

※이 논문은 1999학년도 제 2기 한양여자대학 교내 연구비에 의해 연구되었음

* 한양여자대학 섬유패션 계열 교수

여성 골프웨어의 선호도에 따른 이미지 분석

구 희 경*

목 차

I. 서 론

II. 이론적 배경

1. 골프의 역사 및 골프웨어의 개념
2. 골프웨어의 기능성과 디자인 요소
3. 국내 골프웨어 브랜드 현황

III. 연구방법

1. 조사대상 및 자료수집
2. 조사도구 및 분석방법

IV. 분석결과 및 고찰

V. 결론

참고문헌

Abstract

I. 서론

과거 고소득층만의 제한적 스포츠로 인식되어 왔던 골프가 대중 스포츠로 자리잡게 되면서 일반인들의 관심과 참여가 증가되고 있는 추세이다. 특히 2000년을 기점으로 박세리, 김미현 등 미국에서 활동하는 여성 골프선수들의 활약상은 국내 여성 골프의 증가를 가져왔으며, 라이프스타일의 변화, 20~30대 젊은 연령대의 골프 인구의 급속한 증가 및 패션성향 등은 새로운 골프웨어 디자인에 대한 소비자의 욕구 창출로 나타나고 있다. 2001년 소비 양극화 현상이 심화됨에 따라 골프웨어 시장의 점유율이 지속적으로 상승, 전체 스포츠웨어 시장의 31.8%를 점유하고 있다¹⁾. 또한 소비자의 소비행태의 다양화로 골프를 즐기는 소비자 외에 일상생활에서 골프웨어를 찾는 소비층이 두터워지고 있음으로 인해 골프웨어는 골프보다 대중화되고 시장은 확대되어 가고 있다. 이러한 시점에서 골프웨어 디자인 개발을 위해 브랜드, 실루엣, 칼라, 소재 등의 소재뿐만 아니라 텍스타일 패턴에 대한 선호도 조사를 통한 감성이미지 분석에 대

1) Tixtile Times, 5월호, p.79

한 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 여성 골프웨어 중 착용률이 가장 높고 패턴 변화에 관심이 많은 아이 템인 골프 셔츠에 국한하여 선호색과 패턴을 연령별로 구분, 정량적으로 측정·분석 함으로써 소비자의 감성연구 및 디자인 개발을 위한 기초 자료 제공에 그 목적이 있 다.

본 연구의 구성은 II장에서 이론적 배경으로 문헌연구 및 선행연구를 통해 골프의 역사 및 골프웨어의 개념, 기능성과 구성요소, 국내 브랜드 현황을 고찰하고 III에서 는 선호색과 패턴의 감성을 정량화시키기 위해 1차적으로 선호색 조사를 실시 선호도 가 높은 색을 연령별로 규정하고 골프 셔츠 패턴에 대한 감성어휘를 수집하여 7점 척 도의 설문지와 자극물을 설계, 실증조사를 실시하였다. IV장의 Excel을 이용한 평 균 분석결과를 토대로 V장에서는 결론을 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 골프의 역사 및 골프웨어의 개념

1) 골프의 역사

골프(Golf)는 코스 위에 정지하여 있는 볼을 클럽으로 쳐서 정해진 홀에 넣어 그 때 까지 소요된 타수로 우열을 겨루는 경기이다. 기원은 확실치 않으나 스코틀랜드 지방 에서 양을 기르던 목동들이 끝이 구부러진 나뭇가지로 돌맹이를 날리는 형태의 민속 놀이가 구기로 발전했다는 설과 기원전 네덜란드에서 어린이들이 실내에서 즐겨하던 콜프(Kolf)라는 경기에서 비롯되었다는 설이 있다. 또한 기원 80년 전에 고대 로마 가 스코틀랜드를 정복했을 때 군사들이 골프와 비슷한 놀이를 했던 것이 스코틀랜드 에 남아 그것이 골프가 되었다는 설²⁾과 네덜란드의 콜벤이라는 오늘날의 크리켓이나 아이스 하키와 비슷한 구기가 14세기 경 바다를 건너 스코틀랜드에 전래되었다는 설 도 있다. 처음에는 평민들의 놀이로 성행하다가 귀족계급이나 왕들도 즐기게 되었다. 15세기에는 골프가 지나치게 성행하여 국민의 무도와 신앙에 방해되어 골프금지령이 내려진 후로는 특권층인 왕족들만이 할 수 있게 되어 왕족들의 경기로 바뀌게 되었다. 16세기이후에는 신분의 상하를 불문하는 스포츠로까지 발전되고 잉글랜드에까지 파 급되었다. 골프를 “Royal and Ancient Game”이라고 하는 이유가 바로 여기에 있다.

골프에 관해 발견된 기록에 의하면 1744년 스코틀랜드에서 지금이 에딘버러 골프인 협회의 전신인 신사골프협회가 조직되어 경기를 한 것이 골프클럽과 경기대회의 시 초라 한다.

1754년 결성된 세계 최초의 골프클럽인 영국 로열 앤드 에인션트(Royal and Ancient Golf Club)는 올드코스³⁾의 22홀을 18홀로 줄이고, 골프규칙을 성문으로 만 들었다. 세계 최초의 공식적인 골프 경기는 1890년 스코틀랜드의 프레스트윅 클럽 (Prest Wick)의 코스에서 열린 제1회 영국 골프선수권 대회이며³⁾ 1861년부터 참가

2) [컬러 세계백과 대사전 2 권], 서문당, 1977, p.257.

3) 박영민, 1994, 월간 섬유.

자격을 전세계에 개방함으로써 Open대회가 되었다.

미국에서는 1888년 스코틀랜드계인 존 리드가 세인트 앤드류스 골프클럽을 탄생시키고 1894년에 미국 골프협회가 창립되었다. 1895년 제1회 아마추어 선수권대회, 전미오픈 선수권 대회가 시작되었다. 그 후 1900년대 초부터 미국은 영국을 능가하기에 이르렀으며 제2차 세계대전 후에는 대중화의 진전이 빠르게 이루어져 모든 면에서 영국을 압도하게 되었다. 1958년에 미·영 양국이 세계 각국의 골프 협회에 촉구하여 세계골프연맹(World Amateur Golf Council : WAGC)을 조직하고 본부를 뉴욕에 두게 되었다.

