

우리나라 남성 골프웨어에 나타난 패션 경향 분석

이 호 진

전북대학교 생활과학대학 생활과학부 의류학전공 교수

An Analysis of the Fashion Trends Expressed on the Korean Men's Golfwears

Hyo-Jin Lee

Professor, Major of Clothing & Textiles, Division of Human Ecology,
College of Human Ecology, Chonbuk National University
(2002. 8. 12 접수 : 2002. 11. 30 채택)

Abstract

The purpose of this study was to analyze the fashion trends of Korean men's golfwears and furnished the researchers of same major with reliable data base.

Lately, Korean men were concerned about their appearance rather than social position. Moreover, they tried to express the needs of youthfulness with free life through clothings. These trend had been showed itself not only development of golfwears, but also change of esthetic tastes of men's golfwears.

First of all, the development of men's golfwears was affected by the major three factors out of many various factors. That is, popularization of golf by the international activities of Korean progolfers, appearance of young consumers after IMF and the casualization of the men's formal dress, the making an everyday dress of men's sportswears. The results of analyzing of fashion trends of the men's golfwears is as follow:

1. The characteristics with naturalness, comfort of men's golfwears was manifested casualization trends by the factors of downward tendency of golfer's age, 5-days working, men's biz casual preference, individualism after IMF.
2. Men's character golfwears was showed by the ageless as a youthfulness expression, the Sportism as an international trend, 2002 world cup, etc.
3. All of golfwears have to be functional characteristics because the golf is an active sports spending long time in golf course. Unconstruction style was an important fashion trends of men's golfwears by using functional materials to meet the needs of consumers.
4. The men's clothing was deviated from a fixed idea called masculine after IMF. Moreover, this trend was increased by the appearance of lovely man, genderlessness and had an effect on men's golfwears. Consequently, men's golfwears was showed feminization characteristics as a feminine, sensitive style.

In the future, Korean men will try to express their character and thought freely through golfwears, men's golfwears will be continued 'beyond the golf course' image reflecting in the future fashion trends.

Key words: men's golfwear, Sportism, casualization, unconstruction style, feminization, character.

본 논문은 2001년도 전북대학교 지원 연구비에 의하여 연구되었음.

I. 연구의 필요성 및 목적

골프의 역사에서 살펴보면 골프는 대중적인 스포츠로써 귀족이나 부르주아 계급뿐 아니라 일반시민들에게도 널리 보급되어 행해졌기 때문에 골프웨어로써는 특별히 정해진 것이 없었다. 초기의 복장은 스포츠의 종류에 의해서가 아니라 사회적 계급에 의해서 결정되어졌을 뿐이다.

따라서 골프가 시작되었던 초기에는 골프웨어가 따로 없었으며, 골프웨어에 대한 문헌이나 자료 역시 존재하지 않아 현재 남아있는 과거의 골퍼들의 사진이나 그림을 통해 골프웨어의 변천을 되짚어볼 뿐이다¹⁾. 이처럼 골프가 시작되었던 초기에는 주로 일상적인 옷차림으로 경기에 임했지만 게임에 대한 관심이 점차 확산되기 시작하면서 골퍼들에게 더 큰 편리함을 가져다 주는 특수한 복장과 아이템들이 등장하기 시작하였다.

골프의 발달과 더불어 20세기에 들어서면서 골프웨어 패션은 많은 변화를 보였으며 20세기 초반에 남성들은 스포츠용의 바지와 같은 실용적인 옷을 입었는데 이것이 지금과 같은 편리한 복장으로 변화되기에 이르렀다.

최근 우리나라의 경우 남성들의 생활의식이 사회적으로 존경을 받거나 사회적 지위를 표현하는 것보다는 자신의 외모나 미적인 취향을 드러내는 데 더 관심을 가지게 되었다²⁾. 더욱이 일상생활에서 자유롭고 편안해지고 싶어하는 욕구와 더불어 사람들은 보다 젊어 보이고 여유있어 보이고자 하는 것을 옷으로 표현하고자 하였다. 바로 이러한 경향은 골프웨어 발달에서도 두드러지게 나타나고 있으며 그에 따라 남성들은 골프웨어를 통해서 패션경향의 변화를 뚜렷하게 표출하였다.

무엇보다도 우리나라 남성 골프웨어는 사회적 지위나 계층간의 경계가 무너져 버린 시대적 메시지를 가장 밀접하게 반영하는 것으로 인식되고 있다. 그동안의 연구를 보면 골프웨어 디자인에 관련된 이소영³⁾, 임희숙⁴⁾의 연구, 골프 동작 분석을 통한 이주연⁵⁾의 연구, 여성 골프웨어 패션의식에 대한 김주희⁶⁾의 연구, 골프대중화에 관한 이상일⁷⁾의 연구, 여성 골프웨어 상품기획에 관한 김영주⁸⁾의 연구, 골프웨어 니트류 선호도에 관한 이종림⁹⁾의 연구 등 많은 선행 연구들이 있으나 남성 골프웨어에 대해서는 선행 연구가 진행되어 있지 않다. 따라서 본 연구에서는 남성 골프웨어의 발달과정을 분석해 봄으로써 패션경향 변화에서 나타나는 미적 취향 요인을 연구해 보는 것은 의류산업의 발전방향에 기여할 수 있는 기초자료를 체계화할 수 있다고 보며 이에 연구의 필요성과 목적을 두었다.

그리고 본 연구는 문헌에 의한 연구 방법에 의해서 연구의 이론적 토대를 마련하였다. 연구의 시대적 범위로는 1998년 이후 최근까지의 약 5년 동안의 남성 골프웨어를 골프 브랜드의 카다로그와 잡지, 인터넷 자료 등을 대상으로 연구를 진행하였는데, 그 이유는 우리나라의 IMF 경제상황을 기점으로 골프웨어에서의 패션경향의 변화가 두드러지게 나타나기 시작했기 때문이다. 또한 21세기가 되면서부터는 신소비층이 형성되었고 그로 인해 남성 골프웨어에 특화된 새로운 패션 경향을 보였기 때문이다.

II. 이론적 배경

IMF를 겪으면서 1998년 이후 우리나라 남성 골프웨어 발달에 직·간접적으로 영향을 미쳤을 가장 두드러진 요인으로는 시대적인 경제상황과 남성복 패션경향의 변화라고 간주할 수 있다. 따라서 이론

1) Malcom Campbell, 윤택영, 김국원 역, 골프백과사전 (시공사, 1993), p.10.

2) 질 리포베츠키, 이득재 역, 패션의 제국 (문예출판사, 1999), p.205.

3) 이소영, "골프웨어 디자인에 관한 연구", 홍익대 석사논문 (1987).

4) 임희숙, "골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터 그래픽스 활용에 관한 연구", 홍익대 석사논문 (1992).

5) 이주연, "골프복의 착용실태와 동작에 따른 신축성에 관한 연구", 건국대 석사논문 (1992).

6) 김주희, "골프웨어에 관한 패션의식 연구", 이화여대 석사논문 (1992).

7) 이상일, "골프의 대중화를 위한 발전 방향", 고려대 스포츠과학연구소 논총 제 5집 (1994).

8) 김영주, "국내 여성 골프웨어의 상품기획에 관한 연구", 국민대 석사논문 (1999).

9) 이종림, "골프니트웨어의 소비자 성향에 관한 연구", 숭실대 석사논문 (1999).

적 배경에서는 IMF 이후의 골프의 대중화와 남성복 식에서 나타난 변화를 고찰하고자 하였다.

1. IMF 이후 골프의 대중화

IMF 이후 골프가 대중화될 수 있었던 데에는 크게 두 가지의 요인이 기여했다고 볼 수 있는데 그것은 경기회복과 더불어 내구제에 대한 소비증가현상과 골퍼들의 세계적인 활약이었다.

