

골프장 이미지 제고를 위한 하우스 캐디유니폼 디자인 개발

박우미[†]

광주대학교 의상디자인학과

The Development of House Caddie Uniforms Design to Enhance a Golf Course Image

Woomee Park[†]

Dept. Fashion Design, Gwangju University; Gwangju, Korea

Abstract : The purpose of this study is to develop house caddie uniforms design which reflects the CI and image of 'Golfzon County Sunwoon', a representative golf course in the Honam circle, to enhance a positive image of a golf course and improve house caddies' service quality and their working efficiency. Study methods were as follows. In literature review, the domestic golf industry, golf culture, and house caddie uniforms as one of golf course CI elements were investigated. In empirical study, the formativeness of domestic golf course CI and house caddie uniforms was analyzed. Then, house caddie uniforms were developed using CI which is the symbolic element of a golf course. A concept for uniforms design development was 'Golf & Culture Communication' to symbolically represent an image of IT-based total golf culture club. It was limited to female uniforms design for spring or autumn that is high in application. A symbol and a logo which are symbolic elements of a golf course were freely worn in the form of a brooch. Symbolism and practicality were reinforced using PB(v), R(v), YR(v), and Y(vp) colors only for a golf course. Functionality was improved by using UV protection materials and aesthetics was expressed by reflecting 2014-15 F/W trends.

Key words : house caddie(하우스 캐디), corporate identity(기업이미지 통합), golf(골프), golf course image(골프장 이미지), caddie uniforms design(캐디유니폼 디자인)

1. 서 론

오늘날 스포츠는 전 세계적으로 그 어느 것보다 강력한 문화적 영향력을 행사하고 있다. 그 중에서도 골프는 미국과 일본 등 선진국에서 오래전부터 대중스포츠로 발전해 왔으며, 21세기 스포츠로 각광 받고 있는 종목중의 하나이다(Lee et al., 2005). 국내에서도 전반적인 생활수준의 향상과 웰빙 트렌드를 즐기는 사람들이 늘어나면서 일부 상류층의 전유물로 여겨지던 골프가 이제는 많은 사람들이 즐기는 대중스포츠로 새롭게 인식되고 있다(Mun et al., 2013). 더욱이 국내 프로골프 선수들이 올림픽, PGA, LPGA 등 국제대회에서 두각을 보이면서 국민들의 관심을 골프로 집중시켰고, 성인은 물론 젊은 층과 여성에 이르기까지 골프를 즐기는 계층도 광범위하게 확대(Kim, 2003)되면서 이제는 남녀노소가 즐길 수 있는 여가생활의 하나로 보편화·대중화 되어가고 있다. 또한 미국 CNBC의 보도에 의하면, 골프 산업이 한국에서 점차 성장하면서 그 영향력 또한 확대되어 가고 있는데, 그 이유는 레저 산업이 한국에서 각광받는 산업으로 인정받고 있다는 증거(Kim, 2014a)로 한국을 세계적인 골프강국으로 평가하였다. 이와 같이 골프 산업의 확

대와 골프 인구의 증가로 인해 고객유치를 위한 골프장들의 경쟁이 확대되면서 골프장들은 다양한 고객의 욕구를 만족시켜 경쟁적 비교우위를 차지하기 위해 노력하고 있다.

골프장은 고객이 골프를 치며 자연경관을 즐기고, 스트레스를 풀 수 있도록 적절한 시설과 인적 서비스를 제공하는 곳(Son, 2012)으로, 최근에는 골프장 친환경 서비스, 천연 온천수와 한방 테라피 서비스, 캐디들의 전문성과 친절 서비스 등 다양한 서비스를 내세우며 독창적인 이미지 구축을 위해 노력하고 있다(Hwang, 2014). 골프장과 같이 인적 자원에 대한 의존도가 높은 서비스기업에서는 근로자들이 제공하는 다양한 인적 서비스 요인이 골프장의 서비스품질에 좌우하는 지표가 되고 있다. 무엇보다도 골프장의 대표적 인적서비스 자원인 캐디는 크게 투어(tour) 캐디와 하우스(house) 캐디로 구분된다. 투어 캐디는 토너먼트 대회에서 선수와 함께 라운딩(rounding)하면서 보조하는 골퍼의 조력자를 지칭하고, 하우스 캐디는 골프장에 소속된 직원으로 고객들의 골프 용품을 운반하거나, 골프 경기가 원활하게 진행될 수 있도록 안내하는 전문직을 말한다(Kim & Kim, 2011). 즉, 하우스 캐디는 골프장의 이미지 메이커이자 홍보요원(Park, 2011)으로써 골프장의 서비스 품질에 중요한 요인으로 작용하며, 고객들은 하우스 캐디를 통해 골프장의 서비스 품질을 판단할 뿐만 아니라 골프장의 가치 및 이미지를 판단한다(Choi, 2009). 따라서 하우스 캐디는 약 4~5시

[†]Corresponding author; Woomee Park
Tel. +82-62-670-2350, Fax. +82-62-670-2195
E-mail: wmpark@gwangju.ac.kr

간 정도를 고객과 함께 라운딩할 수 있는 강인한 체력과 골프 및 골프경기 진행에 대한 지식을 갖춰야 할 뿐만 아니라 고객들에게 수준 높고 차별화된 양질의 서비스를 제공할 수 있는 서비스 정신 또한 필수적이다. Kwon and Oh(2007)의 연구에서는 골프장 이용객이 가장 중요하게 생각하고 있는 서비스 분야가 하우스 캐디이며, 월평균 소득이 증가할수록, 타수가 낮을수록, 여러 명의 캐디를 접해본 이용객일수록 골프장의 서비스 품질에 가격보다 하우스 캐디요인이 중요한 영향을 미치는 요인으로 작용한다고 나타났다. 다시 말해서, 하우스 캐디의 단정하고 깔끔한 외모, 유니폼, 친절하고 긍정적인 고객 응대 태도 등은 기본적으로 골프장 이미지 제고 및 서비스 품질 만족도에 직접적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 하우스 캐디를 활용한 골프장의 서비스품질 개선이 요구되고 있으며, 그 중의 하나가 하우스 캐디유니폼 디자인을 개선하는 것이다.

현대사회의 다양한 유니폼은 단순히 통일성과 실용성의 제복 차원을 넘어 기업과 조직의 정체성과 상징적인 이미지를 고객들에게 가장 효율적으로 전달하는 역할(Lee & Lim, 2014)을 한다. 특히 골프장을 이용할 때 고객들이 직접적으로 대면하는 하우스 캐디유니폼은 골프장의 상징적 이미지이자 중요한 시각적 요소로 작용하며, 이렇게 전달된 이미지는 골프장의 정체성을 인식시키고 믿음과 신뢰감을 높이는 전략적인 마케팅 수단으로 작용한다. 따라서 골프장의 특성과 이미지를 상징적으로 표현하고 있는 CI(Corporate Identity)를 반영한 유니폼디자인을 통해 대내적으로는 하우스 캐디들에게 업무의 능률과 자긍심을 고취시키고, 대외적으로는 골프장이 지향하는 이미지와 정체성을 고객들에게 가시적으로 전달해야 한다. 그러나 현재 대다수 골프장의 하우스 캐디유니폼은 거의 일률적인 디자인으로 골프장별 차별화가 이루어지지 않은 실정이며, 몇몇 골프장에서 골프장의 홍보와 이미지 제고 차원에서 직접 디자인한 하우스 캐디유니폼을 착용하고 있지만 골프장의 CI를 반영한 디자인으로 보기엔 매우 미흡하다. 또한 하우스 캐디는 직업특성상 장시간을 햇빛에 노출되어 업무를 수행해야하므로 추위와 더위 등 자연환경으로부터 신체를 보호하고 효율적 작업 능력을 펼칠 수 있는 기능적인 유니폼디자인 개발이 요구된다.