골프가 푸른 잔디 위에서 자연을 만끽하며 즐길 수 있는 전원 레포츠의 특성이 강함에 따라 기계화되고 첨단화 되어가고 현대 문명인들에게 크게 환영받는 스포츠로 관심도의 증가와 함께 골프인구의 급증을 가져오게 되었으며 대중화의 진전이 빠르게 이루어져 가고 있다.

한국에는 1877년 무렵 함경남도 원산을 통하여 들어온 것으로 되어 있으며 골프의 시초는 1900년경 함경남도 원산항의 영국 관리들에 의해 유목산 중턱의 6홀의 골프장을 만들어 경기한 것이 처음이다.

1921년 효창공원에 9홀의 코스를 만들었고 1924년 청량리에 18홀 코스가 완공된 것을 계기로 경성골프 구락부(京城俱樂部)라는 골프클럽이 탄생하였다. 1937년 조선골프연맹이 창립되어 한국 골프를 새롭게 도약시키는 계기가 된다. 1986년 아시안 게임, 1988년 올림픽을 계기로 골프인구가 확산되고, 과거 일부 특권층만의 제한적 스포츠에서 대중적 스포츠로의 인식의 전환이 서서히 이루어지고 있다. 1990년대 후반부터 미국에서 활동하고 있는 박세리, 박지은, 김미현, 송아리 등이 세계 프로 골프대회에서 우승하여 세계적인 스타가 되었으며 이러한 활동의 텔레비전 중계의 영향으로 국내에서도 골프붐이 일어 대중화의 계기가 되었다.

2) 골프 웨어의 개념

골프웨어는 기능성이 중시되는 액티브 스포츠웨어(Active Sports Wear)의 일종으로 골프를 하기에 적당한 복장을 말한다. 골프웨어는 기능성이 중시되며 패션성도 만족시켜 주어야 한다. 골프는 자연환경에서 이루어지는 경기이므로 기온의 변화, 비바람, 추위 등의 다양한 기후조건에 따른 영향으로부터 신체를 보호할 수 있는 복장이 필요하다.

골프웨어의 종류에는 계절, 기후, 남·여의 차이가 있으나 니트의 풀오버(pullover)형 셔츠, 가벼운 스웨터, 방수·방풍성이 있는 자켓, 바지 혹은 스커트, 스포츠양말, 골프신발, 얇은 가죽장갑, 모자 등이 있다. 14세기 이전부터 시작된 골프에서 초기의 골프웨어는 당시의 일반복장과 차이가 없었으며 특별히 정해진 것이 없었다. 17세기~18세기에는 골프가 귀족, 일부 부유층만이 즐길 수 있게 되어 그에 따른 골프웨어도 매우 화려하면서 거추장스러운 경향을 띠게 되었다. 19세기 초 골프들의 복장은 비교적 단순화되어 비로서 일반적인 골프웨어로서의 형태를 갖추게 되는데 노오포오크 자

켓이나 모닝코트(Morning Coat)에 니카보카스 혹은 프란넬(Flannel)의 넓은 바지를 입고 스타킹을 신은 것이 일반적 복장이었다. 19세기말에는 플러스 포어즈(Plus Fours)라고 하는 바지에 조끼 혹은 폴오버 등을 입는 것이 일반적이었으며 1930년대부터 입기 시작한 니트셔츠는 1953년 면니트셔츠인 라코스테의 등장으로 큰 관심을 끌기 시작했다. 1950년대의 슬랙스는 통이 밑으로 갈수록 좁아지는 테이퍼드 슬랙스(Taperd Slacks)가 도입되어 전파되었으며 줄무늬, 체크무늬 등 다양한 반바지의 형태가 등장하게 되어 일반 타운 웨어의 경향을 띄게 되었다. 1967년에는 체크무늬의 바지가 유행하게 되었으며 골프공이나 티(tee) 혹은 수건 등을 보관하기 위한 포켓이 고안되는 등 기능성에 대하여 관심을 갖게 되었다.

우리 나라의 1920년대 사진자료(한국골프사, 1985)에 근거하면 니키보커즈에 흰색 셔츠, 긴 양말을 신고, 모자를 쓴 평상복에서 약간 캐주얼한 분위기의 골프웨어를 볼 수 있다. 1960년대 머리를 머리수건으로 집어 묶고 목이 보이는 면셔츠와 V넥의 울스웨터(Wool Sweater)를 입은 것이 보편적이었으며 1970년대에는 다양한 칼라와 유행성 기능성이 중시된 티셔츠나 스웨터 그리고 조끼를 입었으며(김주희, 임희숙, 이소영) 바지에 있어서도 타이트한 형태에서 풍성한 스타일에 이르기까지 다양하게 보여지고 있다. 임숙희에 의하면 1990년대 골프웨어는 기능성 위주에서 패션성의 선호를 더욱 중시하는 쪽으로 유행의 흐름의 변화되고 있다.

오늘날의 골프웨어는 라이프스타일의 변화로 평상시 타운웨어로 활용할 수 있는 고급 캐주얼화로서 디자인은 날로 다양해지고 있으며 특별한 제한은 없어지는 경향이다.

2. 골프웨어의 기능성과 디자인 요소

1) 골프웨어의 기능성

골프웨어의 기능성에는 기본적으로 운동기능성, 생리적쾌적성, 심리적쾌적성, 안정성, 내구성, 패션성으로 구분할 수 있다. 골프는 계절에 관계없이 자연환경에서 이루어지는 스포츠이므로 자연환경으로부터 신체를 보호하고 쾌적하게 플레이를 할 수 있어야 하며 최근 패션 라이프스타일의 변화에 따른 골프웨어의 패션성도 중요한 기능적 요소로 부각되고 있다.

