Korean Journal of Human Ecology
2013. Vol. 22, No. 1, 141-155
http://dx.doi.org/10.5934/KJHE.2013.22.1.141

스포츠 참여 동기에 따른 고기능성 스포츠웨어의 요구 및 구매의도†

Consumers' needs and purchase intention of high functional sportswear according to sport participation motivations

김용숙*
전북대학교 의류학과·인간생활과학연구소

Kim Yongsook
Dept. of Clothing & Textiles, Research Institute of Human Ecology, Chonbuk National University

Abstract

The purpose of this study is to identify consumers' needs and purchase intention of high-functional sportswear according to sports participation motivations. Internet survey was done for data collection and the subjects were 300 consumers in their 20-39's who participated in sport activities at least once a week. Factors of sport participation motivations were ostentation, social interaction, self development, mental health, and physical health. Consumers were segmented into the motivation retard group, the multi-purpose pursuit group, the health pursuit group, and the extrinsic motivation pursuit group. And factors of consumers' needs for high-functional sportswear were practicality and comfort function, body protection and physical function, and skin protection and health function. The multi-purpose pursuit group showed strong needs for active and comfort, body protection and physical function, and skin protection and health function but the motivation retard group showed the lowest needs for high functional sportswear. Purchase experiences of high-functional sportswear, accomplishment, and duration period of sport activity affected positively on the purchase intention of high-functional sportswear.

Keywords: consumers' needs, high functional sportswear, sport participation motivation

Ⅰ. 서론

생활수준이 향상됨에 따라 웰빙 의식과 함께 건강에 대한 관심이 높아졌고 또 세계적인 스포츠 경기를 우리나라에서 개최하거나 외국으로 참여하여 메달을 받는 기회가 많아지면서 스포츠에 대한 관심과 참여가 더욱 높아지고 있다. 여기에 주5일 근무제가 도입되면서 각종 스포츠나 여가활동에 참여하는 인구가 늘어났고 스포츠웨어를 일상복으로 착용하는 캐주얼라이징이 확산됨에 따라 스포츠웨어 시장이 확대 및 성장하고 있다. 우리나라의 스포츠웨어 시장은 2000년 이후 연평균 20% 이상 지속적으로 성장하고 있으며, 2011년 시장규모는 총 4조 1,000억원 선

† 이 논문은 2011년도 전북대학교 연구기반 조성비 지원에 의하여 연구되었음.
* Corresponding author: Kim Yongsook
Tel: 063-270-3847
e-mail: kys3847@jbnu.ac.kr

이고 2012년에는 4조 6,000억원에 달할 것으로 전망된다(The Korea Fashion & Textile News, 2012).

2000년대 이후 지구온난화에 의한 기상이변이 자주 발생하면서 모든 산업분야에 '날씨 경영'이란 신용어가 파생될 정도로 고기능성 섬유 소재에 대한 관심은 높아졌으며, 특히 추위나 더위 또는 습도와 같이 날씨와 관련된 소재, 가공 공정, 제품 개발에 역점을 두고 고기능성 섬유제품을 개발하는데 총력을 기울이게 되었다(Lee *et al*., 2012). 고기능성 섬유 소재시장은 년 30%씩 성장 추세이며, 섬유 제품의 고기능성에는 쾌적 기능, 건강 기능, 보호 기능, 물리적 기능이 있다(Sohn *et al*, 2012). 스포츠웨어에 고기능성 신소재나 가공을 접목시킨 고기능성 스포츠웨어 시장도 소비자의 감성을 자극하고 운동력과 경기력을 향상시킬 수 있어 만족도도 높일 수 있기 때문에 소비자의 관심을 끌고 빠르게 성장하는 추세이다.

섬유 소재의 고기능성은 스포츠웨어 구매를 결정하는 중요한 요인으로(Hwang, 2004) 섬유산업을 활성화시키는데 활력소 역할을 한다고 볼 수 있으나, 고기능성 스포츠웨어에 대한 선행연구들은 자외선 차단기능(Sung *et al*., 2005; Oh & Koo, 2010), 고기능성 소재에 대한 지식이나 프리미엄 가격(Chung, 2009a; Chung, 200b), 스포츠웨어의 고기능성에 대한 전반적인 요구 수준이나 감성을 분석한 연구(Lee *et al*., 2010)가 이루어졌을 뿐 성장추세를 보이는 고기능성 스포츠웨어의 고기능 요구 수준이나 구매의도 또는 행동에 대한 연구는 거의 없는 실정이다. 스포츠 참여 동기는 스포츠 행동 또는 스포츠웨어 구매행동을 설명하는데 유용한 심리적 변인으로 지적되었으나(Jung, 1997), 스포츠 참여 동기에 따른 소비자 유형화 연구는 Sung (2012)의 연구 이외에는 이루어지지 않았다. 이에 스포츠 활동 참여자들을 대상으로 참여 동기에 따른 유형화 연구의 필요성이 부각되었으며, 소비자들의 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준이나 구매의도를 스포츠 참여 동기와 관련지은 연구를 진행하면 고기능성 스포츠웨어 시장을 유형화하여 확대시키고, 이에 맞는 마케팅 및 상품 기획 전략을 개발하는데 도움이 될 것이다. 그러므로 본 연구에서는 소비자들의 스포츠 참여 동기에 따른 고기능성 스포츠웨어의 요구 및 구매의도를 파악하고자 하였다.

Ⅱ. 문헌고찰

1. 스포츠 참여 동기

소비자 행동에서 동기는 사람들이 어떤 행동을 하게 만드는 과정을 의미하며, 소비자가 충족하기를 원하는 어떤 욕구가 생길 때 발생하며, 자극을 통해 지각된 정보가 행동으로 변화되는 원인이 된다(Solomon & Rabolt, 2004). Jung(1997)은 동기는 스포츠 참여 행동을 설명하는데 가장 기초적인 심리상태라 지적하고 내적동기와 외적 동기로 분류하였다. 내적 동기는 그 자체를 위해서 그리고 참여했을 때 파생되는 기쁨과 만족을 얻기 위해 참여하는 동인이고, 외적 동기는 활동 이외에 부수적인 결과를 얻기 위하여 참여하는 동인이며, 신체 활동에 따른 심리적 이익과 즐거움이 지속적인 스포츠 활동을 촉진시킨다고 하였다. 또 Park과 Ryu(2010)는 스포츠 참여 동기는 스포츠 활동에 참여하게 되는 요구나 욕구와 같은 내적인 원동력으로 사람들이 스포츠 활동에 참여하는 이유를 이해하고 분석하는데 도움을 주며, 스포츠 참여 결과를 예측하게 해 준다고 하였다.

이상과 같이 스포츠 참여 동기는 내재적 동기와 외재적 동기의 이분법적 관점에서 논의되어 왔으나, 최근 각광받고 있는 동기이론인 자기결정이론에서는 무동기까지 포함하여 3분류 체계로 동기에 접근하는 추세이다. 여기서 무동기는 내적 동기나 외적 동기가 없이 행동할 의도가 결핍된 상태이므로 특별한 동기가 없이 스포츠 에 참여한 사람은 스포츠를 쉽게 그만 둘 가능성이 높다. 이에 반해 내적 동기는 스포츠 활동을 지속적으로 유지하도록 만드는 원동력이 된다(Pelletier *et al*., 1995).

