

국내 여자 프로골퍼들을 위한 골프웨어 스타일링 연구

- 골프웨어의 컬러, 소재, 디자인 개발 중심으로 -

심지현 · 김혜경*

동덕여자대학교 패션디자인학과 박사과정
동덕여자대학교 패션디자인과 교수*

요약

현대의 골프는 스포츠 분야에 있어서 가장 두드러진 변화를 보이는 예로서 여타의 스포츠와는 다른 발 전양상을 나타내어 왔다. 2010년 한 해에만 한국 선수가 거둔 LPGA 대회 8승은 전 세계에 한국을 여자골 프의 신흥강국으로 각인시키며 국내 골프시장을 더욱 성장시키는 계기가 되었고, 이에 골프웨어 시장 또 한 전문화되고 확대되어 브랜드별 경쟁이 치열해졌다. 이러한 시장 변화에 따라 기업들은 타 브랜드와 차 별화의 일환으로 프로골프 선수들에게 스폰서 계약을 체결하는 마케팅 전략을 도입하게 된다. 그러나 국내 기업들의 상품홍보에 중점을 둔 스폰서 마케팅으로 인하여, 선수들은 패션성과 독창성이 배제된 스타일링 을 연출하게 되었다. 이로 인해 브랜드 홍보에만 치중한 과도한 브랜드 로고의 노출은 오히려 보는 이로 하여금 거부감을 갖게 하는 역효과를 초래하였다. 본 연구는 전 세계에 우리나라를 알리는 홍보효과를 갖 는 국내여자 프로골퍼들을 위하여 다양한 골프웨어의 디자인을 검토, 개발하여 그린(green)위 새로운 스타 일링의 방향제시를 목적으로 한다. 국내 골프웨어 시장분석은 2010년 국내·외 대회에서 우승한 경력이 있는 6명의 대표선수들의 스폰서 브랜드를 토대로 2011년 S/S시즌 제품을 현장조사를 통해 연구하였다. 그 결과 트레이디셔널(traditional), 스타일리쉬(stylish), 액티브 스포츠(active sports) 라는 세 가지 컨셉의 국내 골프웨어 시장의 트렌드를 도출 해 낼 수 있었다. 기존의 골프웨어에서 볼 수 없었던 컬러, 소재 디자인을 제시한 작품으로 제안된 골프웨어 스타일링은 국내여자 프로골퍼들에게 뛰어난 골프실력과 더불어 스타일 리쉬한 면모도 갖추게 되는 계기가 될 것으로 예상되며, 이를 통해 날로 높아져가는 골퍼들의 위상을 국제 대회에서 더욱 돋보이게 하는 것에 본 연구의 의의가 있다.

주제어: 골프웨어, 국내여자프로골퍼, 디자인개발, 스타일리쉬, 스타일링, 방향제시

I. 서론

1. 연구목적

21세기에 들어서면서 현대의 스포츠는 더 이상 단순한 오락이나 취미가 아닌 변화하는 사회상 및 라이프스타일의 상징이 되었다. 스포츠를 즐기는 특정 집단의 한계가 사라지면서, 연령과 성별에 관계없이 많은 사람들이 스포츠를 즐기게 되었고, 특히 골프는 스포츠 분야에 있어서 가장 두드러진 변화를 보이며 다른 스포츠와는 차별화된 발전양상을 나타내어 왔다. 국내에서도 1998년말 외환위기로 힘든 시기를 보내던 때에 박세리 선수가 LPGA U.S OPEN 대회에서 맨발의 투혼으로 우승을 하며 온 국민을 흥분 시켰던 이후, 골프붐을 일으켜 신지애, 박인비, 최나연등 박세리 키즈들이 각종 국제대회에서 뛰어난 성과를 올리게 되었다. 특히 2010년 한 해에만 한국 선수가 거둔 LPGA 대회 8승은 전 세계에 한국을 여자골프의 신흥강국으로 각인시키며 국내 골프시장은 더욱 성장하게 되었다. 위와 같은 골프붐을 계기로 골프의 대중화가 이루어지고, 더욱 가속화되어 골프인구가 과거 특수층의 전유물에서 다양한 계층으로 급속도로 확산되기 시작하였다. 골프인구의 다양화는 골프웨어를 구입하는 소비자의 연령층을 하향화시켰고, 기존의 40-50대 중장년층 대신 20-30대가 주 소비자층으로 떠오르면서 골프웨어 시장의 가장 중요한 타겟으로 자리 잡게 되었다. 이는 기존의 골프웨어들의 캐주얼화, 영 골프의 강세와 더불어 라이프 스타일을 가미한 쉬크한 감성의 스타일리쉬(stylish) 골프웨어¹⁾라는 새로운 개념에까지 이르게 되었다. 이로 인해 현재 골프의류 시장은 더욱 전문화되고, 확대되어 가고 있으며, 브랜드별 경쟁이 치열해 지고 있는 상황이다. 이러한 시장 변화에 따라 기업들은 브랜드 경쟁을 하게 되고, 프로 골퍼 선수들에게 스폰서 계약을 체결하게 된

다. 스포츠 스폰서쉽은 모든 마케팅 분야에서 가장 빠르게 성장하는 분야이며, 브랜드 이미지나 인지도를 향상 시키고, 판매를 증진시켜, 시장점유율을 높이는 엄청난 파급효과를 가지고 있기 때문이다²⁾. 그러나 국내의 스폰서 기업들은 골퍼를 배려하지 않고 상품홍보에만 목적을 두어 패션성과 독창성이 배제된 스타일링을 연출하게 되고, 브랜드 홍보에만 치중한 과도한 브랜드 로고의 노출에만 포커스를 맞추게 된다. 따라서 본 연구에서는 현재 LPGA에서 활동하는 국내여자 프로골퍼들을 위하여 다양한 골프웨어의 디자인을 검토하고 독창적인 디자인 제품을 개발하여 창의적인 골프웨어 스타일링의 방향을 제시하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구의 방법은 학술논문, 골프전문서적 등의 문헌 자료를 통하여 골프와 골프웨어의 이론적 배경을 확립하고 골프의류에 관련된 디자인 자료와 국내·외 패션관련 전문서적과 간행물, 인터넷 기사 등의 문헌 자료 분석과 현장조사 자료수집 등의 실증적 연구를 병행하여 골프웨어 시장의 현황과 스폰서쉽의 문제점을 고찰하였다. 그리고 이러한 국내·외 여자 프로골퍼의 스타일링의 연구를 통해 도출된 문제점을 보완하여 기능성과 패션성을 가미한 골프웨어 6작품을 디자인하고 실제적인 스타일링을 연출하였다.

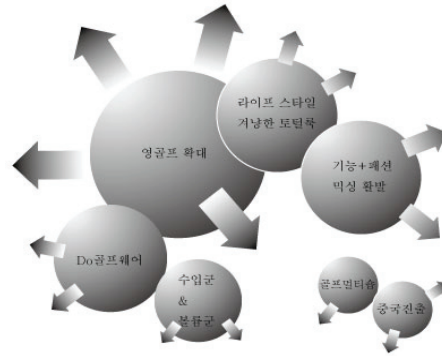
II. 이론적 배경

1. 국내 골프웨어 브랜드 현황

「패션비즈(fashionbiz)」는 올해 골프웨어 시장 규모를 1조 4000억원 선으로 예상했다.³⁾ 따라서 2011년은 2010년에 이어 영골프가 더욱 파워풀해

져 다양한 코디와 라이프스타일을 접목한 업 버전 스타일이 강세를 이룰 것으로 예상된다. 2010년에 비해 10%대 전후의 신장률을 기대하고 있는 골프 시장은 트레이셔널 존(zone)과 함께 더욱 고급스러워 질 것으로 보인다.