IMF 사태 직후 한 달에 3천개가 넘는 기업이 연쇄 도산했으나 1998년 하반기 이후의 첨단기술을 이용한 벤처바람은 폭발적으로 확산되어 소비의 낙관주의가 급속히 확산되었다¹⁰⁾. 무엇보다도 IMF 이후 소비를 형태별로 보면 내구제에 대한 지출증가세가 지속되었으며 의류 등 준내구제와 오락문화 등의 서비스에 대한 지출이 크게 늘었다. 일반적으로 내구제와 준내구제 소비는 소득탄력성이 높고 비내구제와 서비스는 소득탄력성이 낮은 편으로 경기가 상승하면서 내구제와 준내구제의 소비는 탄력적으로 크게 늘어나는 반면 비내구제와 서비스의 소비는 그 증가폭이 작게 되기 때문이다¹¹⁾.

의생활의 경우 IMF의 직접적인 영향으로 IMF 이후 급격한 계층귀속¹²⁾의 하향을 나타냈으나 1998년 하반기를 저점으로 급속히 회복하였으며 소비생활의 급속한 호전을 보여주었다. 특히 유명상표 선호의식의 경우 역시 '98년을 최저점으로 최근 급등하여 IMF 이전보다도 오히려 소비거품의 재발 우려를 나타내었다¹³⁾.

그리고 1999년부터 2000년초에 걸쳐 국내 사회 경제 문화를 뜨겁게 달아오르게 한 요인들은 국제수지 흑자, 주식과 코스닥 시장 활황, 고액연봉자, 벤처사업가 등의 단어들이었다. 이러한 분위기가 고조되면서 1999년을 기점으로 남성 소비자들의 구매심리는 명품 브랜드를 찾는 경향이 강해졌으며, 이 때부

터 골프웨어 시장이 서서히 제 2의 전성기를 맞게 되었다¹⁴⁾. 미국 주식시장과 나스닥 시장 상승기조 등 경제적인 이슈가 많았고 비즈니스가 활발해지면서 슈트 불림이 크게 늘어난 것이다. 글로벌리즘이 통하다 보니 국내 경기도 이 영향권에 휩싸이면서 작년년부터 수입 남성복 판매가 크게 늘었다¹⁵⁾. 이러한 경제상황은 남성복 시장의 획기적인 변화를 예고하는 것이었으며 그 동안 보수적이었던 남성 골프웨어 시장에도 영향을 미치게 된 것이다. 더욱이 월드컵과 스포츠가 단순한 레저에서 문화와 교류의 수단으로 인식되면서 패션계에 끼치는 영향력은 더욱 커질 전망이 되면서 스포츠에 대한 관심이 더욱 가속화되었는데, 이것은 골프의 대중화에도 큰 영향을 미쳤다. 골프의 대중화와 함께 골프웨어 시장이 매년 30%씩 고성장을 이어가 2005년에는 1조원에 달할 것으로 예상되고 있다¹⁶⁾.

또한 현재 우리나라 골프의 대중화가 되었던 계기에는 프로 선수들의 세계적인 활약에도 큰 영향이 있었다¹⁷⁾. 1998년에는 미국에서 활동하고 있는 박세리가 미국여자프로선수권과 미국여자오픈대회에서 우승했고 그밖에 김미현, 박지은, 필신, 송아리 등이 세계프로골프대회에서 활동하고 있으며 2002년에는 최경주가 미국에서 우승했던 패기는 골프의 대중화에 더욱 박차를 가하게 되었다. 이렇게 세계 무대에서 우수한 성적으로 활동하고 있는 프로골퍼들의 영향은 인해 우리나라의 골프 발전과 골프의 대중화를 가속화시키는 역할이 되었다.

즉 1998년 이후 우리나라 경기의 회복과 더불어 골프의 발달과 대중화는 다양한 골프웨어 발달에 크게 영향을 미치게 된 것이다.

2. 남성 정장의 캐주얼화

1998년 이후 21세기 초까지의 남성복 트렌드는

10) 황정선, IMF 전후의 소비행태 변화, *月刊 消費者* 2000년 7-8월호, p.27.

11) 김범식, IMF 이후의 경제동향, *月刊 消費者* 2000년 7-8월호, p.22.

12) 자기 자신의 소비생활에 대한 주관적인 계층의식을 나타내는 소비생활, 우리나라의 경우 전반적인 소득수준의 하락에도 불구하고 계층귀속은 중류의식이 주류를 이루고 있다.

13) 황정선, *op.cit.*, p.27.

14) 월간섬유, 1999년 8월.

15) *Fashion Biz*, 2000년 7월, p.187.

16) <http://www.textiletimes.co.kr/golf.html>

17) *Golf Digest*, 2000년 4월.

일상생활에서 자유롭고 편안해지고 싶어하는 욕구가 옷으로 표현될 것이라고 전문가들은 분석하였다¹⁸⁾. 장르와 영역의 파괴는 세기말을 앞 둔 문화 전반의 공통적인 현상이었지만 1999년에 들어서부터는 기존의 남성복의 정형화 된 틀이 과감하게 무너지기 시작했는데, 꼭 짜여진 틀을 거부하려는 패션계의 움직임은 더욱 두드러졌다.

특히 남성들이 딱딱하고 정형화된 모습보다 편안하고 부드러운 느낌을 선호하는 분위기는 세기말 벤처 열풍과 함께 남성 패션에 일대 변혁을 가져왔다. 더욱이 마이크로 소프트사의 빌 게이츠(Bill Gates, Bill) 회장이 분방한 옷차림으로 인해 캐주얼웨어가 창의성과 자유의 상징으로 여겨지면서 남성 패션의 흐름은 정장에서 캐주얼 중심으로 바뀌었다¹⁹⁾. '빌 게이츠 패션'이 벤처 기업 근무자들 사이에서 확산이 되면서 '벤처 패션'의 유행을 선도했던 캐주얼 느낌의 정장으로 우리나라의 많은 남성복 브랜드들은 캐주얼하게 정장을 즐길 수 있는 아이템을 보강하였다²⁰⁾.

따라서 정장의 경우도 더욱 부드러워졌으며 캐주얼웨어의 영역은 좀 더 확산되었는데, 무엇보다도 벤처 열풍으로 인해 비즈니스 캐주얼이라는 새로운 장르가 출현하였고 이것은 남성 정장의 캐주얼화할 더욱 가속화시키는 요인이 되었다. 이처럼 빌 게이츠 패션으로 멋을 부리던 차림은 신중 고소득층 30대를 중심으로 새롭게 등장한 '보보스(Bobos)족'²¹⁾이 출현

하면서 기업의 자율 캐주얼차림의 증가가 가속화 되었다. 즉 새로운 밀레니엄의 시작과 더불어 패션의 주도 세력으로 떠오른 신소비계층인 '뉴서티' (New Thirties)²²⁾로 부상하면서 격식을 갖춘 옷보다 온(On)-오프(Off)타임 두루 입을 수 있는 자연스럽고 편안한 스타일의 남성복 선호가 높아졌는데 이들은 온타임에 캐주얼 차림으로 출근해 윤택하게 일을 끝내고 오프타임은 삶을 즐길 줄 아는 라이프 스타일을 지닌 소비자층이다²³⁾.

즉 2000년초 남성 캐릭터캐주얼 브랜드들의 평균 매출이 40% 이상 신장을 기록하였는데 이것은 IMF 이후 경기호전과 벤처기업 열풍에 따라 남성 소비자들이 딱딱한 정장보다 좀 더 소프트하고 캐주얼한 정장을 선호하는 소비자 성향에 따른 것이다²⁴⁾.

2001년 상반기 남성 정장의 경향은 '정장과 캐주얼의 퓨전(fusion)²⁵⁾으로 표현할 수 있다. 주 5일 근무 실시 등에 따른 여가시간 증가와 삶의 질을 중시하는 라이프 스타일의 변화로 인해 더터와 쉼터에서 두루 입을 수 있는 자연스럽고 편안한 옷들이 주목 받을 가능성이 높을 것으로 고찰되었다²⁶⁾.

