

## 여성 니트 골프웨어 디자인 특성에 관한 연구

- 골프웨어 브랜드 중심으로 -

이 유 미<sup>†</sup>

한양여자대학교 니트패션디자인과 조교수<sup>†</sup>

### A study on design characteristics of women's knit golf wear

- Focusing on golf wear brands -

Yoo Mi Lee<sup>†</sup>

Assistant professor, Department of knit fashion design, Hanyang woman's University<sup>†</sup>

(2021. 11. 2 접수; 2021. 11. 18 수정; 2021. 11. 2 채택)

### Abstract

As the golfwear market grows rapidly and expands due to the influx of MZ generation golfers, competition among brands is intensifying, so it is necessary to plan knit golf wear products that are suitable for the consumer needs. The purpose of this study is to contribute to product planning by analyzing the design characteristics of women's knitted golfwear products among golfwear brands. First, the top 10 brands, as selected by Golf Magazine, were used for analysis. The selected brands include PXG, Titleist Apparel, Wide Angle, Pearlygates, Footjoy Golf, Castelbajac, Fantom, Ping, Le Coq Golf, and PGA Tour & LPGA. 692 women's cross-knit knitwear products were investigated based on design elements, such as flat tissue, gauge, color, pattern, image, and items. The characteristics of women's knitted golfwear showed a high utilizations of Jacquard and high gauge Intarsiafor pattern expression and a low variety of deformed stich. The proportion of achromatic colors is large, and many brands use point colors based on black and white. Brand identity is important, and brand letters, Monograms are frequently used, and the proportion of sportive and modern image in the products is high. With the increase of MZ generation golfers, the preferred design direction will change and gradually deepen.

*Key Words:* golf wear(골프웨어), knit design characteristics(니트 디자인특성), design elements(디자인요소), sport wear(스포츠웨어), knit wear(니트웨어), knit fashion design(니트패션디자인)

---

<sup>†</sup> Corresponding author ; Yoo Mi Lee  
Tel. (82)2-2290-2227  
E-mail : iyumi02@hywoman.ac.kr

## I. 서론

현재 패션시장은 코로나 19로 인한 소비 위축에 따른 침체를 겪고 있는 상황에서 골프가 사회적 거리두기에 영향을 받지 않고 단체 야외활동이 허용되면서 국내 골프인구의 급증은 전 세계 골프업체의 이목을 한국으로 집중시키고 있다.

KB금융지주 경영연구소의 'KB 자영업 분석 보고서'에 따르면 2020년 골프 인구는 2019년 대비 46만 명 증가한 515만 명으로 추산된다. 코로나19로 인해 해외여행이 급감했고, 실내 활동이나 모임 자제 등이 골프 시장의 확대에 이어졌다는 분석이다. 전체의 65%가 MZ세대로, 젊은 층의 골프 시장 유입이 크게 증가했다. 기성세대가 주로 비즈니스 관련 또는 친목 도모를 위해 골프를 즐겼던 것과 달리 MZ세대는 운동 목적뿐 아니라 골프웨어와 아이템을 통해 자신의 개성을 드러내고 표현하는 채널로 활용하고 있다.(김지우, 2021).

한국레저산업연구소는 국내 골프웨어 시장 규모가 올해 5조6850억원, 내년에는 6조3350억원을 넘을 것이라고 발표하였으며 이는 6년 전보다 2배 이상의 상승 수치를 나타낸다. 이 중 20·30대의 골프복 소비는 전체 매출의 약 22%를 차지하는 것으로 조사되었으며, 또한 패션업계와 신한금융투자에 따르면 국내 골프의류 브랜드가 현재 150여개에 달하고, 이중 1/3이 올해 런칭하였으며 내년에는 10여개의 신규 브랜드가 출시될 예정이다.(홍승애, 2021).

이와 같이 MZ세대 골퍼의 유입과 골프웨어의 패션시장 점유율 확대에 의해 노년층에서도 젊은 감각의 골프웨어에 대한 수요가 증가하는 실정이다. 시장이 확대된 만큼 경쟁 또한 심화되면서 소비자 니즈에 적합한 상품기획 필요성이 제기되고 있다. 골프웨어의 요건은 운동기능성, 쾌적성, 안정성, 내구성, 패션성으로 구분할 수 있으며, 골프는 실외에서 이루어지는 스포츠이므로 외부기후로부터 신체를 보호하고 쾌적한 상태를 유지할 수 있어야 하며, 최근 스포츠웨어의 일상복화로 패션성도 중요한 기능적 요소로 부각되고 있다. 따라서 신축성, 다공성, 창작성, 드레이프성 등을 지는 니트는 골프웨어의 소재로 적합하다고 사료된다. 특히 활동성과 기능성을 갖춘 니트 골프웨어에 대한 수요가 지속적으로 늘어나고 있으며,

상품군 또한 다양화되고 고급화되는 경향을 보이고 있다. (김미영, 정윤경, 2014). 비시즌인 겨울에도 골프가 활성화 되면서 보온성과 활동성을 갖춘 횡편니트의 비중이 더욱 확대되는 요인으로 나타나고 있다.

기존의 골프웨어에 관한 선행 연구를 살펴보면 골프웨어의 착용실태와 요구도 조사, 구매선택 속성과 브랜드 충성도, 골프웨어 트렌드 분석, 골프웨어 디자인 개발에 관한 연구가 주를 이루고 있었으며 유명 골프웨어 브랜드에서 실질적으로 판매되고 있는 상품을 중심으로 분석한 연구는 미비한 것을 알 수 있다.

따라서 본 연구에서는 현재 골프웨어 시장 점유율이 높은 상위 브랜드 중심으로 여성 니트골프웨어 제품들의 디자인 특성을 분석하여 골프웨어 디자인 개발 시 기초자료를 제공함으로써 브랜드 경쟁력을 높이는 데 연구 목적이 있다.

## II. 연구방법

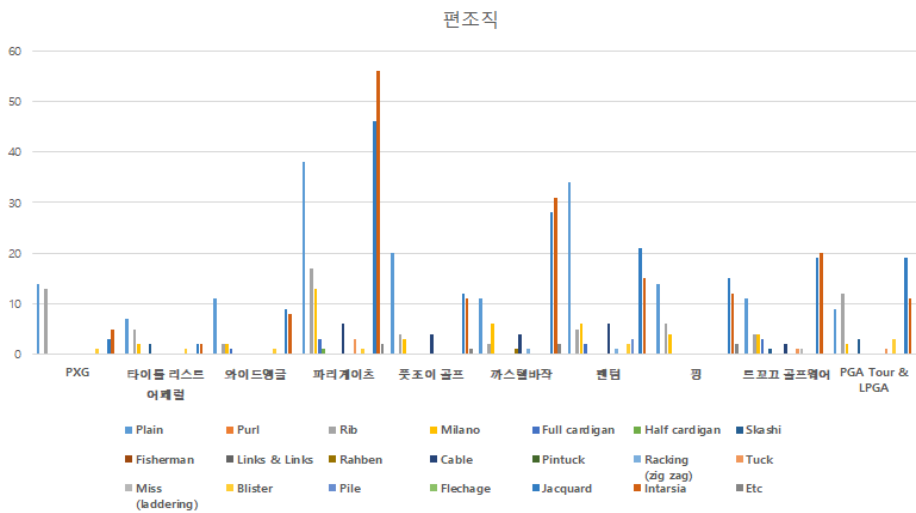
### 1. 연구 자료수집

본 연구를 위한 국내외 골프웨어 브랜드 선정 과정은 다음과 같다. 미국 골프 전문 매거진 '골프포보스(Golforbes)'에서 품질, 친환경 비건 소재, 통기성, 수분흡수성, 신축성과 내구성, 매출, 브랜드 가치 등의 순위선정기준에 따라 2021년 최고의 여성골프웨어로 선정된 10개의 브랜드(Moyo Samuel, 2021).와 국내 골프 전문 매거진 '테스나인'에서 조사한 여성골프웨어 브랜드 순위를 토대로 주 고객층이 20~30대인 상위 10개 브랜드를 조사 대상 브랜드로 선정하였다. 연구자료 수집 기간은 2021년 8월 1일부터 2019년 10월 15일까지이며 브랜드 온라인스토어 판매중인 여성골프웨어 중 횡편 니트 상품들을 연구 자료로 도출하였다. 골프웨어 브랜드마다 업로드 되어있는 상품의 시즌이 상이하여 조사의 객관화를 위해 모든 브랜드에서 업로드 되어있는 21F/W시즌의 상품을 연구대상으로 선정하였으며, 브랜드 온라인스토어에서 여성 니트 키워드로 검색한 결과 PXG 36개, 타이틀 리스트 어페럴 21개, 와이드앵글 34개, 파리게이즈 186개, 풋조이 골프 55개, 까

