

20-30대 여성의 노브라 웨어 소비 경험에 관한 탐색적 연구 - 신체 해방감, 감각 중심 소비와 자기 수용을 중심으로 -

김진형¹ · 신은정^{2†}

¹연세대학교 생활환경대학원 패션산업정보전공

²한성대학교 글로벌패션산업학부

An Exploratory Study on Braless Wear Consumption among Women in Their 20s and 30s - Body Liberation, Sensory-Centered Consumption, and Self-Acceptance -

Jinhyung Kim¹ and Eunjung Shin^{2†}

¹Major in Fashion Industry Information, Graduate School of Human Environmental Sciences, Yonsei University; Seoul, Korea

²Division of Global Fashion Industry, Hansung University; Seoul, Korea

Abstract: This study explores the braless wear consumption experiences among Korean women in their 20s and 30s, focusing on body liberation, sensory-centered consumption, and self-acceptance. Using qualitative methods, in-depth interviews were conducted with 20 participants from August 7 to 30, 2025, generating approximately 900 minutes of data. A thematic analysis identified major patterns and meanings. The findings indicate that choosing braless wear is perceived not merely as an alternative garment decision but as a cultural practice that reflects broader shifts in women's identity and consumption. Women in their 20s associated braless wear with immediate comfort, freedom, and self-expression, often influenced by peer recommendations and social media. By contrast, women in their 30s emphasized practicality, functionality, and durability, linking their choices to body changes after childbirth and a preference for long-term wearability. Across both groups, participants reported a sense of physical liberation from the pain, pressure, and discomfort associated with traditional bras, although interpretations diverged: the younger cohort framed this liberation as symbolic autonomy and identity expression, while the older cohort framed it as functional relief and everyday convenience. Moreover, consumption patterns revealed generational differences: consumers in their 20s focused on instant satisfaction and repeated purchases, whereas those in their 30s valued durability, easy maintenance, and sustainable use, reflecting slow fashion values. Overall, this research highlights how braless wear consumption reflects the evolving cultural meanings of women's bodies and autonomy in Korea, providing both academic insights into fashion and body studies and practical implications for the lingerie industry.

Key words: braless wear(노브라 웨어), body liberation(신체해방감), sensory-centered consumption(감각 중심 소비), self-acceptance(자기수용), slow fashion(슬로우패션)

1. 서 론

여성의 속옷 소비는 단순한 기능적 착용을 넘어 신체의 자유, 감각적 안정성, 자율적 표현을 중시하는 방향으로 변화하고 있다. 특히 20-30대 여성은 타인의 시선보다 자신의 신체 감각과 편안함을 우선시하며, 전통적 속옷 착용의 불편함이나 젠더 규범에 대한 거부를 통해 새로운 소비 정체성을 형성하고 있다. 최근 한국 사회에서는 '노브라 운동'이 확산되면서 브래지어 착용

거부가 단순한 패션 트렌드를 넘어 젠더 규범 해체의 상징으로 자리 잡고 있으며, 이는 여성들의 일상적 소비 행태에까지 영향을 미치고 있다(Beh, 2020).

이러한 흐름은 기존 속옷 연구의 관점과도 구분된다. 선행연구들은 속옷을 기능적 측면에서 다룬 연구(Kim et al., 2021), 사회문화적 재현의 장으로 분석한 연구(Park & Chun, 2019; Kim, 2019), 그리고 젠더 규범과 페미니즘 담론에 초점을 둔 연구 등으로 구분된다. 그러나 이들 연구는 주로 외형적 미적 기준이나 사회적 규율의 맥락에서 속옷을 논의해 왔으며, 실제 착용자가 경험하는 감각적·정서적 변화나 세대별 소비 가치의 차이를 심층적으로 탐색한 연구는 부족하다.

이와 같은 흐름은 단순히 브래지어 착용 거부의 사회문화적 의미를 넘어, 소비 방식의 전환으로 확장되고 있다. 특히 MZ세대 여성은 '불편함을 참는 미적 규범' 대신 감각적 편안함과 실용적 지속가능성을 중시하며, 이는 슬로우 패션의 가치와 맞

†Corresponding author: Eunjung Shin

E-mail: ejshin@hansung.kr

©2026 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.

닿아 있다. 슬로우 패션은 단순히 생산 속도를 늦추는 개념이 아니라, 오래 입을 수 있는 옷을 선택하고 자신의 감각과 가치에 따라 소비하는 태도를 의미한다(Fletcher, 2010). 이러한 맥락에서 노브라 웨어는 감각적 만족과 자기 수용, 그리고 실용적 지속가능성을 결합한 새로운 패션 실천으로 해석될 수 있다.

이러한 변화의 중심에는 ‘노브라 웨어(braless wear)’가 있다. 브라렛, 노와이어 브라, 내장형 라운지 웨어 등은 물리적 압박감과 심리적 부담에서 벗어나도록 하며, 감각 중심적이고 지속 가능한 착용 문화를 반영한다. 이는 단순히 속옷의 부재가 아니라, 자기 수용과 신체 해방을 기반으로 한 소비적 전환을 상징한다. 해외 연구에서도 브래지어를 포기하는 현상이 편안함과 자신감, 신체 자율성 회복이라는 의미로 해석되고 있으며(Megan, 2025), Z세대가 브래지어를 착용하지 않는 선택은 자율성과 지속가능성을 중시하는 글로벌 소비문화 흐름과도 연결된다(Accio, 2023).

이에 따라 본 연구는 노브라 웨어 소비 경험을 ‘감각적 편안함·자기수용·지속가능성’의 교차점에서 탐색하고자 하며, 이러한 복합적 경험을 분석하기 위해 질적 연구 방법을 채택하였다. 질적 접근은 개인의 감정, 신체 감각, 가치 인식과 같은 비가시적이고 주관적인 경험의 의미를 해석하는 데 적합한 방법으로 평가된다(Lincoln & Guba, 1985; Silverman, 1993).

그럼에도 불구하고 지금까지 노브라 웨어에 대한 연구는 주로 기능적 제품 평가나 젠더 해방 담론에 국한되어 왔다. 실제 착용 경험을 통해 드러나는 소비자의 신체 감각, 정체성 인식, 소비 기준 변화 등은 심층적으로 조명되지 못했다. 선행연구(Jang, 2008; Kim et al., 2020)에서 제시하듯, 패션 소비는 감각적 만족과 개인의 가치 인식이 결합된 문화적 행위로 이해될 수 있다. 본 연구는 이러한 관점에서 노브라 웨어 소비를 감각 중심 소비와 실용적 지속가능성이 만나는 새로운 패션 경험으로 해석하고, 이를 통해 20-30대 여성의 신체 해방감, 자기 수용, 그리고 세대별 소비문화 변화를 심층적으로 탐색하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 신체화 인지 이론(embodied cognition theory)과 신체 해방 관점

신체화 인지 이론은 인간의 사고와 감정, 의사결정이 추상적 인지 과정만으로 이루어지는 것이 아니라, 신체적 감각(bodily sensations)과 환경과의 상호작용(tactile feedback)을 통해 형성된다고 본다(Barsalou, 2008). 즉, 인간의 인지는 신체 경험과 밀접히 얽혀 있으며, 몸은 사고와 감정의 매개이자 그 근원이다.

의복은 이러한 신체화된 인지를 구체적으로 경험하게 하는 대표적 매체로, 의복의 촉감·압박감·착용감은 단순한 물리적 자극을 넘어 개인의 정체성, 자신감, 심리적 안정에 영향을 미치는 신체적 신호로 작용한다(Entwistle, 2000). 따라서 속옷의 감각적 경험은 신체를 보호하거나 장식하는 기능을 넘어, 자기 인식과 사회적 정체성을 구성하는 체화된 인지 과정(embodied

cognition)으로 해석될 수 있다.

이러한 맥락에서 노브라 웨어의 착용 경험은 전통적 브래지어가 제공하던 ‘압박·구속·통제’의 감각에서 벗어나는 감각적 전환으로 이해된다. 즉, 신체 감각의 변화는 단순히 물리적 편안함의 차원이 아니라, 심리적 해방감과 자기 수용의 강화로 이어지는 체화된 경험(embodied experience)을 형성한다. 이러한 감각의 변화를 통해 여성은 사회적 규율에 의해 통제된 신체 인식을 재구성하고, 나아가 자신의 신체를 주체적으로 수용하게 된다.

