

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.4.727>

JCCT 2023-7-88

40~60대 남녀의 골프웨어 구매 및 선호실태조사

A Survey on the Purchase and Preference of Golf Wear for Men and Women in Their 40s, 50, and 60s

백경자*

Kyung Ja Paek*

요약 본 연구는 40~60대를 위한 골프웨어 설계 및 연구개발을 위한 기초자료를 제공하고자 연 1회 이상 라운딩 활동과 골프 연습 활동을 꾸준히 하고 있는 의도표집된 대상자 64명을 대상으로 골프웨어 구매 및 선호도 조사를 실시하였다. 그 결과, 골프웨어는 상설할인매장에서 구매하고 TV 및 인터넷광고를 통하여 정보를 활용하며, 구매빈도는 연간 1~2회로 연간 구입비 50만원~100만원 미만, 1회 지출 비용 20만원~50만원 미만이 가장 많았다. 골프웨어 구매 시 디자인을 먼저 고려하고 여성은 흰색, 남성은 검은색·회색을 가장 선호하였다. 남성은 PK 칼라의 단추여밈 스타일, 여성은 라운드 넥라인의 니트 스타일을 선호하는 편이었고 상의여유량은 여성은 세미 피티드, 피티드, 남성은 세미 피티드, 루즈한 핏을 선호하여 유의차를 보였다. 골프웨어 제작 시 고려사항으로 젊어 보이는 디자인에 대한 응답결과가 연령이 낮을수록 비율은 높아져 연령에 맞는 디자인을 우선시하여 골프활동을 위한 기능성을 반영한 골프웨어 설계가 필요할 것으로 사료되었다.

주요어 : 골프웨어, 구매실태, 선호

Abstract This study aimed to provide basic data for the design and R&D of golf wear intended for 64 people in their 40s, 50s, and 60s by identifying the needs for golfers through a survey of golf wear purchasing conditions and preferences. The findings shows that purchases are made at permanent discount stores, and information about products are discovered through TV and Internet advertisements. Golf wear is purchased once or twice a year, with annual expenditures ranging from KRW 500,000 to less than 1 million, with single purchases ranging from KRW 200,000 to less than 500,000. When purchasing golf wear, design was considered first, with women preferring white garment, while men preferred black and gray ones. Men tended to prefer a PK collar button fastening style, while women preferred a knit style with a round neckline. Women preferred semi-fitted and fitted styles, while men preferred semi-fitted and loose-fitting styles, showing significant differences. When considering the production of golf wear, the younger the age of the consumer, the more the results indicated that the design needed to look younger, so it is the necessary to design golf wear that reflects the functional need of golfer while prioritizing designs for various ages.

Key words : Golf Wear, Purchase Status, Preference

*정회원, 부경대학교 패션디자인학과 조교수 (단독저자)
접수일: 2023년 6월 26일, 수정완료일: 2023년 7월 5일
게재확정일: 2023년 7월 10일

Received: June 26, 2023 / Revised: July 5, 2023

Accepted: July 10, 2023

*Corresponding Author: paek@pknu.ac.kr

Dept. of Fashion Design, Pukyong National University,
Korea

I. 서 론

2022년 1월 문화체육관광부는 제 2의 골프 대중화 선언식을 개최함으로써 골프가 일반인 누구나 즐길 수 있는 스포츠로 자리 잡아가고 있음을 시사하였다[1]. 이에 발맞추어 국내 골프웨어 시장도 대중화, 다양화되면서 지속적인 성장세를 보이고 있다. 2020년 한국섬유산업연합회에 따르면 국내 스포츠 의류 시장 규모는 6조 4537억원으로 전년(5조9801억원)대비 7.9% 성장했다. 코로나19 발병 이후 '오하운'(오늘 하루 운동의 줄임말) 등이 트렌드가 되면서 패션업계는 스포츠웨어에 집중하여 신규 라인을 론칭하거나 제품군을 확대 증대로 나타났다. 2022년 한국레저산업연구소에 의하면 국내 골프웨어 시장의 규모는 코로나19에도 계속 성장세에 있는 것으로 확인되었다[2].

스포츠웨어에 대한 관심 증대와 스포츠웨어의 패션화 현상은 스포츠웨어에 대한 과학적, 감성적 접근을 동시에 요구하게 되었다. 특히 다른 종류의 스포츠와는 달리 골프웨어는 기능성만을 추구하는 것이 아닌, 우아함과 세련됨을 겸비한 스포츠웨어로 발전해 왔으며 오늘날 골프패션은 멋을 추구하는 스포츠웨어로 큰 각광을 받고 있다. 즉 골프웨어는 기능성과 활동성이 고려된 스포츠웨어의 한 종류이지만, 캐주얼웨어의 개념으로 의미가 확대되어 액티브 스포츠웨어이면서도 디자인이나 캐릭터 감각의 패션성과, 최첨단 기능성이 돋보이는 테크놀로지 효과로 골프웨어 시장의 차별화가 빠르게 진행되고 있다[3].

이와 같이 골프산업의 발전과 함께 골프웨어 시장의 규모역시 커지고 있지만, 2000년대 국내 학술지에 게재된 연구논문 중 골프웨어에 관련된 의류학적 접근의 연구물을 살펴보면, 20~30대 여성을 대상으로 한 소비자 분석 조사연구논문이 대부분을 차지하였으며 실제 골프를 왕성히 즐기는 40대 이상의 소비자들을 위한 니즈와 골프웨어에 대한 기능성 및 인체공학적 설계와 개발에 관한 연구는 매우 미흡한 것으로 나타났다[4].

골프웨어의 요구 특성에서 골프는 전 시즌 옥외에서 하는 스포츠로 환경적인 영향을 많이 받는다. 계절적인 기온의 변화와 자연 환경으로부터 신체를 보호하고, 쾌적한 상태에서 경기를 하기 위해서는 여러 가지 요인이 고려되어야한다. 따라서 추위, 더위, 비, 바람 등 자연환경으로부터 몸을 보호하고 쾌적하게 함으로써 경기력

을 향상시키는 것이 골프웨어의 첫째 조건이다. 그러므로 골프웨어는 운동 기능성은 물론, 쾌적성, 안정성, 내구성 등을 필수 요건으로 갖추고 패션성도 만족시켜야 한다. 운동 기능성으로서의 정밀한 동작 분석에 의한 디자인과 적절한 소재의 선택이 반영되어야 하며, 쾌적성, 안정성, 내구성은 운동 환경에 적합한 소재의 선택, 디자인 및 스타일의 선택에서 각각 배려되어야 한다[5].

