Journal of the Korea Fashion &
Costume Design Association
Vol. 9 No. 3 (2007) pp.87~97

여자 아동복 구입시 어머니의 선호도 및 KSK 9403: 2004 호칭 치수 인지도 조사

구 희 경
한양여자대학 섬유디자인과 교수

Investication for KSK 9403: 2004 Recognition and Mother's Preference of Female Children's Apparel

Hee-Kyung Koo
Prof., Dept. of Textile Design, Hanyang Women's College
(2007. 8. 2. 접수; 2007. 11. 10. 채택)

Abstract

This study is to investigate the KS size recognition and mother's preference of female children's apparel. The practical research is performed for 150 mothers lived in Seoul and are randomly selected to their age, female children's number, education and income level. For statistical analysis and evaluation of survey data, frequency and percentage use contingency table. Findings in this study as follow :

1. Mother's preference for purchasing the girl's garments shows the significant differences of their subject characteristics such as age, girl's number, education and income level.

2. Mother's recognition about KSK 9403: 2004 sizing system for girl's garments does not show the significant differences of their subject properties. Most mothers only know the part of the KS size specifications because KS sizing systems are complex. So KS sizing systems must be simplified and respecified to understand the KS for mothers easily when purchasing their girl's garments.

In summary this paper investigates mother's preference and recognition about KS sizing system for the girl's garments.

Key Words: KSK 9403: 2004(KS 여자아동복의 치수), Size recognition(규격 인지도), Mother's preperence(어머니의 구매선호도), Girl's garments(여자 아동복), Investigation(조사), Subject Characteristics(조사 대상자 특성)

Corresponding author ; Hee-Kyung Koo
Tel. +82-2-2290-2420, Fax. +82-2-2290-2438
E-mail : hkkoo60@hotmail.com
※ 본 논문은 2005년도 2학기 한양여자대학 교내연구비에 의하여 연구됨.

I. 서 론

2007년 아동복 시장의 규모는 저출산에도 불구하고 지속적인 성장세를 유지하고 있다. 이는 자녀수의 감소에 따른 가정경제에서 아동의 영향력이 커지고 있으며 주요 소비 계층으로의 부상을 의미한다. 또한 아동복 구매자의 특성이 일반 의류와 달리 어머니의 선택이 주도적으로 이루어지고 있기에 그들을 대상으로 한 아동복 업체들의 제품의 고급화, 온라인 쇼핑구축 등 소비패턴의 변화에 대한 능동적 마케팅 활동이 성장세 유지의 요인이라 하겠다.

아동의 체형은 성인 형태의 축소가 아닌 성장기라는 독특한 신체구조를 갖고 있기 때문에 KSK 9403 : 2004의 표준화된 기준 치수가 의복 구매에 도움을 줄 수 있다[1]. 그러나 아동별 개인 치수에 대한 어머니들의 인지도 부족과 아동복업체의 나이 기준의 간단한 호칭의 사용과 성장 정도의 다양성을 고려하지 못한 일률적인 그레이딩으로 소비자들에게 치수(size) 선택에 많은 불편을 주고 있다[2]. 특히 여자아이를 둔 어머니들은 다양한 종류의 의복 종류들의 간단한 호칭 규격으로는 각 연령층의 체중이나 신장에 따른 특별 치수가 없어 많은 불편을 받는다고 하여(윤정혜, 1995)[3], 치수 규격 분석(이지연, 2000) 시스템에 대한 연구의 필요성을 강조하고 있다[4]. 현재 아동복의 최적 사이즈 시스템 개발, 치수 인지도, 만족도에 관한 연구는 성인복에 비해 상대적으로 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 주요 소비계층인 아동복 구매의 주체인 여자아이를 자녀로 둔 어머니를 대상으로 아동복 구매시 의복 선호도를 조사하고 여자 아동복의 종류별 KSK 9403 호칭 치수 인지도를 조사 분석하여 치수의 적합성이 높은 아동복 제작 및 편리한 구매로 인한 합리적인 의생활과 KS 인지에 관한 기초 자료 제공에 그 목적이 있다.