2002년 상반기의 남성복 경향은 자유로운 히피 정신을 강화한 '감성적인 보보스 룩'이 성공한 남성들의 패션 코드로 자리잡으면서 보보스적 이미지에 히피의 자유스러움을 자연스럽게 조화시키는 것이 2002년 남성복 경향이 되었다²⁷⁾. 즉 패션 미용 레저

18) 한국경제, 1999년 1월 13일.

19) http://news.naver.com/news_read.php?oidid=2001121900000424042

20) 스포츠투데이, 2001년 4월 5일.

21) 보보스(bobos): 보보스란 정보시대에 들어 새롭게 등장한 미국의 지배 엘리트 계층을 일컫는 말로 미국 <워클리 스탠더드>의 편집장이자 <뉴스위크>의 객원 편집위원인 데이비드 브룩스의 책 <보보스 인 파라다이스 (Bobos In Paradise)>가 베스트셀러를 기록하면서 생긴 신풍경이라고 할 수 있다. 저자는 보보를 '한쪽발은 창의성의 세상에 있고 다른 한 쪽 발은 야망과 성공의 부르주아 영토에 있다. 이들 새로운 정보시대의 엘리트 계급은 부르주아 보헤미안(Bourgeois Bohemian)이다'라고 정의 내리고 있다. 즉 보보는 '부르주아와 자유의 상징이며 예술감각을 추구하는 보헤미안'을 합성한 신조어이다.

22) 우리나라의 경우, 보보스족을 일컫는 말과 동일하게 사용되어지고 있으며 이들은 주로 일과 여가활동 구분에서 즐길 줄 아는 20대 후반에서 30대의 남성들이다. 특히 우리나라의 보보스족은 재력을 겸비한 21세기 새로운 형태의 히피라고 일컬을 수 있으며 즉 고학력, 고소득에 디지털 시대가 요구하는 신중 엘리트라고 할 수 있는 사람들로써 이들은 정장을 입을 때에도 부담없고 캐주얼 한 분위기가 느껴지는 캐릭터 정장을 선호한다.

23) Fashion Biz, 2000년 9년 p.247.

24) Fashion Biz, 2000년 5월 p.210.

25) 퓨전은 사전적 의미로 융해, 융용, 융합의 뜻을 갖고 있으며 연합, 연립, 합병, 제휴 등의 의미로도 쓰인다. 즉 퓨전은 세기말 이후 문화의 새로운 코드로 떠오르면서 장르의 경계선이 허물어지고 장르간의 통합이나 장르의 해체가 가속화되는 현상으로 나타났다.

양해림, *미의 퓨전시대*, 철학과 현실사, 2001, pp.146-7.

26) 동아일보, 2001년 1월 30일.

등에 과감한 보보스족 등의 소비성향을 가진 이들 신소비층을 겨냥해 남성복 시장은 새롭게 재편되기 시작했다²⁷⁾.

헐렁하고 자연스러운 옷차림의 유행은 IMF이후 뉴서티의 보보스족은 전통과 패션을 동시 지향하는 성향을 추구하였는데 무엇보다도 남성 정장에서 두드러지는 현상은 '편안하고 부드럽게' 바뀌면서 캐주얼화로 나타났다.

이것은 최근 들어 캐주얼한 옷에 대한 선호도는 개인주의의 새로운 시대를 알리는 징후로써 개인관계, 성관계, 스포츠나 직장에서 최근 일고 있는 자율성에 대한 요구는 사람들이 편안하게 활동하는 것을 방해하지 않는 풍성하고 헐렁하고 자유로운 옷에 대한 욕망과 일치하는 것으로 볼 수 있다²⁹⁾.

이러한 남성 정장의 캐주얼화 현상은 얽매이기 싫어하고 자유를 즐기는 젊은이들의 '헐렁함'의 미학을 패션으로 표현해 그들의 사랑을 받고 있는 캐주얼웨어가 테마로 하고 있는 '자연스러운 편안함'과 그 감각이 골프웨어에서 추구되는 감각과도 공유되고 있다고 고찰할 수 있다.

3. 남성 스포츠웨어의 일상복화

세기말 이후 스포츠 레저문화가 일상화되면서 일상생활에서 자유롭고 편안해지고 싶어하는 욕구가 남성복에서 스포츠웨어가 일상복화 되는 현상으로 나타나게 되었다. 1998년 스포츠 캐주얼이라는 새로운 패션 장르가 국내 브랜드에서 선보임으로써 일반 캐주얼 브랜드와 스포츠 의류브랜드로 엄격하게 구분되어 왔던 기존의 의류시장에서 캐주얼 의류의 패션성에 스포츠 의류의 기능성과 활동성을 결합한 퓨전 패션을 만들어 냄으로써 힙합패션의 아이템이 젊은이들의 상징으로 자리잡게 되었던 것이다.

21세기에는 건강과 운동, 여행에 대한 관심이 패션에서도 중요한 주제로 부각되면서, 남성복의 가장

흥미로운 트렌드 중의 하나는 스포츠였다. 즉 캐주얼한 정장과 함께 2000년 이후 세계 패션계에 불고 있는 스포티브 룩(Sportive Look)³⁰⁾의 영향 역시 강세였다. 스포츠가 사람들의 삶에 깊숙이 들어오면서 활동적이고 실용적이면서 기능적인 것을 추구하는 남성들의 옷차림에서 그에 맞는 변화가 추구되었으며 도회적이며 실용적인 목적을 갖춘 새로운 옷차림으로의 변화에서 바로 '스포티즘(Sportism)³¹⁾' 개념이 형성되었다.

2000년 뉴밀레니엄의 스포티즘은 기능적인 '스포츠'가 아닌 감성으로써의 '스포티즘'으로 해석되면서 이것은 라이프 스타일을 기반으로 느낌으로써 정신으로써 스포티즘이 표현되었다³²⁾. 따라서 스포티하고 액티브한 옷은 주말이나 입는 아이템이라는 생각은 진부한 사고가 되어버렸으며 이러한 의상들은 주말의 레저나 편안함뿐만 아니라 직장인들의 근무 시간에도 아주 매력적이고 적절한 스타일이 된 것이다.

스포츠의류의 열풍은 브랜드의 경계마저 모호하게 만들었으며, 스포츠웨어를 평상복으로 활용이 가능한 퓨전 스타일로 선보임으로써 일반인들 사이에서 큰 인기를 끌고 있다. 무엇보다도 젊은층을 주도하고 있는 무한 에너지 스포츠 캐주얼군의 움직임이었다³³⁾.

즉 21세기는 보기에만 좋고 편리함이 없는 옷은 더 이상 패션으로 취급받지 못하는 시대가 된 것이다. 끈으로 묶는 스트랩 팬츠, 헐렁한 파자마 바지, 발목까지 오는 9부 바지, 통이 좁아지는 5부 반바지 등은 2001년 새로 등장한 디자인이다.

2002년 패션의 화두 역시 '스포티즘'이었다. 발랄하면서 다소 반항적인 스포티브 룩이나 스포티한 캐주얼 니트 등 스포티함이 단연 돋보이고 있다. 즉 티셔츠, 청바지, 정장바지, 반바지 등 종목을 가릴 것 없이 어깨선이나 옆선에 아디다스 심벌마크인 삼선³⁴⁾을 떠올리게 하는 줄무늬가 그려진 옷들이 거리를

27) http://www.cambridge.co.kr/today/fashion/2002/fatext_05.asp

28) *Fashion Biz* (2002년 6월), p.187.

29) 이득재 역, *op. cit.*, p.204.

30) 스포츠웨어를 포함한 활동적이며 기능적인 옷차림.

31) 스포츠 행위를 할 때 입는 옷이나 그러한 활동성과 편안함을 갖춘 옷이 도회적이며 실용적인 목적을 갖춘 새로운 옷차림으로 변화를 보여주고 있는 개념이다.

32) *Fashion Biz*, 2000년 4월, p.218.

33) *Fashion Biz*, 2001년 2월 p.286.

누비고 있다. 특히 월드컵을 계기로 새로운 트렌드로 부상되고 있기 때문이다³⁵⁾. 국내 캐주얼 브랜드 역시 스포츠 캐주얼로 컨셉을 바꾸고 있는데, 이제는 특별한 장소에서 입는 옷이라는 고정관념이 무너지고 있음을 알 수 있다³⁶⁾.