(1) 운동기능성

운동기능성이란 골프웨어 착용시 골퍼의 인체 운동 용이량에 대하여 나타나는 기능으로서 동작적응이라고 할 수 있다. 즉 골프운동에 수반되는 신체의 신장, 수축, 회전 등 동작에 대한 골프웨어의 적응이다. 신체를 움직이기 쉽고 운동효율을 최대한 높여주는 등의 기능을 말하며 골프동작 분석 실험을 통한 실태조사를 한 이주연(1992)에 의하면 골퍼들은 골프동작에 따라 부위별 변화 차이가 크므로 신축성과 여유량 설정에 유의하고 동작에 따른 불편함을 느끼지 않은 소재개발을 요구한다. 그러므로 골프의 기본동작인 스윙(Swing), 티업(Tea-up), 퍼팅(Putting) 등을 충분히

연구하여 인간공학적 접근과 신축성을 고려한 소재의 응용과 여유분의 설정을 고려하여 쾌감을 주어 운동기능성을 증진시켜 주어야 한다.

(2) 생리적 쾌적성

골프웨어의 생리적 기능은 보온, 흡습, 방습의 효과 등 주로 골퍼의 체온조절과 관련되는 기능을 말한다. 야외스포츠인 골프에서 골퍼의 체온조절기능은 스포츠활동으로서 능률뿐만 아니라 인체에 대한 생리적 쾌적성에 있어 매우 중요한 기능이다. 인체의 체온조절 메카니즘에 대한 배려가 일반 의상에 비해 충분히 이루어져야 한다.

골프웨어는 주어진 자연 환경의 요인들 즉 추위, 더위, 눅눅함, 냉기 등의 불쾌감으로부터 신체를 보호하고 신체를 쾌적한 상태로 보존해 주어 골프를 즐길 수 있게 해 주어야 한다. 골프웨어 생리적 쾌적성을 위해 고려되어야 할 사항은 보온성, 흡수성, 투습성, 통기성, 방수성, 방풍성 등이다. 최근 골프웨어 소재로서 면보다 울소재의 사용이 증가되고 있는 것과, 천연소재지향, 최고급 소재 지향 등에 따라 신소재로 개발된 흡수성이 우수한 면, 발산속도가 빠른 폴리에스터를 교편한 소재 고밀도의 100% 폴리에스터 섬유에 흡수성, 건조성, 보온성의 장점을 살린 신소재, 실키한 느낌과 부드러움, 가벼움을 주는 실크 100% 소재 등이 생리적 쾌적성을 증진시키고 있다. 골프웨어의 생리적 쾌적성을 위해 고려되어야 할 기능을 아이টে별로 정리하면 <표-1>과 같다.

<표-1> 골프웨어 종류에 따른 생리적 쾌적성 기능

종류	기능	흡수성	통기성	투습성	보온성	방수성	방풍성
셔츠		◎	◎	◎	△	×	×
슬랙스		○	○	○	○	△	○
스웨터		△	○	○	◎	△	○
윈드브레이커		×	○	△	◎	○	◎
우의		×	○	○	◎	◎	◎

매우 중요 ◎, 중요 : ○, 보통 : △, 불필요 : ×

(3) 심리적 쾌적성

골프웨어의 쾌적성은 물리적, 생리적, 심리적 요인들이 상호복합적으로 작용하여 나타나는 결과로서 어느 한 요소가 결정적인 요인이라고는 단정할 수 없는 감성적 요인이라 할 수 있다. 즉 쾌적감은 소재의 물리적 특성을 비롯하여 시각각(視感覺)에 의한 쾌·불쾌의 요소들이 밀접한 관련성을 가지고 나타나는 주관적 개념을 갖고 있다. 이러한 것을 감성적 요인이라 하며 개인적 감각이나 기호에 의해서 판단되는 성격이므로 심리적 쾌적성은 미적인 면과 특히 관련되어 있다. 이와 같이 심리적 쾌적성은 미적인 면과 특히 관련되어 있다. 이와 같이 심리적 쾌적성은 미적 감각의 만족도로 인

한 활동 능력의 향상을 가져오는 색상, 장식적 효과, 패턴, 여유분, 맞음새의 정도, 렌드이미지 등 골퍼의 심리적인 면에 영향을 주는 요구기능이다. 골프웨어는 물리적 기능성을 고려하고, 패션성을 중시하며 심리적 만족감을 주어야 하며 피부보호, 세균오염 등의 방지, 내구성 등의 요소도 중요하다. 다음 <표-2>에서는 골프웨어 요구기능과 종류에 따른 중요도를 정리하기로 한다.

<표-2> 골프웨어 종류별 요구기능과 특성

특성 요구기능	목적·내용	특성요인	골프웨어				
			T셔츠	슬랙스	스웨터	윈드브레이커	우의
운동 기능성	동작의 용이성과 피로 경감	스트레치성, 피트성 동착추종성, 경도	◎	◎	△	△	△
생리적 쾌적성	의복내의 기후 조절에 의한 쾌적성	흡수, 흡습, 방수, 속건, 통기, 발수, 보온, 단열	◎	○	○	△	△
심리적 쾌적성	미적감각의 만족도와 활동성 능력의 향상	색상, 패턴, 소재 촉감, 광택, 디자인	◎	○	○	○	△
안전 위생성	인체 보호와 위생에 의한 안전	항균방취, 장해, 내피	◎	○	○	○	○
내구성	착용에 있어서 소비 성능의 유지	강력 형태안전성, 외관 보수성	○	○	◎	○	○
취급성	세탁·손질의 용이성	더러움 제거, 세탁의 용이, 다림질에 의한 플래이트성	◎	○	○	△	△

2) 골프웨어의 디자인 요소

골프웨어의 디자인 요소를 크게 스타일, 색상, 소재, 패턴으로 구분하여 과거 기능성을 주안으로 한 획일적인 스타일이 보다 더 다양화, 개성화, 패션화에 따른 영향으로 오늘날의 골프웨어는 가장 멋을 추구하는 스포츠패션으로 인정받고 있다. 또한 라이프스타일의 변화로 고급 캐주얼화로의 확산이 이루어지고 있다.

