칭한다('Wide pants', 1997).

스키니 진을 제외하고도 신축성 소재의 범용성에 따른 타이트 핏 의복 아이템의 개발이 확산되고 있으나, 스키니 진과 같은 타이트 핏 의복 아이템의 경우 착용자가 느끼는 착용감과 치수 적합성 등이 루즈-핏(loose-fit) 의복 아이템보다 일반적으로 만족도가 떨어지기 쉬워 스키니 진의 패턴 설계 시 해당 신체 부위에 대한 체형의 분석이 필요하고 더불어 정확한 신체 치수가 반영되어야 한다(Do, 2003). 그러나 현재 기성복으로 제작되는 스커트 혹은 팬츠 패턴의 경우 인체의 높이치수, 둘레치수 등의 1차원적인 길이정보만을 이용하고 있으며, 이러한 1차원적 정보만을 이용한 패턴은 다양한 인체 형태를 커버하기에 무리가 있고(Cho, 2009), 착용자와 의복의 관계에 있어 피트성에도 영향을 미친다. 따라서 본 연구에서는 타이트 핏의 시판 스키니 진에 대한 20대 여성의 소비자 설문 조사를 실시하여 전반적인 팬츠 착용실태 및 스키니 진의 맞춤새에 대한 불만족도를 알아보고자 한다.

스키니 진의 착용 실태에 관한 선행연구로는 Kim(2003)은 20대 여성의 청바지 착용 실태에 관한 조사를 실시하였으며, Oh and Lim(2012)는 한국과 중국의 청바지 선호 디자인에 관한 연구, Lee(2013)은 남녀 대학생에게서 요구되는 스키니 팬츠의 착용감, Hong and Ha(2014)는 SPA 온라인 쇼핑몰을 통한 진 팬츠 구매 실태 연구로, 주로 진 팬츠에 관한 연구는 많이 진행되었으나, 그 중 맞춤새 및 착용감에 가장 영향을 미치는 스키니 진의 착용 실태 및 착용 불만족도에 관한 논문은 미비한 실정이었다. 따라서 본 연구에서는 국내 20대 여성의 스키니 진 착용 실태 및 착용 불만족도에 대하여 설문조사를 실시하여, 치수 적합성 및 맞춤새 향상을 위한 스키니 진의 치수체계 및 패턴 개발의 기초자료의 제공을 목적으로 한다.

Table 1. Classification of survey contents

Variable	Item	
General data	Marriage, Age, Occupation, Pants size	
Actual state of wearing	General pants	Purchasing place, Wearing types, Appropriate pants image
	Skinny jeans	The number of pants, The number of wearing, Wearing period, Something important for purchasing, Material, Length of crotch, Wearing belt
Fitness evaluation for skinny jeans	Size	Match of label size and body size, Difference for each brand sizing system
	Fitness	Waist, Abdominal, Hip, Thigh, Knee
	Movement	Hemline, Length, Length of crotch, Shape of crotch line

2. 연구 방법

본 연구는 20대 여성의 스키니 진 착용실태 및 착용감 불만족도를 알아보기 위하여 20대 여성을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 회수된 설문지 총 313부 중 응답이 불완전한 설문지 15부와 기혼에 응답한 8명을 제외하고 290부를 분석 자료로 사용하였으며, 이는 기혼여성의 설문 응답률이 매우 저조할 뿐 아니라 기혼여성이 미혼여성과는 다소 차이가 있을 수 있어 보다 명확한 분석을 위하여 분석에서 제외하였다. 설문조사 대상 및 내용으로는 2014년 6월부터 2014년 7월까지 광주지역에 거주하는 20대 성인 여성을 대상으로 실시하였으며, 일반 진 팬츠의 착용실태와 스키니 진의 착용실태 및 맞춤새, 착용 만족도에 대하여 조사하고자 하였다. 설문 내용은 문헌연구 및 예비 조사를 기초로 작성하였으며, 설문조사의 구체적 내용은 Table 1과 같다.

인구 통계학적 문항과 응답자의 팬츠 사이즈를 포함한 일반적인 사항 4문항, 일반 진 팬츠의 착용실태에 관한 문항 3문항, 스키니 진의 착용실태에 관한 문항 10문항, 스키니 진의 맞춤새에 관한 문항 11문항, 총 28문항으로 구성하였다. 주로 착용하는 팬츠 및 주어진 단어 이미지에 적합한 팬츠 선정에 제시된 팬츠 종류는 선행연구를 바탕으로 선택하여 제시하였으며(Choi, 2008), 수집된 290부의 설문지에 대하여 자료 분석을 위해 통계패키지 SPSS Statistics 20.0을 사용하였으며, 빈도, 백분율, 평균 등 기술통계 분석을 통하여 전반적인 착용 실태 및 착용 불만족도를 조사하였다.

