래시가드의 소비자 구매행동 조사

윤율겸 · 이명희

부경대학교 패션디자인학과

The Study of Consumer Buying Behavior on Rash Guard

Yuol-Geom Yun and Myung-Hee Lee

Dept. of Fashion Design, Pukyong National University, Busan, Korea

Abstract : The purpose of this study was to investigate the consumer buying behavior on rash guard for marine sports. Survey data collected from 105 men in activities of marin sports were analyzed by descriptive statistics, chi-square test, correlation analysis. The results of this study were as follows. First, the age showed a positive correlation in activity carrier. The 64.8% of subject enjoyed primarily the marin windsurfing sport. Second, the buying place was different according to the age group and activity carrier. Domestic brands were lower preference than foreign brands. And there was difference between the domestic and foreign brands in design and wearable sense. The coordinates of rash guard were to pursuit the overall beauty, considering the functional and physical protection. Therefore, it is necessary for the domestic brands to develop the products competing with the foreign brands.

Key words: Rash Guard, Comsumer buying behavior, Marine Sports

1. 서 론

2004년부터 주5일 근무제가 시행되었으며, 2008년 7월 1일부터는 50인 이상 사업장에도 주5일 근무제가 확대 시행되어 여가시간이 증가하고, 국민소득 향상으로 삶의 질 향상을 가져왔다(대한레저스포츠협의회에서 재인용, 2008). 이에 따라 여가와 휴식, 관광, 스포츠 등에 관한 욕구가 증가하여 스키, 골프 등에 이어 국내에서 즐길 수 있는 새로운 레저로서 해양레저스포츠에 대한 국민들의 관심이 점점 높아지고 있는 실정이다. 우리나라는 3면이 바다이며 해안선의 길이만 하더라도 해양스포츠의 선진국이라고 불리는 프랑스(7,820 km), 이탈리아(5,050 km)보다 훨씬 넓은 남북으로 12,800 km에 이르는 해안의 구조로 해양스포츠 활성화에 풍부한 자연적 환경을 이루고 있다. 이러한 천혜의 환경과 더불어 여가활동의 형태가 해양의 다양한 자원을 체험하고 스포츠를 즐기려는 해양 활동경향으로 변화하는 세계적 추세에 따라 우리나라도 해양레저스포츠의 수요가 크게 늘어날 것으로 전망된다(이진모, 2009).

해양스포츠는 계절적 요인 및 날씨와 장소에 따른 제한 등으로 여름에만 즐길 수 있는 스포츠가 아닌 사계절을 통해 즐기도록 하는 인구와 연령층에도 다양하게 분포되어 가고 있는

며, 개인의 삶을 위해 에너지와 즐거움을 제공하며 스트레스를 해소하고 건강과 기쁨을 향상시킨다. 해양레저스포츠는 경제적, 교육적, 여가 문화적 등 해양스포츠 활동을 통한 긍정적인 효과와 가치를 지니고 있다는 점에서 해양레저스포츠의 참가소비 형태는 다양해질 것임이(남동현, 2003), 스포츠레저웨어에 대한 소비자의 관심과 욕구 역시 늘어가는 추세이다. 해양 레저스포츠의 저변확대와 참여소비가 최근 늘어나고 있는 가운데 다양한 참여자 욕구를 만족시킬 수 있는 세분화된 소비형태를 얼마나 이해하고 있는지는 해양 레저스포츠 활성화 및 대중화를 위한 매우 중요한 자료로 활용되고 있다(황철상, 이정학, 2007).

해양스포츠웨어에 관한 소비자 조사는 수영복의 유형과 연령 및 성별 세분화에 따른 연구(김나영 외, 2008; 남기묘, 2002; 임병리, 2000; 정해선, 2003)와 스킨스쿠버복(최진희, 정진아, 2009) 등에서 이루어졌고, 수영복을 제외한 아이টে에 대해서는 연구가 미미한 실정이다.

일부 마니아뿐만 아니라 모든 연령대가 즐기는 해양 스포츠를 물에서 즐기는 스포츠라 해서 일반 수영복만 착용해도 될 거란 생각은 금물이다. 물과의 격렬한 마찰에 의한 피부 손상과 타박상이나 로프로 인한 상해화상, 그리고 일광화상 등에 각별한 주의가 요구된다(“자외선, 접근 마”, 2009). 해양 스포츠 활동의 안전을 위해 착용하는 래시가드는 자외선 차단과 더불어 흡한 속건 및 체온조절 등의 기능성을 갖춘 스포츠웨어이다.