2010년 상반기(1~6월) 골프시장 상황은 매출 저조로 다소 정체된 상황이었으며, 2010년 F/W시즌에 들어서는 공격적인 물량과 과감한 영업력으로 다시 활기를 띠고 있는 골프 시장은 영(young)골프에 이어 트레이셔널존의 강세가 더욱 뚜렷해지고 있는 양상이다. 2011년 각 골프웨어 브랜드의 매출 예상치를 패션채널에 의하면 전년도인 2010년에 비해 10~20% 이상 신장할 것으로 전망했다⁴⁾. 이는 물가상승과 소비지수 침체에도 불구하고 패션업계 전반적으로 불고 있는 캐주얼화와 아웃도어의 급부상, 그리고 골프의 대중화가 가장 큰 요인으로 뽑힌다. 2011년 골프 시장은 크게 세 부문으로 세분화될 것으로 전망된다⁵⁾. 라이프 스타일을 가미한 스타일리시 골프웨어와 전통적인 컨셉을 강조한 트레이셔널 브랜드들, 그리고 마지막으로 기능이 대폭 강화된 액티브 스포츠 골프웨어 들로 나뉜다. <그림 1>의 골프웨어 트렌드를 요약한 연구자의 맵(map)을 살펴보면 가장 큰 비중을 차지하는 영역이 영 골프존의 확대임을 알 수 있다. 영 골프존의 확대에 핵심적인 역할을 한 르꼬끄 골프는 비비드한 컬러감과 젊은 브랜드 컨셉으로 매년 평균 20%대의 신장률을 보이며 영 골프시장의 선두 브랜드로 자리 잡고 있는 현황이다. 그리고 20~30대를 주로 타겟으로 하는 액티브 스포츠 골프웨어의 대표브랜드인 힐라골프와 엘로드도 강화된 기능성라인에 패션성을 가미하여 소비자로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 가장 큰 영역을 차지하는 트레이셔널 브랜드인 닥스골프가 트렌드에 맞춰 영 라인을 도입하며 시장을 주도하고 있는 가운데, 빈폴 골프와 헤이스 골프등도 캐주얼 이미지를 강조하는 브랜드 이미지로 한 영역을 차지하고 있다.



<그림 1> 2011년 골프웨어 트렌드 맵

2. 스포츠 마케팅과 스폰서쉽

1) 스포츠 마케팅과 스폰서쉽의 개념과 현황

스포츠 스폰서쉽(sponsorship)은 상업적 목표를 달성하기 위한 상업적 조직에 의한 활동으로써 제정이나 물품에 대해 지원하는 것으로 광고, 판매 촉진, 인적판매, PR⁶⁾, 금전이나 용역을 제공하는 스폰서와 그 대가로 상업적 이익을 목적으로 권리를 부여받거나 제휴를 하게 되는 선수가 있다. 스포츠 스폰서쉽은 모든 마케팅 분야에서 가장 빠르게 성장하는 분야이며, 그 파급효과가 크기 때문에 많은 기업들이 많은 돈을 투자하는 세계적인 현상이 되고 있다. 그러므로 기업의 스폰서쉽 참여의 목적은 시장과 직·간접적으로 연관되어 있다는 것을 알 수 있다. 즉, 기업은 스폰서쉽을 통해 시장점유율의 확대, 신규고객 확보, 신상품 소개, 그리고 현장판매 기회를 통한 상품 판매율을 높이고자 한다⁷⁾.

스포츠 선수에 대한 스폰서 계약은 1960년대까지만 해도 거의 존재하지 않았다. 단지 프로 선수들을 중심으로 하는 대회의 상금이 전부였다. 아널드 파머(Arnold Palmer), 잭 니클라우스(Jack Nicklaus)와 같은 스타프로골프 선수들만이 대중들의 호응속에 후원 계약을 했던 정도였다고 한다. 개인 선수

후원 계약의 역사에서 볼때 가장 규모가 큰 계약은 타이거 우즈가 아마추어에서 프로로 입문할 즈음 나이키와 개인선수 후원 계약을 맺은 것으로, 그는 나이키와 5년동안 400억원 계약에 합의해 천문학적인 금액을 이뤄냈다. 타이거 우즈의 선수 후원 계약의 효과를 살펴보면, 1997년 타이거 우즈의 대회우승, 그의 카리스마, 그리고 40%이상 증가한 시청률에 힘입어 나이키는 매출이 105% 증가하여 총 1천4백20억원의 매출을 올릴 수 있었고, 타이틀리스트(Titleist)사의 경우 골프공 판매량이 대략 30% 증가하였다.⁸⁾ 이처럼 개인 선수 후원 계약은 스포츠 비즈니스에서 기업의 상품과 서비스를 마케팅하는 데 매우 효과적이다. Brooks Harris는 가장 효과적인 선수 후원 계약은 선수의 이미지가 기업의 상품이나 서비스의 이미지와 일치 할 때라고 강조한다.⁹⁾ 결국 스폰서 기업의 특징과 선수를 잘 조화 시키는 것이 선수 후원 계약에 있어서 가장 중요한 성공요인 이라고 할 수 있다.

2) 국내 골프웨어 브랜드의 스폰서십 현황과 트렌드 분석

국내 골프웨어 브랜드들의 스폰서 마케팅은 1998년 박세리 선수가 LPGA US OPEN 대회에서 우승하여 국내 골프웨어 시장을 활성화시키기 시작하면서 본격화되었다. 현재는 신지애, 박인비, 최나연 등 소위 박세리 키즈라고 불리는 선수들이 각종 국제 대회에서 뛰어난 성과를 올려 한국을 세계 여자 골프의 신흥강국으로 인식시키고 있다. 국내 여자 프로 골퍼 중 최근 가장 좋은 성적을 보이고 있는 6인의 선수를 선정¹⁰⁾하여 그들과 스폰서 계약을 맺은 국내 골프브랜드들을 살펴보면 <표 1>과 같다.

다음으로 스폰서 골프 브랜드의 포지셔닝 맵 (positioning map)¹¹⁾을 바탕으로 컬러, 소재, 디자인 트렌드 분석을 통해 골프웨어 시장의 흐름을 알아 보았다. 스폰서 골프브랜드의 2011년도 S/S시즌 컬

<표 1>국내여자프로골퍼와 스폰서 골프브랜드 컨셉

[트래디셔널]

선수	스폰서 브랜드	컨셉
최나연	브랜드: 헤지스골프 수상:2010년 LPGA 투어 하나은행 코오롱 챔피언십 우승	브리타시트래디셔널 감성으로 감각적이고 액티브한 패턴의 영골프웨어
이보미	브랜드: 울시골프 수상 : 2010년 KLPGA KB국민은행스타투어 우승	250년 전통의 정통골프웨어로, 고급스런 기본 클래식 라인과 스포츠라인진행

[스타일리쉬]

선수	스폰서 브랜드	컨셉
신지애	브랜드: 잭 니클라우스 수상: 2010년 LPGA투어 에비앙 마스터스 한국인 첫우승	골프웨어의 품격과 일상복의 편안함을 모두 충족시키는 골프브랜드
송보배	브랜드:SGF 슈페리어 수상: 2009년 LPGA 미즈노 클래식 우승	볼륨감 있으면서도 자연스러운실루엣의 이지 캐주얼 룩과 테크노 스포티즘을 표방하는 SGF line으로 구성

[액티브 스포츠]

선수	스폰서 브랜드	컨셉
허미정	브랜드: 엘로드 수상: 2009년 LPGA셰이프 웨이클래식우승	질제된 세련미통한 미니멀리즘과 자연스러운컬러톤이 깊이 있는 고급스러움으로 hi-end 패션성 표현
김하늘	브랜드:르꼬끄 골프 수상: 2008년 KLPGA투어 휘닉스파크 클래식 우승	패션과 골프의 감성을 동시에 추구하는 골프웨어 그 이상의 young mind 고감도 럭셔리 골프웨어

러트렌드를 분석 해 보면 다음과 같다.