한편, 신체 해방(body liberation) 관점은 이러한 체화된 감각 경험이 사회적 규범으로부터 벗어나는 자율적 실천임을 강조한다. 신체 해방은 젠더 규범과 미적 기준이 여성의 몸을 규정해 온 사회문화적 구조를 비판하며, ‘있는 그대로의 몸을 긍정하는 자율적 실천’을 중시한다(Kim, 2019). 브래지어 착용 규범은 여성의 몸을 ‘단정함’과 ‘예의’의 기준으로 통제해 온 대표적인 신체 규율 장치였으며, 그 거부나 대체재 착용은 규범적 여성성으로부터의 이탈과 자기 감각에 근거한 탈규범적 실천(body de-regulation)으로 이해할 수 있다.

따라서 노브라 웨어는 단순한 속옷의 대체재가 아니라, 신체 감각을 기반으로 자기 인식을 재구성하고 자율성을 실천하는 감각적·심리적 해방의 패션 경험이라 할 수 있다. 이는 신체화 인지 이론이 설명하는 감각·정서·가치의 연쇄 구조 속에서, 여성의 자기 수용과 신체 해방을 구체화하는 현대적 패션 실천으로 해석될 수 있다.

2.2. 노브라 웨어

속옷은 단순히 신체를 보호하거나 보정하는 의복을 넘어, 여성의 신체 인식과 사회적 규범을 반영하는 문화적 장치로 기능해왔다. Jung et al.(2014)은 의복의 맞춤새가 여성들의 신체 만족감과 자기 인식에 중요한 영향을 미친다고 분석하였는데, 이는 속옷 역시 단순한 신체 보정 도구가 아니라 사회가 규정된 미적 기준과 여성성을 내면화하도록 하는 역할을 수행해 왔음을 시사한다.

속옷의 경계는 점차 확장되고 있다. Lee(1997)는 속옷의 ‘겉옷화 현상’을 통해 속옷이 단순히 은폐되는 의복이 아닌 패션의 일환으로 기능하게 되었음을 분석하였다. 또한, Sin et al.(2016)은 국가별 브래지어 패턴을 비교하며 속옷 디자인이 문화적 맥락과 밀접하게 연결되어 있음을 밝혔다.

이러한 변화 속에서 ‘노브라 웨어’는 기존 속옷의 불편과 압박에서 벗어난 대안적 의복으로 등장하였다. 노브라 웨어는 브라렛(bralette), 노와이어 브라(no wire bra), 캡 내장형 탑 등 전통적 브라를 대신하는 다양한 제품군을 포함하며, 편안함과 자연스러움을 중시하는 소비 트렌드와 맞닿아 있다. Park and Jang(2014)의 연구에서도 중년 여성들이 브래지어의 불편함을 경험하고 대안을 모색하는 경향이 보고되었으며, 이는 노브라 웨어가 특정 세대에 국한되지 않고 폭넓은 수용 가능성을 가진다는 점을 시사한다.

국내 연구에서는 속옷이 여성의 신체와 사회적 규범을 어떻게 재현하고 규율하는지가 집중적으로 논의되어 왔다. Park and Chun(2019)은 여성 잡지의 브라지어 광고를 분석하여, 속옷이 여성의 가슴을 규격화된 이미지로 소비하게 만들며 젠더 권력관계를 강화하는 역할을 수행한다고 지적하였다. Kim (2019)은 탈코르셋 담론을 통해 여성의 몸을 사회적 갈등과 저항의 장으로 해석하며, 노브라가 신체 주체성과 해방의 상징적 실천임을 강조하였다. 또한, Kang(2022)은 빅데이터 분석을 통해 속옷 인식이 ‘필수적 착용물’에서 ‘자기표현적 소비재’로 변화하고 있음을 확인하였고, 이러한 흐름 속에서 노브라가 편안함과 자기 주체성을 강화하는 방향으로 재해석되고 있음을 보여주었다.

국내외 연구를 종합하면, 노브라 웨어는 사회가 규정한 여성성의 규범에서 벗어나 자율성과 편안함을 중시하는 패션 실천으로 해석된다. Entwistle(2000)은 의복을 단순한 보호나 장식의 수단이 아니라, 신체를 규율하고 정체성을 구성하는 사회적 실천으로 보았으며, 이러한 관점에서 노브라 웨어는 규범적 여성성에 대한 해체적 실천이자 신체 경험의 주체화를 가능하게 하는 감각적 패션 행위로 이해될 수 있다.

2.3. 신체 해방감

신체 해방감은 단순히 의복의 물리적 압박에서 벗어나는 경험을 넘어, 심리적 안정감과 자기 주체성의 확보까지 포함하는 개념으로 정의할 수 있다. 다시 말해, 신체 해방감은 의복 착용이 주는 구속으로부터 자유로워지는 경험과 동시에, 이를 통해 형성되는 심리적 안도감과 자율적 자기 인식의 확장을 포괄한다(Entwistle, 2000).

선행연구에서도 속옷은 여성의 신체를 규율하는 동시에 억압적 경험을 강화하는 도구로 지적되어 왔다. Nam and Kum (2005)은 패션에 표현된 가슴 디자인의 미적 기준 변화를 고찰하며, ‘억압된 신체’에서 ‘자연스러운 신체’로 이동하는 과정이 여성의 해방적 경험과 맞닿아 있음을 밝혔다. 이러한 맥락에서 노브라 웨어는 억지로 몸을 규격화하지 않고, 개인의 자연스러운 체형을 존중하는 실천으로 이해될 수 있다. 나아가 신체 해방감은 여성의 일상 활동성과 밀접히 연관된다. 신체 해방감은 단순한 착용의 편안함을 넘어, 삶의 질과 직결되는 경험으로 자리매김하고 있다.

결국, 신체 해방감은 속옷 착용 경험에서 비롯된 억압적 감각과 대비되는 해방적 감각을 통해 의미화된다. 전통적 속옷이 규범적 여성성을 강조하며 신체를 규율했다면, 노브라 웨어는 신체적 억압을 최소화하고 착용자의 자유로운 신체 경험을 보장하는 대안으로 기능한다. Bae(2020)는 속옷의 착용 압박이 여성의 심리적 안도감과 직결된다고 지적하며, 신체적 해방이 곧 심리적 안정으로 이어질 수 있음을 보여주었다. 이러한 변화는 여성 소비자들의 신체 경험이 단순한 의복 착용 차원을 넘어, 자유와 자기 주체성의 확보라는 문화적 의미로 확장되고 있음을 보여준다.

2.4. 감각 중심 소비

패션 소비에서 감각적 경험은 단순한 의복 착용의 물리적 기능을 넘어, 심리적 만족과 자기 정체성 형성에 중요한 영향을 미친다. 의복은 신체와 직접 맞닿아 촉감·압박감·착용감 등 감각적 자극을 제공하며, 이러한 경험은 소비자들의 선택과 선호에 큰 비중을 차지한다. Bae(2020)는 속옷의 압박감과 착용감이 여성의 심리적 안정감 및 만족도와 밀접하게 연관된다고 분석하였다. 이와 유사하게, Kim et al.(2021)은 시판 브라렛의 착용 실험을 통해 압박감이 줄어들수록 착용 만족도와 외관적 자신감이 높아지는 경향을 확인하였다. 이는 노와이어·패드 일체형 제품이 소비자의 감각적 편안함과 심리적 안정감을 동시에 충족시킨다는 점에서 감각 중심 소비의 특징을 잘 보여준다. Shin et al.(2016)의 연구 또한 국가별 브라지어 패턴 비교를 통해, 감각적 착용 경험이 소비자 만족의 핵심 요인임을 확인하였다. 또한, 속옷 광고와 소비 담론 분석을 통해 감각적 경험이 강조되는 양상도 드러난다. Park and Chun(2019)은 여성 잡지 광고에서 레이스·소재·촉감을 강조하는 방식이 소비자의 감각적 욕구를 자극한다고 밝혔다. Kang(2022)의 빅데이터 기반 연구 역시 속옷에 대한 소비자 인식이 ‘불편함·구속’에서 ‘편안함·자기표현’으로 이동했음을 보여주며, 감각 중심 소비의 중요성을 뒷받침한다.

