

An importance-performance analysis on selection attributes for young golf apparel consumers

Ji-hae Lee*

Kyung Hee University

[Purpose] The purpose of this study was to find out what young amateur golfers consider the most when purchasing golf apparel and to find out the Importance-Performance attributes when choosing golf apparel. **[Methods]** Amateur golfers in their 20s through 40s who have purchased golf clothing directly were selected as the subject. A total of 350 questionnaires were distributed using the purposive sampling method, and 331 copies as a final validity sample. For data analysis exploratory factor analysis Cronbach's α , frequency analysis, and Importance-Performance analysis by using SPSS 21.0. **[Results]** First, except for 'fancy design', 'water-proof function', 'elasticity comfort', 'brand name' there were significant differences between importance and satisfaction of selection attribute. Second, 'harmonic colors', 'has its own characteristics', 'expressing beauty', 'elasticity comfort' were analyzed to be situated in quadrant I. Third, 'fancy design', 'water-proof function', 'temperature maintenance function', 'elasticity and durability', 'brand name', 'high-priced yet popular brand', 'popular brand' were analyzed to be situated in quadrant II. Fourth, 'comfortable to wear', 'convenient for physical activity' were analyzed to be situated in quadrant III. Fifth, 'can be also worn for outdoor wear', 'wear for gathering', 'wear as daily attire' were analyzed to be situated in quadrant IV. **[Conclusions]** The results will be the basis for effective target marketing on young amateur golfers who are rapidly emerging and will be able to grasp the characteristics of golf apparel that they really want.

Key words: golf apparel selection attribute, young amateur golfer, golf, IPA

서론

소득수준 향상과 여가 스포츠에 대한 인식변화로 골프에 대한 대중들의 관심과 참여가 증가하면서 골프 시장에 새로운 변화를 일으키고 있다(Lee & Kim, 2017). 과거 골프는 특정 계층만 즐길 수 있는 스포츠라는 부정적인 이미지가 강했지만, 국내 프로골퍼들의 활약과 박인비의

올림픽 금메달 획득으로 골프 강국으로 위상 정립과 함께 차츰 골프에 대한 일반 대중의 가치관이 긍정적으로 변화되고 있다(Kim & Ha, 2016; Lee et al., 2018).

골프에 대한 인식변화는 참여 관심으로 이어졌다. 특히 금전부담이 적은 스크린골프 유입으로 20, 30대의 젊은 골퍼들 및 여성 골퍼들의 수가 늘어나면서 골프의 대중화를 초래했는데, 이러한 현상은 골프의류시장에 많은 변화를 가져왔다(Park & Lim, 2015).

골프의류시장은 2015년 2조 8천억원, 2016년 3조원을 넘는데 이어 2017년 3조 7천억이었으며, 향후 5조원을 넘어설 것이라고 예상되고 있다(Lee et al., 2018).

논문 투고일 : 2020. 06. 30.

논문 수정일 : 2020. 08. 10.

게재 확정일 : 2020. 09. 08.

* 교신저자 : 이지혜 (cheesehead85@khu.ac.kr).

경기침체에도 불구하고 골프의류시장이 지속 성장세를 보이는 이유는 운동 목적으로 개발된 골프의류의 기능성 소재와 트렌드 흐름에 맞는 디자인이 일상생활에서도 거부감 없이 착용할 수 있는 캐주얼웨어 개념으로 바뀌고 있기 때문이라 할 수 있다(Moon & Park, 2011).

골프를 즐기는 인구가 다양해지면서 골프의류를 구입하는 소비자의 연령층을 하향화시켰고, 기존의 50~60대 대신 20~30대가 주 소비층으로 자리매김에 따라 골프의류시장의 중요한 타겟으로 떠오르고 있다(Shim & Kim, 2012). 이러한 현상은 기존 올드 하먼서 '고급 골프웨어' 이미지의 전형적인 골프의류 스타일에서 벗어나 '영 캐주얼웨어'로 라이프스타일을 가미한 세련되고 스타일리시한 새로운 개념에까지 이르게 되었다.

이로 인해 골프의류 시장은 더욱 전문화되고 확대되어 가고 있으며, 젊은 세대 골퍼시장 확보를 위해 다양한 기술개발과 마케팅 기법 등으로 기업 간의 경쟁이 치열해지고 있다. 하지만 이러한 급격한 골프의류시장 성장세는 브랜드 간 중복되는 컨셉과 디자인, 높은재고를 현상 등으로 포화 현상이 나타나기 시작했으며, 더 나아가 매년 다량으로 수입된 해외 브랜드로 인한 국내 브랜드 시장은 잠식되기 시작하였다(Cho et al., 2016).