(1) 스타일(Style)

최근 골프시장의 변화는 소비자의 소비행태의 다양화, 골프를 즐기는 DOING GOLFER와 골프를 선망하는 SEE 골프인구가 증가되면서 거리에서도 쉽게 골프웨

어의 분위기를 만날 수 있게 되었다. 특히 여성골프 인구의 증가에 따라 짧은 스커트와 함께 착용감과 활동성이 뛰어난 반바지가 젊은층을 대상으로 평상복의 형태로 선호되고 있다.

일반적으로 골프웨어 중 착용률이 높은 것은 티셔츠와 하의라고 조사되었다. 골프 셔츠(Golf Shirt)는 골프 칠 때 입는 셔츠로서 원단은 목면, 울, 화섬합성 등의 소재로 그린과 조화되는 색상을 트렌드와 조합시켜 다양하게 제시되고 있으나 소비자의 욕구도 다양한 골프웨어이다. 신축성이 큰 직물을 사용하며 셔츠디자인에 있어 가장 고려되어야 할 부분은 스윙동작시 가동범위가 가장 큰 부분인 어깨부분이다. 셔츠슬리브 스타일과 라글란 슬리브 스타일이 사용되고 있으며 끝소매 부분은 신축성 있는 니트를 이용하며 칼라(Collar)부분과 목덜미의 마찰을 감안하여 칼라에 사용하는 심지를 부드러운 것을 선택하고 리브(Rib)조직의 니트를 사용하는 것이 바람직하다. 로고나 심볼마크 등의 장식적 효과를 내며 브랜드 이미지를 부각시키는 수단으로 활용되기도 한다.

골프바지는 셔츠 못지 않게 기능성이 요구되며 앉고, 일어서는 동작으로 무릎과 엉덩이 부분에 지나친 압박감을 주지 않아야 한다. 골프바지에 있어 포켓은 기능상 중요하며 뒷포켓, 옆포켓이 편리하다. 플레이에 집중할 수 있도록 셔츠가 빠져나오지 않게 바지 허리 안쪽을 고무처리한 웨이스트 테이프를 대줘 밀착시켜 준다. 바지의 종류로는 니커보커즈, 반바지, 긴바지 등이 있으나 남자의 경우 긴 바지, 여자의 경우 반바지, 큐랏을 착용한다.

2) 색상(Color)

골프는 자연 속에서 행해지는 스포츠로 계절이 바뀔 때마다 같은 코스라도 잔디색, 나무색, 구름색, 모자색이 달라진다. 이에 따라 옷의 색상 계획도 자연과의 조화에 의한 계절별 색상으로 제안되게 된다.

골프웨어 색상 결정에 트렌디 칼라가 중요하게 작용하지만 위의 관점으로 볼 때 고려되어야 할 일반적 사항은 아래와 같다.

- 첫째, 골프장 환경과 조화를 이루며 경쾌함을 줄 수 있는 색
- 둘째, 심리적 안정감을 주며 개성을 나타내 줄 수 있는 색
- 셋째, 겨울엔 따뜻함을, 여름에는 시원함을 줄 수 있는 색
- 넷째, 패션 트렌드에 맞는 색

3) 소재

소재는 일반적으로 기후나 자연의 변화에서 신체를 보호할 수 있어야 하고 보건 위생 면에서 해를 끼치지 않으며 용모를 단정하게 하여 품위를 높여 줄 수 있어야 하며, 쾌적하면서도 관리가 용이한 실용적 가치가 커야 한다. 또한 인체의 위생학적 조건을 충족시키기 위해 운동기능성을 위한 신축성, 생리적인 쾌적성을 충족시키는 흡수성, 통기성, 투습성, 보온성, 방수성, 방풍성 등이 갖추어져야 하며 피부와의 관계를 고려한

4) TEXTILE TIMES, 5월
호, p.81

안정성과 세탁성이 우수한 내구성을 갖추어야 한다.

현재 골프웨어 소재로는 형태 안정과 발수, 속건소재, UV CUT⁴⁾, 탄성과 표면효과가 강한 스트레치시에 서커, 페이퍼 터치와 우레탄 코팅, 버블 트리코트, 헤링본 등 섬세하고 다양한 니트조직들과 품격있는 SEE-THROUGH 연출까지 대부분 100% 수입소재를 사용하여 다용도기능성과 가벼움, 고급스러움을 동시에 추구하면서 골프웨어 시장에 접근하고 있다. 소재업체들의 개발연구가 시급한 실정이라 하겠다.

4) 패턴(Pattern)

텍스타일 패턴(Pattern)은 작고 단순한 형태일지라도 그것이 표현된 표면은 활기와 생동감을 주며 주위의 시선을 강하게 유도하며 강한 인상을 남기게 되는 장식적 본질에 의거한다.

골프웨어에서 패턴은 독특한 시각효과로 심리적인 쾌적성이 큰 영향을 주는 데 심리적인 효과는 그 패턴을 구성하고 있는 선·공간, 형태, 색 등이 결합되어 효과를 준다.

패턴에 따른 심리적 효과는 모티브의 크기가 큰 것은 활기와 대담성을 주며 작은 모티브는 섬세함을 준다.

둘째 배경면적이 작은 패턴은 복잡하고 압박감을 주며 넓은 배경 면적의 구성은 스포티한 인상을 준다. 셋째, 전면 배열은 안정되어 보이며 방향성을 갖는 배열은 우세한 방향이 갖는 심리적 효과를 주며, 평면적인 모티브는 단순함과 캐주얼함을 주며 입체적 모티브는 복잡하고 세련된 느낌을 준다. 또한 식물이나 꽃 패턴은 추상적이며 여성적인 느낌과 쾌활한 느낌을 주고 동물과 기하학적 모티브는 남성적인 느낌을 준다. 다섯째, 패턴의 색채의 온도감, 중량감, 경연감, 강약감 등의 감정효과 외 색이 갖는 연산작용에 따라 각기 다른 느낌을 준다. 골프웨어에서 패턴의 심리적 효과를 적절히 적용시켜 준다면 심리적인 쾌적성을 높여 줄 수 있다. 최근 골프웨어의 패턴이 획일적이었으나 다양화, 개성화되고 화려해 지고 있으며 스트라이프, 기하학적 무늬, 에스닉, 자연물, 체크패턴 등이 많이 보여진다.

