

온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 현황조사 및 치수체계 분석

안동주 · 이정임[†]

배재대학교 의류패션학과

Survey on the Brand of Online Custom Dress Shirts and Analysis of the Sizing System

Dong-joo An and Jeong-yim Lee[†]

Department of Clothing & Textiles, Paichai University, Daejeon, Korea

Abstract: In this study, we surveyed the current status and sizing system of the custom dress shirts sold through online shopping, compared with the sizing system of the ready-made dress shirts. We tried to collect the information needed to make the well fitted dress shirts for middle-aged men from this study. The 17 online custom dress shirt brands were selected and the sales type, sales price, design options and size options were analyzed. The sizing systems of online custom dress shirt brands were compared with the sizing system of the 10 ready made dress shirt brands. The result showed that online custom dress shirts brands offered a variety of design options and size options to meet the consumers' individuality, taste and demand for good fit. In the ready-made brands, all 10 brands were using the same size notation system. In the same size designation, the difference in product size among the ready-made brands showed a tendency to be smaller than the online custom brands. The online custom brands had the different size notation system among brands. The size notation, the number of size designation and the size interval were different for each brand. Also, in the online custom brands, the product size among brands differed from each other in the same size designation. Therefore, the standardized size information and sizing system for middle-aged men that could be used as criteria when making the product size and pattern design in online custom brands were needed.

Key words: online custom (온라인 맞춤), ready-made (기성복), dress shirt (드레스셔츠), sizing system (치수체계), middle aged men (중년남성)

1. 서 론

최근에는 빠르고 편리하게 원하는 상품을 구매할 수 있고 반품 및 환불이 쉬워진 온라인 쇼핑에서 중년 남성들의 이용률이 증가하고 있는데, 2016년도 인터넷 쇼핑물 11번가의 1분기 전체 남성 구매자 중 40~50대 남성 구매자가 차지하는 비율이 41%로 증가하여, 전년 동기 대비 4% 상승한 것으로 나타났다(Choi, 2016). 이러한 결과는 대중화된 스마트폰과 간편해진 결제 시스템으로 인해 모바일 쇼핑의 주 고객이 20~30대 여성 소비자에서 중년 남성 소비자로 확산되었기 때문이다.

또한 남성의 외모와 패션에 대한 관심이 높아지면서 오프라

인은 물론 온라인에서도 남성 코디네이션 업체를 비롯하여 셔츠, 넥타이 등을 주 아이템으로 하는 아이템별 남성복 전문점이 눈에 띄게 증가하였다(Lee, 2007). 기성복을 자신의 신체에 잘 맞게 수선해서 착용하기보다는 처음부터 맞춤새가 좋고, 자신이 디자인 및 소재를 선택하여 제작하는 것을 추구하는 성향이 증가하여(Kim & Lee, 2015), 특히 중년 직장 남성의 필수 아이템인 드레스셔츠를 개인의 치수와 체형 특징을 반영하여 제작해 주는 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체가 많이 등장하였다. 이는 중년 남성들 중 컴퓨터와 모바일 기기의 사용이 능숙하고 온라인 및 모바일 쇼핑에 익숙한 남성들의 비율이 증가하였기 때문이며, 이에 따라 드레스셔츠의 주요 구입 경로가 점차 바뀌고 있음을 나타낸다.

최근 기성복 드레스셔츠의 치수와 맞춤새에 대한 낮은 만족도를 개선하기 위한 방안으로 맞춤 셔츠 구매가 증가하고 있고(Choi, 2015), 맞춤 드레스셔츠의 맞춤새는 기성복 드레스셔츠에 비해 상대적으로 높은 것으로 보고되고 있다(Jun, 2013). 따라서 맞춤 드레스셔츠 중 시장이 확대되고 있는 온라인 맞춤 드레스셔츠의 업체 현황을 조사하고 치수체계를 분석하는 것은 소비자에게 맞춤새 적합성이 높은 드레스셔츠를 제공하는데 필

[†]Corresponding author; Jeong-yim Lee

Tel. +82-42-520-5577, Fax. +82-42-520-5576

E-mail: ljyim@pcu.ac.kr

© 2018 (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.

이 논문은 석사학위논문문의 일부임.

요한 정보를 얻는데 도움이 된다고 생각된다. 현재까지 이루어진 맞춤 드레스셔츠에 대한 연구는 ‘대량맞춤 생산을 위한 남성 드레스셔츠 치수체계’ 연구(Jang, 2007)와 ‘기성/맞춤 셔츠의 구매와 착용 실태’에 관한 연구(Jun, 2013) 등이 있으나, 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체의 현황을 분석한 연구는 아직 이루어지지 않았다.

이에 본 연구에서는 현재 중년 남성들이 갖고 있는, 개인의 체형과 개성이 잘 반영된 드레스셔츠에 대한 수요와 다양화된 드레스셔츠 구입 경로를 고려하여, 점점 시장이 확대되고 있는 온라인 쇼핑을 통해 판매되고 있는 맞춤 드레스셔츠를 대상으로 업체 현황과 치수체계를 조사하고, 기성복 드레스셔츠의 치수체계와 비교, 분석하였다. 이를 통해 중년 남성을 위한 맞춤새 적합성 높은 드레스셔츠 제작에 필요한 정보를 수집하고자 하였다.

2. 이론적 배경

남성의 정장 차림에 반드시 필요한 드레스셔츠는 과거에는 슈트 안에 입는 속옷의 개념으로 착용되었으나, 현재에는 다양한 색상과 소재 등 디자인 요소의 변화와 함께 겉옷 개념의 패션 아이템으로 많이 착용되고 있다. 최근 드레스셔츠의 맞춤 추세가 늘고 있는데, 이는 의류 산업이 전반적으로 생산자 중심에서 소비자 중심으로 변화함에 따라 소비자의 개성과 기호를 충족시킬 수 있는 제품 생산에 대한 필요성이 대두되었기 때문이다(Choi, 2015).

남성의 드레스셔츠를 대상으로 한 선행 연구를 살펴보면, 소비자의 실태와 선호도를 조사한 연구(Kim & Choi, 2006; Jun, 2013; Koo, 2006; Lim, 2001), 치수체계에 관한 연구(Han et al., 2015; Jang, 2007; Kang, 2012), 원형이나 패턴 설계, 여유량, 그레이딩 룰에 관한 연구(Hwang & Lee, 2003; Hwang, 2013; Kim & Jang, 2013), 디자인 특성에 관한 연구(Han & Lee, 2012; Yoo, 2014) 등이 있다.

소비자 실태에 관한 선행 연구에서는 주로 20-40대 남성을 대상으로 스타일 및 소재 선호도, 구매 및 착용 실태를 조사한 내용이 많았으며, 그 중 맞춤 셔츠를 대상으로 한 연구로는 기성복 셔츠와 맞춤 셔츠의 구매와 착용 실태를 분석한 Jun (2013)의 연구가 있다. 이 연구에서 남성들은 맞춤새와 디자인 선택을 위해 백화점 전문 코너에서 맞춤 구매를 하며 맞춤 드레스셔츠에 대해 높은 만족도를 갖는 것으로 밝혀졌다.