소비자의 연령은 신체적 인지적 차이를 가져오며 이는 소비에 영향을 미친다[6]. 이에 골프웨어 연구에서 골프웨어를 구매하고 착용하는 소비자들의 행동을 이해하는 것은 골프웨어의 발전과 좋은 골프웨어의 개발은 물론 보다 나은 골프웨어의 착장을 위해서도 중요한 의의가 있을 것이다.

한국전쟁 직후 출생률이 급격히 증가한 1955년에서 1963년에 태어난 1차 베이비부머들과 1971년에 출생률 정점을 찍으면서 감소하기 시작한 1974년까지 출생한 2차 베이비부머를 포함한 현재 40, 50, 60대 그룹은 탄탄한 경제력과 안정적인 삶의 기반을 바탕으로 스스로를 위한 투자를 아끼지 않는 그들만의 독특한 라이프스타일을 유지하고 있다[7]. 즉 경제적 안정기로 돌입한 중년층의 경우 자아실현을 위해 투자를 아끼지 않는 성향으로 골프웨어에 대한 소비가 늘어나고 있음에도 불구하고 기존 연구를 통해 보았을 때 중년을 타깃으로 하는 브랜드들은 그들의 니즈에 맞지 않는 디자인으로 20~30대를 타깃으로 하는 브랜드에서 구매하고 있는 것으로 나타나 주된 소비집단인 중년에 대한 골프웨어 연구가 필요하다[8].

이에 본 연구에서는 골프웨어 구매실태 및 선호도 조사를 통하여 골프웨어에 대한 니즈를 파악함으로써, 40~60대를 위한 골프웨어 설계 및 연구개발을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 방법

평소 골프 연습을 꾸준히 즐기고 있으며 연 1회 이상 골프 라운딩 활동을 하는 40대, 50대, 60대 중년 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 의도 표집된 최종 조사대상자는 총 64명으로 부산지역에 거주하고 있으며 연령대는 40대 23명(35.9%), 50대 24명(37.5%), 60대 17명(26.6%)이었고 남녀비율은 남성 35명(54.7%),

여성 29명(45.3%)으로 구성되었다.

2. 조사내용 및 기간

설문조사 내용은 조사대상자의 성별과 연령대 2문항, 골프웨어 구매 경향 관련 6문항, 골프웨어 선호도 관련 5문항으로 구성하였다. 설문문항은 골프웨어 소비자의 구매행동에 관한 연구, 골프복 범용착용실태 연구, 아웃도어 재킷의 선호실태조사 선행연구내용을 참고로 하여 본 조사를 위한 설문문항으로 수정보완하였다[9][10][11]. 인구통계학적 특성 중 학력, 직업, 소득에 대한 조사는 제외하였고 골프웨어 구매실태를 조사하기 위한 설문은 구매장소, 구매정보, 구매빈도, 구입비용, 지출비용, 구매 시 고려사항에 관한 문항으로 구성하였다. 골프웨어 디자인 선호도 관련 조사내용에서는 골프웨어 상의로 범위를 국한하여 골프웨어에 대한 선호 색상, 여밈형태에 따른 스타일, 선호 이유, 선호 여유량, 그리고 골프웨어 제작 시 고려되어야 할 사항들에 대한 조사를 실시하였다. 여밈형태에 따른 선호 스타일을 선택하는 보기 항목에서는 구체적인 여밈형태와 스타일의 사진을 함께 제시하여 응답자로 하여금 쉽게 이해할 수 있도록 하였다. 골프웨어 상의의 선호 여유량 항목에서는 허리 여유량에 따른 실루엣 형태를 인체의 몸통과 옷의 실루엣을 도식화로 제시하였다. 최종 완성된 설문지는 전문 골퍼 1인과 생활 스포츠로 골프를 즐기는 일반인 2인의 검토를 통해 설문지에 사용된 문항들에 대하여 이해하고 답하는 것에 문제점이 없는지 등 전반적인 검토를 받은 후 설문조사를 실시하였다. 본 설문조사 기간은 2023년 2월부터 4월이며, 연구자가 소속된 기관의 기관생명윤리위원회 승인(1041386-202302-HR-11-01)을 받은 후 진행하였다.

3. 자료분석

본 연구의 설문조사 결과는 연령 및 성별로 나누어 분석하였다. 설문자료의 분석은 SPSS ver.27 프로그램을 사용하여 각 문항에 대한 기술통계치와 상관도 분석, 빈도분석, 성별, 연령별 비교를 위한 교차분석, 다중 비교, t-test를 실시하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 골프웨어 구매실태

1) 골프웨어 구매장소

골프웨어의 구매장소는 ‘상설할인매장(42.2%)’, ‘인터넷·TV홈쇼핑(21.9%)’, ‘백화점(18.8%)’, ‘대형할인매장(12.5%)’순으로 나타났으며 성별, 연령대에 따른 차이는 없었다(표 1).

표 1. 골프웨어 구매장소

Table 1. Where to Buy Golf Wear

구분	성별		전체	N(%)	χ^2
	남	여			
백화점	4(11.4)	8(27.6)	12 (18.8)	5.64	
대형할인매장	6(17.1)	2(6.9)	8 (12.5)		
상설할인매장	17(48.6)	10(34.5)	27 (42.2)		
전문대리점	1(2.9)	1(3.4)	2 (3.1)		
인터넷, TV홈쇼핑	7(20.0)	7(24.1)	14 (21.9)		
기타	0(0.0)	1(3.4)	1 (1.6)		
전체	35(100.0)	29(100.0)	64 (100.0)		
구분	연령대			전체	χ^2
	30대	40대	50대		
백화점	3 (13.0)	8 (33.3)	1 (5.9)	12 (18.8)	11.26
대형할인매장	2 (8.7)	2 (8.3)	4 (23.5)	8 (12.5)	
상설할인매장	12 (52.2)	8 (33.3)	7 (41.2)	27 (42.2)	
전문대리점	0 (0.0)	1 (4.2)	1 (5.9)	2 (3.1)	
인터넷, TV홈쇼핑	6 (26.1)	4 (16.7)	4 (23.5)	14 (21.9)	
기타	0 (0.0)	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (1.6)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

2) 골프웨어 구매정보

골프웨어 구매 시 정보원의 활용도는 ‘TV 및 인터넷광고(29.7%)’, ‘친구 및 가족의 조언(21.9%)’, ‘과거 구매경험(20.3%)’으로 표 2와 같다. 성별간에는 남성보다 여성이 ‘TV 및 인터넷광고’의 활용도가 다소 높으며 연령간에는 60대, 50대, 40대로 갈수록 TV 및 인터넷광고의 활용도의 비율이 높다. 반면 연령대가 낮아질수록 ‘과거 구매경험’의 활용도도 낮게 나타나 유의미한 차이를 나타내지는 않았지만 연령대별 다른 구매경향을 보이는 것으로 사료되었다.