스포츠 참여 동기 및 유형화에 대한 선행연구들을 살펴보면 Cho와 Koh(2008)는 스포츠 참여와 관련하여 스포츠 소비욕구라는 용어를 사용하여 '소비자가 스포츠에 직접 참여하는 활동'이라 정의하고, 스포츠 소비욕구의 요인으로 차이 및 개성, 매력적인 육체, 정신건강, 사회적 관계, 육제 건강 요인을 추출하였다. 이들 요인을 기준으로 스포츠 활동과 여가 생활을 즐기는 스포츠 매니아집단, 이상적인 체형과 좋은 인상을 추구하는 매력적인 육체 추구집단, 여가 활동이나 스포츠 활동에 관심이 낮은 소극적 추종집단, 정신적 안정과 기분 전환을 위해 스포츠 활동에 참여하는 심신정화 추구집단으로 유형화하였고, 스포츠 매니아집단을 다양한 스포츠의 전문적 특성을 기반으로 기획된 고기능성 스포츠 웨어의 목표고객으로 제안하였다. Park과 Ryu(2010)는 스포츠 참여 동기를 스포츠에 참여하면서 일상에서 벗어나 스트레스 해소 및 여가생활을 확대하고자 하는 일상탈피 지향, 스포츠 문화 체험과 지식수준 향상을 원하는 문화 및 지식지향, 스포츠

경기 중 승리했을 때 느끼는 과시나 자랑스러움 같은 과시지향, 스포츠를 통해 다른 사람들과 교류를 원하는 사회성 지향 등 4개의 요인을 추출하였다. Sung(2012)은 한 달에 1회 이상 지속적으로 스포츠 활동에 참여하는 25-55세의 남녀 소비자를 대상으로 스포츠 참여 동기의 요인을 파악하였다. 그 결과 내적 동기인 기분전환과 건강증진과 외적 동기인 외적과시와 사회관계의 4요인을 추출하였고, 이들은 건강증진을 목적으로 스포츠 활동에 참여하는 경우가 가장 높고, 이어 정신적 스트레스를 해소하거나 기분을 전환하기 위하여 스포츠 활동에 참여하며, 사회적 관계나 타인으로 부터의 인정과 같은 외적 과시요인은 낮다고 하였다. 스포츠 활동 참여 동기의 4요인을 기준으로 스포츠 참여 동기의 모든 요인이 높은 적극적 참여집단, 타인과의 관계를 중시하는 사회관계집단, 건강을 증진시키고 기분 전환을 도모하기 위해 스포츠 활동에 참여하는 심신강화집단, 스포츠 참여 동기의 모든 요인이 낮은 소극적 집단으로 유형화하였다.

골프 참여 동기에 관한 연구들을 살펴보면 Yoo(2006)는 골프 참여 동기의 요인으로 기술 발달, 성취지향, 건강지향, 사교지향을 들었으며, 성취 지향성은 골퍼에게 정신적 신체적 스트레스를 주며, 건강지향성은 정신적 스트레스를 해소시켜 주는데 도움을 준다고 하였다. Ko(2011)는 아마추어 골프 참여자들의 스포츠 활동 동기의 요인으로 새로운 기술 습득, 즐거움, 성취감과 같은 내적 동기, 사교, 건강과 체력, 외적 과시, 컨디션 조절과 같은 외적 동기를 제시하였다. 50세 이상 남성들은 사교를 위하여, 40-50대 남녀는 건강과 체력 관리, 외적과시를 위하여 골프를 계속한다고 하였다. 또 남자 또는 5년 이상 골프를 지속한 소비자들이 골프를 통하여 즐거움, 성취감, 기술발달을 많이 느낀다고 하였다. 이는 내적 동기가 스포츠 활동을 지속함에 따라 내적 동기화되었기 때문이라고 하였다.

Kim 등(2012)은 대학생들이 해양스포츠에 참여하는 동기의 요인으로 경험, 도전, 즐거움, 학습, 관광과 같은 내적 동기와 타인의 권유, 사교, 성취와 같은 외적 동기를 추출하였다. 이들 동기 중 성취는 연구자에 따라 내적 동기로 분류되는 경우도 있지만 해양스포츠 관련 자격증이나 학점을 취득과 같은 목적을 달성하기 위하여 참여하기 때문에 이들 연구에서는 외적 동기로 분류되었다.

이상과 같이 스포츠 참여 동기의 요인은 크게 내적 동기와 외적 동기로 구분되며, 내적 동기에는 스트레스 해소나 기분전환, 즐거움이나 성취욕, 건강증진이 있고, 사회적 교류나 자기 과시와 같은 외적 동기의 요인들이 있었다.

2. 고기능성 스포츠웨어

The Korean Fiber Society(2003)에서는 고기능성 섬유란 보통 용도 이외에 사용되는 특수한 기능을 가지는 섬유라 정의하였다. 섬유산업이 발달함에 따라 소비자들은 섬유 소재가 단순히 신체를 가리고 보호하는 차원을 넘어 주변 환경에 반응하고 적응할 수 있는 스마트 기능을 요구하게 되었고, 스포츠 및 레저산업의 발달에 따라 각종 기능을 추가한 소재에 대한 요구도가 높아지고 있다. 의류 소재의 고기능성은 일반적으로 의류를 착용했을 때 쾌적감을 주는 쾌적기능, 착용시 건강을 유지시켜 주는 건강기능, 외부자극으로부터 신체를 보호해 주는 보호기능성, 형태를 그대로 유지해 주는 물리적 기능으로 분류된다. 쾌적기능성에는 항균, 소취, 탈취, 방곰팡이, 방충, 흡한속건 기능이 있고, 건강기능성에는 피부관리와 자기치유기능이 있으며, 보호기능성에는 방열, 난연, 창상방지, 내약품, 방한, 정전기방지, 절연기능이 있고, 물리적 기능에는 형태안정성, 주름방지, 발수, 방오, 발유, 방수기능 등이 있다(Sohn *et al.*, 2012). 이상과 같은 고기능성 소재의 대부분의 기능은 날씨와 관련되어 있으며, 2011년 봄/여름 섬유 제품 중 캐주얼 셔츠나 스포츠웨어를 중심으로 한 여름철 고기능성 가공의 트렌드를 살펴보면 흡한속건, 자외선 차단, 투습방수, 냉감 발현 가공된 제품이 많이 출시되고 있다(Lee *et al.*, 2012).

스포츠웨어 관련 업체에서도 고기능성 소재나 가공 기술을 적용하여 스포츠 경기력이나 소비자 만족도를 높일 수 있는 고기능성 스포츠웨어를 개발해 왔다. 초창기 고기능성 스포츠웨어는 전문 스포츠 선수들의 운동 또는 경기 능력을 증진시키는데 초점을 맞췄으나, 최근 들어 스포츠와 여가 활동이 확산되면서 안전한 스포츠 활동을 즐기려는 사람들이 늘어났으며, 고기능성 스포츠웨어가 널리 착용되고 있다. 고기능성 스포츠웨어의 주요 성능으로는 내마찰 · 마모성, 내세탁성, 투습발수성, 유연성, 흡한속건성, 방오성, 경량성, 최적의 피부접촉성, 소취 및 항균성, 활동성, 신축성, 자외선차단성 등을 들 수 있으며, 계절에 따라 냉감 또는 보온성이 추가된다(Kwon & Go, 2002). 우리나라에 잘 알려진 해외의 고기능성 소재로 미국의 고어텍스, 쿨맥스, 폴라텍, 스위스의 쉘러, 일본의 도레이 소재가 있다.