이러한 시점에서 골프의류 브랜드들의 생존을 위한 전략적인 마케팅 전략이 절실하다고 볼 수 있는데, 치열한 경쟁 환경 속에서 경쟁적 우위를 점하기 위해서는 브랜드 혹은 제품의 차별화를 시키는 것이 중요 전략 중 하나로 뽑을 수 있으며, 소비자들에게 정확하고 빠르게 인식시킬 수 있는 마케팅 수단이 될 수 있다(Kim et al., 2019). Lee & Yu(2004)와 Matsatsinis & Samaras(2000)의 연구에 따르면 소비자는 제품 구매 시 우선으로 제품의 구성요인을 확인하고, 각 요인을 비교 및 평가한 뒤 구매 행동으로 연결된다고 하였다. 이러한 측면을 고려해본다면 효과적인 골프의류 마케팅 차별화를 위해서는 젊은 골퍼들이 고려하는 골프의류 선택속성을 확인하고 이를 바탕으로 차별화된 전략을 수립해야 할 것이다.

본 연구에서 사용된 중요도-만족도 분석(IPA: Importance-Performance Analysis)은 상품이나 서비스에 대한 소비자 혹은 이용자가 중요시하는 요소에 대한 중요도 및 만족도를 평가하여 우선순위 결정하는 동시에 각 속성의 상대적 중요도와 성취도를 동시에 비교분석하

는 평가기법이다(Martilla & James, 1997). 이러한 조사기법을 통하여 다른 스포츠와는 다르게 의류를 통해 이목을 집중시키고 자신만의 매력을 어필하고 싶어 하는 특성을 가진 골퍼들이 인식하는 골프의류 선택속성의 중요도와 만족도를 평가할 수 있을 것이다. 또한, 선택속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 해결해야 할 사항들의 우선순위를 결정하는 데 있어 유용한 정보를 얻을 수 있을 것이며, 체계적인 분석이 가능 할 것이다. 이에 IPA 분석 매트릭스분석 분배방안에 대한 설명은 다음 <Table 1>과 같다.

Table 1. Characteristic subjects

Quadrant 1	High importance / Low satisfaction High priority
Quadrant 2	High importance / High satisfaction Key drivers achieving satisfaction
Quadrant 3	Low importance / Low satisfaction Tolerable disadvantage
Quadrant 4	Low importance / High satisfaction Possible overkill

따라서 본 연구에서는 아마추어 골퍼들이 골프의류 구매 시 가장 고려하는 사항들이 무엇인가를 알아보고, IPA기법을 활용하여 골프의류 선택속성에 있어 중요도-만족도를 알아보는데 그 목적이 있다. 이를 통해 급부상하고 있는 젊은 아마추어골퍼들이 진정으로 원하는 골프의류 특성에 대해 파악할 수 있을 것이며 효과적인 타겟 마케팅을 하는데 기초자료가 될 것으로 사료된다.

연구방법

연구대상

본 연구에서는 골프의류를 직접 구매해본 경험이 있는 젊은 골퍼 20대에서 40대 아마추어 골퍼들을 모집단으로 선정하였다. 2020년 3월 1일부터 4월 30일까지 약 두 달간 서울과 경기도에 위치한 연습장 여섯 곳에서 판단표본추출법을 사용하여 총 350부의 설문지를 배포하였으며 자기평가기입법에 의해 작성하도록 하였다. 이후 회수된 342부 설문지 중 불성실하게 응답하거나 응답이 누락된 11부를 제외한 총 331부를 실제 분석에 이용하였다.

연구대상자의 인구통계학적 특성은 다음 <Table 2>와 같다. 남성이 154명, 여성이 177명으로 나타났으며 연령에서는 20대가 121명으로 가장 많이 비율을 차지하였다. 골프의류 연 구입회수로는 2회에서 4회가 가장 많았으며 연평균 지출비용은 20만원이상 - 50만원 미만이 가장 많이 차지한 것으로 나타났다.

조사도구

골프의류선택속성에 대한 골퍼들의 중요도 및 만족도를 알아보기 위하여 Kwon & Choi(2018)과 Cho et al.(2013)의 연구에서 사용한 스포츠웨어 선택속성에 관한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하였다. 골프웨어 선택속성은 크게 5개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 세부적으로는 디자인, 색감 등의 '심미성', 땀 흡수, 체온유지, 신축성, 방수 등과 같은 '기능성', 상표명, 유행상표, 남들이 알아주는 상표 등의 '상표의존', 자유로운 신체활동, 착용감, 신축성과 같은 '편안함', 그리고 일상복, 외출복으로도 착용 가능한 '일상복'으로 구성되었

다. 따라서 본 연구에서는 인구통계학적특성 4문항, 골프의류 선택속성 중요도 18문항, 골프의류 선택속성 만족도 18문항으로 총 40문항으로 이루어져 있다. 또한 각 변인의 측정을 위하여 리커트 5점 척도를 사용하였다.

