

고기능성 스포츠레저웨어의 프리미엄가격 지각에 대한 연구 -스포츠레저활동도, 웰빙 건강 의식 및 인구통계적 특성과의 관련성을 중심으로-

정 인 희[†]

금오공과대학교 신소재시스템공학부

A Study on the Premium Price Perception for High Functional Sports/ Leisure Wear related to Sports/Leisure Activity, Well-being Health Consciousness, and Demographic Variables

Ihn Hee Chung[†]

School of Advanced Materials & Systems Engineering, Kumoh National Institute of Technology

접수일(2009년 6월 22일), 수정일(1차 : 2009년 7월 10일, 완료일 : 2009년 7월 16일), 게재확정일(2009년 8월 8일)

Abstract

This study identifies the relationships among demographic variables, well-being health consciousness, sports/leisure activity, and the perceived premium price for high functional sports/leisure wear. An empirical study was conducted with the data collected by questionnaires distributed to male and female respondents aged 15 and over. Descriptive statistics, factor analysis, MANOVA, two-way ANOVA, and regressions were used to analyze 244 answers. As a result, 3 factors were determined for well-being health consciousness: nature-friendly life, premium consumption for health, and health care. The older group pursued a nature-friendly life more than the younger group, the female group pursued premium consumption for health more than male group, and older women and younger men pursued health care more than their counterparts. Sports/leisure activity was relatively intensive in the male group and in the younger group. Sports/leisure activity was explained by male characteristic and health care factors. Sports/leisure activity was the only element for predicting the perceived premium price ratio for high functional sports/leisure wear.

Key words: Premium price, Reference price, Reservation price, Well-being health consciousness, Sports/leisure wear; 프리미엄가격, 준거가격, 유보가격, 웰빙 건강 의식, 스포츠레저웨어

I. 서 론

2003년 하반기 이후 웰빙이 마케팅의 중심어 자리를 차지한 이후, 웰빙 의류, 웰빙 제조, 웰빙 주택, 웰

빙 수단법 등 의식주 전반으로 웰빙 열풍이 확산되었다(김상일, 2004). 사회 전반적인 트렌드인 웰빙은 패션 소재에도 반영되어 인체에 무해한 친환경 섬유가 대거 출시되었고 흡한속건, 항균 등의 특성을 가진 기능성 섬유도 강세를 보이고 있다(산업자원부, 2006). 즉, 친환경 섬유와 기능성 섬유는 웰빙 트렌드에 힘입어 그간 침체된 한국의 섬유 패션 산업을 활성화시키는 촉진제 역할을 하고 있다.

[†]Corresponding author

E-mail: ihnhee@kumoh.ac.kr

본 논문은 한국산업기술평가원의 2005년 지역산업기술개발사업(기초기술개발사업)에 의하여 연구되었음(10024480).

따라서 섬유 패션 산업에서는 웰빙 트렌드를 반영한 섬유의 시장 확대가 매우 필요하며, 이를 위해 많은 실증적 연구들이 요구된다. 그러나 축적된 학문적 성과가 일천한 상황에서 현재까지 의류학 분야에서의 관련 연구는 주로 웰빙 의식, 웰빙 라이프스타일, 웰빙 성향 등 기본적인 웰빙의 개념 정립을 위한 연구들(박혜선, 2006; 홍병숙, 조유현, 2006; 홍희숙, 고애란, 2009) 및 웰빙 패션의 디자인 특성을 다룬 연구들(김지연, 2007; 최해주, 이혜순, 2007) 중심으로 이루어지고 있다.

가격은 어떤 제품의 구매를 최종적으로 결정짓는 매우 중요한 단서로 다른 평가기준들과 차별적인 기능을 갖는다. 많은 웰빙 제품들은 일반 제품들보다 높은 가격에 판매되고 있으므로 가격은 웰빙 제품의 구매의사결정 과정에서 절대적인 역할을 할 것이다. 웰빙 제품의 구매는 궁극적으로 웰빙 제품의 시장 확대로 이어지고, 친환경·기능성 소재 제품의 시장 확대는 섬유 패션 산업의 진흥으로 이어질 수 있다. 따라서 본 연구에서는 웰빙 트렌드를 반영한 섬유 시장 확대에 기여하는 토대로서 소비자들이 웰빙 섬유 제품에 대해 형성하고 있는 가격 의식을 주요 연구내용으로 삼고자 한다. 즉, 웰빙 제품을 위해 실제 소비자들이 지불하고자 하는 가격 수준 및 일반 제품보다 웰빙 제품을 위해 얼마나 더 지출할 수 있는지의 프리미엄가격을 알아봄으로써 웰빙 섬유 제품의 가격 정책을 위한 지표 제공을 할 수 있을 것이다.