하우스 캐디에 관한 선행연구를 살펴보면, 주로 마케팅 측면에서 하우스 캐디의 직무만족도, 서비스 품질 및 업무 특성에 관한 연구(Choi & Kim, 2013; Hong, 2012; Roh et al., 2011; Song, 2012) 등이 다각적으로 이루어진 반면, 하우스 캐디유니폼에 관해서는 스마트 유니폼 프로토타입 제안에 관한 연구(Kim & Kim, 2011)와 캐디 유니폼에 관한 만족도와 선호도에 관한 연구(Kim, 2007)만 수행되었을 뿐 골프장의 이미지 제고와 홍보를 위한 상징성, 캐디 업무에 대한 전문성, 작업 능력을 올릴 수 있는 기능성 및 심미성을 고려한 하우스 캐디유니폼 개발에 관한 연구는 아직 이루어지지 않았다. 특히 Kim(2007)의 연구 결과, 하우스 캐디의 유니폼 착용에 대한 만족도가 디자인, 색상, 소재, 활동성, 상징성 등에 대부분 낮게

나타났다. 따라서 골프장의 고객유치 경쟁이 치열해지는 상황에서 경쟁력 확보와 이미지 제고를 위해 골프장의 상징성뿐만 아니라 업무환경 및 활동성을 고려한 기능성, 심미성 등을 접목시킨 하우스 캐디유니폼 디자인 개발이 요구된다.

이에 본 연구의 목적은 호남권 대표 골프장중의 하나인 '골프존 카운티 선운'의 CI와 이미지를 반영한 하우스 캐디유니폼 디자인을 개발함으로써 골프장의 긍정적인 이미지와 하우스 캐디의 고객서비스 질을 제고시키고 작업 능력을 향상시키고자 한다. 연구 방법은 하우스캐디 유니폼을 중심으로 문헌연구와 실증연구를 병행하였는데, 문헌연구에서는 국내 골프 산업과 골프문화, 골프장 CI 요소로서의 하우스 캐디유니폼에 대해 고찰하였고, 실증연구에서는 국내 골프장 CI와 하우스 캐디유니폼의 조형성을 분석한 다음, 골프장의 상징적 요소인 CI를 활용하여 하우스 캐디유니폼 디자인을 개발하였다.

골프장 하우스 캐디유니폼 디자인 개발을 통해 골프장의 정체성과 이미지를 제고시킴으로써 타 골프장과 차별화와 인지도를 향상시킬 뿐만 아니라 하우스 캐디에 대한 전문적이고 신뢰적인 이미지를 확보하는데 영향을 미칠 것이라 판단된다. 더불어 하우스 캐디유니폼 디자인 개발에 유용한 실증적인 기초자료로 활용될 수 있으리라 기대된다. 또한 하우스 캐디유니폼 디자인에 골프장의 정체성과 이미지를 담아냄으로써 고객들에게 심미적인 즐거움과 만족감을 전달함으로써 하우스 캐디서비스의 차별화, 고급화, 선진화를 꾀할 수 있으며, 차별화된 하우스 캐디유니폼 디자인을 통해 홍보 마케팅의 시너지 효과를 기대할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 국내 골프 산업과 골프 문화

최근 골프가 2016년 브라질 리우올림픽에서 공식종목으로 채택되면서 전 세계적으로 골프에 대한 관심이 집중되고 있다. 골프는 레저스포츠 산업 중에서 서비스 비중이 매우 높은 산업으로, 국내 골프 산업은 미국과 일본에 이어 세계적으로 세 번째로 큰 시장 규모를 자랑하고 있다. 골프인구는 1960년대 초반에는 2만 명에 불과하였으나 1998년에는 전국에 92개 회원제 골프장이 운영되면서 골프인구가 250만 명으로 늘어났고, 2012년에는 이용객 수가 2,700만 명을 넘어섰다. 이와 같이 골프인구가 증가하고 있는 결과(Ministry of Culture & Tourism, 2004)에 미루어 볼 때, 앞으로 국내 레저스포츠 중에서 골프가 큰 비중을 차지할 것임을 예상케 하며 이제는 더 이상 부유층의 전유물이 아님을 알 수 있다.

골프의 기능은 스포츠 레저, 사교 공간, 음식 제공 등의 전통적 기능과 국제적인 스포츠로서 건전한 골프를 통한 비즈니스 문화를 향상시키고, 양질의 삶을 창출하는 현대적 기능으로 분류될 수 있다. 골프의 특성은 성별, 연령, 체력, 기술의 차이에 상관없이 남녀노소 누구나 함께 즐길 수 있는 스포츠, 변화가 다양한 자연 속에서 코스를 돌면서 정신적·육체적 건강을

향상시킬 수 있는 스포츠, 기후, 지형, 몸의 컨디션 등 예상하지 않은 모든 조건을 하나하나 자신의 힘으로 극복해가는 스포츠, 판단력과 인내력을 향상시켜주는 스포츠이다(Ministry of Culture & Tourism, 2006). 최근에는 골프가 다양한 기능과 특성을 토대로 직장인들의 회식문화, 명절 가족의 놀이문화, 지인들과의 친목도모, 기업의 복지혜택 등에 활용되면서 건전한 대중스포츠로 함께 즐기는 문화로 인식되고 있다. 이런 사회적 흐름에 따라 골프장은 일정한 지불 능력과 에티켓을 갖추고 있는 고객에게 라운딩과 음식, 연회, 숙박 등 각종 레저에 관계되는 서비스를 제공할 수 있는 시설을 갖추고, 잘 훈련된 직원이 조직적으로 봉사하여, 고객들에게 즐거움뿐만 아니라 골프를 통한 비즈니스 문화를 향상 발전시킬 수 있도록 질 높은 스포츠 문화를 제공하고 있다.

이와 같이 현대사회에서 스포츠와 문화의 융합은 고부가가치를 창출할 수 있는 산업으로 발전할 수 있는 가능성이 높기 때문에 고급스포츠라는 인식전환, 고객에 대한 에티켓, 고객매너의 수준 향상 등을 토대로 올바른 골프 문화의 정착이 무엇보다도 중요하다.

2.2. 골프장 CI 요소로서의 하우스 캐디유니폼

최근 각 골프장에서는 다양한 서비스 마케팅의 일환으로 기업이 추구하는 이미지 상을 정립하고 직원들에게는 일체감과 소속감을 느끼게 하며, 고객들에게는 골프장에 대한 정체성과 친근한 이미지를 부각시키기 위해 기업 아이덴티티, 즉 CI를 구축하고 있다. CI란 그 기업만이 가진 고유의 특성과 정체성을 발굴·창조하여 그 기업의 상징적인 이미지를 만드는 일을 말하며, 대·내외적으로 기업의 상징적인 역할을 한다. CI의 형식적인 분류는 기본시스템(Basic system)과 응용시스템(Application system)으로 구분되는데, 각 기업들은 고유의 심벌마크와 로고, 컬러를 기본시스템으로 제작하고 이를 응용하여 유니폼, 광고 홍보물, 홈페이지 등에 활용하고 있으며, 유니폼은 응용시스템에 해당된다.

국내 골프장의 경우 하우스 캐디는 대부분이 자율 복장이 아닌 유니폼을 착용하고 있다. 오늘날 유니폼은 다양화, 전문화되고 있는 직업세계에서 원활한 업무수행을 위한 작업복의 기능뿐만 아니라 기업과 조직의 이미지를 심어주기 위한 홍보 목적으로도 착용되므로(Han & Park, 2005) 그 의미와 중요성은 더욱 중요해지고 있다. 특히 하우스 캐디유니폼은 작업수행을 위한 기능적이고 심미적인 측면 외에 각 기업이나 조직의 이미지 제고 및 홍보수단으로 활용되면서, 소수의 골프장에서는 경영 철학과 상징적인 이미지를 하우스 캐디유니폼 디자인에 반영하여 골프장의 특성과 이미지를 표현하고 있다.