드레스셔츠의 치수체계에 관한 선행 연구에서, Kang(2012)은 셔츠 실루엣에 따라 호칭별 분포와 신체 치수를 비교한 결과 호칭별 소비자 분포가 호칭별 생산 비율과 달라 호칭별과 부족으로 부적합한 호칭을 선택하게 되어 맞춤새에 문제가 예상되며, 연령 집단 간 부위별 치수가 달라 타겟 연령에 따라 실루엣과 차별화된 치수를 반영하여야 한다고 하였다. 또한 Han et al.(2015)은 시판 드레스셔츠의 치수 구분 적합성에 대

한 연구 결과, 시중에 유통되고 있는 드레스셔츠는 호칭 증가에 따라 제품치수도 증가하나 치수 증가분은 각각 달랐으며, 동일한 호칭이라도 제품치수가 다르고 그 차이는 호칭의 평균값 차이보다 큰 것으로 나타났다고 밝혔다. 이상의 연구로부터, 중년 남성은 높은 수준의 맞춤새와 치수 적합성을 요구하고 있으나, 업체의 드레스셔츠 치수체계에 중년 남성의 체형 특징이 제대로 반영되어 있지 않음을 알 수 있다.

따라서 체형이 잘 반영되고 표준화된 치수체계를 마련하기 위해, 선행연구(Jun, 2013)에서 맞춤새 만족도가 높게 나타난 맞춤 셔츠의 치수체계를 분석하고 기성복 셔츠의 치수체계와 비교하는 것이 필요하다. 본 연구에서는 매우 빠른 속도로 증가하고 있는 온라인 쇼핑을 통한 드레스셔츠 구매에도 활용될 수 있는 치수체계를 마련하기 위해, 최근 남성 소비자에게 주목되고 있는 온라인 맞춤 드레스셔츠의 현황과 치수체계를 분석하고 기성복의 치수체계와 비교하고자 한다. 온라인 맞춤 드레스셔츠를 대상으로 한 연구는 아직 이루어지지 않았으므로, 본 연구에서 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 현황과 치수체계의 특징을 파악하고 기성복 치수체계와의 차이를 분석함으로써 치수체계 개선 시 반영사항을 파악하고자 한다.

3. 연구 방법

3.1. 분석대상 및 조사내용

2017년 3월부터 2017년 9월까지 국내 포털사이트 네이버(www.naver.com) 키워드 검색을 통해 지속적으로 노출되는 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 17곳을 선정하여 업체 현황과 치수체계를 조사하였다. 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체는 개인 구매자의 주문에 의해 개인의 체형이나 요구에 맞게 이지오더 생산 방식으로 제작해 주는 곳으로 선정하였다. 업체 현황에 대한 조사 내용은 판매 형태 및 판매가격, 디자인 옵션, 부위별 치수 옵션 등이다.

기성복과 온라인 맞춤 드레스셔츠의 치수체계 비교를 위해 4개 대형 백화점의 온라인 쇼핑몰(<http://www.galleria.co.kr>, <http://www.ellotte.com>, <http://department.ssg.com>, <http://www.thehyundai.com>)에서 공통으로 상위 판매 순위에 해당하는 10개 기성복 드레스셔츠 업체의 치수체계와 제품치수를 조사하고, 기성복과 온라인 맞춤 드레스셔츠의 치수체계와 제품치수를 비교, 분석하였다. 제품치수는 온라인 몰에서 제시하는 제품치수를 분석하였으며, 동일 부위에 대한 제품치수 측정 방법은 소매길이를 제외하고 모든 업체에서 동일하였다. 소매길이의 경우 업체에 따라 소매길이 또는 화장 치수를 제시하고 있었으며, 업체 간 비교를 위해 화장 치수를 제시하는 업체에 대해서는 ‘화장-어깨너비/2’로 소매길이를 산출하여 분석하였다.

분석 대상 업체는 모두 중년 남성을 주 고객으로 하는 업체이며, 드레스셔츠 실루엣은 최근 착용 빈도가 높은 슬림핏 드레스셔츠를 대상으로 하였다.

3.2. 분석방법

온라인 맞춤 드레스셔츠 업체에 대한 현황 조사 내용에 대해 SPSS Statistics 21.0 통계 프로그램을 사용하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 기성복과 온라인 맞춤 드레스셔츠의 치수체계 분석을 위해 빈도분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 현황

4.1.1. 판매 형태와 판매 가격

온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 17곳의 판매 형태를 조사한 결과, 오프라인과 온라인 매장을 함께 운영하는 업체가 8개 업체이었으며, 온라인 맞춤 전문 업체는 9개 업체로 나타났다. 한편 치수체계 비교를 위해 선정된, 기성복 드레스셔츠 업체 10 곳은 모두 온라인과 오프라인 매장을 함께 운영하는 것으로 나타났다(Table 1).

‘온라인 맞춤 드레스셔츠 평균 판매 가격’은(Table 2), ‘6만

Table 1. Sales type of dress shirts brands

Type of sale	Online custom	Ready-made
Offline & online	8(47.1%)	10(100%)
Online	9(52.9%)	0(0.0%)
Total	17(100%)	10(100%)

Table 3. Design & size options of online custom dress shirts

Brand	Design options						Size options						Reference size input	
	Fit	Collar	Pocket	Cuffs	Placket	Hem	Back pleats	Neck c.	Shoulder w.	Chest c.	Waist/Abdomen c.	Arm l.		Shirt l.
A1	4	6	3					○	○	○	○	○	○	Stature, waist c.
A2	3	11	5	9	3		4	○			○	○	○	
A3	2	8	4	8	3		4	○						
A4	2	7	5	7	3		3	○	○	○	○	○	○	Stature, weight
A5	2	7	4	4				○				○	○	
A6														
A7		8	4	8				○		○	○	○	○	
A8	2	10	6	7	4		5	○		○	○	○	○	
A9														
A10		8		5								○	○	
A11	2	7	7	8	3			○		○	○	○	○	
A12	2	20	2	8	2		4	○						
A13		8	3	8										
A14		8		8									○	Stature
A15	2	5	4	3	2	2								
A16	2		2					○	○				○	Stature, weight
A17														
Total	10	13	12	12	7	1	5	10	3	5	6	10	8	

c.=circumference, w.=width, l.=length

Table 2. Average price of the online custom dress shirt

Average price(won)	Frequency	Percent(%)
More than 40,000-less than 50,000	5	29.4
More than 50,000-less than 60,000	4	23.5
More than 60,000-less than 70,000	7	41.2
More than 70,000	1	5.9
Total	17	100

원대’가 7개 업체로 가장 빈도가 높았으며, 다음으로 ‘4만 원대’가 5개 업체, ‘5만 원대’가 4개 업체, ‘7만 원 이상’이 1개 업체로 나타났다. 기성복 드레스셔츠의 구매 가격을 조사한 선행연구(Koo, 2006; Jun, 2013)에서 3~6만 원대의 구매 비율이 가장 높은 것으로 나타났으므로, 온라인 맞춤 드레스셔츠의 판매 가격은 기성복 드레스셔츠와 비슷한 수준임을 알 수 있다.