〈표 1〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 편조직 분석

(N=692)

편조직	브랜드										합계 (n=692)
	PXG (n=36)	타이틀 리스트 어페럴 (n=21)	와이드앵글 (n=34)	파리게이츠 (n=186)	꽃조이골프 (n=55)	까스텔바작 (n=86)	팬텀 (n=95)	핑 (n=53)	르꼬끄 골프 (n=66)	PGA Tour&LPGA (n=60)	
Plain	14(38.9%)	7(33.3%)	11(32.4%)	38(20.4%)	20(36.4%)	11(12.8%)	34(35.8%)	14(26.4%)	11(16.7%)	9(15%)	169(24.4%)
Purl	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Rib	13(36.1%)	5(23.8%)	2(5.9%)	17(9.1%)	4(7.3%)	2(2.3%)	5(5.3%)	6(11.3%)	4(6.1%)	12(20%)	70(10.1%)
Milano	0(0%)	2(9.5%)	2(5.9%)	13(7%)	3(5.5%)	6(7%)	6(6.3%)	4(7.6%)	4(6.1%)	2(3.3%)	42(6.1%)
Full cardigan	0(0%)	0(0%)	1(2.9%)	3(1.6%)	0(0%)	0(0%)	2(2.1%)	0(0%)	3(4.6%)	0(0%)	9(1.3%)
Half cardigan	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(0.5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(0.1%)
Skashi	0(0%)	2(9.5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.5%)	3(5%)	6(0.9%)
Fisherman	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Links & Links	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Rahben	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(0.1%)
Cable	0(0%)	0(0%)	0(0%)	6(3.2%)	4(7.3%)	4(4.7%)	6(6.3%)	0(0%)	2(3.1%)	0(0%)	22(3.2%)
Pintuck	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Racking (zig zag)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.2%)	1(1.1%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(0.3%)
Tuck	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.5%)	1(1.7%)	5(0.7%)
Miss (laddering)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.5%)	0(0%)	1(0.1%)
Blister	1(2.8%)	1(4.8%)	1(2.9%)	1(0.5%)	0(0%)	0(0%)	2(2.1%)	0(0%)	0(0%)	3(5%)	9(1.3%)
Pile	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(3.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(0.4%)
Flechage	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)
Jacquard	3(8.3%)	2(9.5%)	9(26.5%)	46(24.7%)	12(21.8%)	28(32.6%)	21(22.1%)	15(28.3%)	19(28.8%)	19(31.7%)	174(25.1%)
Intarsia	5(13.9%)	2(9.5%)	8(23.5%)	56(30.1%)	11(20%)	31(36.1%)	15(15.8%)	12(22.6%)	20(30.3%)	11(18.3%)	171(24.7%)
Etc	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(1.1%)	1(1.8%)	2(2.3%)	0(0%)	2(3.8%)	0(0%)	0(0%)	7(1%)



〈그림 1〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 편조직 분석

스텔바작 86개, 팬텀 95개, 핑 53개, 르꼬끄 골프 웨어 66개, PGA Tour & LPGA 60개로 검색되었으며, 총 692개를 연구자료로 수집하여 분석하였다.

## 2. 디자인 특성 분석 항목

니트웨어 디자인 특성 분석을 위해 선행연구 및 문헌 등에 나타난 패션디자인 요소와 니트 디자인의 요소를 도출하여 디자인 특성 분석의 항목으로 정하였다. 우선 패션디자인을 구성하는 디자인 요소로는 시각적 요소와 기능적 요소로 나누어지는 것을 알 수 있었으며, 시각적 요소에는 실루엣, 소재 재질, 색, 문양 등이 있으며 기능적 요소는 이미지, 아이템 등이 조사되었다. 횡편 니트 디자인 특성을 분석할 수 있는 항목으로는 원사, 편조직 그리고 게이지 등이 있으며, 온라인 스토어에서 제공되는 제품 설명과 확대 기능을 활용하여 분석하였다. 본 연구에서는 골프웨어가 스포츠 활동을 위한 의복으로 실루엣 분석의 의미가 없는 것으로 판단되어 실루엣 요소를 제외하였으며, 사진자료로 판독이 어려운 원사의 항목도 제외시켰다. 최종적으로 니트 패션 특성을 분석하는 항목으로 편조직/ 게이지/ 색/ 문양 /이미지/ 아이템 등으로 결정하였으며, 수집한 692개의 연구 자료를 디자인 요소에 따라 분석하여 여성 니트 골프웨어에 나타난 디자인 특성에 대해 연구하였다.

### 1) 편조직

편조직은 횡편 니트 패션디자인을 구성하는데 가장 중요한 디자인 요소로써 임안나(2002), 고순영(2005), 조은정(2006)의 선행연구를 참고로 Plain, Purl, Rib, Milano, Full cardigan, Half cardigan, Skashi, Fisherman, Links & Links, Rahben, Cable, Pintuck, Racking(zig zag), Tuck, Miss(laddering), Blister, Pile, Flechage, Intarsia, Jacquard, Etc로 구성하였다.

### 2) 게이지

게이지는 김의화(2006), 고순영, 박명자

(2010)의 선행연구와 관련서적을 참고로 low gauge, middle gauge, high gauge, fine gauge로 분류하였고, low gauge는 1.5G~3G이고 middle gauge는 5G~10G, high gauge는 12G~18G이며 fine gauge는 20G이상으로 분류하였다.

### 3) 색 분석 항목

색은 먼셀(Albert H. Munsell)표색계와 함께 실질적으로 패션업계에서 사용하는 색상용어를 사용하여 분석항목을 나누는 것이 보다 구체적인 분석이 될 것으로 사료되어 김영인과 원경미(2001)의 선행연구를 참고하여 무채색(N)은 white, light gray, gray, dark gray, black으로 분류하였고, 유채색에는 pink(2.5R, 5RP), red(5R), dark red(5R 3/12), red orange(10R), orange(5YR), brown(2.5YR), camel(7.5YR), beige(10YR, 2.5Y), yellow(5Y), ivory(7.5Y), green yellow(5GY), khaki(10GY), mint(2.5G), green(5G), dark green(7.5G), light blue(10BG), blue(5B), navy(5PB, 10PB), medium purple(7.5PB)로 분류하였다.

### 4) 문양

문양은 나영주와 한경미(2002), 이경희와 이은령(2017)의 연구를 참고로 하였으며, 그 형태에 따라 stripe, check, dot, geometric, abstract, flower, animal, object, figure, letters, character, mixed, etc로 분류하였다.

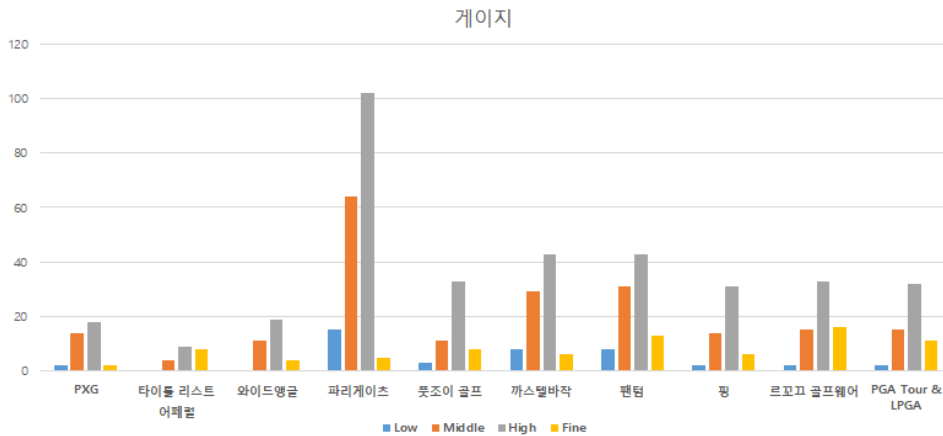
### 5) 이미지

패션의 실질적인 기능에 관한 요소로서 시각적 요소로 구성된 의복을 착용함으로써 구현되는 이미지 그리고 아이টে이 이에 속한다. 패션이미지는 박윤아(2008), 박숙현(2004)의 선행연구를 토대로 도출한 이미지는 casual, modern, natural, elegance, classic, feminine, ethnic, sexy, sub culture, avant garde, sportive, etc였으며, 스포츠웨어 이미지와 상이한 sub culture, avant garde 항목을 제외하여 조사 항목을 구성하였다.