II. 연구 방법 및 범위

1. 조사 대상 및 자료 수집

조사 대상은 초등학교 자녀를 둔 서울 및 서울 근교에 거주하는 20~40대 여성 200명을 임의 추출하여 선정하였다.

2007년 9월 10일~9월 20일까지 90명을 대상으로 선행 연구 및 아동복 시장 분석을 통해 구성된 설문지를 구성하여 예비조사(Pre-test)를 실시하였다. 그 결과를 기반으로 수정 보완된 설문지로 2007년 10월 20일부터 10월 30일까지 본 조사를 실시하였다. 응답자료로 적합지 못한 설문지를 제외하고 <표1>과 같이 자녀수, 교육 정도, 소득 수준이 균일한 비율로 수집된 설문지 150부를 분석 자료로 사용하였다.

<표1> 조사 대상자의 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
연령대	20대	41	27.4
	30대	67	44.6
	40대	42	28
여아 자녀 수	1명	78	52
	2명 이상	72	48
교육 정도	고졸	42	28
	대졸	67	44.7
	대학원 이상	41	27.3
월 소득 수준	200만원	32	28
	300만원	73	44.7
	400만원	45	27.3

2. 조사 도구 및 분석 방법

조사 대상자의 일반적 특성, 아동복 구매자인 어머니의 아동복 구매선호를 의복 종류별로 구분하여[5),6),7)] 조사하고 KSK 9403: 2004 호칭 치수를 기준으로 기본 신체치수, 참고 신체치수의 인지도에 관한 문항으로 분류하여 설문지를 설계하여 진행하였다[8),9),10)].

자료 분석은 빈도 및 분석(Frequency and ratio analysis)을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 상의 의류 종류별 구매 선호도

<표2>에 의하면 20대는 정장 상의를 49%로

<표2> 상의 의류 종류별 구매자 어머니 선호도

<표2-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
정장 상의	20(49%)	7(10%)	9(21%)
캐쥬얼 상의	12(29%)	42(63%)	11(26%)
편물제 상의	9(22%)	18(27%)	22(53%)

<표2-b> 자녀수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
정장 상의	10(13%)	25(35%)
캐쥬얼 상의	41(53%)	38(53%)
편물제 상의	27(36%)	9(12%)

<표2-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육수준	고졸	대졸	대학원졸
정장 상의	10(24%)	13(19%)	14(34%)
캐쥬얼 상의	12(29%)	30(45%)	17(41%)
편물제 상의	20(47%)	24(36%)	10(25%)

<표2-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득수준	200 만원	300 만원	400 만원
정장 상의	11(34%)	14(19%)	17(38%)
캐쥬얼 상의	14(44%)	32(44%)	19(42%)
편물제 상의	7(22%)	27(37%)	9(20%)

<표3> 하위 의류 종류별 구매자 어머니 선호도

<표3-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
정장 하의	11(28%)	17(25%)	18(43%)
캐쥬얼 하의	30(72%)	50(75%)	24(57%)

<표3-b> 자녀수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
정장 하의	19(24%)	11(15%)
캐쥬얼 하의	59(76%)	61(85%)

<표3-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육수준	고졸	대졸	대학원졸
정장 하의	17(40%)	33(49%)	17(41%)
캐쥬얼 하의	25(60%)	34(51%)	24(59%)

<표3-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득수준	200 만원	300 만원	400 만원
정장 하의	7(22%)	27(37%)	18(40%)
캐쥬얼 하의	25(78%)	36(63%)	27(60%)

선호하며 30대 어머니는 63%의 캐쥬얼 상의를 선호한다. 40대의 53% 어머니는 편물제 상의를 높은 비율로 선호하는 것은 아동복 구매시 어머니의 선험에 의한 편물제 의류 선호도가 그대로 반영된 것이라 분석된다. 여아 자녀수, 교육 수준별, 소득 수준별 차이 없이 캐쥬얼 상의를 선호하는 것으로 나타났으며 이는 여자아이의 행동 크기가 예전과 많이 변화된 사회 구조에서 편안함을 제일 먼저 추구하고 있는 것이라 할 수 있다. 급격한 성장기 아동들의 의복 선택시 가장 우선시 되는 항목은 편안함의 추구라 할 수 있다.