주 연령층이 20~30대로 젊어지고 있다는 것이다. 영 골프의 추세가 점차 확대되어 가고 있고, 라이프 스타일을 가미한 스타일리쉬 골프웨어 또 한 비중이 높게 나타났다. 골프시장의 젊어진 소비자층은 럭셔리 영 골프를 추구하는 파리게이트(pearly gates), 캐주얼과 골프웨어의 경계를 무너뜨린 블루 크러쉬(blue crush)등의 신규 브랜드 런칭을 통해서도 예측할 수 있다. 또한 아웃도어의 강세에 따라 아웃도어 라인을 추가로 진행하고 기능성을 강조한 액티브 스포츠 골프웨어 라인도 점차 확산되어 가는 방향이다. 소재는 더욱 강화된 기능성 소재들과 여기에 캐주얼 컨셉의 브랜드가 늘어나면서 코튼(cotton)이나 사틴(satin)등 기능성 골프웨어에서 볼 수 없었던 소재들이 보이기 시작했다. 디자인은 스포츠 웨어의 기능적인 디자인 이외에 프릴, 러플, 스모킹등의 장식 봉제 기법이 사용되어 한층 여성스러운 디테일이 추가되어 캐주얼화를 시도 하는 것으로 분석되었다. 하지만 여전히 골프웨어만이 가지고 있는 패턴물 시리즈(series)들과 기능성 소재만을 부각한 아이템들이 주는 단조로운 골프웨어가 가진 해결해야할 과제라 하겠다.

3. 스타일링의 개념과 필요성

1) 스타일링의 개념과 요소

스타일링(styling)이란 ‘~을 특정한 형(유행)에 맞추어 만들다.’라는 의미를 지닌다.¹⁴⁾ 복식에서의 스타일링은 머리에서부터 발끝까지 인체와 피부 전반에 걸쳐 행해진 연출 상황을 의미한다. 이는 ‘패션 코디네이션’과 유사한 말로 양리나, 최나영(2000)¹⁵⁾과 허갑섭(1999)¹⁶⁾은 ‘패션연출’과도 동의어로 규정지었다. 패션 용어로 스타일링이 본격적으로 사용되기 시작한 것은 1990년대 후반부터이며 그 이전까지는 코디네이션이라는 용어가 같은 의미로 사용되었었다. 패션 스타일링을 연출하기 위한 기본 요소는 아이템, 색채, 소재, 액세서리,

문양, 헤어 및 메이크업, 모델이라는 요소로 되어 있으며 한 가지 요소나 원리에 의해 결정되어지는 것이 아니라 각각의 요소가 조화를 이루며 이미지를 형성한다.

오늘날 좀 더 개성적이고 감각적인 패션이 요구되면서 디자이너의 창의적이고 감각적인 능력에 따라 이질적인 감각의 조화로 디자인 발상의 폭이 더욱 광범위 해지고 있다. 헤어와 메이크업은 의상, 액세서리, 소품과의 조화가 이루어져야만 완벽한 스타일링이 연출된 것으로 비로소 진정한 상품적 가치를 발휘한다. 패션 스타일링의 범주는 복식 전반에 해당되지만 오늘날은 토탈 패션 스타일링의 개념으로 헤어와 메이크업을 같이 다루어 주고 있다. 하나의 스타일을 연출 할 때 헤어와 메이크업은 복식의 완성도를 높이는데 중요한 역할을 하며 이 때 의복과의 조화가 무엇보다 우선시 되어야 한다. 또한 헤어, 메이크업은 독립적으로 전문화, 세분화, 구체화되어 독자적인 학문적 위치를 정립해 가는 추세이며, 헤어스타일과 메이크업에 따라 사람의 이미지 변화가 가능하고 의도하고자 하는 패션 스타일에 따라 그에 맞는 이미지의 헤어스타일과 메이크업 연출이 가능하다. 패션은 단순한 외모 뿐 아니라 그 사람의 정신과 감정, 미적 감각을 포함한 총체적인 것이다. 모델은 복식과 인간이 서로 만났을 때 하나의 이미지를 창출하며 창출된 이미지를 패션 스타일링의 완성으로 볼 수 있다. 동일한 이미지의 패션 스타일링이더라도 모델에게 입혀졌을 때 착용자의 개성에 따라 이미지가 달라 질 수 있다. 이것은 착용자의 얼굴, 체형, 미적 감각이 다르기 때문이다. 그러므로 패션 스타일링은 상태파악이 전제 되어야 한다.¹⁷⁾ 이상의 패션스타일링의 요소는 각각 사회 안에서 상징적인 의미를 가지고 이미지를 창출하는 것이다. 즉, 눈에 보이지 않는 이미지를 창출해 나가는 것이다. 각 요소가 가지는 상징적인 의미는 사회 안의 구성원에 의하여 이미 협상이 이루어진 것들이다.

따라서 그 사회 안에서 이미 협상이 잘 이루어진 요소를 찾아내는 것은 중요하며 이런 상징적인 의미들을 잘 조화시킴으로써 원하는 이미지를 창출해 낼 수 있다.

2) 스타일링의 필요성과 효과

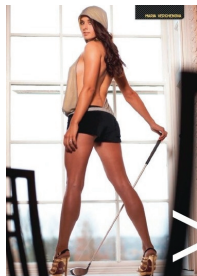
패션 스타일링의 유래는 대규모 비즈니스가 본격적으로 형성된 시기인 1960년대의 영 패션(young fashion)의 등장으로 인한 캐주얼 룩에서 찾아볼 수 있다. 전후 베이비붐 세대들로 형성된 60년대의 영 패션은 이전의 세트 개념의 포멀(formal)한 복장과는 다른 티셔츠, 진 팬츠, 미니스커트 등의 단품들을 매치 시키는 과정에서 아이템, 색상, 소재 등에 따라 조화롭게 연출하는 것이었다. 특히 마리 퀴트(Mary Quant)에 의해 세계적으로 유행한 미니스커트의 등장은 컬러스타킹, 롱부츠 등의 소품으로써 스타일링의 영역을 확산시키는 계기가 되었으며 1970년대 유행한 레이어드 룩(layered look) 또한 패션 스타일링의 필요성을 가속화 하였다. 이후 대량생산 체제하의 기성복의 발달과 다양한 룩이 공존하는 현대산업 사회로 접어들면서 소비자의 의식 또한 성숙되어 유행을 받아들이면서도 남들과는 차별화된 패션 감각을 연출하고자 한다. 이러한 경향은 패션스타일링의 중요성을 한층 더 부각 시키는 요인으로 작용하게 된다. 우리나라 역시 예외는 아니어서 기성복의 발

달과 개성추구에 높은 가치를 두면서 패션 스타일링의 개념이 패션업계에 중요하게 인식되어 패션 디자인과 마케팅에 영향을 미치게 되었다.

패션은 그 자체로는 성립되지 않는다. 착용대상인 인간과 결합해야만 진정한 의미의 패션이 탄생한다. 복식은 인체에 입혀졌을 때 비로소 존재의 가치가 있다. 각각의 옷 자체가 가지는 디자인의 이미지와 사람이 착장했을 때의 이미지는 달라질 수 있기 때문이다. 따라서 복식과 인간이 결합된 총체적 의미로서 패션 스타일링이 이해되어야 한다. 홀랜더(Hollander)¹⁸⁾가 ‘모드가 단지 모드의 이미지를 통해 전달 되듯이 패션은 이미지에서의 패션이지 옷에서의 패션이 아니다’ 라고 주장했듯이 패션이 전달하는 힘은 강하며 이미지를 형성하는데 아주 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 페더스톤(Featherstone)¹⁹⁾은 ‘연출된 자아’라는 개념으로 구체화 했는데 자기 외의 현재 상태에 대한 그날그날의 인식은 자기 과거의 사진적 이미지들뿐만 아니라 광고나 시각 매체 등의 통해 이상화된 이미지들과의 비교에 의해 더욱 선명해진다. 이처럼 스타일링은 패션산업에서 디자인 이외에 또 하나의 크리에이티브한 작업으로 평가 받고 있다. 패션브랜드가 늘어나고 스포츠 캐주얼 시장이 활성화 되면서, 의복의 착용경향이 다양하게 변화함에 따라 패션의 중요한 장르로 자리 잡게 되었다. <그림 3>~<그림 6>과 같은 프로 골프 선수와 패



<그림 3> 미셸 위 선수, 2009년
(출처: <http://www.style.co.kr/vogue>)



<그림 4> 마리아 베르체노바 선수, 2009년
(출처: <http://www.maria-verchenova.com>)



<그림 5> 소피 산돌로 선수, 2009년
(출처: <http://www.sophie-sandolo.com>)



<그림 6> 안나 로슨 선수, 2008년
(출처: <http://www.anna-rawson.com>)

선 잡지와 스타일링 화보를 통해서도 그 중요성과 효과를 알 수 있다.