〈표 2〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 게이지 분석

(N=692)

게이지	브랜드										
	PXG (n=36)	타이틀 리스트 어페럴 (n=21)	와이드앵글 (n=34)	파리게이츠 (n=186)	풋조이골프 (n=55)	까스텔바작 (n=86)	팬텀 (n=95)	핑 (n=53)	르꼬끄 골프 (n=66)	PGA Tour&LPGA (n=60)	합계 (n=692)
low	2(5.6%)	0(0%)	0(0%)	15(8.1%)	3(5.5%)	8(9.3%)	8(8.4%)	2(3.8%)	2(3%)	2(3.3%)	42(6.1%)
middle	14(38.9%)	4(19.1%)	11(32.4%)	64(34.4%)	11(20%)	29(33.7%)	31(32.6%)	14(26.4%)	15(22.7%)	15(25%)	208(30.1%)
high	18(50%)	9(42.9%)	19(55.9%)	102(54.8%)	33(60%)	43(50%)	43(45.3%)	31(58.5%)	33(50%)	32(53.3%)	363(52.5%)
fine	2(5.6%)	8(38.1%)	4(11.8%)	5(2.7%)	8(14.6%)	6(7%)	13(13.7%)	6(11.3%)	16(24.2%)	11(18.3%)	79(11.4%)



〈그림 2〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 게이지 분석

6) 아이템

여성골프웨어 아이템은 연구대상의 브랜드에 판매되고 있는 아이템을 바탕으로 정리하여 T-Shirt, Pullover, Cardigan, Jacket, Vest, One-Piece, Skirt, Pants 등의 항목을 도출하였다.

Ⅲ. 연구결과

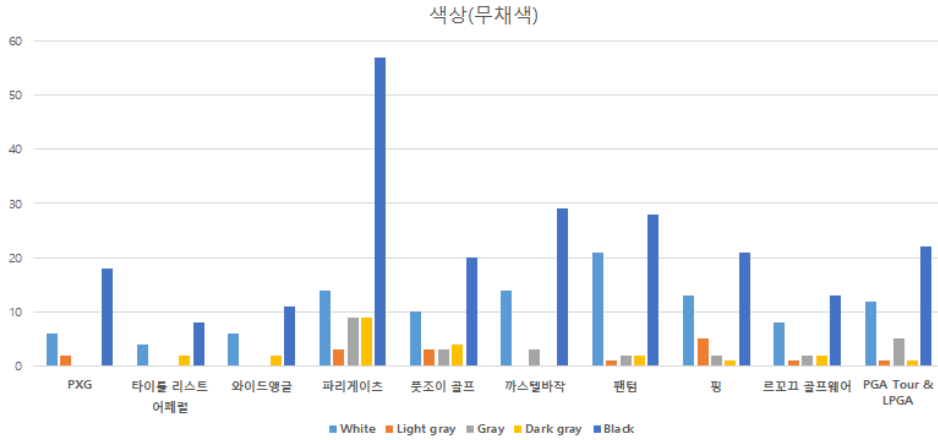
골프웨어 브랜드에서 판매되고 있는 여성니트웨어 중 횡편 니트를 중심으로 디자인 특성을 분석하였다. 디자인 특성을 분석 할 요소로 편조직, 게이지, 색, 문양, 이미지와 아이템으로 선정하여 항목으로 정하고 이를 토대로 분석하였다.

1) 편조직 분석

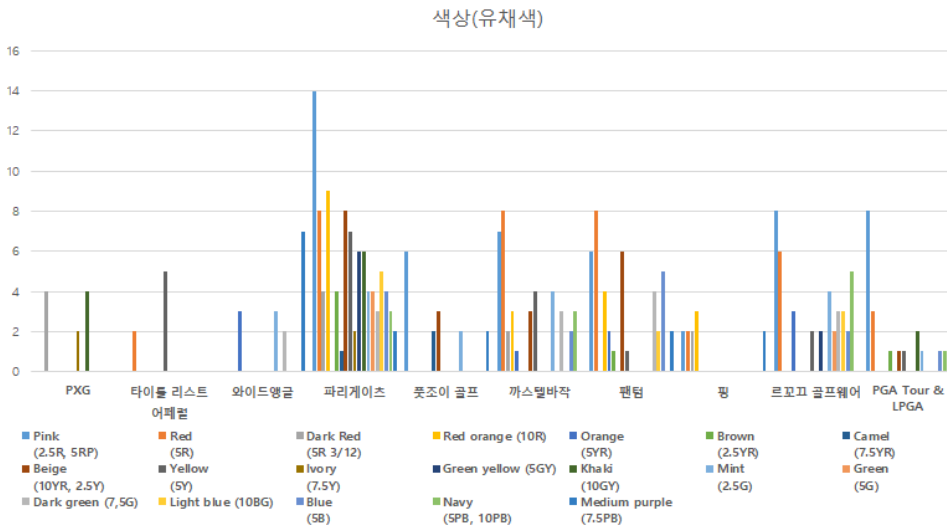
편조직은 니트웨어의 디자인 특성 중 소재 재질부분의 특성을 나타내는 요소로서 선행조사를 바탕으로 Plain, Purl, Rib, Milano, Full cardigan, Half cardigan, Skashi, Fisherman, Links & Links, Rahben, Cable, Pintuck, Racking(zig zag), Tuck, Miss(laddering), Blister, Pile, Flechage, Intarsia, Jacquard, Etc 조직을 항목으로 선정하여 분석하였으며, 그 결과는 〈표 1〉과 같다.

골프웨어 브랜드의 여성 니트웨어 편조직 항목을 분석한 결과, Jacquard(25.1%)조직이 가장 빈도가 높은 것으로 나타났으며 다음으로 Intarsia (24.7%), Plain(24.4%), Rib(10.1%), Milano(6.1%), Cable(3.2%) 순으로 조사되었다.

골프웨어 브랜드별로 살펴보면 PXG의 경우 Plain(38.9%), Rib(36.1%), Intarsia(13.9%) 순으로 조사되어 전체 조사 결과와 상이하게 기본조직의 비중이 높은 것이 특징으로 나타났다. 타이틀 리스트 어페럴 또한 Plain(33%), Rib(23.8%), Milano (9.5%) 순으로 기본 조직이 높게 조사되었다. 와



〈그림 3〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 무채색 분석



〈그림 4〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 유채색 분석

이드앵글은 Plain(33%)이 가장 많이 나타났으며, Jacquard(26.4%)와 Intarsia(23.5%)가 비슷한 수치를 보였다. 파리게이츠는 Intarsia(30.1%), Jacquard(24.7%), Plain(20.4%) 순으로 조사되어 문양이 있는 니트웨어가 많은 비중을 차지하는 것을 알 수 있다. 풋조이 골프는 Plain(36.4%)이 가장 높은 비중을 보였으며, 반면 Jacquard(21.8%)와 Intarsia(20%)는 비슷한 비중으로 나타났다. 까스텔바작은 Intarsia(36.1%)와 Jacquard(32.6%)가 많은 비중을 차지하였으며 다음은 12.8%로 Plain 조직 순으로 나타나면서 문양이 강조된 니트웨어 상품이

많을 것으로 예상된다. 팬텀은 Plain(35.8%), Jacquard(22.1%), Intarsia(15.8%) 순으로 조사되었으며, 핑은 Jacquard(28.3%), Plain(26.4%), Intarsia(22.6%)순으로 비슷한 비중을 보이는 것을 알 수 있다. 르꼬끄 골프웨어는 Intarsia(30.3%), Jacquard(28.8%)가 매우 높은 비중을 차지하고 있으며 다음으로는 Plain(16.7%) 조직 순으로 나타났다. PGA Tour & LPGA는 Jacquard(31.7%)가 가장 많은 비중을 차지하였으며, 다음으로는 Rib조직이 20%의 비중을 보이며 타 브랜드와 차이를 보이고 있다. 편조직 특성을 종합해보면 Plain조직의 비

〈표 3〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 색 분석

(N=692)