4.1.2. 온라인 맞춤 드레스셔츠의 디자인 옵션

17개 온라인 맞춤 업체에서 제시하는 드레스셔츠 ‘디자인 옵션’을 조사한 결과(Table 3), 업체에 따라 0~6개의 디자인 옵션을 제공하는 것으로 나타났다. 17개 업체 중 6개 업체(A2, A3, A4, A8, A12, A15)에서 6개의 디자인 옵션을 제공하고 있었으며, 3개 업체(A6, A9, A17)에서는 디자인 옵션을 제공하지 않는 것으로 나타났다. 디자인 옵션의 종류는 ‘핏(fit)’, ‘칼라’, ‘포켓’, ‘커프스’, ‘플래킷’, ‘밈단’, ‘등주름’ 등 이었고, 그중 ‘칼

라' 디자인 옵션을 제공하는 업체가 13개 업체로 가장 많았다. '칼라'는 드레스셔츠 착용 시 포인트가 되는 부위로서 칼라 폭, 칼라 벌어진 폭, 칼라 끝 모양 등 다양한 디자인 구성 요소를 가지고 있어 업체에 따라 5~20종의 다양한 칼라 디자인을 제시하고 있었다.

'포켓' 및 '커프스' 디자인 옵션을 제공하는 업체는 각각 12개 업체이었으며, '핏' 옵션을 제공하는 업체는 10개, '플래킷' 디자인 옵션을 제공하는 업체는 7개, '등주름' 디자인 옵션을 제공하는 업체는 5개, '밑단' 디자인 옵션을 제공하는 업체는 1개였다. '핏'은 치수 적합성과 관계가 있으므로, 맞춤 업체에서는 '핏' 디자인 옵션의 제공을 통해 소비자의 다양한 신체 치수와 체형에 보다 잘 대응할 수 있다.

현재의 중년 남성 소비자들에게는 트렌드를 반영할 수 있는 디자인의 선택 가능 여부가 맞춤 셔츠 구매의 주요 이유가 되는데, 맞춤 드레스셔츠 업체의 디자인 옵션 제공은 소비자의 개성과 취향을 만족시켜 맞춤 드레스셔츠에 대한 만족도를 향상시키는데 기여할 것이다. 한편 디자인 옵션의 각 항목에 대해 디자인 명칭과 함께 그림이나 사진으로 보충 설명을 하고 있었으나, 업체마다 다른 명칭으로 표기하는 경우가 많았다. 예를 들어, 가장 많은 수의 업체에서 제시하고 있는 '칼라' 디자인 옵션의 경우 '와이드 스프레드 칼라'를 A1, A8, A10, A11, A12에서는 '세미와이드'로, A2에서는 '레귤러와이드', A3에서는 '하찌', A4에서는 '원저칼라' 등으로 업체마다 다르게 표기하였다. 디자인 옵션에 대해 그림 또는 사진 안내가 없는 업체도 있어 중년 남성 소비자들이 디자인 명칭만으로 옵션을 선택하는데 어려움이 발생할 수 있다고 예상된다.

4.1.3. 온라인 맞춤 드레스셔츠의 부위별 치수 옵션

온라인 맞춤 업체에서 제공하는 '부위별 치수 옵션'의 종류는 '목둘레', '어깨너비', '가슴둘레', '허리배둘레', '소매길이', '총길이'의 6가지로 조사되었다(Table 3). 그 중 '목둘레'와 '소매길이' 부위에 대한 치수 옵션을 가장 많은 수(10개)의 업체에서 제공하고 있으며, '총길이'에 대해 치수 옵션을 제공하는 업체는 8개 업체였다. 6개 업체에서 '허리배둘레' 치수 옵션을 제공하였고, 5개 업체에서 '가슴둘레' 치수 옵션을, 3개 업체에서 '어깨너비' 치수 옵션을 제공하였다. 그러나 조사된 업체 중

5개 업체에서는 치수 옵션을 제공하지 않으며, 가슴둘레 치수를 기준으로 전개되는 치수 호칭만을 선택하도록 되어 있었다.

또한 참고 신체치수로 '키', '허리둘레', '몸무게' 등을 직접 입력하게 하는 업체들도 있었는데, 특히 키를 입력하게 하는 업체는 4개로 조사되었다. 이는 키를 고려하여 셔츠를 제작하는 것이 셔츠 맞춤새를 향상시키는데 기여한다는 것을 나타낸다.

4.2. 기성복과 온라인 맞춤 드레스셔츠의 치수체계 비교

4.2.1. 치수 표기 비교

드레스셔츠 업체의 치수 표기 방식을 조사한 결과(Table 4), 기성복 업체에서는 모두 95, 100, 105, 110의 가슴둘레 치수 표기 방식을 사용하고 있었다. KS K 0050(KATS, 2009)에 따르면, 성인 남성의 정장 드레스셔츠의 호칭표기에 사용되는 기본 신체 치수는 '목둘레'와 '화장(목뒤점-어깨가쪽점-손목안쪽점)'이고, 캐주얼 셔츠의 경우는 '가슴둘레'의 치수를 표시하도록 규정하고 있다. 따라서 현재 기성복 드레스셔츠 업체에서는 모두 캐주얼 셔츠의 호칭 표기를 따르는 것을 알 수 있다.

온라인 맞춤 업체의 드레스셔츠 치수 표기는 기성복처럼 가슴둘레 치수를 표기하는 방식과 문자 표기(...S, M, L,...), 유럽식 표기(...44, 46, 48,...) 방식을 혼용하고 있었다. 17개 업체 중 11개 업체(A1~A3, A6, A7, A10~A13, A15, A16)에서 가슴둘레 치수 표기를 사용하고 있으며, 가슴둘레 치수 표기와 문자 표기를 혼용하는 업체가 1곳(A4), 문자 표기만 하는 업체가 2곳(A5, A9), 문자 표기와 유럽식 표기를 혼용하는 업체가 2곳(A14, A17), 유럽식 표기를 사용하는 업체가 1곳(A8)으로 나타났다(Table 4).

기성복 업체에서는 모두 '95, 100, 105, 110'의 4개 치수를 전개하고 있는 반면, 온라인 업체의 드레스셔츠 치수는 '85'부터 '120'까지 전개되어 있으며, 그 중 업체에 따라 3~12개 치수를 사용하고 있었다(Table 5). 온라인 맞춤 업체 중에서는 5개 셔츠 치수를 사용하는 업체가 5곳으로 가장 많았으며, 9개 치수를 사용하는 업체가 3곳이었고, 3개, 4개, 6개 치수를 전개하는 업체가 각각 2곳이고, 나머지 4개 업체에서는 7개, 8개, 12개의 치수를 전개하였다. 17개 맞춤 업체 중 13업체에서 기성복에 비해 더 많은 수의 셔츠 치수를 전개하고 있었다. A8과 A9 업체는 기성복에 비해 적은 수의 셔츠 치수를 전개하고