Table 2. General characteristics of the subjects

Variable	n	%	
gender	male	154	46.5
	female	177	53.5
age range	20's	121	36.6
	30's	103	31.1
	40's	107	32.3
	1	69	20.8
number of purchase (yearly)	2-4	149	45.0
	5-7	87	26.3
	≥8	26	7.9
	<\$200	41	12.4
average expenditure costs (yearly)	≥\$200 - <\$500	103	31.1
	≥\$500 - <\$800	66	19.9
	≥\$800 - <\$1100	61	18.4
	≥\$1100	60	18.1
Total	331	100	

Table 3. Exploratory factor analysis on golf apparel selection attribute

Variable	Aesthetics	Functional	Brand dependency	Comfort	As daily attire	Cronbach's α
fancy design	.947	.020	-.006	.025	-.093	.943
expressing beauty	.943	-.032	-.057	.090	-.069	
harmonic colors	.918	-.011	.020	.113	-.043	
has its own characteristics	.867	.057	.058	.104	-.083	
sweat absorption function	-.015	.952	.117	.070	.030	.889
temperature maintenance function	-.010	.932	.131	.048	-.013	
elasticity and durability	.019	.921	.082	.079	.043	
waterproof function	.029	.623	.001	.055	-.051	
high-priced yet popular brand	.065	.108	.899	.127	.028	.893
popular brand	.041	.132	.893	.108	.041	
brand name	-.021	.021	.845	-.116	-.036	
brand recognized by others	-.058	.054	.828	-.103	-.043	
convenient for physical activity	.136	.008	.001	.929	-.013	.799
elasticity comfort	.174	.016	.027	.901	-.004	
comfortable to wear	-.005	.237	-.034	.777	-.086	
wear as daily attire	-.067	-.033	.010	-.117	.948	
can be also worn for outdoor wear	-.086	-.014	.010	-.121	.934	.854
wear for gathering	-.076	.022	-.025	.091	.622	
Eigen value	3.458	3.106	3.052	2.416	2.199	
Variance (%)	19.209	17.255	16.954	13.420	12.217	
Cumulative (%)	19.209	36.464	53.418	66.838	79.056	

조사도구의 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 요인추출은 Varimax 방식으로 추출하였다. 통계상 유의성을 확보하기 위해 요인적재치 기준은 .6 이상인 항목으로 설정하였다.

〈Table 3〉은 골퍼들이 골프의류 선택속성에 대한 항목의 탐색적 요인분석 결과이다. 문항의 총 분산 적재값은 79.056%로 나타났으며, Cronbach's α 계수를 통해 설문지의 신뢰도를 분석한 결과 심미성 .943, 기능성 .889, 상표의존 .893, 편안함 .799, 일상복 .854로 나타났다.

자료처리

본 연구의 자료처리방법으로는 SPSS 21.0을 이용하여 빈도분석과 측정도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 골프의류 선택속성에 대한 지각차이를 검증하기 위해 대응표본 t검증을 실시하였고, IPA분석을 적용하여 골프의류 선택에 있어 중요하게 하는 속성과 구매 후 만족도에 대한 평가를 하였다.

연구결과

골프의류 선택속성의 중요도-만족도 및 우선순위 분석

골프의류 선택속성의 중요도 및 만족도에 관한 결과는 〈Table 4〉와 같이 나타났으며, 이에 대한 우선순위 결과는 〈Table 5〉와 같이 나타났었다. 골프의류 선택속성별로 중요도에서는 상표의존이 평균 3.91로 가장 높게 나타났으며 다음으로는 기능성이 3.87, 심미성 3.78, 편안함 3.29 그리고 일상복 대체 3.11 순으로 중요한 것으로 나타났다. 구체적으로는 상표의존에서 '고가지만 유명한 상표'가 가장 높게 나타났으며, 기능성에서는 '방수기능', 심미성에서는 '화려한 디자인', 편안함에서는 '신축성 편안함' 그리고 일상복 대체에서는 '일상생활에서의 착용'이 높게 나타났다.

다음, 만족도에 대한 결과를 살펴보면 중요도에서 가장 낮게 나왔던 일상복 대체가 가장 높은 평균인 3.93으로 나타났으며, 다음으로는 기능성 3.74, 상표의존 3.73, 편안

Table 4. Importance & performance of golf apparel selection attribute (Mean±SD)

Variable	Importance		Performance		
	M	SD	M	SD	
Aesthetics	Harmonic colors	3.78	.945	3.13	.931
	fancy design	3.79	.917	3.66	.850
	has its own characteristics	3.76	.931	3.45	.887
	expressing beauty	3.80	.879	3.47	1.013
	waterproof	3.89	.923	3.82	.966
Functional	temperature maintenance	3.87	.869	3.71	.963
	sweat absorption	3.87	.895	3.69	.983
	elasticity and durability	3.85	.833	3.72	.949
Brand dependency	brand name	3.90	.934	3.85	1.062
	brand recognized by others	3.90	.941	3.80	1.087
	high-priced yet popular	3.95	.874	3.62	1.248
	popular brand	3.88	.957	3.66	1.213
	can be also worn for outdoor wear	3.05	1.137	3.86	.941
As daily attire	wear for gathering	3.14	1.053	4.04	.956
	wear as daily attire	3.15	1.146	3.90	.950
Comfort	comfortable to wear	3.32	.682	3.58	1.022
	convenient for physical activity	2.98	.829	3.56	.852
	elasticity comfort	3.57	.761	3.33	.984
Total average		3.64		3.66	