스포츠 레저문화가 일상화되면서 남성복의 경우 일상생활에서 자유롭고 편안해지고 싶어하는 욕구가 스포츠웨어의 일상복화 현상으로 표현되고 있는 것으로 분석되고 있다. 이 같은 현상은 골프웨어 시장이 골프를 즐기지 않는 일반인에까지 대폭 확대된 것과는 비슷한 양상이다.

III. 남성 골프웨어에 나타난 패션경향

이론적인 배경을 고찰한 결과 일반 남성복에서 나타나는 패션 경향은 그대로 남성 골프웨어에서도 그 미적 특성이 직접적으로 도입됨을 알 수 있었다. 따라서 IMF 이후 현재까지 나타나는 남성 골프웨어에서의 미적 특성을 다음과 같은 경향으로 고찰해 보았다.

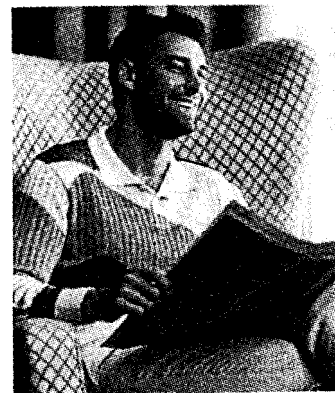
1. 캐주얼(Casual) 경향

IMF 이후부터는 젊은 층 골프 인구가 급속히 늘어나 복잡한 자가드 조지 티셔츠와 양복바지 형태의 하의에서 탈피한 밝은 색상에 좀 더 캐주얼한 미국식 골프웨어³⁷⁾를 선호하게 되었으며 그러한 경향은 현재까지도 이어져 내려와 다양한 디자인의 제품이 출시되고 있다. 이것은 골프가 신사도와 명예를 강조하는 스포츠라 하여 골프웨어에 있어서도 꽤 까다로울 것 같지만 골프를 할 때에는 이렇게 입어야 한다는 정해진 규칙이 없기 때문이다³⁸⁾. 더욱이 '자연'을 벗삼아 걷기'가 많은 부분을 차지하는 골프의 특수성으로 인해 골프웨어는 이 '자연스러움과 편안함'을 가장 충실하게 받아들이고 있는 옷이라고 할 수 있다.

특히 21세기를 시작으로 골프웨어 특징은 '캐주얼화와 고급화'로 스포츠적인 측면이 강조됐던 골프웨어가 점차 일상에서 입을 수 있도록 캐주얼화되고 있다. 이것은 즐겨 입을 캐주얼 의류가 없었던 중장년층들이 평상복으로 골프웨어를 선호할 뿐만 아니라 골프웨어는 비교적 유행을 타지 않는 편이지만 최근 들어 패션성이 강해지면서 일상 캐주얼로도 충분히 즐길 수 있는 장점이 있으며 골퍼층이 넓어지



<그림 1> S 브랜드, 98s/s



<그림 2> L 브랜드, 02s/s

34) 1994년 아디다스(adidas)의 삼선이 유행된 후 21세기 이후 스포츠 룩의 유행과 더불어 티셔츠나 청바지, 정장 바지, 스커트나 워퍼스 등 모든 의복 아이템에 관계없이 어깨선이나 옆선에 아디다스 삼벌마크인 삼선을 떠올리게 하는 줄무늬가 응용된 옷들이 선풍적 인기를 끌었다.

35) 한국경제신문, 2002년 6월 17일

36) 서울경제, 2000년 11월 8일

37) 고주현, 국내 골퍼들의 골프웨어 브랜드 선호도, 건대 석사논문, 2000, p.19.

38) 타이콘패션연구소 편, 남자옷 이야기2, 시공사, 1997, p.181

면서 스타일별, 품목별로 세분화되고 있기 때문이다³⁹⁾. (그림 1), (그림 2)

골프웨어의 소비연령층이 점차 하향화되고 국내의 경우 20~30대 영 골퍼층이 늘어나면서 새로운 골프웨어 및 브랜드에 대한 욕구가 높아져 향후 골프웨어시장의 재편으로 이어졌다. 젊은층들은 특히 획일화된 이미지를 거부하고 일상복으로 입기에도 어색함이 없는 자신만의 스타일을 선호함으로써 골프웨어는 이제 '그린 위에서 입는 옷'이 아니라 '일상생활 속의 캐주얼'로 자리잡게 되었다⁴⁰⁾. 따라서 캐주얼의 자연스러움과 편안함에다 골프웨어의 기능성을 접목하고 동시에 디자인과 컬러를 중년층 위주의 기존 골프웨어와 차별화되는 디자인의 다양한 신제품을 출시되었다. 특히 주 5일 근무제 확산으로 여가 시간이 늘고 근무복과 일상복 모두가 점점 캐주얼화되면서 골프웨어가 어디서나 쉽게 입을 수 있는 범용성 있는 옷으로 선택되고 있다. 즉 골프웨어가 기능성이 있으면서 고급스러워 보여 일반 캐주얼로 입는 경향이 늘고 있다.(그림 3)

최근 골프웨어의 경우 스포츠와 캐주얼의 경계가 허물어지면서 실용성이 한층 강화된 것과 뉴서티들이 신고객층으로 부상하면서 골프웨어의 디자인과 트렌드의 변화가 두드러지고 있다. 더욱이 소득이 높아지면서 고급 캐주얼에 대한 욕구가 갈수록 커지는 만큼 '골프를 치치 않는 젊은이'에게 '고급 캐주얼'로 어필한다는 전략을 세워두고 있다⁴¹⁾.



〈그림 3〉 F 브랜드, 02s/s.



〈그림 4〉 I 브랜드, 00A/W.

2002년도에는 골프웨어가 캐주얼 영역으로 확대되면서 멋스러운 디자인들이 선보였는데 즉 후드달린 레인점퍼, 소매나 바지길이가 8부나 9부인 것, 베레모 같은 모자, 스니커즈형 골프화 등 과감하고 개성있는 스타일들이 더욱 눈길을 끌고 있다.(그림 4)

이처럼 골프웨어의 퓨전 바람과 함께 '단순히 그린에서만 입는 스포츠웨어'가 아닌 일상생활에서도 무난하게 입을 수 있는 고급 캐주얼웨어로 확산되고 있으며 더욱이 일상복으로 다른 캐주얼웨어와도 잘 어울려 입기에도 무리가 없다는 장점을 가지고 있다. 따라서 골프웨어의 '탈(脫) 골프장 경향'은 앞으로도 계속 확산될 것으로 보이며, 이와 더불어 골프웨어 브랜드들의 캐주얼화 경향은 새천년 이후 더욱 가속화 될 것으로 전망된다.

2. 캐릭터(Character) 경향

21세기는 스포츠라는 요소가 업그레이드된 버전으로 스포츠웨어 시장 전체 판도를 바꾸기에 충분한 만큼 그 영향력의 범위가 넓혀가고 있다. 특히 스포츠 브랜드의 패션화의 가속이라든지 스포티즘이라는 글로벌 트렌드의 강세 그리고 2002년 최대 이슈가 된 월드컵 개최 등이 그 요소가 되고 있다.

따라서 도회적인 세련됨과 캐릭터를 지향하는 스포츠웨어의 기능성이 조화를 갖춘 캐릭터 스포츠웨어들이 속속 출현하고 있는데 무엇보다도 골프웨어에 두드러지게 나타나고 있다. 스포티즘은 사회가

39) 한국경제, 2000년 10월 13일

40) 내외경제, 2001년 8월 24일

41) <http://news.naver.com/news-read.php?oldid=2002061700000422042>

발달하고 고도화될수록 더욱 발달하는 분야로 앞으로 계속 지속될 것으로 전망하고 있는데, 이것은 'Just Do It' 보다는 'Just Feel It'을 원하는 소비자가 늘어나고 있음을 의미한다⁴²⁾. 이러한 소비자들의 욕구는 골프웨어의 캐릭터를 통하여 간접적으로 시사되었다.