Table 4. Size notation of dress shirt brands

Size notation	Online custom		Ready-made		Total
	Frequency	Brand	Frequency	Brand	Frequency
Chest circumference	11(64.7%)	A1~A3, A6, A7, A10~A13, A15, A16	10(100.0%)	B1~B10	21(77.8%)
Chest circumference & letter	1(5.9%)	A4	0(0.0%)		1(3.7%)
Letter	2(11.8%)	A5, A9	0(0.0%)		2(7.4%)
Letter & size designation of Europe	2(11.8%)	A14, A17	0(0.0%)		2(7.4%)
Size designation of Europe	1(5.9%)	A8	0(0.0%)		1(3.7%)
Total	17(100%)		10(100%)		17(100%)

Table 5. Sizing system of dress shirts brands

Brand	Size designation	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120	Total
		XS	S		M		L		XL		2XL		3XL		4XL	
		42	44		46		48		50		52					
Online custom	A1		○		○		○		○		○		○			6
	A2		○		○	○	○	○	○	○	○		○			9
	A3		○		○		○		○		○					5
	A4		○		○	○	○	○	○	○	○					8
	A5		○		○		○		○		○					5
	A6				○		○		○		○					4
	A7	○	○		○	○	○		○		○					7
	A8				○		○		○							3
	A9		○		○		○									3
	A10		○		○		○		○		○					5
	A11		○	○	○	○	○	○	○	○	○					9
	A12		○		○		○		○		○		○			6
	A13		○		○		○		○		○					5
	A14		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	12
	A15		○		○		○		○		○					5
	A16	○	○	○	○		○		○		○		○		○	9
	A17		○		○		○		○							4
Total		2	15	3	17	5	17	4	16	4	14	1	5	1	1	
Ready-made	B1				○		○		○		○					4
	B2				○		○		○		○					4
	B3				○		○		○		○					4
	B4				○		○		○		○					4
	B5				○		○		○		○					4
	B6				○		○		○		○					4
	B7				○		○		○		○					4
	B8				○		○		○		○					4
	B9				○		○		○		○					4
	B10				○		○		○		○					4
Total					10		10		10		10					

있었으나, 제한된 소비자를 대상으로 하지는 않는 것으로 파악되었다.

5~6개 치수를 사용하는 업체에서는 모두 가슴둘레 치수 표기 방식을 사용하였으며, 기성복 드레스셔츠의 치수 호칭에 포함 되지 않는 ‘90’ 또는 ‘115’ 치수를 추가하여 체격이 작거나 큰 소비자에게 맞는 셔츠를 제공하고 있었다. 7개 이상의 셔츠 치수를 전개하는 업체들은 치수 호칭 간 간격이 5cm보다 작은 세분화된 치수체계를 사용하였으며, 중간 치수를 뜻하는 반, 1/2, 93, 97 등의 치수 호칭을 병용하였다. Table 5에서는 반, 1/2, 93, 97 등의 중간 치수를 모두 1/2로 바꾸어 표기하였다.

기성복 드레스셔츠에서 가장 작은 치수는 10개 업체 모두 ‘95’이나, 온라인 맞춤 드레스셔츠에서 가장 작은 치수는 ‘85’(2

개 업체), ‘90’(13개 업체), ‘95’(2개 업체) 등이었다. 기성복 드레스셔츠에서 가장 큰 치수는 10개 업체 모두 ‘110’이었으나, 온라인 맞춤 드레스셔츠에서 가장 큰 치수는 ‘100’(1개 업체), ‘105’(2개 업체), ‘110’(9개 업체), ‘115’(3개 업체), ‘115 1/2’(1개 업체), ‘120’(1개 업체) 등으로 업체마다 다르게 나타났다. 이는 맞춤 업체마다 주 고객의 연령대와 치수, 선호하는 핏이 다르고 이에 따라 차별화된 치수체계를 사용하기 때문이며, 기성복 업체에 비해 더 많은 수의 셔츠 치수를 전개함으로써 소비자의 치수 선택의 폭을 넓힌 것으로 파악된다.

4.2.2. 제품치수 비교

4.2.2.1. 목둘레 제품치수 비교

Table 6. Neck circumference of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120	Interval
Online custom	A1		36.5		38.5		40.5		42.5		44.5		46.5		2
	A2	37	38		39	40	41	42	43	44	45		46		1
	A3		38		39		41		43		44.5				1~2
	A4		37		38.5	39.5	40.5	41.5	42.5	43.5	44.5				1~1.5
	A5		38		39		40.5		42		43				1~1.5
	A6														
	A7	37.5	38.1		38.7	39.4	40		40.6		41.3				0.6~0.7
	A8				40		41		42						1
	A9		38		40		42								2
	A10		39		40		41		42		44				1~2
	A11		36.8	37.8	38.7	39.7	40.6	41.6	42.5	43.5	44.5				0.9~1
	A12		36.9		38.8		40.8		42.8		44.8		45.9		1.1~2
	A13		39		40		41		43		45				1~2
	A14		37.5	38.1	38.7	39.4	40	40.6	41.3	41.9	42.5	43.2	43.8	44.5	0.6~0.7
	A15		38		39		41		43		44.5				1~2
	A16	37	38	39.5	40.5		42		44.5		46		48.5	50.5	1~2.5
	A17														
Ready-made	B1			38.5		40.5		42.5		44.5					2
	B2			38.5		40.5		42.5		44.5					2
	B3				39		41		43		45				2
	B4				39		40.5		42		44				1.5~2
	B5				38.5		40.5		42		44.5				1.5~2.5
	B6				39		41		43		45				2
	B7				39		41		43		45				2
	B8				39		41		43		45				2
	B9				38.5		40.5		42.5		44.5				2
	B10				39		41		43		45				2

or : cell with the most frequent size

각 업체의 치수 호칭 간 목둘레 제품치수의 간격을 살펴보면, 기성복 업체에서는 10개 중 8개 업체에서 2cm 간격이었고, 나머지 2개 업체에서 각각 1.5~2cm, 1.5~2.5cm 간격이었다. 맞춤 업체의 경우에는 업체에 따라 치수 호칭 간 0.6~2.5cm의 다양한 제품치수 간격을 나타냈다. 또한 A2 업체와 같이, Table 5의 기본 치수체계에 목둘레가 '90'보다 작은 '85' 호칭을 추가한 업체도 확인되었고, A6과 A17 업체는 목둘레 제품치수를 제시하지 않았다(Table 6).

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 목둘레 제품치수를 조사한 결과(Table 6), 치수 호칭 '95'의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 38.5cm와 39cm로 나타났으나, 맞춤 셔츠에서는 업체에 따라 38.5~40.5cm 범위에서 6가지로 나타났다. 치수 호칭 '100'의 경우 기성복 셔츠의 목둘레 제품치수는 업체에 따라 40.5cm와 41cm로 나타났으나, 맞춤 셔츠

에서는 업체에 따라 40~42cm 범위에서 6가지로 나타났다. 치수 호칭 '105'에서는 기성복 셔츠의 목둘레 제품치수가 42cm, 42.5cm, 43cm로 나타났고, 맞춤 셔츠에서는 40.6~44.5cm 범위에서 7가지로 나타났다. 치수 호칭 '110'에서는 기성복 셔츠의 목둘레 제품치수가 44cm, 44.5cm, 45cm로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 경우 41.3~46cm 범위에서 8가지로 나타났다. 이상으로 볼 때 기성복 드레스셔츠에서는 동일 치수 호칭에 대해 업체 간 목둘레 제품치수의 차가 0.5~1cm이지만, 맞춤 드레스셔츠의 경우 동일 치수 호칭에서 업체에 따라 2~4.7cm의 제품치수 차를 나타내는 것을 알 수 있다.