유니폼의 기능을 하우스 캐디유니폼 디자인의 특성에 근거하여 살펴보면, 상징성, 전문성, 기능성, 심미성으로 분류할 수 있다. 하우스 캐디유니폼에 있어서 상징성은 골프장의 기업 이념과 특성, 경영자의 신념 및 근무자의 의식에도 영향을 주어 다른 골프장과 구별되는 독자적이면서 상징적인 이미지를 형성

하게 된다. 전문성은 조직의 단정하고 통일된 유니폼을 착용함으로써 조직의 전문성과 효율적인 작업 능력을 보유했다는 인상을 주게 되며, 기능성은 착용자의 업무량, 작업내용, 계절적인 문제 등을 고려하여 착용자가 움직이고 활동하는데 불편함이 없도록 디자인되어야 한다. 심미성은 착용자에게 심리적으로 미적 만족감을 줄 뿐만 아니라 보는 사람에게도 즐거움을 주는 것으로, 아름다운 옷을 착용했을 때 착용자는 만족감을 느끼게 되고, 이러한 만족감에 근거한 서비스는 고객들에게 편안함과 유쾌함을 불러일으킬 수 있다. 특히 하우스 캐디유니폼은 업무 특성을 고려하여 착용되기 때문에 기능성만큼 심미성이 높게 요구되지는 않지만 고객들과 장시간 직접적으로 대면하는 착용자가 착용한 의복은 아름다워야 하므로 심미성 또한 소홀히 생각할 수 없다. 이와 같이 하우스 캐디유니폼은 과거 단순한 작업복 개념에서 벗어나 골프장의 정체성과 이미지를 전달하는 상징적인 수단임과 동시에 하우스 캐디의 자긍심과 사명감을 높일 수 있는 전략적인 수단으로 활용되고 있다.

3. 국내 골프장 CI와 하우스 캐디유니폼의 조형성 분석

한국골프장경영협회에 따르면 2014년 1월 1일 기준으로 전국에서 운영 중인 골프장의 수는 회원제 259개, 퍼블릭 286개 소로 총 545개이다. 골프장들은 치열한 경쟁 환경 속에서 소비자의 기대에 부응하기 위해 새로운 기업 이미지 제고와 브랜드 전략사업을 추진하고 있다(Kim, 2014b). 골프 고객의 만족도에 하우스 캐디의 질적 서비스가 영향을 미친다는 점을 감안하여 하우스 캐디서비스 품질 개선을 위한 노력이 다양한 각도에서 진행되고 있으며, 이의 일환으로 하우스 캐디유니폼 디자인 개발이 추진되고 있다. 따라서 국내 골프장 CI와 하우스 캐디유니폼 디자인의 조형성을 분석하여 하우스 캐디유니폼 디자인의 실태를 살펴보고자 한다. 분석대상은 2013년 국내에서 운영 중인 전국 골프장중 영업이익 순위 1위부터 10위까지의 회원제(Table 1)와 퍼블릭(Table 2) 골프장 총 20개 골프장을 대상으로 하였으며, 유니폼 사진자료는 2014년 8월 1일부터 9월 30일까지 www.google.com, www.naver.com 등에서 춘추복을 대상으로 수집하였고, 이때 실루엣이나 색상의 차이가 있음을 감안하여 여러 장을 분석하여 명확성을 높였다.

국내 골프장의 하우스 캐디가 착용하는 유니폼은 춘·추복, 하복, 동복 등 각 계절별로 4개의 유형으로 구분하여 착용하거나, 동일 춘추복, 하복, 동복 등 3개 유형을 착용하는 경우가 일반적이다(Kim & Kim, 2011). 하우스 캐디유니폼의 조형성은 아이템, 형태, 색상, 소재를 중심으로 분석하였다. 유니폼의 구성 아이템은 원피스(one-piece), 투피스(two-piece), 쓰리피스(three-piece), 포피스(four-piece) 스타일로 구분하였고, 형태는 각 아이템에서 디자인을 결정하는데 가장 중요한 요소라고 판단되는 아이템별 길이와 포켓을 분석하였다. 유니폼의 색채 특성 분석을 위해 수집한 사진을 디지털 이미지에서 Adobe

Table 1. 2013 Sales ranking of membership golf club




















Rist	Golf course	Area	Caddie uniforms	Simbol logo	Formativeness of uniform design				
					Item	Shape	Color	Pattern	Pocket
1	Tongdo Finest Country Club	Yeongnam area			Jumper	Below hip length	B(p)	No pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	Wh	Geometry pattern	
					Hat		Wh		
2	Winchest Anseong Golf Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	R(v)/YR(Lgr)	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Ankle length	YR(Lgr)		
					Over-skirt	Thigh length	YR(Lgr)		
					Hat		R(v)	Geometry pattern	
3	Grace Country Club	Yeongnam area			Jumper	Below hip length	P(v)/ltgy	Geometry pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Below ankle length	ltgy		
					Hat		Wh/P(vp)	Geometry pattern	
3	Namboo Country Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	Y(vp)/YR(dk)	Geometry pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Ankle length	mGy/Y(Gr)	Geometry pattern	
					Hat		Wh	No pattern	
5	Bora Country Club	Yeongnam area			Vest	Hip length	B(p)/B(b)	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Below ankle length	mGy/B(b)	Geometry pattern	
					Hat		B(p)/B(b)		
5	Giheung Country Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	B(v)	No pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	ltgy		
					Hat		B(v)		
7	Winchest Seosan Golf Club	Chung cheong area			Vest	Below hip length	R(v)/R(vp)	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Below ankle length	R(vp)		
					Hat		R(v)/R(vp)	Geometry pattern	
8	Castlex Seoul	Metropolitan area			Vest	Hip length	R(v)	No pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	Bk		
					Hat		R(v)		
9	Yangju Country Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	Multicolor	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh	No pattern	
					Pants	Ankle length	R(Gr)		
					Hat		Multicolor	Geometry pattern	
10	Imperial Lake Country Club	Chung cheong area			Vest	Hip length	Y(VP)	No pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh/R(dk)	Geometry pattern	
					Pants	Below ankle length	R(dk)	No pattern	
					Hat		Y(VP)		

Table 2. 2013 Sales ranking of public golf club

Rist	Golf course	Area	Caddie uniforms	Simbol Logo	Formativeness of uniform design				
					Item	Shape	Color	Pattern	Pocket
1	Cheonan Sangnok Country Club	Chung cheong area			Vest	Hip length	R(v)	Geometry pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Bk		
					Pants	Below ankle length	R(Dp)	No pattern	
					Hat		R(v)		
2	Gyeongju Country Club	Yeongnam area			Vest	Hip length	GY(B)/PB(Dk)	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	PB(Dk)	No pattern	
					Hat		GY(B)/PB(Dk)		
3	Hidden Valley Country Club	Chung cheong area			Vest	Hip length	YR(v)/Y(v)	Geometry Pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	YR(Lgr)	No pattern	
					Hat		YR(v)/Y(v)		
3	Paekche Country Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	R(v)/Wh	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	mGy	No pattern	
					Hat		R(v)		
5	Paju Country Club	Yeongnam area			Vest	Hip length	B(v)/Wh		2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	mGy	No pattern	
					Over-skirt	Thigh length	mGy		
					Hat		B(v)		
5	Golgzone County Sunwoon Country Club	Honam area			Vest	Hip length	R(v)/Wh	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	Bk	No Pattern	
					Hat		R(v)/Wh		
7	Daeyoung Hills Country Club	Chung cheong area			Vest	Hip length	RP(B)		2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	RP(vp)	No pattern	
					Hat		RP(B)		
8	Bbearcreek Country Club	Metropolitan area			Vest	Hip length	YR(v)		2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	YR(Lgr)	No pattern	
					Hat		YR(v)/Wh		
9	East Hill Country Club	Yeongnam area			Jumper	Below hip length	B(B)/ltgy	Geometry pattern	2 Muff pocket
					T-shirt	Waist length	Wh		
					Pants	Below ankle length	Bk	No pattern	
					Hat		B(B)		
10	Leaders Country Club	Yeongnam area			Vest	Hip length	P(v)/ltgy	Geometry pattern	2 Patch pocket
					T-shirt	Waist length	ltgy		
					Pants	Below ankle length	ltgy	No pattern	
					Hat		P(v)/ltgy		