Chung(2009a)은 소비자들의 고기능성 소재에 대한 지식을 측정하였다. 그 결과 소비자들은 고기능성 소재의 성능 중 신축성, 자외선차단성, 항균성에 대하여 잘 알고 있었으나, 흡한속건성, 제전성, 방오성, 난연성에 대해서는 잘 알지 못하므로, 관련 섬유업체에서는 고기능성 소재 개발에만 주력하지 말고 개발한 고기능성 섬유의 대중적 인지도를 넓혀 나가기 위하여 노력할 것을 제언하였다. 후속 연구에서 Chung(2009b)은 고기능성 스포츠웨어의 프리미엄 가격대는 스포츠 활동을 많이 할수록 더 높아지며, 일반 스포츠웨어보다 80% 까지 더 지불할 의사가 있다고 하였다. 그러나 일부 소비자들은 고기능성 스포츠웨어의 높은 가격에 대하여 불만이 높으나, 저가 라인의 고기능성 스포츠웨어를 개발하기 보다는 고기능성에 대하여 소비자들을 설득하고 고품질의 고기능성 스포츠웨어로 소비자 만족을 유도하는 편이 더 효율적일 것이라고 주장하였다.

이상에서 살펴본 스포츠웨어로 사용되는 고기능성 소재의 기능은 흡한속건성, 고흡습성, 경량성, 신축성, 최적의 피부접촉성, 활동성, 신축성, 경량성, 제전성, 통기성, 계절에 따라 냉감 또는 보온성 등을 포함하는 쾌적 기능, 소취 및 항균성, 내세탁성, 방오성 등을 포함하는 건강 기능, 방수성, 투습발수성, 내마찰 · 마모성, 자외선차단성, 방풍성, 난연성, 전자파 차단성 등을 포함하는 보호 기능, 유연성, 방추성, 형태안정성, 투명 또는 불투명성, 낮은 저항력, 손질의 용이함 등을 포함하는 물리적 기능으로 분류할 수 있다. 본 연구에서는 위에서 언급한 고기능성을 지닌 소재로 제작된 스포츠웨어를 고기능성 스포츠웨어라 정의하였다.

3. 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 및 구매의도

고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준을 분석한 선행연구들을 살펴보면 Kwon과 Go(2002)는 참여하는 스포츠 유형에 따라 스포츠웨어에 보강해야 하는 고기능성이 달라진다고 하였다. 수영복의 경우 고탄력성과 불투명성을, 스키복의 경우 내구력이나 내마모성, 신축성, 축열성, 보온성을, 골프웨어나 테니스복의 경우 흡한속건성과 자외선차단성을 보강할 필요가 크다. Lee 등(2010)은 대학생들은 고기능성 스포츠웨어의 흡습속건성, 고흡습성, 촉감, 내구성, 방풍성, 세탁용이성 등을 중요시하고, 난연성이나 전자파차단성은 상대적으로 덜 중요시한다고 하였다. Oh와 Koo(2010)는 남녀 골퍼들은 골프웨어의 신축성, 투습방수성, 방풍성, 흡한속건성, 통기성, 자외선 차단성, 보온성, 경량성과 같은 고기능성 중 투습방수성과 방풍성에 대한 요구 수준이 가장 높고, 특히 남성골퍼들은 골프의 즐거움 이외에 승부에 많은 의미를 두기 때문에 고기능성 골프웨어에 대하여 잘 인지하고 있었으며, 골프웨어의 신축성에 대한 요구 수준이 가장 높다고 하였다. 즉 남녀골퍼들은 신체의 움직임을 방해하지 않는 소재나 디자인을 원했고, 나이가 들수록 신체를 움직일 때 발생하는 의복 압력을 느끼는 정도가 달라지므로 신축성이나 경량성에 대한 요구 수준은 더 높아지고 보온성에 대한 요구 수준도 높아진다고 하였다. Sung(2011)은 소재의 고기능성은 스포츠웨어용 소재 선택에서 가장 중요한 요소로 부각되고 있으며, 그 다음이 디자인과 가격이라고 하였다. 자켓류는 방수성, 경량성, 신축성을 고려하고, 티셔츠의 경우 흡습속건성을, 하의류의 경우 신축성과 내구성을 가장 고려한다고 하였다.

고기능성 스포츠웨어 구매의도에 대한 선행연구를 살펴보면 Sung 등(2005)은 나이가 많은 여성일 경우 햇빛 차단을 원하며, 햇빛 차단을 원하는 정도가 높을수록 자외선 차단 스포츠웨어에 대한 구매의도는 높다고 하였다. 특히 고기능성 신소재로 만든 스포츠웨어에 대하여 긍정적 태도를 갖고 자외선이 피부암의 원인이라는 것을 잘 알고 있는 소비자들은 자외선 차단 스포츠웨어 구매의도가 높았다. 그러므로 자외선 차단 스포츠웨어 마케팅은 야외 스포츠 활동에 참여하는 소비자들을 대상으로 마케팅 및 홍보를 했을 때 효율적일 것이라 하였다. Cho와 Koh(2008)는 스포츠 소비 욕구가 높은 스포츠 매니아집단은 유행성과 고기능성을 갖춘 스포츠웨어를 즐겨 구입하는 성향을 보인다고 하였다. Cho(2011)는 40대 이상의 웰빙 의식이 높거나 의복의 편안함을 추구하는 남성 소비자들이 고기능성 소재로 만든 의류 구매의도가 높으므로 웰빙 의식이 높은 중장년층 남성을 표적으로 마케팅을 전개하면 효율적일 것으로 전망하였다.

이상과 같이 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 대한 연구는 주로 골프웨어를 중심으로 많이 이루어졌으나, 고기능성 스포츠웨어의 요구 수준은 참여하는 소비자의 성별, 나이, 참여하는 스포츠의 유형에 따라 달랐다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 소비자들의 스포츠 관련 변인과 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 대한 전반적인 특성을 파악한다.

둘째, 소비자들의 스포츠 활동 참여 동기의 요인구조를 파악한 후 이를 기준으로 소비자를 유형화하고 이들 집단의 인구통계적 변인, 스포츠 관련 변인의 특성을 분석한다.

셋째, 소비자들이 원하는 스포츠웨어의 고기능성에 대한 요인을 파악한 후 스포츠 참여 동기에 따라 유형화된 집단의 스포츠웨어의 고기능성 요구 수준을 분석한다.

넷째, 소비자들의 인구통계적 변인, 스포츠 관련 변인, 스포츠 활동 참여 동기의 요인들이 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 미치는 영향을 파악한다.

2. 측정도구

설문지는 스포츠 참여 동기, 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 및 구매의도, 스포츠 관련 변인, 인구통계적 변인으로 구성되었으며, 총 51문항이었다.

스포츠 활동 동기에 관한 문항은 Pelletier 등(1995), Ko(2011), Sung(2012)의 연구를 기초로 21문항, 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구를 측정하는 문항은 Chung (2009a), Lee 등(2010), Sohn 등(2012)의 연구를 기초로 20문항을 작성하였으며, 조사기간이 8월이었으므로 설문의 내용을 여름용 고기능성 스포츠웨어에 맞도록 조정하였고, 5점 Likert 형으로 구성하였다. 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 관한 문항은 1문항이었고, 5점 Likert 형으로 구성되었다. 스포츠 관련 변인은 스포츠 참여 빈도, 스포츠 참여 경력, 1주일에 1회 이상 참여하는 스포츠의 유형, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험, 고기능성 스포츠웨어 구매시 추가비용 지불 의도 등 5문항이었고, 스포츠 활동 참여 빈도, 스포츠 활동 기간, 고기능성 스포츠웨어 구매시 추가비용 지불 의도를 측정하는 문항은 연속변인으로 구성되었고, 참여하는 스포츠 유형과 고기능성 스포츠웨어 착용 경험은 단순선택형으로 구성되었다. 인구통계적 변인은 나이, 성별, 월수입 등 3문항으로 단순선택형이었다.