이러한 국내 연구의 흐름은 해외의 논의와도 맞닿아 있다. Entwistle(2000)은 패션과 신체의 관계를 분석하며, 의복은 피부와 맞닿는 감각을 통해 신체 경험을 구성한다고 설명하였다. Fletcher(2010) 또한 슬로우 패션 논의에서 촉각적·심미적 만족이 지속 가능 소비를 지탱하는 핵심 요소임을 제시하였다. 즉, 감각 중심 소비와 슬로우 패션은 ‘천천히, 깊게, 오래 입는’ 감각적 지속가능성의 공통 기반 위에 있다. Jung(2017) 또한 윤리적 소비의식과 라이프스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 유의한 영향을 미친다고 보고하며, 지속가능성에 대한 인식이 개인의 가치관과 생활양식으로 구체화된다고 설명하였다. 이처럼 국내외 연구 모두 감각적 경험을 중심으로 한 소비 행위를 강조하며, 이는 기능적 효용을 넘어 심리적 안정감과 자기표현 그리고 가치소비로 확장되는 공통된 경향을 보여준다.

따라서 본 연구에서는 이러한 감각 중심 소비와 슬로우 패션의 개념적 연계를 바탕으로, 노브라 웨어 소비를 신체 해방감, 감각적 만족, 자기 수용, 그리고 실용적 지속가능성이 교차하는 감각적 소비 경험으로 해석한다. 이는 단순히 속옷 착용의 편의성을 넘어, 여성이 자신의 신체와 감각을 주체적으로 인식하고 자율적으로 소비를 실천하는 문화적 현상으로 이해될 수 있다.

2.5. 자기수용

자기 수용(self-acceptance)은 개인이 자신의 신체와 정체성을 긍정적으로 받아들이는 태도를 의미하며, 이는 사회적 시선에서 벗어나 자기 주체성을 강화하는 핵심 과정으로 이해된다. 여성학과 패션 연구는 이러한 자기 수용이 의복 선택과 소비 행

위 속에서 구체적으로 드러난다고 강조해왔다. Lee(2020)은 여성들이 패션을 통해 자기 존재와 정체성을 표현한다고 분석하였으며, 이는 의복이 단순한 외적 치장을 넘어 자기 정체성 확립의 매개체가 됨을 보여준다. 특히 속옷이나 노브라 웨어처럼 신체와 직접 맞닿는 의복은 자기 수용의 여부를 가장 밀접하게 반영하는 영역으로 주목된다. 한국 사회 맥락에서는 탈코르셋 운동과 같은 흐름 속에서 자기 수용의 의미가 재조명되었다.

Kim et al.(2020)은 MZ 세대의 가치소비 경향을 분석하며, 자기표현과 자율성이 소비 결정에서 중요한 동인임을 밝혔다. 이는 자기 수용이 단순히 '신체 긍정' 차원을 넘어, 개인이 자신의 감각과 취향을 우선시하고 소비 행위를 통해 정체성을 강화하는 과정임을 보여준다. Fletcher(2010)의 연구 역시 슬로우 패션 담론 속에서 자율성과 자기표현이 지속 가능한 소비문화와 연결된다고 설명하였다. 종합하자면, 자기 수용과 자율성은 노브라 웨어 소비 경험을 이해하는 데 중요한 이론적 기반을 제공한다. 이는 사회적 시선과 규범에서 벗어나 자신의 신체와 취향을 긍정하며, 나아가 소비 행위를 통해 자기 정체성을 강화하는 과정을 해석할 수 있게 한다.

3. 연구 방법

3.1. 연구문제

본 연구는 20-30대 여성의 노브라 웨어 소비 경험을 통해 신체 해방감, 감각 중심 소비, 자기 수용, 그리고 슬로우 패션 인식이 어떻게 형성되고 드러나는지를 탐색하고자 하였다. 이에 따라 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1. 20-30대 여성은 속옷 착용을 어떻게 인식하며, 노브라 웨어를 선택하게 되는 주요 계기는 무엇인가?

연구문제2. 노브라 웨어 착용 경험은 20-30대 여성에게 어떠한 신체적 해방감과 감각적 만족을 제공하는가?

연구문제3. 노브라 웨어 경험은 여성들의 자기 수용과 자율성에 어떠한 변화를 가져오는가?

연구문제4. 노브라 웨어 착용 이후 여성들의 소비 행동 및 구매 기준은 어떻게 변화하며, 이는 슬로우 패션적 가치와 어떤 관련성을 갖는가?

연구문제5. 노브라 웨어 소비 경험에서 20대와 30대 여성 간의 차이는 어떠한 양상으로 나타나는가?

연령 구분은 기존 세대 연구 및 패션 소비 관련 선행연구(An et al., 2023; Lee & Jang, 2023; Lee et al., 2022a, 2022b; Ryu & Kim, 2023;)를 참고하여 설정하였다. 20대와 30대는 모두 MZ세대에 속하지만, 사회문화적 맥락과 소비 가치관의 차이로 인해 구분이 필요하다. 20대는 디지털 네이티브 세대로서 소셜미디어를 중심으로 즉각적이고 감각적인 소비 경험을 중시하며, '자기표현 중심의 가치 소비'를 지향하는 경향이 강하다(Lee, 2020; Ryu & Kim, 2023). 반면 30대는 결혼·직장 생활·경제적 안정 등 생애주기적 요인에 따라 제품의 내구성, 실용성, 장기적 사용 가치를 중시하는 소비 성향을 보인다(An

et al., 2023; Lee et al., 2022). 또한 패션 연구에서도 20대는 유행·감성·표현 중심의 소비자로, 30대는 가치·실용·안정성을 중시하는 집단으로 구분된 바 있다(Lee & Jang, 2023). 따라서 본 연구는 두 세대의 차이를 단순한 연령 구분이 아닌, 감각적 경험과 실용적 지속가능성의 세대별 인식 차이로 해석하였다. 이를 통해 MZ세대 여성 내에서도 연령대에 따라 노브라 웨어 소비의 의미가 어떻게 다르게 형성되고 경험되는지를 심층적으로 탐색하고자 하였다.

3.2. 연구 접근

본 연구는 질적 연구 방법을 적용한 발견 지향적 접근(naturalistic inquiry)으로 수행되었다. Lincoln and Guba(1985)가 제시한 자연주의 탐구는 참여자의 경험을 맥락 속에서 심층적으로 이해하고, 기존 이론에 제한되지 않고 새로운 의미를 발견하는 데 적합하다. 이러한 접근은 특히 MZ 세대 여성들의 속옷 및 노브라 웨어 소비 경험과 같은 개인적·심리적 주제를 탐구하는 데 유용하다.

3.3. 자료 수집 및 분석

본 연구의 자료 수집은 2025년 8월 7일부터 8월 30일까지 진행되었다. 각 인터뷰는 약 30분에서 60분 동안 이루어졌으며, 총 20명의 참여자가 인터뷰에 참여하였다. 참여자는 목적표집법(purposeful sampling)을 통해 모집되었다. 선정 기준은 여성, 연령 20-39세, 노브라 웨어 착용 경험 보유자로 설정하였으며, 감각 인식에 의학적 제약이 있는 경우는 제외하였다. 최종적으로 20명이 참여하였으며, 20대 10명과 30대 10명으로 균형 있게 구성되었다. 또한 결혼 여부, 자녀 유무, 직업, 주요 착용 제품 등의 변수를 고려하여 표집의 다양성을 확보하였다. 참여자 모집은 연구자의 개인 네트워크와 소셜미디어(Instagram, KakaoTalk 오픈채팅방, 온라인 커뮤니티 등)를 활용하여 공고문을 게시하는 방식으로 이루어졌다. '노브라 웨어 착용 경험이 있는 20-30대 여성'을 대상으로 참여자를 공개 모집하였으며, 연구 목적과 인터뷰 절차, 익명성 보장에 대한 설명을 제공하였다. 연구 참여를 희망한 지원자 중 기준에 부합하는 인원을 선별하여 개별 연락 후 인터뷰 일정을 조율하였다. 참여자의 인구통계학적 특성은 Table 1에 제시하였으며, 연구 참여자의 연령대별 구성과 주요 특성을 요약하였다.