웰빙 제품 중에서는 고기능성 스포츠레저웨어를 선택하였다. 장승희 외(2006)의 연구에서 건강과 관련한 의복, 운동을 목적으로 한 의복을 웰빙 패션 제품으로 꼽았듯이 스포츠레저웨어는 대표적인 웰빙 패션 제품이라고 할 수 있다. 고기능성 스포츠레저웨어의 지각된 프리미엄가격 비율은 인구통계적 특성, 웰빙 건강 의식, 스포츠레저활동도와 관계가 있을 것으로 예측하였다. 웰빙 건강 의식이 높을수록 웰빙 활동에 많이 참여할 것이며, 이 활동을 위해 요구되는 제품의 관여도가 높아져 더 많은 지출을 하고자 할 것으로 예측된다. 또한 인구통계적 특성에 따라라도 웰빙 건강 의식, 스포츠레저활동도 및 지각된 가격에 차이가 날 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 웰빙과 인구통계적 특성

1) 웰빙 건강 의식과 스포츠레저활동

웰빙족에 대한 가장 대표적인 이미지가 ‘건강을 위

해 기꺼이 헬스클럽에서 비지땀을 흘린다’일 정도로(서남미, 2003) 웰빙은 건강과 밀접한 관련을 가진다. 또한 이형탁, 배주영(2008)은 웰빙 산업의 범위를 식품, 미용, 운동, 생활로 구분하여 운동을 주요 웰빙 영역으로 분류하였다. 즉, 웰빙이라는 용어가 생활의 어떤 영역에서 어떻게 적용되더라도 거기에는 ‘건강을 최우선’으로 하여 ‘삶의 질을 추구’한다는 의미가 중심이 된다(이미숙, 2004).

패션에서의 웰빙 현상도 스포츠웨어를 통해 많이 관찰된다. 따라서 스포츠웨어의 개념은 스포티즘과 자연주의가 조화된 형태로 발전하여 헬스와 요가를 위한 ‘피트니스 룩’, 테니스나 요트, 폴로, 승마 등 리조트에서의 고급스러운 여가 생활을 연상시키는 ‘클럽 스포츠 룩’, 등산복으로 대표되는 ‘아웃도어 스포츠 룩’ 등 다양한 스타일로 세분화되는 추세이다(최해주, 이혜순, 2007). 또한 송석정 외(2005)는 섬유 고분자 분야에서의 웰빙 상품을 쾌적성-흡수속건 소재, 항균방취 기능-은나노 소재, 온도조절 기능-흡발열 마이크로캡슐, 건강 기능성-천연물질 활용, 쾌적·건강 기능성-기능성 마이크로캡슐, 미용 기능-세안포, 웰 루킹-피트니스 웨어, 기능성 신발의 8가지로 제시하였는데, 이들 대부분은 스포츠레저활동과 관련된 제품이다.

패션에서의 웰빙 트렌드는 건강 추구와 친환경 소비로 요약되므로(산업자원부, 2006) 패션 영역에서 웰빙을 연구할 때의 주요한 한 차원은 바로 건강 의식이며, 건강 의식이 높을수록 스포츠레저활동에의 참여도가 높을 것이 기대된다. 이때 건강 의식은 신체적 건강과 정신적 건강을 아우른다. 한영호(2004)는 웰빙 제품 구매의향에 가장 큰 영향을 주는 것은 ‘건강’에 관한 것이라고 하였고, 홍병숙, 조유현(2006)은 건강에 관심이 있는 집단일수록 기초화장과 색조화장을 모두 많이 사용하고 있다고 하여 건강 의식이 관련 행동을 유도한다는 사실을 입증하였으므로, 웰빙 건강 의식은 스포츠레저활동에 대해 중요한 선행 변수가 될 것으로 예측된다.

2) 인구통계적 변수에 따른 웰빙 의식 차이

웰빙에 관한 연구는 아직 초기 단계로서 개념 정립을 위한 연구들이 주를 이루는 가운데 웰빙 관련 변수를 중심으로 한 소비자 조사연구가 일부 소개되었더라도 인구통계적 변수에 따른 차이를 분석한 경우는 많지 않다. 인구통계적 차이를 규명한 연구 중 한

영호(2004)에 따르면 성별, 학력, 연령은 웰빙 제품 구입에 큰 영향을 미치지 않았으나, 웰빙 제품 구매 경험이 있는 사람의 직업은 자영업, 일반 사무직, 가정주부가 대부분이며, 고소득으로 갈수록 웰빙 제품 구입 경험이 많으면서 향후 웰빙 제품을 구입하고자 하는 의사도 높고 웰빙 트렌드의 개념을 건강으로 인지하는 경향이 강하다고 하였다. 박혜선(2006)의 연구결과에 의하면 성별에 따라 여자는 심신의 안정 및 친환경에, 남자는 여가생활에 더 큰 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 또한 연령에 따라 건강에 대한 관심과 사회의식은 40대에서, 재활동과 여가생활은 50대 이상에서 가장 높은 것으로 나타났다. 아직까지 인구통계적 변수에 따른 경향을 논할 만큼의 축적된 연구결과가 없으므로, 인구통계적 특성 차이를 고려한 웰빙 연구가 더 많이 필요하다.