3. 연구대상자 및 자료수집

20세 이상 40세 미만의 성인 남녀들이 스포츠 활동과 스포츠웨어에 관심이 많다고 주장한 Cho와 Koh(2008)의 연구를 참고로 연구대상자를 결정하였다. 일주일에 1회 이상 스포츠 활동에 참여하는 20세 이상 40세 미만의 성인남녀들을 대상으로 인터넷 설문조사 전문기관에 의뢰하여 온라인 설문조사를 실시하였다. 성별과 나이 분포를 일정하게 유지하기 위하여 집단 별로 균등 분배하여 연구대상자 300명을 2012년 8월 14-20일에 표집하여 설문조사하였다.

본 연구의 대상자는 남자 150명(50.0%), 여자 150명(50.0%), 20-29세 150명(50.0%), 30-39세 150명(50.0%)였고, 가정의 월별 총소득은 200만원 이상 400만원 미만이 49.3%로 가장 많았고, 400만원 이상 600만원 미만이 24.0%, 200만원 미만이 14.0%, 600만원 이상이 12.7%였다.

4. 자료분석

SPSS PC(Ver. 16.0)을 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 요인분석, 군집분석, 교차검증, t 검증, F 검증, 중다회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 결과 및 논의

1. 스포츠 관련 변인과 고기능성 스포츠웨어 구매의도

소비자들의 스포츠 관련 변인과 고기능성 스포츠웨어 구매의도를 분석한 결과는 <Table 1>과 같다. 일주일에 2-3회 스포츠 활동에 참여하는 소비자들이 43.3%로 가장 많았고, 이어 일주일에 1회 스포츠 활동에 참여하는 경우가 27.3%였다. 스포츠 활동 지속 기간을 살펴보면 1년 미만 스포츠 활동에 참여해 온 소비자들이 27.7%로 가장 많았고, 이어 4년 이상 스포츠 활동을 지속해온 소비자들이 22.0%로 많았다. 이들이 참여하는 스포츠 활동의 유형을 살펴보면 야외 스포츠 활동에 주로 참여하는 소비자들이 61.0%로 실내 스포츠 활동에 참여하는 소비자들 보다 더 많았다. 고기능성 스포츠웨어를 착용한 경험이 있는 소비자들은 63.3%로 착용 경험이 없는 소비자들보다 더 많았고, 고기능성 스포츠웨어를 구매할 때 추가비용 지불 의도를 살펴보면 20% 정도 추가로 지불할 의도가 있다고 응답한 소비자들이 42.0%로 가장 많았고, 10% 정도 추가로 지불할 의도가 있다고 지불한 소비자들이 29.0%로 많았으나 40% 이상 추가 지불할 의사가 있다고 응답한 소

비자는 2.3%로 극히 적었다. Chung(2009b)은 대다수 소비자들의 고기능성 스포츠웨어의 프리미엄 가격대를 80% 정도 추가로 지불할 의사가 있으며, 일부 소비자들 사이에서 고기능성 스포츠웨어의 가격이 너무 높다는 불만이 있다고 해서 저가의 고기능성 스포츠웨어 기획하는 것보다 이들에게 고기능성 스포츠웨어의 장점을 설득하고 품질을 보증해 주는 편이 더 바람직하다는 의견을 제시하였다. 그러나 본 연구자는 앞으로 관련업체에서는 일반 스포츠웨어보다 가격대가 많이 비싸지 않은 고기능성 스포츠웨어도 기획해야 할 필요성을 제기하고자 한다.

앞으로 고기능성 스포츠웨어 구매 의도를 살펴보면 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높다고 응답한 소비자들은 70.3%로 착용 경험이 있는 소비자 비율보다 더 높아 고기능성 스포츠웨어 시장의 성장 가능성이 크다고 판단되었다. Lee 등(2010)의 연구에서도 대다수 대학생들이 20만원 대 이하의 고기능성 스포츠웨어를 착용한 경험이 있다고 하여 본 연구 결과와 같은 맥락을 보여 주었다.

〈Table 1〉Characteristics of sport related variables and purchase intention of high functional sportswear

Variable		Count	Percentage(%)
Frequency of sport activity	1 per week	82	27.3
	2-3 per week	130	43.3
	4-5 per week	69	23.0
	6-7 per week	19	6.3
Sport activity duration period	Less 1 year	83	27.7
	Over 1-Less than 2 years	63	21.0
	Over 2-Less than 3 years	52	17.3
	Over 3-Less than 4 years	36	12.0
	Over 4 years	63	22.0
Type of sport[@]	Indoor sport	117	39.0
	Outdoor sport	183	61.0
High functional sportswear purchase experience	Yes	190	63.3
	No	110	36.7
Intention of extra payment to high functional sportswear	Less than 10%	38	12.7
	Over 10-Less than 20%	87	29.0
	Over 20-Less than 30%	126	42.0
	Over 30-Less than 40%	42	14.0
	Over 40%	7	2.3
Purchase intention of high functional sportswear	Very Low	5	1.7
	Low	17	5.7
	Medium	67	22.3
	High	168	56.0
	Very High	43	14.3

[@] Indoor sport includes table tennis, yoga, health, bowling, and swimming and outdoor sport includes mountain climbing, jogging, walking, inline skating, golf, tennis, basket ball, baseball, and football.

2. 스포츠 참여 동기의 요인 및 소비자 유형화

스포츠 참여 동기의 요인구조를 파악하기 위하여 21개의 문항에 대하여 요인분석을 실시한 결과는 <Table 2>와 같다. 주성분 분석법으로 배리맥스회전을 하여 요인분석한 후 고유 값 1 이상인 요인이 5개 추출되었다. 제1요인은 스포츠를 통하여 자신을 인정받고 싶고, 다른 사람보다 스포츠를 더 잘하고 싶다는 내용의 문항 5개로 구성되어 자기 과시라 명명되었다. 제2요인은 스포츠 활동을 통하여 타인과 교류할 수 있고 소속감을 느낄 수 있어서 좋다는 내용의 문항 4개로 구성되어 사회적 교류라 명명되었다. 제3요인은 새로운 스포츠 기법을 배우고 익히는 것을 좋아한다는 내용의 문항 4개로 구성되어 자기 개발이라 명명되었다. 제4요인은 스포츠 활동을 하면 정신적 스트레스에서 벗어 날 수 있고 기분전환이 잘 된다는 내용의 문항 3개로 구성되어 정신적 건강이라 명명되었다.

〈Table 2〉 Factors of sport participation motivations

Contents	Factor loading	Eigen value	Variances (Cumulative variances)
Factor 1 : Ostentation (Cronbach's alpha= .89) Mean=3.22, SD=.87			
To stand out from others	.85	7.14	16.58%
To boast my sport ability	.82		
To do better than others at all aspects	.79		
To be accepted by others through sport	.78		
To compete with others at sports	.67		
Factor 2 : Social interaction (Cronbach's alpha= .92) M=3.27, SD=.84			
To improve relationships with others through sports	.88	2.97	15.99% (32.57%)
To feel belongings to sport groups	.86		
To make a new relationship with others	.84		
To enjoy opportunities to negotiate and get along with others	.82		
Factor 3 : Self development (Cronbach's alpha= .86) M=3.77. SD=.66			
To improve sport skills	.83	1.82	13.78% (46.35%)
To acquire new sport skills	.81		
To enjoy improving sport skills everyday	.75		
To enjoy new sport techniques never experienced	.73		
Factor 4 : Psychological health (Cronbach's alpha= .84) M=4.12, SD=.57			
To get out of mental stress	.83	1.53	11.97% (58.32%)
To switch moods	.80		
To forget complicated agony	.76		
Factor 5 : Physical health (Cronbach's alpha= .74) M=4.01, SD=.53			
To maintain balanced body style	.80	1.22	11.57% (69.90%)
To control my weight	.77		
To manage my health	.60		
To strengthen my immune system to illness	.60		
To animate physical power	.55		

제5요인은 스포츠 활동을 하면 체중이나 몸매를 조절할 수 있고 신체적 생동감을 갖게 된다는 내용의 문항 5개로 구성되어 육체적 건강이라 명명되었다.