III. 여자 골프웨어 스타일링 분석

1. 국내 여자 프로골퍼의 스타일링 분석

1) 국내 여자 프로골퍼의 스타일링 사례 분석
 스폰서 골프 브랜드의 제품을 착용한 국내 여자프로골프 선수들의 사진을 통해 스타일링의 사례를 분석하였다. <그림 7>의 최나연 선수는 상의에만 5개 위치에 스폰서 로고를 부착하였고, 지나치게 많은 스폰서 브랜드의 로고들과 오버 사이즈 로고의 크기들은 선수의 전체적인 착장의 가장 큰 문제점으로 지적된다.

수많은 국제대회에서 우승한 경력을 가지고 있는 신지애 선수는 전형적인 프로골퍼의 체형인 작은 키에 단단한 몸매를 지니고 있다. <그림 8>처럼 베이직 아이템 기능성바지와 베스트(vest)착장은 기능적인 아이템을 홍보하려는 스폰서 브랜드의 마케팅으로 여자선수로서의 갖춰 입은 스타일링은 전혀 보이지 않는다. <그림 9>의 허미정 선수의 2010년 혼다 PTT LPGA 타이랜드대회에서 보여준 스타일링은 베이직한 아이템 기능성 기본 피케 티셔츠와 로고를 강조한 남성스러운 벨트로 다소 스타일링의 실특력이 떨어져 보인다. <그

림10>의 양수진 선수와 이보미 선수의 착장을 살펴보면 녹색의 경기장에서 무조건 튀어보이려는 골프웨어가 가지고 있는 장점이자 하나의 단점이기도한 비비드한 색채로 통일된 스타일링을 볼 수 있다. 좌측의 양수진 선수는 기능성만을 강조하였고, 우측의 이보미 선수는 핑크 컬러의 티셔츠와 큐롯 스커트로 원피스 같은 느낌을 연출하였으나 컬러가 주는 부담스러움과 자칫 뚱뚱해 보일 수 있다는 단점이 있다.

선수들의 스타일링 분석 결과 여러 가지 문제점이 도출되었다. 첫 번째 문제점은 스폰서의 로고의 크기이다. 지나치게 많은 스폰서 브랜드의 로고들과 소속사 브랜드의 로고가 중복, 노출되었으며, 로고의 크기들이 지나치게 커서 선수의 전체적인 착장의 가장 부담스러운 부분으로 지적되었다. 경기를 하는 선수를 보고 있으면 마치 걸어다니는 광고판의 느낌까지 갖게 되어 보는 이로 하여금 거부감을 갖게 하는 결과를 초래할 수 있다. 두 번째는 선수와 어울리지 않는 신상품 위주의 홍보 문제이다. 골프 선수들은 스포츠 선수의 특성상 발달된 신체부위를 가지고 있다. 그러나 선수의 체형이나 스타일이 무시된 스폰서 브랜드의 신상품 홍보 위주의 무리한 착장은 오히려 역효과를 가져올 수 있다. 베이직 아이템 기능성바지와 베스트 착장은 기능적인 아이템을 홍보하려는 스폰서 브랜드의 마케팅으로 여자선수로서의 매력을 돋보이게 하는 스타일링은 전혀 보이지 않



<그림 7> 최나연 선수, 2010년
 (출처: <http://www.klpga.com>)



<그림 8> 신지애 선수, 2010년
 (출처: <http://www.klpga.com>)



<그림 9> 허미정 선수, 2010년
 (출처: <http://www.klpga.com>)



<그림 10> 좌측 양수진
 우측 이보미 선수, 2010년
 (출처: <http://www.klpga.com>)

는다. 세 번째는 스타일링보다는 기능성에 무게를 둔 스타일링에 있다. 선수가 대회에서 좋은 성적을 내어 마케팅을 극대화 하는 것도 성공적인 결과라 할 수 있지만, 선수에게 있어 스타일링이 배제된 기능성 위주의 착장은 시각적인 측면에서 다소 아쉬운 점이 있다. 네 번째는 무분별한 비비드한 색채만을 강조하여 자연과 어울리는 골프장의 특성을 무시한 채 무조건 튀어 보이려는 색채의 사용이다. 선수의 피부톤이나 개인의 이미지를 고려한 색채 스타일링이 요구되는 부분이다. 국내여자 프로골퍼들에게도 이미지가 상품화되고 있는 21세기에 스폰서 브랜드의 상품홍보위주의 스타일링 보다는 좀 더 체계적인 스타일링 연구가 필요하다.

2) 국내 콜라보레이션사례 분석

협업이라는 의미의 콜라보레이션(collaboration)은 서로 다른 개성의 장르가 만나 장점을 최대한 부각시켜 시너지 효과를 극대화 한다는 측면에서 긍정적인 반응을 얻어왔다. 더욱 활발해지고 있는 콜라보레이션은 소비자들의 취향과 안목이 높아진 것과 일맥상통 한다. 기업과 다양한 아티스트들 간의 콜라보레이션을 통해 결과적으로 기업들은 제품의 차별화와 고급화를 꾀할 수 있는 마케팅의 효과를 얻을 수 있는 것이다. 콜라보레이션은 기존의 브랜드 이미지에 참신하고 젊은 감성을 불어넣는 작업으로 소비자들의 기대감을 상승시키는 효과를 가져온다²⁰⁾. 이러한 콜라보레이션 트렌드로 인해 2011년 S/S시즌 골프 브랜드들은 디자이너나 전문 스타일리스트와의 콜라보레이션을 진행해 새로운 라인을 제시하여 아트 마케팅을 전개하였다. 그 예로 동일레나운이 전개하는 프리미엄 골프 ‘아놀드 파머’가 패션 디자이너 하상백과의 콜라보레이션을 통해 출시한 ‘아놀드 파머 바이 하상백’ 컬렉션을 들 수 있다. white, grey, orange, pink, blue 등 시즌 트렌드 컬러를 활용해 다양한

선과 면 등을 적절하게 믹스시킨 현대적인 클래식 패션의 에너지를 보여주었다.

서희경 선수의 후원을 맞고 있는 핑 골프웨어에서는 2010년 서희경 선수를 위해 핑 에스 플러스 라인을 새롭게 전개하였다.²¹⁾ 핑 에스 플러스 라인(Ping S+line)은 2009년 서희경 선수가 디자인에 직접 참여해 출시한 에스 라인을 확대한 것으로, 에스는 서희경의 이니셜을 의미하는 것이다. 에스라인은 국내 최초의 브랜드와 프로골퍼, 그리고 스타일리스트간의 콜라보레이션으로 주목받으며, 서희경 선수를 패션쇼 모델로 참가시키는 적극적인 마케팅을 통해 소비자에게 좋은 반응을 이끌어 냈다. 서희경 선수는 에스플러스라인을 입고 경기에 참가하며 홍보 마케팅을 진행했고, 2010년 LPGA대회인 기아 클래식에서 우승하여 핑 골프웨어와의 성공적인 스폰서쉽의 결과를 이끌어 냈다. 이후 서희경 선수는 실력과 패션성을 두루 갖춘 선수로 인정받고 있다. 이처럼 브랜드와 스타일리스트, 선수와의 콜라보레이션을 통한 성공적인 스폰서쉽의 효과는 모두에게 매력적인 윈윈(win win) 전략이 아닐 수 없다.

