

국내 학술지 게재 논문 기반 남성 수트 연구 동향

오준엽¹ · 이규혜^{2†}

¹한양대학교 의류학과 박사과정

²한양대학교 의류학과 휴먼테크융합전공 교수

Research Trends on Men's Suits Published in Korean Academic Journals

Jun-Yup Oh¹ and Kyu-hye Lee^{2†}

¹PhD Candidate, Department of Clothing and Textiles, Hanyang University, Korea

²Professor, Department of Clothing and Textiles, Human-Tech Convergence Program, Hanyang University, Korea

Abstract: This study analyzed the research trends in men's suits in KCI-listed journals from 2010 to 2024. A total of 55 papers were selected after searching for men's suit research in eight major South Korean apparel-related journals. The results showed that the research on men's suits exhibited significant variation while maintaining a higher number of publications throughout the 2010s, reaching peaks in 2011 and 2014, before entering a period of general decline in the 2020s, notwithstanding a temporary resurgence in 2021. Text analysis revealed that the main research themes centered on clothing's social psychology, marketing, design and aesthetics, and garment construction, with very frequent keywords such as "image", "style", "size", "body", and "brand". A notable trend is the shift in research focus. While early research from 2010 to 2014 concentrated on consumer satisfaction and clothing components, recent research from 2020 to 2024 has increasingly emphasized the suit's role as a cultural signifier. This thematic shift incorporates newly emerging terms such as "music", "hip hop", "soul", and "resistance" and reflects contemporary social issues such as the COVID-19 pandemic. Although the suit holds strong historical and symbolic meaning, limited attention has been paid to its evolution and production contexts, suggesting several critical directions for future research. Pursuing these avenues is vital for fully appreciating the suit's complex cultural and sartorial history.

Key words: men's suit(남성 수트), keywords(키워드), research trends(연구동향), academic journal(학술지)

1. 서 론

현대 사회에서 수트는 품위, 사회적 지위와 신뢰 등을 상징하며, 사회적 맥락에서 중요한 역할을 하고 있다(Choi & Sohn, 2000). 수트는 단순히 몸을 보호하거나 꾸미기 위한 기능을 넘어선 심리적, 상징적 가치를 지니며, 시대와 문화에 따라 그 의미가 변화해왔다. 19세기 서구 사회에서 수트는 남성의 전통적인 복장으로 자리 잡으며 권위와 지위를 상징하는 옷으로 발전했으며, 현대에 오기까지 시기별 변화를 거쳐 변형되어왔다(Ryu & Lee, 1996). 이러한 변화는 수트가 단순한 의복이 아니라 사회적, 문화적 변화를 반영하는 중요한 상징임을 보여준다.

국내에서도 수트는 오랜 시간 동안 중요한 의복으로 자리 잡아 왔다. 19세기 말 서구 문물이 유입되면서 서양식 복식으로의 전환이 이루어졌고, 이 과정에서 수트는 근대화와 서구화를 상징하는 주요한 아이템으로 주목받았다(Ryu & Lee, 1996). 이후 한국 사회에서 수트는 직업적 전문성을 나타내는 옷으로, 중요 자리에 입는 비즈니스 복장으로 자리 잡았다.

수트는 오랜 역사성을 띠고, 역사적으로 다양한 변화와 영국, 이탈리아, 미국마다 다르게 구조적 변화를 거쳐 남성복의 중요한 한 축으로 존재하며, 현재까지 남성을 대표하는 의복 카테고리로 존재하고 있다. 수트의 중요성과 상징성을 고려할 때 국내 시장을 중심으로 한 학문적 연구의 확대가 필요하다 하겠다. 따라서 본 연구의 목적은 국내 학술지에 발표된 '수트' 관련 연구들을 체계적으로 분석하여 연구동향을 파악하는 데 있다. 국내 학술지에 게재된 수트 연구의 동향을 총체적으로 분석하여 그간의 연구 흐름과 특징을 객관적으로 규명하고자 한다. 이를 위하여 구체적으로, 연구 시기, 연구 주제 등 남성의 수트를 기준으로 논문들을 분류하고, 분류된 논문을 기준으로 연구 제목, 연구 키워드, 초록을 수집하여 텍스트 분석 기법과 클러스터링 기법을 사용하였다. 이는 연구의 주제와 동향 그리고 특

†Corresponding author: Kyu-hye Lee

Tel. [REDACTED]

E-mail : khlee@hanyang.ac.kr

©2025 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

징들을 다양한 시각으로 알아볼 수 있다는 장점이 있다. 의류학 분야에서도 Choi and Lee(2020)는 소셜 네트워크 분석을 활용하여 학술지에 나타난 윤리적 패션 연구의 동향을 살펴보았으며, Jang and Kim(2017)은 텍스트 마이닝 분석 기법과 토픽모델링을 통하여 국내 패션디자인 연구동향을 알아보았다. 따라서 본 연구에서는 텍스트 분석을 통하여 국내 학술지에 나타난 수트의 2010년에서 2024년도에 대한 연구 동향, 연구의 주제어 및 시기별 주제어로 구분하여 연구 동향, 연구의 주제어의 변화를 살펴봄으로, 수트 관련 핵심 연구주제들을 파악하고 후속 연구의 방향성을 제시하는 데 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 수트를 대상으로 한 의류학분야 연구 고찰

수트는 의류학에 있어 디자인·미학, 뷰티, 구성, 의복사회심리·마케팅, 복식사분야에서 다양한 연구가 진행되어 왔다.

Park(2010)은 수트를 선택함에 있어 인구통계학적 특성에 따라 장소, 금액, 수량, 평가 기준 그리고 구매 후 만족도를 알아보았다. Shin and Lee(2017)는 20~30대 남성 소비자의 독특성 욕구와 의복 추구 혜택이 비스포크 수트 구매 의도에 미치는 영향에 대하여 알아보았으며, 비스포크 수트 구매에 있어 심미성 추구, 외모관심도가 반영된 독창적 선택만이 정의 영향을 미치며 외모 관심도가 반영된 사회적 지위, 비 대중적인 선택을 하는 소비자들에게는 부의 영향을 미치는 것을 밝혔다. Kim(1990)은 소비자 집단을 세분화하여 보수적 스타일의 수트, 약간의 개성이 부가된 반정장, 자유로운 캐주얼 정장으로 구분함을 밝혔으며 반정장집단의 특성이 가장 뚜렷이 나타남을 밝혔다. Chae(1996)는 수트의 역사인 복식사를 통하여 12세기부터 19세기까지의 수트의 변천과정과 신고전주의적, 고전주의적 미학적인 특성을 알아보았다. Choi and Ahn(2018)은 2013년 S/S부터 2017년 F/W까지의 남성복 컬렉션을 통하여 수트 자켓 이미지를 수집 분석하여 트렌드를 알아보았다. Park et al.

Table 1. Organized by fields

Author(s)	Year	Title	Summary
Park	2010	A Study on the Selection Behavior and the Post-purchase Satisfaction for Men's Suits	The most important factor influencing satisfaction with a men's suit is the level of knowledge about the material, with the amount spent and selection criteria also having some influence
Shin & Lee	2017	The effect of consumers' needs for uniqueness and pursuit of clothing benefit on bespoke suit purchase intention amongst 20~30-year-old males	Intent to purchase bespoke suits among men in their 20s and 30s increases with a desire for individuality and uniqueness, aesthetic satisfaction, and concern for appearance
Kim	1990	Consumer Types Based on Style of Men's Business Suits and Their Relationship to Lifestyle, Clothing Behavior and Appearance.	By menswear suit style, consumer groups are divided into formal, semi-formal and casual, with each group exhibiting differences in lifestyle, clothing behaviour, appearance and demographics, and the menswear suit market needs to be segmented by consumer characteristics
Chae	1996	Changing Styles & Aesthetic Charactics of Modern men's Suit	The modern men's suit developed in the late 18th century under the influence of neoclassicism and the democratic movement, pursuing practicality, simplicity and understated aesthetics, and has since evolved into a modern style that responds to a variety of social and emotional needs
Choi & Ahn	2018	Image Analysis of Suit Jacket in Menswear Collection - Focusing on the Lapel's Proportion in Silhouette	The 2013-2017 menswear collections show a wide range of combinations of classic, fitted and boxy silhouettes and narrow, regular and wide lapels, with a clear increase in boxy silhouettes and a diversification of lapel widths in recent years
Park et al.	2014	Development of a Sizing System of Mass-customized Clothing for Wheelchair Users: Men's Suit Sizes	Propose a mass customised suit sizing scheme for men in wheelchairs, broken down by body type
Kim	2014	A survey on jacket lining manufacture of menswear brands	Divided into suit jackets and casual jackets, most brands provide lining patterns to their suppliers, and lining pattern design relies heavily on the know-how of pattern makers
Ryu & Lee	1996	A Study on the Development of men's Wear in Korea	A study of how the current menswear came to Korea and how it has evolved since 1850, when the basic "suit" was first established, to the present day, based on Western dress history.
Kim	2017	Sales Products and Production/Sales Subjects of Korean Modern Tailor's Shop	A study of the items sold, production and sales actors, and the coexistence of customised and ready-to-wear in modern Korean tailor shops, 1890-1945