이와 같은 결과는 온라인 맞춤 업체마다 주 고객의 신체적 특징이 반영된 치수체계를 사용하기 때문인 것으로 볼 수 있다. 그러나 목둘레는 작은 치수 차이에도 맞춤새가 달라지는 부위이므로, 맞춤 셔츠 제품치수에서 나타난 업체 간의 치수 차는 소

비자의 셔츠 치수 선택 시 혼란을 야기하고 맞춤새 만족도를 낮게 하는 원인이 될 수 있다.

한편 Table 6에서 치수 호칭별 최다빈도 제품치수를 정하고 음영 표시를 하였으며, 동일 호칭에서 빈도가 같은 치수가 2개 이상인 경우에는 치수 분포를 고려하여 최다빈도 치수를 정하였다. 예를 들어 치수 호칭 ‘95’에서 목둘레 39cm와 40cm의 분포가 각각 4개 업체로 빈도가 높게 나타났는데, 다른 업체들의 목둘레 치수 분포가 39cm에 가까운 경우가 많으므로 39cm를 최다빈도 치수로 표시하였다. 기성복 업체의 경우에 치수 호칭 ‘100’에서 40.5cm와 41cm의 분포가 5개 업체씩 동일하게 나타났는데, 이런 경우에는 두 치수 모두를 최다빈도 치수로 표시하였다. ‘95’, ‘100’, ‘105’, ‘110’의 4개 호칭에 대해 온라인 맞춤 셔츠와 기성복 셔츠의 목둘레 제품치수는 최다빈도 치수를 기준으로 보았을 때, 대체로 일치하는 경향을 나타냈다.

4.2.2.2. 어깨너비 제품치수 비교

각 업체의 치수 호칭 간 어깨너비 제품치수의 간격을 살펴 보면, 기성복 업체에서는 10개 중 4개 업체에서 2cm 간격이었고, 나머지 2개 업체에서 1.5cm, 그 외는 업체에 따라 1~1.5cm, 1~2cm 간격이었다. 맞춤 업체의 경우에는 업체에 따라 0.6~3cm의 다양한 제품치수 간격을 나타냈다(Table 7).

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 어깨너비 제품치수를 조사한 결과, 치수 호칭 ‘95’의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 44~46cm 범위에서 4가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠는 업체에 따라 43~48cm의 범위에서 9가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘100’의 경우 기성복 셔츠의 어깨너비 제품치수는 업체에 따라 45.5~48cm 범위에서 4가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠는 업체에 따라 44.5~49.5cm의 범위에서 10가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘105’에서 기성복 셔츠의 어깨너비 제품치수

Table 7. Shoulder width of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														Interval	
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120		
Online custom	A1		42.5		44.5		46.5		48.5		50.5		52.5		2	
	A2		44		46	47	48	49	50	51	52		53		1~2	
	A3		43		44.5		46		48		50				1.5~2	
	A4		44.5		47	48	49.5	50	51	52	53.5				1~2.5	
	A5		42.5		44.5		46		47		48.5				1.5~2	
	A6				43		45		47		49				2	
	A7	43.2	43.8		44.5	45.1	45.7		47		48.3				0.6~1.3	
	A8				45		47		49						2	
	A9		41		43		45								2	
	A10		42		44		46		48		50				2	
	A11		44.5	45.7	47	48.3	49.5	50.2	50.8	52.1	53.3				0.6~1.3	
	A12		45.1		46.6		48.1		49.6		51.1		52.5		1.4~1.5	
	A13		43		44		46		48		50				1~2	
	A14		42.5	43.2	43.8	44.5	45.1	45.7	46.4	47	47.6	48.3	48.9	49.5	0.6~0.7	
	A15		43		44.5		46		48		50				1.5~2	
	A16	42	43.5	45	47		48		49		50.5		53.5		55	1~3
	A17		41.9		43.2		44.5		46							1.3~1.5
Ready-made	B1			45		46.5		48		49.5					1.5	
	B2			44		46		48		50					2	
	B3			45		47		49		51					2	
	B4			45		46		47.5		49					1~1.5	
	B5			45		46.5		48		49.5					1.5	
	B6			46		48		50		52					2	
	B7			44		46		48		50					2	
	B8			45		46.5		48		49.5					1.5	
	B9			44.5		45.5		47		49					1~2	
	B10			45		46		48		50					1~2	

or : cell with the most frequent size

수는 업체에 따라 47~50cm 범위에서 5가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠는 업체에 따라 46~51cm의 범위에서 10가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘110’에서는 기성복 셔츠의 어깨너비 제품치수가 49~52cm 범위에서 5가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠는 47.6~53.5cm의 범위에서 10가지 제품치수를 나타냈다. 기성복 드레스셔츠에서는 동일 치수 호칭에 대해 업체 간 어깨너비 제품치수의 차가 2~3cm이지만, 맞춤 드레스셔츠의 경우 업체에 따라 4~5.9cm의 큰 차이를 나타냈다.

치수 호칭별 최다빈도 어깨너비를 정하고 음영 표시를 하였으며, ‘95’, ‘100’, ‘105’, ‘110’의 4개 호칭에 대해 온라인 맞춤 셔츠와 기성복 셔츠의 어깨너비 제품치수는 최다빈도 치수를 기준으로 보았을 때, 대체로 일치하는 경향을 나타냈다.

4.2.2.3. 가슴둘레 제품치수 비교

치수 호칭 간 가슴둘레 제품치수의 간격을 살펴보면(Table 8), 기성복 업체에서는 10개 중 5개 업체에서 5cm 간격이었고, 3개 업체에서 4cm, 그 외 2개 업체에서 각각 4~6cm, 5~7cm 간격이었다. 맞춤 업체의 경우 1.9~9.5cm의 다양한 제품치수 간격을 나타내 업체에 따라 큰 차이가 있음을 확인할 수 있다.

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 가슴둘레 제품치수를 조사한 결과, 치수 호칭 ‘95’의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 101~104cm 범위에서 5가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 제품치수는 업체에 따라 92~112cm의 범위에서 13가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘100’의 경우 기성복 셔츠의 가슴둘레 제품치수는 업체에 따라 105~110cm 범위에서 5가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠는 업체에 따라 98.5~117cm의 범위에서 14가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘105’의 가슴둘레 제품치