모든 인터뷰는 참여자의 편안함이 보장되는 환경에서 수행되었다. 모든 인터뷰는 참여자의 사전 동의하에 녹음되었으며, 녹음 파일은 연구 윤리 기준에 따라 안전하게 보관된 후 전사되었다. 인터뷰 질문지는 기존 선행연구와 예비조사를 토대로 구성되었다. 예비조사는 본 조사에 앞서 20-30대 여성 2명을 대상으로 파일럿 인터뷰를 실시하여, 질문의 명확성, 어휘의 적절성, 응답의 자연스러움을 검증하였다. 이를 통해 일부 문항의 순서를 조정하고, '착용 동기' 및 '신체 감각' 관련 질문을 구체화하여 참여자가 자신의 경험을 보다 자연스럽게 서술할 수 있도록 면담지를 보완하였다. 최종 인터뷰 질문지는 착용 동기

Table 1. Demographic profile of interviewees

Number	Age	Occupation	Marital status	Residential area	Product used	Time of first purchase
1	21	Student	Single	Mapo-gu, Seoul	Wireless bra	2018
2	21	Student	Single	Seongbuk-gu, Seoul	Built-in bra top, Wireless bra	2023
3	21	Student	Single	Seongbuk-gu, Seoul	Wireless bra	2023
4	24	Student	Single	Seongbuk-gu, Seoul	Bralette	2022
5	25	Office worker	Single	Seungbuk-gu, Seoul	Bralette, built-in bra top	2020
6	26	Office worker	Single	Seongdong-gu, Seoul	Bralette, wireless bra	2018
7	26	Office worker	Single	Seongdong-gu, Seoul	Wireless bra	2021
8	27	Office worker	Single	Gyeyang-gu, Incheon	Wireless bra	2020
9	29	Freelancer	Single	Dongdaemun-gu, Seoul	Bralette	2020
10	29	Office worker	Single	Nowon-gu, Seoul	Wireless bra, built-in bra top	2017
11	30	Office worker	Single	Gyeyang-gu, Incheon	Nipple cover, built-in bra top	2022
12	31	Freelancer	Married	Guri-si	Wireless bra, built-in bra top	2016
13	32	Self-employed	Single	Goyang-si	Bralette, built-in bra top	2021
14	32	Homemaker	Married	Gangseo-gu, Seoul	Wireless bra	2018
15	34	Office worker	Married	Mapo-gu, Seoul	Wireless bra	2022
16	37	Self-employed	Single	Seongdong-gu, Seoul	Wireless bra, built-in bra top	2019
17	37	Office worker	Single	Seo-gu, Incheon	Bralette, built-in bra top	2020
18	37	Office worker	Married	Bupyeong-gu, Incheon	Wireless bra	2020
19	38	Office worker	Married	Seodaemun-gu, Seoul	Wireless bra, built-in bra top	2012
20	39	Office worker	Married	Gangnam-gu, Seoul	Bralette	2021

및 경험, 신체 감각과 심리적 반응, 타인의 시선과 사회적 규범에 대한 태도 변화, 소비 및 구매 기준 변화, 그리고 정체성과 자율성 의식에 관한 항목을 포함하였다. 인터뷰는 반구조화된 인터뷰 방식으로 진행되었다. 이때, 참여자가 충분히 자신의 경험을 표현할 수 있도록 개방형 질문과 탐색적 후속 질문을 병행하여 진행하였다.

자료 분석은 주제 분석법(thematic analysis)을 활용하였다(Braun & Clarke, 2019). 연구자는 먼저 전사된 인터뷰 자료를 line-by-line으로 분석하여 의미 단위를 도출하였고, 이를 코드화하여 상위 테마로 조직하였다. 신뢰도를 확보하기 위해 inter-rater reliability(코드 간 일치도)를 점검하였으며(Silverman, 1993), 일부 참여자에게 분석 결과를 환류하여(member check) 연구의 타당성을 보완하였다. 또한 동료 연구자 검토(peer debriefing)를 통해 연구자의 주관성을 최소화하였다.

4. 연구결과

본 연구는 20-30대 여성 20명을 대상으로 한 심층 인터뷰를 통해 노브라 웨어 소비 경험을 탐색하였다. 이에 대한 연구 결과는 다음과 같다(Fig. 1).

4.1. 속옷 인식 및 노브라 웨어 선택 계기

4.1.1. 불편하지만 일상적으로 착용해야 하는 의류

20대 여성들에게 속옷은 “답답하고 불편하지만 매일 입어야

하는 옷”으로 인식되었다. 이들은 어릴 때부터 “여성이라면 속옷을 입어야 한다”라는 사회적 규범을 내면화하고 있었으며, 그 결과 속옷 착용은 신체적 불편함보다 단정함과 예의의 상징으로 받아들여졌다. 편안함보다는 습관과 사회적 시선에 순응하기 위한 행위로 인식된 것이다. 또한, 속옷 착용의 불편함을 인식하면서도, 이를 “감내해야 하는 일상적 불편함”으로 받아들이는 태도가 나타났다. 구매 기준은 기능성보다는 가격과 실용성, 그리고 “필수적 의복”으로서의 역할에 초점이 맞춰져 있었다. 노브라 웨어에 대한 관심은 대체로 친구의 추천이나 온라인 광고 등 우연한 계기를 통해 시작되었다.

“여자는 속옷을 입어야 된다. 불편해도 땀을 흘려도 기려져야 된다”라는 인식을 따라다녔는데” (C)

“속옷은 입어야 된다. 필수로 입어야 된다고 생각하는”(F)

“여행 갈 때도 속옷은 꼭 챙기잖아요. 그래서 그만큼 생활에 필요한 필수품이면서 하나의 자기 관리 수단이라고 생각합니다.”(E)

“저는 큰 컵을 착용하고 있는 사용자로서 꼭 입어야 하는 의류라고 생각합니다.”(G)

4.1.2. 신체 보완과 옷맵시를 위한 필수 도구

30대 여성들은 속옷을 단순히 신체를 가리는 의복이 아니라, 몸매를 보정하고 옷맵시를 유지하기 위한 필수 도구로 인식하였다. 사회생활과 출산, 체형 변화 등을 경험하면서 속옷의 기능적 역할이 더욱 강조되었으며, 이들은 ‘지지력’, ‘커버력’, ‘핏 유지’와 같은 구체적인 기능 요소를 제품 선택의 주요 기준으로

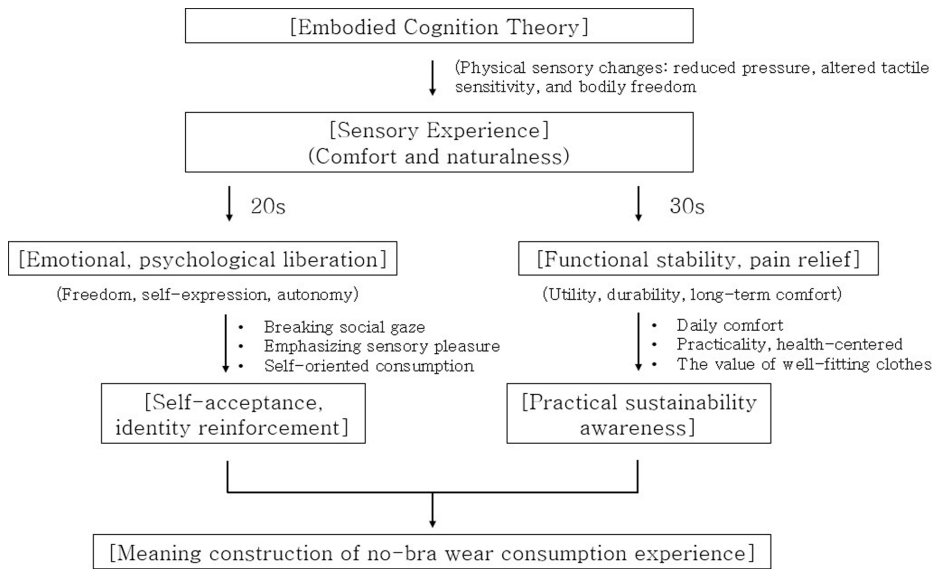


Fig. 1. Theoretical framework of braless wear consumption experience.

로 삼았다. 그러나 신체 변화로 인한 압박감과 불편함이 누적 되면서, 일부는 편안함과 자연스러움을 중시하는 노브라 웨어를 새로운 대안으로 인식하기 시작하였다.