(2014)은 휠체어 장애인을 위하여 기존 기성복들의 불편함을 해소하기 위하여 장애인과 일반 성인 남성의 인체 측정 평균치를 기준으로 휠체어 장애인용 기성복 사이즈 체계를 제안하였다. Kim(2014)은 기성복의 재킷 안감 패턴 제작에서의 수트 재킷과 캐주얼 재킷 안감 제작 차이점과 봉제, 설계 차이를 알아보았다. Ryu and Lee(1996)는 1850년대부터 20세기까지의 서양 복식에 나타난 수트의 변화를 알아보았으며, 한국 사회에서의 수트 도입부터 1990년대까지의 수트 변화까지를 알아보았다. Kim(2017)은 근대의 한국 양복점에서 판매하던 물품, 생산, 판매 주체를 통하여 근대 한국 양복점의 역사를 시기별로 나눠 양복점의 시기별 특징을 알아보았다. 이렇듯 수트의 선행연구는 여러 분야에서 이루어짐을 확인할 수 있으며, 이는 수트가 가진 속성에 대한 의미이기도 하다. 따라서 이에 대한 연구동향을 분석하고, 연구 경향과 트렌드를 분석하여 향후 수트에 대한 연구 설계를 위한 기초자료가 필요한 시점이라 판단된다.

2.2. 텍스트 분석 사용 연구 동향

Kim(2020)은 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 소비자학 분야에서 연구 동향을 분석하였으며, 시장 관련, 소비자의 재무 자원 관련, 소비자의 지위와 역할에 관련하여 구성되어 있음을 확인하였다. 현대 무용 분야에서는 Kim et al.(2024)은 1988-2023년의 ‘무용전공자’, ‘현대 무용 전문가’로 검색되는 논문을 중심으로 연구 동향을 파악하였으며, 무용 전공자들에게 중요한 체력 등의 단어들의 연결성이 부족하다는 것과 상해의 재활 및 치료 관련 연구의 한계점, 미학적 관점에서의 연구 부족을 확인하였다. Ko(2024)는 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 경제학 분야에서 사회적기업과 소셜벤처를 중심으로 한 사회 경제 분야의 연구 동향을 분석하였으며, 사회적기업의 가치와 조직적 특성, 사회적기업의 경제적 측면, 기업 목적성, 사회적기업과 소셜벤처의 소비자 관계 등의 여러 측면에서의 중요성을 확인하였다. 디자인 분야에서는 Oh(2023)는 2020년부터 2023년도의 ‘디자인’ 논문 초록 및 제목을 수집하고 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 연구동향을 파악하였다. 의류학 분야에서도 텍스트 분석 기법은 다양한 연구 주제에 사용되고 있다. Choi and Lee(2020)는 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 의류학 분야에서 윤리적 패션에 대한 연구 동향을 분석하였으며, Kang et al.(2024)은 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 기능성 의류, 정장 셔츠, 니트 스웨터 제품군의 구매 후기와 사용 후기를 비교 분석하여 소재 정보와 세탁 관련 소비자 의견 정보 제공 필요성을 제시하였다. Won et al.(2023)은 소비자들의 빈티지 의류 소비에서의 가치 구조를 텍스트 마이닝을 통하여 분석하여 감정적, 친환경적, 진귀적, 실용적, 자기표현 가치를 밝혀내었으며, Yoo(2023)는 네이버 뉴스를 통하여, 보도된 중고의류와 중고명품 구매 기사를 텍스트 마이닝을 통하여 알아보았으며 중고명품에 대한 사회적 관심이 중고의류보다 훨씬 높고, 두 시장 모두 거래의 활성화에 플랫폼이 중요한 역할을 함을 밝혔다. Kang(2023)은 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 네이버 쇼핑물

의 여성 의류 상품명을 분석한 결과, 상품 노출에 핵심적인 정보는 아이템, 의복 구성, 소재 및 핏·스타일 관련 용어였으며, 의미는 같지만 표기가 다양한 용어의 혼용이 소비자 검색과 연결을 방해함을 밝혀 용어 통일의 필요성을 제시하였다. Jang and Kim(2020)은 2010-2019년 트렌드 예측 정보와 보고된 뉴스기사 데이터를 텍스트 마이닝으로 분석한 결과, 트렌드 예측 자료에 등장한 핵심 키워드는 ‘소재’였고, 10년간 뉴스 기사에 유일하게 매년 등장한 단어는 ‘기능적’이었다. 트렌드 예측 정보는 실제 뉴스 기사와 일부 연결되어 등장하였고, 이는 시장에 반영되었다. Jang et al.(2022)은 약 10만 개의 단어 데이터를 기반으로 아이템, 실루엣, 디테일 등 7대 속성을 분류체제로 설계하여 패션 전문 말뭉치를 구축하고, 웹사전 형태로 구축하였다.

본 연구에서는 이와 같이 선행연구에서 사용해 본 분석 방법을 차용하여 국내에서 수트의 연구동향을 알아보고자 한다.

3. 연구 방법

실증적 연구를 위하여 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 수트, 정장 관련 연구의 연도별·학술지별 분포 현황을 알아본다.

둘째, 시기별 출현한 단어의 빈도와 TF-IDF를 바탕으로 전체 수트, 정장 연구 주제어 및 주제어의 변화를 분석하여 시기별 주요 단어와 연구 추세를 알아본다.

셋째, 출현 빈도를 바탕으로, 클러스터링 기법을 사용하여 시기별 출현한 주제어의 군집을 분석하여 군집 별 특징과 주제어 간의 관계를 알아본다.

3.1. 분석대상 및 자료수집

본 연구는 ‘수트’의 국내 연구동향을 중심으로 분석하기 위하여 ‘한국교육학술정보원(KERIS)’의 ‘학술연구정보서비스(RISS)’에서 제공하는 검색 자료를 수집하였다. RISS에 ‘수트’라는 단어로 검색 시, 의류학 분야뿐만 아니라 영화학, 사학, 생물학 등 여러 분야의 논문들이 동시 검색이 되어, 의류학에 관련한 ‘수트’ 논문에 대한 도출하고자 하는 정보를 수집하는데 어려움이 있었다. 따라서, KCI에 등재된 의류학 관련 학술지를 기준으로 8개의 학술지를 선정하였다(e.g. Choi, 2016; Lee et al., 2022). 학회의 세부 조건으로는 복식문화학회, 한국 의상디자인학회, 한국복식학회, 한국의류산업학회, 한국의류학회, 한국패션비즈니스학회, 한국패션디자인학회, 한국생활과학회이며, 연구동향을 분석하기 위하여 5년 단위를 기준으로 3개의 기간에 대한 추이 분석이 가능하도록 최근 15년인 2010년부터 2024년까지 등재된 논문을 기준으로, 원문 확인이 가능한 KCI등재 논문으로 하였으며 각 연구의 논문제목, 발행연도, 학술지명, 초록, 키워드를 분석 요소로 사용하였다. 검색은 2025년 3월, RISS내에서 학술지를 검색 후 RISS 내 해당 학술지 페이지에서 ‘이 학술지의 논문 검색’을 통하여 검색 키워드와

연도를 검색 조건으로 검색이 진행되었다.