Table 8. Chest circumference of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														Interval	
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120		
Online custom	A1		103		108		113		118		123		128		5	
	A2		107		112	114	117	119	122	124	127		130		2~5	
	A3		94		99		104		109		114				5	
	A4		88.5		92	95	98.5	100	103.5	106	110				2.5~4	
	A5		97		101.5		105.5		110		115				4~5	
	A6				98		102		106		110				4	
	A7	94	97.8		101.6	104.1	106.7		111.8		116.8				2.5~5	
	A8				104		108		113						4~5	
	A9		95		98		102								3~4	
	A10		98		102		106		110		114				4	
	A11		105.4	107.3	109.2	112.4	115.6	118.1	120.7	123.8	127				1.9~3.2	
	A12		104.9		109.9		114.9		119.9		124.9		129.9		5	
	A13		98		102		107		112		117				5	
	A14		96.8	99	101.2	103.4	105.6	107.8	110	112.2	114.4	116.6	118.8	121	2.2	
	A15		94		99		104		109		114				5	
	A16	94	99	104	110.5		115.5		120.5		125.5		130.5		140	5~9.5
	A17		94		98		104		110						4~6	
Ready-made	B1			102		107		112		117					5	
	B2			103.5		108.5		113.5		118.5					5	
	B3			103		108		113		118					5	
	B4			103		108		113		118					5	
	B5			104		108		112		116					4	
	B6			104		110		115		122					5~7	
	B7			103		108		113		118					5	
	B8			104		108		112		116					4	
	B9			101		105		110		116					4~6	
	B10			104		108		112		116					4	

■ : cell with the most frequent size

수를 살펴보면, 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 110~115cm 범위에서 5가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 제품치수는 업체에 따라 103.5~122cm의 범위에서 12가지로 나타났다. 치수 호칭 '110'에서는 기성복 셔츠의 가슴둘레 제품치수가 116~122cm 범위에서 5가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 경우 110~127cm의 범위에서 10가지 제품치수를 나타냈다. 기성복 드레스셔츠에서는 동일 치수 호칭에 대해 업체 간 가슴둘레 제품치수 차가 3~6cm이지만, 맞춤 셔츠의 경우 업체에 따라 17~20cm의 큰 차이를 나타냈다. 맞춤 셔츠의 치수 호칭 간 가슴둘레 제품치수 간격은 목둘레 및 어깨너비와 마찬가지로 기성복에 비해 다양하게 나타났다.

'95', '100', '105', '110'의 4개 호칭에 대해 최다빈도 가슴둘레 제품치수를 비교하면, 온라인 맞춤 셔츠의 가슴둘레가 기성복 셔츠에 비해 약간 작은 경향을 나타냈으나, 가슴둘레 제

품치수의 분포 범위가 넓기 때문에 최다빈도 치수로 대표성을 갖는데 한계가 있다.

4.2.2.4. 허리둘레 제품치수 비교

치수 호칭 간 허리둘레 제품치수의 간격을 살펴보면(Table 9), 기성복 업체에서는 10개 중 5개 업체에서 5cm 간격이었고, 그 외 4cm 간격이 2개 업체이고, 4~6cm 간격이 2개 업체, 2~6cm 간격이 1개 업체에서 나타났다. 맞춤 업체의 경우 업체에 따라 2~6.5cm의 제품치수 간격을 나타내 업체에 따른 다양한 차이를 나타내었다. 한편 3개 업체(A6, A10, A17)에서는 허리둘레 제품치수를 안내하지 않았다.

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 허리둘레 제품치수를 조사한 결과, 치수 호칭 '95'의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 89~106cm 범위에서 6가지로 나타났

Table 9. Waist circumference of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														Interval
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120	
A1		90.5		95.5		100.5		105.5		110.5		115.5			5
A2		102		104	107	109	112	114	117	119		122			2~3
A3		85		90		95		100		105					5
A4		81		86.5	89	92.5	95	98	103	109					2.5~6
A5		87		91.5		95.5		99.5		105					4~5.5
A6															
A7	86.4	88.9		91.4	94	96.5		104.1		109.2					2.5~5.1
A8				94		98		103							4~5
Online custom		86		90		94									4
A10															
A11		99.1	101.6	104.1	107.3	110.5	113	115.6	121.3	127					2.5~3.2
A12		97.5		102.5		107.5		112.5		117.5		122.5			5
A13		92		95		99		103		108					3~5
A14		88.8	91	93.2	95.4	97.6	99.8	102	104.2	106.4	108.6	110.8	113		2.2
A15		85		90		95		100		105					5
A16	86	91.5	96.5	103		108		113		118		123		128	5~6.5
A17															
B1				92		97		102		107					5
B2				97.5		102.5		107.5		112.5					5
B3				93		98		103		108					5
B4				92		97		102		107					5
B5				94		98		102		106					4
B6				106		108		114		120					2~6
B7				93		98		103		108					5
B8				94		98		102		106					4
B9				89		93		98		104					4~6
B10				94		98		104		110					4~6

or : cell with the most frequent size

으며, 맞춤 셔츠의 제품치수는 업체에 따라 86.5~104.1cm의 범위에서 12가지로 나타났다. 치수 호칭 '100'의 경우 기성복 셔츠의 허리둘레 제품치수는 업체에 따라 93~108cm 범위에서 5가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠는 업체에 따라 92.5~110.5cm의 범위에서 13가지로 다양하게 나타났다. 치수 호칭 '105'의 허리둘레 제품치수는, 기성복 셔츠에서 업체에 따라 98~114cm 범위에서 6가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠에서는 업체에 따라 98~115.6cm의 범위에서 11가지로 나타났다. 치수 호칭 '110'에서는 기성복 셔츠의 허리둘레 제품치수가 104~120cm의 범위에서 7가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠에서는 105~127cm의 범위에서 10가지 제품치수를 나타냈다.

허리둘레 제품치수는 다른 부위에 비해 기성복과 맞춤 드레스셔츠에서 모두 동일 치수 호칭에 대한 업체 간 차이가 크게 나타났다. 기성복 드레스셔츠에서는 동일 치수 호칭에 대해 업

체 간 허리둘레 차가 15~17cm이었으며, 맞춤 드레스셔츠의 경우에도 업체 간 17.6~22cm의 큰 차이를 나타냈다.

'95', '100', '105', '110'의 4개 호칭에 대해 최다빈도 허리둘레를 비교하면, 온라인 맞춤 셔츠의 허리둘레가 약간 작은 경향을 나타냈으나, 가슴둘레와 마찬가지로 허리둘레 제품치수의 분포 범위가 넓기 때문에 최다빈도 치수로 대표성을 갖는데 한계가 있다.

4.2.2.5. 소매길이 제품치수 비교

소매길이 제품치수는 업체에 따라 소매길이 또는 화장의 치수를 제시하고 있었다. 화장 치수를 제시하는 업체에 대해서는 다른 업체와의 제품치수 비교를 위해 '화장-(어깨너비/2)'로 산출된 소매길이를 Table 10에 표기하였다. 또한 A2, A5, A10 업체는 Table 5에 제시된 기본 치수체계에 추가적으로 소매길