2. 지각된 프리미엄가격

1) 준거가격과 유보가격

준거가격(reference price)은 주어진 가격을 지각하는 데 관련된 정보적 가격이라고 정의할 수 있다(이규혜, 이은영, 2004). 이는 다시 외적준거가격과 내적준거가격으로 구분될 수 있는데, 외적준거가격이란 판매자가 제시하는 가격정보이고 내적준거가격이란 소비자 내부에 존재하는 준거점이다. 일반적으로 준거가격은 내적준거가격을 일컫는 경우가 많은데, 이는 해당 제품의 구매경험을 통해서 소비자의 마음속에 형성되어 있는 기준 가격을 의미하며 구매자가 가격이 비싼지 싼지를 판단하는 데 기준으로 삼는 가격을 가리킨다(박찬수, 2002; 조항, 공문기, 2007). 준거가격이 어떻게 형성되는지를 설명하는 이론으로는 준거가격이 과거 구매가의 평균에 의해서 결정된다는 적응수준이론과 과거 구매가 중 최고-최저 범위의 중간값에 의해서 결정된다는 범위이론이 대표적이다(조항, 공문기, 2007).

한편, 준거가격은 구매자의 과거 구매경험이나 구매자가 현재 갖고 있는 가격 정보를 기초로 형성되므로 구매자가 누구냐에 따라 달라진다(박찬수, 2002). 따라서 소비자 특성도 준거가격 형성에 영향을 줄 것으로 기대되는데 이규혜, 이은영(2004)의 연구에서는 내적준거가격이 높은 집단일수록 의견선도력, 의복관여도, 유행성 추구가 높았다. 그러나 가격과 관련하여 준거가격에 영향을 미치는 다른 요인들은 특별히

연구되지 않았다.

유보가격(reservation price)이란 구매자가 어떤 상품에 대하여 지불할 용의가 있는 최고 가격을 가리킨다(박찬수, 2002). 구매를 마케터와 소비자 사이의 협상 과정으로 이해한다면, 유보가격은 협상이 가능할 것인가, 다시 말해 구매가 이루어질 것인가를 결정짓는 중요한 잣대가 된다. 일반적으로 구매자의 유보가격이 판매자의 유보가격보다 낮을 경우에는 합의가 이루어질 가능성이 없기 때문이다(상웨이 외, 2007). 유보가격은 준거가격과 마찬가지로 구매자의 경험이나 정보에 의해서도 형성되지만, 무엇보다도 구매자 자신이 해당 상품에 대하여 주관적으로 느끼는 효용과 지불능력에 의하여 많은 영향을 받는다(박찬수, 2002). 패션마케팅 분야에서 유보가격과 관련하여 수행된 연구는 찾아보기 어렵다.

2) 지각된 품질과 프리미엄가격

의복 구매에 있어 가격은 경제적인 희생이라는 부정적인 역할과 품질보증과 같은 긍정적인 연상의 역할을 동시에 한다(이희승, 임숙자, 2000; 최미영, 이은영, 1998). 가격이 품질의 대리 역할을 하는 것과 마찬가지로 브랜드 또한 품질을 보증하는 역할을 하는데, 이희승, 임숙자(2001)에 따르면 남녀 대학생들은 다단서 상황에서 가격과 브랜드가 동시에 주어진 경우 고가격이면서 유명브랜드일 때 가장 높은 품질 지각을 보였고 고가격×무명브랜드, 저가격×유명브랜드, 저가격×무명브랜드의 순서로 품질을 높게 평가하였으므로, 브랜드보다는 가격이 품질과 더 밀접한 연상을 가진다는 사실을 알 수 있다. 그러나 일반적으로 유명브랜드일수록 가격 또한 비싸므로, 브랜드와 품질, 그리고 가격은 상호 연동되어 움직일 것이다.

따라서 소비자들은 유명브랜드이거나 가격이 비쌀 때 특정 제품의 품질이 좋다고 지각하게 되는 동시에 유명브랜드 제품이나 좋은 품질에 대해서는 더 비싼 가격을 지불할 의도를 가질 것이다. 본 연구에서는 유명브랜드나 좋은 품질에 대해서 더 지불할 수 있는 가격을 '프리미엄가격'이라고 조작적으로 정의하고자 한다.

이상철(1992)은 컨조인트 분석을 통해 이랜드와 에드윈 브랜드의 프리미엄가격을 계산하여 브랜드 자산 평가에 활용함으로써 브랜드로 인한 프리미엄가격을 연구하였다. 이처럼 지금까지 프리미엄가격 연구는 주로 브랜드 자산과 관련하여 이루어졌다.

그러나 홍경희, 이윤정(2005)은 유아복을 대상으로 기능성 섬유와 비기능성 섬유 구매 소비자들의 구매 가격대를 조사한 결과, 비구매 집단은 1만원~3만원, 3만원~5만원의 가격대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높아 중저가의 제품을 구입하는 것으로 나타났고 구매 집단은 5만원~6만원, 6만원~7만원, 7만원~8만원에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높게 나타나, 유아복 한 벌에 지출하는 비용이 높은 사람들이 기능성 소재 유아복을 많이 구매하는 것으로 보인다고 하였다. 이로부터 소비자들은 좋은 품질에 대해 프리미엄가격을 지불한다는 사실을 간접적으로 확인할 수 있다.