이상과 같이 본 연구에서 스포츠 활동 참여 동기는 자기 과시, 사회적 교류, 자기 개발, 정신적 건강, 육체적 건강의 5요인으로 추출되었으며, 이들 5요인의 설명력은 69.90%였다. 요인 별 평균을 비교하면 소비자들은 정신적 건강(평균=4.12) 또는 육체적 건강(평균=4.01)을 증진시키기 위하여 스포츠 활동에 참여했으며, 자기 과시(평균=3.22)나 사회적 교류(평균=3.27)와 같은 외적 동기는 낮게 나타나, 소비자들은 내적 동기를 충족시키기 위하여 스포츠 활동에 참여하는 경향이 높고, 내적 동기는 스포츠 활동을 지속하게 하는 원동력이라는 Pelletier 등(1995)의 주장을 지지하였다. Sung(2012)은 스포츠 참여 동기 중 건강증진을 목적으로 스포츠 활동에 참여하는 정도가 가장 높다고 하여 본 연구 결과와 같았으며, 스포츠 참여 동기의 요인으로 내적 동기인 기분전환과 건강증진, 외적 동기인 외적과시와 사회적 관계의 4요인으로 추출되었는데, 본 연구에서는 자기 개발이라는 내적 동기가 추가로 추출되었으며 이 요인은 Ko(2011)의 연구에서 제시되었던 스포츠 기술 습득 요인과 비슷한 내용의 문항들로 구성되었다.

스포츠 활동 참여 동기의 5요인을 기준으로 소비자를 유형화한 결과는 <Table 3>과 같다. 4집단으로 구분하였을 때 집단 간 차이가 뚜렷하여 4집단으로 유형화하였다. 제1집단은 스포츠 참여 동기의 모든 요인이 다른 집단에 비해 현저하게 낮아 동기지체집단으로 명명되었으며, 소비자의 10%로 소속인원이 가장 적었다. 제2집단은 자기 과시, 사회적 교류, 자기개발, 정신적 건강, 육체적 건강과 같은 모든 요인이 다른 집단에 비해 가장 높아 다목적추구집단이라 명명되었으며, 소비자의 25.3%를 차지하였다. 제3집단은 정신적 건강과 육체적 건강의 요인 값이 다른 집단에 비해 높은 편이므로 건강추구집단으로 명명되었으며, 소비자의 20.0%를 차지하였다. 제4집단은 자기 과시와 사회적 교류의 요인 값이 다른 집단에 비해 높은 편이므로 외적 동기추구집단으로 명명되었으며, 소비자의 44.3%를 차지하여 소속인원이 다른 집단에 비해 가장 많았다.

Cho와 Koh(2008)도 스포츠 참여 동기라 할 수 있는 스포츠 소비욕구를 기준으로 스포츠 매니아집단, 매력적인 육체추구집단, 소극적 추종집단, 심신정화집단으로 유형화하였고, Sung(2012)은 스포츠 활동에 참여하는 소비자를 대상으로 스포츠 참여 동기를 기준으로 외적과시, 기분전환, 사회적 관계를 증진하는데 역점을 두는 적극적 참여집단, 타인과 사회적 관계를 중시하는 사회관계집단, 건강증진과 스트레스 해소에 중점을 두는 심신강화집단, 참여 동기의 모든 요인 값이 낮은 소극적 집단으로 구분하였는데, 본 연구 결과와 비교하면 본 연구의 동기지체집단은 소극적 추종집단이나 소극적 집단에 해당하고, 다목적추구집단은 스포츠 매니아집단 또는 적극적 참여집단, 건강추구집단은 심신정화집단 또는 심신강화집단, 외적 동기추구집단은 매력적인 육체추구집단과 근접한다고 볼할 수 있다.

스포츠 참여 동기를 기준으로 유형화된 집단의 인구통계적 특성의 차이는 <Table 4>와 같다. 유형화된 집단은 나이에 따라 유의차를 나타내지 않았고, 성별과 월수입에 따라 유의차가 있었으나, Sung(2012)의 연구에서는 스포츠 참여 동기에 따라 유형화된 집단은 나이와 소득에 따

〈Table 3〉 Segmentation according to sport participation motivations

Group / Factor	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	F
Ostentation	2.06 D	4.17 A	2.56 C	3.24 B	152.34***
Social Interaction	2.40 C	3.96 A	2.36 C	3.49 B	119.94***
Self development	2.66 D	4.32 A	3.96 B	3.63 C	103.96***
Psychological health	3.42 D	4.57 A	4.19 B	3.98 C	51.50***
Physical health	3.63 C	4.35 A	4.02 B	3.91 B	20.75***
Frequency(%)	31(10.3)	76(25.3)	60(20.0)	133(44.3)	300(100.0)

*** P< .001

P.S.) Alphabet is the result of Duncan's Multiple Range Test.

른 유의차가 없었고 성별에 따른 유의차만 있어 본 연구 결과와 부분적으로 일치하였다. 그러나 Sung(2012)의 연구에서는 스포츠 참여 동기에 따라 유형화된 집단의 의복비 지출은 유의차가 있는 것으로 나타났다. 수입과 의복비 지출은 밀접한 관계가 있어 일단 수입이 많아야 의복비를 많이 지출할 수 있으므로 본 연구의 수입에서 유의차가 나타난 결과는 설득력이 있는 것으로 판단되었다. 동기지체집단은 월수입이 200만원 미만으로 경제적 여유가 적은 여자인 경우가 많고, 다목적추구집단은 월수입이 400만원 이상으로 경제적 여유가 있는 남자인 경우가 많았다. 건강추구집단은 월수입이 400만원 이상으로 경제적 여유가 있는 여자인 경우가 많고, 외적 동기추구집단은 월수입이 200만원 이상인 중산층 이상의 남녀 소비자들 사이에서 많이 볼 수 있었다. Sung(2012)의 연구에서는 본 연구에서의 다목적추구집단과 비슷한 성향인 적극적 참여집단에는 남성들이 많고, 동기지체집단과 비슷한 성향인 소극적 집단과 건강추구집단과 비슷한 성향인 심신강화집단에는 여성들이 많아 본 연구 결과와 비슷한 맥락을 볼 수 있었다.

스포츠 참여 동기를 기준으로 유형화된 집단의 스포츠 관련 변인과 고기능성 스포츠웨어 구매의도의 차이는 <Table 5>와 같다. 스포츠 참여 빈도와 고기능성 스포츠웨어 구매시 추가비용 지불 의도는 유형화된 집단 사이에서 유의차가 없었으나, 스포츠 활동 참여 기간, 선호하는 스포츠 유형, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험, 고기능성 스포츠웨어 구매의도에서 유의차가 있었다. Sung(2012)의 연구에서는 스포츠 참여 동기에 따라 유형화된 집단은 참여하는 스포츠의 유형이 서로 다르다 하여 본 연구 결과와 같았으나, 스포츠 참여 빈도에서 유의차가 있다고 하여 본 연구 결과와 달랐는데 이는 스포츠 참여 빈도를 측정하는 척도를 서로 다르게 구성했고, 연구대상자의 나이분포도 다르기 때문일 것이다.