색 분류	브랜드											
	PXG (n=36)	타이틀 리스트 어페럴 (n=21)	와이드앵글 (n=34)	파리게이츠 (n=186)	풋조이골프 (n=55)	까스텔바작 (n=86)	팬텀 (n=95)	핑 (n=53)	르꼬끄 골프 (n=66)	PGA Tour&LPGA (n=60)	합계 (n=692)	
무채색	white	6(16.7%)	4(19.1%)	6(17.7%)	14(7.5%)	10(18.2%)	14(16.3%)	21(22.1%)	13(24.5%)	8(12.1%)	12(20%)	108(15.6%)
	light gray	2(5.6%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	3(5.5%)	0(0%)	1(1.1%)	5(9.4%)	1(1.5%)	1(1.7%)	16(2.3%)
	gray	0(0%)	0(0%)	0(0%)	9(4.8%)	3(5.5%)	3(3.5%)	2(2.1%)	2(3.8%)	2(3%)	5(8.3%)	26(3.8%)
	dark gray	0(0%)	2(9.5%)	2(5.9%)	9(4.8%)	4(7.3%)	0(0%)	2(2.1%)	1(1.9%)	2(3.03%)	1(1.7%)	23(3.3%)
	black	18(50%)	8(38.1%)	11(32.4%)	57(30.7%)	20(36.4%)	29(33.7%)	28(29.5%)	21(39.6%)	13(19.7%)	22(36.7%)	227(32.8%)
	합계	26(72.2%)	14(66.7%)	19(55.9%)	92(49.5%)	40(72.7%)	46(53.5%)	54(63.5%)	42(79.3%)	26(39.4%)	41(68.3%)	400(57.8%)
유채색	pink (2.5R, 5RP)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	14(7.5%)	6(10.9%)	7(8.1%)	6(6.3%)	2(3.8%)	8(12.1%)	8(13.3%)	51(7.4%)
	red (5R)	0(0%)	2(9.5%)	0(0%)	8(4.3%)	0(0%)	8(9.3%)	8(8.4%)	2(3.8%)	6(9.1%)	3(5%)	37(5.4%)
	dark red (5R 3/12)	4(11.11%)	0(0%)	0(0%)	4(2.2%)	0(0%)	2(2.33%)	0(0%)	2(3.8%)	0(0%)	0(0%)	12(1.7%)
	red orange (10R)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	9(4.8%)	0(0%)	3(3.5%)	4(4.2%)	3(5.66%)	0(0%)	0(0%)	19(2.8%)
	orange (5YR)	0(0%)	0(0%)	3(8.8%)	0(0%)	0(0%)	1(1.2%)	2(2.1%)	0(0%)	3(4.6%)	0(0%)	9(1.3%)
	brown (2.5YR)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(2.2%)	0(0%)	0(0%)	1(1.1%)	0(0%)	0(0%)	1(1.7%)	6(0.9%)
	camel (7.5YR)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(0.5%)	2(3.6%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(0.4%)
	beige (10YR, 2.5Y)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	8(4.3%)	3(5.5%)	3(3.5%)	6(6.3%)	0(0%)	0(0%)	1(1.7%)	21(3%)
	yellow (5Y)	0(0%)	5(23.8%)	0(0%)	7(3.8%)	0(0%)	4(4.7%)	1(1.1%)	0(0%)	2(3%)	1(1.7%)	20(2.9%)
	ivory (7.5Y)	2(5.6%)	0(0%)	0(0%)	2(1.1%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(0.6%)
	green yellow (5GY)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	6(3.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(3%)	0(0%)	8(1.2%)
	khaki (10GY)	4(11.1%)	0(0%)	0(0%)	6(3.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(3.3%)	12(1.7%)
	mint (2.5G)	0(0%)	0(0%)	3(8.8%)	4(2.2%)	2(3.6%)	4(4.7%)	0(0%)	0(0%)	4(6.1%)	1(1.7%)	18(2.6%)
	green (5G)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(2.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(3%)	0(0%)	6(0.9%)
	dark green (7.5G)	0(0%)	0(0%)	2(5.9%)	3(1.6%)	0(0%)	3(3.5%)	4(4.2%)	0(0%)	3(4.6%)	0(0%)	15(2.2%)
	light blue (10BG)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	5(2.7%)	0(0%)	0(0%)	2(2.1%)	0(0%)	3(4.6%)	0(0%)	10(1.5%)
	blue (5B)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(2.2%)	0(0%)	2(2.3%)	5(5.3%)	0(0%)	2(3%)	1(1.7%)	14(2%)
	navy (5PB, 10PB)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	0(0%)	3(3.5%)	0(0%)	0(0%)	5(7.6%)	1(1.7%)	12(1.7%)
	medium purple (7.5PB)	0(0%)	0(0%)	7(20.6%)	2(1.1%)	2(3.6%)	0(0%)	2(2.1%)	2(3.8%)	0(0%)	0(0%)	15(2.2%)
	합계	10(27.8%)	7(33.3%)	15(42.9%)	94(50.5%)	15(27.3%)	40(46.5%)	41(43.2%)	11(20.8%)	40(66.7%)	19(31.7%)	292(42.2%)

중이 높은 브랜드는 PXG, 타이틀 리스트 어페럴, 와이드앵글, 풋조이 골프, 팬텀 등이며 Intarsia 조직의 비중이 많은 브랜드는 파리케이즈, 까스텔바작, 르꼬끄 골프웨어이며 Jacquard 조직의 비중이 높은 브랜드는 핑과 PGA Tour & LPGA 등이다. 조사 항목 수에 비해 조사된 결과는 보면 Jacquard, Intarsia, Plain, Rib, Milano, Cable등에 집중되어 있어 편조직의 다양성이 떨어지는 것으로 나타났다. 골프웨어는 스포츠웨어로서 기능적으로 내구성이 중요한 요소로 작용함에 따라 변수가 큰 변형 조직이나 신축성이 많은 편조직은 적합도가 떨어져 사용 빈도가 낮은 것으로 사료된다.

## 2) 게이지 분석

게이지는 니트웨어의 디자인 요소 중 재질부분에 해당하며, 선행조사를 바탕으로 low gauge, middle gauge, high gauge, fine gauge 분류하여 조사한 결과는 <표 2>와 같다. 골프웨어 브랜드의 게이지 항목을 분석한 결과, high gauge가 52.5%로 가장 높은 비중을 차지하였으며 다음으로는 middle gauge(30.1%), fine gauge(11.4%) 순으로 나타났다. 모든 브랜드에서 동일한 조사 결과를 보이고 있다. 연구대상의 시즌이 F/W로 시즌 특성상 middle gauge와 low gauge의 비중이 높게 조사되어야 하나 골프웨어 아이템 특성을 살펴보면 니트를 활용한 이너웨어 상품군이 많은 비중을 차지함으로써 high gauge의 빈도가 높게 나타난 것으로 분석된다.

## 3) 색 분석

색은 디자인요소 중 시각적인 부분을 구성하는데 중요한 항목이다. 무채색과 유채색을 나누어서 분석한 결과 <표 3>과 같다.

골프웨어 브랜드의 여성 니트웨어 색상 항목을 분석한 결과, 무채색이 57.8%로 유채색보다 15.6% 높은 비중으로 조사되었다. 무채색 중에서 black(32.8%)과 white(15.1%)가 대부분을 차지하였고 gray 계열은 2~3%로 미비하게 나타났다. 특이한 점은 니트에서 자주 보이는 melange gray는 조사되지 않은 것이다. 유채색 조사 결과는 pink가 전체 연구 자료의 7.3%의 비

중으로 가장 많이 사용된 색상으로 조사되었으며, 다음으로는 red (5.4%), beige(3%), yellow(2.9%), red orange(2.8%) 순으로 나타났다.

골프웨어 브랜드별로 살펴보면, PXG는 무채색이 72.2%로 유채색 27.8%와 큰 차이로 무채색의 비중이 높게 나타났으며 특히 black이 전체 상품의 50%로 큰 비중을 차지한 것이 특징으로 분석된다. 타이틀 리스트 어페럴은 무채색(66.7%), 유채색(33.3%)로 조사되었으며 yellow컬러가 23.8%로 유채색 중 가장 많이 사용되었다. 와이드앵글은 무채색(55.9%)과 유채색(42.9%)이 비슷한 비율로 조사되었으며 유채색 중 medium purple이 20.6%로 가장 많이 나타났다. 파리케이즈는 유채색이 50.5%로 무채색보다 1.1% 높은 비중을 보였으며 유채색 중에서는 pink가 7.5%로 가장 많이 사용된 것으로 조사되었다. 풋조이 골프는 무채색이 72.7%로 유채색 27.3% 보다 큰 비중을 차지하였다. 무채색은 Black이 36.4%로 유채색 중에서는 Pink가 10.9%로 가장 많이 사용되었다. 까스텔바작은 무채색(53.5%), 유채색(46.5%)로 비슷한 수치를 보였다. 팬텀은 무채색이 63.5%로 유채색보다 20.4% 많은 비중을 보였으며, 무채색 중 black(29.5%)과 white(22.1%)가 비슷한 비중을 보이는 것이 다른 브랜드와의 차이점으로 나타났다. 핑은 무채색이 79.3%로 유채색 20.8% 보다 58.5% 많은 비중을 보였다. 반면 르꼬끄 골프웨어는 유채색이 66.7%로 무채색 39.4% 보다 27.3% 많이 사용된 것으로 조사되었으며 유채색이 무채색보다 사용 빈도가 높은 유일한 브랜드로 조사되었다. PGA Tour & LPGA는 무채색(57.5%)과 유채색(42.2%) 비율이 비슷하게 나타났으며 유채색 중 Pink컬러가 가장 많이 사용된 것을 알 수 있다.