함 3.49, 심미성 3.43 순으로 만족하는 것으로 나타났다. 구체적으로는 일상복 대체에서는 '모임참석 시 착용'이 가장 높게 나타났으며, 기능성에서는 '방수기능', 상표의존에서는 '상표명', 편안함에서는 '편한 착용감' 그리고 심미성에서는 '화려한 디자인'이 높게 나타났다.

Table 5. The rank of importance & performance of golf apparel selection attribute

Rank	Importance	Performance
1	high-priced yet popular	wear for gathering
2	brand name	wear as daily attire
3	brand recognized by others	can be also worn for outdoor wear
4	waterproof	brand name
5	popular brand	waterproof
6	temperature maintenance	brand recognized by others
7	sweat absorption	elasticity and durability
8	elasticity and durability	temperature maintenance
9	expressing beauty	sweat absorption
10	fancy design	popular brand
11	Harmonic colors	fancy design
12	has its own characteristics	high-priced yet popular
13	elasticity comfort	comfortable to wear
14	comfortable to wear	convenient for physical activity
15	wear as daily attire	expressing beauty
16	wear for gathering	has its own characteristics
17	can be also worn for outdoor wear	elasticity comfort
18	convenient for physical activity	Harmonic colors

골프의류 선택속성의 중요도-만족도 차이검증

골프의류의 다섯 가지 선택속성 유형별 세부특성에 대한 중요도와 만족도간의 대응차이검증을 분석한 결과는 <Table 6>과 같다. '화려한 디자인', '방수기능', '신축성 편안함', '상표명', '남들이 알아주는 상표'를 제외한 선택속성 유형별 세부특성에서 유의한 차이가 나타났다. 결과를 세세하게 살펴보면 '조화로운 색감'(t=8.937), '신축성 편안함'(t=4.622), '개성이 들어남'(t=4.548), '아름다운 표출'(t=4.482), '고가지만 유명한 상표'(t=4.239), '땀 흡수기능'(t=2.480), '체온유지기능'(t=2.344)에서 t값이 정(+)의 높은 값으로 나타나 골프의류 선택속성에 대한 중요도가 만족도보다 높게 나타났으며, 다른 속성들보다 그 차이가 더 큰 것으로 나타났다. 반대로 '신체활동 편안함'(t=-11.408), '모임 시 착용'(t=-11.375), '외출복 겸용 착용'(t=-10.077), '일상생활착용'(t=-9.068), '편한 착용감'(t=-4.738)에서 t값이 부(-)의 높은 값으로 나타나 골프의류 선택속성에 대한 만족도가 중요도보다 높은 것으로 나타났다.

Table 6. Paired t-test on importance and performance of golf apparel selection attribute

Variable	importance avg.	performance avg.	t	p
harmonic colors	3.78	3.13	8.937***	.000
fancy design	3.79	3.66	1.910	.057
has its own characteristics	3.76	3.45	4.548***	.000
expressing beauty	3.80	3.47	4.482***	.000
waterproof function	3.89	3.82	1.559	.120
temperature maintenance function	3.87	3.71	2.344*	.020
sweat absorption function	3.87	3.69	2.480*	.014
elasticity and durability	3.85	3.72	1.925	.055
brand name	3.90	3.85	.855	.393
brand recognized by others	3.90	3.80	1.699	.090
high-priced yet popular	3.95	3.62	4.239***	.000
popular brand	3.88	3.66	2.793**	.006
wear as outdoor wear	3.05	3.86	-10.077***	.000
wear for gathering	3.14	4.04	-11.375***	.000
wear as daily attire	3.15	3.90	-9.068***	.000
comfortable to wear	3.32	3.65	-4.738***	.000
convenient for physical activity	2.98	3.56	-11.408***	.000
elasticity comfort	3.57	3.33	4.622***	.000

골프의류 선택속성의 IPA메트릭스 분석

골프의류 선택속성의 각 특성에 대한 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교 및 분석하였다. Cho et al. (2013), Han et al. (2008)의 연구와 동일한 방법으로 중요도의 평균값과 만족도의 평균값을 중앙값으로 사용하여 IP 교차점을 설정하였고, 이를 중심으로 x축은 만족도(performance), y축은 중요도(importance)로 하여 4 사분면으로 구성하였으며 그 결과는 <Figure 1>와 <Table 7>과 같다.