따라서 본 연구에서는 래시가드의 용도와 특성, 생산 및 유통현황, 디자인 등의 제품현황을 알아보고, 소비자 조사를 통해

Corresponding author; Myung-Hee Lee
Tel. +82-51-629-5365, Fax. +82-51-629-5354
E-mail: leemh@pknu.ac.kr

여 래시가드 착용자의 일반적 특성 및 해양스포츠 활동 현황, 그리고 구매 선호도를 분석하여 래시가드 소비자에 대한 기초 자료를 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 래시가드의 용도 및 특성

래시가드는 스판덱스와 나일론 또는 폴리에스테르로 만들어진 기능성 운동 셔츠 형식의 스포츠웨어를 말한다.

래시가드는 수영, 서핑, 스쿠바 다이빙, 스노클링, 웨이크보드, 바다서핑, 서핑, 윈드서핑 그리고 카약 등 해양스포츠를 할 때, 극한의 더운 날씨로부터 피부를 보호하기 위하여 착용한다(“Rash guard”, 2010).

래시가드는 물의 저항을 덜 받아 물 속에서도 움직임이 자유롭도록 제작돼 신체 컨디션을 최상으로 유지시켜줄 뿐만 아니라 장시간으로 인한 급격한 체온저하 현상을 막아주는 효과

도 있다. 또한 안전을 위해 착용하는 구멍조끼로 인해 생기는 겨드랑이와 어깨, 허리 부위의 피부 쓸림 현상도 막아주며(“자외선, 접근마”, 2009), 한 여름이나 수온이 높을 때는 라이크라 스판 소재로 더 활동성이 높고 자외선 UV차단과 뛰어난 신축성과 빠른 건조로 전문적인 해양 스포츠에 적합하며 수영복과 같은 소재로 몸에 꼭 맞게 타이트한 착용이 필요하다.

2.2. 래시가드의 생산 및 유통현황

래시가드(Rash Guard)를 생산하는 브랜드의 유형에 따라 내셔널브랜드인 NB (National Brand), 국외에서 로열티를 지불하고 수입하는 라이선스 브랜드인 LB (License Brand)와 해외구매대행을 통한 직수입 브랜드로 나누어 Table 1과 같이 래시가드 브랜드 생산 및 유통 일반 현황을 볼 수 있다.

현재 생산 유통되어지는 래시가드 제품은 라이선스 브랜드와 직수입 브랜드가 국내자체 생산이나 OEM에 의한 내셔널브랜드보다 다양하며, 유통되는 가격 역시 로열티를 지불하는 라

Table 1. 래시가드 브랜드 생산 및 유통 일반현황

유형	브랜드명	생산형태	유통가격	유통시장	상품구성
내셔널 브랜드 (NB)	ZETES	국내자체	26,800~29,800	인터넷,할인점	수영,피트니스
	Rally	국내자체	40,000	인터넷,직영점	수영,피트니스
	NIXONE	국내자체	69,000~85,000	인터넷	수상스포츠
	Sugapoint	국내자체	69,000~198,000	인터넷,멀티숍	웨이크보드
	S.T.L	국내자체	95,000	인터넷,직영점	웨이크보드
	Superfeaturing	OEM	14,500~49,000	인터넷,도매점	수영,피트니스
	IBIS	OEM	42,000	인터넷,도매점	수중스포츠
	Badagang	OEM	54,000	인터넷,도매점	수중스포츠
라이선스 브랜드 (LB)	Mobby's	로열티	35,000~40,000	인터넷	수상스포츠
	Mares	로열티	35,000~50,000	인터넷,도매점	수중스포츠
	Neilpryde	로열티	35,000~160,000	인터넷,도매점	수상스포츠
	Pinnacle	로열티	40,000	인터넷,도매점	수상스포츠
	Cressi sub	로열티	42,000~50,000	인터넷,도매점	수중스포츠
	Dive giant	로열티	45,000	인터넷,직영점	수중스포츠
	Beuchat	로열티	45,000~170,000	인터넷,직영점	수상스포츠
	Dive gear	로열티	60,000~120,000	인터넷,도매점	수상스포츠
	Bodyglove	로열티	70,000~140,000	인터넷,도매점	수중스포츠
	Watermove	로열티	72,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠
	O'Neill	로열티	88,000~108,000	인터넷,백화점	수상스포츠
	Billabong	로열티	94,000~148,000	직영점,백화점	익스트림
직수입 브랜드	Reef	해외구매	33,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠
	Spiderflex	해외구매	72,000~75,000	인터넷	수영,피트니스
	J-fish	해외구매	72,000~170,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠
	Quiksilver	해외구매	99,000~109,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠
	Roxy	해외구매	99,000~109,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠
	Ripcurl	해외구매	99,000~118,000	인터넷,멀티숍	수상스포츠

<http://leisurepro.co.kr> <http://www.allfin.co.kr> <http://www.diversmall.com> <http://www.kingsports2001.com>
<http://www.leposhop.com> <http://www.roxygirl.tv>

이센스 브랜드와 해외 직수입 브랜드에 비해 내셔널 브랜드가 상당히 낮은 가격으로 형성되어져 있다. 그리고 래시가드 브랜드 대부분 온라인상에 시장이 형성되어 있으며, 브랜드에 따라서 할인점, 직영점, 도매점, 멀티숍 등에서의 판매체계를 갖추고 있다.