본 연구에서는 연구 분석 대상을 선정하기 위하여, ‘슈트’의 키워드로 1차적으로 검색이 진행되었으며 142개의 검색 결과가 도출되었다. 그러나 검색 결과, ‘슈트’는 ‘정장’, ‘양복’의 영어적 표현이며 혼용되어 사용되는 것을 확인하였다. 이를 보완하기 위하여 2차적으로 ‘슈트’뿐 아니라 ‘정장’, ‘양복’ 또한 키워드로 선정하여 검색이 진행되었으며 ‘정장’의 경우 28개, ‘양복’의 경우 2개의 검색 결과가 도출되었다. 결과적으로 ‘슈트’ ‘정장’ 그리고 ‘양복’으로 검색한 172개의 연구 자료를 수집하였다. 그러나 분석에 사용된 키워드는 국문으로 통일하여 검색되었다. 이는 용어 사용 경향 및 주제 분포를 정확히 반영하고자 하기 위함이다. 영문 키워드의 경우 표현의 다양성이 높아 분석 일관성에 어려움이 있었다.

‘슈트’·‘정장’·‘양복’의 키워드를 갖고 있다고 하더라도 ‘점프 슈트’나 ‘여성 슈트’ 등과 같이 연구에서 다루고자 하는 남성 슈트와 관련이 없을 수도 있으므로, 정확한 대표 키워드 선정이 필요하다. 따라서 ‘슈트’·‘정장’·‘양복’으로 검색되는 논문의 데이터 172개를 1차적으로 수집하였으며, 수집한 논문에서 ‘점프 슈트’, ‘여성 슈트’, ‘웨트슈트’ 등 연구 주제에 부합하지 않는 키워드의 논문을 제외하였고, 키워드 별 도출된 논문들의 교차 검증을 통하여 중복되는 논문을 통합하고 1개로 간주하여 최종적으로 논문 117개가 제외되어, 55개의 논문이 선정되었다.

선정된 55개의 논문의 데이터로는 1차적으로 국문 제목이 수집되었다. 그러나 55개의 논문의 제목에서 도출되는 단어 수량이 부족하다 판단하였고, 논문 검색 시 키워드와 초록을 포함하여 검색되기 때문에, 2차적으로 도출된 55개의 논문에 대하여 키워드, 초록이 추가로 수집되었다. 키워드나 초록의 경우 학술지들의 특성상 영문으로 작성되었기 때문에 영문으로 수집되었으며, 따라서 3차적으로 제목 또한 영문으로 다시 수집하여 데이터의 양과 일관성을 확장시켜 진행되었다.

3.2. 데이터 정제

본 연구에 필요한 텍스트 데이터를 추출하기 위해 더 아이 엠씨(The IMC)사의 텍스트 24 (TEXTOM 24) 프로그램을 사용하여 논문에 필요한 데이터 분석 및 정제 과정을 거쳤다. 텍스트 분석은 띄어쓰기를 기준으로 단어를 분석하기 때문에 합성어의 경우 띄어쓰기를 제거하는 작업을 진행하였다. 텍스트 데이터의 경우 국문으로 작성된 논문을 기준으로 추출 작업을 거쳤으며 슈트 관련 연구들의 각 연도별 연구 방향성 및 기초 그리고 연구 내용을 더욱 자세하게 조사하기 위하여 제목과 키워드뿐만 아니라 초록까지 조사하였다. 초록과 키워드의 경우, 학술지들의 특성상 영문으로 되어있기에, 영문 제목, 키워드, 초록을 수집하여 형태소 분석을 진행하였다. 해당 영문 단어들을 추출하기 위하여 텍스트에서 제공하는 영문 형태소 분석기인 CoreNLP를 이용하여 단어 중 명사만을 추출하였고, 총 1102개의 단어가 1차적으로 추출되었다. 이중 숫자, 문장 부호, 특수 문자와 같이 불필요한 텍스트는 제거하였으며, 분석에 있어 불

필요한 단어(study, result, analysis, factor, research, spss, s, b 등)는 제거하였고 중복되는 단어{(blazer→jacket), (clothes, garment→clothing), (girth→circumference) 등}는 통합하였다. 결과적으로 제외, 통합하는 정제 과정을 거쳐, 총 883개의 단어가 2차로 추출되어 분석에 활용되었다.

4. 연구 결과

4.1. 연구 동향 분석

2010년부터 2024년까지 복식문화학회, 한국복식학회, 한국의류산업학회, 한국의상디자인학회, 한국의류학회, 한국패션비즈니스학회, 한국생활과학회에 등재된 논문 중 슈트로 검색된 결과의 경우 142개의 검색 결과 중 47개의 논문이 선정되었으며, 정장으로 검색된 결과의 경우 28개의 검색 결과 중 21개의 논문이 선정되었고, 양복의 경우 2개의 검색 결과 중 2개의 논문이 선정되었다. 이중 중복되는 논문을 제외하여 최종적으로 총 55개의 논문을 선정하였다. 5개년을 중심으로 2010년부터 2014년까지 빈도의 증감이 가장 두드러지게 나타났으며, 2015년부터 2019년까지의 빈도는 증감의 폭이 가장 적고 2020년부터 2024년까지는 빈도가 증가하였으나 다시 감소하며, 가장 낮은 빈도를 확인할 수 있다.

2010년도(4편)부터 2011년도(8편)까지 증가하였으나 2012년도(2편)에 감소하여 2013년도(2편)까지 같았으나 2014년도(8편) 다시 증가하였다. 이와 비슷하게 다음 5개년인 2015년도(3편)부터 2016년도(7편)까지 증가하였지만 2017년도(4편)부터 다시 감소하기 시작하여 2018년도(3편)까지 감소하고 2019년도(5편)

Table 2. Numbers of published articles on suit by year

Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
n	4	8	2	2	8	3	7
Year	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
n	4	3	5	2	4	1	1
Year	2024		Total				
n	1	55					

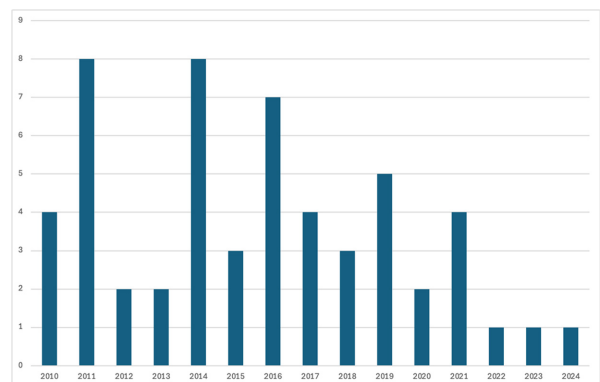


Fig. 1. Numbers of published articles on suit by year.

Table 3. The number of publications by journals from 2010-2024

No.	Journal	Total publications from 2010-2024	Frequency of selected articles(%)
1	The Research Journal of the Costume Culture	1022	6(10.9%)
2	Journal of the Korean Society of Costume	1157	6(10.9%)
3	Fashion & Textile Research Journal	1358	12(21.8%)
4	Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles	1327	16(29.1%)
5	Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association	782	4(7.3%)
6	Journal of The Korean Society of Fashion Design	565	3(5.5%)
7	Journal of Fashion Business	986	6(10.9%)
8	Korean Journal of Human Ecology	1015	2(3.6%)
Total		8212	55(100%)

에 다시 증가하게 된다. 그 이후의 5개년은 2020년도(2편)에 감소하였지만 2021년도(4편)에 증가하고 2022년도(1편)에 다시 줄어들어 2023년도(1편), 2024년도(1편)까지 같은 값을 보였다.

국내 수트 시장의 규모는 2011년부터 2020년까지 하향 추세를 그리다, 코로나 이후 다시금 성장세를 되찾고 2023년까지 규모가 성장하는 추세이다(Korea investor Relations Service Stock Research Center, 2024). 그러나 시장 규모의 하향 추세에도 불구하고, 시장에서는 MTM(Made to Measure)등의 고급화 전략을 채택하며 이전 수트 시장과는 다른 차별성을 가져왔다(Jang, 2011). 2014년에는 고객의 니즈 충족을 위하여 기성복 회사들에서 과거와는 달리 슬림핏 패턴을 가진 수트의 비율을 확대하였다(Lim, 2014). 또한 2016년에는 해외 유명 가성비 수트 브랜드의 수입(Min, 2016)과 국내 대형 브랜드에서 수트를 포함한 남성 클래식 의복 브랜드를 전개하는 등 여러 시도가 이어졌다(Son, 2016). 이러한 수트 시장 변화와 브랜드 변화의 특정 연도는, 특정 연도의 연구 증가와 유의미한 관련이 있을 것이라 사료된다.

2010~2024년의 학회별 논문 현황으로는 복식문화학회 6편, 한국복식학회 6편, 의류산업학회 12편, 한국의류학회 16편, 한국 의상디자인학회 4편, 한국패션디자인학회 3편, 한국패션비즈니스학회는 6편, 한국생활과학회 2편으로, 총 55편으로 나타났다.