소비자들이 고기능성 스포츠레저웨어에 대해서도 '고기능성'에 의한 품질을 인식한다면 일반 스포츠레저웨어보다 더 많은 비용을 지불할 의사를 가질 것이므로, 일반 스포츠레저웨어와 고기능성 스포츠레저웨어에 대한 가격 지각의 차이를 고기능성 섬유에 의한 프리미엄가격이라 할 수 있을 것이다. 따라서 일반 스포츠레저웨어 가격에 대해서는 소비자의 경험에 근거한 준거가격을, 고기능성 스포츠레저웨어에 대해서는 최대한 지불할 수 있는 유보가격을 측정하여 이 두 가격으로부터 프리미엄가격을 계산할 수 있다. 그러나 개인에 따라 구입하는 의복의 가격대가 다양할 것이므로 준거가격에 비해 얼마를 더 지불할 수 있는가 하는 지각된 프리미엄가격 비율 개념을 도입하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

연구문제 1. 인구통계적 특성에 따른 웰빙 건강 의식, 스포츠레저활동도, 고기능성 스포

츠레저웨어의 지각된 프리미엄가격(금액 및 비율) 차이를 규명한다.

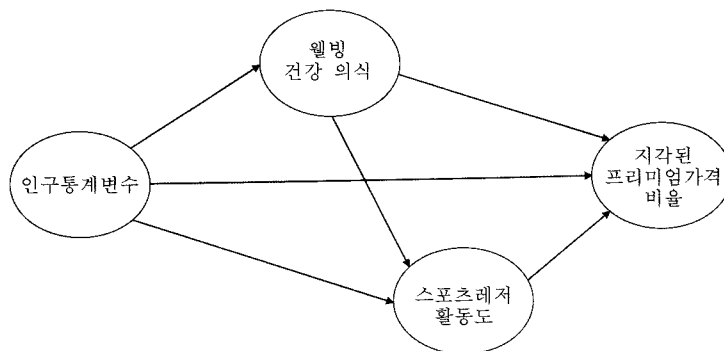
- 1-1. 성별과 연령에 따른 웰빙 건강 의식의 차이를 규명한다.
- 1-2. 성별과 연령에 따른 스포츠레저활동도의 차이를 규명한다.
- 1-3. 성별과 연령에 따른 고기능성 스포츠레저웨어의 프리미엄가격(금액 및 비율) 지각 차이를 규명한다.

연구문제 2. 고기능성 스포츠레저웨어의 프리미엄가격 비율 지각, 스포츠레저활동도, 웰빙 건강 의식, 인구통계변수간의 인과관계를 규명한다.

- 2-1. 웰빙 건강 의식에 대한 성별, 연령, 소득의 영향력을 규명한다.
- 2-2. 스포츠레저활동도에 대한 웰빙 건강 의식, 성별, 연령, 소득의 영향력을 규명한다.
- 2-3. 고기능성 스포츠레저웨어의 프리미엄가격 비율 지각에 대한 스포츠레저활동도, 웰빙 건강 의식, 성별, 연령, 소득의 영향력을 규명한다.

2. 연구모형

연구문제 2에 따른 연구모형을 <그림 1>에 제시하였다. 고기능성 스포츠레저웨어에 대한 프리미엄가격 지각 및 스포츠레저활동도에 영향을 주는 요인으로 웰빙 건강 의식을 추출하였으며, 기본 인구통계적 변수들인 성별, 연령, 소득이 이들 변수에 영향을 미칠 것으로 기대하였다.



<그림 1> 연구문제 2의 연구모형

3. 측정도구

본 연구에 사용된 측정도구는 웰빙 건강 의식, 스포츠레저활동도, 스포츠레저웨어의 지각된 가격, 기능성 스포츠레저웨어에 대한 불만족 사항, 인구통계적 특성으로 구성되었다. 웰빙 건강 의식은 산업자원부(2006)의 웰빙 산업 범위에 따른 식, 의, 주, 활동 네 개 영역에 대하여 의생활에는 네 개 문항, 식생활, 주생활, 활동에는 두 개 문항씩을 포함하여 10문항의 7점 리커트형 척도로 구성하였다. 문항 내용은 홍희숙, 고애란(2009)의 웰빙 라이프스타일 척도를 참고하였다. 척도의 등간성을 최대한 확보하기 위해 주어진 진술문에 대한 7점 리커트 척도에서 1점, 4점, 7점에만 '전혀 그렇지 않다', '보통이다', '매우 그렇다'의 지시문을 제시하였다.