“사실 저는 속옷을 그냥 옷을 잘 입기 위한 도구라고 생각했어요. 특히 가슴이 좀 큰편이라서 항상 옷 찢어 고민이었어요. 그래서 어떻게 하면 좀 작아 보일까 이게 제일 큰 고민이어서 미니마이저 브라를 많이 입었는데 와이어가 있어서 답답하고 불편했어요. 예전에는 무조건 작아 보이게 해주는가였는데 요즘은 편안함이라든지 지저력 두 가지를 제일 중요하게 보는 것 같아요.”(N)

“저는 다 감싸주는지 그게 되게 중요해요. 왜냐하면 좀 짝가슴이어 가지고 한쪽에 맞추면 또 한쪽이 작고 이라서 항상 다 되는 걸로 위주로 입어요.”(M)

“저는 중요하게 생각하는 요소가 소재랑 커버력이라고 보거든요. 제가 민감성 피부이기도 하고 약간 가슴이 작은 게 콤플렉스가 있어가지고 그런 부분을 어느정도 커버해 줄 수 있는 제품을 많이 보게 되는 것 같습니다.”(P)

4.2. 신체 해방감과 감각적 만족

4.2.1. 압박에서 벗어난 자유와 자기 표현

20대 여성들에게 노브라 웨어는 단순한 속옷의 대체재가 아니라 ‘자유’의 상징’으로 인식되었다. 그들은 와이어 브라가 만들어내는 물리적 압박에서 벗어나면서 느끼는 해방감을 “자연스러움”과 “자기 주체성의 회복”으로 해석하였다. 즉, 몸을 타인의 시선에 맞추기보다 자신의 감각과 편안함에 맞추는 경험이 하나의 자기표현 방식으로 전환된 것이다. 이는 신체적 편안함을 넘어, ‘있는 그대로의 나’를 인정하는 감각적·정서적 해방으로 확장되었다.

“와이어브라랑 비교했을때 자유, 압박감이 아예 없으니까 뭔가 자연

스러움? 자연의 섭리 약간 이런 느낌이지 우겨어는게 없어지니까요.”(I)

“그냥 내 몸을 감싸고 있다 정도? 압박감이 없고, 받쳐주긴 하니까 편하게 제일 좋더라고요.”(F)

“처음 착용했을 때 부드러운 면이 편안하게 감싸줬던 게 기억에 남습니다. 노브라 웨어는 결국 남이 봤을 때 보기 좋은 것이 아닌 나에게 편안한 것이라고 생각합니다. 신체적으로 조금 더 편안하고 자연스럽게 다가갈 수 있는 하나의 의류 카테고리라고 생각합니다.”(G)

4.2.2. 기능적 불편 해소와 신체적 안도감

30대 여성들은 노브라 웨어 착용을 통해 압박으로 인한 신체적 불편 해소를 직접적으로 경험하였다. 그들에게 해방감은 20대의 ‘감각적 자유’보다 건강과 기능적 편안함에 가까운 경험으로 나타났다. 특히 소화 장애 완화, 어깨나 등 통증 감소 등 구체적인 신체적 변화를 언급하며, 노브라 웨어를 “생활 속 안도감”으로 인식하는 경향이 두드러졌다.

“소화가 너무 잘 되더라고요. 저는 와이어 입으면 밥 먹고 항상 풀었거든요. 근데 노와이어 입고 나니까 그런게 없어서 엄청 좋았어요.”(M)

“와이어를 입었을 때는 속이 늘리거나 가스가 찰 때가 많았는데, 노와이어를 하고 나서는 그 점이 많이 해소됐어요.”(L)

“노와이어 제품을 입었을 때 집에 와서도 벗지 않고 생활할 수 있었던 단게 가장 큰 특징이었어요. 예전에는 집에오면 무조건 벗었거든요.”(K)

“저는 와이어가 가슴 아래쪽에 닿는게 너무 불편했어요. 그게 조이는 느낌이 있어서...노브라 웨어는 그런게 없으니까 훨씬 편했어요.”(E)

“확실히 답답함이 줄어든 게 제일 크고, 하루 종일 입고 있어도 안 아프다는 게 놀라웠어요.”(N)

4.3. 자기 수용과 자율성

4.3.1. 사회적 시선에서 벗어난 자기 수용

20대 여성들은 노브라 웨어 착용을 통해 타인의 시선으로부터

터 자유로워지고 자신의 신체를 긍정적으로 수용하는 경험을 하였다. 이들은 인위적인 체형 보정에서 벗어나 본래의 몸을 있는 그대로 받아들이며, 자신에 대한 긍정적 인식을 확장해 나갔다. 즉, 외부의 규범적 시선보다 자신의 감각과 취향을 중심으로 한 자기 수용적 태도를 강화한 것이다. 이는 단순한 착용 경험을 넘어 자기 정체성의 재구성 과정으로 연결되었다.

“내 맞습니다. 이제 내 몸을 내가 스스로 인정하고 사랑해 주면서 조금 더 남들 시선을 의식하게 되지 않는 것 같습니다.”(G)

“내 자신의 몸을 그대로 드러내는 거에 대한 자신감이 더 생긴 것 같습니다.” (E)

또한, 20대 여성들은 소비를 ‘자신을 표현하는 행위’로 인식하였다. 속옷 선택에서 타인의 기준보다 자신의 감각적 만족을 우선시하며, 이를 통해 자율성과 주체적 소비 태도를 강화하였다.

“요즘은 저를 더 우선시하는 것 같아요. 속옷은 결국엔 내가 입게 되는 옷이기 때문에 저의 선택이 가장 중요하다고 생각합니다.”(G)

“그냥 제 만족이 제일 큰 것 같아요. 저는 남들이 어떻게 보든 제가 입었을 때 괜찮다 싶으면 그게 제일 중요해요.” (F)

“속옷이 어쨌든 안에 있는 옷이다 보니까 남들의 시선보다 내가 느끼는 게 더 중요하다는 생각이 들어서 제 취향을 더 표현할 수 있는 게 속옷이라, 취향을 더 우선시하는 것 같습니다.” (E)

4.3.2. 실용적 안정성 중심의 자율성

30대 여성들의 경우, 자기 수용보다는 실용성과 안정성 중심의 자율성이 강조되었다. 이들은 노브라 웨어를 ‘자유’보다는 ‘편리함’을 제공하는 일상적 의복으로 인식하였으며, 자기표현보다는 기능적 효용과 지속 가능한 착용감에 초점을 맞추었다.

“심리적으로 달라진 건 없고 그냥 불편하지 않으니까 편한 걸로 입는 거죠.” (L)

“노브라 웨어는 제가 생각했을 때는 여성에게 자유로움을 줄 수 있는 옷인 것 같습니다. 하지만 저는 몸에 대한 인식이 바뀌었다기보다는 선택지가 넓어져서 편한 걸 고를 수 있다는 게 더 컸어요.” (O)

“저는 제 몸에 대한 인식은 원래 크게 변하지 않았고, 단지 생활에서 불편하지 않고 오래 입을 수 있는 게 중요합니다. 디자인보다는 착용감이 우선이에요.” (K)

이는 20대의 자기 표현적 소비와 달리, 30대에서는 생활 속 안정감과 효율성 중심의 소비로 전환된 결과로 해석된다. 직장 과 가정생활 등 현실적 요인을 고려하며, 자기 수용보다 지속 가능한 편안함을 더 중시하는 태도가 두드러졌다.

“편해서 입는 거죠. 사실 자기 표현이나 이런 것보다도 회사 생활하면서 하루 종일 입기 편해야 하니까 무조건 노와이어 위주로 찾게 됐어요.” (L)

“오래 입을 수 있고 세탁했을 때 틀어지지 않는 게 가장 중요해요. 속옷은 보여주는 옷이 아니기 때문에 제 기준은 무조건 안정감과 편안함이에요.” (O)

4.4. 소비 행동과 슬로우 패션 인식

4.4.1. 즉각적 편안함에 집중한 재구매 의도

20대 여성들은 노브라 웨어 착용 후 즉각적인 신체적 편안함을 핵심 만족 요인으로 인식하였다. 이들은 제품의 내구성이나 환경적 가치보다는 ‘지금 입었을 때 얼마나 편한가’에 따라 구매를 결정하였고, 착용 후 만족감이 높을수록 동일 브랜드나 제품을 반복 구매하는 경향을 보였다. 즉, 감각적 경험이 소비 판단을 주도하는 즉시적·경험 중심 소비 행태가 나타났다.