브랜드별로 상품 구성 전개 방향의 특성을 수영·휘트니스, 수상스포츠, 수중스포츠, 익스트림스포츠 4가지로 나누어 살펴보면 대체적으로 라이선스 브랜드에서 수상스포츠의 상품구성 비중을 크게 자리 잡고 있으며, 내셔널 브랜드 중에서도 웨이크보드 구성군은 가격이 중고가에 속하며, 또한 수영, 피트니스에 속하는 제품은 국내 자체 생산으로 인하여 저렴한 가격대로 전개 되었다. 그러므로 국내 제품의 브랜드 개발과 유통시장의

확대, 뛰어난 디자인, 기능성, 소재 등이 해외 제품보다 많은 개발이 요구됨을 알 수 있다.

2.3. 래시가드의 디자인

수상스포츠나 수중스포츠를 즐길 때에 가장 중요시해야 할 요소가 계절과 수온 상태에 따라 체온 보호와 자외선 차단 및 활동성이다. 수상스포츠의 종목으로 분류되어진 수상보드나 윈드서핑, 카누 및 카약, 요트, 카이트 보딩, 수상 오토바이에서의 래시가드 유형을 살펴보면 수온이 높을 때에는 개인의 패션 디자인 취향과 개성을 살리면서 몸의 움직임에 자유롭고 활동성에 지장이 없는 얇은 래시가드를 착용하는 것으로 나타난다. 또한 가을철과 같은 수온으로부터 체온을 많이 빼앗길 때는 좀

Table 2. 해양스포츠 종목별 래시가드 유형

구분	종목	착용모습	래시가드 유형		
수상 스포츠	수상보드
	윈드서핑
	카누 및 카약
	요트
	카이트 보딩
	수상 오토바이
수중 스포츠	스킨 스쿠버

<http://www.neilpryde.com> <http://www.ripcurl.com> <http://www.henrilloyd.com> <http://www.marseseoul.com> <http://www.bodyglove.com>
<http://www.musto.com> <http://shop.nykayak.com> <http://www.oneill.com>

더 보온성을 요구하므로 이때는 네오프린(neoprene) 합성고무 소재로 만들어진 래시가드를 착용함으로써 물의 열전도에 의한 체온 저하를 막아주는 효과가 있다. 스킨스쿠버와 같은 수중스포츠에서의 래시가드는 다이빙 하러 배를 타고 10~20분 바다로 나갈 때나 웨트슈트(wet suit) 알레르기가 있는 사람들이나 수중에서의 체온유지 할 경우 웨트슈트 안에 받쳐 입는 용도로 사용하기도 한다. 또한 수중에서 헌팅(hunting) 스킨 다이빙을 즐기기 위해 카모(camo) 래시가드를 착용함으로써 바다 속 해양 생물의 위협요소들로부터 자신을 위장하기도 하며, 가슴부분에 고무패드를 부착되어 신체 보호 기능을 가지기도 한다. Table 2는 해양스포츠 종목별 래시가드 유형을 나타낸 것이다. 래시가드의 디자인은 후드긴팔, 긴팔, 반팔의 유형이었다.

래시가드는 원단에 자외선 차단으로 태양보호지수(SPF50+)를 부여하여 피부를 보호하며, 무 시접 봉제 방식으로서 절개 부분에 적용하여 불필요한 근육의 움직임을 잡아 신체 컨디션을 최상으로 유지해 과격한 활동에도 피부에 자극을 주지 않도록 봉제라인이 형성되어있다. 그리고 인체공학, 안전성 및 착용자의 쾌적성이 고려되어 신체의 굴곡을 따라 거드랑이 밀, 어깨부분의 구부러지는 관절부위는 주로 인체공학적으로 재단되며, 신축성 측면 패널이나 어깨위의 솔기 대신에 목선에서 거드랑이까지 솔기가 이어지는 래글런 스타일의 소매로 실용적으로 팔의 움직임을 최대한 자유롭게 하는 방법으로 구성된다.

3. 연구 방법

3.1. 조사방법 및 자료수집

본 연구에서는 해양스포츠웨어 중 래시가드 착용자의 일반적 특성 및 해양스포츠 활동 현황 그리고 구매 선호도조사를 설문지법으로 실시하였다.