3. 국내 골프웨어 브랜드 현황

국내 소비자의 생활수준의 향상은 건강과 육체에 대한 관심이 증대되었으며 이러한 요소를 충족시켜 주는 고급스포츠로서 감성과 품위를 겸비할 수 있는 골프가 젊은 층과 여성층에까지 확대되면서 개방된 스포츠로 인식되고 있다. 따라서 골프웨어 시장의 신장률과 매출액은 증가일로에 있으며 라이센스 브랜드 도입과 디자이너브랜드 출시가 본격화된 97년부터 DOING GOLFER들의 증가와 라이프 스타일의 변화에 따른 고급 캐주얼화의 일상복화에 따라 골프웨어 시장의 기반은 더욱 확고해질 전망이다. 이에 따라 해외 직수입 브랜드와 라이센스 골프웨어 시장의 경쟁이 가속화되고 있다.

골프웨어시장은 캐주얼과 스포츠웨어의 영역이 모호해지는 현상과 이와 반대로 실

5) 월간성유, p.82

제 골프를 즐기는 골프장에서의 의류를 선호하는 계층이 나타나고 있으며 99년 부터 본격적인 상승무드를 타기 시작해 골프웨어 시장은 꾸준한 증가 추세를 보이고 있다. 40~50대가 메인타겟이던 예전과 달리 30대 골프웨어 시장이 가장 중요한 타겟으로 부각되고 있는 것이 특징이다.⁵⁾ 2000년 기준 골프웨어의 연령별 규모 분포를 보면 최근 부각되고 있는 뉴써티 즉 30대가 차지하는 시장규모는 전체 골프웨어의 28.82%로 1천 4백 66억원 으로 산정되고 있다. 이는 골프 브랜드들이 골프전문 이미지를 탈피하여 캐주얼 웨어로의 이동을 유발시키고 있으며 젊은 층의 골프시장으로의 급속한 유입은 패션 라이프 스타일이 변화되는 양상을 보이고 있다. 이는 골프웨어의 캐주얼화와 대중화, 골퍼들의 연령 하향화 추세 등이 그 이유이다. 현재 20~30대 소비자들을 위한 브랜드군도 독립적으로 나타나는 추세이다.

2001년 골프웨어 시장 현황을 소재의 최고급화와 고기능성 소재들의 적용과 적극적인 트랜드 컬러의 적용 및 디자인추구, 여성 골프웨어 상품의 증가, 직수입 브랜드 및 디자이너 브랜드들의 약진, 유통망 확대 등 소비자의 소비행태에 따라 타브랜드 기획에 따라 스팩이나 리모더 비중을 늘리는 영업 전개를 보이고 있다.

또한 최근 골프시장은 가격대와 연령대, 포지셔닝이 넓고 깊게 포진되면서 시장의 경계가 흐려지고 골프의 대중화도 골프 본연의 컨셉 붕괴라는 새로운 측면의 해석도 나오고 있다.

다음 <표-4>에서 골프웨어 브랜드들의 컨셉과 특징 및 영업전개 방향 등을 정리·요약하여 보았다.

〈표-4〉 골프웨어 브랜드 컨셉과 영업전개 방향

구분	업체명	브랜드명	런칭년도	컨셉	영업전개 방향 및 특징	유통망	2000년 매출	2001년 매출
DB	슈퍼리어	슈퍼리어	1981	고품격 골프웨어	가능성을 감안한 소재, 강렬한 색상의 조화, 명품정신으로 빚어낸 골프웨어	백44 직 2대24	520억	600억
	임페리얼	임페리얼	1991	CLASSIC & MODERN	추구 가능성 웨어 '점퍼백' 출시, 그린, 블루핑크, 트랜드 카탈인 베이지, 그레이 칼라의 패션성 상품	백20 직 2대5	110억	130억
	제일모직	아스트라	1986	소프트 마일드 칼라를 중심으로 핏에 어울리는 스타일 및 컬러전개	흡습속건소재 사용, ORANGE, APPLE, 그린 등의 젊은 감각의 브라이드 칼라 전개	백32 직 3대14	430억	450억
	코오롱상사	엘로드	1990	겉으로 드러나는 화려함보다는 내면으로 풍기는 절제된 최상급 골프웨어	로맨틱 칼라 계열 활용과 모던하고 YOUNG한 스타일로 전환	백25 직 2대4 상4	200억	230억
	팬텀	팬텀	1993	토탈 골프웨어의 품격을 지키면서 가능성을 가미한 골프웨어	DO GOLF WEAR라는 측면에서 골퍼들에게 최상의 편안함을 극대화시킨 디자인 전개	백27 대10	190억	235억
	코오롱상사	잭 니클라우스	1985	골프를 직접 즐기거나 언제라도 골프를 시작할 수 있는 골프마인드를 소유한 전문직종인이 선호하는 럭셔리 스포츠 골프웨어	로맨틱 감성의 NEO NATURALISM, 실용적 소재와 기능적 디테일 전개	백39 직3 대37	830억	800억
LB	하이파브	올시	1991	미래를 향하여 적극적으로 활동하는 파워와 순수한 자기자신을 표현한 발란스 감각에 중점을 둔 참신하면서 품격을 느끼게 하는 컬렉션	퀄리티 향상 및 고급화 추구 상품전개	백44 직2 대24	650억	700억
	L G 패션	닥스	1997	BRITISH TRADITIONAL & NOBILITY 전통 영국왕정의 귀족적 전통미와 현대적 세련미를 표현	튼튼 코디가 가능하며 활동성을 중시한 스타일 제시	백47 직3 대15	500억	600억
	nSF	레노마	1996	고감도 캐릭터 골프웨어 지향 SIMPLE & CLEAN, 비비드 컬러군	럭셔리 스포츠 캐주얼 지향 → 트랜디칼라, 고기능성 소재 사용	백45 대15	450억 (정상매출)	550억 (정상매출)
IB	가나레포츠	로베리따 디카메리노	1997	대담한 색채감을 현대적인 감각과 접목해 재해석한 캐릭터 골프웨어	RETRO DECO와 로맨틱 스타일-기능성 TWEED 소재, 플로랄, 핀스트라이프	백26 대2	150억	200억
	M. U. S. Korea	M. U. 스포츠	1999	기존 골프웨어와는 차별화된 전략으로 감각적인 라인과 심플하면서도 독특하고 귀여운 캐릭터로 자기만의 색을 갖고 있는 패션리더들에게 인기가 높은 토탈 골프웨어-스퍼니얼종의 강아지캐릭터	신선한 칼라와 캐릭터로 20대 여성골프웨어에 주력, 최대의 매출을 위한 최소의 물량 수주방식	백18 직3	130억	240억
	마스터즈풍상	블랙 앤 화이트	1987	골프웨어의 단순 기능성을 과감히 탈피, 패션성을 추구하며 항상 한 발 앞서가는 제품 개발	새로운 터치의 줄무늬, 기하학적 도형의 결합, 리조트한 감각	백19 직3 대16	220억	240억
	보텍	량방 스포츠	1999	엘레강스하고 패서너블한 MODERN GOLF WEAR, 공격적 영업개시	FORMAL GARDEN 테마-페미닌, 엘레강스 이미지 구현	백6	35억	60억