더욱이 패션에 있어서 에이지리스(ageless)화는 청소년은 청소년답게 또 어른은 어른답게 차려입어야 한다는 기존 착장 문화가 무시되면서 기존 소비시장의 새로운 변화로 나타났다. 에이지리스 현상은 패션을 연령에 의해 읽매는 일없이 소비자 자신의 생활, 취미, 기호, 기분 등에 따라 자유롭게 선택한다는 특징이 있으며 라이프 스타일이나 가치관의 다양화 현상으로도 설명될 수 있을 것이다⁴³⁾. 이것은 바로 젊음을 표현하는 가장 직접적인 이미지와 연결되기 때문이며 젊다는 것은 아름답다는 것을 대신할 수 있는 이 시대의 또 하나의 기호가 되기 때문이라고 볼 수 있는데 특히 남성 골프웨어에서 개성적인 캐릭터로써 그 영향을 반영하고 있다.

2000년 남성복 캐릭터 시장의 인기가 하반기 뉴 브랜드 숫자를 대폭 늘어나게 만들었는데, 이는 골프웨어에서도 그대로 반영되어 경쟁한 최고급 브랜드들이 골프복 시장에 돌풍을 일으킬 것으로 예상되었다⁴⁴⁾. 즉 최고급으로 특화된 골프웨어에 대한 요구는 신감성 시대의 고객들의 최소가치가 높은 스타일에 대한 추구하고 고감도 캐릭터 제품으로 브랜드 가치를 높이려는 브랜드의 전략⁴⁵⁾과 맞물려 세기말에 이어 2000년 남성 골프웨어 시장의 최대 이슈로 디자인어 캐릭터 감각의 패션성과 최고급 기능성이 돋보이는 테크놀로지 효과로 특화된 브랜드들이 시장을 리드하게 되었다.

따라서 골프웨어 시장에서 '캐릭터'는 위험부담이 크다는 통념을 깨고 골프웨어 중 캐릭터를 과감하게 적용하여 소비자들의 큰 호응을 얻고 있다. 그것은 골프웨어의 경우 기능성 못지 않게 패션성이 더 부각되고 있다고 해도 과언은 아니라고 할 수 있는데,

전문적인 스포츠일 경우 자신 있는 차림은 스포츠 플레이를 배가시키기 때문이다. 2001년 들어 캐릭터 라인이 살아나는 것은 업계 전반적인 흐름으로 기존의 캐릭터를 고수하거나 기능 위주의 일반적인 골프웨어라고 할지라도 원포인트를 주어 명확한 컬러를 드러내고 있는 추세가 되었다⁴⁶⁾. 이러한 캐릭터가 부각된 골프웨어는 고객의 감성적인 면과 이성적인 요



〈그림 5〉 1 브랜드, 01s/s.



〈그림 6〉 Ly 브랜드, 02s/s.

42) <http://www.exr.co.kr/pres5.htm>

43) *Fashion Biz*, 2000년 5월, p.242.

44) *한국경제*, 2000년 6월 2일.

45) *Fashion Biz*, 2000년 10월, p.158.

46) *Fashion Biz*, 2001년 2월 p.292.



〈그림 7〉 M 브랜드, 02A/W.

소를 정교하게 표현해 최고의 품격을 강조할 수 있기 때문이다⁴⁷⁾. (그림 5), (그림 6)

동심으로 돌아가 현대사회의 복잡다단한 일상에서 벗어나고 싶어하거나 인생을 재미있게 살려는 성인들이 늘어나면서 이들을 겨냥한 키덜트(kidult)⁴⁸⁾ 스타일의 상품이 쏟아져 새로운 시장을 형성하고 있다. 캐릭터 의류가 연령층에 관계없이 폭넓게 인기를 얻는 것이 대표적인 예이다⁴⁹⁾. (그림 7)

신선한 느낌의 캐릭터를 이용한 골프웨어는 젊은 층에게 개성 있으면서도 자기만의 색깔을 가지고 있는 패션리더로서의 더 없이 좋은 미적 표현의 매개체가 되기 때문에 세기말 이후 지속되고 있는 남성 골프웨어의 특화된 현상이 되고 있다.

특히 캐릭터를 활용한 캐릭터 골프웨어 브랜드의 경우 캐릭터가 브랜드의 세련된 이미지를 표현해 줄 수 있는 중요한 수단으로써 고객들에 흥미를 주면서 거부감이 들지 않도록 캐릭터 패션 골프웨어를 지향하고 있다.

3. 비구축(Unconstruction)적 경향

47) *Fashion Biz*, 2000년 7월 p.197.

48) kid(어린이)와 adult(어른)의 합성어.

49) 한국경제, 2002년 3월 3일.

50) 이소영, *op. cit.*, p.15.

51) 박희숙, *op. cit.*, p.15, 50.

52) 매일경제, 2000년 6월 1일.

53) 한국경제, 1998년 2월 21일.

54) 한국경제, 1999년 3월 6일.

골프는 다른 스포츠와 달리 자연환경 내에서 플레이하는 액티브 스포츠(active sports)⁵⁰⁾로써 여러 가지 기상조건에 따른 영향으로부터 신체를 보호할 수 있는 기능적 복장이 필요하다⁵¹⁾. 따라서 비옷이나 바람막이 등의 남성 골프웨어에서 차별화 재품을 원하는 소비자층이 늘어나면서 주로 소비자의 취향에 맞는 디자인상의 구성과 다양한 기능성 신소재 응용 등으로 언컨 스타일(uncon style)로 나타나고 있다.

언컨은 언컨스트럭션(unconstruction)의 줄임말로 구축적이거나 구조적이지 않다는 의미로써 딱딱한 이미지에서 벗어나 가볍고 부드러운 이미지를 살린 옷을 일컫는다. 즉 언컨 스타일은 2000년대 이후 남성 정장에서도 선풍적인 인기를 끌고 있으며 소매 앞·뒤판의 안감을 각각 절반씩만 사용해 무게감을 최소화함으로써 가벼운 부자재를 사용한 것은 물론 안감도 대지 않고 신사복의 멋을 살리면서도 최대한 경량화 했다는 것이다⁵²⁾.

1998년을 기점으로 의류구입의 중요한 기준이 된 것은 기능성 소재 상품이다. 다림질이 필요없거나 모양이 흐트러지지 않고 광택과 색상이 오래 가는 형태안정 셔츠 등이 그 예라고 할 수 있다⁵³⁾. 특히 1999년 이후 첨단 기능 소재는 골프웨어 브랜드의 주요 승부수 중 하나로 포켓 뒷면에도 특수 폴리에스테르를 부착하여 세탁후에도 모양이 바뀌지 않도록 하였다. 또 완벽하게 방수되면서도 몸안에 습기가 차지 않는 바람을 차단하고 땀을 흡수하는 폴리 에스테르 직물의 티셔츠 등 테크놀로지 소재가 두드러지게 이용되었다⁵⁴⁾.

21세기에 들어서면서부터는 골프웨어 중 기능성이 특히 고려되어야 하는 아이템에서 언컨 스타일 제품개발이 박차를 가하게 되었다. 셔츠의 경우 원사의 특수가공이나 꼬임방법의 개선, 형태 안정성과 흡습 속건성, 자외선 차단, 피부체온의 상승을 2℃ 이하로 저지하여 쾌적한 느낌을 주고 있다. 또한 사

각거리는 마찰소리가 플레이를 방해할 것을 우려해 소음이 없도록 가공한 다양한 원단이 등장하였다. 비옷의 경우도 소매를 탈착식으로 구성하여 메고 볼 수 있도록 해 스윙시 불편함을 덜어주고 땀이 많이 나는 겨드랑이의 통풍성을 높인 제품이 많다. 봉제선을 심 실링(seam sealing)으로 처리해 박음선 사이로 습기가 베어나는 것을 방지하고 양옆에 지퍼를 부착해 갑작스럽게 비가 올 때 빠르게 입을 수 있도록 디자인한 바지가 선보이기도 했다⁵⁵⁾. 또한 평상복으로 사용할 때나 라운딩할 때 소지품의 분실을 방지하기 위하여 주머니 커버를 역방향으로 디자인한 경우 역시 골프웨어 어컨 스타일 중의 하나라고 할 수 있다⁵⁶⁾.