동기지체집단과 건강추구집단에는 스포츠 활동 참여 기간이 1년 미만인 소비자들이 많아 짧은 편이었으나, 다목적추구집단은 3년 이상으로 가장 길었고, 외적동기 추구집단은 1년 이상인 소비자들이 많았다. 스포츠 참여 동기에 따른 집단의 선호하는 스포츠 유형의 차이를 살펴보면 동기지체집단과 외적동기추구집단은 야외 스포츠 활동을 주로 참여했고, 동기지체집단은 우선 시작하기 쉬운 야외 스포츠 활동에 참여했을 것으로 추측되며, 사회적 관계나 자기 과시를 좋아하는 외적 동기추구집단에게 야외 스포츠는 적당한 선택이었을 것이다. 그러나 다목적추구집단과 건강추구집단은 자기 스스로 심신을 단련할 수 있는 실내 스포츠 활동에 참여하는 소비자들이 더 많았다. 동기지체집단은 고기능성 스포츠웨어를 착용한 경험이 적고 구매의도도 낮으나, 다목적 추구집단, 건강추구집단, 외적동기 추구집단은 고기능성 스포츠웨어를 착용한 경험이 있었고, 특히 다목적 추구집단과 외적동기 추구집단은 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 가장 높았다. 건강추구집단은 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 낮은 편이었다. 고기능성 스포츠웨어는 일반 스포츠웨어에 비해 가격대가 더 높으므로 이 결과를 앞에서 분석했던 유형화된 집단의

〈Table 4〉 Demographic characteristics of segmented groups Frequency (Percentages)

Variables \ Group		Motivation retard group	Multi purpose pursuit group	Health pursuit group	Extrinsic motivation pursuit group	Chi^2
Age	20-29 years old	16(10.7)	43(28.7)	32(21.3)	59(39.3)	3.31
	30-39 years old	15(10.0)	33(22.0)	28(18.7)	74(49.3)	
Sex	Men	13(8.7)	51(34.0)	19(12.7)	67(44.7)	17.78^{***}
	Women	18(12.0)	25(16.7)	41(27.3)	66(44.0)	
Monthly income (Million Won)[@]	-Less than 200	7(16.7)	13(31.0)	6(14.3)	16(38.1)	16.76^{**}
	Over 200-Less than 400	18(12.2)	32(21.6)	27(18.2)	71(48.0)	
	Over 400	6(5.5)	31(28.2)	27(24.5)	46(41.8)	

** P< .01, *** P< .001

[@] Variables were reorganized for Chi-square test.

수입과 관련지어 분석하면 수입이 많은 다목적 추구집단과 사회적 관계와 자기 과시를 중시하는 외적 동기추구집단이 고가격대의 고기능성 스포츠웨어 구매 의도가 높은 것은 당연한 결과라 판단되었다.

3. 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구

고기능성 스포츠웨어에 대한 요구의 요인구조를 파악하기 위하여 20개 문항을 요인분석 한 결과는 <Table 6>과 같다. 주성분분석법으로 배리맥스회전을 하여 요인분석한 후 고유 값 1 이상인 요인이 3개 추출되었다. 제1요인은 고기능성 스포츠웨어는 신체적 활동을 방해해서는 안 되며, 신체에서 분비되는 분비물을 잘 흡수하고 즉시 건조되어야 하며 강도가 강하고 내구력이 있어 오래 입을 수 있어야 한다는 내용의 문항 10개로 구성되어 활동 및 쾌적 기능으로 명명되었다. 제2요인은 고기능성 스포츠웨어는 비에 금방 젖어서는 안 되며 운동하다가 다쳤을 때 신체를 보호해 줄 수 있어야 하고 때나 얼룩이 쉽게 묻어서도 안 된다는 내용의 문항 7개로 구성되어 신체 보호 및 물리적 기능이라 명명되었다. 제3요인은 고기능성 스포츠웨어는 피부를 자극하지 않고 자외선을 차단할 수 있어야 한다는 내용의 문항 3개로 구성되어 피부 보호 및 건강 기능이라 명명되었다. Lee 등(2010)의 연구에서는 대학생들이 요구하는 고기능성 스포츠웨어의 기능을 흡수속건성, 흡습성, 촉감, 내구성, 방풍성, 세탁용이성와 같은 실용성과 색상견뢰도와 같은 미적 특성으로 구분하였으나, 본 연구에서는 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능으로 구분하고 체계화하였다.

이상과 같이 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구는 활동

〈Table 5〉 Characteristics of sport related variables and purchase intention for high functional sportswear of segmented groups Frequency (Percentages)

Variables \ Group		Motivation retard group	Multi purpose pursuit group	Health pursuit group	Extrinsic motivation pursuit group	Chi^2
Frequency of sport activity	1 per week	9(11.0)	21(25.6)	14(17.1)	38(46.3)	4.67
	2-3 per week	15(11.5)	29(22.3)	26(20.0)	60(46.2)	
	4-5 per week	4(5.8)	21(30.4)	16(23.2)	28(40.6)	
	6-7 per week	3(15.8)	5(26.3)	4(21.1)	7(36.8)	
Sport activity duration period@	-Less than 1 year	17(20.5)	10(12.0)	25(30.1)	31(37.3)	33.19***
	Over 1-Less than 3 Years	9(7.8)	30(26.1)	19(16.5)	57(49.3)	
	Over 3-Less than 5 Years	4(9.1)	16(36.4)	9(20.5)	15(34.1)	
	Over 5 Years-	1(1.7)	20(34.5)	7(12.1)	30(51.7)	
Type of sport	Indoor	5(4.3)	34(29.1)	34(29.1)	44(37.6)	17.70***
	Outdoor	26(14.2)	42(23.0)	26(14.2)	89(48.6)	
High functional sportswear purchase experience	Yes	10(5.3)	53(27.9)	40(21.1)	87(45.8)	14.77***
	No	21(19.1)	23(20.9)	20(18.2)	46(41.8)	
Intention of extra payment to high functional sportswear@	Less than 10%	6(15.8)	4(10.5)	10(26.3)	18(47.4)	9.77
	10-20% more	23(10.8)	55(25.8)	43(20.2)	92(43.2)	
	Over 30% more	2(4.1)	17(34.7)	7(14.3)	23(46.9)	
Purchase intention of high functional sportswear@	Low	5(22.7)	3(13.6)	6(27.3)	8(36.4)	22.33***
	Medium	14(20.9)	10(14.9)	15(22.4)	28(41.8)	
	High	12(5.7)	63(29.9)	39(18.5)	97(46.0)	

** P< .01, *** P< .001

@ Variables were reorganized for Chi-square test.

및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능의 3요인으로 추출되었으며, 이들 3요인의 설명력은 55.16%였다. 이들 요인의 평균은 모두 4.10 이상으로 20-30대 소비자들의 고기능성 스포츠웨어 기능에 대한 요구 수준은 보통 이상으로 높았으며, 활동 및 쾌적 기능이 가장 높고(평균=4.25), 신체 보호 및 물리적 기능(평균=4.15), 피부 보호 및 건강 기능(평균=4.10) 순으로 낮아졌다. Lee *et al*.(2010)의 연구, Fiber section (2012)에서도 고기능성 스포츠웨어의 중요한 기능으로 흡습속건성을 포함한 쾌적성이 가장 중요시한다고 하여 본 연구 결과를 지지하였다.

스포츠 참여 동기를 기준으로 유형화한 집단, 스포츠 활동 관련 변인, 인구통계적 변인에 따른 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준의 차이를 일원변량분석과 t검증으로 비교한 결과는 <Table 7>과 같다. 인구통계적 변인에 따른 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준의 유의차는 전혀 없었으나, 스포츠 참여 동기에 따라 유형화한 집단과 스포츠 관련 변인 중 고기능성 스포츠웨어 구매경험에 따라 유의차가 나타났다.