다음 Ⅲ장은 시장조사와 선행연구분석에 의한 자극물을 제작, 실증조사를 실시하였다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구에서는 골프웨어 중 착용률이 가장 높고, 색채, 패턴 변화에 영향을 많이 받으며 패턴의 발생 빈도수 및 시장점유율이 가장 높은 아이템인 상의 골프 셔츠를 중심으로 감성이미지에 대한 연구를 진행한다.

1. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 골프를 즐기는 서울 및 서울 근교에 거주하는 20~50대 여성 150명을 임의추출하여 선정하였다. 2001년 6월 10일부터 6월 15일까지 30명을 대상으로 선행연구 및 시장조사를 통해 구성된 자극물에 의한 설문지법으로 예비 조사(pre-test)를 실시하였다. 그 결과를 기반으로 수정보완된 설문지로 2001년 8월 1일부터 8월 10일까지 본 조사를 실시하였다.

설문의 정확성을 기하고자 조사대상자에게 자극물과 감성어휘 등을 직접 제시하는 문답식 개인면담(Face to Face Interview)을 실시하였으며 응답자료로 적합치 못한 설문지 12부를 제외한 138부를 분석에 사용하였다.

2. 조사도구 및 분석방법

본 연구 수행을 위해 백화점 및 골프용품점, 골프연습장, 골프웨어 판매점 등에서의 시장 조사를 근거로 골프셔츠 제품 180종을 수집하였다. 색상군을 베이지브라운군, 카키그린군, 블랙·White의 무채색군, 액센트컬러군(Orange, Yellow, Sky, Blue, Red)의 4계열로 구분하고, 유행패턴을 유형별로 분류, 빈도수가 높은 패턴인 기하학적 패턴, 체크패턴, 스트라이프 패턴, 플라워 패턴을 추출하여 측정도구인 자극물을 제작하였다. 각각의 패턴에 대해 문헌연구 분석에 의한 기능성, 패션성, 실용성, 브랜드이미지 파악에 적합한 감성어휘 14개(경쾌하다, 활동적이다, 편안하다, 강렬하다, 부드럽다, 세련되다, 고급스럽다, 여성스럽다, 새롭다, 귀엽다, 따뜻하다, 자연스럽다, 단순하다, 깨끗하다)를 구성하고 그 감성 수준의 정도를 -3에서 +3까지의 7점 척도로 분류하여 설문지를 설계하여 진행하였다. 분석방법은 Excel을 이용하여 평균분석(Mean analysis)의 결과로 비교 분석하였다.

Ⅳ. 분석결과 및 고찰

1. 골프셔츠의 연령별 색상 선호

골프웨어에 있어 색상은 감각적인 요소로서 이미지에 강하게 영향을 준다. 분석 결과 <표-5>에 의하면 조사대상자 여성 골퍼들이 선호·색상은 각 연령대에서 크게 차이가 남을 알 수 있다. 자연환경에서 플레이를 하는 골프의 특성에 의해 골퍼들은 자연과 조화를 가장 중시하듯, 20대의 경우 카키, 그린 계열의 색상에 높은 선호도를 보이는 것으로 나타났다. 베이지브라운 계열에도 1.35의 수치로 반응, 긍정적이지만 무채색 계열군에서는 낮은 선호도를 보이고 있다. 30대는 세련되고 우아한 색상으로 분류되는 베이지브라운계열의 색상에 2.84의 높은 선호도를 나타내고 있다. 이는 젊은 연령층일수록 화려함보다 세련미와 럭셔리함을 추구하고 패션 라이프스타일의 변화에서 오는 일상복으로도 무난한 모던 골프웨어를 추구함을 알 수 있다. 40대 연령층에서 액센트 계열군의 레드, 오렌지, 블루 등의 액센트 칼라 계열에 높은 수치를 보이는 것은 화려하고 브라이트한 젊은 감각과 경쾌한 이미지를 중시한다고 생각된다. 50대 연령대에서 무채색 계열인 블랙, 화이트, 그레이에 2.15로 반응, 귀족적이고 고급스러운 색상이미지로 차별하고 절제된 품위와 현대적 분위기를 추구함으로 분석된다.