색상특성을 종합해 보면, 거의 다수의 브랜드에서 무채색을 위주로 사용하는 것을 알 수 있으며, 이는 F/W 시즌과 스포츠웨어 특성이 반영된 것으로 사료된다. 특히 색상은 골프웨어 브랜드의 아이덴티티와 컨셉에 따라 결정되는 경우가 많아 브랜드 특성을 가장 잘 반영한다고 할 수 있다.

## 4) 문양 분석

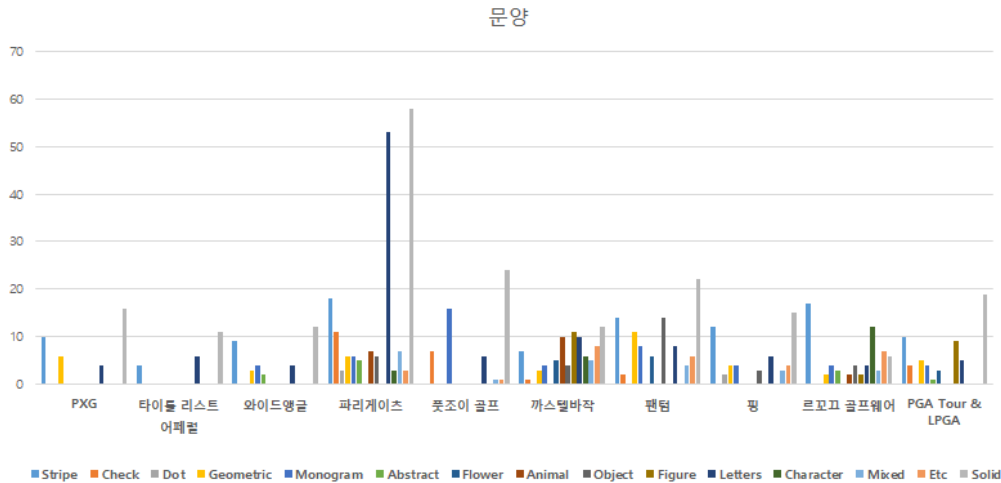
문양은 디자인요소 중 트렌드나 브랜드 아이덴



〈표 4〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 문양 분석

(N=692)

문양	브랜드										
	PXG (n=36)	타이틀 리스트 어페럴 (n=21)	와이드앵글 (n=34)	파리게이츠 (n=186)	풋조이골프 (n=55)	까스텔바작 (n=86)	팬텀 (n=95)	핑 (n=53)	르꼬끄 골프 (n=66)	PGA Tour&LPGA (n=60)	합계 (n=692)
stripe	10(27.8%)	4(19.1%)	9(26.5%)	18(9.7%)	0(0%)	7(8.1%)	14(14.7%)	12(22.6%)	17(25.8%)	10(16.7%)	101(14.6%)
check	0(0%)	0(0%)	0(0%)	11(5.9%)	7(12.7%)	1(1.2%)	2(2.1%)	0(0%)	0(0%)	4(6.7%)	25(3.6%)
dot	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(3.8%)	0(0%)	0(0%)	5(0.7%)
geometric	6(16.7%)	0(0%)	3(8.8%)	6(3.2%)	0(0%)	3(3.5%)	11(11.6%)	4(7.6%)	2(3%)	5(8.3%)	40(5.8%)
monogram	0(0%)	0(0%)	4(11.8%)	6(3.2%)	16(29.1%)	4(4.7%)	8(8.4%)	4(7.6%)	4(6.1%)	4(6.7%)	50(7.2%)
abstract	0(0%)	0(0%)	2(5.9%)	5(2.7%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(4.6%)	1(1.7%)	11(1.6%)
flower	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	5(5.8%)	6(6.3%)	0(0%)	0(0%)	3(5%)	14(2%)
animal	0(0%)	0(0%)	0(0%)	7(3.8%)	0(0%)	10(11.6%)	0(0%)	0(0%)	2(3%)	0(0%)	19(2.8%)
object	0(0%)	0(0%)	0(0%)	6(3.2%)	0(0%)	4(4.7%)	14(14.7%)	3(5.7%)	4(6.1%)	0(0%)	31(4.5%)
figure	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	11(12.8%)	0(0%)	0(0%)	2(3%)	9(15%)	22(3.2%)
letters	4(11.1%)	6(28.6%)	4(11.8%)	53(28.5%)	6(10.9%)	10(11.6%)	8(8.4%)	6(11.3%)	4(6.1%)	5(8.3%)	106(15.3%)
character	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	0(0%)	6(7%)	0(0%)	0(0%)	12(18.2%)	0(0%)	21(3%)
mixed	0(0%)	0(0%)	0(0%)	7(3.8%)	1(1.8%)	5(5.8%)	4(4.2%)	3(5.7%)	3(4.6%)	0(0%)	23(3.3%)
etc	0(0%)	0(0%)	0(0%)	3(1.6%)	1(1.8%)	8(9.3%)	6(6.32%)	4(7.6%)	7(10.6%)	0(0%)	29(4.2%)
solid	16(44.4%)	11(52.4%)	12(35.3%)	58(31.2%)	24(43.6%)	12(14%)	22(23.2%)	15(28.3%)	6(9.1%)	19(31.7%)	195(28.2%)



〈그림 5〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 문양 분석

티타를 구현할 수 있는 중요한 항목 중에 하나이다. 횡편 니트웨어에서의 문양 표현방법은 Intarsia와 Jacquard 조직을 활용하여 편직을 하는 것이 보편적이며 그밖에 자수와 프린트를 활용하기도 한다. 골프웨어 브랜드 니트웨어 문양을 조사한 결과는 〈표 4〉와 같다.

문양의 조사 결과를 보면, solid가 전체 상품의

28.9%의 비중을 차지하는 것으로 조사되었다. 이 같은 결과는 니트 골프웨어에 문양의 사용 빈도가 매우 높은 것을 의미한다. 종합적으로 가장 많이 사용된 문양으로는 15.3% 조사된 letters이며, 다음으로는 stripe(14.6%), monogram(7.2%), geometric(5.8%) 순으로 조사되었다. 골프웨어 브랜드 별로 살펴보면 PXG는 solid가 44.4% 비율을

보였으며 문양 중에서는 stripe(27.8%), geometric(16.7%), letters(11.1%) 순으로 나타났다. 타이틀 리스트 어페럴은 solid의 사용빈도가 52.4%로 브랜드 중 가장 높았으며 문양은 letters(28.6%), stripe(19.1%)만 조사되었다. 와이드앵글은 solid가 35.3%로 나타났으며 문양은 stripe가 26.4% 그리고 monogram과 letters가 11.7%로 동일한 분포를 보였다. 파리게이츠는 solid는 31.2%이며 letters(28.5%), stripe(9.7%), check(5.9%)순으로 조사되었다. 풋조이 골프는 solid가 43.6%로 조사되었으며 문양은 monogram(29.1%), check(12.7%), letters(10.9%)의 순으로 사용되었다. 까스텔바작은 solid 비중이 14%만 차지하고 있어 문양의 사용빈도가 높은 브랜드임을 알 수 있다. 문양부분은 figure가 12.8%로 가장 많은 사용 빈도를 보이는 것이 특징이다. 팬텀은 solid가 23.2%, stripe와 object가 14.7%로 똑같은 빈도를 보인 것으로 조사되었다. 핑은 solid(28.3%), stripe(22.6%), letters(11.3%) 순으로 나타났다. 르꼬끄 골프웨어는 solid가 단 9.1%만으로 조사되어 가장 낮은 비중을 차지한 브랜드이다. 문양 부분에서는 stripe가 25.8%로 조사되었으며 브랜드 캐릭터를 활용한 character 문양의 사용빈도가 18.2%로 나타난 것이 특징으로 보여진다. etc도 10.6%로 높게 나타났는데 카모패턴을 활용한 문양이 많이 조사되었다. PGA Tour & LPGA는 solid 비중은 31.7%로 나타났으며 문양은 stripe(16.7%), figure(15%), geometric(8.3%) 순으로 조사되었다. 니트 골프웨어 문양 분석을 종합해 보면 문양 사용 빈도가 다른 아이템보다 월등히 높은 것을 알 수 있으며, 야외에서 주로 착용하는 스포츠 고유의 특성이 반영된 것으로 사료된다. 특히 브랜드 로고를 활용한 letters와 monogram 문양의 활용이 두드러지며 stripe를 활용한 다양 디자인의 비중이 큰 것을 알 수 있다.

##### 5) 이미지 분석

니트웨어 디자인을 구성하는 편조직, 게이지, 색, 문양 등의 디자인 요소와 브랜드 컨셉 등이 유기적으로 결합하여 이미지를 형성한다. 그 이미지들은 사회적으로 자신을 표현하는 기능을 가지고 있으며 브랜드의 아이덴티티를 결정짓는 중

요한 디자인 요소이다. 선행연구를 통해 도출된 대표 패션이미지 항목인 casual, modern, natural, elegance, classic, feminine, ethnic, sexy, sportive, etc를 바탕으로 조사한 결과 <표 5>와 같다.