스포츠레저활동도는 등산, 수영, 골프(연습장 포함), 테니스, 사이클링, 피트니스(헬스), 조깅(달리기), 걷기, 낚시, 축구·야구·농구 등 단체 구기 종목의 10개 활동에 참여하는 정도를 각각 응답하도록 하여 측정하였다. 총 7개의 선택 가능한 항목을 제시하였으며, '거의 하지 않는다'에 1점, '일 년에 한두 번'에 2점, '6개월에 한두 번'에 3점, '두 달에 한두 번'에 4점, '한 달에 두세 번'에 5점, '일주일에 두세 번'에 6점, '거의 매일'에 7점의 점수를 부여하였다.

스포츠레저웨어의 지각된 가격에 대해서는 응답자가 가장 자주 하는 스포츠레저활동을 하나 선택하게 한 후, 해당 활동을 위한 일반적 스포츠레저웨어의 준거가격 및 해당 활동을 위한 고기능성 스포츠레저웨어의 유보가격을 각각 자유기술식으로 응답하도록 하였다. 이때 한 벌에는 상의와 하의를 모두 고려하되, 옷만 포함하고 신발, 모자, 용품, 기구 등은 포함하지 않도록 지시문을 주었다. 기능성 스포츠레저웨어에 대한 불만족 사항은 연구결과의 활용을 위한 제언에 참고자료로 활용하기 위해 자유기술식 응답으로 받았으며, 인구통계적 특성은 성별, 연령대, 소득, 직업으로 측정하였다.

4. 자료수집 및 분석

성별과 연령층에 따른 차이 검증을 위해 이 두 변수를 고려하여 조사표본을 추출하였다. 성별에서는 남녀를 모두 포함하였고, 연령층에서는 청년층과 중년층을 대표할 수 있는 연령대인 10대말에서 20대말까

지를 한 집단으로, 그리고 40대와 50대를 한 집단으로 하여 이들 연령대에 해당하는 소비자를 대상으로 조사를 진행하였다. 조사는 2009년 5월 12일에서 6월 2일까지 대구 및 경상북도 지역에서 이루어졌으며, 총 380부를 배부 및 회수한 가운데, 한 문항이라도 응답이 불완전하거나 오류가 있는 경우 및 응답자가 조사대상 연령대에 포함되지 않는 경우를 모두 제외한 후 총 244부를 대상으로 분석을 진행하였다. 분석에는 SPSSWIN 10.1.4를 이용하였으며, 기술통계, 요인분석, 다변량분산분석, 이원분산분석, 회귀분석을 실시하였다.

본 연구의 최종 응답자는 <표 1>에 제시된 바와 같이 남자 124명(50.8%), 여자 120명(49.2%)으로 성별의 남녀비는 거의 1:1이었다. 연령층의 경우 청년층이 130명(53.3%), 중년층이 114명(46.7%)으로 청년층이 약간 더 많았다. 청년층의 소득은 100만원 미만, 직업은 학생이 절대적이었으며, 중년층에서는 200만원에서 400만원 사이의 소득과 회사원, 자영업, 주부의 직업이 많았다. 직업의 기타 항목에 응답한 경우로는 운전기사, 농업 등이 있었다.

IV. 결과 및 논의

1. 성별과 연령층에 따른 웰빙 건강 의식 차이

웰빙 건강 의식 10문항에 대한 요인분석 결과를 <표 2>에 제시하였다. 주성분분석과 베리맥스 회전을 옵션으로 지정하여 요인분석을 하였으며, 이로써 고유치 1 이상인 3개 요인을 도출하였다. 이 내용을 검토한 결과 건강 의식 구성요인으로 적합하다고 인정되어 이 결과를 채택하였다. 그러나 1개 문항은 요인부하량이 3개 문항에 고루 분산되어 있어서 이를 제외하고 9개 문항으로 재분석하여 결과를 얻었다.

요인 1은 천연섬유, 전원생활, 천연재료 등에 대한 선호를 포함하고 있으므로 이에 대해 '자연친화적 생활'이라는 요인명을 부여하였다. 요인 2는 보통의 제품보다 더 좋은 제품에 대한 소비의 내용을 담고 있어 '몸에 좋은 소비'로 요인명을 명명하였다. 요인 3은 운동과 휴식에 관한 내용으로 '건강 관리'를 요인명으로 정하였다. 이상의 3개 요인은 웰빙 트렌드의 건강 의식 차원을 설명해주는 요인들로 각각 24.8%, 22.7%, 14.2%의 설명변량을 가지며, 3개 요인 전체에 의한 누적 설명변량은 61.7%였다. 가장 요인부하량이 높은