4.2. 학술지에 나타난 수트 연구 키워드 텍스트 분석

4.2.1. 빈도(Term Frequency) 및 TF-IDF 분석

55건의 논문에서 사용되는 단어를 알아보기 위하여 전처리 과정을 거쳐 추출된 단어를 대상으로 TF분석을 진행하였다. 출현한 상위 50위까지의 단어의 빈도수는 Table 4와 같다. 수트와 관련한 논문의 언급된 키워드 중 빈도수가 가장 높은 20개는 ‘남성(197)’, ‘수트(197)’, ‘스타일(102)’, ‘치수(91)’, ‘이미지(90)’, ‘몸(82)’, ‘브랜드(82)’, ‘재킷(75)’, ‘의복(66)’, ‘가치(49)’, ‘패턴(42)’, ‘둘레(42)’, ‘모양(40)’, ‘허리(39)’, ‘소비자(38)’, ‘디자인(35)’, ‘남성복(32)’, ‘특성(30)’, ‘의상(28)’, ‘생산(28)’ 순으로 나타났다. 상위 20개의 키워드를 살펴보면 수트는 수트의 모양과 이미지 그리고 패션과 스타일에 관련된 단어들인 상위 순위에 있는 것을 확인할 수 있다.



Fig. 2. Word cloud of top 50 words by TF.



Fig. 3. Word cloud of top 50 words by TF-IDF.

추출된 단어들의 특성과 의미를 기준으로, 의류학 관련 학회의 분과 분류를 참고하여 디자인·미학, 뷰티, 의복구성, 의복사회심리·마케팅, 복식사, 피복과학을 중심으로 데이터를 해석하였다(e.g., Shin & Nam, 2011). TF의 상위 키워드를 분석하자면 ‘치수’, ‘둘레’, ‘패턴’, ‘모양’, ‘허리’, ‘제작’ 등에서 구성 분야에 관련되는 연구와 ‘브랜드’, ‘소비자’, ‘가치’ 등에서 의복사회심리·마케팅 분야에 관련되는 연구 그리고 ‘스타일’, ‘디자인’ 등에서 디자인·미학 분야에 연구가 활발하게 이루어짐을 확인할 수 있다. 또한 상위 50개의 단어를 확인하였을 때도 의

Table 4. Top 50 words by TF and TF-IDF from 2010-2024

2010-2024											
TF			TF-IDF								
No.	Word	Count	No.	Word	Count	No.	Word	TF-IDF	No.	Word	TF-IDF
1	Man	197	26	Silhouette	22	1	Image	165.363	26	Menswear	64.375
2	Suit	197	27	Chest	22	2	Style	156.048	27	Satisfaction	59.536
3	Style	102	28	Pants	21	3	Size	153.694	28	Appearance	57.18
4	Size	91	29	Item	21	4	Body	147.448	29	Fit	57.18
5	Image	90	30	Purchase	20	5	Jacket	140.864	30	Chest	56.569
6	Body	82	31	Satisfaction	20	6	Brand	138.494	31	Characteristic	56.346
7	Brand	82	32	Ratio	20	7	Suit	118.574	32	Soul	55.407
8	Jacket	75	33	Appearance	20	8	Circumference	104.634	33	Product	55.073
9	Clothing	66	34	Fit	20	9	Value	103.479	34	Price	55.049
10	Value	49	35	Method	20	10	Clothing	100.972	35	Item	53.998
11	Pattern	42	36	Product	20	11	Lining	99.089	36	Silhouette	53.178
12	Circumference	42	37	Pursuit	20	12	Man	96.904	37	Pants	52.317
13	Shape	40	38	Hip	20	13	Shape	91.346	38	Movie	52.232
14	Waist	39	39	Behavior	19	14	Tailor	89.617	39	Wheelchair	51.462
15	Consumer	38	40	Rock	19	15	Pattern	88.696	40	Purchase	49.826
16	Design	35	41	Wheelchair	18	16	Waist	84.469	41	Ratio	49.826
17	Menswear	32	42	Power	17	17	Consumer	80.249	42	Hip	49.826
18	Characteristic	30	43	Shoulder	17	18	Costume	80.053	43	Method	49.826
19	Costume	28	44	Movie	16	19	Design	79.928	44	Power	48.603
20	Production	28	45	Price	15	20	Rock	75.195	45	Shoulder	46.812
21	Fabric	27	46	Consumption	15	21	Fabric	71.775	46	Behavior	45.927
22	Lining	27	47	Measurement	15	22	Obesity	71.595	47	Market	45.703
23	Tailor	26	48	Order	15	23	Production	69.756	48	Consumption	44.652
24	Obesity	26	49	Length	15	24	Pursuit	68.936	49	Length	44.652
25	Dress	24	50	Texture	14	25	Dress	66.088	50	Music	44.039

복사회심리·마케팅, 구성, 디자인·미학 분야에서 연구가 진행되었음을 알 수 있으며, 전체 빈도수를 참고하였을 때 복식사, 뷰티, 피부 과학 분야에서는 앞선 분야보다 낮은 빈도수를 확인할 수 있다. 또한 연구의 빈도수 뿐 아니라 상위 20개의 단어의 특성을 살펴보자면, 의복 구성 관련된 단어가 가장 다수로 도출되어 연구의 트렌드가 구성학에 가장 관련 높음을 확인할 수 있다.

TF-IDF(Term Frequency Inverse Document Frequency)는 문장 내에서 단어가 가지는 희소성을 의미한다. 따라서 TF-IDF 값이 높은 단어는 중요한 의미의 단어라고 해석할 수 있다. TF-IDF 값의 계산 결과, 출현한 상위 50위까지 주제어의 TF-IDF 값은 Table 4와 같다.

TF-IDF 값의 상위 20개 주제어는 ‘이미지(165)’, ‘스타일(156)’, ‘치수(153)’, ‘몸(147)’, ‘재킷(140)’, ‘브랜드(138)’, ‘수트(118)’, ‘둘레(104)’, ‘가치(103)’, ‘의복(100)’, ‘안감(99)’, ‘남자(96)’, ‘모양(91)’, ‘재단사(89)’, ‘패턴(88)’, ‘허리(84)’, ‘소비자(80)’, ‘의상(80)’, ‘디자인(79)’, ‘룩(음악)(75)’ 순으로 나타났다.

다. 해당 결과로는 TF 중 상위 20개의 단어들과는 다른 ‘안감’, ‘재단사’, ‘룩’과 같은 주제어들이 나타났으며 이는 비스포크의 개념에 포함되는 ‘재단사’의 중요성과 ‘룩’이라는 문화적 단어의 중요성이 빈도와 달리 높은 값을 나타냄을 확인할 수 있다.

TF에서 나타난 의복사회심리·마케팅, 구성, 디자인·미학 분야를 중심으로 상위 TF-IDF 값을 살펴보자면 의복사회심리·마케팅 분야로는 ‘브랜드’, ‘소비자’, ‘가치’, 등으로 나타났다. 구성 분야에서는 ‘치수’, ‘몸’, ‘둘레’, ‘안감’, ‘모양’, ‘패턴’, ‘허리’ 등으로 나타났으며, 디자인·미학 분야에서는 ‘스타일’, ‘의상’, ‘디자인’, ‘룩’ 등으로 나타났다. 복식사, 뷰티, 피부 과학 분야에서는 낮은 출현성을 띠며 중요도가 낮은 것을 확인할 수 있다.

TF-IDF 값의 분야별 분석으로는 단어 분석과 유사하게 의복사회심리·마케팅, 구성, 디자인·미학 분야에서 주제어들의 출현이 높음을 알 수 있다. 또한 전체 TF-IDF 값을 참고하였을 때, 단어 분석과 유사하게 복식사, 뷰티, 피부 과학 분야에서는 앞선 분야보다 주제어들의 출현 빈도와 중요도가 낮은 것을 확인할 수 있다.

4.2.2. 시기 구분 별 TF 및 TF-IDF 분석

시기 구분 별 연구 주제 및 중요도를 알아보기 위하여 2010년도부터 2014년도, 2015년도부터 2019년도, 2020년도부터 2024년도 5개년으로 시기를 구분하여 TF 분석 및 TF-IDF 분석을 진행하였다.