<표-5> 골프셔츠의 연령별 색상 선호도

색상 \ 연령	20대	30대	40대	50대
베이지 브라운 계열	1.35	2.84	1.03	-1.08
카키, 그린 계열	2.50	1.87	-2.03	-0.93
무채색 계열 (블랙, 화이트, 그레이)	-2.05	0.90	-1.10	2.15
액센트 칼라 계열 (Red, Orange, Blue)	-1.83	-1.98	2.83	1.13

2. 패턴 선호도 및 이미지 분석

<표-6>의 기하학적 패턴에 대해 20대는 고급스럽다. 세련되다, 활동적이다의 감성어휘에 높은 반응을 보이거나 여성스럽다, 단순하다, 귀엽다에는 비교적 낮은 수치가 나타남은 젊은 층이 선호하는 골프셔츠 패턴의 패션성을 중시하는 것이라 여겨진다. 각 연령대가 지닌 사회적, 문화적 역할수행의 차에 따라 패턴 선호도에도 차이가 있음이라 생각된다. 새롭다, 따뜻하다, 편안하다에 높은 반응을 보이는 것은 기하학적 패턴의 패션성과 심리적 쾌적성에 20대가 높게 반응함을 알 수 있다. 50대의 여성스럽다, 편안하다에 반응한 수치는 매우 낮아 연령별 선호차가 매우 큰 패턴이라 생각된다.

<표-7>의 스트라이프 패턴은 경쾌하다, 활동적이다, 편안하다, 따뜻하다 등의 어휘에 30대가 높은 선호도를 보여, 최근 골프웨어시장의 중요 타킷으로 부각되고 있는 뉴서티, 즉 30대 소비자들의 스타일이 40~50대와 크게 다르게 변화되고 있음을 보여

주고 있다. 편안하고 자유스러운 골프웨어를 입고 필드에 나가는 것이 보편화되고 있음을 알 수 있으며 우리 일상복, 캐주얼웨어에서 빈도수가 높은 패턴이 골프웨어에서도 크게 선호됨으로써 골프복의 타운웨어화가 급속히 이루어짐을 알 수 있다.

〈표-8〉에서 체크패턴은 40대 골퍼들이 경쾌하다, 활동적이다, 편안하다, 세련되다, 귀엽다, 따뜻하다 등에 높은 수치를 보인다. 이는 앞서 젊은 감각의 브라이트하고 화려한 색상군인 액센트 계열을 선호한 40대가 클래식한 패턴인 체크패턴과의 조화로도 덜하면서도 클래식한 이미지를 중시하는 것이라 생각된다. 20대, 30대, 50대 연령대에서 세련되다에 모두 높은 수치가 나온 것은 선형적 일정 브랜드 이미지의 연상에 의한 평가로 여겨진다. (버버리, 닥스 등)

〈표-9〉의 플라워 패턴에 대해 50대가 경쾌하다, 편안하다, 부드럽다, 세련되다, 고급스럽다, 자연스럽다에 크게 반응하는 것은 고감도 엘레강스 이미지를 중시하는 50대의 기능성과 패션성에 대한 욕구 표현이라 해석할 수 있다. 골프웨어의 전문성을 살리면서 고급 캐주얼화의 의미가 내포된 패턴으로서 플라워 패턴을 선호하는 것이다. 50대는 DOING GOLFER로서 필드에서의 편안함과 일상 생활복으로도 무난하고 우아함을 줄 수 있는 플라워 패턴을 선호하는 것이라 분석된다. 또한 그 연령대의 조사대상자가 유행패턴에 대한 관심이 낮은 편이라 해석할 수도 있다.

〈표-6〉 기하학적 패턴의 연령별 이미지 유의차 분석

구 분	연 령			
	20대	30대	40대	50대
경쾌하다	-1.08	-2.00	-1.25	-1.18
활동적이다	2.36	-1.05	2.00	1.80
편안하다	2.00	1.85	-1.18	-2.00
강렬하다	1.15	-1.08	-2.00	1.15
부드럽다	1.50	-0.09	-0.98	-1.88
세련되다	2.00	1.03	1.88	1.05
고급스럽다	2.90	2.00	1.95	1.00
여성스럽다	-0.35	-1.08	-0.88	-2.05
새롭다	2.06	-0.08	-1.03	1.00
귀엽다	-0.08	0.90	-2.03	0.90
따뜻하다	2.36	1.00	-2.15	-1.08
자연스럽다	1.05	-0.35	1.93	1.93
단순하다	-1.88	-2.00	0.95	0.10
깨끗하다	2.13	1.78	1.10	-1.98

〈표-7〉 스트라이프 패턴의 연령별 이미지 유의차 분석

구 분	연 령			
	20대	30대	40대	50대
경쾌하다	1.98	2.09	0.05	-1.25
활동적이다	1.95	2.35	1.10	0.05
편안하다	1.98	2.04	-1.08	-2.00
강렬하다	2.00	2.00	1.93	-1.95
부드럽다	1.08	-1.25	-1.10	-2.88
세련되다	-1.10	1.83	0.95	-2.05
고급스럽다	0.08	1.98	-1.08	-1.00
여성스럽다	-1.03	-0.95	-1.98	-2.03
새롭다	1.10	1.98	2.00	1.95
귀엽다	1.08	0.98	-0.10	1.10
따뜻하다	-0.09	2.78	1.10	-1.05
자연스럽다	2.08	2.13	0.95	-0.08
단순하다	1.15	-1.05	1.90	2.00
깨끗하다	1.20	1.03	0.50	-0.98

〈표-8〉 체크 패턴의 연령별 이미지 유의차 분석

구 분	연 령			
	20대	30대	40대	50대
경쾌하다	2.00	1.93	2.50	1.98
활동적이다	1.90	1.10	2.88	-1.05
편안하다	1.55	2.03	2.35	-0.08
강렬하다	1.20	1.90	-1.05	-1.10
부드럽다	1.10	-0.05	-1.00	-2.05
세련되다	2.05	1.90	2.83	1.98
고급스럽다	1.00	1.08	2.10	-1.93
여성스럽다	1.35	1.08	-1.03	-1.93
새롭다	-0.05	-0.90	0.10	1.90
귀엽다	1.93	1.10	2.85	-0.85
따뜻하다	2.03	1.18	2.78	0.03
자연스럽다	1.58	1.10	1.98	0.40
단순하다	-1.85	-2.00	0.90	1.05
깨끗하다	2.05	2.00	2.15	1.18