이미지 분석 결과, sportive가 28%로 가장 높은 비중을 보였으며 다음으로는 casual이 21.53%, modern은 15.6%, feminine은 9.1%의 순으로 조사되었다.

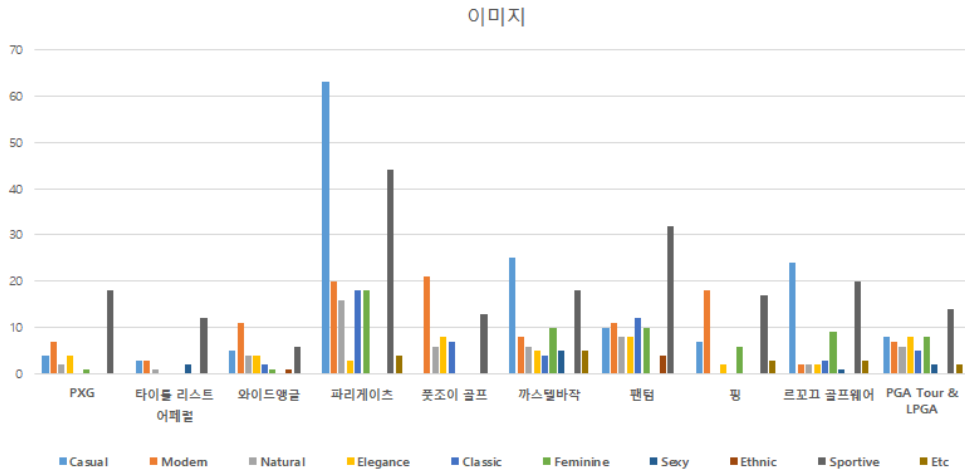
브랜드 별로 살펴보면 PXG은 sportive가 50%의 비율로 조사되었다. 다음은 casual과 elegance가 11.1%로 똑같은 비율로 나타났다. 타이틀 리스트 어페럴 또한 sportive가 57.1%로 상품의 반 이상을 차지한 것으로 조사되었으며 casual과 modern이 14.2%의 동일한 빈도를 나타냈다. 와이드앵글은 modern이 32.4%로 사용빈도가 높은 이미지로 조사되었으며 sportive(17.7%), casual(14.7%)의 순으로 나타났다. 파리게이츠는 casual이 33.9%로 가장 많은 비중을 차지했으며 sportive(23.7%), modern(10.8%)순으로 조사되었다. 풋조이 골프는 modern이 38.2%로 가장 높게 조사되었으며 sportive(17.7%), classic(14.6%)이 그 뒤를 이었다. 까스텔바작은 casual(29.1%), sportive(20.9%), feminine(11.6%)순으로 조사되었다. 팬텀은 sportive가 33.7%로 높은 빈도를 보였으며 classic(12.6%), modern(10.8%)은 비슷한 비중으로 조사되었다. 핑은 modern이 34%로 가장 많이 나타났으며 다음은 sportive가 32.1%로 근소한 차이를 보이는 것을 알 수 있다. 르꼬끄 골프웨어는 casual(36.3%)과 sportive(30.3%)로 비슷한 비율을 보이고 있으며 PGA Tour & LPGA는 Sportive가 23.3%로 가장 많은 비중을 차지하고 나머지 이미지가 다양하게 골고루 분포되어 있는 것이 특징이다.

여성 니트골프웨어 이미지 분석 결과를 종합해 보면 sportive한 이미지가 강한 브랜드로는 PXG, 타이틀 리스트 어페럴, 풋조이 골프, 팬텀, 팬텀 인 것으로 조사되었으며 Casual한 이미지의 브랜드는 파리게이츠, 까스텔바작, 르꼬끄 골프웨어이며, Modern한 이미지의 브랜드는 와이드앵글, 풋조이 골프, 핑 등으로 분석되었다.

〈표 5〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 이미지 분석

(N=692)

이미지	브랜드										
	PXG (n=36)	타이틀 리스트 어페럴 (n=21)	와이드앵글 (n=34)	파리게이츠 (n=186)	풋조이골프 (n=55)	까스텔바작 (n=86)	팬텀 (n=95)	핑 (n=53)	르꼬끄 골프 (n=66)	PGA Tour&LPGA (n=60)	합계 (n=692)
casual	4(11.1%)	3(14.3%)	5(14.7%)	63(33.9%)	0(0%)	25(29.1%)	10(10.5%)	7(13.2%)	24(36.4%)	8(13.3%)	149(21.5%)
modern	7(19.4%)	3(14.3%)	11(32.4%)	20(10.8%)	21(38.2%)	8(9.3%)	11(11.6%)	18(34%)	2(3%)	7(11.7%)	108(15.6%)
natural	2(5.6%)	1(4.8%)	4(11.8%)	16(8.6%)	6(10.9%)	6(7%)	8(8.4%)	0(0%)	2(3%)	6(10%)	51(7.4%)
elegance	4(11.1%)	0(0%)	4(11.8%)	3(1.6%)	7(12.7%)	5(5.8%)	8(8.4%)	2(3.8%)	2(3%)	8(13.3%)	43(6.4%)
classic	0(0%)	0(0%)	2(5.9%)	18(9.7%)	8(14.6%)	4(4.7%)	12(12.6%)	0(0%)	3(4.6%)	5(8.3%)	52(7.4%)
feminine	1(2.8%)	0(0%)	1(2.9%)	18(9.7%)	0(0%)	10(11.6%)	10(10.5%)	6(11.3%)	9(13.6%)	8(13.3%)	63(9.1%)
sexy	0(0%)	2(9.5%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	5(5.8%)	0(0%)	0(0%)	1(1.5%)	2(3.3%)	10(1.5%)
ethnic	0(0%)	0(0%)	1(2.9%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(4.2%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	5(0.7%)
sportive	18(50%)	12(57.1%)	6(17.7%)	44(23.7%)	13(23.6%)	18(20.9%)	32(33.7%)	17(32.1%)	20(30.3%)	14(23.3%)	194(28%)
etc	0(0%)	0(0%)	0(0%)	4(2.2%)	0(0%)	5(5.8%)	0(0%)	3(5.7%)	3(4.6%)	2(3.3%)	17(2.5%)



〈그림 6〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 이미지 분석

6) 아이템 분석

착장 시 이미지와 기능적인 측면을 고려하여 형태를 구성하고 분류한 것이 아이템이며 스포츠 웨어에서는 시각적 요소뿐만 아니라 스포츠 특성에 따른 기능적 요소의 결합을 통해 다양하게 확장이 가능하다. 니트웨어 아이템은 연구대상의 골프웨어 브랜드에서 판매되고 있는 아이템을 바탕으로 정리하여 T-shirt, Pullover, Cardigan, Jacket, Vest, One-Piece, Skirt, Pants 등의 항목을 도출하였다.

골프웨어 브랜드 여성니트웨어 아이템의 분포도를 분석한 결과 〈표 6〉과 같다.

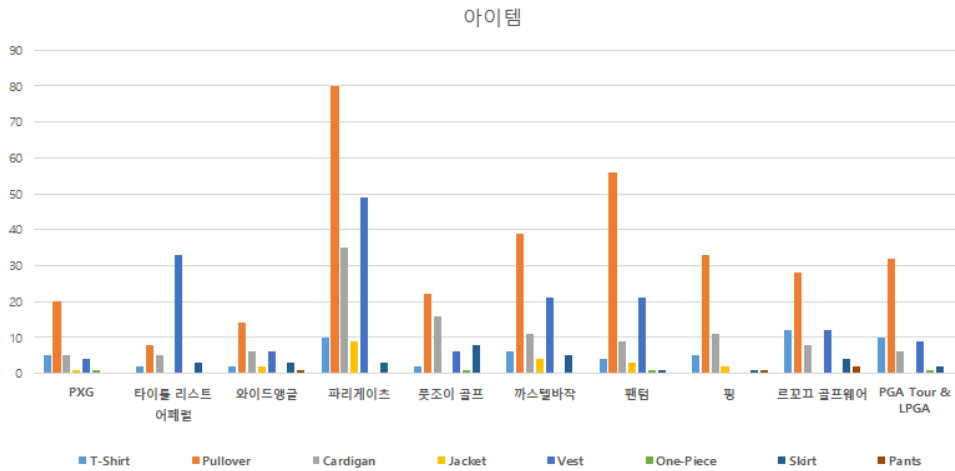
Pullover가 47.98%로 압도적으로 높은 비중을

보였으며 다음으로 Vest(18.9%), Cardigan(16.2%), T-shirt(8.4%) 순으로 조사되었다. 브랜드별 조사 결과를 보면 모든 브랜드에서 Pullover가 가장 많은 비중을 보이고 있으며 PXG는 T-shirt와 Cardigan이 13.9%로 동일한 비율로 조사되었으며 타이틀리스트어페럴은 Cardigan(23.8%), Vest와 Skirt가 14.3%로 나타났다. 와이드앵글은 Cardigan과 Vest가 17.7%의 동일한 비율을 보였으며 파리게이츠는 Vest가 26.3%로 Cardigan 보다 7.5% 많은 빈도를 나타냈다. 풋조이 골프는 Cardigan(29.1%), Skirt(14.5%) 순으로 조사되었는데 하의가 상의보다 높은 비중을 나타낸 것이 특이한 점으로 보여 진다. 까스텔바작은 Vest(24.4%), Cardigan(12.8%)순으로 조사되었으며 팬텀 또한