표 2. 골프웨어 구매 정보원

Table 2. Golf Wear Buying Information N(%)

구분	성별		전체	χ^2	
	남	여			
TV, 인터넷광고	9(25.7)	10(34.5)	19 (29.7)	4.44	
과거 구매경험	10(28.6)	3(10.3)	13 (20.3)		
친구, 가족의 조언	7(20.0)	7(24.1)	14 (21.9)		
상점 직원의 조언	4(11.4)	3(10.3)	7 (10.9)		
매장 디스플레이	5(14.3)	5(17.2)	10 (15.6)		
기타	0(0.0)	1(3.4)	1 (1.6)		
전체	35(100.0)	29(100.0)	64 (100.0)		
구분	연령대			전체	χ^2
	40대	50대	60대		
TV, 인터넷광고	10 (43.5)	6 (25.0)	3 (17.6)	19 (29.7)	13.50
과거 구매경험	2 (8.7)	4 (16.7)	7 (41.2)	13 (20.3)	
친구, 가족의 조언	4 (17.4)	8 (33.3)	2 (11.8)	14 (21.9)	
상점 직원의 조언	3 (13.0)	2 (8.3)	2 (11.8)	7 (10.9)	
매장 디스플레이	4 (17.4)	4 (16.7)	2 (11.8)	10 (15.6)	
기타	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.9)	1 (1.6)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

3) 골프웨어 구매빈도

골프웨어의 구매빈도 조사 결과는 표 3과 같다. 골프웨어는 ‘연간 1~2회 구입(46.9%)’, ‘연간 3~4회 구입(31.3%)’이 가장 많았다. 성별, 연령별 유의차는 없었으나 50대의 경우 40대, 60대 보다 골프웨어 구매빈도가 다소 높은 경향을 보였다.

4) 골프웨어 구입비용

골프웨어 연간 구입비는 ‘50만원~100만원 미만(37.5%)’, ‘50만원 미만(31.3%)’, ‘100만원~200만원 미만(20.3%)’의 순으로 조사되었으며(표 4), 1회 지출 비용은 ‘20만원~50만원 미만’으로(표 5) 성별, 연령별 유의차는 나타나지 않았다.

표 6은 골프웨어 구매 행동에 관련된 구매장소, 구매정보원, 빈도, 구매비용, 1회 지출비용 간 상관관계를 분석한 결과이다. 구매빈도가 높을수록 구매비용이 높

아지며 구매비용이 높을수록 1회 지출비용도 커지는 경향을 확인할 수 있었다($p \leq .01$)

5) 골프웨어 구매 시 고려사항

골프웨어 구매 시 고려사항을 5점 평점 척도로 조사한 결과는 표 7, 8과 같다.

표 7에서 ‘디자인, 색상, 무늬(4.1)’ 항목에서 성별간 유의한 차이가 나타났으며($p \leq .05$), 여성(4.3)의 경우 골프웨어 구매 시 디자인에 우선순위가 있음을 알 수 있었다. 구매 고려사항의 모든 항목에서 여성이 남성보다 고려의 정도가 높은 경향을 나타내었으며 ‘동작 활동성(4.1)’, ‘소재 기능성(4.0)’, ‘가격(4.0)’, ‘사이즈(4.0)’, ‘봉제 상태·내구성(4.0)’ 등을 고려하는 것으로 나타났다.

연령에 따른 결과에서는(표 8), 60대보다 40대, 50대에서 구매 시 ‘가격’ 측면을 더 고려하고 40대, 60대 50대의 순으로 골프웨어 구매 시 단순히 골프웨어로만 착용하지 않고 외출복이나 평상복과 같은 일상복으로도 고려한다고 응답하였다.

표 3. 골프웨어 구매빈도

Table 3. Frequency of Golf Wear Purchase N(%)

구분	성별		전체	χ^2	
	남	여			
2년에 1회 이하	2(5.7)	0(0.0)	2 (3.1)	4.63	
1년에 1~2회	17(48.6)	13(44.8)	30 (46.9)		
1년에 3~4회	12(34.3)	8(27.6)	20 (31.3)		
1년에 5회 이상	4(11.4)	7(24.1)	11 (17.2)		
기타	0(0.0)	1(3.4)	1 (1.6)		
전체	35(100.0)	29(100.0)	64 (100.0)		
구분	연령대				전체
	40대	50대	60대		
2년에 1회 이하	1 (4.3)	0 (0.0)	1 (5.9)	2 (3.1)	7.73
1년에 1~2회	12 (52.2)	8 (33.3)	10 (58.8)	30 (46.9)	
1년에 3~4회	5 (21.7)	11 (45.8)	4 (23.5)	20 (31.3)	
1년에 5회 이상	5 (21.7)	4 (16.7)	2 (11.8)	11 (17.2)	
기타	0 (0.0)	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (1.6)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

표 4. 골프웨어 연간 구입비

Table 4. Annual Purchase Expenditure for Golf Wear N(%)

	성별		전체	χ^2	
	남	여			
50만원 미만	10(28.6)	10(34.5)	20 (31.3)	1.14	
50만원~ 100만원 미만	14(40.0)	10(34.5)	24 (37.5)		
100만원~ 200만원 미만	8(22.9)	5(17.2)	13 (20.3)		
200만원~ 300만원 미만	2(5.7)	2(6.9)	4 (6.3)		
300만원 이상	1(2.9)	2(6.9)	3 (4.7)		
전체	35(100.0)	29(100.0)	64 (100.0)		
구분	연령대			전체	χ^2
	40대	50대	60대		
50만원 미만	8 (34.8)	7 (29.2)	5 (29.4)	20 (31.3)	4.47
50만원~ 100만원 미만	7 (30.4)	9 (37.5)	8 (47.1)	24 (37.5)	
100만원~ 200만원 미만	6 (26.1)	5 (20.8)	2 (11.8)	13 (20.3)	
200만원~ 300만원 미만	1 (4.3)	1 (4.2)	2 (11.8)	4 (6.3)	
300만원 이상	1 (4.3)	2 (8.3)	0 (0.0)	3 (4.7)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