2010년도부터 2014년도의 상위 20개의 단어와 TF-IDF값을 정리하여 살펴보자면, TF의 대표적인 단어의 경우 ‘브랜드(42)’, ‘선호도(24)’, ‘이미지(67)’, ‘소비자(20)’, ‘만족도(19)’, ‘가치(14)’, ‘가격(14)’과 같은 의복사회심리·마케팅 분야, ‘스타일(39)’과 같은 디자인·미학 분야, ‘패턴(32)’, ‘몸(28)’, ‘사이즈(26)’, ‘안감(26)’, ‘모양(22)’, ‘원단(20)’, ‘맞춤새(17)’, ‘허리(16)’와 같은 구성 분야의 단어들이 도출되었다. TF-IDF의 경우(Table 5) ‘이미지’가 최상위 값으로 확인되었으며 디자인·미학 분야에서 상대적으로 높은 연관성을 가지고 있는 것으로 볼 수 있다. 그 다음으로 구성 분야에서 여러 단어들이 도출되었음을 확인할 수 있다. 이는 시장에서 수트의 가치와 소비자의 태도 그리고 수트의 구성에 대한 연구가 주요하게 연구되었음을 확인 가능하다.

2015년도부터 2019년도의 상위 20개의 단어와 TF-IDF값을 정리하여 살펴보자면, TF의 대표적인 단어의 경우 ‘브랜드(31)’, ‘제품(20)’, ‘소비자(17)’, ‘추구(20)’, ‘가치(31)’, ‘소비(14)’와 같은 의복사회심리·마케팅 분야, ‘스타일(49)’, ‘룩(19)’, ‘실루엣(15)’과 같은 디자인·미학 분야, ‘몸(45)’, ‘사이즈(51)’, ‘허리

(18)’, ‘모양(16)’과 같은 구성 분야의 단어들이 도출되었다. TF-IDF의 경우(Table 5) ‘스타일’이 최상위 값으로 확인되었으며 디자인·미학 분야에서 상대적으로 높은 연관성을 가지고 있는 것으로 볼 수 있으며 의복사회심리·마케팅과 구성 분야에도 연관성 높은 단어들을 확인할 수 있다. 이는 시장에서 수트의 가치와 소비자의 태도 그리고 수트의 구성에 대한 연구가 주요하게 연구되었음을 확인할 수 있으며, 이전 연도와는 다르게 음악과 관련된 문화에 대한 연구가 주요함을 확인 가능하다.

2020년도부터 2024년도의 상위 20개의 단어와 TF-IDF값을 정리하여 살펴보자면, TF의 대표적인 단어의 경우 ‘브랜드(9)’, ‘이미지(12)’와 같은 의복사회심리·마케팅 분야, ‘디자인(15)’, ‘소울(14)’, ‘스타일(14)’, ‘음악(8)’, ‘힙합(5)’과 같은 디자인·미학 분야, ‘몸(10)’, ‘사이즈(13)’, ‘비만(8)’, ‘복부(5)’, ‘영덩이(7)’, ‘범위(5)’와 같은 구성 분야의 단어들이 도출되었다. 또한 이전 연도와는 달리 ‘룩’에서 ‘힙합’이나 ‘소울’과 같은 문화에 관련된 연구가 많아짐을 확인할 수 있으며 시대적 특이점인 ‘보존(5)’, ‘코로나(6)’가 나타난 것을 확인할 수 있다. TF-IDF의 경우(Table 5) ‘디자인’이 최상위 값으로 확인되었으며 디자인·미학 분야에서 상대적으로 높은 중요도를 가지고 있는 것으로 볼 수 있으며 의복사회심리·마케팅과 구성 분야에도 중요도가 높은 단어들을 확인할 수 있다. 이는 시장에서 수트의 가치와 소비자의 태도 그리고 수트의 구성에 대한 연구가 주요하게 연구되었음을 시사하고, 이전 연도와 비슷하게 음악 문화에 대한 연

Table 5. Top 20 TF-IDF words from 2010-2014, 2015-2019, 2020-2024

No.	2010-2014		2015-2019		2020-2024	
	Word	TF-IDF	Word	TF-IDF	Word	TF-IDF
1	Image	105.890175	Style	75.231	Design	30.55323
2	Jacket	93.929208	Size	74.783	Soul	28.51635
3	Lining	81.1432808	Body	65.985	Style	24.4888
4	Brand	76.5077222	Value	61.292	Size	22.7396
5	Body	59.9218526	Rock	58.44	Body	20.36882
6	Shape	57.4215354	Suit	55.275	Music	19.53878
7	Style	56.4298403	Pursuit	51.299	Obesity	19.53878
8	Pattern	55.5072338	Brand	45.456	Resistance	19.53878
9	Size	52.5793613	Circumference	39.985	Man	19.17757
10	Fabric	48.5549647	Production	39.543	Brand	18.33194
11	Man	45.9718021	Waist	37.709	Image	18.31268
12	Preference	43.7186984	Jacket	37.436	COVID	14.65408
13	Price	43.6925358	User	35.909	Suit	14.5331
14	Suit	43.2472361	Clothing	35.564	Era	12.54198
15	Satisfaction	43.1983536	Man	35.118	Society	12.54198
16	Consumer	40.4456626	Figura	34.812	Mainstream	12.54198
17	Fit	36.3811248	Tailor	33.834	Hip	12.2444
18	Attire	34.3298496	Consumer	33.612	Hiphop	12.21174
19	Waist	34.2410586	Shape	33.519	Waist	12.21174
20	Appearance	33.9309073	Silhouette	33.427	Deformation	12.21174

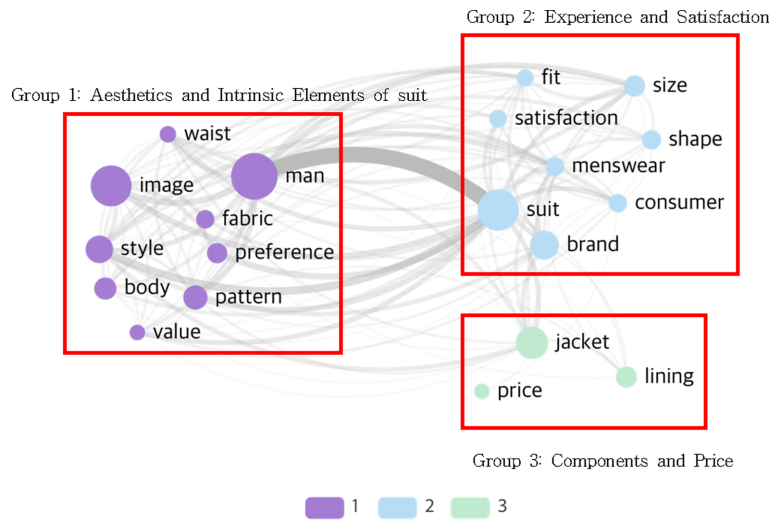


Fig. 4. Clustering top 20 words from 2010-2014.

Table 6. Clustering result from 2010-2014

2010-2014								
1			2			3		
Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning
Man			Suit			Jacket		
Image			Brand		Focused on	Lining		Focused on
Fabric		Focused on the	Consumer		consumer	Price		specific
Preference	Consumer	aesthetic and	Menswear	Product and	satisfaction		Specific	components like
Pattern	Attributes and	intrinsic values	Shape	Market	experienced		Garment	jackets and
Style	Preferences	of suits, such as	Satisfaction	Attributes	during the		Elements and	linings, and the
Body		design and	Fit		purchasing and		Price	economic value
Value		materials.	Size		wearing process,			represented by
Waist					including fit and			price
					size.			

구가 주요하게 진행되었으나 ‘룩’이 중심이었던 것에 반하여 ‘소울’이나 ‘힙합’이 중심이 되어, 문화내에서 슈트 연구 흐름의 변화를 확인할 수 있으며, 이는 슈트 문화의 방향성이 ‘룩’에서 ‘소울’, ‘힙합’으로 변경됨을 시사한다.

4.3. 시기 구분 별 키워드 클러스터링 분석

클러스터링은 네트워크 내 소규모 그룹을 파악하기 위한 계층적 군집분석으로, 노드간의 관계 패턴을 분석하여 유사한 관계의 노드들을 동일한 군집으로 분석하는 방법이다(Salloum et al., 2018). Tokala et al.(2025)에 의하면, 클러스터링 분석 방법 중 Louvain, Girvan-Neuman, Leiden 등을 포함한 기존의 다양한 커뮤니티 탐지 알고리즘을 비교 평가하였을 때, Louvain 및 Leiden 알고리즘이 커뮤니티의 구조와 시간 측면에서 가장 효과적이었다. Traag et al.(2019) 또한 Leiden은 Louvain 분석 방법보다 속도와 결과 품질이 우수하다 하였다. 따라서 본 연구에서는 ‘Leiden’ 분석 방법을 활용하였다. 클러스터링을 통하여 시기별 TF 상위 20개의 단어를 분석하여 군집한 결과는

Fig. 4-Fig. 6과 같다.