<표 1> 응답자 특성

변 수		청년 남 (n=68)	청년 여 (n=62)	중년 남 (n=56)	중년 여 (n=58)	전 체 (N=244)
소 득	100만원 미만	66 (97.1%)	57 (91.9%)	0	14 (24.1%)	137 (56.1%)
	100만원 이상 200만원 미만	2 (2.9%)	3 (4.8%)	8 (14.3%)	12 (20.7%)	25 (10.2%)
	200만원 이상 300만원 미만	0	1 (1.6%)	10 (17.9%)	21 (36.2%)	32 (13.1%)
	300만원 이상 400만원 미만	0	0	26 (46.4%)	6 (10.3%)	32 (13.1%)
	400만원 이상 500만원 미만	0	1 (1.6%)	6 (10.7%)	3 (5.2%)	10 (4.1%)
	500만원 이상 600만원 미만	0	0	4 (7.1%)	1 (1.7%)	5 (2.0%)
	600만원 이상 700만원 미만	0	0	2 (3.6%)	0	2 (0.8%)
	700만원 이상 800만원 미만	0	0	0	0	0
	800만원 이상 900만원 미만	0	0	0	1 (1.7%)	1 (0.4%)
900만원 이상	0	0	0	0	0	
직 업	학 생	64 (94.1%)	59 (95.2%)	0	0	123 (50.4%)
	회사원(일반)	1 (1.5%)	3 (4.8%)	9	12 (20.7%)	25 (10.2%)
	회사원(관리자)	0	0	5 (8.9%)	2 (3.4%)	7 (2.9%)
	자영업	0	0	14 (25.0%)	9 (15.5%)	23 (9.4%)
	전문직	0	0	11 (19.6%)	0	11 (4.5%)
	공무원	0	0	9 (16.1%)	1 (1.7%)	10 (4.1%)
	주 부	0	0	0	31 (53.4%)	31 (12.7%)
	기 타	0	0	8 (14.3%)	3 (5.2%)	14 (5.7%)

<표 2> 웰빙 건강 의식의 구성요인

문 항	요인부하량			문항 평균 (표준편차)
	요 인 1	요 인 2	요 인 3	
나는 합성섬유보다 천연섬유를 좋아한다	.771	.322	-.013	4.68 (1.451)
도시생활보다 자연친화적인 전원생활이 좋다고 생각한다	.767	-.067	-.058	4.99 (1.639)
나는 나무, 돌, 황토 등 천연재료를 사용한 아파트나 주택을 선호한다	.712	.133	.113	4.61 (1.553)
나는 천연염색 제품에 관심이 많다	.665	.266	.203	3.72 (1.652)
몸에 좋은 식품은 가격이 조금 비싸더라도 구입한다	.029	.850	.068	4.65 (1.451)
일반 농산물보다 저공해 농산물인 유기농 식품을 먹는 것이 좋다	.174	.794	.028	5.18 (1.507)
나는 천연 혹은 한방 비누나 화장품 등을 즐겨 사용한다	.240	.673	.132	3.99 (1.673)
나는 규칙적으로 운동을 한다	-.001	-.024	.836	3.98 (1.836)
나는 바깥수목 적당한 휴식을 취한다	.117	.187	.706	4.16 (1.618)
요인명	자연친화적 생활	몸에 좋은 소비	건강 관리	-
고유치 (누적변량 %)	2.235 (24.8)	2.039 (47.5)	1.277 (61.7)	-

요인을 기준으로 볼 때 각 문항은 0.665 이상의 요인 부하량을 보였으나, 다른 요인과의 관련성이 높지 인정되는 문항들이 존재하였으므로 이후의 분석은 3개 요인에 대한 요인점수를 계산하여 진행하였다.

<표 3>은 웰빙 건강 의식 3개 요인에 대한 성별과 연령층에 따른 요인점수이며, <표 4>는 이들 3개 요인 점수가 성별과 연령층에 따라 차이가 나는지 여부를 다변량분산분석으로 분석한 결과이다. 소득도 웰빙 건강 의식에 영향을 주는 한 요인일 것으로 추정되나 표본추출 시 고려되지 않은 사항이기 때문에, 분산분석 시 소득에 의한 영향을 배제하기 위해 이를 공변수로

처리하였다. ‘자연친화적 생활’은 연령층에 따라 유의한 차이를 보여, 중년층이 청년층보다 더 자연친화적 생활을 추구하는 것으로 나타났다. ‘몸에 좋은 소비’는 성별에 따라 유의한 차이가 있었는데, 여성이 남성보다 더 몸에 좋은 소비를 하고자 하였다. 박혜선(2006)은 여자가 남자보다 더 심신의 안정 및 친환경에 관심이 크다고 하였는데, 심신의 안정 요인에 아로마에 대한 관심이 포함되어 있고 친환경 요인에 유기농 제품 사용에 대한 내용이 들어 있으므로, 본 연구결과에서 여성이 더 몸에 좋은 소비를 하고자 한다는 결과와 일치한다. ‘건강 관리’에는 성별과 연령의 상호작용 효과

<표 3> 성별과 연령층에 따른 웰빙 건강 의식

변 수	청년 남(n=68)		청년 여(n=62)		중년 남(n=56)		중년 여(n=58)		전 계(N=244)	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차
자연친화적 생활	-.279	.921	-.209	.851	.284	1.096	.276	1.012	.000	1.000
몸에 좋은 소비	-.340	.992	-.101	1.017	.038	.999	.471	.812	.000	1.000
건강 관리	.156	.933	-.255	1.050	-.023	1.055	.112	.935	.000	1.000

<표 4> 웰빙 건강 의식에 대한 다변량분산분석 결과

변 수	모 형		소득 (공변수)		성 별		연령층		성별 * 연령층	
	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p
자연친화적 생활	4.888	.001	1.527	.218	.009	.923	13.822	.000	.486	.486
몸에 좋은 소비	6.335	.000	2.014	.157	9.072	.003	2.246	.135	1.453	.229
건강 관리	2.806	.026	4.587	.033	.216	.642	1.235	.267	7.493	.007

가 있어, 남성은 젊은 집단에서 여성은 나이든 집단에서 더 건강 관리에 신경 쓰고 있는 것으로 분석되었다.