표 5. 골프웨어 1회 지출비용

Table 5. Single Purchase Range for Golf Wear N(%)

구분	성별		전체	χ^2	
	남	여			
20만원 미만	7(20.0)	8(27.6)	15 (23.4)	1.46	
20만원~ 50만원 미만	22(62.9)	16(55.2)	38 (59.4)		
50만원~ 80만원 미만	5(14.3)	5(17.2)	10 (15.6)		
80만원~ 100만원 미만	1(2.9)	0(0.0)	1 (1.6)		
전체	35(100.0)	29(100.0)	64 (100.0)		
구분	연령대				전체
	40대	50대	60대		
20만원 미만	4 (17.4)	6 (25.0)	5 (29.4)	15 (23.4)	8.71
20만원~ 50만원 미만	18 (78.3)	13 (54.2)	7 (41.2)	38 (59.4)	
50만원~ 80만원 미만	1 (4.3)	4 (16.7)	5 (29.4)	10 (15.6)	
80만원~ 100만원 미만	0 (0.0)	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (1.6)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

표 6. 구매행동간 상관관계

Table 6. The correlation between purchase behavior (N=64)

구분	구매장소	구매정보	구매빈도	구매비용	지출비용
구매장소	1				
구매정보	-0.06	1			
구매빈도	0.06	-0.00	1		
구매비용	-0.10	-0.10	0.53**	1	
지출비용	-0.18	-0.01	0.08	0.51**	1

** $p \leq .01$

표 7. 성별에 따른 골프웨어 구매 시 고려사항

Table 7. Considerations when Buying Golf Wear according to Sex Mean (S.D.)

구분	남 (N=35)	여 (N=29)	전체 (N=64)	t-값
동작 활동성	4.1 (0.59)	4.2 (0.41)	4.1 (0.52)	-1.15
디자인, 색상, 무늬	3.9 (0.66)	4.3 (0.54)	4.1 (0.64)	-2.64**
소재 기능성	3.9 (0.58)	4.0 (0.57)	4.0 (0.58)	-1.03
가격	3.9 (0.77)	4.1 (0.58)	4.0 (0.70)	-1.62
사이즈	4.0 (0.57)	4.1 (0.56)	4.0 (0.56)	-.93
봉제상태, 내구성	3.9 (0.78)	4.0 (0.68)	4.0 (0.73)	-.65
세탁관리	3.8 (0.68)	4.1 (0.65)	3.9 (0.67)	-1.61
일상복 활용	3.6 (0.85)	3.6 (1.05)	3.6 (0.94)	-.09

** $p \leq .01$

표 8. 연령에 따른 골프웨어 구매 시 고려사항

Table 8. Considerations when Buying Golf Wear according to Ages (S.D.)

구분	40대 (N=23)	50대 (N=24)	60대 (N=17)	전체 (N=64)	F값
동작 활동성	4.1 (0.42)	4.2 (0.51)	4.1 (0.66)	4.1 (0.52)	.50
디자인, 색상, 무늬	4.1 (0.69)	4.1 (0.58)	4.1 (0.66)	4.1 (0.64)	.07
소재 기능성	4.0 (0.47)	3.9 (0.65)	4.0 (0.61)	4.0 (0.58)	.10
가격	4.1 (0.55) b	4.1 (0.83) b	3.6 (0.61) a	4.0 (0.70)	2.86
사이즈	4.1 (0.42)	4.1 (0.58)	3.9 (0.70)	4.0 (0.56)	.81
봉제상태, 내구성	4.0 (0.67)	3.9 (0.83)	4.0 (0.71)	4.0 (0.73)	.09
세탁관리	3.9 (0.63)	4.1 (0.72)	3.7 (0.66)	3.9 (0.67)	1.23
일상복 활용	3.3 (1.18) a	3.9 (0.72) b	3.6 (0.70) ab	3.6 (0.94)	3.09

Duncan: $a < b$ ($p \leq .05$)

2. 골프웨어 디자인 선호도 조사

1) 골프웨어 선호 색상

골프웨어의 디자인 선호도에 대한 조사 결과 중 색상(표 9, 표 10)은 ‘검은색·회색(31.3%)’, ‘흰색(29.7%)’의 무채색을 가장 선호하였다. 무채색 중에서도 표 9와 같이 여성은 ‘흰색(37.9%)’을 남성은 ‘검은색·회색(31.3%)’을 보다 선호하는 것으로 나타났으며, ‘붉은색’, ‘노란색’, ‘초록색’, ‘파란색’은 남성에서만, ‘비비드색’, ‘형광색’은 여성에서만 나타나 성별에 따른 선호 색상에 차이가 있음을 알 수 있었다($p \leq .05$). ‘파스텔색’은 성별에 무관하게 선호하는 것으로 나타났다. 연령별 유의차는 나타나지 않았지만 무채색을 제외한 유채색 중에서는 40대 보다는 50대, 60대에서 ‘파스텔색’을 40대는 ‘비비드색’, ‘형광색’을 선호한다는 응답이 있었다.

본 연구의 소비자 집단은 일반적으로 중장년층이 선명하고 화려한 색상을 선호할 것이라는 예상과는 달리 무채색을 선호하고 유채색에 있어서도 파스텔색을 더 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 30대에서 50대 사이의 성인남녀를 대상으로 한 골프 니트웨어 선호도 조사 선행연구에서의 파스텔색, 감색, 블랙의 순으로 나타난 선호 색상과 40대 이상은 눈에 띄면서 화려한 디자인을 선호한다는 결과와는 차이가 있다[12].