Table 7. The result of IPA analysis

Quadrant	golf apparel selection attribute
I	harmonic colors, has its own characteristics, expressing beauty, elasticity comfort
II	fancy design, waterproof, temperature maintenance sweat absorption, elasticity brand recognized by others, high-priced yet popular brand, popular brand
III	comfortable to wear, convenient for physical activity
IV	can be also worn for outdoor wear, wear for gathering, wear as daily attire

결과를 살펴보면 골프의류 선택속성에 대한 높은 중요도와 낮은 만족도의 I 사분면은 '조화로운 색감', '개성이 들어남', '아름다움 표출', '신축성 편안함'의 4가지 선택속성이 자리하였으며, 높은 중요도와 높은 만족도의 II 사분면은 '화려한 디자인', '방수기능', '체온유지기능', '땀흡수기능', '신축성 및 내구성', '상표명', '남들이 알아주는 상표', '고가이더라도 유명한 상표', '유행하는 상표'의 9가지 선택속성이 자리하였다.

다음으로는 낮은 중요도와 낮은 만족도의 III 사분면은 '착용 편안함', '신체활동 편안함'의 2가지 선택속성이 자리하였고, 낮은 중요도 높은 만족도의 IV 사분면은 '외출복 겸용 착용', '모임 시 착용', '일상생활 착용'이 3가지 선택속성이 자리하였다.

논의

본 연구는 IPA기법을 사용하여 최근 급증하고 있는 젊은 골프들의 골프의류 선택속성에 대한 중요도와 만족도를 파악하였으며, 이를 통해 젊은 아마추어골퍼들의 골프의류에 대한 현실적인 요구사항들을 파악하여 효과적인

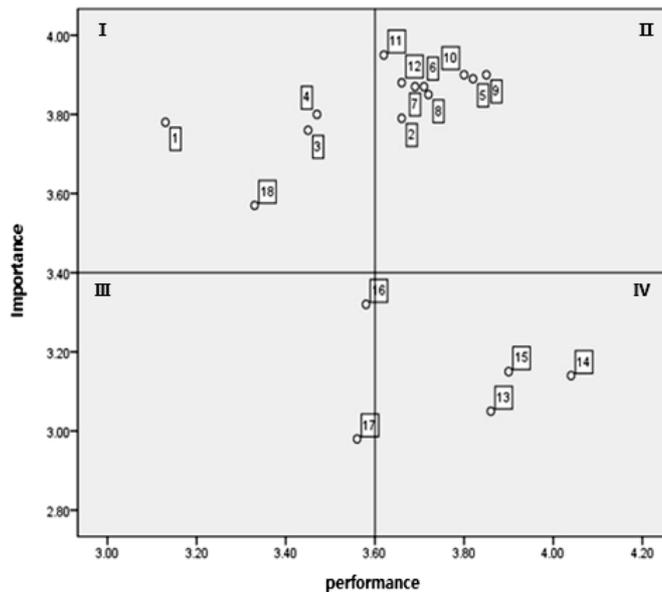


Fig. 1. Importance-performance matrix of golf apparel attribute

타깃마케팅을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 연구 결과와 선행연구들을 바탕으로 구체적인 논의는 다음과 같다.

첫째, I 사분면은 높은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '조화로운 색감', '개성이 들어남', '아름다움 표출', '신축성 편안함'으로 분석되었다. 이러한 결과는 소비자들이 의류구매 시 자신만의 독특한 색감과 개성을 표현할 수 있는 제품을 선택한다는 Koo et al.(2009)의 연구와 일치하는 것으로 나타났으며, 자신만의 개성을 표출하는 것을 중요하게 여기는 젊은 골퍼 층이 증가하면서 컬러마케팅을 실시하는 브랜드가 급증한다는 Lee et al. (2016)의 연구를 지지하는 것으로 나타났다. 중요도가 높지만, 만족도가 낮은 만큼 I 사분면에 속한 선택속성에 대한 집중적인 관리가 필요하다고 할 수 있다. 따라서 골프의류 기업들은 젊은 골퍼들의 의류에 대한 만족도를 높이기 위해 화려하고 튀는 색상보다는 트렌드에 맞는 감성적인 색상을 개발하고, 그들의 성향을 고려한 다양하면서 조화로운 배색에 신경을 써야 할 것이다. 또한 세련됨을 유지하면서도 실직한 골프스윙 시 도움이 될 수 있는 신축성 소재를 사용하여 소비자들의 만족도를 높여야 할 것이다. 어느 골프의류 기업이든 결국 최종목표는 소비자들의 연속충성도를 끌어내어 매출을 올리는 것이기 때문에, 이를 위해서는 무턱대고 값비싼 제품을 제공하기 보다는 분기별로 소비자 선호도 조사를 통해 그들이 진정으로 원하는 의류 디자인과 색감을 파악하여 제품을 출시해야 할 것이다.