<표3>의 분석에서 30대 어머니의 경우 하의에서 75%가 편안함을 추구하여 2명 이상의 여아의 어머니의 경우 85%의 캐쥬얼 하의 선호 비율은 고급스럽고 우아한 정장 하의 보다는 편안하고 실용적인 캐쥬얼 하의의 활동성을 추구하는 의식의 전환이 이루어진 것이라 분석할 수 있다. 아동복 업체들의 의류 구성에서 고려할 부분이다.

<표4> 상하연결의류 종류별 구매자 어머니 선호도

<표4-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
코트	13(32%)	15(22%)	12(29%)
캐쥬얼 원피스	19(46%)	37(55%)	23(55%)
오버롤	9(22%)	15(23%)	7(16%)

<표4-b> 자녀수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
코트	27(35%)	21(29%)
캐쥬얼 원피스	34(44%)	37(51%)
오버롤	17(21%)	14(20%)

<표4-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육수준	고졸	대졸	대학원졸
코트	16(38%)	18(27%)	16(39%)
캐쥬얼 원피스	19(45%)	31(46%)	15(37%)
오버롤	17(17%)	18(17%)	10(24%)

<표4-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득수준	200 만원	300 만원	400 만원
코트	6(19%)	17(23%)	13(29%)
캐쥬얼 원피스	18(56%)	43(59%)	27(60%)
오버롤	8(25%)	13(18%)	5(21%)

<표4>의 상하 연결 의류 종류 별 구매는 캐쥬얼 원피스에 대한 선호도가 높은 비율로 나타났다. 전 연령별, 자녀수, 교육수준별, 소득수준별 50% 이상의 높은 선호도를 보이고 있다. 클래식한 이미지의 코트류에 비해 활동적 이미지의 편리함을 추구하는 캐쥬얼 원피스가 소득 수준 400 만원대 어머니의 60% 비율로 나타난 것은 아동복의 사회적 가치 변화로 보인다. 아동복의 경우 심미성 보다는 활동성을 중요하게 여김을 알 수 있다.

<표5> 운동복 종류별 구매자 어머니 선호도

<표5-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
전신용	28(68%)	37(55%)	29(69%)
상의	7(17%)	12(18%)	4(10%)
하의	6(15%)	18(27%)	9(21%)

<표5-b> 자녀수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
전신용	70(90%)	68(94%)
상의	2(3%)	3(4%)
하의	6(7%)	1(2%)

<표5-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육수준	고졸	대졸	대학원졸
전신용	18(43%)	44(66%)	28(68%)
상의	11(26%)	12(18%)	6(15%)
하의	18(31%)	11(16%)	7(17%)

<표5-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득수준	200 만원	300 만원	400 만원
전신용	19(59%)	48(66%)	29(64%)
상의	5(16%)	13(18%)	11(24%)
하의	7(25%)	12(16%)	5(12%)

<표5>의 운동복 종류 별 구매 선호도에서는 전신용 운동복의 경우 수영복, 체조복, 발레복이 포함되며 상의는 트레이닝복 상의, 하의는 트레이닝복 하의 레깅스, 타이츠 등을 의미한다. <표5-a>에서 전신용 운동복이 이 전 연령대 55% 이상의 높은 선호도가 나온 것이다. 자녀수별, 교육수준별, 수득수준별 선호 구분에서 높은 비율로 조사되었다. 이는 자녀수 감소에 따른 아동에 대한 스포츠 활동의 경험이 다양해졌으며 스포츠웨어에 대한 투자를 확대해 나가고 있음을 의미한다. 치수 규격의 다양화 등 아동의 운동복으로서의 기능성과 사이즈 만족도를 향상시킬 수 있는 최적 치수시스템, 다양한 디자인 등의 연구나 개발이 필요한 것으로 분석된다.