그러나 최근 골프매거진코리아에서 발표한 2022 F/W 골프웨어 트렌드에 따르면 컬러는 블랙과 화이트의 하나의 컬러를 기본으로 하되, 시즌에 어울리는 베이지, 그린 네오민트 등을 고급스럽게 스타일링하거나 보다 고급스러움이 더해진 포인트 컬러를 사용한다고 하였다[13]. 이는 확실히 이전과는 달라진 골프웨어의 트렌드를 반영하는 것으로 기존 골프웨어들의 화려한 원색 또는 단조로운 컬러만을 사용하던 틀에서 벗어나 원색이 아닌 세련된 2차 색을 사용하거나 가장 기본적인 무채색으로 골프 소비자들의 트렌드를 반영하는 것으로 사료된다. 또 골프웨어의 특성상 골프 클럽부터 골프백, 골프공, 우산 등 여러 가지 아이템들과의 코디네이션도 고려한다면, 포인트 디자인을 더욱 세련되게 표현할 수 있는 무채색이 가장 많이 선호되는 이유 중의 하나로 여겨지며 본 연구조사 대상자의 응답과도 유사한 경향으로 나타남을 확인할 수 있었다.

표 9. 성별에 따른 골프웨어 선호 색상

Table 9. Preferred Color for Golf Wear according to Sex N(%)

구분	남	여	전체	χ^2
흰색	8 (22.9)	11 (37.9)	19 (29.7)	20.29*
붉은색	4 (11.4)	0 (0.0)	4 (6.3)	
노란색	1 (2.9)	0 (0.0)	1 (1.6)	
초록색	1 (2.9)	0 (0.0)	1 (1.6)	
파란색	4 (11.4)	0 (0.0)	4 (6.3)	
회색·검은색	14 (40.0)	6 (20.7)	20 (31.3)	
파스텔색	3 (8.6)	4 (13.8)	7 (10.9)	
비비드색	0 (0.0)	4 (13.8)	4 (6.3)	
형광색	0 (0.0)	1 (3.4)	1 (1.6)	
기타	0 (0.0)	3 (10.3)	3 (4.7)	
전체	35 (100.0)	29 (100.0)	64 (100.0)	

* $p \leq .05$

표 10. 연령에 따른 골프웨어 선호 색상

Table 10. Preferred Color for Golf Wear according to Ages N(%)

구분	40대	50대	60대	전체	χ^2
흰색	7 (30.4)	8 (33.3)	4 (3.5)	19 (29.7)	19.06
붉은색	2 (8.7)	0 (0.0)	2 (11.8)	4 (6.3)	
노란색	0 (0.0)	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (1.6)	
초록색	1 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.6)	
파란색	2 (8.7)	0 (0.0)	2 (11.8)	4 (6.3)	
회색·검은색	7 (30.4)	10 (41.7)	3 (17.7)	20 (31.2)	
파스텔색	1 (4.3)	3 (12.5)	3 (17.7)	7 (10.9)	
비비드색	2 (8.7)	1 (4.2)	1 (5.9)	4 (6.3)	
형광색	1 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.6)	
기타	0 (0.0)	1 (4.2)	2 (11.8)	3 (4.7)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

2) 골프웨어 선호 스타일

골프웨어 중 상의를 여밈 형태와 함께 선호 스타일을

표 11, 표 12와 같이 분류하여 조사한 결과, 'PK 칼라의 단추여밈 스타일(35.9%)', '라운드 네크라인의 니트 스타일(20.3%)', '지퍼가 있는 조끼 스타일(20.3%)', '밴드 칼라의 반지퍼 스타일(15.6%)' 순으로 나타났다.

표 11에서 남성은 'PK 칼라의 단추여밈 스타일(51.4%)'이 가장 높은 선호도를 보였으며 다음으로 '밴드 칼라의 반지퍼 여밈 스타일(20.0%)'을 선호하였으며, 여성의 경우에는 '라운드 네크라인의 니트 스타일(31.0%)', '지퍼가 있는 조끼 스타일(27.6%)' 순으로 선호하여 유의한 차이를 보였다($p \leq .05$).

연령대에 따라 골프웨어의 선호 스타일에 대한 유의미한 차이는 없었다(표 12).

표 11. 성별에 따른 골프웨어 선호 스타일

Table 11. Preferred Style for Golf Wear according to Sex N(%)

구분		남	여	전체	χ^2
선호 스타일	밴드 칼라의 반지퍼 여밈	7 (20.0)	3 (10.3)	10 (15.6)	
	PK 칼라의 단추 여밈	18 (51.4)	5 (17.2)	23 (35.9)	
	라운드 네크라인의 니트	4 (11.4)	9 (31.0)	13 (20.3)	
	지퍼가 있는 점퍼	1 (2.9)	4 (13.8)	5 (7.8)	
	지퍼가 있는 조끼	5 (14.3)	8 (27.6)	13 (20.3)	
	전체	35 (100.0)	29 (100.0)	64 (100.0)	

* $p \leq .05$

표 12. 연령에 따른 골프웨어 선호 스타일

Table 12. Preferred Style for Golf Wear according to Ages N(%)

구분	40대	50대	60대	전체	χ^2
밴드 칼라의 반지퍼 여밈	4 (17.4)	3 (12.5)	3 (17.6)	10 (15.6)	
PK 칼라의 단추 여밈	11 (47.8)	7 (29.2)	5 (29.4)	23 (35.9)	
라운드 네크라인의 니트	6 (26.1)	3 (12.5)	4 (23.5)	13 (20.3)	
지퍼가 있는 점퍼	1 (4.3)	2 (8.3)	2 (11.8)	5 (7.8)	
지퍼가 있는 조끼	1 (4.3)	9 (37.5)	3 (17.6)	13 (20.3)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

3) 골프웨어의 스타일 선호 이유

상의 골프웨어 스타일 선호 이유를 살펴보면, 표 13에서 여성은 '활동하기 편해서(69.0%)', '세련되고 유행해서(17.2%)'로, 남성은 '단순하고 무난해서(42.9%)', '활동하기 편해서(37.1%)'로 유의미한 차이를 보였다($p \leq .05$).

표 14와 같이 연령대에 따른 차이는 없었으며 전체적으로 '활동하기 편해서(51.6%)', '단순하고 무난해서(28.1%)', '세련되고 유행해서(15.6%)'로 남녀 모든 연령대에서 활동성이 가장 높은 골프웨어를 선호 이유인 것을 알 수 있었다. 기타 의견으로는 50대 여성이 본인의 '체형커버'를 위해 선호한다고 응답하였다.