둘째, II 사분면은 중요도, 만족도 모두 높은 속성으로 '화려한 디자인', '방수기능', '체온유지기능', '신축성 및 내구성', '상표명', '남들이 알아주는 상표', '고가이더라도 유명한 상표', '유행하는 상표'로 분석되었다. 이러한 결과는 신체활동을 위한 의류는 기능성, 즉 땀흡수, 체온유지, 신축성은 필수적 요소라고 한 Jung & Lee (2016)의 연구결과와 같은 맥락이라고 할 수 있으며, Veblen(1899)이 제시한 베블런효과 즉, 소비자들은 성능이 비슷해도 브랜드가치가 높고 비싼 제품을 더 선호한다는 연구결과를 지지하는 것으로 나타났다. 또한 소비자들은 스포츠웨어 구매 시 고가 브랜드 스포츠웨어를 통해 자신을 표출하길 원하며 이러한 과시적 소비를 통해 만족감을 얻는다는 Gil & Lee(2011)의 연구결과를 지지하는 것으로 나타났다. II 사분면에 속한 골프의류 선택속성은 중요도와

만족도가 모두 높기 때문에 지속적인 유지가 필요한 부분이다. 따라서 젊은 골퍼 층을 공략하는 골프의류 기업들은 단순 기능성을 넘어서 시대에 맞게 스마트 혁신성을 강조한 마케팅 방법으로 접근이 필요하며, 사계절 골프를 즐길 수 있는 국내 조건 상, 활동 전과 후에도 체온을 유지할 수 있는 동시에 편하게 착용할 수 있는 소재를 부각시킬 필요가 있다. 예를 들어 여름에는 시원함과 통풍유지를 시켜줄 수 있는 매시소재를 더 많이 사용하고, 겨울에는 체온을 유지시켜주면서도 가볍고, 편하게 스윙을 할 수 있도록 의류를 개발해야 할 것이다. 또한 소비자들이 과시적 소비성향이 타 종목에 비해 강한만큼 고가마케팅은 유지하는 동시에 기능성을 놓치지 않고 새로운 소재개발에 신경 써야 할 것이다.

셋째, III 사분면은 낮은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '착용 편안함'과 '신체활동 편안함'으로 분석되었다. 이러한 결과는 McCracken(1986)이 주장한 의류 소비자들은 기능 및 실용성보다는 상징성 및 관념성을 더 중요한 속성으로 여긴다는 결과를 부분적으로 지지하고 있는 반면, 스포츠웨어 구매 시 기능성을 중요한 요소 군에 포함시킨다는 Kwon et al.(2012)의 연구와는 상반된 결과가 나타났다. III 사분면에 속한 골프의류 선택속성은 중요도와 만족도가 모두 낮으므로 기업운영에 있어 우선순위를 낮춰도 되는 부분이라 할 수 있다. 운동을 하는데 있는 편안한 옷은 세련되지 못하다는 이미지가 있으므로, 이러한 이미지 탈피를 위해 골프의류 기업들은 활동하는데 있어 편안함을 줄 수 있는 의류를 제작하여 만족감을 높여주는 동시에 스타마케팅 등을 통해 전문적인 이미지 메이킹을 통한 브랜드 포지셔닝이 필요하다고 사료된다.

넷째, IV 사분면은 낮은 중요도, 높은 만족도 속성으로 '외출복 겸용 착용', '모임 시 착용', '일상생활 착용'으로 분석되었다. 이러한 결과는 스포츠웨어에서 기능성뿐만 아니라 일상생활을 편하게 할 수 있는 캐주얼적인 요소가 강화되고 있다는 Kim(2013)의 연구결과와 같은 맥락이라고 할 수 있다. 이는 젊은 골퍼들이 일상복으로서도 골프의류를 충분히 만족하고 있음을 알 수 있다. 따라서 골프의류 기업들은 일상복으로도 부담이 가지 않은 디자인과 과하지 않은 색상으로 젊은 소비자들의 요구에 부응할 수 있는 다양한 의류로 개성을 살리고 브랜드 아이덴티티를 구축한 마케팅 방안이 수립되어야 할 것이다.

결론 및 제언

본 연구에서는 아마추어 골퍼들이 골프의류 구매 시 가장 고려하는 사항들이 무엇인가를 알아보고, IPA기법을 활용하여 골프의류 선택속성에 있어 중요도-만족도를 알아보는데 그 목적 있으며 분석결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 골프의류 선택속성별로 중요도에서는 상표의존, 기능성, 심미성, 편안함, 일상복대체 순으로 중요한 것으로 나타났으며, 만족도에 관한 결과를 살펴보면 중요도에서 가장 낮게 나왔던 일상복 대체가 가장 높게 나타났으며 그다음으로 기능성, 상표의존, 편안함, 심미성 순으로 나타났다.