설문조사는 서울, 강원도, 광주, 전라도, 울산, 부산, 제주도 지역에서 해양스포츠를 활발하게 즐기는 동호회, 업체, 일반인 가운데 래시가드를 직접 구입해 입고 해양 스포츠를 즐긴 경험이 있는 소비자를 대상으로 2010년 3월 12일에서 4월 12일에 걸쳐 행해졌다. 설문지는 180부를 배포하여 168부를 회수하였으나 불성실한 응답 및 미기입 설문지를 제외하고 유효 표본으

Table 3. 래시가드 소비자 설문 문항

조사 항목	조사 내용	문항수
일반적 특성	성별, 연령, 학력, 직업, 월수입, 시군별 해양스포츠 의복 지출비	6
해양스포츠 활동현황	해양스포츠 경력 연간 해양스포츠 활동일수 해양스포츠 종목	3
구매 선호도	래시가드 구입경로, 브랜드선호 구입시 선택기준 및 비용 선호 색상 및 코디형태	9
계		18

로 122부를 얻었으며, 이들 유효 자료는 남자 105명, 여자 17명으로 남녀 분포가 극심한 비대칭으로 나타나서 본 연구에서는 남자 105명의 자료를 연구대상으로 하였다.

3.2. 설문 문항 및 자료 분석

설문 문항은 선행 연구(김나영 외, 2008; 김문영, 2005; 남기묘, 2002)를 참고하여 수정 보완하여 완성하였으며, 그 문항 구성은 Table 3과 같다.

설문 문항은 일반적 특성 6문항과 해양스포츠 참여현황 3문항, 그리고 래시가드 선호도 관련 9문항의 총 18문항으로 구성하였다. 래시가드 소비자의 일반적 특성과 해양스포츠 참여현황은 명명척도로 측정하여 빈도 및 교차분석을 실시하였다. 래시가드 구매 선호도에서 구입 시 선택기준은 서열척도로 측정하였으며, 그 외의 문항은 명명척도로 측정하여 선호경향을 분석하였다. 자료 분석에는 SPSS WIN 10.0을 사용하였다.

Table 4. 조사대상자의 일반적 특성

변 수	구 분	빈도수 (%)
연 령	20대 이하	38 (36.2)
	30대	36 (34.3)
	40대 이상	31 (29.5)
	소계	105 (100.0)
학 력	고등학교 이하	19 (18.1)
	대학교	74 (70.5)
	대학원 이상	12 (11.4)
	소계	105 (100.0)
직 업	사무/관리직	10 (9.5)
	판매/서비스	6 (5.7)
	전문직	27 (25.7)
	기술/생산직	9 (8.6)
	학생	29 (27.6)
	공무원	3 (2.9)
	프리랜서	2 (1.9)
	자영업	17 (16.2)
	기타	2 (1.9)
	소계	105 (100.0)
월수입	100만원 미만	29 (27.6)
	100-200만원	11 (10.5)
	200-300만원	31 (29.5)
	300-400만원	13 (12.4)
	400-500만원	11 (10.5)
	500-600만원	4 (3.8)
	600만원 이상	6 (5.7)
	소계	105 (100.0)
시군별 의복 지출비	10만원 미만	20 (19.0)
	10-20만원	32 (30.5)
	20-30만원	26 (24.8)
	30-40만원	10 (9.5)
	40-50만원	6 (5.7)
	50만원 이상	11 (10.5)
	소계	105 (100.0)

4. 연구 결과

4.1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 Table 4와 같다. 조사대상자의 연령은 '20대 이하' 36.2%, '30대' 34.3%, '40대 이상' 29.5%의 빈도를 나타내었고, 학력은 '고등학교 이하' 18.1%, '대학교' 70.5%, '대학원 이상' 11.4%의 빈도를 나타내었다. 직업은 '학생' 27.6%, '전문직' 25.7%로 빈도가 높게 나타났으며, '자영업' 16.2%, '사무/관리직' 9.5%, '기술/생산직' 8.6%, '판매/서비스' 5.7%, '공무원' 2.9%, '프리랜스', '기타' 각 1.9%의 빈도를 나타내었다. 월수입은 '200-300만원' 29.5%, '100만원 미만' 27.6%로 빈도가 높게 나타났으며, '300-400만원' 12.4%, '100-200만원', '400-500만원' 각 10.5%, '500-600만원' 3.8%, '600만원 이상' 5.7%의 빈도를 나타내었다. 시즌별 의복 지출비는 '10-20만원'을 지출한다는 응답이 30.5%로 가장 많았고, '20-30만원'이 24.8%, '10만원 미만'이 19.0%, '50만원 이상'이 10.5%, '30-40만원'이 9.5%, '40-50만원'이 5.7%의 빈도순으로 나타났다. 해양스포츠를 위한 시즌별 의복비 지출이 30만원 이상인 조사대상자가 25.7%로 높은 빈도를 나타내었다.