<표6> 내의 종류별 구매자 어머니 선호도

<표6-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
상의	11(27%)	23(34%)	14(33%)
하의	30(73%)	44(66%)	28(67%)

<표6-b> 자녀수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
상의	11(27%)	14(33%)
하의	30(73%)	28(67%)

<표6-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육 수준	고졸	대졸	대학원졸
상의	12(29%)	27(40%)	11(27%)
하의	30(71%)	40(60%)	30(73%)

<표6-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득수준	200 만원	300 만원	400 만원
상의	12(38%)	21(29%)	15(33%)
하의	20(62%)	52(71%)	30(67%)

<표6> 내의 종류 별 구매 선호가 연령, 자녀수, 교육 수준, 소득 수준 별 차이가 없이 하의에 높은 비율의 선호가 보인다. 이는 실용적인 선호도를 선택하는 의미로 해석된다. 또한 아동 내의 상의에 대한 선호가 27%로 나타나 상의에 있어 내의 착용이 낮은 것으로 분석 된다. 그러므로 내의 생산 업체들의 상품 구성도를 고려할 필요가 있다.

<표7> 잠옷 종류별 구매 선호에서는 20대 71%, 30대 57%, 40대 64%가 전신용인 가운형 잠옷, 원피스 잠옷을 선호한다. 구매자인 어머니가 일상복에 비해 잠옷 종류에서 활동성 보다는 장식성과 심미성에 초점을 두고 의복 선택을 한다고 분석할 수 있다. <표7-c>의 대학원졸 이상의 어머니의 잠옷 구매시 전신용을 73%의 높은 선호를 보이는 것으로 나타났다.

<표8>은 정장 상의, 정장 원피스의 기본 신체 치수, 참고 신체 치수가 같이 사용되는 KSK 9403 호칭 치수 인지의 비율이다. 기본 신체 치수에 대해서는 비교적 높은 인지도를 나타내고 있다. 성장기 아동에 대한 어머니의 관심이 키(95%)와 가슴둘레에 대한 인지도는 높은 반면, 참고 신체 치수에 대해서는 무척 낮은 비율의 인지도로 분석된다. 이를 참고로 정장 상의, 정

<표7> 잠옷 종류별 구매자 어머니 선호도

<표7-a> 연령별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 연령	20대	30대	40대
전신용	29(71%)	38(57%)	27(64%)
상의	7(17%)	15(22%)	6(14%)
하의	5(12%)	14(21%)	9(22%)

<표7-b> 자녀 수별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 자녀수	1명	2명 이상
전신용	53(68%)	48(69%)
상의	12(15%)	15(21%)
하의	13(17%)	9(12%)

<표7-c> 교육수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 교육 수준	고졸	대졸	대학원졸
전신용	29(69%)	39(58%)	30(73%)
상의	7(17%)	16(24%)	4(10%)
하의	6(14%)	12(18%)	7(17%)

<표7-d> 소득수준별 선호도

단위: 명(%)

종류 \ 소득 수준	200 만원	300 만원	400 만원
전신용	28(88%)	46(63%)	31(69%)
상의	2(6%)	8(11%)	3(7%)
하의	2(6%)	19(26%)	11(24%)

장 원피스 KSK 9403 치수 규격에 대해 참고 신체 치수가 제조자 중심으로 제정된 것으로 해석되며 소비자 중심, 고객 관점에서 쉽게 선택할 수 있는 기본 신체 치수와 연계한 참고 신체 치수를 제시할 필요성이 있다.

예를 들면 수치 중심의 KS와 연령을 중심으로 S, M, L, XL, XXL 등의 표기로 재 배열 되거나 구매를 유도할 수 있는 복합 표기 방법론을 제시할 것을 제안한다.