또한 신축성을 강조하기 위해 스트레치 소재를 사용한 바지나 비옷 겸용으로 입을 수 있는 잠퍼와 사파리, 자외선 차단 효과가 있는 기능성 번티셔츠와 조끼, 땀이 빨리 마르는 속건성 기능이 있는 니트 셔츠를 비롯해 추위와 강한 바람에도 충분히 견딜 수 있도록 바람막이용 안감을 사용한 '방풍용 니트', 여름까지 시원하게 입을 수 있는 '여름 니트셔츠' 등의 언컨 스타일 골프웨어가 그 맛을 더하고 있다⁵⁷⁾.

특히 니트셔츠의 어깨선에 둘러졌던 테이프를 없애 투박하지 않게 처리했고 어깨 부분의 신축성을 높여 착용감을 좋게 하였다⁵⁸⁾.

골프는 장시간 필드에서 보내야 하는 운동으로 그만큼 옷으로 인한 피로를 줄여야 하기 때문에 많은 기능성 소재들이 이용되고 있는데 워셔블 소재⁵⁹⁾, 바이오 건강 소재⁶⁰⁾, 숯가공 소재⁶¹⁾, 자외선 차단 소재⁶²⁾, 정전기 방지 소재⁶³⁾ 등이 골프웨어의 언컨 스타일에 이용되고 있다. 더욱이 최첨단 기능성 소재로 만든 친환경 건강의류가 인기를 끌면서 남녀의류 등으로 확산되었는데 원단 안에 비타민이나 향기 성분의 캡슐을 넣어 놓음으로써 옷이 피부와 마찰할 때 캡슐이 터지면서 비타민이나 향기가 피부에 흡수 되도록 한 것⁶⁴⁾, 키토산과 알로에 천연추출물로 가공 처리한 제품, 옥 소재를 사용한 제품 등은 항균과 땀 냄새 제거 기능이 있다⁶⁵⁾. 특히 남성 골프웨어의 경우 걸감에 비타민 D 캡슐을 고착한 상의와 바지, 체온을 3°C 정도 낮추어주는 세라믹 바지⁶⁶⁾ 등이 언컨 스타일로써 인기를 끌고 있다.

비옷에 사용된 네오조익(neozoic)은 여름철 게릴라성의 집중폭우시에도 완벽하게 비를 차단하여 꿔

55) 한국경제, 2000년 4월 6일

56) Superior Catalogue, 1999

57) 동아일보, 2001년 2월 22일

58) Superior Catalogue, 2001

59) 순모 워셔블 소재는 물세탁 후에도 옷이 줄어들지 않으며 양모의 부드러운 느낌이 그대로 살아있어 항상 쾌적하여 골프웨어나 캐주얼웨어 소재에 적합하다.

60) 바이오 건강 소재는 바이오 건강소재는 방수, 방오 소재에 원적외선 가공을 한 기능성 소재로 방수, 방오 효과 외에도 원적외선이 방출되어 혈액순환을 촉진시키고 여름에는 시원하고 겨울철에는 따뜻하며 근육을 유연하게 풀어주므로 스포츠웨어로 적합한 건강 바이오 소재이다.

61) 자외선 차단기능이 99.9%이며 항균 소취 기능이 우수하며, 숯섬유는 참나무 숯을 밀가루보다 10배 정도 고운 입자로 만들어 가는 실을 짠소재로써 항균력이 95.9%, 소취율 83%, 섭씨 40도에서 원적외선 방출도가 90.1%를 기록할 정도로 기능성이 뛰어나며 가공 후에도 원단의 느낌을 그대로 유지하는 것이 특징이다.(Fashion Biz, 2001, 04, p.370)

62) 자외선에 과다 노출 시 발생하는 멜라닌 증가를 억제하여 피부의 손상과 노화를 방지해 주는 고기능성 복지로 통풍성 및 쾌적성도 우수한 자외선차단 소재이다

63) 섬유표면에 다이제나이트라는 얇은 피막 형태로 화학결합시킨 것으로 정전기 방지 및 항균방취, 축열보온 등의 효과도 있다

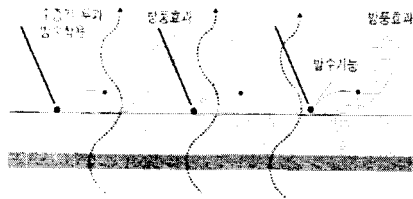
64) 10미크론 이하의 미세한 방향성 마이크로 캡슐을 소재와 피부가 닿는 표면에 가공처리하여 옷을 입고 걸어 다니면 섬유간 마찰에 의해 캡슐이 터지면서 비타민이나 향기가 인체에 효과적으로 작용한다. 천연향의 경우 긴장완화와 스트레스 해소에도 효과가 있으며 20번 세탁할 때까지도 향기를 내며 골프웨어 소재로 이용되고 있다.

65) 한국경제, 2001년 6월 24일

66) 옷감에 함유된 세라믹 초미립자가 함유된 알로프트(Aloft)가공 처리한 제품으로 체내에서 발산되는 적외선 및 자외선을 반사, 온도를 낮춰준다는 원리이다



<그림 8> A 브랜드, 02s/s.



<그림 9> Nezoic의 원리.



<그림 10> A 브랜드, 00s/s.



<그림 11> A 브랜드, 01A/W.



<그림 12> A 브랜드, 01A/W.

적하게 착용할 수 있는 최첨단 고기능 소재로 뛰어난 방수력(내수압 15,000m/m)과 천연섬유의 투습기능 및 우수한 내구력, 부드러운 촉감과 가볍고 편안한 착용감이 특징이다⁶⁷⁾. <그림 8>~<그림 10> 또한 젖은 상태에서도 보온성을 유지하며 쉽게 건조되는 신슬레이트(thinsulate)⁶⁸⁾는 우수한 보온성을 유지하면서 활동성과 패션을 동시에 갖추어야 하는 골프웨어에 가장 적합한 소재이다.(그림 11)

비옷 및 바람막이로 두 벌의 효과를 낼 수 있는 파워브레이크(power breaker)의 경우 기존의 바람막이 스타일을 보완하여 2,000mm 정도의 가벼운 비가 내렸을 경우 비옷으로도 착용이 가능한 제품이 개발되었으며, 밖으로부터 불어오는 차가운 바람을 막고

67) Astra Classic Catalogue, 2000.

68) thinsulate는 thermal insulate의 합성어로서 폴리에스테르와 폴리우레탄으로 구성되어 있다. 폴리우레탄은 폴리에스테르 섬유와 1/10에 해당되는 직경을 가진 미세섬유다. Astra Classic Catalogue, 2001.

인체에서 발산되는 열이 밖으로 나가는 것을 막는 높은 보온기능을 가진 세라카보(cera carbo)⁶⁹⁾는 태양 에너지를 흡수하여 열 에너지로 변화시켜 높은 온열 효과를 가지며, 방풍성과 체내열을 빼앗기지 않는 보온성, 신축성 등이 특징으로 골프웨어의 언컨 스타일의 기능성 소재가 되어왔다.(그림 12)

언컨 스타일의 남성 골프웨어는 2002년에도 고기능적이면서도 감량가공이나 염색 등으로 옷의 무게를 대폭 줄여 매우 가벼운 옷들이 올 봄 대거 선보이고 있다⁷⁰⁾. 가장 기본적인 방수와 방습성 외에 땀이나 물의 빠른 건조를 위한 통기성, 더러움을 방지하는 방오성이 뛰어나고 잦은 세탁에도 옷의 형태가 변함없는 소재는 물론 최근에는 스포티함을 강조한 라이크라와 같은 기능성 소재뿐만 아니라 골프웨어에는 거의 사용하지 않았던 캐시미어와 모피 등도 많이 사용되고 있다. 즉 이들 소재들의 공통점은 가볍고 표면의 질감이 강조됐으며 기능성을 갖고 있다는 것이다.