〈표 6〉 골프웨어 브랜드 니트웨어 아이템 분석

(N=692)

아이템	브랜드										합계 (N=692)
	PXG (N=36)	타이틀 리스트 어퍼럴 (N=21)	와이드앵글 (N=34)	파리게이츠 (N=186)	풋조이골프 (N=55)	가스텔바작 (N=86)	팬텀 (N=95)	핑 (N=53)	르꼬끄 골프 (N=66)	PGA Tour&LPGA (N=60)	
T-Shirt	5(13.9%)	2(9.5%)	2(5.9%)	10(5.4%)	2(3.6%)	6(7%)	4(4.2%)	5(9.4%)	12(18.2%)	10(16.7%)	58(8.4%)
Pullover	20(55.6%)	8(38.1%)	14(41.2%)	80(43%)	22(40%)	39(45.4%)	56(59%)	33(62.3%)	28(42.4%)	32(53.3%)	332(48%)
Cardigan	5(13.89%)	5(23.8%)	6(17.7%)	35(18.2%)	16(29.1%)	11(12.8%)	9(9.5%)	11(20.8%)	8(12.1%)	6(10%)	112(16.2%)
Jacket	1(2.8%)	0(0%)	2(5.9%)	9(4.8%)	0(0%)	4(4.7%)	3(3.2%)	2(3.8%)	0(0%)	0(0%)	21(3%)
Vest	4(11.1%)	3(14.3%)	6(17.7%)	49(26.3%)	6(10.9%)	21(24.4%)	21(22.1%)	0(0%)	12(18.2%)	9(15%)	131(18.9%)
One-Piece	1(2.8%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.8%)	0(0%)	1(1.1%)	0(0%)	0(0%)	1(1.7%)	4(0.6%)
Skirt	0(0%)	3(14.3%)	3(8.8%)	3(1.6%)	8(14.6%)	5(5.8%)	1(1.1%)	1(1.89%)	4(6.1%)	2(3.3%)	30(4.3%)
Pants	0(0%)	0(0%)	1(2.9%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(1.9%)	2(3%)	0(0%)	4(0.6%)



〈그림 7〉 골프웨어 니트웨어 아이템 분석

Vest(22.1%), Cardigan(9.5%)순으로 종합 결과와 동일하게 나타났다. 핑은 Cardigan(20.8%), T-shirt(9.4%) 순으로 Vest 보다 T-shirt 비율이 높은 것이 특징이다. 르꼬끄 골프웨어는 Vest와 T-shirt가 18.2%로 동일한 비율을 보였으며 PGA Tour & LPGA는 T-shirt(16.7%), Vest(15%)로 T-shirt의 비중이 높은 것이 특징이다. 여성 니트골프웨어 아이템 분석 결과를 종합해 보면 F/W시즌 특성상 T-shirt 보다 Vest와 Cardigan의 활용 빈도가 높게 나타난 것으로 분석된다. 신축성이 좋고 반면 내구성이 낮은 니트 소재 특성으로 이너웨어로 많이 활용되는 점도 본 조사 결과를 통해 확인 할 수 있다. 같은 맥락으로 하의 아이템의 사용 빈도는 현저히 낮았으며 특히 팬츠의 활용 경우는 더욱 떨어지는 것을 알 수 있다.




### 3. 종합결과

현재 골프웨어 브랜드 중 상위 10개의 브랜드를 선정하여 판매되고 있는 여성 니트골프웨어 상품군을 대상으로 디자인 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 골프웨어 브랜드의 여성 니트웨어 편조직 항목을 분석한 결과, Jacquard 조직이 가장 빈도가 높은 것으로 나타났으며 다음으로 Intarsia, Plain, Rib, Milano, Cable 순으로 조사되었다. 골프웨어의 착용실태를 보면 실외에서 주로 착용되고 있으며 브랜드 신뢰도가 높은 특징이 있으므로 브랜드 로고나 캐릭터를 활용한 문양 표현 빈도가 상대적으로 많이 나타나며, 따라서 니트에서 문양 표현이 가능한 편조직인 Jacquard와 Intarsia 조직의

〈표 7〉 골프웨어 브랜드별 니트 디자인 특성

브랜드		디자인 특성 종합 분석	
대표사진	디자인 아이덴티티		
 <p>PXG</p>	<p>블랙 &amp; 화이트 컨셉 혁신적인 기능과 유니크하고 강인한 퍼포먼스에 색시한 하이엔드 스타일</p>	편조직	Plain, Rib, Intarsia
		게이지	high, middle, fine
		색	black, white, dark red
		문양	stripe, geometric
		이미지	sportive, modern
		아이템	Pullover, T-shirt, Cardigan
 <p>타이틀리스트 어페럴</p>	<p>Tour-fit S와 Tour-fit으로 나눠서 전개. young &amp; stylish sport 무드에 타이틀리스트만의 퍼포먼스를 접목</p>	편조직	Plain, Rib, Milano, Skashi
		게이지	high, fine, middle
		색	black, yellow, white
		문양	letters ,stripe
		이미지	sportive, modern, casual
		아이템	Pullover, Cardigan, Skirt
 <p>와이드앵글</p>	<p>북유럽 자연주의 감성과 골프의 하이테크 기능성을 접목한 young &amp; unique 스타일</p>	편조직	Plain, Jacquard, Intarsia
		게이지	high, middle, fine
		색	Black, Medium purple, White,
		문양	stripe, monogram, letters
		이미지	modern, sportive, casual
		아이템	Pullover, Vest, Cardigan
 <p>파리케이즈</p>	<p>traditional한 감성에 현대의 세련된 감성과 기능성을 접목한 modern &amp; sporty 스타일의 luxury young golf wear. 컨셉추얼한 시즌 테마를 선보이며 개성 강한 스타일</p>	편조직	Intarsia, Jacquard, Plain
		게이지	high, middle, low
		색	black, pink, white
		문양	letters, stripe, check
		이미지	casual, sportive, modern
		아이템	Pullover, Vest, Cardigan
 <p>풋조이골프</p>	<p>헤리티지를 현대적인 감성으로 담아낸 클래식 컨셉과 핏드 스트릿 감각이 어우러져 탄생한 스타일로 다양한 체크 패턴과 로고 자카드 패턴, 빅 로고 플레이 등을 활용한 클래식 감성</p>	편조직	Plain, Jacquard, Intarsia
		게이지	high, middle, fine
		색	black, white, pink
		문양	monogram, check, letters
		이미지	modern, sportive, classic
		아이템	Pullover, Cardigan, Skirt
 <p>까스텔바작</p>	<p>프랑스 디자이너 '까스텔바작'의 컨셉을 적용한 독창적이고 크리에이티브한 디자인, 글로브하고 젊은 감성으로 30대 골프족을 공략하는 매스티지 골프웨어</p>	편조직	Intarsia, Jacquard, Plain
		게이지	high, middle, low
		색	black, white, red
		문양	figure, letters, animal
		이미지	casual, sportive, feminine
		아이템	Pullover, Vest, Cardigan
 <p>팬텀</p>	<p>골프를 넘어 일상에서 느낄 수 있는 움직임의 멋과 편안한 아름다움을 추구하며, 스포티하면서도 트렌드를 리드하는 컬러와 감각적인 디자인</p>	편조직	Plain, Jacquard, Intarsia
		게이지	high, middle, fine
		색	black, white, red
		문양	stripe, object, geometric
		이미지	sportive, classic, modern
		아이템	Pullover, Vest, Cardigan