4.2. 해양스포츠 활동 현황

4.2.1. 해양스포츠 경력 및 연간 활동일수

해양스포츠 경력은 '3년 이하'가 35.2%, '4년-7년'이 25.8%, '8년 이상'이 39.0%의 빈도분포로 나타났다. 연령대별 해양스포츠 활동경력분포를 나타낸 결과는 Fig. 1과 같다. 20대 이하 그룹은 활동 경력 3년 이하가 높은 빈도를 나타낸 반면에 연령이 높아질수록 해양 스포츠를 즐기는 경력이 높게 나타났다. 이는 '20대 이하'는 해양스포츠를 시작하는 소비자 집단이며, '40대 이상'은 높은 경력의 전문가 수준집단임이라 하겠다.

연간 활동일수는 '14일 이하'가 12.4%, '15-29일'이 19.0%, '30일 이상'이 68.6%의 빈도분포로서, 연구대상의 68.6%가 연간 30일 이상 해양스포츠를 즐기는 것으로 나타났다. 연간 해양스포츠활동 일수별 연령집단 간 차이를 비교한 결과는 Fig. 2와 같다. 연간 해양스포츠활동 일수는 모든 연령 집단에서 '30일 이상'이 가장 높은 빈도로 나타났다. 이는 Table 5와 같이 해양스포츠를 필요로 하는 소비자 집단의 활동경력이 증가함에

Fig. 1. 연령대별 해양스포츠 활동경력 분포

Fig. 2. 연령대별 연간 해양스포츠 활동일수분포

Table 5. 활동 경력과 일수 간 상관 계수

연령대	활동경력	활동일수
20대 이하		.510 **
30대		.425 **
40대 이상		.516 **

** $p < .01$

따라 활동일수도 증가함으로써, 그 소비빈도가 높아지게 될 것임을 예상할 수 있는 결과로 사료된다.

4.2.2. 주요 활동 해양스포츠 종목

조사대상자의 주요 활동 해양스포츠 종목을 살펴본 결과는 Fig. 3과 같다. 조사대상자가 많이 즐기는 해양스포츠는 '윈드서핑'으로 조사대상자의 64.8%가 활동하고 있었으며, '요트' 23.8%, '수상스키' 22.9%의 빈도를 나타내었다. 그리고 '제트스키' 19.0%, '웨이크보드' 17.1%, '서핑' 16.2%, '카약 및 카누' 13.3%, '카이트보딩' 6.7%, '철인3종' 2.9%, '기타' 23.8%로 나타났다.

이러한 해양스포츠 종목에 대한 조사대상자의 활동 빈도를 살펴본 결과, 1종목만 참여하는 조사대상자는 45명으로 가장 높게 나타났으며, 2종목이 24명, 3종목이 20명, 4종목이 13명, 5종목 이상이 3명으로 나타났다.

4.3. 구매 선호도

4.3.1. 래시가드 구입경로

연령에 따른 래시가드 구입경로에 대한 차이를 분석한 결과 (Table 6), 연령집단 간에 서로 다른 구입경로를 가지는 것으로 나타났다. 20대 이하의 '인터넷 구입' 빈도가 매우 높았으며, 30대는 '상점 구입' 빈도가 매우 높게 나타났다. 활동경력이 많은 40대 이상은 구입경로가 다양한 가운데 '인터넷 구입', '동호회' 등이 상대적으로 높은 빈도를 나타내었다. 그리고 래시가드 구입경로에 따른 활동경력도 Table 7과 같이 유의한 차이를 나타내었다. 인터넷 구입은 웹에 친숙한 20대와 제품의 특성을 알고 있는 활동경력이 높은 소비자가 선호하는 것으로 나타났으며, 상점 방문은 30대와 활동경력이 높은 소비자의 빈도

Table 6. 연령에 따른 래시가드 구입경로

구입경로	20대이하	30대	40대이상	합 계
인 터 넷	21	8	8	37
카 다 록	2	2	5	9
상점방문	3	18	6	27
주변인물	8	3	3	14
동 호 회	2	4	8	14
기 타	2	1	1	4
합 계	38	36	31	105

$$\chi^2=31.838^{***}$$

*** $P<.001$

Table 7. 활동경력에 따른 래시가드 구입경로

구입경로	3년이하	4~6년	7년이상	합 계
인 터 넷	19	2	16	37
카 다 록	1	3	5	9
상점방문	7	6	14	27
주변인물	8	5	1	14
동 호 회	1	4	9	14
기 타	1	0	3	4
합 계	37	20	48	105

$$\chi^2=25.057^{**}$$

** $P<.01$

가 높게 나타났다. 주변인물을 통한 구입은 활동경력이 낮은 소비자의 빈도가 높았으며, 동호회를 통한 구입은 활동경력이 높은 소비자의 빈도가 높게 나타났다.