2010-2014년의 경우 Fig. 4을 살펴보면, 3개의 군집으로 나타났다. 군집의 분류로는 첫째, 슈트의 심미적·속성적 요소 군집, 둘째, 소비자 경험 및 만족도 군집, 셋째, 제품의 구성 요소 및 가격 군집으로 분류되었다.

해당 연도에 도출된 첫째 군집은 ‘이미지’, ‘스타일’, ‘신체’, ‘가치’ 등 슈트가 지닌 심미적, 내재적 가치를 나타내는 단어가 도출되었다. 이는 연구들이 슈트의 디자인적 측면과 착용자가 추구하는 심미성에 초점이 맞추어졌음을 시사한다. 또한 ‘소재’, ‘패턴’, ‘허리’와 같은 단어는 구성적 요소의 연구가 진행됨을 의미한다.

둘째 군집은 ‘소비자’, ‘브랜드’, ‘만족도’와 같이 소비자가 슈트를 경험하는 과정과 관련된 단어들로 이루어져 있다. 이는 슈트의 구매 및 착용 과정에서 소비자가 경험하는 심리적, 기능적 측면에 연구가 집중되었음을 시사한다. 특히 ‘맞음새’, ‘치수’, ‘모양’ 키워드는 소비자의 신체 적합성과 착용감이 중요한 평가 기준으로 작용했음을 나타내며, 이는 시장에서의 슈트 경

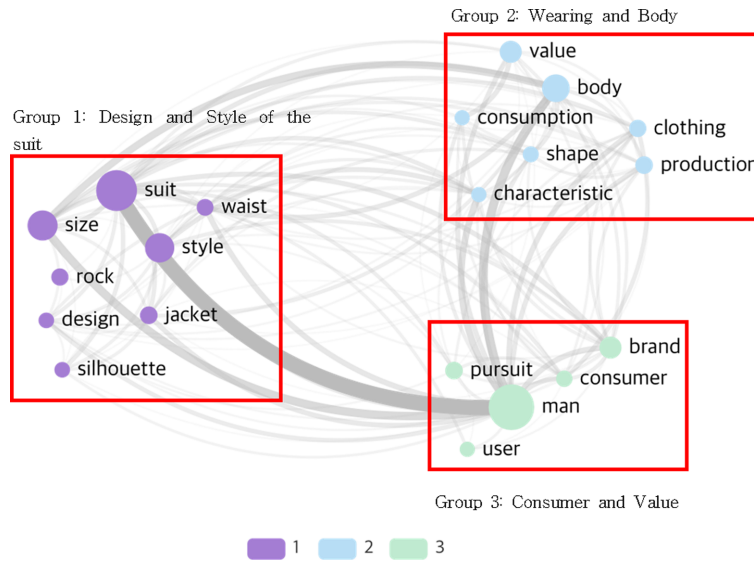


Fig. 5. Clustering top 20 words from 2015-2019.

Table 7. Clustering result from 2015-2019

2015-2019								
	1		2		3			
Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning
Suit			Value			Brand		
Size			Body			Consumer		Focused on
Style		Focused on the	Consumption		Focused on how	Man		consumer
Waist	Design and	external design	Shape	Wearing and	the suit interacts	User	Identity and	subjects
Rock	Style	and style of suits	Characteristic	Body	with the	Pursuit	Value	themselves and
Design		as combined	Clothing		wearer's body to			their
Jacket		with cultural	Production		provide value to			psychological
Silhouette		trends like 'rock'			the consumer.			motivations,
		music.						such as brand
								preference.

함에 따른 소비자 심리와 착용 관련 연구가 활발히 이루어졌음을 나타낸다.

셋째 군집은 ‘재킷’, ‘안감’, ‘가격’ 등 수트를 구성하는 구체적인 요소와 경제적 가치에 직접적으로 관련된 단어로 이루어져 있다. 이는 수트의 구조적 완성도에 영향을 미치는 구성적 특징이나, 소비자의 구매 결정 중요 변수인 가격 관련 연구가 주요하게 진행됨을 시사한다.

2015-2019년의 경우 Fig. 5을 살펴보면, 3개의 군집으로 나타났다. 군집의 분류로는 첫째, 수트의 디자인 및 스타일 군집, 둘째, 착용과 신체 군집, 셋째, 소비자 및 가치 군집으로 명명되었다.

해당 연도에 도출된 첫째 군집은 수트의 디자인적 측면과 문화적 상징성에 초점을 맞춘 단어들로 구성되었다. ‘스타일’, ‘디자인’, ‘실루엣’과 같은 외형적 요소와 더불어, 이전 시기에는 나타나지 않았던 ‘록’이라는 문화적 키워드가 새롭게 등장하였다. 이는 수트 연구가 단순한 의복의 형태를 넘어, 특정 음악 장르와 같은 문화와 결합하여 그 표현 영역이 확장되고 있음을

시사한다. 또한 ‘재킷’, ‘허리’, ‘치수’와 같은 구체적인 구성 요소들이 함께 나타났다. 따라서 해당 군집은 수트의 외형, 디자인, 문화적 트렌드의 반영, 구성과 관련된 연구가 이루어졌음을 나타내는 군집임을 확인할 수 있다.

둘째 군집은 신체와 수트 착용의 경험을 중심으로 형성되었다. ‘신체’, ‘모양’, ‘특성’ 등의 키워드는 수트가 착용자의 신체와 어떻게 상호작용하는지에 대한 구성적 연구가 지속적으로 이루어졌음을 나타낸다. 또한 ‘가치’와 ‘소비’가 함께 나타났다. 이는 소비자가 자신의 신체, 수트를 통해 얻는 가치를 소비 요인으로 인식하는 연구가 이루어짐을 시사한다.

셋째 군집은 ‘남성’, ‘소비자’, ‘사용자’ 등 소비 주체에 집중하며, 이들이 ‘브랜드’, ‘추구’를 통하여 소비자의 브랜드 선호를 나타낸다. 이는 수트 시장의 연구가 제품 자체의 속성을 넘어, 소비자의 심리적 동기로서 수트를 분석하는 방향으로 진행되었음을 시사한다.

2020-2024년의 경우 Fig. 6을 살펴보면, 3개의 군집으로 나타났다. 군집의 분류로는 첫째, 신체 및 체형 보완, 둘째, 문화

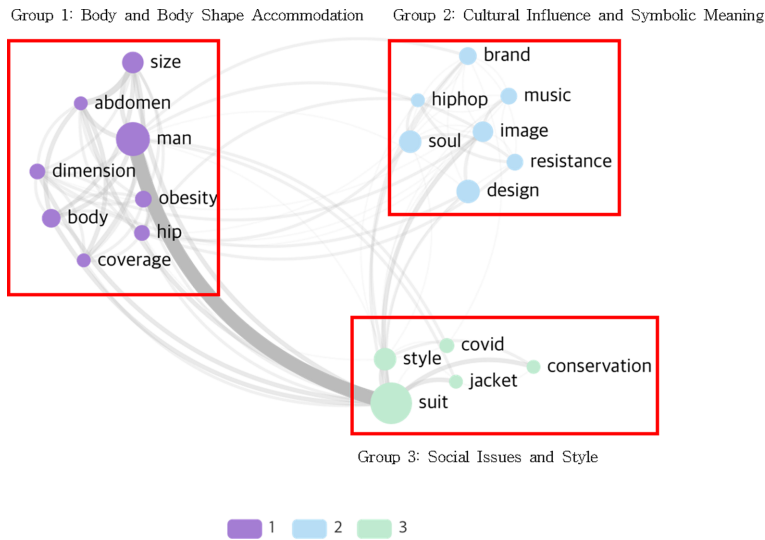


Fig. 6. Clustering top 20 words from 2020-2024.