Table 10. Sleeve length of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														Interval
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120	
A1		58.8		59.8		60.8		61.8		62.8		63.8			2
A2	56	57		58	59	59	59	59.1	59.2	59.3		59.5			0.5~2
A3		61		61.5		63		64		65					0.5~1
A4		55.8		56.5	57.5	58.3	59	59.5	60	60.8					1~2
A5		59	60	61	62	63	64	65	66	67					1
A6				63.5		64.5		65.5		66.5					1
A7	60.3	61		62.2	62.2	63.5		64.1		64.8					0.7~1.3
A8				60.5		62.5		64							3
Online custom		63		65		67									2
A10		60	61	62	63	64	65	66	67	68					1
A11		55.9	56.3	56.5	57.5	58.5	59	59.7	60.4	61					0.9~1.6
A12		57.9		59.1		60.3		61.5		62.7		63.9			1.2
A13		60		61		62		63		64					1
A14		58	59	60	61	62.5	64	65.5	67	68.5					1~1.5
A15		61		61.5		63		64		65					0.5~1
A16	54.5	57	58.5	61		62		63.5		65		66		67	1~2.5
A17		62		63		64		65							1
B1				61.5		62.7		64		65.2					1.2~1.3
B2				62		63		64		65					1
B3				61.5		62.5		63.5		64.5					1
B4				61.5		63		64.2		65.5					1.2~1.5
B5				61.5		62.7		64		64.2					1.2~1.3
B6				59		60		61		62					1
B7				62		63		64		65					1
B8				61.5		62.7		64		65.2					1.2~1.3
B9				59.7		61.2		62.5		63.5					1~1.5
B10				61.5		63		64		65					1~1.5

■ : cell with the most frequent size

이 제품치수를 세분화하여 사용하고 있었고, A14 업체는 기본 치수체계보다 적은 수의 소매길이 제품치수를 제시하고 있었다. 이와 같이 온라인 맞춤 업체에서 부위별 제품치수를 기본 치수 체계와 달리 적용하는 경우가 있으며, 따라서 온라인 맞춤 업체에서 활용할 수 있는 표준화된 치수체계가 필요한 상황임을 확인할 수 있다.

치수 호칭 간 소매길이 제품치수의 차를 살펴보면, 기성복 업체에서는 1~1.5cm 간격이었으나, 맞춤 업체에서는 업체에 따라 0.5~3cm의 차를 나타냈다.

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 소매길이 제품치수를 조사한 결과, 치수 호칭 ‘95’의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 59~62cm 범위에서 4가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 제품치수는 업체에 따라 56.5~65cm의 범위에서 13가지로 다양하게 나타났다. 치수 호칭 ‘100’의 경우 기성

복 셔츠의 소매길이 제품치수는 업체에 따라 60~63cm 범위에서 5가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 소매길이는 업체에 따라 58.3~67cm의 범위에서 12가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘105’의 소매길이 제품치수를 살펴보면, 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 61~64.2cm 범위에서 5가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠의 제품치수는 업체에 따라 59.1~66cm의 범위에서 12가지로 나타났다. 치수 호칭 ‘110’에서는 기성복 셔츠의 소매길이가 62~65.5cm 범위에서 7가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 경우 59.3~68.5cm의 범위에서 12가지 제품치수를 나타냈다. 기성복 드레스셔츠에서는 동일 치수 호칭에 대해 업체 간 소매길이 제품치수 차가 3~3.5cm이지만, 맞춤 드레스셔츠의 경우 업체에 따라 6.9~9.2cm의 차이를 나타냈다.

‘95’, ‘100’, ‘105’, ‘110’의 4개 호칭에 대해 최다빈도 소매 길이를 비교하면, 온라인 맞춤 셔츠와 기성복 셔츠의 허리둘레

Table 11. Total length of dress shirt

(Unit: cm)

Brand	Size of dress shirt														Interval
	85	90	90 1/2	95	95 1/2	100	100 1/2	105	105 1/2	110	110 1/2	115	115 1/2	120	
A1		74		76		78		80		82		84			2
A2		75		76	77	79	79	81	81	83		84			1~2
A3		71		72		75		77		80					1~3
A4		75		76	77	77	80	80	82	82					1~3
A5		69	70.5	73	74.5	76	77.5	79	80.5	82					1.5
A6				76.5		77.5		78.5		79.5					1
A7	73	74.3		76.2	78.1	80		81.9		83.8					1.3~1.9
A8				71		73		75							2
Online custom		71		73		76									2~3
A10		74	75	76	77	78	79	80	81	82					1
A11		73.7	74.3	74.9	75.6	76.2	77.5	78.7	80	81.3					0.6~1.3
A12		76.9		77.9		78.9		80.9		81.9		82.9			1~2
A13		74		75		76		78		79					1
A14		69	70.5	73	74.5	76	77.5	79	80.5	82					1.5
A15		70		72		75		77		80					2~3
A16	68.5	71	74	77.5		80		81		82		84.5		87	1~2.5
A17		71		72		73		75							1~2
B1				73.5		75		76.5		78					1.5
B2				75		76		77		78					1
B3				76		77		78		79					1
B4				75		76		77		78					1
B5				74		75		77		78					1~2
B6				75		77		79		84					2~5
B7				75		76		77		78					1
B8				74		75		77		78					1
B9				75		76		78		78					1~2
B10				74		75		76		77					1

or : the cell with the most frequent size

제품치수가 거의 일치하는 경향을 나타냈다.

4.2.2.6. 총길이 제품치수 비교

총길이 제품치수는 모든 업체에서 셔츠 목뒤점에서 밑단 끝까지 측정하는 방법을 사용하고 있었다. 치수 호칭 간 총길이 제품치수의 간격을 살펴보면(Table 11), 기성복 업체에서는 10개 업체 중 6개 업체에서 1cm의 간격을 나타냈으며, 그 외 1.5cm, 1~2cm, 2~5cm 등의 간격을 나타냈다. 맞춤 업체에서는 0.6~3cm의 제품치수 간격을 나타냈다. 한편 A5, A10 업체는 Table 5에 제시된 기본 치수체계에 중간치수를 추가하여 총길이 제품치수를 제시하였고, A14 업체는 기본 치수체계보다 적은 수의 총길이 제품치수를 제시하고 있었다.

동일한 치수 호칭에 대해 기성복과 맞춤 드레스셔츠의 총길이 제품치수를 비교한 결과, 치수 호칭 '95'의 경우 기성복 셔츠에서는 업체에 따라 73.5~76cm 범위에서 4가지로 나타났으나, 맞춤 셔츠의 총길이 제품치수는 업체에 따라 71~77.9cm의 범위에서 10가지로 나타났다. 치수 호칭 '100'의 경우 기성복 셔츠의 총길이는 업체에 따라 75cm, 76cm, 77cm로 나타났으며, 맞춤 셔츠의 총길이는 73~80cm의 범위에서 10가지로 나타났다. 치수 호칭 '105'의 총길이는 기성복 셔츠에서 업체에 따라 76~79cm 범위에서 5가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠의 총길이는 75~81.9cm의 범위에서 10가지로 나타났다. 치수 호칭 '110'에서는 기성복 셔츠의 총길이가 77~84cm 범위에서 4가지로 나타났으며, 맞춤 셔츠의 경우, 79~83.8cm의 범위에서 8가지 제품치수를 나타냈다.

총길이 항목에서도 치수 호칭 간 제품치수 간격은 기성복에 비해 맞춤 드레스셔츠에서 다양하게 나타났다. 또한 기성복 드레스셔츠에서 동일 치수 호칭에 대해 업체 간 총길이 제품치수 차이가 2~7cm이지만, 맞춤 드레스셔츠의 경우 업체에 따라 4.8~7cm의 차이를 나타냈다.

'95', '100', '105', '110'의 4개 호칭에 대해 최다빈도 총길이를 비교해 보면, '95'와 '100'에서는 온라인 맞춤 셔츠와 기성복 셔츠의 총길이가 일치하지만, '105'와 '110'에서는 온라인 맞춤 셔츠의 총길이가 더 길게 나타났다.