photoshop CS 5의 eyedropper tool을 이용하여 컬러 칩과 RGB 값을 추출한 다음, 각 컬러 칩의 RGB 값을 Munsell Conversion(version 9.1.1)의 HV/C값으로 변환하여 색상 데이터를 수집하였다. 수집된 색채 데이터를 먼셀의 10색상 체계와 PCCS의 12색조 분류법에 의거하여 이미지 형성에 가장 많은 영향을 미치는 메인 컬러를 중심으로 색상과 색조를 분석하였다. 소재는 실물이 아닌 사진자료를 분석하였으므로 문양을 중심으로 살펴보았는데, 그 이유는 문양은 일반적으로 조작성이 가능한 선, 공간, 형으로 이루어져 그 자체로도 시각적 효과를 낼 수 있으므로 디자인 요소로서 중요하게 취급되기 때문이다. 문양 분류는 먼저 유문(有樣)과 무문(無樣)으로 분류한 다음, 유문은 기하학문양, 동·식물문양, 자연문양으로 분류하여 분석하였으며, 직물자체의 문양뿐만 아니라 구성선에 의해 나타난 선도 문양에 포함시켰다.

하우스 캐디유니폼의 조형성을 분석한 결과, 아이템 구성은 베스트+티셔츠+팬츠 또는 점퍼+티셔츠+팬츠로 구성된 쓰리피스 스타일이 18곳으로 가장 많았고, 다음으로는 베스트+티셔츠+팬츠+오버스커트로 구성된 포피스 스타일이 2곳으로 나타났다. 유니폼 상의에서 가장 많이 착용하고 있는 베스트는 영덩이 길이가 19곳으로 가장 많았고, 서산 원체스트 CC는 영덩이 아래 길이였다. 점퍼를 착용하고 있는 곳은 3곳이었는데, 모두 영덩이 아래 길이의 점퍼를 착용하고 있었으며, 티셔츠는 모두 허리길이였다. 팬츠는 골프장 20곳 모두 약간의 여유가 있는 허벅지에서 밑단까지 일자로 떨어지는 핏(fit)으로 날씬해 보이는 스트레이트 팬츠를 착용하고 있었고, 길이는 발목아래 길이가 17곳으로 가장 많았고, 발목 길이는 3곳으로 나타났다. 원체스트 안성을 포함한 2곳에서 A라인 형태의 허벅지길이 오버스커트를 팬츠위에 착용하고 있었는데 편안한 활동을 위해 부분적으로 슬릿을 주거나 혹은 앞을 티셔츠 기능성을 높였다. 통도 파인 이스트 CC를 포함한 5곳의 골프장에서는 점퍼와 베스트의 가슴부분에 골프장을 상징하는 심볼 마크와 로고를 부착하여 기업의 정체성과 상징성을 표현하고 있었다. 모자는 자외선을 차단하기 위한 목적으로 20개 골프장 모두 창이 넓은 모자를 착용하고 있었으며, 원체스트 안성과 파주 CC에서는 용이한 수납을 목적으로 허리에 벨트백을 착용하여 수납의 기능성을 높였다. 하우스 캐디유니폼의 색상을 살펴보면, 베스트는 채도가 높은 선명한 R(v)컬러가 6곳으로 가장 많이 나타났고, 다음으로는 Y(vp)/YR(v)/B(v)컬러가 각각 2곳으로 나타났으며, B(p)/GY(b)/RP(b)/P(v)/Wh/멀티컬러는 각각 1곳으로 나타났다. 일반적으로 하우스 캐디유니폼에 많이 사용된 레드컬러는 녹색의 그라운드와 보색대비를 이뤄 필드에서 다른 컬러보다 눈에 잘 띄어 주목성이 높고, 색채특성상 선명하고 밝게 보여 명시성이 높기 때문에(Lee & Lim, 2014), 주로 녹색잔디에서 근무하는 하우스 캐디유니폼의 컬러로 매우 효과적이라 할 수 있다. 점퍼는 고체도의 B(p)/B(b)/P(v)컬러가 각각 1곳씩 나타났으며 티셔츠는 골프장 20곳 모두 Wh컬러를 착용하고 있었다. 일반적으로 색채대비가 강한 화려한 색상간의 배색에서

는 두 색채가 조화되도록 그 사이에 흰색이나 검정색 등의 무채색을 배색하면 효과적인 것처럼 티셔츠 컬러로 흰색이 가장 많이 사용된 것과 연관이 있다고 볼 수 있다. 팬츠는 mGy/R(vp)컬러 4곳, YR(Lgr)/B(b)/Bk컬러 3곳, Wh/PB(Dk)/RP(vp)컬러는 1곳으로 나타났다. 모자는 화려하고 선명한 R(v)컬러가 6곳으로 가장 많이 나타났고, 다음으로는 B(v)컬러 4곳, Wh컬러 3곳, YR(v)컬러 2곳, Y(vp)/GY(b)/RP(b)/P(v)멀티컬러는 각각 1곳으로 나타났다. 하우스 캐디유니폼의 문양을 살펴보면, 베스트는 유문은 12곳, 무문은 6곳으로 나타났으며, 유문 중에서도 기하학문에 해당하는 스트라이프 문양이 10곳, 체크 문양이 2곳으로 나타났고, 점퍼, 팬츠, 티셔츠는 모두 무문이었다. 특히 스트라이프 문양이 베스트의 암홀, 어깨, 옆선, 포켓 부분에 어두운 컬러를 배색하여 상대적으로 날씬해 보이는 효과와 가시성을 부각시키고 있었다.

4. '골프존 카운티 선운'의 하우스 캐디유니폼 디자인 개발

4.1. '골프존 카운티 선운'의 CI와 하우스 캐디유니폼 현황

'골프존 카운티 선운'은 국내 골프장 운영전문기업인 골프존 카운티에서 운영하는 골프장으로, 2013년 퍼블릭 골프장 중 매출 순위 5위를 차지한 호남권 대표 골프장중의 하나이다. 골프, IT, 문화가 결합된 차별화된 서비스로 골프장을 찾는 고객들에게 색다른 경험과 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 특히 고객들에게 임팩트 있고 가독성 높은 웹 사이트를 제공하여 고객을 배려한 UI(User Interface)가 돋보인다는 평가를 받고 있다. 또한 즐겁고 건전한 골프장 문화를 조성하기 위해 국내에서 유일하게 캐디 백일장을 개최하여 캐디로 일하면서 겪었던 감동적인 경험과 애환 등 다양한 에피소드를 발굴·소개해 골프장의 건전한 문화와 에티켓을 홍보하고 있다.