3. 결과 및 논의

3.1. 응답자 일반 사항

광주에 거주하는 20대 여성을 대상으로 시행한 설문조사 결

Table 2. General details of questionnaire survey target (N=290)

Questions	Division	N	%
Marital status	Single	290	100.0
	Student	224	77.2
Occupation	Office worker	51	17.6
	Others	15	5.2

과 응답자 일반 사항은 Table 2와 같다. 응답자는 모두 연구 대상에 포함된 20대 여성이며, 미혼여성과 기혼여성은 다소 차이가 있을 것으로 사료되어 미혼여성으로 제한하여 분석하였다. 응답자의 직업은 224명(77.2%)이 ‘학생’으로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 ‘직장인’ 51명(17.6%), ‘기타’ 15명(5.2%)의 응답률을 보였다.

일반 진 팬츠와 관련하여 착용 팬츠 치수 인지도에 대한 결과는 Table 3과 같으며, 90.7%(263명)이 ‘알고 있다’고 응답하여 20대 여성의 대부분이 본인의 착용 팬츠 사이즈를 인지하고 있음을 확인할 수 있었다. 본인의 팬츠 치수를 인지하고 있는 응답자를 대상으로 ‘문자형’, ‘숫자형(inch)’, ‘숫자형(구호칭)’의 연구자가 세부적으로 구분한 세 유형의 치수체계에 대한 본인 팬츠 사이즈를 중복하여 조사한 결과 ‘문자형’에 249명(85.9%), ‘숫자형(inch)’에 256명(88.3%), ‘숫자형(구호칭)’에 242명(83.4%)이 각각의 유형에 대하여 본인 사이즈를 인지하고 있음을 확인할 수 있었다. 이로써 20대 여성의 80% 이상인 대다수가 자신이 착용하는 팬츠 사이즈에 대하여 인지하고 있으며, 특히 ‘숫자형(inch)’으로 표기된 사이즈 표기법에 대하여 가장 많이 인지하고 있는 것으로 나타나 이는 현재 캐주얼 기성복 시장에서 판매되는 팬츠 사이즈 표기법이 주로 ‘숫자형(inch)’에 따르는 것으로 사료된다.

응답자의 치수 표기 유형별 팬츠 사이즈 분포율은 Table 4와 같으며, ‘문자형’에서는 M>S>L 순으로 M 35.6%(106명), S 28.5%(85명), L 13.4%(39명)으로 나타났고, 이 외에도 XS 5.4%(16명), XL 0.7%(2명), XXL 0.3%(1명)으로 나타났다.

‘숫자형(inch)’에서는 27>26>28>25 순으로 27inch 27.5%(82

명), 26inch 24.5%(73명), 28inch 12.1%(36명), 25inch 10.7%(32명)로 나타났으며, 문자형의 결과와 동일하게 문자형에서 가장 많이 분포한 M 사이즈에 속하는 27inch와 26inch 및 28inch의 분포가 가장 높게 나타났고 그 다음으로 높은 순위를 나타내었던 S 사이즈에 속하는 25inch의 높은 빈도를 확인할 수 있었다. 이 외에도 29inch 8.4%(25명), 24inch 2.4%(7명), 30inch 0.7%(2명)의 결과를 확인할 수 있었다.

‘숫자형(구호칭)’에서는 55>66>44의 순서로 분포율을 보였으며, 55가 48.3%(144명), 66이 19.1%(57명), 44가 11.4%(34명), 마지막 77이 3%(7명)의 분포를 보였다. 이 또한 위 문자형과 숫자형(inch)의 결과와 비슷한 결과로 M 사이즈 혹은 27inch, 26inch의 55사이즈의 빈도가 가장 높은 것을 확인할 수 있었다.

이로써 세 유형의 사이즈 분포율을 통하여 20대 여성들에게 있어 문자형 M, 숫자형(inch) 27inch와 26inch, 숫자형(구호칭) 55사이즈의 빈도가 가장 높은 것을 알 수 있으며, 세 유형의 비슷한 분포율을 토대로 20대 여성들이 본인 팬츠 사이즈에 대하여 비교적 정확한 인지도를 보이고 있음을 확인할 수 있었다.