표 13. 성별에 따른 골프웨어 스타일 선호 이유

Table 13. Reason for Prefer Golf Wear Style according to Sex N(%)

구분		남	여	전체	χ^2
스타일 선호 이유	활동하기 편해서	13 (37.1)	20 (69.0)	33 (51.6)	
	눈에 띄어서	2 (5.7)	0 (0.0)	2 (3.1)	
	단순하고 무난해서	15 (42.9)	3 (10.3)	18 (28.1)	
	세련되고 유행해서	5 (14.3)	5 (17.2)	10 (15.6)	
	기타	0 (0.0)	1 (3.4)	1 (1.6)	
	전체	35 (100.0)	29 (100.0)	64 (100.0)	

* $p \leq .05$

표 14. 연령에 따른 골프웨어 스타일 선호 이유

Table 14. Reason for Prefer Golf Wear Style according to Ages N(%)

구분	40대	50대	60대	전체	χ^2
활동하기 편해서	10 (43.5)	13 (54.2)	10 (58.8)	33 (51.6)	
눈에 띄어서	1 (4.3)	1 (4.2)	0 (0.0)	2 (3.1)	
단순하고 무난해서	7 (30.4)	6 (25.0)	5 (29.4)	18 (28.1)	
세련되고 유행해서	5 (21.7)	3 (12.5)	2 (11.8)	10 (15.6)	
기타	0 (0.0)	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (1.6)	
전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

4) 골프웨어의 선호 피트 정도

가장 선호하는 골프웨어 상의 여유량은 조금 넉넉한 여유의 세미 피티드 실루엣으로 나타났다(표 15, 표 16). 표 15에서 남성은 ‘조금 넉넉한 여유(71.4%)’, ‘충분한 여유(20.0%)’, ‘여유 없음(8.6%)’로 여성의 경우 ‘조금 넉넉한 여유(65.5%)’, ‘여유 없음(34.5%)’, ‘충분한 여유(0.0%)’로 확연하게 성별에 따른 차이를 보였다($p \leq .01$). 즉, 여성은 세미 피티드, 피티드한 상의 골프웨어를 선호하는 반면, 남성은 세미 피티드, 루즈한 상의 골프웨어를 선호하였다. 연령에 따른 유의차는 없었으며 조금 넉넉한 여유의 실루엣을 가장 선호하는 것으로 나타났다(표 16).

표 15. 성별에 따른 골프웨어 선호 여유량
Table 15. Preferred Golf Wear Fit according to Sex

구분		N(%)			χ^2
		남	여	전체	
선호	충분한 여유	7 (20.0)	0 (0.0)	7 (10.9)	11.12**
	조금 넉넉한 여유	25 (71.4)	19 (65.5)	44 (68.8)	
여유량	여유 없음 (밀착)	3 (8.6)	10 (34.5)	13 (20.3)	
	전체	35 (100.0)	29 (100.0)	64 (100.0)	

** $p \leq .01$

표 16. 연령에 따른 골프웨어 선호 여유량
Table 16. Preferred Golf Wear Fit according to Sex

구분		N(%)				χ^2
		40대	50대	60대	전체	
충분한 여유	3 (13.0)	2 (8.3)	2 (11.8)	7 (10.9)	1.35	
	조금 넉넉한 여유	15 (65.2)	16 (66.7)	13 (76.5)		44 (68.8)
여유 없음 (밀착)	5 (21.7)	6 (25.0)	2 (11.8)	13 (20.3)		
	전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)		64 (100.0)

5) 골프웨어 제작 시 고려사항

40~60대 골퍼를 즐기는 남녀가 생각하는 골프웨어 제작 시 고려사항으로는 ‘가볍고 쾌적한 소재(26.6%)’, ‘활동하기 편한 여유량(25.0%)’, ‘짧어보이는 디자인(23.4%)’으로 나타났다(표 17, 표 18). 표 18에서 ‘짧어보이는 디자인’에 대한 응답결과가 60대(5.9%), 50대(25.0%), 40대(34.8%)로 연령이 낮을수록 비율이 높은 결과가 나타나 연령대에 적합한 디자인을 원하는 소비

자의 요구로 판단되었다. 이에 구력이 긴 골퍼들을 위한 고기능성 골프웨어와 상대적으로 구력이 짧은 골퍼들을 위한 라이프스타일의 골프웨어가 아우러진 골프웨어는 중년 소비자들의 니즈를 보다 만족시킬 수 있는 방법 중의 하나로 사료된다.

표 17. 성별에 따른 골프웨어 제작 시 고려사항
Table 17. Considerations for Golf Wear Production according to Sex

구분		N(%)			χ^2
		남	여	전체	
고려사항	짧어 보이는 디자인	7 (20.0)	8 (27.6)	15 (23.4)	4.73
	가볍고 쾌적한 소재	12 (34.3)	5 (17.2)	17 (26.6)	
	활동하기 편한 여유량	10 (28.6)	6 (20.7)	16 (25.0)	
	적절한 가격대	3 (8.6)	5 (17.2)	8 (12.5)	
	기능성	3 (8.6)	3 (10.3)	6 (9.4)	
	기타	0 (0.0)	2 (6.9)	2 (3.1)	
	전체	35 (100.0)	29 (100.0)	64 (100.0)	

표 18. 연령에 따른 골프웨어 제작 시 고려사항
Table 18. Considerations for Golf Wear Production according to Ages

구분		N(%)				χ^2
		40대	50대	60대	전체	
고려사항	짧어 보이는 디자인	8 (34.8)	6 (25.0)	1 (5.9)	15 (23.4)	10.91
	가볍고 쾌적한 소재	6 (26.1)	5 (20.8)	6 (35.3)	17 (26.6)	
	활동하기 편한 여유량	5 (21.7)	6 (25.0)	5 (29.4)	16 (25.0)	
	적절한 가격대	3 (13.0)	3 (12.5)	2 (11.8)	8 (12.5)	
	기능성	0 (0.0)	4 (16.7)	2 (11.8)	6 (9.4)	
	기타	1 (4.3)	0 (0.0)	1 (5.9)	2 (3.1)	
	전체	23 (100.0)	24 (100.0)	17 (100.0)	64 (100.0)	

IV. 논의 및 제언

골프웨어 시장의 확대화와 차별화가 빠르게 진행되고 있음에도 불구하고 2000년대 국내 학술지에 게재된

연구논문 중 골프웨어에 관련된 의류학적 접근의 연구물을 살펴보면, 20~30대 여성을 대상으로 한 소비자 분석 조사연구논문이 대부분을 차지하고 있어, 실제 활발히 골프를 즐기는 40대 이상의 소비자들을 위한 니즈와 골프웨어에 대한 기능성 및 인체공학적 설계와 개발에 관한 연구는 매우 미흡한 것으로 나타났다.