골프존 카운티의 CI(Table 3)는 골프와 IT 문화가 결합된 새로운 제품과 서비스를 창출하여 고객에게 즐거움과 유익함을 제공한다는 기업정신을 내포하고 있고, 로고마크는 IT, Golf, Culture 각각의 사업영역을 심볼릭 모티브로 활용하여 현대적이고 세련된 형태로 표현하였다("CI of Golfzone County", 2012). 메인 컬러는 첨단적이고 세계적인 기술을 상징하는 Blue를 사용하였으며, 액센트 컬러는 활력있고 에너지 넘치는 골프를 의미하는 Orange, 다양한 문화를 표현하는 Red, 그리고 IT 산업을 대표하는 Light Blue 등을 사용하여 골프존 카운티의 다이나믹하고 다채로운 이미지를 상징적으로 표현하고 있다. 또한 골프존 카운티는 국내에서 새롭고 유익한 토털골프 문화를 정착시키고 브랜드 이미지를 널리 홍보하기 위해 골프존 카운티의 CI를 하우스 캐디유니폼을 제외한 다양한 골프용품과 홍보물, 웹사이트에 적극적으로 활용하고 있다. 무엇보다도 고객들에게 노출빈도가 높은 하우스 캐디유니폼은 대내·외적으로 골프장의 정체성과 통합적인 이미지를 직접적으로 전달하는 중요한 역할을 한다. 따라서 골프존 카운티가 지향하는 미래지향

Table 3. CI of 'Golfzone County Sunwoon'

Golf course	Symbol	Logo	Color	Uniform image
Golgzone County Sunwoon			<p>Main Color</p> <ul style="list-style-type: none"> Golfzone Blue Golfzone Orange Golfzone Red Golfzone Light Blue <p>Sub Color</p> <ul style="list-style-type: none"> Golfzone Light Gray Golfzone Beige 1 Golfzone Beige 2 <p>Metallic Color</p> <ul style="list-style-type: none"> Gold Silver 	

적인 토털골프 문화 이미지를 상징적으로 전달하기 위해서는 무엇보다도 차별화된 커뮤니케이션 수단으로써 상징적이고 기능적이며, 심미적인 하우스 캐디유니폼 디자인 개발이 필수적이다.

현재 '골프존 카운티 선운'의 하우스 캐디가 착용하는 유니폼의 착용실태를 보면, 유니폼은 춘추복, 하복, 동복 등 3개의 유형을 착용하고 있었으나 본 연구에서는 4계절중 가장 활용도가 높은 춘추복을 기준으로 조사하였다. 디자인 선정은 관리자가 유니폼전문 업체의 카탈로그를 통해서 결정하고 있고, 가격대는 15만원~20만원 정도이며, 개인이 직접 세탁·관리하고 있다. 유니폼의 조형성을 보면, 아이템 구성은 베스트+티셔츠+팬츠로 구성된 쓰리피스이며, Wh컬러의 티셔츠위에 영덩이 길이의 R(v)계열 베스트를 착용하고 있고, 팬츠는 Bk컬러로 발목 아래 길이의 약간 여유가 있는 스트레이트 형태를 착용하고 있었다. 소재는 베스트는 메쉬, 티셔츠는 면혼방, 팬츠는 폴리에스테르 혼방소재를 사용하고 있었고, 문양은 베스트의 앞면 오른쪽 가슴부분에 기하학 문양이었다. 또한 기존의 하우스 캐디를 대상으로 유니폼에 대한 1:1 인터뷰 방식으로 만족도를 조사한 결과, 대부분 유니폼의 상징성과 심미성뿐만 아니라 소재의 기능성에 대해 낮은 만족도를 나타냈는데, 특히 휴대품 수납공간이 부족하고 골프클럽을 거드랑이에 끼고 다니기 때문에 거드랑이부분이 자주 손상되고 오염되어 세탁을 자주 해야 하는 불편함을 호소하였다. 이러한 실태조사와 인터뷰를 통해 조사한 만족도 결과를 토대로 골프장 카운티 선운의 하우스 캐디 유니폼 춘추복 디자인을 3가지 유형으로 제안하였으며, 디자인 기획과 개발 단계로 나눠 진행하였다.

4.2. 하우스 캐디유니폼 디자인 개발

4.2.1. 디자인 기획

하우스 캐디유니폼 디자인 개발을 위한 컨셉은 천혜의 자연 경관을 자랑하는 '골프존 카운티 선운'의 활동적이고 미래지향적인 토털골프문화 클럽의 이미지를 상징적으로 표현할 수 있도록 'Golf & Culture Communication'으로 설정하였으며, 이미지 맵은 Fig. 1과 같다.

하우스 캐디유니폼 디자인 개발 방향은 유니폼 디자인에 상징성, 기능성, 심미성을 부여하기 위해 디자인하였으며, 사계절중 가장 활용도가 높은 춘추복으로 한정하였고, 유니폼 중 기본 아이템인 땀 흡수와 배출이 용이한 쿨론(Coolon)소재의 흰색 피케 티셔츠는 통일되게 착용하므로 디자인 개발에서 제외



Fig. 1. Image map.

하였다. 또한 하우스 캐디유니폼관련 선행연구(Kim & Kim, 2011)에서 제기된 하우스 캐디들이 무늬가 없는 단색과 상하의 모두 포켓이 있는 유니폼 디자인을 가장 선호한다는 연구결과를 참조하여 디자인에 반영하였다. 즉, 상징적인 측면에서는 골프장의 CI 요소인 전용색채와 심볼을 유니폼의 컬러와 액세서리로 활용하였고, 유니폼 아이템 중 점퍼와 베스트에 라인을 장식적으로 사용하여 고객과의 커뮤니케이션을 추구한다는 기업 이념을 상징적으로 표현하였다. 색채는 시각 정보화 사회에서 정보전달 기능 이외에도 타 브랜드와의 차별화를 시키는 수단으로 작용할 뿐만 아니라 소비자들에게 쉽게 브랜드 아이덴티티를 인식시켜 브랜드 가치를 높이는데 매우 효과적으로 작용한다. 따라서 골프장의 전용색채인 PB(v), R(v), YR(v), Y(vp) 컬러를 유니폼에 사용하여 골프장의 상징성을 부각시켰고, 보색대비 배색을 통해 녹색그라운드에서도 눈에 잘 보이도록 하여 주목성과 명시성을 높였다. 또한 기존 유니폼은 골프장의 상징요소인 심벌과 로고가 유니폼에 직접적으로 프린트되어 있었는데, 이를 탈부착이 가능한 브로치로 착용할 수 있도록 하여 고급스러움과 실용성을 높였다. 기능적인 측면에서는 베스트와 원피스 드레스 위에 탈부착이 가능한 안장형태의 레이어드로 거드랑이 부분의 내구성과 오염성을 개선하였고, 효율적인 작업수행과 휴대물품 수납이 용이하도록 패치포켓을 부착하여 기능성을 높였으며, 간단한 휴대 물품을 수납할 수 있는 벨트 백을 착용시켜 작업 능률을 향상시킬 수 있도록 하였다. 또한 유니폼의 소재는 착용자가 장시간의 업무수행에 불편함이 없고 활동성을 극대화할 수 있도록 내구성과 탄성이 있는 나일론 100%, 폴리에스테르(60%)와 면(40%) 혼방소재, 폴리에스테르

- Item - Vest, Pants, Over-skirts, Belt bag
- Color - Main color: R(v)/PB(dk), Sub color: PB(dp), Accent Color: YR(vp)/R(dp)/R(dk)

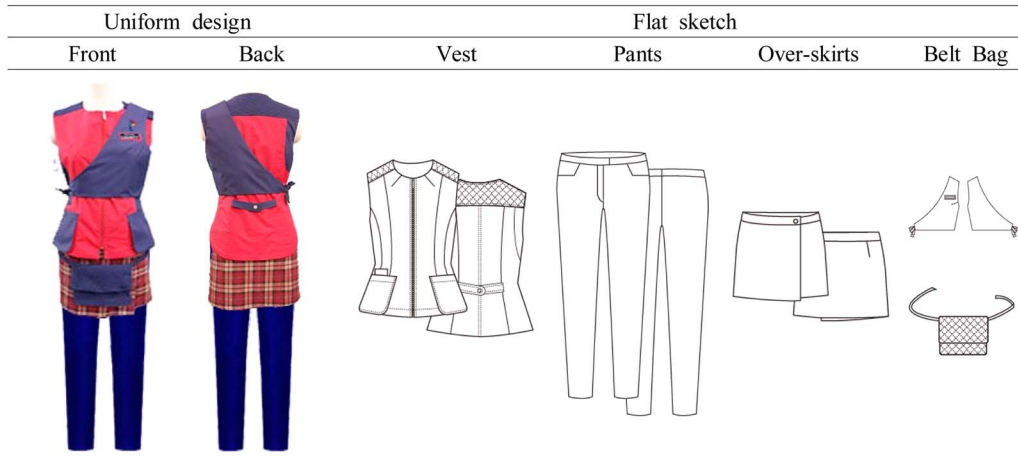


Fig. 2. House caddie uniforms design 1 & flat sketch.