2. 성별과 연령층에 따른 스포츠레저활동도 차이

10개 스포츠레저활동도에 대한 성별, 연령층별 및 전체 응답자 분석 결과를 <표 5>에 제시하였다. 전반적으로 가장 활동도가 높은 것은 걷기였으며, 다음은 조깅과 등산, 피트니스, 단체 구기 종목 순이었다. <표 6>은 개별 스포츠레저활동도가 성별과 연령층에 따라 차이가 나는지 여부를 다변량분산분석으로 분석한 결과이다. 이 분석에서도 소득을 공변수로 처리하였다.

등산은 연령층에 따른 활동도 차이가 나서 중년층이 청년층보다 더 자주 등산하는 것으로 분석되었다. 피트니스에서는 성별과 연령층에 따른 상호작용 효과와 연

령층 효과가 발견되었는데, 남성은 젊은 층에서 여성은 나이든 층에서 더 피트니스 활동에 많이 참여하나, 남성에서는 연령층 차이가 많이 나타난 반면 여성에서의 연령층 차이는 크게 없었다. 그래서 전반적으로는 청년층이 중년층보다 더 피트니스 활동을 많이 하는 것으로 나타났다. 조깅에서는 성별과 연령층에 따른 차이가 각각 나타났다. 청년층일수록, 그리고 남성일수록 더 활동도가 높았다. 한편, 걷기에서는 성별과 연령층의 상호작용 효과 및 연령층 효과가 발견되었는데, 피트니스의 경우와 마찬가지로 남성은 젊은 층에서 여성은 나이든 층에서 더 피트니스 활동에 많이 참여하고, 청년층이 중년층보다 더 피트니스 활동을 많이 하는 것으로 분석되었다. 낚시는 성별과 연령층의 상호작용 및 성별의 효과를 나타내었다. 중년층 남성이 가장 낚시를 많이 하고 중년층 여성이 가장 낚시를 덜 하며, 남성이

<표 5> 성별과 연령층에 따른 스포츠레저활동도

변 수	청년 남(n=68)		청년 여(n=62)		중년 남(n=56)		중년 여(n=58)		전 계(N=244)	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차
등 산	2.51	1.058	2.66	1.330	3.73	1.483	3.59	1.920	3.09	1.552
수 영	1.84	1.016	1.87	1.531	2.04	1.348	2.43	2.053	2.03	1.526
골 프	1.12	.533	1.02	.127	1.77	1.584	1.29	.973	1.28	.976
테니스	1.37	.862	1.35	.726	1.77	1.716	1.40	.836	1.46	1.094
사이클링	2.09	1.725	1.97	1.402	1.50	1.335	1.71	1.633	1.83	1.548
피트니스(헬스)	3.26	2.127	2.79	1.821	2.29	2.025	2.84	2.215	2.82	2.069
조깅(달리기)	4.56	1.757	4.19	1.618	3.62	1.969	2.72	2.084	3.82	1.972
걷 기	6.38	1.185	6.05	1.220	5.27	1.912	5.95	1.365	5.94	1.477
낚 시	1.62	1.107	1.16	.451	2.41	1.703	1.05	.292	1.55	1.155
단체 구기 종목	4.24	2.067	1.87	1.420	2.84	1.847	1.40	1.169	2.64	2.004

<표 6> 개별 스포츠레저활동도에 대한 다변량분산분석 결과

변 수	모 형		소득(공변수)		성 별		연령층		성별 * 연령층	
	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p
등 산	8.290	.000	.013	.909	.001	.974	13.605	.000	.487	.486
수 영	2.307	.159	3.351	.068	2.440	.120	.005	.942	2.188	.140
골 프	10.646	.000	18.929	.000	1.424	.234	.377	.540	.011	.918
테니스	1.780	.133	1.360	.245	1.012	.316	.032	.859	.700	.404
사이클링	1.382	.241	.200	.655	.008	.930	1.182	.278	.405	.525
피트니스(헬스)	3.320	.011	6.117	.014	.692	.406	9.163	.003	7.172	.008
조깅(달리기)	8.496	.000	.017	.897	6.323	.013	11.794	.001	1.037	.309
걷 기	4.830	.001	.151	.698	1.024	.313	6.154	.014	7.477	.007
낚 시	15.163	.000	.091	.763	41.655	.000	2.164	.143	9.594	.002
단체 구기 종목	26.762	.000	.132	.716	70.433	.000	9.916	.002	4.576	.033