<표9>는 정장 하의인 정장 스커트와 바지에 대한 호칭 치수 기준이다. 정장 하의 호칭에 대한 기본 신체 치수에 대한 인지는 높은 반면, 참고 신체 치수에 대해서는 구매자 어머니들의 인지 정도가 매우 낮은 것으로 나타났다. 엉덩이

<표8> 정장 상의, 정장 원피스 KSK 9403 호칭 치수 인지도

단위: 명(%)

KS 호칭 치수	기본 신체 치수		참고 신체 치수				
	키	가슴둘레	허리둘레	엉덩이둘레	목밑둘레	등길이	팔길이
빈도	143(95%)	92(61%)	52(35%)	26(17%)	12(8%)	14(9%)	13(9%)

<표9> 정장 하의 KSK 9403 호칭 치수 인지도

단위: 명(%)

KS 호칭 치수	기본 신체 치수		참고 신체 치수		
	키	허리둘레	엉덩이둘레	다리가쪽 길이	샅 앞뒤길이
빈도	143(95%)	72(48%)	26(17%)	9(6%)	4(3%)

<표10> 캐쥬얼 상의, 편물제 상의, 캐쥬얼 하의, 코트, 캐쥬얼 원피스, 오버롤, 가운, 운동복 전신용, 잠옷 전신용 KSK 9403 호칭 치수 인지도

단위: 명(%)

KS 호칭 치수	기본 신체 치수	참고 신체 치수							
	키	가슴둘레	허리둘레	엉덩이둘레	다리가쪽 길이	샅 앞뒤길이	등길이	어깨사이 길이	팔길이
빈도	143(95%)	82(55%)	52(35%)	21(14%)	11(7%)	3(2%)	7(5%)	1(1%)	9(6%)

<표11> 내의 상의 KSK 9403 호칭 치수 인지도

단위: 명(%)

KS 호칭 치수	기본 신체 치수	참고 신체 치수			
	가슴둘레	허리둘레	어깨사이 길이	등길이	팔길이
빈도	82(57%)	62(41%)	3(2%)	0(0%)	4(3%)

<표12> 내의 하의 KSK 9403 호칭 치수 인지도

단위: 명(%)

KS 호칭 치수	기본 신체 치수	참고 신체 치수		
	엉덩이둘레	허리둘레	다리가쪽 길이	샅 앞뒤길이
빈도	42(28%)	62(41%)	2(2%)	1(1%)

둘레나 다리가쪽 길이라는 항목은 17%, 6% 정도만 알고 있는 것으로 분석된다. 나이에 따른 호칭과 체중들의 다른 요소의 참고 신체 치수를 복합 표기하거나 개선할 필요가 있다.

캐쥬얼 상의, 편물제 상의, 캐쥬얼 상의, 코트, 캐쥬얼 원피스, 오버롤, 가운, 운동복 전신용, 잠옷 전신용, KSK 9403 호칭 치수는 기본 신체 치수, 참고 신체 치수를 같이 활용하고 있으나 소비자인 어머니들은 전혀 모르고 있었으며 세분화 되어 좀 더 쉽게 선택할 수 있는 방법을 원하고 있다. 또한 참고 신체 치수를 수치화 하는 것 보다 키에 따른 체중, 대·중·소를 희망한다고 분석할 수 있다. 참고 신체 치수인 어깨사이 길이를 인지한다는 응답은 1%로 소비자 입장의 호칭 치수 항목으로는 부적절하다.

<표11>, <표12>에서 내의 하의의 기본 신체 치수인 엉덩이둘레는 28%로 매우 인지도가 낮은 편이지만 허리둘레는 42%가 치수를 인지하는 것으로 소비자가 비교적 많은 인지를 하고 있는 정보를 이용하면 효과적일 것이라 분석된다. 또한 내의 상의의 참고 신체 치수, 팔길이 치수가 3%로 낮은 인지에 대해 나이에 따른 호칭과 함께 대·중·소 표기 방안도 강구할 필요성이 있다.

IV. 결 론

본 연구는 아동복 구매의 주체인 어머니를 대상으로 여자 아동복 구입 시 선호도와 KSK 9403 : 2004에 의거한 아동의 치수 인지도에 관한 조사를 실시하고 분석함으로써 합리적인 의생활을 위한 KS 치수 규격 최적화 설정의 기초자료 제공에 목적이 있다. 분석 결과는 다음과 같다.