이상과 같이, 온라인 맞춤 드레스셔츠 업체 현황과 치수체계를 조사한 결과, 맞춤 드레스셔츠 업체는 소비자의 개성과 취향을 충족시키기 위해 다양한 디자인 옵션과 부위별 치수 옵션을 제공하고 있는 것을 확인하였다. 또한 10개 기성복 업체에서는 모두 동일한 치수 호칭 체계를 사용하고 있고, 동일 호칭에서 업체 간 제품치수의 차이가 맞춤 업체에 비해 작은 경향을 나타냈다. 맞춤 업체에서는 업체별로 서로 다른 치수체계를 사용하고 있으며, 치수 호칭 표기 방식 및 호칭의 수, 호칭 간 간격이 업체에 따라 각각 다른 것으로 나타났다. 또한 맞춤 업체의 치수체계에서는 부위에 따라 기본 치수체계에 치수를 추가하여 치수 전개를 더 세분화시키는 경우도 확인되었으며, 동일 호칭에서 업체 간 제품치수가 서로 큰 차이를 나타냈다.

5. 결 론

본 연구에서는 온라인 쇼핑을 통해 판매되고 있는 맞춤 드레스셔츠를 대상으로 업체 현황과 치수체계를 조사하고, 기성복 드레스셔츠의 치수체계와 비교하였다.

온라인 맞춤 드레스셔츠 업체에서는 소비자의 개성과 취향을 만족시키고 체형 특징을 반영하기 위해, 업체에 따라 '핏(fit)', '칼라', '포켓', '커프스', '플래킷', '밑단', '등주름' 등의 다양한 디자인 옵션을 제공하고 있었다. 또한 '목둘레', '어깨너비', '가슴둘레', '허리/배둘레', '소매길이', '총길이' 등의 부위별 치수 옵션도 제공하고 있었다. 디자인 옵션 중에서는 '칼라' 디자인 옵션을 제공하는 업체가 13개 업체로 가장 많았으며, 부위별 치수 옵션 중에서는 '목둘레'와 '소매길이'의 치수 옵션을 가장 많은 수(10개)의 업체에서 제공하고 있었고, 다음으로 '총길이'에 대해 치수 옵션을 제공하는 업체가 8개 업체였다. 참고 신체치수로서 '키'나 '허리둘레', '몸무게' 등을 직접 입력하도록 한 업체들도 있었는데, 특히 키를 직접 입력하게 하는 업체가 4개 업체로 조사되어, 셔츠 제작 시 키 치수의 반영이 맞춤새 향상에 기여하는 것으로 파악되었다.

부위별 치수 옵션을 제공하고 참고 신체치수를 기입하게 하는 것은 소비자의 체형 특징을 보다 구체적으로 반영하고 드레스셔츠의 맞춤새를 향상시키기 위한 방안이다. 치수와 관련된 옵션 중 '목둘레'를 제외하고 많은 업체에서 도입하고 있는 옵션은 '소매길이', '총길이', '키 입력'으로 나타났으며, 이로부터 소비자가 불만족을 갖는 부위가 주로 길이와 관련된 부위임을 파악할 수 있다.

온라인 맞춤 업체에서 기성복 업체에 비해 소비자의 다양한 치수와 체형, 디자인 요구에 대응하기 위한 자체적 시스템을 운영하고 있으나, 업체에 따라 서로 다른 치수체계를 활용하고 있는 점과 업체 경험에 의한 치수 전개를 사용하는 점, 업체 간 셔츠 제품치수의 차이가 크게 나타난 점 등은 소비자의 셔츠 치수 선택 시 혼란을 야기하고 맞춤새 만족도를 낮게 하는 원인이 된다. 따라서 온라인 맞춤 업체에서 패턴 제작 및 제품치수를 설정할 때 기준으로 삼을 수 있는 중년 남성의 표준화된 치수 정보 및 치수체계가 필요하며, 이에 대한 후속 연구가 진행되어야 할 것이다.

감사의 글

이 논문은 2018년도 배재대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 수행되었음.

References

Choi, J. Y. (2015). *Analysis of men's lower body figures and development of suit pants patterns for MTM system*. Unpublished master's thesis, Kyung-Hee University, Seoul.

- Choi, Y. S. (2016, April 15). 40 to 50 year olds, big name online shopping mall ...11th street, " The Age of Aze. " *Donga.com*. Retrieved September 12, 2017, from <http://news.donga.com/3/all/20160415/77606478/2>
- Han, E. J., Kweon, S. A., Choi, J. M., Song, J. M., & Lim, B. U. (2015). The suitability of the size classification of dress shirts on the market. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(5), 695-702. doi:10.5850/JKSC.T.2015.39.5.695
- Han, S. B., & Lee, Y. H. (2012). Characteristics of gender-bending design in contemporary men's dress shirts. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 14(2), 157-169.
- Hwang, S. H. (2013). *A study on ease for dress shirt fit*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.
- Hwang, T. M., & Lee, J. R. (2003). A study on the pattern and grading rule for dress shirts. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(1), 48-59.
- Jang, S. E. (2007). *A study on a men's dress shirt pattern by somatotype for mass customization system*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Jun, D. G. (2013). A study on the wearing & purchase practices of shirt and the analysis on the difference of body types. *The Korean Journal of Community Living Science*, 24(4), 471-483. doi:10.7856/kjcls.2013.24.4.471
- Kang, Y. S. (2012). An analysis of the distribution and the body size of men according to shirt silhouette, target age, and shirt size. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(4), 81-100. doi:G704-001970.2012.12.4.002
- Kim, D. H., & Jang, J. A. (2013). A study on pattern development of men's slim-fit dress shirt - Focus on the 25-35 aged men -. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(6), 950-962. doi:10.5805/SFTI.2013.15.6.950
- Kim, K. H., & Choi, J. M. (2006). The wearing practices and subjective fabrics preferences for spring and fall dress shirts of male office workers. *The Research Journal of the Costume Culture*, 14(2), 299-309.
- Kim, T. Y., & Lee, Y. J. (2015). A study on the scale development of clothing consumption value for male consumers – Focused on the purchase behavior in fashion multi-brand store and tailor shop -. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(6), 885-898. doi:10.5850/JKSC.T.2015.39.6.885
- Koo, I. S. (2006). A study on the shirt style preference and the shirt purchase attitude. *Journal of Fashion Business*, 10(2), 40-59.
- Korean Agency for Technology and Standards. (2009). *KS K 0050 Sizing systems for male adult's garments*. Seoul: Korean Standards Association.
- Lee, J. H. (2007). *Conception of sexuality and aesthetic values in contemporary men's shirts*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Lim, H. W. (2001). *A study on the consumer's actual condition and size spec for dress shirt*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Yoo, S. H. (2014). *A study on visual image of men's dress shirts*. Unpublished master's thesis, Cheongju University, Cheongju.

(Received 27 July, 2018; 1st Revised 16 August, 2018;
2nd Revised 30 August, 2018; 3rd Revised 9 September, 2018;
Accepted 14 September, 2018)