‘문자형’, ‘숫자형(inch)’, ‘숫자형(구호칭)’의 세 가지 치수표기 방법에 있어, 응답자를 대상으로 각 표기방법의 관계의 인지도를 좀 더 자세히 분석하였으며, 본 결과는 Table 5와 같다. 세 가지의 치수표기 방법 중 가장 인지도가 높은 ‘숫자형(inch)’의 표기방법을 기준으로 인치별 각 치수에 대응하는 문자 및 구호칭의 치수를 살펴본 결과, ‘24inch’로 응답한 총 6명의 응답자 중 4명(66.7%)이 문자형 ‘XS’, 2명(33.3%)이 ‘S’에 각각 응답하였으며, 숫자형(구호칭)으로는 5명(88.3%)이 ‘44’, 1명(16.7%)이 ‘55’에 응답하였다. ‘25inch’의 경우 총 33명의 응답자 중 문자형 ‘XS’과 ‘S’에 각각 9명(27.2%), 24명(72.7%), 구호칭은 ‘44’와 ‘55’에 각각 14명(42.4%), 18명(54.5%)가 응답하였고 1명은 구호칭에 대하여 인지하고 있지 않았다. ‘26inch’의 팬츠를 착용하는 응답자는 문자형의 경우 ‘XS’, ‘S’, ‘M’, ‘L’에 각각 4명(5.4%), 43명(58.1%), 21명(28.4%), 3명(4.1%)가 응답하였으며 3명은 문자형에 대하여 응답하지 않았고, 구호칭의 경우 ‘44’, ‘55’, ‘66’ 호칭에 각각 13명(17.6%), 56명(75.7%), 4명(5.4%)과 1명은 무응답으로 나타났다. 인치를 통한 치수표기 방법 중 가장 높은 빈도를 보인 ‘27inch’의 경우 문자형 ‘S’, ‘M’, ‘L’ 호칭에 각각 13명(16.0%), 61명(75.3%), 3명(3.7%), 무응답 4명(5.0%), 구호칭

Table 3. Perception of pants size (N=290)

Questions	Division	N	%
Perception of pants size	Know	263	90.7
	Do not know	27	9.3
Lettered type	Know	249	85.9
	Do not know	41	14.1
Numeric type (inch)	Know	256	88.3
	Do not know	34	11.7
Numeric type (old size)	Know	242	83.4
	Do not know	48	16.6

Table 4. Awareness of size according to size systems

Division(N)	N(%)						
	XS	S	M	L	XL	XXL	
Lettered type (n=249)	16(5.8)	85(29.3)	106(36.6)	38(13.1)	2(0.7)	1(0.3)	
Numeric type(inch) (n=256)	24	25	26	27	28	29	
	6(2.1)	33(11.4)	74(25.5)	81(27.9)	35(12.1)	25(8.6)	2(0.7)
Numeric type(old size) (n=242)	44		55		66		77
	34(11.7)		144(49.7)		56(19.3)		8(2.8)

Table 5. Size by numeric type(inch)

Numeric type (inch)	Lettered type						Numeric type(old size)			
	XS	S	M	L	XL	XXL	44	55	66	77
24 inch(n=6)	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	5(83.3)	1(16.7)	0(0.0)	0(0.0)
25 inch(n=33)	9(27.2)	24(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	14(42.4)	18(54.5)	0(0.0)	0(0.0)
26 inch(n=74)	4(5.4)	43(58.1)	21(28.4)	3(4.1)	0(0.0)	0(0.0)	13(17.6)	56(75.7)	4(5.4)	0(0.0)
27 inch(n=81)	0(0.0)	13(16.0)	61(75.3)	3(3.7)	0(0.0)	0(0.0)	3(3.7)	59(72.8)	13(16.0)	0(0.0)
28 inch(n=35)	0(0.0)	1(2.9)	21(60.0)	10(28.6)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	8(22.9)	23(65.7)	1(2.9)
29 inch(n=25)	0(0.0)	1(4.0)	2(8.0)	20(80.0)	1(4.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(12.0)	16(64.0)	4(16.0)
30 inch(n=2)	0(0.0)	0(0.0)	2(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)

‘44’, ‘55’, ‘66’ 호칭에 각각 3명(3.7%), 59명(72.8%), 13명(16.0%), 무응답 5명(7.5%), ‘28inch’는 문자형 ‘S’, ‘M’, ‘L’에 각각 1명(2.9%), 21명(60.0%), 10명(28.6%), 무응답 3명(8.5%), 구호칭 ‘55’, ‘66’, ‘77’ 호칭에 각각 8명(22.9%), 23명(65.7%), 1명(2.9%), 무응답 3명(8.5%)으로 응답하였다. ‘29inch’의 팬츠를 착용하는 응답자의 경우 문자형 ‘S’, ‘M’, ‘L’, ‘XL’에 1명(4.0%), 2명(8.0%), 20명(80.0%), 1명(4.0%)이 응답하였으며, 무응답은 1명(4.0%)이다. 구호칭의 경우 ‘44’, ‘55’, ‘66’ 호칭에 각각 3명(12.0%), 16명(64.0%), 4명(16.0%)와 무응답 2명(8.0%)로 나타났고, ‘30인치’의 경우 응답자 2명 모두 문자형 ‘M’ 호칭에 응답하였고, 구호칭은 모두 인지하지 않는다고 응답하였다.