4.3.2. 래시가드 브랜드 선호

국내브랜드와 국외브랜드 중 선호하는 것을 빈도 분석한 결과 전체적으로 ‘국외브랜드’를 선호한다는 응답이 연령별로 50% 이상이 나왔으며 30대가 68.3%로 높았으며 기타의 국내외 브랜드의 선택이 20대는 4.1%, 30대는 12.2%, 40대는 18.8%로 40대로 갈수록 브랜드 선호도는 줄어드는 것으로 나타났다. 따라서 국내브랜드는 국외브랜드에 맞서 제품 개발 필요성을 역시 알 수 있었다(Fig. 4).

래시가드의 국내외 9개 브랜드 가운데 가장 선호하는 브랜드를 연령대별로 분석한 결과는 Fig. 5와 같다. 국내외 브랜드 가운데 가장 선호하는 브랜드는 ‘NeilPride’로 나타났으며 ‘40대 이상’에서의 선호도가 상대적으로 높게 나타났다. ‘20대 이하’는 ‘Billabong’을 가장 선호하는 브랜드로 조사되었고, 기타 다양한 브랜드를 선호하였다. ‘30대’는 ‘NeilPride’와 ‘Quicksilver’의 선호도가 높았으며, 기타 다양한 브랜드도 선호하는 것으로 나타났다.

4.3.3. 래시가드 구입 시 선택기준 및 비용

국내·외 브랜드 제품 간의 차이점에 대한 복수응답 결과, 전

Fig. 4. 연령대별 국내외 브랜드 선호도

Fig. 5. 래시가드 브랜드선호 1순위 경향 (명)

체 105명 가운데 62명이 ‘디자인’, 48명이 ‘착용감’, 31명이 ‘소재’, 17명이 ‘색상’, 15명이 ‘바느질’, 14명이 ‘사이즈’, 10명이 ‘기타’를 차이점으로 지적하였다. 그 분석결과는 Table 8과 같다.

연령에 따른 국내외 브랜드 제품간의 차이점으로 지적하는 항목은 같게 나타났으며, 연령대별 브랜드 제품의 차이점 항목의 비율에는 유의한 차이가 있었다. 연령대별 분포를 살펴보면, 20대 이하는 ‘디자인’에서 차이가 난다고 응답한 빈도수가 상대적으로 높았으며, 30대와 40대 이상은 ‘디자인’과 ‘착용감’에서 차이가 난다고 응답한 빈도수가 높게 나타났다. 따라서 국

Table 8. 국내·외 브랜드제품 간 차이점 복수응답 결과

차이점	20대이하	30대	40대이상	합 계
바느질	3	3	9	15
소재	10	11	10	31
착용감	12	18	18	48
색상	7	6	4	17
디자인	26	20	16	62
사이즈	6	5	3	14
기타	4	3	3	10
합 계	68	66	63	197

$$\chi^2=10.740$$

χ^2	38.029***	32.000***	25.333***	84.386***
기대빈도	9.7	9.4	9.0	28.1

*** $P<.001$

Fig. 6. 래시가드 구입 선택기준 1순위 빈도수 비교

내 브랜드의 디자인 개선이 무엇보다도 필요하며, 소재와 더불어 착용감 개선도 필요하다고 사료된다.

래시가드 구입 시 선택기준을 우선순위로 나열한 결과로부터 1순위 선택기준 항목을 분석한 결과는 Fig. 6과 같다. 구입 시 선택기준에서 가장 고려되는 항목은 ‘디자인’으로 나타났다. 이외 항목에서 연령대별 선택기준 차이를 살펴보면, ‘20대 이하’는 ‘가격’과 ‘색상’이 상대적으로 높게 나타났으며, ‘30대’는 ‘기능성’과 ‘가격’ 및 ‘품질’이었으며, ‘40대 이상’은 ‘기능성’과 ‘품질’이 선택기준으로 우선시 되었다.

현재 착용하고 있는 래시가드의 구입가격은 6-8만원이 33.3%, 4-6만원이 31.4%, 8-10만원이 14.3%, 10만원 이상이 10.5%로, 2-4만원이 8.6%, 기타가 1.9%로 나타났다(Table 9). 구입 시 적정 가격은 4-6만원이 41.9%, 6-8만원이 25.7%, 2-4만원이 23.8%, 8-10만원이 7.6%, 10만원 이상이 1%로 나타났으며, 연령별로는 20대가 2-4만원, 30대와 40대 이상이 4-6만원을 적정가격이라고 답하는 빈도가 높게 나타났다(Table 10). 착용하고 있는 래시가드의 구입가격과 적정가격에 대한 결과를 살펴보면 구입 가격에 비해 적정가격을 낮게 평가함을 알 수 있었다.