2. 국외 여자 프로골퍼의 스타일링 분석

국외 골퍼들의 스타일링 사례를 사진 자료를 통해 분석해 보면, 그린 위에서 평범함을 거부하고 새로움을 추구하는 골퍼들의 다양한 스타일링을 볼 수 있다. <그림 11>은 베스트 드레서로 가장 많이 뽑히는 미셸 위(Michelle Wie, 미국)선수의 모습이다. 액세서리는 물론 양말까지 맞춰 신는 풀코디네이션(full coordination)으로도 유명한 그녀는 머리 위에 꽃을 꽂아 과감한 스타일링을 선보였다. <그림 12>, <그림 13>은 빅 플레임 선글라스에 플리츠스커트, 챙이 넓은 버킷 햇(bucket hat)을 스타일링한 안나 로슨(Anna Rawson, 오스트레일리아)으로 블랙 앤 화이트 깔끔한 모노톤의 컬러 매치가

세련된 느낌을 준다. 안나 로손은 ‘세상에서 가장 색시한 골퍼’라는 수식어가 따라다니는 에디티어 자 패션모델이기도 하다. 마리아 베르체노바 (Maria Verchenova, 러시아)는 골프계의 사라포바(Sharapova)로 불리우며, 그린위에 서있는 모습 자체가 화보가 될 정도의 러시아의 미녀 골퍼이다. <그림 14>에서 그녀는 기존의 골프웨어 스타일에서 벗어나 마치 테니스 경기를 보는듯한 착각이 들 정도의 테니스 룩을 선보였다.

국외의 여자 프로골퍼의 스타일링 사례 분석 결과 국내여자 프로골퍼들의 스타일링과 달리 스폰서 브랜드의 로고가 가슴과 상의 소매부분에만 한정되어 부착되어 있는 것을 확인 할 수 있었다. 또한 선수 각각의 개성과 체형, 그리고 이미지를 고려하여 체격이 큰 선수들에게는 상, 하의 컬러를 통일하는 스타일링을 연출하였으며 개성적인 액세서리 연출이 돋보였다. 또한 기능성과 패션성을 모두 겸비한 스타일링을 통해 기능성만을 강조한 국내여자 프로골퍼의 스타일링과 달리 선수 개

인의 여성성과 개성을 드러내 주었다. 이러한 스타일링 연출이 국내 여자 프로 골퍼들에게도 영향을 미쳐 성공적인 스폰서쉽 결과를 이끌어 내는데 좋은 방향설정이 될 수 있기를 기대한다.

IV. 여자 골프웨어 스타일링 제안

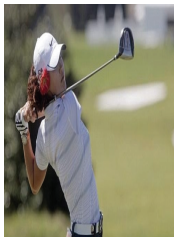
1. 스타일링 의도 및 방법

이상의 연구 결과를 토대로 국제대회에서 뛰어난 성적을 나타내고 있는 국내여자 프로골퍼들을 위해 독창적인 골프웨어의 색채, 소재, 디자인을 개발하고, 기존의 일반적인 기능적 착장에서 탈피한 개성 있는 스타일링을 제안하였다. 현재 2011년 골프웨어 시장의 트렌드인 트레이디셔널, 스타일리쉬, 액티브 스포츠 세 가지 컨셉에 맞춰 총 6점의 작품을 전개하였다.

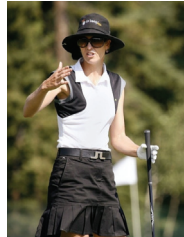
1) 컬러의 제안

먼저 2011 S/S시즌 트렌드 포스트²²⁾에서 제안하는 스포츠 컬러(sports color)와 컬러에 가장 민감한 여성복의 컬러트렌드를 바탕으로 <표 2>와 같이 여자 골프 웨어의 컬러 제안을 하였다.

기존의 골프웨어의 유색위주의 비비드한 컬러감에 식상한 소비자들을 위해 블랙 앤 화이트(black & white)의 모노톤 컬러그룹과 카키, 베이지 등의 컬러에 골드를 포인트로 사용한 뉴트럴(neutral) 컬러그룹을 제안하였다. 그리고 낙관주의의 영향으로 파스텔(pastel) 컬러들과 서로 충돌하듯 튀는 강렬한 비비드 컬러들을 조합하는 2011년의 컬러트렌드를 바탕으로 여성복의 2011년 유행 컬러를 적용한 파스텔 컬러그룹을 제안하였고, 에너지틱한 스포츠컬러감성의 비비드 컬러들로 브라이트(bright) 컬러그룹을 컨셉별로 제안하였다.



<그림 11> 미셸 위 선수, 2010년
(출처: <http://www.lpga.com>)



<그림 12> 안나 로손 선수, 2010년
(출처: <http://www.lpga.com>)



<그림 13> 안나 로손 선수, 2010년
(출처: <http://www.lpga.com>)



<그림 14> 마리아 베르체노바 선수, 2010년
(출처: <http://www.lpga.com>)

<표 2> 2011 S/S 골프웨어 컨셉별 컬러 제안²³⁾

I. Traditional	
BLACK & WHITE	ACID GREEN
11-4201 TPX / Cloud Dancer MNI	12-0741 TPX / Cicton Green R05
19-1011 TPX / After Dark MN3	15-1157 TPX / Flame Orange A004
14-5002 TPX / Silver A003	18-1763 TPX / High Risk Red A001
	11-4201 TPX / Cloud Dancer MNI
	19-4024 TPX / Dress Blues BU4
2. Stylish	
GOLD & BROWN	YELLOW
12-0000 TPX / White Swan BN1	13-0850 TPX / Aspen Gold BU3
14-1012 TPX / Gold BN3	12-0304 TPX / Beached Sand BN4
19-1011 TPX / After Dark MN3	17-1506 TPX / Cinder BN4
3. Active Sports	
GREY & YELLOW	PINK & PURPLE
14-4201 TPX / Lunar Rock MN2	16-1735 TPX / Pink Flame R05
12-0642 TPX / Lemon Zest GN5	18-3946 TPX / Ocean Vista BU7
11-4201 TPX / Cloud Dancer MNI	11-4201 TPX / Cloud Dancer MNI
16-1359 TPX / Orange Peel R05	19-4125 TPX / Majorica Blue BU3
17-4247 TPX / Diva Blue A007	

2) 소재의 제안

다음으로 골프웨어의 소재를 살펴보면, 스폰서 골프 브랜드의 소재 분석 결과로 알수 있듯이 골프는 사계절 실외에서 하는 스포츠이므로 골프웨어의 기본적으로 추위, 더위, 비바람 등 자연환경으로부터 몸을 보호하고 쾌적하게 플레이 할 수 있어야 한다. 그러므로 골프웨어는 기능성, 쾌적성, 안전성, 내구성 등이 필수 조건이며 또한 심미성, 유행의 정보 가치 등의 성능이 요구된다. 이러한 기존의 골프웨어의 전형적인 기능성 소재에 진부해진 소비자들에게 새로운 감성을 어필 할 수 있는 소재를 제안하고자 하였다. 첫 번째로 기능성 소재들은 거의 포화 상태라고 본다면, 좀 더 캐주얼 해지고 젊어지는 골프시장의 트렌드에 따라 여성복의 소재를 차용하는 것도 하나의 전략으로 볼 수 있다. 따라서 여성스러운 쉬폰(chiffon) 소재를 티셔츠에 접목해 스타일리쉬한 캐주얼 룩을 표현하고자 했으며, 프릴(prill)이나 셔링(shirring) 디

테일로 포인트를 주었다. 두 번째는 요즘 크게 대두되고 있는 친환경(eco) 소재와 재생(recycled) 소재의 사용이다. 대표적으로 차가운 성질을 가지고 있는 대나무를 섬유로 가공시킨 뱀부소재는 이미 항균, 습기제거 정전기 방지등의 탁월한 성능으로 베스트 골프웨어 소재 중 하나이다. 세 번째는 요가복에서 착안한 스트레칭성이 강조된 레깅스 소재이다. 폴리에스테르(polyester)와 스판덱스의 혼용으로 신축성이 좋고 터치가 부드러워 스윙이 많은 골프의류에 적합하다.