Table 8. Clustering result from 2020-2024

2020-2024								
1			2			3		
Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning	Keywords	Named	Meaning
Man		Focused on a	Brand			Suit		
Abdomen		structural	Hiphop		Focused on the	Style		Focused on the
Size		approach to	Music		symbolic nature	Jacket		influence of
Dimension	Body and Body	accommodate	Soul	Cultural	of the suit in	Conservation	Social Issues	contemporary
Body	Shape	diverse physical	Image	Influence and	expressing	COVID	and Style	social issues,
Obesity	Accommodation	traits like	Resistance	Symbolic	cultural identity			like 'COVID',
Hip		obesity and	Design	Meaning	and social			on suit-wearing
Coverage		supplement			meaning, such			culture and
		specific body			as 'hip-hop'.			styles.
		parts.						

적 영향과 상징적 의미, 셋째, 사회적 이슈와 스타일 군집으로 분류되었다.

첫째 군집은 ‘신체’, ‘치수’, ‘비만’ 등 수트 착용자의 신체적 특성에 중점을 둔 단어들로 구성되었다. 특히 ‘복부’, ‘엉덩이’와 같은 구체적인 신체 부위와 ‘치수’, ‘범위’는 특정 부위에 대한 다양한 체형을 고려한 구성학적 연구가 진행되었음을 의미한다. 이는 수트 디자인 및 생산에서 신체적 다양성을 수용하고, 체형 보안을 위한 구조적 접근이 중요한 연구 주제로 다루어졌음을 시사한다.

둘째 군집은 ‘힙합’, ‘소울’, ‘음악’과 같은 문화적 키워드와 ‘저항’이라는 사회적 의미를 담은 단어들인 ‘이미지’, ‘디자인’이라는 단어와 함께 나타났다. 이는 수트가 특정 문화의 정체성을 표현하는 상징적 도구로 연구되고 있음을 나타내는 단어의 군집이다. 이전 시기의 ‘록’과는 다른 새로운 음악 장르의 등장은 수트의 문화적 맥락이 다변화되고 있음을 의미한다. 이는 수트가 단순한 의복을 넘어 사회, 문화적 의미와 이미지를 지닌다는 점을 시사하고, 사회적, 문화성을 내포하며 다양한 의

미로 연구가 진행됨을 확인할 수 있다.

셋째 군집은 ‘수트’와 ‘스타일’을 중심으로 ‘코로나’와 ‘보존’이라는 시대적 특수성이 강하게 반영된 키워드가 등장하였다. 이는 사회적 이슈가 수트 착용 문화와 스타일에 미친 영향을 분석하는 연구가 진행되었음을 시사한다. 이는 시대성을 내포하며 연구가 진행되었음을 의미하기도 한다.

5. 결 론

본 연구에서는 국내 수트 연구 동향을 알아보기 위하여 2010년부터 2024년까지 KCI 등재 학술지에 게재된 ‘남성 수트’ 관련 논문 55편의 연도별·학술지별 연구의 시기별 추이와 주요 키워드의 변화를 텍스트 분석 기법을 활용하여 분석하였다. 이를 통하여 수트에 관한 국내 연구의 흐름과 경향, 그리고 주제어 간의 상관관계를 시기별로 파악하였다. 연구는 크게 연도별 논문 수, 학술지별 게재 빈도, 핵심 키워드의 빈도와 TF-IDF 통하여 중요도, 시기별 주제어의 특성과 이를 통한 클러스터링

분석으로 구성되었다. 이를 통하여 남성 수트에 대한 연구 동향을 실증적으로 제시하고자 하였다.

분석 결과, 남성 수트에 대한 연구는 의복사회심리·마케팅, 디자인·미학, 구성학 분야에 집중되어 있었다. 연구의 양적 빈도는 2010년부터 2014년까지 게재 수가 비교적 활발하게 나타났으며, 이후 증감의 폭은 작아졌고 2020년대 들어 전체 게재 수가 감소하는 추세를 보였다.

연구 주제어의 출현 빈도 및 TF-IDF 분석을 통해 확인된 결과, 수트의 치수, 패턴 등과 관련된 구성학적 단어뿐 아니라 이미지, 브랜드, 스타일, 소비자, 가치와 같이 소비자와 의복 시장과 관련된 의복사회심리·마케팅, 디자인·미학 분야의 주제어들이 다수 포함된 단어군들이 함께 도출되었다. 이는 수트가 단순히 착용의 의미를 갖는 의복이 아닌, 사회적, 문화적, 소비자의 가치 추구의 맥락에서 다방면적으로 해석되고 있음을 시사한다.

시기별로는, 2010년부터 2014년까지는 의복사회심리·마케팅 분야, 디자인·미학 분야, 구성학 분야가 중점적으로 다루졌다. 2015년부터 2019년까지의 경우 이전 5개년과 비슷한 양상을 보였으나, 기존 요소 외에 ‘록’과 같은 음악 문화, 실루엣 등 의형적 요소와 문화적 연관성이 높은 단어들이 나타났으며, 수트에 대한 표현 영역이 확대되고 있음을 보여주는 시기로 해석된다. 2020년부터 2024년까지는 ‘코로나’와 같은 사회적 이슈뿐만 아니라, ‘음악’, ‘힙합’, ‘소울’ 등의 단어가 주제로 나타나 수트의 문화적 맥락의 확대가 본격화되고 있음을 확인할 수 있었다.

최근 15년의 수트에 대한 연구 동향을 살펴보면 문화성, 시대성 등 보다 상징적이고 사회적인 논의로 이어지고 있는 흐름이 관찰되었다. 구성학 중심의 연구는 전체적으로 분포하였지만 상대적으로 초반 시기에 집중되었으며, 이후에는 소비자 인식과 관련된 의복사회심리·마케팅 분야, 심미성과 관련된 디자인·미학 분야, 더 나아가 최근에는 문화적 흐름에 대한 연구가 활발히 나타난 것으로 확인되었다.

이러한 분석 결과는 수트가 단순한 복식 범주를 넘어, 개인의 표현과 사회집단의 문화 정체성을 반영하는 복합적 매개체로 기능하고 있음을 보여주는 시사점을 지니며, 수트가 현대 사회에서 다양한 해석과 개성의 표현을 지닌 문화로 자리 잡았음을 확인할 수 있다. 따라서 수트에 관한 연구 역시 스타일링, 소비심리, 구성학, 마케팅을 넘어서 문화연구, 사회학적 관점 등의 복합적인 접근을 통하여 그 의미를 보다 심층적으로 고찰할 필요가 있다.

본 연구의 학술적 의의는 다음과 같다. 첫째, 국내 의류학 분야에서 상대적으로 소외되어 온 ‘남성 수트’ 연구를 독립된 연구 대상으로 설정하고, 단어 데이터 기반의 정량 분석을 통해 목적 지향적·시계열적 접근을 시도하였다는 점에서 학문적 의의가 있다. 둘째, 텍스트 분석 기법을 활용하여 연구 주제의 세부적 분화와 흐름을 도출함으로써 향후 연구 설계를 위한 기초 자료를 제공한 점에서 방법론적 의의가 있다. 셋째, 클러스

터링 분석을 통하여 시기별 동시 출현 키워드 간의 의미적 연관성과 구조를 파악함으로써 연구 동향을 시각화하였다는 점에서 분석적 의의가 있다.

결론적으로, 본 연구는 텍스트 분석을 활용한 분석을 통하여 국내 남성 수트 연구의 동향을 체계적으로 조망함으로써 의복사회심리, 마케팅, 구성학 등의 분야뿐 아니라, 수트가 시대와 사회 변화에 따라 다양한 의미와 역할로 재해석되고, 이에 대한 관심을 기준으로 연구가 진행되었음을 확인하였으며, 수트가 단순한 의복 개념을 넘어서 다양한 사회문화적 의미를 담은 연구 대상임을 확인하였다. 최근 15년간 변화한 수트 연구의 주요 단어와 시기별 주제 간 상호 작용을 살펴본 결과, 수트는 상징적인 의미를 넘어, 문화적·시대적 표현 수단이나 사회적 이슈와의 연계 등 복합적인 의미로 받아들여지고 다양하게 재해석되고 있었으며, 이러한 흐름은 수트의 역할이 더욱 다양해지고 있음을 시사한다.