“저는 그냥 광고 보고 한 번 사봤는데 입어보니까 생각보다 너무 편한 거예요. 그래서 그 이후로는 똑같은 브랜드에서 몇 번 더 사게 된 것 같아요.”(H)

“노브라 웨어 입으면 확실히 그냥 몸이 편해져서 자꾸 손이 가요. 한 번 편하다고 느낀 브랜드는 계속 찾게 되는 것 같아요. 다른 조건은 크게 안 보는 편이에요.”(D)

“디자인 이런 거보다는 그냥 제가 입었을 때 편한 게 제일 중요해요. 그래서 편하면 똑같은 거 여러 장 사서 돌려 입어요.” (A)

이들은 착용감의 즉각적 만족을 최우선 가치로 두었으며, ‘편안함’이 곧 구매와 재구매를 이끄는 주요 동력으로 작용하였다.

“다른 조건보다 그냥 지금 편한지가 제일 중요한 것 같아요.”(H)

“가격이랑 편안함만 봐요. 편하면 그냥 또 사고, 안 맞으면 다시는 안 사요. 결국은 입어보고 몸이 편한지가 제일 커요.” (B)

“솔직히 내구성이나 오래 가는지는 잘 모르겠어요. 그냥 입었을 때 편하면 그걸로 끝이에요. 불편하면 아무리 비싸도 안 입게 되니까.” (E)

“편안함이라는 가치만으로도 구매 결정에 큰 영향을 미친다고 생각합니다. 왜냐하면 불편하면 결국엔 손이 가지 않고 입지 않기 때문에 ... 속옷은 나에게 맞는 옷을 꼭 사야 하는 거기 때문에 무조건 편안하고 나에게 잘 입을 수 있다는 점이 가장 큰 영향을 미칩니다.” (G)

4.4.2. 내구성과 세탁 용이성에 기반한 실용적 소비

30대 여성들은 속옷을 매일 착용하는 실용적 의복으로 인식하며, 제품의 내구성과 세탁 용이성, 장기적 편안함을 구매 판단의 핵심 기준으로 삼았다. 즉, 이들의 소비는 감각적 경험보다는 실질적 기능성과 유지 관리의 편리성에 기반하였다.

“저는 디자인보다는 착용감이나 편안함이 많이 느껴져야 계속 쓰는 편이에요. 오래 쓸 수 있는지, 세탁했을 때 얼마나 덜 틀어지는지를 많이 봐요.”(O)

“속옷이라는 게 결국 매일 입는 거라서 오래 입을 수 있는 게 중요해요. 빨래도 쉽고 보관도 간편한 게 좋다고 느꼈습니다.” (K)

이러한 인식은 ‘매일 입는 옷은 오래 입어야 한다’는 실용적 가치관을 반영하였다. 이들에게 노브라 웨어는 자유나 표현의 상징이 아니라 생활의 편의성과 안정감을 제공하는 실용복으로 자리 잡았다.

“노와이어를 경험한 이후부터는 소재를 꼭 보게 돼요. 통기성 있고 오래 입을 수 있는 제품이어야 하고, 매일 입으니까 내구성이 약하면 바로 티가 나거든요.” (L)

“디자인보다 오래 입을 수 있는 편안함이 중요해요. 솔직히 남한테 보여주는 옷이 아니니까, 세탁에도 잘 견디고 오래 쓰는 게 제 기준이에요.” (T)

4.4.3. 슬로우 패션적 가치와의 잠정적 연결

직접적으로 환경이나 지속가능성을 언급하지는 않았지만, ‘오래 입을 수 있는 제품’을 선호하는 태도는 결과적으로 슬로우 패션의 가치와 맞닿아 있었다. 특히 30대 여성들에게서 이러한 경향이 뚜렷했으며, 이는 즉각적 만족에서 지속가능한 사용으로의 소비 전환 가능성을 보여준다.

“속옷을 구매할 때 무조건 와이어 없는 걸 찾고, 소재도 통기성 있고 오래 입을 수 있는 걸 보게 돼요. 매일 입는 거니까 오래 가야 하거든요.” (L)

“출근할 때는 하루 종일 입어야 하니까 내구성이 좋아야 해요. 세탁 해도 쉽게 망가지면 다시 안 사게 되더라고요.” (M)

“노브라 웨어에서도 지지를 조금 해주면서 오래 쓸 수 있으면 계속 입고 싶을 것 같아요.” (T)

이러한 결과는 Fletcher(2010)가 제시한 슬로우 패션의 윤리적·환경적 지속가능성과는 구별되며, ‘몸으로 체감되는 편안함’과 ‘생활 속 실용적 지속가능성’을 중심으로 한 감각적 슬로우 패션의 실천으로 해석될 수 있다.

4.5. 세대별 차이

4.5.1. 자기 정체성과 표현으로서의 경험

20대 여성들에게 노브라 웨어는 단순한 속옷이 아니라 자기 정체성을 드러내는 수단으로 작용하였다. 그들은 압박에서 벗어나는 물리적 해방감을 넘어, 자신을 있는 그대로 표현하고자 하는 감각적·정서적 자율성을 경험하였다. 즉, 노브라 웨어는 사회적 규범에 순응하기보다 개인적 취향과 자기 수용을 신체를 통해 드러내는 자율적 표현 행위로 인식되었다.

“남들이 어떻게 보든 상관없고, 제가 편하면 그게 제일 중요하다고 생각해요.” (B)

“저는 원래 남의 시선은 중요하지 않다고 생각해요. 제 신체 일부가 보이더라도 그냥 저 자신인니까 괜찮다고 생각하고, 제 몸을 편하게 대하는 게 더 중요해요. 노브라 웨어는 자유의 상징이예요. 내 몸을 억압하지 않고, 자연스럽게 표현할 수 있게 해준다고 생각해요.” (I)

“노브라 웨어는 저한테 편안함과 해방감이예요. 꼭 정해진 틀대로 입지 않아도 된다는 자유로움, 그런 걸 느끼게 해주는 옷 같아요.” (G)

20대 여성들은 노브라 웨어 착용을 통해 타인의 기준이 아닌 자신 중심의 정체성 인식을 강화하였다. 이는 신체 해방감에서 출발해 자기 수용으로 이어지는 감정적 전환이며, ‘있는 그대로의 나’를 받아들이는 자율적 소비 행위로 연결되었다.

“노브라 웨어를 입으면서, 굳이 몸을 보정하려는 필요를 덜 느끼게 됐어요. 그냥 제 체형을 인정하게 된 거죠.” (C)

“노브라 웨어는 저를 더 자연스럽게 표현할 수 있는 옷 같아요. 꾸미지 않아도 된다는 점에서 해방감을 느꼈어요.” (E)

4.5.2. 실용성과 지속성의 경험

30대 여성들은 노브라 웨어를 기능적 해방과 생활 편의성의 도구로 인식하였다. 들에게 ‘해방감’은 자기표현보다는 신체적 안정감과 실용적 효용에 더 가까운 개념이었다. 즉, 노브라 웨어는 꾸미기 위한 옷이 아닌, 일상 속 편안함과 내구성을 추구하는 실용복으로 자리 잡았다.

“노브라 웨어는 솔직히 꾸미는 용도가 아니라 그냥 편하게 입으려고 사는 거라서, 저는 무조건 오래 입을 수 있고 안정적인 걸 고르는 편이에요.” (S)

“속옷을 구매할 때 무조건 와이어 없는 제품을 선택하게 됐고, 소재도 통기성 있는 걸 보게 된 것 같아요. 편하려고 입는 거니까요. 오래 입을 수 있는 속옷이나 편안함이라는 가치가 구매 결정에 거의 대부분이예요.” (L)

“편하게 입고 싶은데 가슴이 크다 보니까 지지를 못해줘서 그렇게 입지 못하는 게 제일 아쉬웠어요. 노브라 웨어에서도 가슴 밑에 부분을 조금 지지해 주면 입고 싶을 것 같아요.” (T)

즉, 노브라 웨어는 자기 표현보다는 장기적 편안함과 효용을 제공하는 실용적 소비의 의미로 자리매김하였다.