위 결과를 종합하여 볼 때, 동일한 인치 치수에 관하여서 문자형의 경우 최대 네가지의 호칭 범위와 구호칭의 경우 최대 세 가지의 호칭의 범위로 치수를 동일시하여 인지하고 있으며, 특히 30inch 호칭의 경우 문자형 ‘M’의 치수표기에 응답되는 결과로 나타났다. 이는 Table 3 결과에 따라 팬츠 치수체계 인지도에 대한 응답률이 90% 이상으로 매우 높은 반면, 각자 동일 인치 치수에 대하여 각각 다른 사이즈로 인지하고 있음을 알 수 있었다. 이는 착용자가 선호하는 핏에 따라 치수 선정시 원하는 호칭의 차이를 유발할 수 있으나, Choi(2013)의 연구에서 제시한 바와 같이 시중에 판매되는 팬츠 제품의 사이즈가 브랜드 및 제조사에 따라 각각 차이가 있음에 따른다고 사료된다.

Table 6. Actual state of wearing pants (N=290)

Questions	Division	N	%
Purchasing place	Department store	35	12.1
	Internet shopping mall	89	30.7
	Outlet	41	14.1
	Special agent	12	4.1
	Roadsied shop	103	35.5
	Home shopping	4	1.4
	Others	6	2.1
Mostly wearing pants type	Skinny jeans	231	79.7
	Slim jeans	39	13.4
	Straight jeans	11	3.8
	Bell-bottom jeans	1	0.3
	Wide jeans	0	0.0
	Others	8	2.8

3.2. 일반 진 팬츠(general jean pants) 착용실태

일반 진 팬츠 및 타이트 핏 팬츠의 착용실태에 대한 응답은 Table 6과 같으며, 팬츠 구입 장소로는 ‘로드샵’이 103명(35.5%)의 응답을 보여 가장 높게 나타났고 ‘인터넷 쇼핑몰’ 89명(30.7%), ‘아웃렛’ 41명(14.1%), ‘백화점’ 35명(12.1%)의 응답을 보여 20대 여성은 팬츠 구매시 ‘백화점’이나 ‘아웃렛’과 같은 큰 유통 시장의 형태가 아닌 ‘로드샵’이나 ‘인터넷 쇼핑몰’과 같은 형태의 유통 시장을 주로 이용하고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 주로 고가의 시즌 신상품을 주로 배치하는

Table 7. Ranking of suitable pants images

Division(N)	N(%)				
	Skinny jeans	Slim jeans	Straight jeans	Bell-bottom jeans	Wide jeans
Comfortable to act	39(13.4)	49(16.9)	44(15.2)	6(2.1)	156(53.8)
Look like slim	204(70.3)	70(24.1)	8(2.8)	12(4.1)	6(2.1)
Look like long legs	150(51.7)	53(18.3)	22(7.6)	59(20.3)	14(4.8)
Reshaping the body	130(44.8)	80(27.6)	27(9.3)	36(12.4)	22(7.6)
Timeless	114(39.3)	106(36.6)	52(17.9)	7(2.4)	13(4.5)

유통 업체에 비해 소비자의 스타일에 적합한 스타일을 배치하는 매장을 중심으로 구입이 이루어지고 있는 것으로 사료된다. 또한 주로 착용하는 팬츠 형태로는 ‘스키니 진’이 231명(79.7%)의 응답으로 다양한 형태의 팬츠 유형 중 가장 높게 나타났다. ‘스키니 진’을 제외한 팬츠 유형으로 ‘슬림 진’이 39명(13.4%)의 결과를 보여 ‘스키니 진’과 ‘슬림 진’을 포함한 타이트한 유형의 팬츠의 선호도가 93.1%로 매우 높게 나타났다. 이외의 ‘스트레이트 진’ 11명(3.8%), ‘벨보텀 진’ 1명(0.3%), 기타 8명(2.8%)의 결과를 보여 최근 대다수의 20대 여성들이 타이트한 진 팬츠를 즐겨 입고 있음을 알 수 있었다.

팬츠의 유형에 따른 20대 여성들의 이미지 인식도를 알아보기 위하여 ‘스키니 진’을 포함하여 ‘슬림 진’, ‘스트레이트 진’, ‘벨보텀 진’, ‘와이드 진’의 대표사진을 보여주고, ‘활동이 편하다’, ‘날씬해 보인다’, ‘다리가 길어 보인다’, ‘체형을 보정해준다’, ‘유행을 타지 않는다’와 같은 각 제시 문항에 가까운 이미지를 1번부터 5번까지 순위를 매기도록 하였다. 그 결과 Table 7과 같다.