4.3.4. 래시가드의 선호 색상 및 코디형태

래시가드 선호하는 색상은 ‘깔끔한 블랙&화이트’를 선호한다는 응답이 42.9%로 가장 높았으며, ‘밝은 파스텔톤’이라는 응

Table 9. 연령별 래시가드 구입가격

구 분	20대이하	30대	40대이상	합 계
2-4만원	8(21.0)	0(0.0)	1(3.2)	10(9.5)
4-6만원	12(31.6)	11(30.6)	10(32.3)	32(30.5)
6-8만원	11(28.9)	14(38.9)	10(32.3)	35(33.3)
8-10만원	2(5.3)	8(22.2)	5(16.1)	15(14.3)
10만원이상	4(10.5)	3(8.3)	4(12.9)	11(10.5)
기 타	1(2.6)	0(0.0)	1(3.2)	2(1.9)
합 계(%)	38(100)	36(100)	31(100)	105(100)

$$\chi^2=18.359^*$$

* $P<0.05$

Table 10. 연령별 래시가드 구입 적정가격

구 분	20대이하	30대	40대이상	합 계
2-4만원	16(42.1)	1(2.8)	8(25.8)	25(23.8)
4-6만원	9(23.7)	20(55.6)	15(48.4)	44(41.9)
6-8만원	11(28.9)	12(33.3)	4(12.9)	27(25.7)
8-10만원	2(5.3)	3(8.3)	3(9.7)	8(7.6)
10만원이상	0(0.0)	0(0.0)	1(3.2)	1(1.0)
합 계(%)	38(100)	36(100)	31(100)	105(100)

$$\chi^2=21.685^{**}$$

** $P<0.01$

Table 11. 연령별 래시가드 선호색상

선호 색상	20대이하	30대	40대이상	합 계
밝은파스텔톤	12(31.6)	8(22.2)	12(38.7)	32(30.5)
블랙&화이트	19(50.0)	15(41.7)	11(35.5)	45(42.9)
차분한무채색	2(5.3)	3(8.3)	3(9.7)	8(7.6)
상관없다	4(10.5)	5(13.9)	3(9.7)	12(11.4)
기 타	1(2.6)	5(13.9)	2(6.4)	8(7.6)
합 계(%)	38(100)	36(100)	31(100)	105(100)

Fig. 7. 래시가드 코디아이템별 연령대 빈도수 비교

답이 30.5%로 나타났다. 연령별로 20대와 30대는 ‘블랙&화이트’의 선호도가 가장 높았으며, 40대는 ‘밝은 파스텔톤’과 ‘블랙&화이트’의 선호도가 높게 나타났다(Table 11).

래시가드의 착용 코디형태에 대한 복수응답 결과, ‘래시가드+웨이크바지’를 조사대상자의 54명이 응답하였고, 다음으로 ‘래시가드+슈트’ 35명, ‘래시가드+구명조끼’를 32명, ‘래시가드+네오플랜바지’를 22명, ‘래시가드+수영복’을 14명이 응답하였다. 래시가드 착용 코디아이템별 연령 집단별 빈도수를 비교한 결과는 Fig. 7과 같다. ‘20대 이하’ 집단에서는 ‘래시가드+웨이크바지’와 ‘래시가드+구명조끼’의 코디형태 빈도가 높게 나타났으며, ‘30대’는 ‘래시가드+웨이크바지’, ‘래시가드+슈트’, ‘래시가드+네오플랜바지’의 코디형태 빈도가 높게 나타났다. ‘40대 이상’은 ‘래시가드+슈트’와 ‘래시가드+웨이크바지’의 코디형태 빈도가 높게 나타났다.

5. 결 론

본 연구에서는 해양스포츠웨어 중 레이스가드의 용도 및 특성, 생산 및 유통현황, 디자인 등을 살펴보고, 소비자 조사를 통하여 레이스가드 착용자의 일반적 특성 및 해양스포츠 활동 현황, 그리고 구매 선호에 대한 기초 자료를 제시함을 목적으로 하였다.

해양스포츠를 즐기는 105명 남성인구를 대상으로 실시한 설문조사 결과는 다음과 같다.

1. 연령이 높아질수록 해양스포츠 활동경력이 높게 조사되었고, 활동경력과 활동일수는 정적상관관계를 나타냈다. 그리고 주로 활동하는 해양스포츠 종목은 윈드서핑이 64.8%로 가장 높게 나타났다.

2. 레이스가드 구입경로는 연령대 및 활동경력에 따라 차이가 있었다. 인터넷 구입은 웹에 친숙한 20대와 제품의 특성을 알고 있는 활동경력이 높은 소비자가 선호하는 것으로 나타났으며, 상점 방문은 30대와 활동경력이 높은 소비자의 빈도가 높게 나타났다. 주변인물을 통한 구입은 활동경력이 낮은 소비자의 빈도가 높았으며, 동호회를 통한 구입은 활동경력이 높은 소비자의 빈도가 높게 나타났다.