경제적 안정기로 돌입한 중년층의 경우 자아실현을 위해 투자를 아끼지 않는 성향으로 골프웨어에 대한 소비가 늘어나고 있음에도 불구하고 기존 연구를 통해 보았을 때 중년을 타깃으로 하는 브랜드들은 그들의 니즈에 맞지 않는 디자인으로 20~30대를 타깃으로 하는 브랜드에서 구매하고 있는 것으로 조사되어 주된 소비집단인 중년에 대한 골프웨어 연구가 필요할 것으로 사료되었다. 이에 본 연구는 골프웨어 구매실태 및 선호도 조사를 통하여 골프웨어에 대한 니즈를 파악함으로써, 40~60대를 위한 골프웨어 설계 및 연구개발을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

설문대상자를 연 1회 이상 라운딩 활동을 하고 평소에도 꾸준히 골프 연습활동을 하고 있는 대상으로 의도 표집하였으나 골프를 즐기는 40~60대 남녀의 골프웨어 구매 및 선호실태로 대표하여 확대해석하기에는 무리가 있다. 또한 연구대상의 지역이 국한되어 있어 연구결과에 지역적 견해의 성향이 있을 수 있음을 밝힌다. 그럼에도 불구하고 다양한 니즈의 소비자를 위한 골프웨어 개발을 위한 기초자료로써 본 연구의 의의가 있다. 이들은 골프웨어 구입을 위해 상설할인매장을 가장 많이 이용하고 TV, 인터넷 광고를 정보원으로 하여 연간 1~2회 골프웨어를 구매하고 50만원에서 100만원의 구입비를 사용하는 경향임을 알 수 있었다. 골프웨어 구매 시 고려사항으로 디자인, 색상, 무늬가 가장 우선시 되어 단순히 골프활동을 위한 골프웨어로 착용하지 않고 외출복이나 평상복과 같은 일상복으로도 활용하고 있음을 확인할 수 있었다. 상의 골프웨어용 선호 색상으로 여성은 흰색, 남성은 회색, 검은색의 무채색을 가장 선호하는 것으로 나타나 흥미로운 결과로 판단되었다. 골프웨어 선호 여유량에서도 세미피티드한 실루엣을 가장 선호하였으나 여성은 보다 피티드한 실루엣의 디자인을, 남성은 보다 루즈한 실루엣을 선호하여 성별간 유의미한 차이를 나타내었다. 무엇보다도 골프웨어 제작 시 '젊어보이는 디자인'에 대한 응답결과가 60대(5.9%), 50대(25.0%), 40대(34.8%)로 연령이 낮을수

록 비율이 높아진 결과는 연령대에 적합한 디자인의 요구로 판단이 되었다. 이에 연령에 맞는 디자인을 바탕으로 골프활동을 위한 활동성과 기능성을 반영한 골프웨어 설계가 필요할 것으로 사료되었으며 골프활동 시 노출되는 외부환경에서 신체를 보다 보호할 수 있는 중년 소비자들을 위한 고기능성 골프웨어가 개발된다면 보다 쾌적하고 편안한 취미생활을 영위해 나갈 수 있으리라 기대된다.

V. 결 론

본 연구에서는 골프웨어 구매실태 및 선호도 조사를 통하여 골프웨어에 대한 니즈를 파악함으로써, 40~60대를 위한 골프웨어 설계 및 연구개발을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 이에 평소 골프 연습을 꾸준히 즐기며 연 1회 이상 라운딩 활동을 하는 40대~60대의 중년 남녀를 의도표집하여 골프웨어 구매 경향과 골프웨어 선호도 관련 설문조사를 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

골프웨어의 구매장소는 '상설할인매장(42.2%)', '인터넷·TV홈쇼핑(21.9%)', '백화점(18.8%)', '대형할인매장(12.5%)'순으로 나타났으며 성별, 연령대에 따른 차이는 없었다. 골프웨어 구매 시 정보원의 활용도는 'TV 및 인터넷광고(29.7%)', '친구 및 가족의 조언(21.9%)', '과거 구매경험(20.3%)'으로 나타났다. 성별간에는 남성보다 여성이 'TV 및 인터넷광고'의 활용도가 다소 높으며 연령간에는 60대, 50대, 40대로 갈수록 TV 및 인터넷광고의 활용도의 비율이 높다. 반면 연령대가 낮아질수록 '과거 구매경험'의 활용도도 낮게 나타났다.

골프웨어의 구매빈도는 '연간 1~2회 구입(46.9%)', '연간 3~4회 구입(31.3%)'이 가장 많았다. 성별, 연령별 유의차는 없었으나 50대의 경우 40대, 60대 보다 골프웨어 구매빈도가 다소 높은 경향을 보였다.

골프웨어 연간 구입비는 '50만원~100만원 미만(37.5%)', '50만원 미만(31.3%)', '100만원~200만원 미만(20.3%)'의 순으로 조사되었으며, 1회 지출 비용은 '20만원~50만원 미만'으로 성별, 연령별 유의차는 나타나지 않았다.

골프웨어 구매 시 고려사항 중 '디자인, 색상, 무늬' 항목에서 성별간 유의한 차이가 나타내어($p \leq .05$), 여성이 디자인에 우선순위를 둘 수 있었다. 구매 고려

사항으로 모든 항목에서 여성이 남성보다 높은 경향을 나타내었으며 ‘동작 활동성(4.1)’, ‘소재 기능성(4.0)’, ‘가격(4.0)’, ‘사이즈(4.0)’, ‘봉제상태·내구성(4.0)’ 등을 고려하는 것으로 나타났다. 연령에 따른 결과에서는 60대보다 40대, 50대에서 구매 시 ‘가격’ 측면을 더 고려하고 40대, 60대 50대의 순으로 골프웨어 구매 시 복을 단순히 골프웨어로만 착용하지 않고 외출복이나 평상복과 같은 일상복으로도 고려한다고 응답하였다.