(95%)와 우레탄(5%) 혼방소재 등을 사용하여 기능성을 높였다. 심미적인 측면에서는 최근 증가하고 있는 트렌드에 민감한 젊은 층과 여성 고객들에게 어필하여 고객과의 친밀도를 높일 수 있도록 세련되고 슬림한 실루엣으로 디자인하였으며, 2014~15 F/W 트렌드를 반영한 레이어드룩으로 착용자 뿐만 아니라 고객들의 심미적인 만족감을 높일 수 있도록 하였다.

4.2.2. 디자인 개발

① 하우스 캐디유니폼 디자인 1

하우스 캐디유니폼 디자인 1은 베스트, 팬츠, 오버스커트, 피케 티셔츠로 구성된 스포티한 쓰리피스 스타일이며, 전체적으로 자연스럽게 피트되는 실루엣과 선명한 컬러, 신축성 있는 기

능성 소재를 사용하였다. 베스트는 프린세스 라인, 어깨 요크, 라운드 넥라인으로 캐주얼하면서도 여성스러운 이미지를 강조하였으며, 골프장 심벌 형태의 브로치를 베스트위에 부착하도록 하여 상징성과 주목성을 높였다. 또한 베스트는 직업특성 상 앉는 자세를 자주 취해야 하므로 기능적인 부분을 고려하여 앞보다 뒤의 길이를 길게 하였고, 리페어(repair) 포켓을 포켓 위에 부착하여 수납과 사용이 편리하도록 하였으며, 허리에 벨트 백을 착용하도록 하여 기능성을 높였다. 팬츠는 슬림한 실루엣으로 앞쪽에 포켓장식을 부착하였고, 트렌드를 반영한 체크문양의 오버스커트를 팬츠위에 코디시켜 발랄하면서도 세련된 스타일링으로 심미성을 부각시켰다. 유니폼의 색채는 '골프존 카운티 선운'의 CI 전용색채인 R(v)와 PB(dk)를 배색시킨

- Item - One-piece dress, Pants
- Color - Main color: YR(vp), Sub color: PB(dp), Accent Color: YR(v)

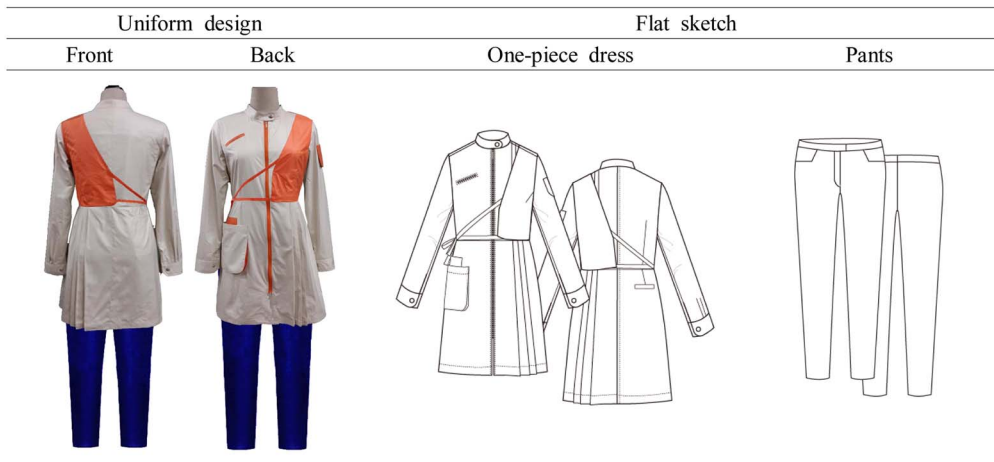


Fig. 3. House caddie uniforms design 2 & flat sketch.

베스트와 PB(dp)컬러의 팬츠, YR(vp)/R(dp)/R(dk) 컬러로 배색된 오버스커트를 코디시켜 상징성을 표현하였다. 유니폼의 소재는 약간의 신축성과 가볍고 생활방수 기능이 있는 나일론(95%)과 폴리에스테르(5%) 혼방 소재인 베스트 위에 탈부착이 가능한 안장을 레이어드로 착용하여 겨드랑이 부분의 오염성과 내구성을 개선시켰고, 포켓 안감은 뽀족한 부분이 닿아 옷감이 상하지 않도록 하기 위해 고강도의 소재를 사용하였다. 오버스커트는 폴리에스테르(60%)와 면(40%) 혼방 소재를 사용하였으며, 팬츠는 앉아있는 자세를 자주 취해야 하므로 작업능률 향상에 도움이 되도록 폴리에스테르(95%)와 폴리우레탄(5%) 혼방 소재를 사용하였다(Fig. 2).

② 하우스 캐디유니폼 디자인 2

하우스 캐디유니폼 디자인 2는 무릎길이의 단정한 A라인 실루엣의 원피스드레스와 슬림한 실루엣의 팬츠로 구성된 모던한 투피스 스타일이다. 원피스드레스는 골프존 카운티의 심벌을 응용한 브로치를 부착하였고, 캐디와 고객과의 커뮤니케이션을 상징적으로 표현하기 위해 원피스 뒷면 왼쪽에 세로로 겹쳐지도록 핀턱과 주름 디테일을 잡아 선을 표현하여 날씬하고 슬림해 보이는 실루엣으로 디자인하였다. 또한 다양한 용품을 휴대하기 쉽도록 원피스의 가슴, 소매, 스커트 부분에 넉넉한 아웃포켓을 부착시켰고, 팬츠는 슬림한 실루엣으로 앞쪽에 포켓장식을 부착시켜 기능성을 높였다. 색채는 원피스드레스는 골프존 카운티의 전용색채인 Y(vp)컬러를 메인 컬러로, YR(v)컬러를 액센트 컬러로 배색하였고, 팬츠는 골프장의 메인컬러인 PB(dp)컬러를 사용하여 상징성과 심미성을 부각시켰다. 원피스 드레스의 소재는 시레(cire)가공으로 광택과 가볍고 매끄러운 촉감을 부여한 신소재의 폴리에스테르(100%)와 메쉬(mesh) 안감을 사용하였으며, 원피스드레스 위에 동일 소재로의 안장을 레이어드로 착용하여 착탈의가 가능하게 하여 겨드랑이 부분의 오

염성과 내구성을 개선하였다. 팬츠는 폴리에스테르(95%)와 폴리우레탄(5%) 혼방 소재를 사용하여 세탁이 용이하도록 하였고, 쾌적성과 활동성을 높였다(Fig. 3).