“이제는 몸매 보정보다는 오래 입을 수 있는지, 세탁해도 원단이 유지되는지를 더 보게 됐어요. 결국 매일 입는 건 실용성이 제일 중요하더라고요.” (R)

“노브라 웨어는 솔직히 꾸미는 용도가 아니라 그냥 편하게 입으려고 사는 거라서, 저는 무조건 오래 입을 수 있고 안정적인 걸 고르는 편이에요.” (T)

“저는 속옷 살 때 제일 먼저 오래 입을 수 있는지를 봐요. 아무리 예뻐도 몇 번 세탁하면 틀어지는 건 손이 잘 안 가더라고요.” (P)

5. 결 론

본 연구는 20-30대 여성 20인을 대상으로 심층 인터뷰를 수행하여 노브라 웨어 소비 경험을 탐색적으로 분석하였다. 연구 문제별 분석 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 20대 여성은 속옷을 불편하지만 일상적으로 착용해야 하는 ‘필수적 불편’으로 인식하고, 주로 친구의 권유나 SNS 광고 등 비교적 즉각적이고 우발적인 계기를 통해 노브라 웨어를 접하였다. 반면, 30대 여성은 속옷을 몸매 보정과 핏 유지의 기능적 도구로 인식하며, 출산이나 체형 변화에 따른 신체적 불편 해소를 위해 노브라 웨어를 선택하는 경향이 뚜렷했다. 이는 속옷의 기능성과 미적 규범을 강조한 Lee(2020)과 Park and Chun(2019)의 연구 결과와 달리, 속옷이 더 이상 ‘보정의 도구’가 아니라 개인의 신체적 편안함과 실용성을 중시하는 소

비재로 전환되고 있음을 보여준다.

둘째, 노브라 웨어 착용은 세대에 관계없이 압박감·통증·홍터 등으로부터의 해방감을 제공하였다. 그러나 20대는 이를 자유와 자기표현의 확장으로 해석하며 촉감·밀착감 등 감각적 편안함에 주목한 반면, 30대는 통증 완화·소화 개선 등 기능적 효용성 차원에서 의미화하였다. 이는 노브라 웨어가 단순한 속옷 대체제가 아니라 신체적·정서적 안도감을 제공하는 문화적 경험임을 보여준다. 이러한 결과는 Entwistle(2000)이 제시한 “의복은 신체를 규율하고 사회적 의미를 구성하는 실천”이라는 관점을 확장한다. 즉, 본 연구의 참여자들은 의복을 통해 사회적 규율을 수용하는 수동적 존재가 아니라, 그 규율에서 벗어나 신체적 해방을 주체적으로 실천하는 능동적 소비자라 나타났다.

셋째, 20대 여성은 노브라 웨어를 통해 인위적 체형 보정에서 벗어나 자신의 감각과 취향을 우선시하며 자기 정체성과 자율성을 강화하였다. 반면, 30대 여성은 실용성과 안정성을 중시하며 일부만이 자기 수용적 의미를 부여하였다. 이는 Kim(2019)의 탈코르셋 담론이 제시한 저항적 페미니즘의 관점과 연결되지만, 본 연구에서는 노브라 웨어를 일상적이고 비저항적인 자기 수용의 실천으로 해석하였다는 점에서 차별성을 지닌다. 즉, 여성의 몸은 사회적 갈등의 장이 아닌, 개인의 감각과 자기 인식이 구현되는 생활의 공간으로 재해석되었다.

넷째, 소비 행동의 차원에서 20대는 즉각적인 착용감 중심의 반복 구매 경향을 보인 반면, 내구성이나 지속가능성에 대한 관심은 미약하였다. 반대로 30대는 내구성, 세탁 용이성, 장기적 편안함을 구매 기준으로 적극 반영하였으며, 이는 ‘오래 입을 수 있는 옷을 선택한다’는 슬로우 패션 가치와 밀접히 연관되었다. 이 결과는 Fletcher(2010)가 제시한 슬로우 패션 개념, 즉 감각적 만족과 실용적 지속가능성이 조화를 이루는 소비 실천과 맞닿아 있다. 다만 본 연구 참여자들은 윤리적·환경적 담론보다는 ‘편안함’과 ‘오래 입을 수 있음’이라는 체감적 기준에 초점을 두었으며, 이는 ‘몸으로 느끼는 지속가능성’이라는 개념으로 해석될 수 있다. 따라서 본 연구는 슬로우 패션 개념을 환경적 차원을 넘어, 일상적이고 감각 중심적인 소비문화로 확장한 시도라는 점에서 의의를 갖는다.

마지막으로, 20대와 30대는 모두 노브라 웨어를 통해 신체적 해방과 편안함을 경험했으나, 20대가 자기표현과 정체성 중심의 상징적 의미를 부여한 반면 30대는 실용성과 지속가능성을 주된 저항점으로 삼았다. 이러한 세대 간 상이한 해석은 노브라 웨어 소비가 단순한 트렌드를 넘어 여성 소비문화의 변화를 보여주는 지표임을 확인시켜 준다. 이러한 결과는 기존 연구들이 노브라 착용을 페미니즘적 저항의 상징으로 한정하여 해석한 시각 Kim(2019)과 Park and Chun(2019)을 확장하여, 노브라 웨어 소비를 세대별 라이프스타일과 가치관의 차이 속에서 구체적이고 실질적인 소비 경험으로 제시했다는 점에서 학문적 의의가 있다.

5.1. 시사점

5.1.1. 학문적 시사점

첫째, 본 연구는 기존 속옷 연구가 주로 맞음새(fit)와 신체 만족감 간의 관계에 집중해 온 한계를 넘어, 속옷을 억압과 해방이라는 이중적 의미를 지닌 문화적 장치로 해석하였다. 이를 통해 속옷 소비가 단순한 기능적 행위가 아니라 여성의 신체 인식과 정체성을 둘러싼 사회문화적 맥락 속에서 이해될 수 있음을 제시하였다.

둘째, 기존 한국의 탈코르셋 및 노브라 운동 연구가 주로 페미니즘적·저항적 상징성에 초점을 맞추었던 것과 달리, 본 연구는 이를 일상적 소비 경험의 차원에서 탐구하였다. 그 결과, 노브라 웨어는 사회운동의 표상에 국한되지 않고, 20-30대 여성들의 소비 행위 속에서 신체적 편안함, 자기 수용, 자율성의 경험으로 구체화됨을 밝혔다. 이는 페미니즘 담론이 소비문화 연구와 교차하는 지점을 확장적으로 조명한다.

셋째, 본 연구는 패션을 자기 표현의 매개로 본 기존 논의를 토대로, 노브라 웨어 소비 경험이 단순한 의복 선택을 넘어 자기 정체성을 드러내는 문화적 실천임을 실증적으로 확인하였다. 특히 인위적 체형 보정에서 벗어나 본래의 신체를 긍정하고, 개인의 감각과 취향을 우선시하는 과정이 소비 경험 속에서 구현됨을 보여주었다.

넷째, 기존 20-30대 소비 연구가 가치 소비와 슬로우 패션 실천을 강조해 온 데 비해, 본 연구는 속옷이라는 특수한 의복 영역에서 이를 실증적으로 검토하였다. 20대 여성은 즉각적 편안함과 자기표현을 중심으로 경험을 해석한 반면, 30대 여성은 내구성·실용성·안정성을 중시하는 가치관을 드러냈다. 이를 통해 동일한 소비 경험이 세대별로 상이한 의미로 구조화된다는 점을 확인하였으며, 세대 간 소비문화 해석의 차이를 학문적으로 규명하였다.

다섯째, 본 연구는 속옷 연구, 여성학, 소비문화 연구를 교차적으로 연결하면서, 노브라 웨어 소비 경험을 통해 몸·패션·자율성의 관계를 재해석하였다. 이는 향후 여성 소비자의 경험을 단순한 소비 행위가 아닌 사회문화적·가치 지향적 실천으로 이해하는 데 기초 자료를 제공한다.

5.1.2. 실무적 시사점

첫째, 속옷 산업의 제품 기획에 있어 세대별 차이를 반영할 필요가 있다. 20대 여성 소비자들은 즉각적인 편안함과 자기표현을 우선시하므로, 다양한 디자인·소재의 실험적 제품(예: 브라렛, 니플 패치, 캡 내장형 의류 등)을 강화하는 것이 효과적이다. 반면, 30대 여성들은 실용성과 안정성을 중시하므로, 장시간 착용에도 불편이 없고 내구성이 높은 제품군 개발이 필요하다. 이는 속옷 기업이 연령대별 소비자 경험을 정교하게 구분하여 제품 라인업을 구성할 수 있는 실질적 근거를 제공한다.

둘째, 마케팅 전략의 측면에서 20대는 SNS 광고·인플루언서 추천과 같은 즉각적 경험을 통한 구매 전환이 높게 나타났으며, 30대는 제품 리뷰·착용 후기와 같은 객관적 검증 요소를 중시

하였다. 따라서 기업은 세대별로 상이한 커뮤니케이션 전략을 병행해야 한다. 20대에는 감각적 해방감과 자기표현을 강조하는 캠페인을, 30대에는 건강·편안함·내구성을 강조한 실증적 메시지를 제시하는 방식이 유효할 것이다.