브랜드		디자인 특성 종합 분석		
대표사진	디자인 아이덴티티			
<p>핑</p> 	<p>편안한 착용감으로 펠드뿐 아니라 테일러룩으로 활용도가 높은 제품구성. 20~40대 연령층을 대상으로 기능과 스타일을 동시에 충족시키는 모던한 스타일</p>	<p>편조직</p> <p>Jacquard, Plain, Intarsia</p>	<p>게이지</p> <p>high, middle, fine</p>	
<p>르코끄 골프</p> 	<p>랑스 스포츠 브랜드인 르코끄 스포르티브의 골프 컬렉션으로 과감한 디자인과 새로운 실루엣 및 유니크한 아트웍으로 스타일 트렌드를 리딩하는 스타일리시 골프스포츠 브랜드</p>	<p>색</p> <p>black, white, light gray</p>	<p>문양</p> <p>stripe, letters, geometric</p>	
		<p>이미지</p> <p>sportive, modern, casual</p>	<p>아이템</p> <p>Pullover, Cardigan, T-shirt</p>	
		<p>편조직</p> <p>Intarsia, Jacquard, Plain</p>	<p>게이지</p> <p>high, fine, middle,</p>	<p>색</p> <p>black, white, pink</p>
		<p>색</p> <p>black, white, pink</p>	<p>문양</p> <p>stripe, character, letters</p>	<p>이미지</p> <p>casual, sportive, feminine</p>
		<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	
<p>PGA Tour&amp;LPGA</p> 	<p>블랙&amp;화이트 컨셉에 스포티 미니멀리즘 디자인을 추구. 기능성을 강조하여 우수한 스트레치, 흡수속건 그리고 발수효과 등을 가진 고기능성 원단을 사용한 고품질의 제품을 전개</p>	<p>편조직</p> <p>Jacquard, Rib, Intarsia</p>	<p>게이지</p> <p>high, middle, fine</p>	
		<p>색</p> <p>black, white, pink</p>	<p>문양</p> <p>stripe, figure, letters</p>	<p>이미지</p> <p>sportive, feminine, casual</p>
		<p>문양</p> <p>stripe, figure, letters</p>	<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	
		<p>이미지</p> <p>sportive, feminine, casual</p>	<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	
		<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	<p>아이템</p> <p>Pullover, T-shirt, Vest</p>	

비중이 높은 것으로 사료된다. 또한 골프웨어 요건 중 내구성의 중요도로 인해 변형이 많이 들어간 변수가 많은 조직의 활용도는 낮게 나타났다.

둘째, 게이지 항목은 high gauge, middle gauge, fine gauge 순으로 조사되었는데 연구대상의 시즌이 F/W로 시즌 특성상 middle gauge와 low gauge의 비중이 높게 조사되어야 하나 골프웨어 아이템 특성을 살펴보면 니트를 활용한 이너웨어 상품군이 많은 비중을 차지함으로써 high gauge의 빈도가 높게 나타난 것으로 분석된다.

셋째, 색 항목의 분석 결과, 무채색이 유채색보다 많은 비중을 차지한 것으로 조사되었다. 유니크한 일부 브랜드를 제외한 다수의 브랜드에서는 무채색을 기본으로 하고 일부만 포인트 컬러를 사용하는 것을 알 수 있으며, 이는 F/W 시즌과 스포츠웨어 특성이 반영된 것으로 사료된다. 색상은 골프웨어 브랜드의 아이덴티티와 트렌드 컨셉에 따라 결정되는 경우가 많은데 유채색의 경우 화려한 원색 계열보다 파스텔 계열의 선호도가 높은 현상은 모던하고 심플한 디자인을 선호하는

젊은 골퍼의 유입이 그 원인으로 파악된다.

넷째, 문양 항목의 분석 결과, 문양을 활용한 빈도가 70%이상을 차지하면서 골프웨어에서 문양의 중요도가 매우 높은 것을 알 수 있겠다. 선호하는 문양의 종류를 보면 letters, stripe, monogram, geometric 순으로 조사되었다. 브랜드명을 그대로 문양으로 활용하거나 로고를 활용한 monogram의 사용 빈도가 높은 것은 골프웨어에서 브랜드 신뢰도와 아이덴티티가 중요한 부분으로 작용한다는 것을 알 수 있다.

또한 stripe, geometric의 활용은 스포츠웨어 이미지를 부각시키는 작용을 한다고 할 수 있겠다.

다섯째, 이미지 항목의 분석 결과, sportive, casual, modern 순으로 조사되었다. 이미지는 브랜드 아이덴티티에 따라 결정되는 디자인 요소이지만 본 조사 결과를 보면 골프웨어가 스포츠웨어로서 가지는 이미지가 더욱 크게 반영된 것으로 분석된다. 골프웨어가 역사가 길고 클래식한 스포츠라는 이미지가 강해 Classic

이미지가 많이 조사될 것이라고 예상되었으나 modern한 이미지가 더 많은 비중을 차지하면서 MZ세대 골퍼의 유입으로 인해 젊은 감성으로 변화하는 것을 알 수 있겠다.

여섯째, 아이템 항목 분석 결과, Pullover, Vest, Cardigan 순으로 조사되면서 다양한 시도가 보이지 않았으며 니트 물성상 내구성이 다소 떨어져 하의에 적용되는 사례가 적은 것을 알 수 있었다. 또한 다양한 아이টে으로 확장되지 않은 것은 니트웨어가 극복해야 할 한계점이라 사료된다.

#### IV. 결론

MZ세대 골퍼의 유입으로 골프웨어 시장이 급성장하고 확대되면서 브랜드 간의 경쟁 또한 심화되고 있어 소비자 니즈에 적합한 상품기획 필요성이 제기되고 있다.

특히 운동기능성, 쾌적성, 안정성, 내구성 등 골프웨어의 요건에 적합하면서 젊은 감각의 패션성까지 갖춘 경쟁력있는 니트골프웨어 상품 기획이 필요하다고 하겠다. 본 연구에서는 미국 골프 전문 매거진 '골프포보스(Golforbes)'와 국내 골프 전문 매거진 '테스나인'에서 선정한 2021년 최고의 여성골프웨어 브랜드 중 주요 고객층이 20~30대인 10개의 브랜드를 중심으로 여성 횡편니트 골프웨어의 디자인 특성에 대해 연구하였으며, 연구 결과를 통해서 MZ세대의 디자인 방향성은 일상복화되고 캐주얼 경향이 강하다는 것을 알 수 있다. MZ세대의 구매력이 커지면서 이들이 선호하는 디자인 특성을 반영하고자 하는 현상이 심화될 것으로 보여 진다.

따라서 본 연구를 통해 도출된 분석 자료가 여성 니트골프웨어의 디자인 기획 시 방향 제시에 참고자료로 활용되기를 기대한다. 향후 과제는 본 연구에서 세분화하여 아이টে별로 디자인 요소를 분석하여 활용도를 높이고자 한다. 또한 브랜드의 연도별 매출 추위와 디자인 특성의 연계성을 분석하는 추가 연구를 통해 연구 결과의 객관성을 가지는 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다.

#### 참고문헌

- 고순영. (2005). *편성조직에 따른 니트 패턴의 패션 감성의 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 고순영, 박명자. (2010). 게이지에 따른 니트웨어의 디자인 요소 분석. *패션과 니트*, 8(1), 33-45.
- 김미영, 정윤경. (2014). 시장분석을 통한 국내 니트골프웨어 트렌드 분석. *패션과 니트*, 12(3), 80-91.
- 김영인, 원경미. (2001). 국내 패션업계에서 활용하는 색명과 색채특성. *한국색채학회*, 15(1), 37-48.
- 김의화, 정구. (2006). 위편니트 기술의 최신 동향. *패션정보와 기술*, 3, 24-31.
- 나경주, 한경미. (2002). 텍스타일 디자인 요소에 따른 감성분석. *한국감성과학학회*, 5(3), 29-34.
- 박숙현. (2004). *패션디자인론*(개정판). 서울: 예학사.
- 이경희, 이은령. (2017). *뉴패션디자인 플러스 발상*(개정판). 서울: 교문사.
- 임안나. (2002). *니트웨어 디자인을 위한 편조직의 특성에 관한연구-자카드조직을 중심으로*. 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 조은정. (2006). *데이터베이스를 이용한 니트웨어의 조직 및 디자인분석*. 원광대학교 대학원 박사학위논문.
- 박운아. (2008). 트렌드 변화에 따른 패션이미지 분석. *한국의상디자인학회*, 10(1), 145-159.
- 김지우. (2021. 10. 15). UPI 뉴스. 자료검색일 2021. 10. 19, 자료출처 <http://www.upinews.kr/newsView/upi202110150046>
- 홍승해. (2021. 10. 05). FORTUNEKOREA. 자료검색일 2021. 10. 19, 자료출처 <http://www.fortunekorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=20430>
- 테스나인. (2019. 05. 14). *테스나인*. 자료검색일 2021. 10. 19, 자료출처 <https://tess9.tistory.com/32>

MOYO SAMUEL. (2021. 01. 11). *GOLFORBES*. 자료검색일 2021. 10. 19,  
자료출처 <https://golforbes.com/?s=best+women%27s+golf+apparel+brands>