둘째, 골프의류의 다섯 가지 선택속성 유형별 세부특성에 대한 중요도와 만족도 간의 대응차이검증을 분석한 결과 '화려한 디자인', '방수기능', '신축성 편안함', '상표명', '남들이 알아주는 상표'를 제외한 선택속성 유형별 세부특성에서 유의한 차이가 나타났다. 결과를 세세하게 살펴보면 '조화로운 색감', '신축성 편안함', '개성이 들어남', '아름다움 표출', '고가지만 유명한 상표', '땀 흡수기능', '체온유지기능'에서 t값이 정(+)의 높은 값으로 나타나 골프의류 선택속성에 대한 중요도가 만족도보다 높게 나타났으며, 반대로 '신체활동 편안함', '모임 시 착용', '외출복 겸용 착용', '일상생활착용', '편한 착용감'에서 t값이 부(-)의 높은 값으로 나타나 골프의류 선택속성에 대한 만족도가 중요도보다 높은 것으로 나타났다.

셋째, I 사분면은 높은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '조화로운 색감', '개성이 들어남', '아름다움 표출', '신축성 편안함'으로 분석되었다.

넷째, II 사분면은 중요도, 만족도 모두 높은 속성으로 '화려한 디자인', '방수기능', '체온유지기능', '신축성 및 내구성', '상표명', '남들이 알아주는 상표', '고가이더라도 유명한 상표', '유행하는 상표'로 분석되었다.

다섯째, III 사분면은 낮은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '착용 편안함'과 '신체활동 편안함'으로 분석되었다.

여섯째, IV 사분면은 낮은 중요도, 높은 만족도 속성으로 '외출복 겸용 착용', '모임 시 착용', '일상생활 착용'으로 분석되었다.

이러한 결과를 비취볼 때, 젊은 골퍼들은 골프의류를

선택하는 데 있어 타인에게 비치는 자신의 모습과 기능성을 중요하게 생각하는 동시에 착용감이 편하고 일상생활에서도 부담스럽지 않게 착용 가능한 골프의류에 높은 만족감을 느끼는 것을 알 수 있었다. 골프의류 기업들은 유행에 예민한 젊은 골프의류 소비자들의 니즈들 빠르게 파악하여 그들이 원하는 다양한 디자인, 패턴, 색상개발이 지속해서 이루어져야 하며, 기능성 측면에서도 체온유지, 땀 흡수, 신축성 등과 관련하여 신기술 개발 필요가 요구된다. 또한, 일상생활에서도 세련됐지만 부담스럽지 않고 편하게 착용이 가능한 제품개발로 젊은 소비자층에 강력하게 어필할 수 있는 마케팅 전략을 세워야 할 것이다.

다음은 본 연구를 수행하는 데 있어 한계점과 이에 따른 몇 가지 제언을 하고자 한다. 첫 번째, 본 연구에서 사용된 골프의류 선택속성 문항들은 기존 스포츠의류와 일반의류 선택속성에 사용된 문항이기 때문에 추후연구에서는 대표성을 가진 골퍼들을 대상으로 심층면담 후, 각 선택속성 항목에 의견을 문항에 적용을 한다면 좀 더 나은 세부적인 전략수립에 도움이 될 것이라 판단된다. 둘째, 본 연구에서는 젊은 골프층을 대상으로 골프의류 선택속성에 대한 중요도-만족도를 조사하였다. 최근 실버 골퍼들의 수가 증가함에 따라 향후 연구에서는 실버골퍼들이 고려하는 골프의류 선택속성 중요도-만족도 분석도 의미가 있다 하겠다.

참고문헌

- Cho, K. M., Kwon, I. K., Kim, H. R. (2013). Identification of differences between importance and satisfaction of adolescent's outdoor sportswear brand selection attributes using the IPA method. *Korea Journal of Physical Education*, 52(5), 437-449.
- Cho, S. J., Choi, Y. C., Lee, J. W. (2016). Relationships among brand awareness of golfwear, brand image, and repurchase : mediating effect of brand image and a moderating effect of gender. *The Korea Society of Sports Science*, 25(4), 1455-1466.
- Gil, S. Y., & Lee, S. H. (2011). Factors influencing teenagers' purchasing intention toward luxury counterfeit products