3) 테마의 제안

다음으로 골프웨어의 디자인을 2011년 S/S컬렉션 시즌 골프브랜드의 시장분석을 토대로 골프웨어 컨셉의 세 가지 컨셉인 트레이셔널, 스타일리쉬, 액티브 스포츠에 맞춰 각각의 테마를 전개하였다. <그림 18>은 전통을 강조하는 영국적 트레이셔널 라인에 아메리칸 프레피(preppy)룩을 모던하고 유연하게 결합한 네오 트레이셔널 테마인 일루미네이트 쉬크(illuminate chic)이다. 컬러는 black과 white를 기본으로 새롭게 silver 컬러를 제안 하였다. silver 컬러가 주는 럭셔리함은 정통 브리티쉬룩을 지향하는 트레이셔널 브랜드 컨셉을 잘 표현 할 뿐만 아니라 트렌디한 메탈룩과도 잘 매치가 된다.

비저너리 럭스(visionary luxe)는 화려하고 풍부한 색감으로 고급스럽고 우아한 골드(gold)룩을 완성한 스타일리쉬 캐주얼 테마이다<그림 19>. 컬러는 리치감이 풍부한 gold 컬러로 모던하고 세련된 이미지를 추구하였으며, spring green과 pink의 경쾌한 컬러 배색과 blue와 1/pink의 배색으로 젊고 캐주얼한 영 골프의 이미지를 더욱 부각 시켰다.

템포레이트 리포머(temperate reformer)는 창의적인 라인과 컬러로 긍정적인 에너지를 표현한 스포츠 테마이다<그림 20>. 도시적인 쉬크함과 기능적인 스포츠룩이 결합되어 테크니컬 럭셔리(technical luxury)를 표현하였다. 골프웨어가 가지는 기능적

인 면과 트렌디한 감성을 스포티함과 믹스(mix)하여 모던(modern)하게 나타내려 했다.

다음으로 제안된 제품을 가지고 전개된 스타일링은 골프웨어의 기본 착장인 티셔츠와 큐롯(culotte) 스커트를 바탕으로, 윈드브레이커(wind breaker), 팬츠(pants), 우븐 베스트(woven vest)와 니트 베스트(knit vest) 등의 아이템과 액세서리의 구성으로 이루어져 있다<표 3>.



<그림 18> 일루미네이트 슈크
네오 트래디셔널 라인 - 트래디셔널



<그림 19> 비저너리 릭스
트렌디한 캐주얼 라인 - 스타일리쉬



<그림 20> 템포레이트 리포머
기능성 골프라인 - 액티브 스포츠

스타일링의 제안은 국내여자 프로골퍼들의 스타일링 분석을 통해 얻은 문제점 개선, 즉 지나치게 많은 스폰서 브랜드의 로고들과 오버 사이즈 로고의 크기, 그리고 선수와 어울리지 않는 신상품 위주의 홍보, 스타일링보다는 기능성에 무게를 둔 코디네이션, 그리고 비비드한 컬러감만을 강조한 컬러 코디네이션을 지양하는 것에 중점을 두어 연출하였다. 국내여자 프로골퍼의 개성과 체형, 그리고 이미지를 고려하고, 기능성과 패션성을 갖춘 골프웨어의 스타일링을 제안하려고 하였다. 전체

<표 3> 패션 스타일링 계획표

작품I 일루미네이트 슈크

컨셉	색채	소재
평서널 트래디셔널 로 수정		폴리에스테르, 쉬폰

작품II 일루미네이트 슈크

컨셉	색채	소재
네오 트래디셔널		폴리에스테르, 레이스

작품III 비저너리 릭스

컨셉	색채	소재
메탈릭 스타일리쉬		폴리에스테르, 폴리우레탄

작품IV 비저너리 릭스

컨셉	색채	소재
그레이스풀 스타일리쉬		면, 폴리에스테르

작품V 템포레이트 리포머

컨셉	색채	소재
어던먼트 액티브 스포츠		냉감(Ice feel)소재, 면

작품VI 템포레이트 리포머

컨셉	색채	소재
라이트 업 액티브 스포츠		시스루

적으로 3도 이상의 컬러 배색 사용을 배제하고²⁴⁾, 모던한 컬러배색을 사용하여, 체적이 큰 선수들을 고려하였고, 자연스러운 캐주얼 룩과 액세서리로 포인트를 주어 영 골프 트렌드를 표현하였다.

2. 스타일링 제안 및 해설

1) 작품 I

(1) 컨셉: 펑셔널 트레이디셔널(functional traditional)

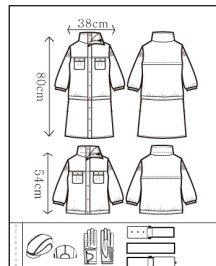
(2) 액세서리: 보스턴 백(boston bag), 일라스틱(elastic)벨트, 레깅스, 헌팅캡(hunting cap), 골프장갑, 골프화

(3) 헤어와 메이크업: 투명한 피부톤과 누드컬러의 입매, 헌팅 캡을 쓴 업 스타일헤어

작품 I은 골프웨어가 가지고 있는 기능성의 장점을 최대한 살려 디자인한 탈부착(detachable) 바람막이(wind breaker) 점퍼로 기능적인(functional) 트레이디셔널을 표현한 작품이다. 작품I에서는 허리선에서 지퍼로 탈부착이 가능하여 평상시 캐주얼 코트나 쇼트(short) 점퍼로도 착용이 가능하게 디자인. 블랙 컬러의 티셔츠에 로고를 프린팅하여 오버사이즈로고의 노출의 문제점을 개선하는 방법으로 제안하였다. 투명한 피부톤과 누드 컬러의 입매로 자연스러운 감성의 고급스러운 트레이디셔널 골프이미지를 연출하였다.



<그림 21> 작품



<그림 22> 작품 I의 도식화:
탈부착바람막이, 헌팅캡,
골프장갑, 벨트

2) 작품 II

(1) 컨셉: 네오 트레이디셔널(neo traditional)

(2) 액세서리: 페도라(fedora), 팔토시, 골프장갑, 골프화

(3) 헤어와 메이크업: 스모키 아이(smoky eye)로 눈매를 강조

작품 II는 블랙 앤 화이트 모노톤으로 젊은 감성의 네오 트레이디셔널 표현하고자 한 작품이다. 도트(dot) 패턴의 티셔츠와 사선패턴의 니트 세트 코디(set-coordi)로 모던한 느낌을 연출하고자 하였으며, 여기에 레이스 소재의 레깅스를 매치하여 차별화된 골프 스타일링을 완성하였다. 활동성이 좋은 기본골프 소재인 폴리에스테르와 여성복 소재인 레이스 소재의 조합이 골프웨어 시장의 트렌드인 영 골프를 표방하고자 하였다. 모노톤의 의상에 맞춰 그레이쉬(grayish)한 스모키 아이(smoky eye)로 눈매를 강조하고, 풍부한 컬링(curling)의 웨이브로 볼륨감 강조하였고 투명한 피부톤을 표현하였다.