고기능성 스포츠웨어의 착용 경험도 적고 구매 의도가 낮은 동기지체집단은 고기능성 스포츠웨어의 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능을 포함한 모든 요인에 대한 요구수준이 다른 집단보다 유의하게 낮았으나, 활동 및 쾌적 기능에 대한 요구 수준은 4.12로 보통 이상으로 높아 동기지체집단도 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준이 전반적으로 높음을 확인할 수 있었다. 고기능성 스포츠웨어의 착용경험이 가장 많고 구매의도도 높은 다목적추구집단은 모든 요인에 대한 요구 수준이 제일 높았다. 건강추구집단과 외적 동기추구집단은 고기능성 스포츠웨어의 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능에 대한 요구 수준이 다목적추구집단보다 낮으나 동기지체집단

〈Table 6〉 Factors of needs of high functional sportswear

Contents	Factor loading	Eigen value	Variances (Cummulative variances)
Factor 1 : Active & comfort function (Cronbach's alpha= .88) M=4.25, SD=.46			
· Should not disturb body movements	.76	8.27	23.44%
· Should absorb sweat or body sebum quickly	.71		
· Should be air permeable	.68		
· Should keep dimensional stability	.63		
· Should be lightweight	.63		
· Should not breed virus or mildew easily	.61		
· Should be durable to abrasion	.59		
· Should evaporate sweat quickly	.58		
· Should not retain sweat or body order	.54		
· Should be cool down body temperature	.53		
Factor 2 : Body protection & physical function (Cronbach's alpha= .82) M=4.15, SD=.56			
· Should not retain soil easily	.80	1.60	19.46% (42.90%)
· Should not gather static electricity	.73		
· Should be easy care after washing	.66		
· Should not wet easily while raining	.63		
· Should protect our body not to be hurt when fall down	.59		
· Should be wrinkle free	.55		
· Should dry fast after washing	.51		
Factor 3 : Skin protection & health function (Cronbach's alpha= .77) M=4.10, SD=.54			
· Should not irritate skin	.78	1.17	12.26 (55.16%)
· Should protect skin from ultra violet light	.73		
· Should not compress our body	.54		

보다 높았다.

고기능성 스포츠웨어에 대한 기능은 소비자들이 참여하는 스포츠 참여 빈도, 스포츠 활동 지속 기간, 스포츠 활동의 종류, 고기능성 스포츠웨어를 구매할 때 추가 비용 지불 의도에 따라 유의차는 없었으나, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험에 따라 고기능성 스포츠웨어의 신체 보호 및 물리적 기능에 대한 유의차가 있었다. 즉 착용 경험이 있는 소비자들은 고기능성 스포츠웨어의 신체 보호 및 물리적 기능을 더 많이 요구하였다. 고기능성 스포츠웨어를 착용한 경험이 있는 소비자들이 기능성 스포츠웨어의 신체 보호 및 물리적 기능을 더 많이 요구한다는 본 연구의 결과는 경험 마케팅을 통하여 홍보활동을 하면 효율적일 것임을 시사해 주었다.

4. 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 미치는 영향

본 연구에서 선정한 인구통계적 변인, 스포츠 관련 변인, 스포츠 참여 동기의 요인, 고기능성 스포츠웨어의 기능 관련 요인들을 독립변인으로 하여 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 미치는 영향을 중다회귀분석한 결과는 <Table 8>과 같다. 인구통계적 변인 중 나이는 실측값을 그대로 사용하였고, 성별과 스포츠 관련 변인 중 주로 참여하는 스포츠의 종류는 가변인으로 전환하여 단계별 투입법(Stepwise method)으로 중다회귀분석을 실시하였다. 소비자의 인구통계적 변인과 고기능성 스포츠웨어의 기능 관련 요인들은 구매의도에 유의한 영향을 미치지 않았고, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험과 스포츠 활동 참여 기간, 스포츠 활동 참여 동기의 요인 중 자기 과시 요인은 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고기능성 스포츠웨어 착용 경험의 영향력이 가

〈Table 7〉 Differences among factors of high functional sportswear's needs

Variable \ Factor of high function		Active & comfort	Body protection & physical	Skin protection & health
Segmented group	Motivation retard group	4.12 C	3.74 C	3.89 B
	Multi purpose pursuit group	4.46 A	4.21 A	4.34 A
	Health pursuit group	4.26 B	3 99 B	4.01 B
	Extrinsic motivation pursuit group	4 17 C	3 98 B	4.07 B
	F-ratio	7.81***	6.09***	7.80***
High functional sportswear purchase experience	Yes	4.27	4.06	4.12
	No	4.22	3.93	4.07
	t-value	.91	2.03*	.77

* P< .05, *** P< .001

P.S.) Alphabet is the result of Duncan's Multiple Range Test.

〈Table 8〉 Variables affecting on the purchase intention of high functional sportswear

Independent variable		β	t	R^2
Sport related variable	Purchasing experience of high functional sportswear	.25	4.44***	.14
Sport participation motivation	Ostentation	.18	3.26***	
Sport related variable	Duration period of sport activity	.15	2.75***	

*** P< .001

장 높았으며(β= .25), 이 결과는 본 연구의 앞부분에서 논의되었던 경험 마케팅의 효력을 재입증하였고, 이들 3변인의 영향력은 14.0%였다. 스포츠 참여를 통한 자기 과시욕이 높고 스포츠 활동 참여 기간이 길수록 고기능성 스포츠웨어에 대한 구매의도가 높았다. 타인보다 돋보이고 싶고 스포츠를 통하여 타인에게 인정받고 싶은 자기 과시욕과 같은 외적 동기가 높을수록 고가의 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높다는 결과는 고기능성 스포츠웨어를 착용하여 자신을 돋보이고자 하는 소비자의 의도를 잘 나타낸다고 판단되었다. 또 스포츠 참여 기간이 고기능성 스포츠웨어 구매의도에 정적 영향을 미치는 결과는 본 연구의 앞부분에서 스포츠 참여 기간이 긴 다목적 추구집단이 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높았던 결과와 일치된 내용이었다.

Ⅴ. 결론 및 제언

일주일에 1회 이상 스포츠 활동에 참여하는 20-30대 소비자 300명을 대상으로 스포츠 활동 참여 동기에 따라 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준과 구매의도를 조사 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 일주일에 2-3회 스포츠 활동에 참여하고, 1년 미만 스포츠 활동을 해온 소비자들이 많았으며, 야외 스포츠 활동에 주로 참여하는 소비자들이 실내 스포츠 활동에 참여하는 소비자들 보다 더 많았다. 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있는 소비자들이 착용 경험이 없는 소비자들보다 더 많고, 앞으로 고기능성 스포츠웨어 구매 의도가 있는 소비자들이 착용 경험이 있는 소비자보다 더 많았으며 소비자들은 고기능성 스포츠웨어를 구입하기 위하여 20% 정도 추가로 지불할 의도가 있었다.

둘째, 스포츠 참여 동기의 요인은 자기 과시, 사회적 교류, 자기 개발, 정신적 건강, 육체적 건강이었고, 이들 요인을 기준으로 동기지체집단, 다목적추구집단, 건강추구집단, 외적 동기추구집단으로 유형화하였다. 동기지체집단은 경제적 여유가 없는 여자, 스포츠 활동 참여 기간이 아주 짧거나 야외 스포츠 활동에 주로 참여하고 고기능성 스포츠웨어 착용 경험과 구매의도가 낮았다. 다목적추구집단은 경제적 여유가 많은 남자, 스포츠 참여 기간이 가장 길고, 실내 스포츠 활동에 주로 참여하고, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있고 구매의도도 아주 높았다. 건강추구집단은 경제적 여유가 있는 여자, 실내 스포츠 활동에 주로 참여하며, 기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있으나 앞으로 구매 의도는 낮았다. 외적 동기추구집단은 경제적으로 중산층, 스포츠 참여 기간이 1년 이상이며 야외 스포츠 활동에 주로 참여하고, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있고 구매의도도 높았다.