셋째, 지속가능성과 슬로우 패션 가치를 실질적 경쟁력으로 전환할 필요가 있다. 본 연구에서 30대 여성들은 내구성과 세탁 용이성을 중요한 구매 기준으로 삼았는데, 이는 곧 슬로우 패션적 가치와 연결된다. 따라서 브랜드는 “오래 입는 속옷”, “환경 친화적 소재와 생산 공정”을 강조한 제품 전략을 통해 소비자의 장기적 만족도를 높일 수 있다. 이는 단순히 트렌드 대응을 넘어, 기업의 ESG(환경·사회·지배구조) 전략과도 연계될 수 있다.

넷째, 소비자 교육 및 경험 제공의 중요성이 확인되었다. 일부 소비자는 노브라 웨어에 대한 선입견이나 기능적 불안감으로 인해 구매를 주저하였으나, 실제 착용 후 편안함을 경험하면서 긍정적으로 인식이 변화하였다. 이에 따라 브랜드는 체험 행사, 샘플링, 온라인 후기 공유 플랫폼 등을 적극적으로 운영함으로써 소비자의 경험 장벽을 낮출 필요가 있다.

5.2. 본 논문의 한계

첫째, 표본의 한정성이다. 본 연구는 수도권 거주 20-30대 여성 20명을 중심으로 진행되었기에, 지역·세대·문화적 다양성을 충분히 반영하지 못하였다. 특히 40대 이상 여성이나 지방 거주자의 경험은 본 연구에서 배제되어, 세대 간 확장적 논의에는 한계가 존재한다.

둘째, 연구 방법의 제약이다. 질적 연구는 심층적이고 풍부한 서사를 확보할 수 있는 장점이 있으나, 연구자의 해석과 주관에 개입될 수밖에 없다. 따라서 본 연구의 결과는 통계적 일반화보다는 특정 맥락에서의 탐색적 의미로 이해되어야 한다.

5.3. 후속 연구를 위한 제언

첫째, 장기적 추적 연구가 요구된다. 패션 및 소비 문화는 시대적 변화에 민감하므로, 동일 집단을 대상으로 한 종단 연구(longitudinal study)를 통해 노브라 웨어 경험과 인식의 변화를 추적하는 것이 필요하다.

둘째, 다차원적 요인 분석이 요구된다. 향후 연구에서는 체형, 경제적 수준, 직업군, 사회적 관계망, 미디어 노출 정도 등 다양한 변수를 고려하여 노브라 웨어 소비 경험의 차이를 심층적으로 규명할 필요가 있다.

셋째, 실천적 연구로의 확장이 가능하다. 예컨대 브랜드별 마케팅 전략, 신소재 개발, 지속 가능한 속옷 생산 등 산업적 측면과 연결한 연구를 통해 학문적 논의가 실무적 성과로 이어질 것으로 생각된다.

감사의 글

본 연구는 한성대학교 학술연구비 지원을 받아 수행되었음.

References

- Accio. (2023, August 22). Why Gen Z is not wearing bras: A shift in consumer behavior. *Accio*. Retrieved January 20, 2026, from <https://www.accio.com/business/gen-z-not-wearing-bras-trend>
- An, D., Kim, J., Jung, J., & Wang, Y. (2023). A study on the intention of sustainable consumption and actual buying behavior of generation MZ: Focusing on the comparison with generation X. *Journal of Distribution Management*, 26(4), 47-65. doi:10.17961/jdmr.26.04.202308.47
- Bae, H. (2020). “Women wear trousers”: Rational dress reform in the Victoria era. *Journal of the Busan-Gyeongnam Historical Society*, 117, 307-343. doi:10.52271/PKHS.2020.12.117.307
- Barsalou, L. W. (2008). *Grounded cognition*. *Annual Review of Psychology*, 59, 617-645. doi:10.1146/annurev.psych.59.103006.093639
- Beh, L. Y. (2020, February 25). *South Korea's feminists fight to go braless in push for equality*. Reuters. Retrieved January 20, 2026, <https://www.reuters.com/article/world/south-koreas-feminists-fight-to-go-braless-in-push-for-equality-idUSKCN20J1D9>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). *Thematic analysis: A practical guide*. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Entwistle, J. (2000). *The fashioned body: Fashion, dress and modern social theory*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Fletcher, K. (2010). Slow fashion: An invitation for systems change. *Fashion Practice*, 2(2), 259-265. doi:10.2752/175693810X12774625387594
- Jang, N. (2008). Consumer lifestyle and attitude toward environment-friendly fashion: An exploratory study. *The Korean Society of Fashion Design*, 8(1), 31-47.
- Jung, J., Choi, H., & Choi, J. (2014). Preference and fitness of jackets by body shape: Focused on the female university students. *Fashion Business*, 18(3), 104-116. doi:10.12940/jfb.2014.18.3.104
- Jung, M. (2017). Effects of consumer's ethical consumption consciousness and lifestyle on sustainable fashion. *Journal of Fashion Design*, 19(4), 421-433. doi:10.5805/SFTI.2017.19.4.421
- Kang, E. M. (2022). A study on changes in underwear perception using big data analysis. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 28(3), 1-19. doi:10.18208/ksdc.2022.28.3.1
- Kim, N. (2019). 탈코르셋: 담론의 전쟁터인 여성의 몸 [The female body as a battlefield of the corset-free discourse]. *Women's Theory*, 41, 138-150.
- Kim, N., Lee, H., Choi, J., & Cho, D. (2020). *Trend Korea 2021*. Seoul: Mirae Compass.
- Kim, S., Yang, Y., Jeong, J., & Han, H. (2021). Comparison of commercial bralette's functions through trial wearing experiments. *Journal of the Fashion & Textile Research*, 23(5), 624-633. doi:10.5805/SFTI.2021.23.5.624
- Lee, J. (2020). Subculture of young Korean women: Seen through independent women's magazines. *Korea Journal*, 60(3), 320-348. doi: 10.25024/kj.2020.60.3.320
- Lee, M., Lee, M., & Kim, H. (2022). The effects of self-esteem, shopping motivations, and shopping tendencies on the clothing purchase behavior of the MZ generation. *Journal of the Korea Contents Association*, 22(9), 308-321. doi:10.5392/JKCA.2022.22.09.308
- Lee, S. (1997). The Vogue about Outwearization of Underwear in a Tendency to the Century-end. *Journal of the Korean Society of*

- Clothing and Textiles*, 35, 325-341.
- Lee, S., & Jang, E. (2023). Consumption culture of the MZ generation: Focusing on content commerce. *Asian Cultural Studies*, 61, 49-95. doi: 10.34252/acsri.2023.61.003
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Megan, Z. (2025, May 28). The rise of the braless trend: Why more women are ditching the bra. *Medium*. Retrieved January 20, 2026, from <https://medium.com/@MeganZesi/the-rise-of-the-braless-trend-why-more-women-are-ditching-the-bra-afc28e4a7d49>
- Nam, H. N., & Kum, K. S. (2005). The aesthetics on the breast design in fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 55(1), 101-112.
- Park, G., & Chun, H. (2019, November). How has the female breast been consumed?: An analysis of brassiere advertisements in women's magazines. *Proceedings of the Korean Women's Communication Association, Fall Conference, Korea*, pp. 53-103.
- Park, J. Y., & Jang, J. A. (2014). The actual wearing conditions and preferences for new silver women's brassiere. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 16(4), 635-644. doi: 10.5805/SFTI.2014.16.4.635
- Ryu, J.-A., & Kim, M.-S. (2023). The effects of MZ generation's consumption value on purchase behavior: Focusing on aromatic cosmetic selection attributes. *Korean Society of Cosmetics and Cosmetology*, 13(3), 399-414. doi: 10.23351/kssc.13.3.202312.003
- Shin, J. Y., Nam, Y. J., & Kim, K. S. (2016). Comparative pattern analysis and the fitness evaluation of brassieres using 3D virtual clothing simulation: Focusing on cross section of human body shape & changing of silhouette. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(8), 46-60. doi:10.7233/jksc.2016.66.8.046
- Silverman, D. (1993). *Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text and interaction*. London: Sage Publications.

(Received November 5, 2025; 1st Revised November 20, 2025;
2nd Revised December 12, 2025; Accepted January 8, 2026)