3) 작품 III

(1) 컨셉: 메탈릭 스타일리쉬(metallic stylish)

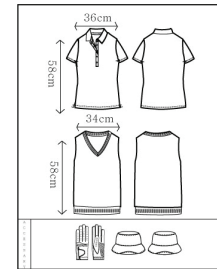
(2) 액세서리: 헤어밴드, 골프장갑, 골프화

(3) 헤어와 메이크업: 풍부한 느낌의 웨이브와 펄 스모키 메이크업

작품 III은 골드와 블랙 컬러의 세련된 이미지의 메탈룩(metal look)을 스타일링한 작품이다. 암



<그림 23> 작품 II

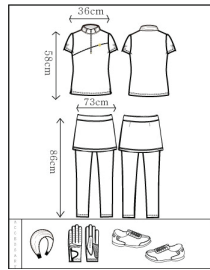


<그림 24> 작품 II의 도식화:
티셔츠, 베스트, 장갑, 모자

홀에 액션밴드(action band) 디테일의 셔링장식과 골드컬러의 포일(foil)²⁵⁾ 프린트한 기하학패턴의 티셔츠를 요가(yoga)복 소재의 레깅스 큐롯과 매치하여 트렌디(trendy)한 메탈룩을 표현하였다. 여기에 골드 컬러의 헤어밴드를 매치하여 스타일리쉬한 느낌을 부각시켰으며, 펠스모키 메이크업으로 메탈릭한 이미지를 더해주었다.



<그림 25> 작품 III



<그림 26> 작품 III의 도식화: 티셔츠, 스커트, 레깅스, 헤어밴드, 골프장갑, 골프화

4) 작품 IV

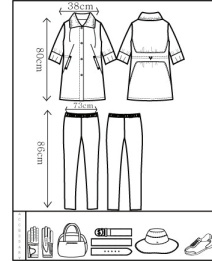
- (1) 컨셉: 그레이스풀 스타일리쉬(graceful stylish)
- (2) 액세서리: 버킷햇, 가죽 벨트, 토드 백, 사이니레깅스, 팔토시, 골프장갑, 골프화
- (3) 헤어와 메이크업: 자연스런 웨이브 롱 헤어와 페이스톤의 피부톤, 그리고 밝은 핑크 컬러의 입매와 복고풍 아이라인으로 눈매강조

작품 IV는 클래식(classic)한 트렌치 코트를 골프웨어 접목하여 우아한 느낌으로 연출한 작품이다. 흰색 가죽 벨트로 포인트를 주었으며 여기에 동일 컬러의 버킷 햇을 코디하여 한 층 여성스러운 멋을 강조하였다. 한 여름에도 입을 수 있는 시원한 클링클 가공한 면·폴리 혼용의 소재를 사용하여 기존의 트렌치 코트가 주는 정통 면 소재에서 벗어나 라이트 웨이트(light weight)의 경량감을 표현하고자 하였다. 핑크 컬러의 펠 샤이니한 레깅스와 토드 백, 팔토시까지 핑크 컬러로 매치하여 주제(concept)가 주는 우아함을 극대화 하고자 하였

다. 헤어는 자연스러운 롱 웨이브 헤어로 모자의 곡선과 잘 어울릴 수 있도록 하였으며, 눈꼬리가 올라간 아이라인으로 눈매를 강조하여 레트로(retro)풍의 이미지를 더 해 주었다.



<그림 27> 작품 IV



<그림 28> 작품 IV의 도식화: 트렌치코트, 사이니레깅스, 골프장갑, 토드백, 벨트, 버킷햇, 골프화

5) 작품 V

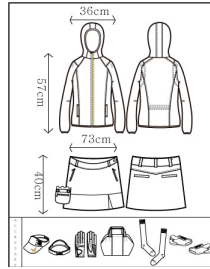
- (1) 컨셉: 어던먼트 액티브 스포츠(adorment active sports)

- (2) 액세서리: 썬캡, 골프장갑, 토드 백
- (3) 헤어와 메이크업: 헤어는 자연스런 웨이브로 진행하고 메이크업은 펠 느낌을 강조한 스모키 아이로 눈매 강조

작품 V는 턱(tuck) 디테일이 돋보이는 실버그레이 컬러의 바람막이 점퍼 스타일링으로 액티브한 스포츠 느낌에 장식적인 디테일로 여성스러운 느낌을 매치한 작품이다. 바람막이 어깨 절개선에 터크 디테일을 넣어 어깨선을 강조하고 메탈릭한 접밴드(elastic band)로 마무리하여 샤이니한 트렌디감을 강조하였다. 후드연결 디자인의 바람막이 점퍼에 썬캡을 2중으로 착용하여 쉬크한 스포츠 이미지를 나타냈으며, 엘로우 컬러의 니삭스로 젊은 감성의 골프웨어를 표현했다. 큐롯스커트의 볼주머니에도 프릴(prill) 디테일을 넣어 탈부착이 가능하게 디자인하여 기능성을 더하였다. 펠감이 있는 바람막이 점퍼의 느낌을 살려 샤이니한 스모키 아이로 강렬한 이미지를 표현했다.



<그림 29> 작품 V



<그림 30> 작품 V의 도식화:
바람막이, 쿼츠스커트, 섀캡,
골프장갑, 토드백

6) 작품 VI

(1) 컨셉: 라이트 업 액티브 스포츠(light up active sports)

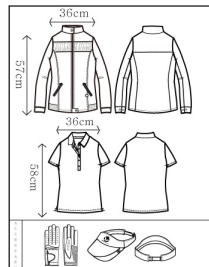
(2) 액세서리: 섀캡(sun cap), 골프장갑, 골프화

(3) 헤어와 메이크업: 액티브한 이미지의 묶은머리 스타일과 강렬한 레드컬러가 포인트인 메이크업

작품 VI는 시스루(see-through)소재의 바람막이 점퍼로 비치는 느낌을 강조한 액티브 스포츠 스타일링 작품이다. 시스루 소재의 가볍고 시원한 느낌을 강조하여 메쉬(mesh) 소재의 액션밴드 디테일을 추가하였고, 가슴에 주름장식으로 포인트를 주었다. 오렌지 컬러로 배색하여 서로 다른 느낌의 컬러조합을 시도하였으며, 여기에 브랜드의 아이덴티티(identity)를 나타내는 로고를 자카드 조직한 쿼츠 스커트를 매치하여 문제점으로 지적되었던 과도한 로고의 노출을 다른 방법으로 표현하였다.



<그림 31> 작품VI



<그림 32> 작품VI의 도식화:
경량점퍼, 파케티셔츠, 골프장갑, 섀캡

V. 결론 및 제언

본 연구는 국내여자 프로골퍼들과 골프 브랜드와의 스폰서십의 문제점을 분석하고, 새로운 스폰서 마케팅의 방법을 스타일리쉬한 스타일링을 통해 제시하고자 하였다.

국내여자 프로골퍼의 국제대회 스타일링을 분석하여 발견한 문제점은 다음과 같다.

첫 째, 스폰서의 로고의 크기이다. 지나치게 많은 스폰서 브랜드의 로고들과 오버 사이즈 로고의 크기들은 선수의 전체적인 착장의 가장 큰 문제점으로 지적되었다. 두 번째 선수와 어울리지 않는 신상품 위주의 홍보이다. 골프 선수들은 스포츠 선수의 특성상 발달된 신체부위를 가지고 있다. 그러나 선수의 체형이나 스타일이 무시된 스폰서 브랜드의 신상품 홍보 위주의 무리한 착장은 오히려 역효과를 가져왔다. 세 번째는 스타일링보다는 기능성에 중점을 둔 코디네이션이다. 선수가 대회에서 좋은 성적을 내어 마케팅을 극대화 하는 것도 성공적인 결과라 할 수 있지만, 선수에게 있어 스타일링이 배제된 착장은 시각적인 면에서 다소 아쉬운 점으로 제기되었다. 네 번째는 골프장에서 비비드한 컬러감으로 무조건 튀어 보이라는 무분별한 색채의 사용이다. 도출된 문제점을 보완하여 작품 6점을 제작하였으며, 세 가지 컨셉에 따른 스타일리쉬한 스타일링도 제안하였다.