- focused on conformity, materialism, conspicuous consumption and brand preference. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 17(3), 82-93.
- Han, S. Y., Kim, H. R., Yoon, S. M. (2008). A study of evaluation on choice attributes of movie theater, using importance-performance analysis: a case of major multiplexes in Seoul. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 10(1), 252-271.
- Jung, H. K., & Lee J. R. (2016). The wearing evaluation of bicycle wear for new senior women. *Fashion & Textile Research Journal*, 19(3), 302-311.
- Koo, Y. R., Kim, J. B., Chang, D. R. (2009). Evolution of online brand communication through emotional experiences with special reference to online stores of Nike and Puma. *Archives of Design Research*, 22(3), 309-319.
- Kwon, I. K., Kim, J. T., Kim, Y. J. (2012). The Influence of adolescents' outdoor sports brand benefits sought on the decision-making. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 47(1), 305-315.
- Kim, D. K., Han, J. W., An C. H. (2019). Brand positioning strategies based on selection attributes of golf wear: using Multi-Dimensional Scaling(MDS). *Korean Journal of Physical Education*, 58(2), 247-258.
- Kim, K. W., & Ha, J. S. (2016). Golf clothing norms and golf wear stylistic expressions -centered on golfers in 20-30s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 40(6), 1134-1149.
- Kim, S. J. (2012). What make customers buy high-functional or high-price outdoorwear: Moderating effects of outdoor behavior motives. *Journal of Marketing Management Research*, 18(2), 97-113.
- Kwon, J. Y., & Choi, K. K. (2018). An analysis of importance and satisfaction of active senior choice attributes for outdoor sports wear using IPA method. *The Korean Society of Sports Science*, 27(2), 571-583.
- Lee, J. H., & Kim, J. H. (2017). The Effect of need for uniqueness and social-face sensitivity on conspicuous consumption-focusing on golf apparel consumers. *Korean Journal of Sports Science*, 26(5), 593-605.
- Lee, J. H., Lee, J. H., Lee, J. M. (2018). A study on perception on golf apparel using big data analysis. *Journal of the Korean Society of Sports Science*, 27(6), 403-417.
- Lee, J. H., Lee, J. H., Lee, Y. G. (2016). The Effect of golf product color marketing on brand personality, charisma, awareness and purchase intention. *The Korean Society of Sports Science*, 25(2), 597-609.
- Lee, S. I., & Yu, H. S. (2004). A study on selection attribute of sport program consumer. *Korean Journal of Leisure & Park*, 26, 39-50.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance - performance analysis. *Journal of Marketing*, January, 77 - 79.
- Marsatsinis, N. F., & Samaras, A. P. (2000). Brand choice model selection based on consumer multicriteria preferences and experts' knowledge. *Computer & Operation Research*, 27, 678-707.
- McCracken, G. (1986). Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of consumer research*, 13(1), 71-84.
- Moon, T. Y., & Park, S. H. (2011). Influence of consumers' purchasing selection criteria for golf-wear upon clothing pursuit benefit and purchase satisfaction. *Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 12(10), 4337-4347.
- Park, J. H., & Lim, J. Y. (2015). A study on the self images and coloration preferences according to golfer's pursued image group. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(4), 255-268.
- Shim, J. H., & Kim H. K. (2012). A study on golf wear styling for professional ladies golfers of Korea - with focus on developing colors, fabrics and designs of golf wear. *Journal of Fashion Design*, 12(1), 1-18.
- Veblen, T. (1899 [2003]). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York, 1899. Reprinted. The Pennsylvania State University.

IPA기법을 활용한 젊은 아마추어 골퍼의 골프의류 선택속성에 관한 연구

이지혜

경희대학교 강사

[목적] 본 연구는 젊은 아마추어 골퍼들이 골프의류 구매 시 가장 고려하는 사항들이 무엇인가를 알아보고, IPA기법을 활용하여 골프의류 선택속성에 있어 중요도-만족도를 알아보는데 그 목적이 있다. **[방법]** 골프의류를 직접 구매해본 경험이 있는 20대에서 40대 아마추어 골퍼들을 모집단으로 선정하였으며, 판단표본추출법을 사용하여 총 350부의 설문지를 배포하였으며 331부를 실제 분석에 이용하였다. 자료처리방법으로는 SPSS 21.0을 이용하여 빈도분석과 측정도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 골프의류 선택속성에 대한 지각차이를 검증하기 위해 대응표본 t검증을 실시하였고, IPA분석을 적용하여 골프의류 선택에 있어 중요하게 하는 속성과 구매 후 만족도에 대한 평가를 하였다. **[결과]** 첫째, '화려한 디자인', '방수기능', '신축성 편안함', '상표명', '남들이 알아주는 상표'를 제외한 선택속성 유형별 세부특성에서 유의한 차이가 나타났다. 둘째, I 사분면은 높은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '조화로운 색감', '개성이 들어남', '아름다움 표출', '신축성 편안함'으로 분석되었다. 셋째, II 사분면은 중요도, 만족도 모두 높은 속성으로 '화려한 디자인', '방수기능', '체온유지기능', '신축성 및 내구성', '상표명', '남들이 알아주는 상표', '고가이더라도 유명한 상표', '유행하는 상표'로 분석되었다. 넷째, III 사분면은 낮은 중요도, 낮은 만족도 속성으로 '착용 편안함'과 '신체활동 편안함'으로 분석되었다. 다섯째, IV 사분면은 낮은 중요도, 높은 만족도 속성으로 '외출복 겸용 착용', '모임 시 착용', '일상생활 착용'으로 분석되었다. **[결론]** 이를 통해 급부상하는 젊은 아마추어골퍼들이 진정으로 원하는 골프의류 특성에 대해 파악할 수 있을 것이며 효과적인 타겟마케팅을 하는데 기초자료가 될 것으로 사료된다.

주요어: 골프의류 선택속성, 젊은 아마추어 골퍼, 골프, IPA