〈표-9〉 플라워 패턴의 연령별 이미지 유의차 분석

구 분	연 령			
	20대	30대	40대	50대
경쾌하다	1.08	-1.98	-1.00	2.08
활동적이다	-1.05	-1.00	-2.45	1.03
편안하다	1.08	1.93	2.00	2.83
강렬하다	-2.05	-2.10	-1.80	2.05
부드럽다	2.00	1.85	2.05	2.80
세련되다	-2.90	-2.00	1.98	2.88
고급스럽다	1.08	-2.15	-1.05	2.45
여성스럽다	1.88	1.00	1.10	2.90
새롭다	-2.00	-2.03	-0.98	1.95
귀엽다	-2.10	-1.13	0.95	2.00
따뜻하다	2.03	1.93	1.10	2.00
자연스럽다	1.88	1.20	1.15	2.35
단순하다	-2.88	-1.98	0.95	-1.18
깨끗하다	-0.08	-0.90	1.10	1.80

V. 결론

생활수준의 향상과 라이프스타일의 변화로 스포츠에 대한 국민적 관심과 함께 스포츠웨어에 대해서도 전문화 및 과학화에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. 특히 전원 레포츠의 특성이 강한 골프에 대한 인식의 변환은 관심과 참여로 나타나게 되었으며 대중스포츠로 자리잡게 되었다. 골프웨어는 기능성 위주에서 패션성을 중시하고, 일상복으로 입기에도 어색함이 없는 스타일을 선호하는 경향이 두드러지고 있으며 고급 캐주얼화를 지향하고 있다.

본 연구에서 문헌조사와 선행연구분석 및 시장조사를 통해 여성 골퍼들이 골프웨어 중 가장 구입량이 많고 색상과 패턴에 의한 선택을 중시하는 아이템인 티셔츠에 국한하여 선호색과 선호패턴의 감성을 정량화 시키기 위해 1차적으로 선호색 조사를 실시하였다. 선호도가 높은 색을 연령별로 규정하고 패턴에 대한 14개의 감성어휘를 수집하여 7점 척도의 설문지와 자극물을 설계, 실증조사를 시행하여 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 20대는 특히 기능성보다는 패션성을 중시하고, 자신만의 스타일을 표현하려는 성향이 강하다. 카키그린계열의 색상과 획일화됨을 거부하여 감성적이고 세련된 이미지의 기하학적 패턴을 선호한다.

2. 30대 연령군은 고급스러움과 우아함을 추구하는 베이지계열의 색상과 활동적인 스트라이프 패턴의 새로운 터치를 선호한다.

3. 40대는 색도 높은 칼라계열(Orange, Red Sky, Yellow 등 비비드 칼라)의 액센트 칼라군의 화려함과 여성성을 중시하고 실용성, 편리성, 건강성에 높게 반응한다. 클래식한 체크패턴을 선호함을 알 수 있다.

4. 50대는 회색, 블랙, 흰색 등의 무채색 색상을 선호하며 부드럽고 화려한 이미지의 꽃패턴에 높은 선호를 보이고 있다.

골프웨어 시장의 경쟁력을 높이기 위해서는 기능성을 고려한 각 연령대별 선호색, 선호패턴에 대한 소비자욕구를 정량적으로 측정, 차별화된 제품을 위한 감성적 디자인 개발과 상품기획에 적극 반영하는 노력이 절실히 요구된다.

끝으로 새롭게 개발된 고기능성 소재의 적용과 색상, 패턴과 같은 감성적인 면에 대한 디자인 개발을 위한 연구가 보다 더 활발하게 진행되기를 기대한다.

참 고 문 헌

1. 골프매거진, 서울경제신문사, 1999.
2. 골프매거진 코리아, [20세기 골프연감], 1999.
3. 김동진 · 김종택, [현대스포츠시리즈 : 골프], 교학사, 1998.
4. 김주희, “골프웨어에 관한 패션의식 연구”, 이화여대대학원 석사학위논문, 1992.
5. 김진구 감수, [복식사회 심리학], 경춘사, 1991.
6. 박영민, [골프의 이론과 실제], 을지서적, 1993.
7. 섬유저널, ‘골드마켓 골프웨어’, (주) 섬유저널, 2000년 2월호.
8. 월간섬유, 팬텀 2001년 F/W 테마, 2001년 6월호(Vol. 334.)
9. 임희숙, “골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터 그래픽스 활용에 관한 연구”, 홍익대대학원 석사학위 논문, 1992.
10. 텍스타일 타임즈, ‘2001년 골프웨어 시장 엿보기’, 2001년 5월호(Vol. 130.)
11. 패션비즈, ‘골프웨어 캐릭터 라인 부활’, 2001년 2월호.
12. 패션비즈, 2002/2003, 캐주얼웨어, 2001년 5·7월호.
13. 패션비즈, ‘Sportswear’, 2000년 4월호.
14. David Bond, 20th Century Fashion : London, Guinness Publishing Ltd, 1992.
15. Joel Sokolv, Textile Designs, Ideas and Applications, New York, Rizzoli International Publications Inc., 1996.
16. Malcolm Camphell, the Encyclopedia of Golf, London Dorling Kindersley Ltd., 1991.

Abstract

Analysis of Sensibility Image According to Preference of Woman's Golfwear

Hee-Kyung, Koo^{*}

^{*} Dept. of Textile
Design,
Hanyang Women's
College Professor

This study is to measure and evaluate the sensibility image for textile color and pattern design of woman's golfwear. Four-group colors and four patterns classified by a practical survey on the market are presented.

A questionnaire has 14 sensibility related words scaled by 7 point semantic differential method. The practical research is performed for 150 women screened by sensibility test for individual preference analysis based on the ages. Each subject is answered by a face-to-face interview method to improve survey's accuracy. For statistical results there are significant differences in treatment means of sensibility measurements according to the ages. Sensibility image for textile color and pattern design is significantly different according to individual character based on ages. In summary, this paper has proposed the sensibility image scale for textile color and pattern design of women's golfwears to satisfy individual sensibility according to ages. The results of this study can be effectively applied to develop textile color and pattern design based on human sensibility.