4. 여성화(Feminization) 경향

19세기말 기성의 도덕과 사회 이념을 부정하고 물질적 향락에 빠졌던 서구에서 유행했던 '세기말 사상'과 비슷하게 20세기말도 신세대를 중심으로 그러한 경향과 함께 머리모양이나 옷차림 등에서 유니섹스 현상이 두드러지게 나타나고 있는 것이 특징이다. 화장을 하고 액세서리를 달고 성형수술까지 하는 점에서부터 성격까지 여자는 남성화하고 남성은 여성화되는 경향을 보임으로써 남녀는 이제 완전히 유니섹스, 즉 '성차별 없이' 되어 가고 있다.

패션에서 성을 파괴하는 움직임은 1980년대 초반 유행한 유니섹스 캐주얼이 대표적이었으나 이것은 캐주얼 진을 비롯한 영 캐주얼에 국한되었던 것에 비해 젠더리스 룩(Genderless Look)⁷¹⁾은 연령층의 폭이 훨씬 넓어졌으며 그에 따라 제품의 폭 또한 넓어

졌다는 점이다⁷²⁾. 과거의 유니섹스 패션에서는 여성들이 무조건 남성복 스타일의 옷을 입어 자신들의 우먼 파워를 과시했다. 그러나 '70년대 이후 탄생한 X세대, N세대들은 성과 나이에 대해 자유롭고 싶어 하며 성별로 구분되는 자신의 정체성에 대해 무관심하다.

특히 IMF 이후 남성복에서도 여성복 못지 않게 색시함을 강조하는 경향이 나타났으며 신체의 굴곡을 드러내는 이른바 '졸티' '졸바지' 등이 대표적인 유형으로 전체적으로 호리호리한 느낌을 주는 실루엣을 중시하였고 또한 민소매 셔츠로 남성미를 자랑하기도 하였다⁷³⁾. 더욱이 IMF 이전까지는 중년용이라고 인식되어졌던 골프웨어에도 최근 유행 경향을 가미, 몸에 달라붙는 스판소재 티셔츠에 통이 좁은 바지가 등장하였다.

최근 유니섹스 캐주얼의 또 다른 특징은 연령층이 높아지고 있다는 것이며 패션계의 특징 중의 하나로 꼽을 수 있는 것은 보더리스(borderless)로 유니섹스 아이템들이 패션업계에서는 더 이상 이상한 일이 아니다. 창의적인 분위기를 위해 좀 더 자유로운 스타일을 부르짖는 광고업계 종사자나 벤처기업맨들이 늘어나면서 이 같은 현상은 더욱 가속화되고 있다. 자기만의 우선주의로 인한 연령이나 생활방식, 성을 획일적으로 구분한다는 것 자체가 무리가 된 것이다⁷⁴⁾.(그림 13)

무엇보다도 2000년대를 살고 있는 요즘은 이성의 모습을 추구하고 성의 경계를 허무는 이 같은 움직임은 21세기 문화코드라고 할 수 있는 '섹시한 몸', '패션' 그리고 '스포츠'와 융합되어진 문화 트렌드와 더불어 더욱 가속화될 전망으로 예측되고 있다⁷⁵⁾.

여성처럼 가늘고 호리호리한 몸, 긴 다리, 선명한 이목구비의 예쁜 남성들을 지칭하는 '꽃미남'이 등장하였는데 주로 20~30대의 남성들인 이들은 어깨 실은 빠지고 허리는 잘록하면서 여성적 라인을 도입한

69) Astra Classic Catalogue, 2001.

70) 스포츠투데이, 2002년 4월 11일.

71) 젠더리스의 사전적 의미는 '성이 없는'이란 뜻으로 패션가에서는 '남자답다', '여성적이다'는 고정관념을 탈피한 옷으로 부드러운 남성복과 보이시한 매력을 풍기는 여성복을 함께 일컫는 용어이다.

72) 한국경제, 1997년 9월 26일.

73) 한국경제, 1998년 7월 25일.

74) 매일경제, 2000년 11월 27일.

75) <http://www.exrkorea.co.kr/pres1.htm>



〈그림 13〉 S 브랜드, 98s/s.



〈그림 14〉 S 브랜드, 00s/s.

스타일의 옷을 즐겨 입는다. 강하고 터프한 남성미가 진부한 말이 되어버린 요즘은 화장을 하고 성형수술로 얼굴을 가꾸는 '예쁜 남자'들이 늘고 있으며 TV나 영화 등의 대중매체를 통하여 '아름다운 남자'의 실체를 좀 더 쉽게 확인할 수 있다. 이것은 성의 경계가 무너진 사회 문화적인 분위기를 보여주는 단편적인 코드로서의 의미가 깊다.(그림 14), (그림 15)

이러한 인간사회의 흐름을 헬렌 피셔(Helen Fisher)⁷⁶⁾는 과거의 수컷들의 위계구조와 경쟁, 폭력의 방식들을 이와 전혀 다른 '여성적 방식'인 즉 친밀하고 인



〈그림 15〉 A 브랜드, 01s/s.

격적인 관계와 협력에 바탕을 두는 새로운 방식들이 대체하는 변화가 지금 경제에서 또 전 사회 영역에서 일어나고 있다고 하였다.

21세기에 들어서면서는 세계 남성복 컬렉션에서 여성적인 요소들을 더욱 과감하게 도입하였는데 즉 예전에는 여성적인 소재나 컬러로 생각되었던 것들이 이제 개성 있는 남성들의 의모를 통하여 표현이 되고 있다. 이러한 현상은 경작되었던 사회와 문화에서 탈피함으로써 남성들의 자유로운 생각과 다양한 패션의 즐거움이 골프웨어를 통하여 자유로운 옷차림으로 폭 넓게 수용되고 있다.

즉 우리 모두는 '남자답다'라는 표현 자체도 이제는 부드러운 어떤 느낌과 조화를 이룰 때 더욱 매력적으로 돋보이는 시대에 살고 있는 것이다. 이러한 사회 문화적 현상은 감성화 된 문화적 상품으로써의 패션에 그대로 반영이 되는데 그것은 남성 골프웨어에서 더욱 두드러지게 표현되고 있음을 알 수 있다.

IMF 이후 가속화되고 있는 남성 골프웨어의 여성화 경향은 페미닌하고 모던한 라인을 강화하고 고감도화 된 스타일로 추구되고 있고, 골프 전후 언제나 입을 수 있으며 레저웨어와 시티웨어의 경계가 모호해지는 디자인으로 되고 있다. 골프웨어 시장은 소재의 고급화, 기능성 강화, 영에이지 공략이라는 상품 전략을 통하여 기존의 남성적이고 기능성 위주의 스포츠웨어의 느낌을 벗어나 로맨틱하게 페미닌하게 때로는 섹시하게 표현되고 있다.

76) 헬렌 피셔, 정명진 역, 제 1의 성 (생각의 나무, 1999), pp.42-3.

IV. 결 론

최근 우리나라의 경우 남성들의 생활의식이 사회적으로 지위를 표현하는 것보다는 자신의 외모나 미적인 취향을 드러내는 데 더 관심을 가지게 되면서 보다 젊어 보이고 여유있어 보이고자 하는 것을 옷을 통하여 표현하고 있다.

이러한 경향은 우리나라 남성들의 골프웨어 발달을 통해서 뚜렷하게 표출되고 있으며, 남성 골프웨어는 사회적 지위나 계층간의 경계가 무너져 버린 시대적 메시지를 가장 밀접하게 반영하는 것으로 인식되고 있다. 특히 IMF 경제상황을 기점으로 골프웨어에서 패션경향의 변화가 뚜렷이 나타났으며 21세기가 되면서부터는 특화된 새로운 디자인으로 발전되었음을 알 수 있었다.