3. 레이스가드의 국내외 브랜드 간에는 디자인과 착용감에서의 차이가 높게 나타났으며, 국내브랜드는 국외브랜드에 맞서 제품 개발의 필요성이 있었다.

4. 레이스가드 구입 시 선택기준에서 가장 고려되는 항목은 '디자인'으로 나타났다. 그리고 더불어 20대에서는 '가격'과 '색상'을 상대적으로 우선시 되었고, 30대에서는 '기능성'과 '가격' 및 '품질'이었으며, 40대이상에서는 '기능성'과 '품질'이 선택기준으로 우선시 되었다.

5. 레이스가드 선호하는 색상은 '깔끔한 블랙&화이트'를 선호한다는 응답이 42.9%로 가장 높았으며, '밝은 파스텔톤'이라는 응답이 30.5%로 나타났다.

6. 레이스가드의 착용에서는 웨이크바지와의 코디유형이 가장 많았으며, 슈트 또는 구멍조끼의 코디형태도 선호되었다.

이상에서 해양스포츠용 레이스가드의 소비자 구매행동에 관한 기초 자료를 제시하였으며, 앞으로 레이스가드의 착용실태 및 제품분석을 통하여 레이스가드의 제품개발에 기여할 수 있는 연구를 이어가고자 한다.

참고문헌

김나영, 장정아, 김주애, 임지영. (2008). 성인 여자 실내용 수영복의 연령대별 착용실태 및 선호도 조사. *한국디자인문화학회*, 14(4).

38-45.

김문영. (2005). *스노우보드 웨어의 착용실태와 착용만족도* 대구대학교 대학원 석사학위논문.

남기표. (2002). *전신수영복의 prototype 제시에 관한 연구*. 창원대학교 대학원 석사학위논문.

남동현. (2003). *해양스포츠 관광경영론*. 서울: 대경북스. pp. 20-27. 다이버스몰. 자료검색일 2009, 12. 12, 자료출처 <http://www.diversmall.com>

대한레저스포츠협회. (2008). *수상레저시장조사*. 서울.

레저프로. 자료검색일 2010, 1. 17, 자료출처 <http://leisurepro.co.kr>

레포샵. 자료검색일 2010, 2. 24, 자료출처 <http://www.leposhop.com>

룩시걸. 자료검색일 2010, 1. 25, 자료출처 <http://www.roxygirl.tv>

마레스서울. 자료검색일 2010, 1. 22, 자료출처 <http://www.maresseoul.com>

올핀. 자료검색일 2009, 12. 20, 자료출처 <http://www.allfin.co.kr>

위키백과. Rash Guard. 자료검색일 2010, 4. 20, 자료출처 <http://en.wikipedia.org>

이진모. (2009). *해양레저스포츠산업 발전전략에 관한 연구*. 한국해양대학교 대학원 박사학위논문.

임병리. (2000). *성인여성의 수영복 제작을 위한 수영복 디자인 선호 조사 및 의복태도 연구*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

자외선, 접근 마! 수상레저족을 위한 '래쉬가드' 봇물. (2009, 7. 29). *연합뉴스*. 자료검색일 2010, 4. 13, 자료출처 <http://media.daum.net>

정해선. (2003). *유아·아동 수영복의 착용실태 및 치수체계에 관한 연구*. 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.

최진희, 정진아. (2009). 국내 남성용 스킨스쿠버복 생산실태 및 소비자 만족도. *한국의류학회지*, 33(11), 1683-1695.

킹 스포츠. 자료검색일 2010, 2. 22, 자료출처 <http://www.kingsports2001.com>

황철상, 이정학. (2007). 해양 레저스포츠 참여소비 형태에 따른 시장 세분화. *한국체육과학지*, 16(2), 423-433.

Body Glove. 자료검색일 2010, 2. 8, 자료출처 <http://www.bodyglove.com>

Henri Lloyd. 자료검색일 2010, 3. 30, 자료출처 <http://www.henrilloyd.com>

Musto. 자료검색일 2010, 2. 13, 자료출처 <http://www.musto.com>

NeilPryde. 자료검색일 2010, 2. 13, 자료출처 <http://www.neilpryde.com>

New York Kayak Co. 자료검색일 2010, 2. 13, 자료출처 <http://shop.nykayak.com>

O'Neill. 자료검색일 2010, 2. 10, 자료출처 <http://www.oneill.com>

Rip Curl. 자료검색일 2010, 2. 12, 자료출처 <http://www.ripcurl.com>

Rash guard. (2010). *Wikipedia*. 자료검색일 2010, 4. 20, 자료출처 <http://en.wikipedia.org>

(2010년 8월 31일 접수/ 2010년 11월 5일 1차 수정/
2010년 11월 29일 게재확정)