골프웨어 선호 색상은 ‘검은색·회색(31.3%)’, ‘흰색(29.7%)’의 무채색을 가장 선호하였다. 무채색 중에서도 여성은 ‘흰색(37.9%)’을 남성은 ‘검은색·회색(31.3%)’을 보다 선호하는 것으로 나타났으며, ‘붉은색’, ‘노란색’, ‘초록색’, ‘파란색’은 남성에서만, ‘비비드색’, ‘형광색’은 여성에서만 나타나 성별에 따른 선호 색상에 차이가 있음을 알 수 있었다($p \leq .05$). ‘파스텔색’은 성별에 무관하게 선호하는 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 유의차는 나타나지 않았지만 무채색을 제외한 유채색 중에서는 40대 보다는 50대, 60대에서 ‘파스텔색’을 40대는 ‘비비드색’, ‘형광색’을 선호한다는 응답이 있었다.

골프웨어 중 상의를 여밈 형태와 함께 선호 스타일을 분류하여 조사한 결과, 남성은 ‘PK 칼라의 단추여밈 스타일(51.4%)’이 가장 높은 선호도를 보였으며 다음으로 ‘밴드 칼라의 반지퍼 여밈 스타일(20.0%)’을 선호하였다. 여성의 경우에는 ‘라운드 넥크라인의 니트 스타일(31.0%)’, ‘지퍼가 있는 조끼 스타일(27.6%)’ 순으로 선호하여 유의한 차이를 보였다($p \leq .05$). 연령대에 따라 골프웨어의 선호 스타일에 대한 유의미한 차이는 없었다.

상의 골프웨어 스타일 선호 이유를 살펴보면, 여성은 ‘활동하기 편해서(69.0%)’, ‘세련되고 유행해서(17.2%)’로, 남성은 ‘단순하고 무난해서(42.9%)’, ‘활동하기 편해서(37.1%)’로 유의미한 차이를 보였다($p \leq .05$). 연령대에 따른 차이는 없었으며 전체적으로 ‘활동하기 편해서(51.6%)’, ‘단순하고 무난해서(28.1%)’, ‘세련되고 유행해서(15.6%)’로 남녀 모든 연령대에서 활동성이 가장 높은 골프웨어의 선호이유임을 알 수 있었다.

선호하는 골프웨어 상의 여유량은 조금 넉넉한 여유인 세미 피티드 실루엣으로 나타났다. 남성은 ‘조금 넉넉한 여유(71.4%)’, ‘충분한 여유(20.0%)’, ‘여유 없음(8.6%)’로 여성의 경우 ‘조금 넉넉한 여유(65.5%)’, ‘여유 없음(34.5%)’, ‘충분한 여유(0.0%)’로 확연하게 성별

에 의한 차이를 보였다($p \leq .01$). 즉, 여성은 세미 피티드, 피티드한 상의 골프웨어를 선호하는 반면, 남성은 세미 피티드, 루즈한 상의 골프웨어를 선호하였다.

골프를 즐기는 40~60대 남녀가 생각하는 골프웨어 제작 시 고려사항으로는 ‘가볍고 쾌적한 소재(26.6%)’, ‘활동하기 편한 여유량(25.0%)’, ‘젊어보이는 디자인(23.4%)’으로 나타났다. ‘젊어 보이는 디자인’에 대한 응답결과가 60대(5.9%), 50대(25.0%), 40대(34.8%)로 연령이 낮을수록 비율이 높았다. 이에 연령에 맞는 디자인을 바탕으로 골프활동을 위한 활동성과 기능성을 반영한 골프웨어 설계가 필요할 것으로 사료되었다.

References

- [1] Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2022, January 20), Expansion into a ‘Good Golf Course’ that Anyone Can Enjoy without Burden, Retrieved June 14, 2023, from <https://www.mcst.go.kr/usr/minister/active/moveView.jsp?pSeq=5576>
- [2] 2021 Sport Industry White Paper. (2023, March 31). Ministry of Culture, Sports and Tourism, pp. 36, Retrieved June 9, 2023, from https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pDataCD=0417000000&pSeq=1719
- [3] K. A. Kim, *Golf Wear*, Seoul: Kyohakyongusa, pp. 2, 34, 2009.
- [4] K. J. Paek, “Analysis of Domestic Golf Wear Research Trends -Focusing on Journal Articles (2000-2022)-,” *Proceeding of the 2nd Conference of the Korea Fashion & Costume Design Association*, pp. 58-59, November, 2022.
- [5] K. A. Kim, *Golf Wear*, Seoul: Kyohakyongusa, pp. 211, 2009.
- [6] E. -J. Lee, “Differing Effects of Perceived Psychological Benefits of Wearables Adoption by Consumer Age, Need for Cognition, and Involvement,” *The Journal of the Convergence on Culture Technology(JCCT)*, Vol. 6, No. 1, pp. 289-299, February, 2020. DOI: 10.17703/JCCT.2020.6.1.289
- [7] M. -J. Lim, and G. -S. Choi, “A Study on the Life Style and the Preparation of Old Age in Opal Generation,” *The Journal of the Convergence on Culture Technology(JCCT)*, Vol. 8, No. 6, pp. 59-65, November, 2022. DOI:10.17703/JCCT.2022.8.6.59

- [8] S. J. Choi, and Y. R. Jung, “Golf and Golf Wear for Middle-aged Women,” *The Koean Human Image Design*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-14, March, 2021.
- [9] W. -K. Cho, “A Study on Purchasing Behavior of Golf Wear Consumers,” Unpublished Master’s thesis, Dongduk Women’s University, December, 2001.
- [10] I. -S. Koo, “Consumer’s Preference and Dissatisfaction on Knitted Golf Wear,” *Journal of Fashion Business*, Vol. 12, No. 1, pp. 76-92, December, 2008.
- [11] E. Han, and J. Lee, “Investigation fo Preference for Outdoor Jacket and Design Prototype,” *Journal of Fashion Business*, Vol. 15, No. 4, pp. 167-181, September, 2011.
- [12] S. Shin, and J. -R. Lee, “Consumer’s Preference and Dissatisfaction on Knitted Golf Wear,” *Journal of the Korean Society of Costume*, Vol. 51, No. 4, pp. 97-112, July, 2021.
- [13] 2022 Golf Wear Trend. (2022, October 7). Retrired July 14, 2023, from <https://www.golfmagazinekorea.com/news/articleView.html?idxno=7761>

※ 이 논문은 2022학년도 부경대학교의 지원을 받아 수행된 연구임(20221236001).