셋째, 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구의 요인은 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능으로 파악되었고, 동기지체집단은 고기능성 스포츠웨어의 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능에 대한 요구 수준이 다른 집단보다 현저하게 낮고, 다목적추구집단은 고기능성 스포츠웨어의 여러 기능을 요구하는 수준이 제일 높았다. 건강추구집단과 외적 동기추구집단은 고기능성 스포츠웨어의 활동 및 쾌적 기능, 신체 보호 및 물리적 기능, 피부 보호 및 건강 기능에 대한 요구 수준이 다목적추구집단보다 낮으나 동기지체집단보다 높았다. 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있는 소비자들은 고기능성 스포츠웨어의 신체 보호 및 물리적 기능에 대한 요구 수준이 높았다.

넷째, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있고, 스포츠 활동 참여 동기의 요인 중 자기 과시욕이 높고, 스포츠 활동 참여 기간이 긴 소비자들은 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높았다.

이상의 결과를 바탕으로 다음과 같은 결론과 마케팅 시사점을 얻었다. 첫째, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험과 구매의도를 비교해 볼 때 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높은 소비자들이 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있는 소비자들보다 더 많으므로 앞으로 고기능성 스포츠웨어 시장의 성장 가능성은 크다고 본다. 둘째, 스포츠 참여 동기지체집단을 위한 고기능성 스포츠웨어는 중저가로 여성용, 야외 스포츠 활동에 적합하게, 다목적추구집단에게는 고가의 다양한 기능을 갖춘 실내 스포츠에 적합한 남성용을, 건강추구집단에게는 정신적 및 육체적 건강을 증진시키는데 도움을 줄 수 있는 여성용 또는 실내 스포츠용을, 외적 동기추구집단에게는 중가의 디자인이나 색상에 역점을 둔 야외 스포츠 활동에 적합한 남녀용 고기능성 스포츠웨어를 기획해야 할 것이다. 셋째, 고기능성 스포츠웨어 착용 경험은 구매의도에 정적 영향을 미치므로 일반 스포츠웨어보다 가격대가 20% 정도 높은 고기능성 스포츠웨어를 기획하여 소비자들이 쉽게 접근하여 착용해 볼 수 있는 기회를 제공하는 체험 마케팅을 구사하면 효율적일 것이며, 고기능성 스포츠웨어의 디자인, 색상, 유

행성도 고려해야 자기 과시욕을 충족시켜 구매의도를 높일 수 있을 것이다.

본 연구에서는 스포츠 활동 참여 동기를 기준으로 소비자를 유형화하고 유형화된 집단이나 스포츠 관련 변인에 따른 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준과 영향을 파악하고자 하였으나, 소비자들이 참여하는 스포츠 유형에 따른 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준을 파악하는데 제한이 있었다. 그러므로 후속 연구에서는 소비자들이 참여하는 스포츠 형태를 세분화하고 이에 따라 소비자들이 요구하는 고기능성 스포츠웨어의 기능을 규명하면 고기능성 스포츠웨어의 소재나 디자인 기획에 도움이 되는 실질적 자료를 얻을 수 있을 것이다.

주제어 : 소비자 요구, 고기능성 스포츠웨어, 스포츠 참여 동기

REFERENCES

Cho, S. M. & Koh, A. R. (2008). A study on lifestyle and sportswear benefit sought according to consuming desire of sports. *Journal of the Korean Society of Clothing & Textiles*, *32*(3), 418-430.

Cho, Y. J. (2011). The influence of male consumers' clothing benefits sought on purchase intention of functional clothing: Focused on well-being health consciousness and age. *Journal of Korean Society of Clothing Industry,* 13(6), 900-908.

Chung, I. H. (2009a). The effect of well-being lifestyle and functional textile knowledge on the perception of high functional sports/leisure wear importance. *Journal of the Korean Society of Clothing & Textiles*, 33(9), 1495-1505.

Chung, I. H. (2009b). A study on the premium perception for high functional sports/leisure wear related to sports/leisure activity, well-being health consciousness, and demographic variables. *Journal of the Korean Society of Clothing & Textiles*, 33(9), 1506-1518.

Fiber section(2012. July 19). Functional textiles. *The Korea Fashion & Textile News*. Seoul: The Korea Fashion & Textile News Co., 12.

Hwang, J. S. (2004). Sportswear benefit segments: Attitude toward domestic and imported brands, shopping attitude, and purchasing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing & Textiles,* 32(3), 418-430.

Jung, Y. G. (1997). The influence of sport participation motivation, arousal seeking and affects on the behavior of sport commitment. Unpublished doctoral dissertation, Pusan National University, Pusan, Korea.

Kim, D. J., Ko, J. S., & Yang, M. H. (2012). Content analysis on participation motivation of university students in marine sports classes. *Journal of Marine Sport Studies,* 2(1), 19-29.

Ko, J. S. (2011). Intrinsic and extrinsic motivation of amateur golfers. *Korean Journal of Sports Psychology,* 22(1), 51-64.

Kwon, O. K. & Go, J. W. (2002). High functional fiber and sportswear. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry,* 4(5), 421-431.

Lee, B. S., Nam, S. I., Song, J. U., & Noh, Y. H. (2012). Technology trends in cooling and heating functional textile fabrics. *Fiber Technology and Industry,* 16(2), 77-88.

Lee, S. Y., Kim, J. H., & Lee, J. S. (2010). Needs and sensibility of functional fabrics for outdoor sportswear. *Textile Science & Engineering,* 47(3), 163-172.

Oh, R. G. & Koo, Y. S. (2010). The actual conditions of consumers' usage of functional golfwear. *Journal of the Korea Society of Clothing Industry,* 12(2), 179-187.

Park, H. J. & Ryu, J. A. (2010). The effects of sports participation motives on sport involvement and direct/indirect consumption behavior. *Journal of Korean Society for the Study of Physical Education,* 15(2), 123-139.

Pelletier, L. G., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Tuson, K. M., & Briere, N. M. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The sport motivation scale.

Journal of Sport & Exercise Psychology, 17, 35-53.

Sohn, E. J., Sohn, S, G., & Whang, Y. G. (2012). Health functional textile fibers: Ant-bacteria, anti-fungus, and Sanitary finished textile materials. *Fiber Technology & Industry,* 16(2), 65-76

Solomon, M. R. & Rabolt (2004). *Consumer Behavior in Fashion*. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Sung, H. W., Jeon, Y. J., & Park, H. S. (2005). A study on UV protection clothing: An emphasis on outdoor sports consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing & Textiles,* 29(8), 1136-1145.

Sung, H. W. (2011). Merchandising process analysis of outdoor sportswear brands. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles,* 35(3), 243-253.

Sung, H. W. (2012). A study on purchasing behavior of outdoor sportswear: Based on sports types and sports participation motivations. *Korean Journal of Human Ecology,* 21(2), 315-329.

The Korean Fiber Society (2003). *New Fiber Dictionary*. Seoul: The Korean Fiber Society.

The Korea Fashion & Textile News (2012, July 9). *The Korea Fashion & Textile News*. Seoul: The Korea Fashion & Textile News Co.

Yoo, B. I. (2006). The influence of lifestyle and participant motivation on daily life stress of golfer. *Journal of Sport and Leisure Studies,* 26, 451-460.

접 수 일: 2012. 08. 30
수정완료일: 2013. 01. 06
게재확정일: 2013. 01. 18