③ 하우스 캐디유니폼 디자인 3

하우스 캐디유니폼 디자인 3은 베스트와 팬츠로 구성된 투피스 디자인으로, 엉덩이 아래 길이의 베스트와 팬츠를 코디하여 업무 수행 시 편리함과 스포티한 이미지를 표현하였다. 베스트는 지퍼 여밈과 반 하이네크라인으로 넥라인을 심플하면서도 세련되게 표현하였고, 앞·뒤 측면에 핀턱과 주름 디테일 선을 표현하여 캐디와 골프고객과의 커뮤니케이션을 상징적으로 강조하였다. 또한 베스트위에 탈부착이 가능한 안장형태의 레이어드로 겨드랑이 부분의 오염성과 내구성을 높여 기능성을 부여하였고, 휴대물품의 보관을 용이하게 하도록 베스트의 가슴, 허리, 뒷부분에 포켓을 부착하였으며, 팬츠는 슬림한 실루엣으로 앞쪽에 포켓장식을 하였다. 색채는 ‘골프존 카운티 선운’의 전용색채인 Y(vp)컬러의 베스트위에 YR(v)컬러의 레이어드로 골프장의 상징적인 이미지를 표현하였고, PB(dp)컬러의 팬츠를 배색하였다. 베스트와 팬츠의 소재는 유니폼 디자인 2와 동일하게 사용하였다(Fig. 4).

5. 결 론

최근 국내 골프산업의 증가와 함께 골프장은 고객들에게 차별화된 인적 서비스를 통해 기업의 이미지를 제고시키고 경쟁력 우위를 확보하기 위해 노력하고 있다. 이런 상황에서 기업과 조직의 이미지 제고 및 홍보 수단으로써 하우스 캐디유니폼은 기업의 정체성을 확립하고 문화적 이미지를 담아내는 중요한 수단임과 동시에 캐디들에게는 자긍심과 소속감을 높이고, 고객들에게는 쾌적한 서비스를 높이는 중요한 요소로 작용한

- Item : Vest, Pants
- Color : Main color: YR(vp), Sub color: PB(dp), Accent Color: YR(v)

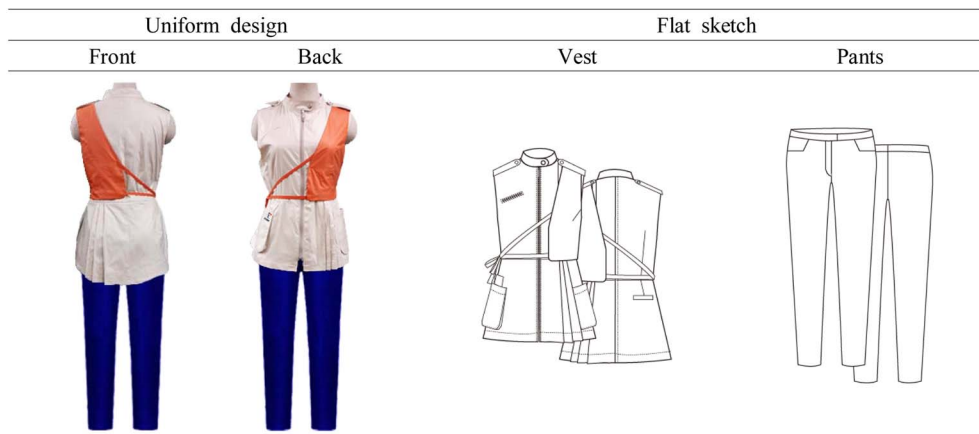


Fig. 4. House caddie uniforms design 3 & flat sketch.

다. 이에 본 연구의 목적은 국내 퍼블릭 골프장중 호남권에서 유일하게 2013년 매출순위 10위 안에 링크된 ‘골프존 카운티 선운’의 하우스 캐디유니폼 디자인을 개발하고자 하였으며, 더불어 골프장의 정체성 확립과 이미지 제고 및 호남권의 골프관광 활성화를 도모하는데 의의가 있다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 한국 골프선수들의 눈부신 활약을 통한 국민적 관심 고조, 스크린 골프장의 증가로 인해 연령이나 소득 수준에 상관없이 남녀노소 골프를 즐기는 인구가 늘어나면서 골프는 이제 단순한 스포츠가 아닌 문화를 형성하면서 대중스포츠로 자리잡아가고 있다. 따라서 골프장들은 기업의 정체성 확립과 이미지 제고를 위해 차별화된 전략으로 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 하우스 캐디유니폼 또한 골프장의 정체성과 이미지 제고의 전략적 수단으로 활용되고 있었다.

둘째, 2013년 국내 골프장중 매출순위가 10위까지의 회원제와 퍼블릭 골프장의 하우스 캐디유니폼을 중심으로 조형성을 분석한 결과, 아이템은 베스트+티셔츠+팬츠로 구성된 쓰리피스 스타일이 가장 많았다. 형태의 경우, 상의에서는 영당이 길이와 머프포켓이 달린 베스트, 영당이 아래 길이의 패치포켓이 달린 점퍼, 허리길이의 티셔츠가 가장 많았다. 하의에서는 약간의 여유가 있는 허벅지에서 밑단까지 일자로 떨어지는 핏으로 날씬해 보이는 발목아래 길이의 스트레이트 팬츠와 A라인 허벅지 길이의 오버스커트를 팬츠위에 착용하여 기능성을 높였다. 액세서리는 기능성을 고려하여 자외선이 차단되도록 짙은 모자와 휴대물품의 수납이 용이하도록 벨트 백을 착용하였다. 컬러의 경우, 베스트는 채도가 높은 선명한 R(v)컬러가 가장 많았는데, 레드컬러는 주목성이 높고 녹색의 그라운드와 보색 대비를 이뤄 필드에서 다른 컬러보다 선명하고 밝게 보여 명시성이 높아 하우스 캐디유니폼의 컬러로 매우 효과적이라 할 수 있다. 점퍼는 고채도의 B컬러, 티셔츠는 Wh컬러, 팬츠는 mGy/R(v)컬러, 모자는 R(v)컬러가 가장 많이 나타났으며, 일반적으로 화려한 색상간의 배색시에는 두 색채가 조화되도록 그 사이에 흰색이나 검정색 등의 무채색을 배색하면 효과적인 것처럼 티셔츠와 팬츠에 무채색이 많이 사용되었다. 문양의 경우, 베스트와 점퍼는 기하학문에 해당하는 스트라이프 문양이 가장 많았으며, 베스트의 암홀, 어깨, 옆선, 포켓 부분에 어두운 컬러로 배색하여 상대적으로 날씬해 보이는 효과와 가시성을 부각시켰다. 대부분의 하우스 캐디유니폼은 장식적인 요소 없이 심플하고 단정한 베스트나 점퍼에 칼라나 포켓 디테일에 액센트 컬러를 가미한 디자인으로 주목성을 높였고 기능성을 고려하여 모자와 오버스커트, 벨트백을 착용하고 있었으나 어디에서나 볼 수 있는 일률적인 디자인이 대부분이며 골프장의 정체성과 이미지를 표현하기에는 미흡하다고 할 수 있다.