IMF 이후 내구재와 준내구재의 소비가 탄력적으로 늘어나면서 의생활의 급속한 소비의 호전과 주식시장의 활황, 벤처사업으로 인한 요인들은 세기말 이후 21세기에까지 남성 소비자들의 구매심리를 자극하였다. 따라서 골프가 대중화될 수 있는 계기가 되면서 골프웨어의 발달을 수반하였으며 프로골퍼들의 세계적인 활동 또한 골프의 대중화를 가속시키는 요인이 되었다.

더욱이 뉴서티의 보보스족이 새로운 신소비계층으로 떠오르면서 남성복이 캐주얼화 되는 현상이라든지 스포츠 레저문화가 일상화되면서 남성들의 스포츠웨어가 일상복화 된 현상들은 IMF이후 최근까지 남성복에서 나타나는 패션경향으로 이러한 영향은 그대로 골프웨어에도 영향을 미쳤다. 따라서 이러한 이론적인 배경을 바탕으로 남성 골프웨어에서 나타난 패션 경향을 연구 고찰한 결과는 다음과 같았다.

첫째, 캐주얼 경향 : 골프는 자연과 더불어 운동을 하는 특수성으로 인해 무엇보다도 골프웨어는 자연스러움과 편안함을 만족시켜 주어야 한다. 그리고 골프연령의 하향화에 따른 골프의 대중화와 주 5일 근무나 개인주의 성향, 남성들의 비즈니스 캐주얼 정장을 선호 등의 요인들은 골프웨어가 단순히 그린에서만 착용하는 옷이 아닌 일상복으로 조화시켜서 입기에도 무리가 없는 캐주얼화 경향이 특성으로 나

타나고 있다.

둘째, 캐릭터 경향 : 21세기 패션에 미친 영향 중 가장 큰 요소는 스포츠라고 할 수 있다. 스포티즘이라는 세계적인 트렌드의 강세, 2002년도의 월드컵 개최 등의 요소들은 패션과 가능성이 조화된 한 단계 업그레이드 된 캐릭터 골프웨어에 대한 욕구를 표출되었다. 또한 에이저리스 현상은 젊음을 표현하는 직접적인 이미지와 연결된다는 의식은 캐릭터를 이용한 골프웨어가 자기만의 색깔을 표현할 수 있는 미적 매개체가 된다고 받아들여지면서 남성골프웨어의 캐릭터화 경향은 또 하나의 트렌드가 되고 있다.

셋째, 비구축 경향 : 골프는 장시간 필드에서 보내야 하는 운동으로 옷으로 인한 피로를 줄여야 하는데 고기능적이면서 옷의 무게를 대폭 줄임으로써 가볍고 부드러우며 촉감과 통기성이 좋고 부자재의 무게를 최대한 줄인 비구축적이어야 한다. 이것을 언컨 스타일이라고 하는데 이미 남성 정장류에서 선풍적으로 도입이 되었으며 골프웨어에서도 차별화 제품을 원하는 소비자층의 증가와 더불어 기능성 소재를 활용한 언컨 스타일의 골프웨어가 중요한 패션 경향이 되었다.

넷째, 여성화 경향 : IMF 이후 남성복에 있어서 여성적인 부드러움을 가미한 '남자답다'는 고정관념을 탈피한 옷들이 등장하면서 골프웨어에서도 여성화 경향이 가속화되었다. 더욱이 여성적 라인의 옷을 즐겨 입는 꽃미남들이 등장이나 성의 경계가 무너진 사회·문화적인 분위기는 남성 골프웨어에도 영향을 미쳤다. 남성 골프웨어에서는 남성적이고 기능성 위주의 스포츠웨어에서 벗어나 페미닌하고 모던한 라인의 고감도화된 스타일의 여성화 경향으로 표현되고 있다.

이외에도 남성 골프웨어를 통해서 남성들의 자유로운 사고와 개성을 자기만의 색깔로 남들과 차별화 된 감각으로 표현하고자 하는 욕구는 점점 더 다양한 패션 경향으로 나타나리라고 생각된다.

따라서 골프웨어의 유행경향은 일반적인 패션 트렌드와 밀접한 관계가 있기 때문에 골프웨어의 '탈골프장' 현상은 미래의 패션경향을 예측하는 데에도 영향을 미칠 것으로 간주되며 앞으로도 계속 깊어있는 연구를 해볼만한 가치가 있으리라 생각된다.

이에 본 연구는 남성 골프웨어의 발달과정에서 나타난 패션 경향에 대한 분석의 결과는 남성들의 미적 취향 요인을 고찰하고 체계화 할 수 있는 기초 자료의 신뢰도를 제공하는 데 그 일부분이 될 수 있음에 연구의 의의를 두었다.

참고문헌

- Malcom Campbell, 윤태영 (1993). 김국원 역, *골프백과사전*, 시공사.
- 양해림 (2001). *미의 퓨전시대*, 철학과 현실사.
- 질 리포베츠키, 이득재 역 (1999). *패션의 제국*, 문예출판사.
- 헬렌 피셔, 정명진 역 (1999). *제 1의 성*, 생각의 나무.
- 타이콘패션연구소 편 (1997). *남자웃 이야기2*, 시공사.
- 고주현 (2000). 국내 골퍼들의 골프웨어 브랜드 선호도, 건대 석사논문.
- 김영주 (1999). 국내 여성 골프웨어의 상품기획에 관한 연구, 국민대 석사논문.
- 김주희 (1992). 골프웨어에 관한 패션의식 연구, 이화여대 석사논문.
- 임희숙 (1992). 골프웨어 디자인을 위한 컴퓨터 그래픽스 활용에 관한 연구, 홍익대 석사논문.
- 이소영 (1987). 골프웨어 디자인에 관한 연구, 홍익대 석사논문.
- 이상일 (1994). 골프의 대중화를 위한 발전 방향, 고려대 스포츠과학연구소 논총 제5집.
- 이종업 (1999). 골프나트웨어의 소비자 성향에 관한 연구, 숭실대 석사논문.
- 이주연 (1992). 골프복의 착용실태와 동작에 따른 신축성에 관한 연구, 건국대 석사논문.
- 〈간행물〉
- 김범식, IMF 이후의 경제동향, 月刊 消費者 2000년 7-8월호
- 황정선, IMF 전후의 소비행태 변화, 月刊 消費者 2000년 7-8월호
- 월간섬유, 1999년 8월
- Fashion Biz, 2000년 4월
- Fashion Biz, 2000년 5월
- Fashion Biz, 2000년 7월
- Fashion Biz, 2000년 9월
- Fashion Biz, 2000년 10월
- Fashion Biz, 2001년 2월
- Fashion Biz, 2001년 2월
- Fashion Biz, 2002년 6월
- Golf Digest, 2000년 4월
- 〈신문〉
- 내외경제, 2001년 8월 24일
- 동아일보, 2001년 1월 30일
- 동아일보, 2001년 2월 22일
- 매일경제, 2000년 6월 1일
- 매일경제, 2000년 11월 27일
- 서울경제, 2000년 11월 8일
- 스포츠투데이, 2001년 4월 5일
- 스포츠투데이, 2002년 4월 11일
- 한국경제, 1997년 9월 26일
- 한국경제, 1998년 2월 21일
- 한국경제, 1998년 7월 25일
- 한국경제, 1999년 1월 13일
- 한국경제, 1999년 3월 6일
- 한국경제, 2000년 4월 6일
- 한국경제, 2000년 10월 13일
- 한국경제, 2001년 6월 24일
- 한국경제, 2002년 3월 3일
- 한국경제, 2002년 6월 17일
- 〈카디록〉
- Astra Classic Catalogue, 2000
- Astra Classic Catalogue, 2001
- Superior Catalogue, 1999
- Superior Catalogue, 2001
- 〈internet site〉
- <http://www.exrkorea.co.kr/pres1.htm>
- <http://www.textiletimes.co.kr/golf.htm>
- http://news.naver.com/news_read.php?ofdid=2001121900000424042
- http://www.cambridge.co.kr/today/fashion/2002/fatext_05.asp
- <http://news.naver.com/news-read.php?ofdid=2002061700000422042>
- <http://www.exr.co.kr/pres5.htm>