본 연구는 8개의 한정된 국내 학술지를 중심으로 진행되었다는 한계점과 해외 저널의 수트와 관련된 연구 동향 분석 및 비교가 이루어지지 않았다는 한계점이 존재한다. 또한, 키워드를 수동으로 정제하는 과정에서 연구자의 다소 주관적인 판단이 개입될 수 있으며 이를 완전 배제하기 어렵다는 한계가 있다. 향후에는 더 나아가 국내 게재된 모든 수트 관련 연구에 기반한 조사의 필요성이 제기된다. 이와 더불어 수트의 복식사, 서구의 지역별 구성학적 특성, 문화적 의의를 명확히 하며, 복합적 담론 속에서 수트를 다시 이해하고 재해석하는 접근이 요구된다. 또한 해외 학술 데이터를 활용한 비교연구 또는 서양의 수트 구조, 국내의 수트 구조, 디자인 및 소비의 차이를 비교하는 문화사적 연구까지 병행되어야 할 것이다. 이러한 시도는 수트 연구의 보다 정교한 이론적 기반 마련과 더불어, 업계의 실무, 소비 시장 분석에도 실질적인 기여를 할 수 있을 것이다.

참고문헌

- Chae, K. S. (1996). Changing styles & aesthetic characteristics of modern men's suit. *Journal of the Korean Society of Costume*, 30, 239-259.
- Choi, H. J. (2016). A survey on the research trends in the field of eco and eco-friendly fashion in Korea - Focused on journal publications from 2010 through 2014 - *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(5), 163-173. doi:10.7233/jksc.2016.66.5.163
- Choi, H. O., & Sohn, H. S. (2000). A study of the suit buying conditions for men. *The Research Journal of the Costume Culture*, 8(3), 339-348.
- Choi, S. Y., & Ahn, G. Y. (2018). Image analysis of suit jacket in menswear collection - Focusing on the lapel's proportion in silhouette. *Journal of the Korean Society of Costume*, 68(3), 103-117. doi:10.7233/jksc.2018.68.3.103
- Choi, Y. H., & Lee, K. H. (2020). Ethical fashion research trend using text mining: Network analysis of the published literature 2009-2019. *Fashion & Textile Research Journal*, 22(2), 181-191. doi:

- 10.5805/SFTI.2020.22.2.181
- Jang, H. J. (2011, June 13). 'MTM' or 'Su Misura'? The growth of the semi-custom suit market between off-the-rack and bespoke. *Hankyung Magazine*. Retrieved August 8, 2025, from <https://magazine.hankyung.com/money/article/202101212857c>
- Jang, N. K., & Kim, M. J. (2017). Research trend analysis in fashion design studies in Korea using topic modeling. *Journal of Digital Convergence*, 15(6), 415-423. doi:10.14400/JDC.2017.15.6.415
- Jang, N. K., & Kim, M. J. (2020). Material as a key element of fashion trend in 2010~2019 - Text mining analysis -. *Fashion & Textile Research Journal*, 22(5), 551-560. doi:10.5805/SFTI.2020.22.5.551
- Jang, S. Y., Kim, H. Y., Kim, S. M., Choi, W. J., Jeong, J., & Lee, Y. R. (2022). Development of online fashion thesaurus and taxonomy for text mining. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 46(6), 1142-1160. doi:10.5850/JKSC.2022.46.6.1142
- Kang, G. E., Park, J. W., & Yoo, S. J. (2024). Keywords analysis of clothing materials in consumer reviews using big data text mining. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 48(4), 729-743. doi:10.5850/JKSC.2024.48.4.729
- Kang, Y. S. (2023). Text mining analysis of terms and information on product names used in online sales of women's clothing. *The Research Journal of the Costume Culture*, 31(1), 34-52. doi:10.29049/rjcc.2023.31.1.34
- Kim, K. O. (2020). Analysis of research trends in consumer science through text mining. *Journal of Consumer Studies*, 31(5), 19-47. doi:10.35736/JCS.31.5.2
- Kim, M. J., Kim, S. G., Kim, S. A., Park, J. W., Park, H. J. & Kim, Y. M. (2024). Research trends of contemporary dance majors : through topic modeling and network analysis. *Asian Dance Journal*, 73, 39-59. doi:10.26861/sddh.2024.73.1
- Kim, M. O. (2014). A survey on jacket lining manufacture of menswear brands. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(2), 300-312. doi:10.29049/rjcc.2014.22.2.300
- Kim, S. Y. (2017). Sales products and production/sales subjects of Korean modern tailor's Shop. *Journal of the Korean Society of Costume*, 67(5), 89-107. doi:10.7233/jksc.2017.67.5.089
- Kim, Y. I. (1990). Consumer types based on style of men's business suits and their relationship to lifestyle, clothing behavior and appearance. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 14(2), 137-151.
- Ko, I. K. (2024). The objective of this study is to analyse domestic research trends in the social economy using text mining techniques: Focus on social enterprises and social ventures. *The Journal of Korean Career-Entrepreneurship & Business Association*, 8(5), 91-114. doi:10.48206/kceba.2024.8.5.91
- Korea Investor Relations Service Stock Research Center. (2024, January 15). *Shinsung Tongsang (005390) company analysis: No.1 domestic single brand apparel revenue, TOPTEN10* [PDF]. Korea IR Association. <https://ssl.pstatic.net/imgstock/upload/research/company/1705284926994.pdf>
- Lee, Y. J., Shin, J. H. & Chae, H. J. (2022). An analysis of research trends in clothing construction field - Focused on Korean journal publications from 2010 to 2021 -. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 24(3), 73-84. doi:10.30751/KFCDA.2022.24.3.73
- Lim, K. L. (2014, November 17). *Baggy suits are disappearing from the menswear market*. Apparel News. Retrieved August 8, 2025, from https://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=152724
- Min, J. H. (2016, December 26). *The king of affordable suits, Suitsupply, launches in Korea*. Hankyung. Retrieved August 8, 2025, from <https://www.hankyung.com/article/2016122645691>
- Oh, S. (2023). Understanding research trends in design: Using text mining techniques. *The Journal of Humanities and Social Sciences*, 31(3), 173-199. doi:10.22924/jhss.31.3.202308.008
- Park, K. A., Park, J. W., Yang, C. E., Jeon, E. J., & You, H. C. (2014). Development of a sizing system of mass-customized clothing for wheelchair users: Men's suit sizes. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(4), 625-634. doi:10.5805/SFTI.2014.16.4.625
- Park, Y. H. (2010). A study on the selection behavior and the post-purchase satisfaction for men's suits. *Fashion & Textile Research Journal*, 12(1), 46-59.
- Ryu, J. H. & Lee, S. H. (1996). A study on the development of men's wear in Korea. *Journal of the Korean Society of Costume*, 29, 5-22.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2018). Using text mining techniques for extracting information from research articles. *Intelligent natural language processing: Trends and Applications*, 373-397. doi:10.1007/978-3-319-67056-0_18
- Shin, K. R. & Lee, E. J. (2017). The effect of consumers' needs for uniqueness and pursuit of clothing benefit on bespoke suit purchase intention amongst 20~30-year-old males. *The Research Journal of the Costume Culture*, 25(2), 192-205. doi:10.7741/rjcc.2017.25.2.192
- Shin, M. J., & Nam, Y. S. (2011). Analysis of articles on design aesthetics and beauty aspects in domestic men's fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(3), 63-70.
- Son, M. J. (2016, October 4). *Stealing the hearts of male shoppers: The Korean menswear market is on the move*. Herald Economy. Retrieved August 8, 2025, from <https://biz.heraldcorp.com/article/1103415>
- Tokala, S., Enduri, M. K., Lakshmi, T. J., & Hajarathaiyah, K. (2025). Evaluating community detection algorithms: A focus on effectiveness and efficiency. *Journal of Scientometric Research*, 14(1), 62-74. doi:10.5530/jscires.20250839
- Traag, V. A., Waltman, L., & van Eck, N. J. (2019). From Louvain to Leiden: guaranteeing well-connected communities. *Scientific Reports*, 9(1), 5233. doi:10.1038/s41598-019-41695-z
- Won, Y. J., Kang, C. H., & Lee, Y. R. (2023). Analysis of consumer value structure in vintage clothing consumption -Based on text mining and means-end chain analysis-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 47(4), 729-742. doi:10.5850/JKSC.2023.47.4.729
- Yoo, H. S. (2023). Big data analysis of news on purchasing second-hand clothing and second-hand luxury goods: Identification of social perception and current situation using text mining. *Human Ecology Research*, 61(4), 687-707. doi:10.6115/her.2023.045

(Received May 26, 2025; 1st Revised June 23, 2025;
2nd Revised July 27, 2025; 3rd Revised August 26, 2025;
4th Revised October 4: Accepted October 17, 2025)