1. 상·하의 종류 별 구매 선호에 대해 20대 어머니는 정장 상의를 49%, 30대 어머니 63%가 캐쥬얼 상의를, 53%의 40대 어머니가 편물제 상의를 선호하는 것으로 나타나 아동복 구매시 어머니의 선험적 주관에 대한 의류 선호가 높음을 알 수 있다. 자녀 수, 교육 수준, 소득 수준 등 모든 항목에서 캐쥬얼 상의를 선호하는 것으로 의복 선택 시 가장 우선시 되는 편안함으로 나타났다.

2. 상하 연결 의류인 캐쥬얼 원피스에 대한 선호가 항목별 50% 이상으로 높게 나타난 것은 활동성의 추구라는 사회 환경, 의식의 전환으로 아동복업체들의 의류 구성에서 심도있게 논의되어야 한다.

3. 운동복 종류별 구매 선호도가 연령별, 소득 수준별, 교육수준에서 55% 이상 높게 나온 것은 자녀수 감소에 따른 아동에 대한 스포츠 활동의 다양성과 투자의 확대로 해석되어 치수 규격의 다양화와 기능성과 치수 만족도를 향상시킬 수 있는 최적 치수 시스템이 필요한 것으로 분석된다.

4. 잠옷 종류별 구매 선호도에서 전 연령대 57% 이상이 가운형 잠옷과 원피스 잠옷의 전신용 잠옷을 선호하는 것으로 나타났다.

5. 정장 상의, 정장 원피스 KSK 9403 호칭 치수 인지도는 기본 신체 치수는 키 95%, 가슴둘레 61%가 알고 있으며 참고 신체 치수 항목에서는 허리둘레만이 35% 이상 나타나고 그 외는 인지하고 있지 못하고 있음을 알 수 있다.

6. 정장 하의에 대한 기본 신체 치수의 인지는 높은 비율로 나타났으나 참고 신체 치수 항목들에서는 3% 이하의 낮은 인지도로 나타났다. 이는 나이에 따른 호칭과 체중 등의 다른 요소의 참고 신체 치수를 복합 표기하거나 개선할 필요가 있는 것으로 분석된다.

모든 국제 표준과 규격이 소비자 관점에서 제정 또는 활용되고 있는 것이 세계적 추세이다. 현 KS가 제조자 중심의 수치 위주로 정확도를 제시하고만 있어 구매자인 어머니의 소비자 중심에서 쉽게 선택할 수 있는 기본 신체 치수와 연계한 참고 신체 치수를 개선할 필요가 있다. 나이에 따른 호칭과 체중 등의 요소로 복합 표기하거나 연령 표기와 더불어 S, M, L, XL 등의 표기로 덧붙여 KS 치수 규격에 의한 편리한 의복 선택에 대한 연구가 지속적으로 이루어지길 기대한다.

참 고 문 헌

1) 한국표준협회 (2004). KSK 9403: 여자 아동복의 치수. pp.2-9.
2) 임성민, 김미숙 (2001). 초등학교 고학년 아동과 어머니의 아동복 구매의사 결정. *복식문화연구 9(4)*, p.562.
3) 윤정혜, 조윤주, 박정순 (1995). 아동복 설계를 위한 신체 계측 분석 연구. *복식문화연구 3(2)*, p.305.
4) 이지연, 천종숙 (2001). 유아복과 아동복의 치수 규격에 관한 연구. *한국의류학회지 25(6)*, pp.1046-1047.
5) 구희경 (1996). 아동복에 나타난 패턴 기호도에 관한 연구. *한양여자대학 논문집 19.*

pp.11-12.
6) 조진숙, 최경희 (2002). 인터넷 전자 상거래를 위한 아동복. Sizing System 개발에 관한 연구. *한국의류학회지 26(6),* p.923.
7) 조규화 (1991). *복식 미학.* 서울: 수학사. p.320.
8) 김혜경, 강혜원 (1985). *어린이의 의복, 아동 학전서 제3권.* 연세대 출판부.
9) 2007 F/W Children's Trend. 자료검색일 2007. 11. 5. 자료출처 http://www.samsungdesign.net
10) 0809 FW 아동복 트랜드. 자료검색일 2007. 11. 11. 자료 출처 http://www.ifp.co.kr