먼저 ‘활동하기 편하다’는 항목에 ‘와이드 진’ 53.8%(156명), ‘슬림 진’ 16.9%(49명), ‘스트레이트 진’ 15.2%(44명) 순의 응답률을 보였으며, ‘날씬해 보인다’는 항목에 ‘스키니 진’에서 70.3%(204명)의 가장 높은 응답률과 ‘슬림 진’ 24.1%(70명)의 응답률을 확인 할 수 있었다. ‘다리가 길어 보인다’는 항목 또한 ‘스키니 진’에 51.7%(150명)의 과반수 이상이 응답하였으며, 다음으로 ‘벨보텀 진’ 20.3%(59명), ‘슬림 진’ 18.3%(53명)으로 나타났다. 이 외에도 ‘체형을 보정해 준다’와 ‘유행을 타지 않는다’는 항목에서 각각 동일한 순서로 ‘스키니 진’ 44.8%(130명), 39.3%(114명), ‘슬림 진’ 27.6%(80명), 36.6%(106명), ‘스트레이트 진’ 9.3%(27명), 17.9%(52명)의 응답률을 보였다. 이로써 타이트하지 않는 팬츠의 유형이 활동에 편하지만, 날씬해 보이거나 다리가 길어 보이는 등의 체형을 보정해주는 팬츠 유형으로는 세 항목에서 모두 ‘스키니 진’에 대한 응답률이 가장 높고, 그 다음은 ‘슬림 진’으로 타이트한 유형의 팬츠가 심미적으로 우수한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 유행성과 관련한 문항에서도 타이트한 유형의 팬츠가 빈도율이 높은 것으로 확인되어, 이로써 20대 여성의 대부분은 슬림해 보이고, 다리가 길어보이게 하며, 체형 보정 및 유행성 등의 다양한 이유로 ‘스키니 진’ 및 ‘슬림 진’의 타이트한 팬츠를 주로 착용하는 것을 알 수 있었다.

위의 결과를 종합해 볼 때, 20대 여성의 ‘스키니 진’에 대한 전반적 이미지는 활동성을 제외한 대부분의 항목에서 긍정적으로 형성되어 있음을 확인할 수 있었다. 따라서 최근 20대 여성은 ‘스키니 진’을 주로 착용할 뿐 아니라 ‘스키니 진’ 제품에 대한 인식도 매우 긍정적임을 알 수 있었다.

3.3. 스키니 진(skiny jeans) 착용실태

설문 응답자를 대상으로 스키니 진의 착용실태를 조사한 결과는 Table 8과 같다.

Table 8. Actual state of wearing skinny jeans (N=290)

Questions	Division	N	%
The number of owning pants	1~2	27	9.3
	3~5	144	49.7
	5~10	101	34.8
	Over 10	18	6.2
The number of wearing pants per week	Nothing	11	3.8
	1 day	34	11.7
	2~3 days	100	34.5
	3~4 days	90	31.0
Average wearing period of pants	Over 5 days	55	19.0
	Under 3 months	13	4.5
	3~6 months	63	21.7
	6 months~1 year	81	27.9
Prefer materials of pants	1 year~1 year 6 months	62	21.4
	Over 1 year 6 months	71	24.5
	Cotton 100%	12	4.1
	Cotton spandex	216	74.5
Prefer crotch length	Blended cotton	45	15.5
	Others	17	5.9
	Long crotch length(27cm)	23	7.9
	Middle crotch length(23cm)	110	37.9
Frequency of wearing belt	Short crotch length(21cm)	149	51.7
	Very short crotch length(18cm)	6	2.1
	Others	2	0.7
	Always	9	3.1
Awareness of one's size	Frequently	17	5.9
	Sometimes	57	19.7
	Nothing	207	71.4
Method for choosing size	Exactly know	45	15.5
	Roughly know	227	78.3
	Do not know	18	6.2
	After wearing	213	73.4
The best important body portion for buying pants	Recommendation of clerk	4	1.4
	Recommendation of companion	3	1.0
	Existing size	69	23.8
	Others	1	0.3
The best important body portion for buying pants	Waist	42	14.5
	Hip	54	18.6
	Thigh	117	40.3
	Crotch	19	6.6
	Length	26	9.0
	Calf	26	9.0
Others	6	2.1	

소유하고 있는 스키니 진의 개수에 대하여 응답자의 49.7%(144명)가 ‘3~5벌’이라고 응답하였고, 34.8%(101명)이 ‘5~10벌’을 소유하고 있는 것으로 응답하여 84.5%의 20대 여성 대부분이 3벌 이상의 여러 벌의 스키니 진을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 또한 응답자 전원이 최소 1벌 이상의 스키니 진을 소유하고 있는 것으로 나타나, 20대 여성들에게 있어 스키니 진은 필수적인 패션 아이템으로 꼽을 수 있다고 사료된다. 또한 일주일 동안의 평균 착용 횟수는 ‘2~3일’ 100명(34.5%), ‘3~4일’ 90명(31.0%), ‘5일 이상’ 55명(19.0%)의 순으로 나타난 반면, ‘미착용’에 11명(3.8%), ‘1일’에 34명(11.7%)만의 결과를 보이며 응답자의 과반수가 일주일의 3일 이상 스키니 진을 착용하는 것으로 나타났다.