작품 I은 디터처블(detouchable) 기능의 롱(long) 가장점퍼로 하단부분을 지퍼로 탈 부착하여 쇼트(short)점퍼로도 착용 할 수 있게 한 멀티 레이어링(multi-layering)룩으로 차별화된 스포츠 이미지를 부각시키고자 하였다.

작품 II는 블랙 앤 화이트 모노톤으로 젊은 감성의 네오 트레이디셔널 표현하고자 한 작품이다. 도트 패턴의 티셔츠와 사선 패턴의 니트 세트코디(set-coordi)로 모던한 느낌을 연출하고자 하였으며, 여기에 레이스 소재의 레깅스를 매치하여 여성스

런 골프 스타일링을 완성하였다.

작품 III은 골드와 블랙컬러의 스타일리쉬 메탈 룩 스타일링으로 트렌드인 골드 포일프린트를 한 기하학패턴의 티셔츠와 요가복 소재의 레깅스 큐트를 매치하여 스타일리쉬한 느낌을 한 층 부각시켰다.

작품 IV는 클래식한 트렌치 코트를 골프웨어 접목하여 우아한 느낌으로 연출한 작품이다. 흰색 가죽 벨트로 포인트를 주었으며 여기에 동일컬러의 버킷 햇을 코디하여 한 층 여성스러운 멋을 강조하였다.

작품 V는 텍 디테일의 꾸뜨르(couture) 감성의 액티브 스포츠 스타일링으로 펄 코팅(pearl coating)으로 기존의 윈드 브레이커 소재와 차별화로 에너제틱한 이미지 표현과 더불어 어깨의 텍 디테일로 꾸뜨르적 감성을 표현해 기존의 기능성 골프웨어가 가지는 디자인의 단조로움을 극복하고자 하였다.

작품 VI는 시스루 소재의 바람막이 접퍼로 비치는 느낌을 강조한 액티브 스포츠 스타일링 작품이다. 시스루 소재의 가볍고 시원한 느낌을 강조하여 디자인하였고, 가슴에 주름장식으로 디테일에 포인트를 주었다.

기존의 골프웨어에서 볼 수 없었던 컬러, 소재 디자인을 제시한 작품으로 제안된 골프웨어 디자인과 스타일링은 골퍼들에게 뛰어난 골프실력과 더불어 스타일리쉬한 면모도 갖추게 되는 계기가 될 것으로 기대되며, 이로 인해 높아져가는 국내 여자 프로골퍼의 위상을 국제대회에서 더욱 돋보이게 할 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 향후 국내 골프웨어 시장의 발전에 도움이 되기를 기대하며, 앞으로 스타일링의 연구 또한 스폰서 마케팅의 한 분야로 발전되어 지속적인 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 섬유저널 (2010. 11). 패션비즈, 서울: 섬유저널, p.160.
- 2) Copeland R., Frisby W., McCarville R. (1996). Understanding the sport sponsorship from a corporate perspective, *Journal of Sport Management*, p.32.
- 3) 섬유저널. 앞의 책, p.160.
- 4) 패션채널(검색어: 2011년 골프웨어 브랜드 예상매출), 자료검색일 2011. 8. 5. <http://www.fashionchannel.co.kr>
- 5) 이패럴 뉴스(검색어: 골프시장전망), 자료검색일 2011. 12. 13. <http://www.appnews.co.kr>
- 6) Meekham, J. A. (1983). 'Commercial sponsorship', *European Journal Marketing*, p.58.
- 7) Copeland, R., Frisby, W. and McCarville, R. (1996). Understanding the sport sponsorship from a corporate perspective, *Journal of Sport Management*, 10(1), p.32.
- 8) Lombardo, J. (1998). Team Tiger' takes Woods to the top, *Sports Business Journal*, May, p.22.
- 9) Brooks, C. M. and Harris, K. (1998). Celebrity athlete endorsement: An overview of the key theoretical issues, *Sports Marketing Quarterly*, p.34.
- 10) 연합뉴스(검색어: LPGA 한국 선수 우승 일지), 자료 검색일 2010. 5. 20. <http://www.yonhapnews.co.kr>
- 11) 한국섬유신문 (2011. 2. 11). 스폰서 골프 브랜드의 positioning map, p.6.
- 12) 67라인: 최경주 프로가 모델인 슈퍼리어의 기능성 라인
- 13) 패고딩(fagoting): 원단의 울풀림 방지와 장식 기법을 위한 끝마무리 방법.
- 14) 영한대사전 (1996). 서울: YBM시사영어사.
- 15) 양리나, 최나영 (2000). 패션연출, 서울: 대왕사, p.21.
- 16) 허갑섭 (1999. 3). 패션연출방법에 관한 조사 연구, *한국의류학회지*, 23(1), p.54.
- 17) 정삼호 (2000). 패션 self 스타일링, 서울: 교문사, p.73.
- 18) Anne Hollander (1993). *Seeing Through Clothes*, University of California Press, p.390.
- 19) Fetherstone, Mike (1991). *The body in Consumer Culture*, London: Sage Publication, p.188.
- 20) 이정아, 김민주, 김정원, 이재구 (2010). 2011 트렌드 키워드, 서울: 미래의 창 출판사, p.165.
- 21) 골프 포 워민 (2010. 9). 서울, 골프 포 워민 코리아, p.68.
- 22) 트렌드 포스트(검색어: 2011 S/S sports color trend), 자료검색일 2010. 11. 18. <http://www.trendpost.com>
- 23) Lawrence Herbert (1993). *Pantone color book.U.S.A:* Pantone corporation, pp.100-7771.
- 24) 정윤기 (2009). All about style, 서울: 한스앤 조이 컴퍼니, p.254.
- 25) 포일(Foil) 프린트: 금속을 종이와 같이 얇게 펴서 프린팅하는 기법으로 금박이나 은박을 천에 접착 가공하는 기술을 말한다.

A Study on Golf Wear Styling for Professional Ladies Golfers of Korea

- With Focus on Developing Colors, Fabrics and Designs of Golf Wear -

Shim, Ji Hyun · Kim, Hye Kyung⁺

Doctorial course, Dept. of Fashion Design, Dongduk Women's University
Professor, Dept. of Fashion Design, Dongduk Women's University^{*}

Abstract

Modern golf is a sport that has especially gone through many changes over the years, and has developed in a different way from other sports. The eighth victory of Korean players at the LPGA (Ladies Professional Golf Association) tour in 2010 showed the world the potential of Korean women's golf and triggered further development of the Korean domestic golf apparel market. The golf apparel industry has become very specialized and expanded and the competition among brands has become more intense. Due to this market change, companies have utilized sponsorship for professional golf players as a marketing strategy to differentiate themselves from others. However sponsorship which only focuses on promoting their products has only resulted in hindering fashionable and creative styling of golf players on the green. Excessive exposure of the sponsor's brand logo rather causes a feeling of repulsion in people who see the players' outfits. The aim of this study is to propose a new styling direction that makes up for disadvantages of sports sponsorship, which is a fast growing area of sports marketing, and improve the image of both golf players and their sponsor brands by developing and researching various designs and styling methods of golf apparel for female professional golfers based on functionality. An empirical method was used to collect data through field survey and to analyze the style of brands which offered sponsorship to six professional female golfers, selected among those who won the championship or ranked high in the LPGA in 2010. The results of this study showed that traditional, stylish and active styles may help Korean female golfers not only enhance their golf performance but also play their game in style on the green. Thus this study presents implications on how to make Korean female golfers more stylish and reinforce their prestige on the international stage.

Key words: golf wear, Korean female professional golfers, design development, style, styling, new direction