셋째, ‘골프존 카운티 선운’의 하우스 캐디유니폼 디자인을 분석한 결과, 골프장의 정체성을 표현할 수 있는 상징요소인 심볼과 로고가 유니폼에 직접적으로 프린트되어 고급스러움이 떨어지고 유니폼 색채 또한 전용색채인 Blue, Orange, Red 컬러

와는 연관성이 없는 White, Red, Black 컬러로 골프장의 통합적인 이미지를 전달하지 못하고 있다. 이러한 하우스 캐디유니폼의 문제점을 해결하고 기업의 정체성과 IT 문화가 결합된 골프장의 이미지를 표현한 하우스 캐디유니폼 디자인을 개발하였다. 개발 컨셉은 ‘Golf & Culture Communication’이며, 활용도가 높은 춘추복 여자 유니폼디자인으로 한정하였다. 하우스 캐디유니폼 디자인 1은 베스트에 심벌의 형태를 응용한 브로치를 부착하여 정체성과 상징성을 표현하였으며, ‘골프존 카운티 선운’의 전용색채인 PB(dk)와 R(v)를 배색하여 주목성과 명시도를 높였고, PB(dp)컬러 팬츠위에 YR(vp)/R(dp)/R(dk) 컬러의 체크문양이 있는 오버스커트를 코디시켜 스타일링하였다. 또한 베스트 위에 안장형태의 레이어드와 리페어 포켓, 벨트 백을 착용하도록 하여 기능성을 높였으며, 트렌드를 반영한 체크문양과 가로선과 세로선이 대칭되는 사선으로 심미성을 부각시켰다. 유니폼의 소재는 약간의 신축성과 가볍고 생활방수 기능이 있는 나일론(95%)과 폴리에스테르(5%) 혼방 소재인 베스트 위에 탈부착이 가능한 안장형태의 동일 소재 레이어드로 겨드랑이 부분의 오염성과 내구성을 개선시켰고, 오버스커트는 폴리에스테르(60%)와 면(40%) 혼방소재를, 팬츠는 폴리에스테르(95%)와 폴리우레탄(5%) 혼방소재를 사용하여 기능성을 높였다. 하우스 캐디유니폼 디자인 2는 무릎길이의 단정한 A라인 실루엣을 기본으로 한 원피스드레스 디자인으로, ‘골프존 카운티 선운’의 전용색인 Y(vp)컬러를 메인 컬러, YR(v)컬러를 액센트 컬러로 사용한 원피스에 PB(dp)컬러 팬츠를 코디시켰으며, 심벌의 형태를 응용한 브로치를 부착하여 ‘골프존 카운티 선운’의 정체성과 상징성을 표현하였다. 또한 하우스 캐디와 고객과의 커뮤니케이션을 상징적으로 표현하기 위해 원피스 뒷면 왼쪽에 세로로 겹쳐지도록 핀턱과 주름 디테일을 잡아 선을 표현하여 날씬하고 세련된 느낌을 주도록 하였다. 넉넉한 아웃포켓을 부착시켜 기능성을 높였고, 슬림해 보이는 실루엣과 세련된 컬러배색으로 심미성을 높였다. 원피스 드레스의 소재는 시레가공으로 광택과 가볍고 매끄러운 촉감을 부여한 신소재의 폴리에스테르(100%)와 메쉬(mesh) 안감을 사용하였으며, 팬츠는 폴리에스테르(95%)와 폴리우레탄(5%) 혼방소재를 사용하여 세탁이 용이하도록 하였고, 쾌적성과 활동성을 높였다. 하우스 캐디유니폼 디자인 3은 영당이 아래 길이의 단정한 실루엣을 기본으로 Y(vp)컬러의 베스트에 PB(dp)컬러의 팬츠를 착용할 수 있도록 스타일링 하여 상징성을 표현하였다. 베스트와 팬츠의 소재는 하우스 캐디 유니폼디자인 2와 동일하게 사용하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 골프장의 기업 이념과 이미지를 상징적으로 표현하고 있는 하우스 캐디유니폼은 골프장의 서비스 품질에 영향을 미치는 중요한 요인이자, 이미지 강화 수단으로 작용할 수 있을 것이다. 따라서 본 연구는 향후 하우스 캐디유니폼 디자인 개발을 위한 실증적인 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 사료된다. 연구의 제한점은 하우스 캐디유니폼의 조형성 분석을 사진자료를 분석하여 소재 부분에 대한 명확한 분석이 이루어지지 않았으며, 하우스 캐디와 관리자들에 대

상으로 착의 평가 실태와 만족도를 조사하지 않았다는데 있다. 후속연구에서는 본 연구에서 개발한 ‘골프존 카운티 선운’의 하우스 캐디유니폼 디자인을 골프장 관리자와 협의하여 유니폼을 적용할 필요가 있다고 판단될 시 관리자와 착용자, 고객을 대상으로 착의 평가와 만족도 조사를 실시한 다음, 수정과 보완을 통해 보다 더 신뢰성 있고 체계적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

감사의 글

이 논문은 2015년도 광주대학교 연구진흥금 지원에 의해 수행되었음.

References

- Choi, B. A. (2009). The analysis of caddy service preference on demographic characteristics of golf customers. *Korean Journal of Sport Management*, 14(1), 83-95.
- Choi, Y. M., & Kim, K. (2013). A study on the development of golf course caddies' duty complaint scales. *The Korean Journal of Sport Science*, 22(1), 199-215.
- ‘CI of Golfzone County’. (2012, March 1). Golfzone County. Retrieved June 21, 2014, from <http://www.golfzoncounty.com/main?T=1>
- Kim, D. J. (2014a, October). The crisis of golf courses and its solutions. *Golf Guide*, 103.
- Kim, N. E. (2014b, July 28). Promising business in Korea is golf, not K-pop. *Etoday*. Retrieved April 11, 2014, from <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=957819>
- Kim, S. Y. (2007). The study on caddies' satisfaction and preference on their uniforms: Bounded by Jeonnam area in South Korea. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(8), 24-36.
- Kim, S. Y., & Kim, M. H. (2011). A study on a proposal for smart uniforms for caddies at golf courses, including a study of prototypes. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(3), 111-121.
- Kim, Y. J. (2003). *A study of the participation factors and satisfaction degrees of indoor golf range members*. Unpublished master's thesis, Kyunghee University, Seoul.
- Kwon, M. W., & Oh, M. W. (2007). The effects of service quality on the Customer satisfaction and repurchase intention in the Jeju golf clubs. *Journal of the Exercise and Sport Science*, 13(1), 1-11.
- Han, Y. H., & Park, M. H. (2005). The Plasticity of uniform design (Part I). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(5), 649-661.
- Hong, S. A. (2012). *A study on the relation with customer satisfaction, customer loyalty, and revisit by the qualities of caddy services in golf courses*. Unpublished doctoral dissertation, Mokpo National University, Mokpo.
- Hwang, I. S. (2014). Luxury golf course leading a new leisure culture. *NewsMaker*. Retrieved May 21, 2014, from <http://www.newsmaker.or.kr/news/articleView.html?idxno=4802>
- Lee, M. S., & Lim, S. M. (2014). A comparative study on the color features and images of professional football uniforms in Korea and foreign leagues. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(3), 108-125. doi:10.7233.2014.64.3.108
- Lee, S. H., Yu, B. I., Jin, Y. W., & Kwak, I. S. (2005). Analysis on leisure satisfaction according to lifestyle of golf participants. *Korea Sport Research*, 16(4), 75-84.
- Ministry of Culture & Tourism. (2004). *Predicting demand of domestic golf course*. Korea: Ministry of Culture & Tourism.
- Ministry of Culture & Tourism. (2006). *Predicting demand of domestic golf course*. Korea: Ministry of Culture & Tourism.
- Mun, B. I., Kim, J. P., & Park, I. R. (2013). Analysis of the relationship between perceived choosing commercial and customer commitment satisfaction, and royalty in franchise screen golf club users. *Korean Society of Golf Studies*, 7(1), 65-74.
- Park, S. C. (2011). *The effect of golf club users' perceived Images towards a caddie on the level of service satisfaction*. Unpublished master's thesis, Yong-in University, Yongin.
- Roh, D. Y., Park, C. S., & Kim, T. I. (2011). The relationship among caddies service quality, customer value and customer satisfaction. *The Korea Journal of Sports Science*, 20(3), 683-694.
- Son, C. W. (2012). *A study on relationships among the career management of caddies and organizational commitment: An examination of the mediating role of perceived organizational support*. Unpublished master's thesis, Yeungnam University, Gyeongsan.
- Song, S. W. (2012). *Influence of service level and service quality of caddy in golf course on customer's golf satisfaction and purchase behavior*. Unpublished doctoral dissertation, Daegu University, Daegu.

(Received 12 January 2015; 1st Revised 25 February 2015; 2nd Revised 20 May 2015; Accepted 20 June 2015)