한 벌당 평균 착용 기간을 살펴보면 ‘6~12개월’에 81명(27.9%)의 가장 많은 응답률을 보였으며, ‘1년 6개월 이상’ 71명(24.5%), ‘1년~1년 6개월’ 62명(21.4%), 응답자의 약 25% 정도는 ‘3~6개월’ 63명(21.7%), ‘3개월 미만’ 13명(4.5%)로 짧은 기간 착용하는 것으로 나타났다. 따라서 스키니 진의 한 벌당 평균 착용 기간은 3개월에서 1년 6개월 이상까지 다양한 범위로 보유하고 있는 것으로 확인되었다.

선호하는 스키니 진의 소재 혼용률로는 ‘면스판’이 74.5%(216명)의 압도적으로 나타났으며, 이는 신체에 딱 붙는 실루엣을 형성하는 타이트 핏 팬츠의 특성에 적합한 결과임을 알 수 있었다.

밑위길이로는 51.4%(149명)이 ‘짧은 밑위(21cm)’, 37.9%(110명)이 ‘중간 밑위(23cm)’, 7.9%(23명)이 ‘긴 밑위(20cm)’ 2.1%(6명)이 ‘매우 짧은 밑위(18cm)’ 기타에 0.7%(2명)의 분포를 보여, 주로 ‘짧은 밑위(21cm)’ 및 ‘중간 밑위(23cm)’를 선호하고 있는 것으로 나타나 착용감을 고려하면서도 심미적으로 우수하도록 너무 길지 않은 밑위를 선호하였다.

또한 응답자의 약 10%인 26명의 응답자가 주로 벨트를 착용하는 것으로 나타났으며, 더욱이 응답자의 45명(15.5%)만이 본인의 타이트 핏 팬츠 치수를 정확하게 인지하고 있는 것으로 나타났다. 227명(78.3%)가 ‘대충 안다’, 18명(6.2%)가 ‘모른다’에 응답하여 Table 3에 제시된 바와 같이 응답자의 90.7%가 본인의 일반 진 팬츠 사이즈에 대하여 인지하고 있다는 결과와 반대로 스키니 진의 정확한 사이즈 인식도는 매우 낮은 실정임을 알 수 있었다.

팬츠 구입 시 사이즈 선택 방법으로 213명(73.4%)이 ‘착용 후 구매’, 69명(23.8%)이 ‘기존의 사이즈 구매’, 4명(1.4%)이 ‘점원 권유 사이즈 구매’, 3명(1.0%)이 ‘쇼핑 동행인의 권유 사이즈 구매’라고 응답하여, 본인이 착용하는 스키니 진의 정확한 사이즈에 대한 20대 여성의 낮은 인지도 결과와 더불어 기존의 제시되는 스키니 진의 사이즈 체계가 소비자들에게 정확하게 인지되지 않았거나 혹은 사이즈 간의 차이가 있어 치수 인지에 대한 혼란이 야기되고 있음을 확인할 수 있었다.

마지막으로 스키니 진의 구입 및 착용에 있어 가장 중요시 되는 신체부위로는 ‘허벅지’ 117명(40.3%), ‘엉덩이’ 54명

Table 9. Dissatisfaction of wearing tight-fit pants (N=290)

Division	Questions	M	SD
Size	Label size is in discord with body size	2.86	.816
	There are distinctions according to tight-fit pants brands	3.80	.886
Fitting	Waist is not fit	3.20	.896
	Abdominal is not fit	3.01	.836
	Hip is not fit	2.92	.881
	Thigh is not fit	2.98	.902
	Knee is not fit	2.60	.797
Activity	Bottom is not suitable	2.78	.820
	Length is not suitable	3.16	1.014
	Crotch length is not suitable	3.00	.886
	Crotch line is not fit so that it makes wrinkles under the crotch	3.13	.878

(18.6%), ‘허리’ 42명(14.5%) 순으로 나타났으며 이 외에도 ‘바지길이’ 26명(9.0%), ‘종아리’ 26명(9.0%), ‘살 부위’ 19명(6.6%), 기타에 6명(2.1%)의 응답률을 보였다. 따라서 20대 여성의 다양한 체형에 적합한 스키니 진 개발을 위하여 스키니 진의 표준화된 치수체계가 필요하며, 이를 위하여 허벅지, 엉덩이 및 허리 부분을 바탕으로 한 심도 있는 연구가 진행되어야 할 것으로 사료된다.

3.4. 스키니 진(skinner jeans)의 맞춤새

다음 Table 9는 스키니 진의 착용 불만족도에 관한 결과로, ‘치수’, ‘맞음새’, ‘동작’의 세 항목으로 구분되어 세부 문항이 구성되었다.

그 중 ‘치수’ 항목으로 ‘스키니 진의 업체별 사이즈 차이가 있다’는 문항에 대하여 불만족도가 가장 높게 나타나 20대 여성의 스키니 진 사이즈 인식에 혼란을 야기하고 있는 것으로 나타났다. 그러므로 업체별 사이즈 차이에 대한 불만족도는 Table 8의 일곱 번째 문항에 나타난 본인의 스키니 진 사이즈를 정확하게 알지 못하는 결과에 영향을 있었을 것이라 판단된다.

착용 맞춤새와 관련하여 ‘허리부분의 맞춤새’, ‘배부분의 맞춤새’에 대하여 불만족도가 나타났으며, 활동성과 관련하여 ‘팬츠 길이’, ‘밑아래 부분의 균주름’, ‘밑위 길이’에 대하여 불만족도가 나타났다. 따라서 스키니 진 착용 시 맞춤새와 동작에 허리, 배, 엉덩이를 중심으로 밑위부분까지의 맞춤새의 불만족도가 가장 크게 나타나고 있음을 확인할 수 있어, 이를 중심으로 다양한 체형에 적합한 패턴 개발이 시급할 것으로 사료된다.

4. 결 론

본 연구에서는 20대 여성을 대상으로 스키니 진의 착용실태 및 착용 불만족도에 대한 설문조사를 실시하였으며 연구 결과

는 다음과 같다. 먼저 전체 응답자를 대상으로 주로 착용하는 팬츠의 유형을 조사한 결과 응답자의 79.9%가 ‘스키니 진’, 그 다음으로 ‘슬림 진’ 13.4%로 나타나 20대 여성의 93.3%가 스키니 진 및 슬림 진을 포함한 타이트 핏 진을 주로 착용하고 있음을 알 수 있었다. 또한 20대 여성 사이에서 스키니 진이 ‘날씬해 보인다’ 혹은 ‘다리가 길어 보인다’, ‘체형을 보정해 준다’와 같은 심미적으로 우수한 이미지로 인식되고 있어 20대 여성의 스키니 진에 대한 매우 긍정적인 태도를 알 수 있었다. 스키니 진 착용실태로는 응답자 전원이 최소 1벌 이상을 소유하고 있는 것으로 나타났으며, 49.3%가 ‘3~5벌’, 34.6%가 ‘5~10벌’을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 일주일 동안의 평균 착용 횟수로는 ‘2~3일’ 34.6%, ‘3~4일’ 30.5%, ‘5일 이상’ 19.5%로 과반수가 일주일의 3일 이상 스키니 진을 착용하고 있는 것을 알 수 있었으며, 한 벌당 평균 착용 기간으로는 3개월에서 1년 6개월 이상까지 다양한 범위로 보관되는 것으로 확인되었다. 선호하는 스키니진의 소재 혼용률로는 ‘면스판’이 압도적으로 높은 결과를 보였고, 밑위길이는 주로 ‘짧은 밑위(21cm)’ 및 ‘중간 밑위(23cm)’를 선호하여 착용감을 고려하면서도 심미적으로 우수하도록 너무 길지 않은 밑위길이를 선호하는 것으로 나타났다. 팬츠 구입 시 사이즈 선택 방법으로는 ‘착용 후 구매’ 73.5%, ‘기존의 사이즈 구매’ 23.5%가 높게 나타났다 스키니 진의 착용 시 가장 중요시되는 신체부위로는 ‘허벅지’ 39.9%, ‘엉덩이’ 18.8%, ‘허리’ 14.4%로 응답하였다. 스키니 진의 치수 인지도로는 78.3%가 ‘대충 안다’, 6.2%가 ‘모른다’로 응답하여 응답자의 90.7%가 본인의 일반 진 팬츠 치수에 대하여 인지하고 있는 결과에 반해 스키니 진의 정확한 사이즈 인지는 매우 낮은 실정임을 알 수 있었다. 스키니 진의 착용 불만족도 조사 결과는 ‘스키니 진의 업체별 사이즈가 차이가 있다’는 문항에 대하여 가장 높은 불만족도를 확인할 수 있었으며, 맞음새와 관련하여 ‘허리부분의 맞음새’와 ‘배부분의 맞음새’에서 높은 불만족도를 확인할 수 있었다. 이 외에도 ‘팬츠 길이’, ‘밑아래 부분의 군주름’, ‘밑위 길이’에 대하여 스키니 진의 착용과 관련한 전반적인 불만족의 응답을 확인할 수 있었다.

위 결과를 종합하여 볼 때, 20대 성인 여성은 스키니 진을 포함한 타이트 핏 진 팬츠를 주로 착용하고, 이에 대한 이미지 인식도 매우 긍정적인 것을 알 수 있었다. 그러나 본인의 일반 진 팬츠 사이즈는 정확하게 인지하고 있는 반면, 스키니 진의 사이즈에 대한 인지도는 매우 낮은 것을 알 수 있었다. 특히 일반 팬츠 구입시 인지하고 있는 본인 호칭에 대하여 동일 치수에도 불구하고 각각 다른 치수를 인지하는 것을 알 수 있었고, 스키니 진의 구입 시에는 대부분의 응답자가 본인의 치수에 대하여 정확한 인지가 부족함을 물론이며, 업체별 제시하는 치수체계의 차이에 가장 높은 불만족을 나타내었다. 이는 업체별 제시하는 진 팬츠의 치수체계, 특히 맞음새가 중요한 타이트 핏 팬츠의 경우 일반 캐주얼 팬츠와 동일한 치수체계로는 다양한 체형의 맞음새를 고려하기에 어려움이 따른다고 사료된

다. 또한 허리, 배, 엉덩이, 밑위를 중심으로 착용 맞음새와 활동성에 있어 불만족도가 나타남에 따라 이 네 부위를 중심으로 체형구분 및 이에 따른 체형별 치수체계 및 패턴개발이 필요할 것으로 판단된다.

스키니 진은 2005년 유행을 시작으로 꾸준한 판매율을 보이고 지속적인 착용실태를 보임으로 더 이상 특정 집단에 한정된 일시적인 유행성 아이템이 아닌 누구나 빈번히 착용하는 필수 패션 아이템이라 판단된다. 이러한 스키니 진은 하반신에 밀착되는 형태로 단순히 캐주얼 하의류의 패턴 및 치수체계에 포함시킬 것이 아니라 연령별, 체형별, 디자인별 등의 각 목적에 적합하게 개발이 필요할 것으로 사료된다. 본 연구는 광주 지역의 20대 여성만을 대상으로 진행되어 연구 결과의 확대 적용에는 신중을 기해야 할 것으로 사료되며, 후속 연구로는 연령별 및 성별에 따른 패턴 및 치수체계의 연구 개발이 이루어져야 할 것이다.

References

- ‘Bell bottom jeans’. (1997, August 25). *Fashion professional data dictionary*. Retrieved December 03, 2015, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=279470&cid=50345&categoryId=50345>
- Cho, Y. S. (2009). Relationship between hip shape and pattern using 3D body model. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(2), 226-275. doi:10.5850/JKSC.2009.33.2.266
- Choi, J. (2008). *A study on analysis of lower body type from 3D body scan data and boots cut jeans pattern - Focus on the virtual appearance evaluation* -. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Choi, S. L. (2013). *A study on fitness improvement of skinny jeans for Korean 20's women*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Do, W. H. (2003). A study on lower body type of adult males for tight-fit slacks pattern making. *Korean Journal of Human Ecology*, 12(4), 559-570.
- Hong, H. W., & Ha, H. J. (2014). The present possession of jeans and perception of jeans' fit among women in their 20s. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(1), 126-142. doi:10.7741/rjcc.2014.22.1.126
- Kim, E. J. (2003). *Actual state of wearing and dress evaluation by jeans types*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Lee, E. H. (2013). A study on the current state of skinny pants wearing among college students for better wearing sensations. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 19(3), 594-606.
- Oh, S., & Lim, J. S. (2012). A research on wearing practice, design preferences, and the fit of the blue jeans on female university students in Korea and China. *Journal of the Korean Society of Design Trend*, 34, 157-168.
- ‘Skinny jeans’. (1997, August 25). *Fashion professional data dictionary*. Retrieved December 03, 2015, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=281793&cid=50345&categoryId=50345>
- ‘Skinny jeans’. (2006, April 20). *Yonhapnews*. Retrieved June 20, 2014, from <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid>

- =sec&sid1=103&oid=001&aid=0001275989
- 'Skinny jeans'. (2009, July 3). *Fashionbiz*. Retrieved June 20, 2014, from http://fashion.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=200907031758593&mode=sub_view
- 'Skinny jeans'. (2014, May 27). *DTnews24*. Retrieved June 20, 2014, from <http://www.dtnews24.com/news/article.html?no=363570>
- 'Slim jeans'. (1997, August 25). *Fashion professional data dictionary*. Retrieved December 03, 2015, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=282347&cid=50345&categoryId=50345>
- 'Ultra super skinny jeans'. (2010, September 20). *Fashion Journal*. Retrieved November 24, 2014, from <http://okfashion.co.kr/detail.php?number=13437&thread=81r11>
- 'Wide pants'. (1997, August 25). *Fashion professional data dictionary*. Retrieved December 03, 2015, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=284258&cid=42822&categoryId=42822>
- Yim, E. H. (2011). Idealization of the body in fashion -Focus on skinny jeans as an externalized corset-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(10), 1215-1227. doi:10.5850/JKSCT.2011.35.10.1215

(Received 29 October 2015; 1st Revised 11 November 2015;
2nd Revised 4 January 2016; 3rd Revised 6 January 2016;
Accepted 15 January 2016)