<표 7> 성별과 연령층에 따른 스포츠레저활동도

변 수	청년 남(n=68)		청년 여(n=62)		중년 남(n=56)		중년 여(n=58)		전 체(N=244)	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차
스포츠레저활동도	2.90	.791	2.45	.560	2.72	.860	2.44	.617	2.65	.714

<표 8> 스포츠레저활동도에 대한 이원분산분석 결과

변 수	모 형		소득(공변수)		성 별		연령층		성별 * 연령층	
	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p
스포츠레저활동도	5.615	.000	4.256	.040	10.203	.002	5.811	.017	1.717	.191

여성보다는 남시 활동도가 높았다. 단체 구기 종목에서는 성별과 연령층의 상호작용 효과, 성별 효과 및 연령층 효과가 모두 나타났다. 즉 청년층이 중년층보다 더 활동도가 높고, 남성이 여성보다 더 활동도가 높으면서 청년층 남성의 활동도가 특별히 높았다.

<표 7>은 10개 활동에 대한 참여도를 모두 합산하여 스포츠레저활동도를 구한 결과이며, <표 8>은 이에 대한 성별과 연령층의 차이를 이원분산분석으로 확인한 것이다. 분산분석 결과에서 성별과 연령층 효과가 나타났는데, 성별에 따라서는 남성의, 연령층에 따라서는 청년층의 스포츠레저활동도가 더 높았다.

3. 성별과 연령층에 따른 고기능성 스포츠레저웨어의 준거가격, 유보가격, 지각된 프리미엄가격 금액 및 비율 차이

<표 9>에는 일반 스포츠레저웨어에 대한 준거가격, 고기능성 스포츠레저웨어에 대한 유보가격을 제시하고, 준거가격과 유보가격으로부터 고기능성에 대한

지각된 프리미엄가격 금액 및 비율을 계산하여 각각의 최소값, 최대값, 평균 및 표준편차를 나타내었다. 응답자들은 자신이 가장 자주 하는 스포츠레저활동한 가지만 선택하여 이에 대한 준거가격, 유보가격을 답하였다. 지각된 프리미엄가격 금액은 ‘유보가격-준거가격’으로, 지각된 프리미엄가격 비율은 ‘(유보가격-준거가격)/준거가격’으로 계산하였다. 골프웨어의 준거가격이 평균 25만원으로 가장 높았고 등산, 테니스, 낚시를 위한 스포츠레저웨어의 가격이 그 뒤를 이었다. 고기능성 스포츠레저웨어에 대한 유보가격 역시 평균 약 37만원으로 골프가 가장 높았고, 그 다음이 등산, 낚시, 테니스의 순서로 나타났다. 지각된 프리미엄가격 금액은 등산이 12만 5천원으로 가장 높았으며, 다음 골프와 낚시가 유사하게 평균 11만 5천원 정도로 나타났다. 지각된 프리미엄가격 비율은 낚시에서 1.5로 가장 높았으며, 수영, 사이클링, 피트니스에서도 상당히 높은 것으로 나타났다. 그러나 자주 하는 활동으로 선택된 빈도수에 편차가 크므로 이를 유념하여야 한다.

<표 9> 스포츠레저웨어별 준거가격, 유보가격, 지각된 프리미엄가격 금액 및 비율

활 동	준거가격 (단위: 천원)				유보가격 (단위: 천원)				지각된 프리미엄가격 금액 (단위: 천원)				지각된 프리미엄가격 비율			
	최소 값	최대 값	평 균	표준 편차	최소 값	최대 값	평 균	표준 편차	최소 값	최대 값	평 균	표준 편차	최소 값	최대 값	평 균	표준 편차
등 산 (n=28)	30	400	147.32	100.595	40	800	272.50	220.784	0	500	125.18	137.326	.00	2.50	.7480	.52401
수 영 (n=21)	20	100	59.05	23.432	50	200	110.00	39.115	0	100	50.95	29.480	.00	2.33	.9918	.60400
골 프 (n=3)	200	300	250.00	50.000	300	400	366.67	57.735	100	150	116.67	28.868	.33	.60	.4778	.13472
테니스 (n=3)	50	200	133.33	76.376	100	400	233.33	152.753	50	200	100.00	86.603	.33	1.00	.7778	.38490
사이클링 (n=3)	50	80	60.00	17.321	100	150	116.67	28.868	50	70	56.67	11.547	.88	1.00	.9583	.07217
피트니스 (n=20)	10	150	70.50	45.593	20	250	124.50	74.444	0	150	54.00	42.103	.00	3.00	.9583	.75486
조 경 (n=17)	40	300	95.29	67.372	50	500	168.82	126.584	0	200	73.53	69.006	.00	2.33	.7718	.62596
걷 기 (n=106)	10	200	92.92	54.212	30	500	154.01	97.932	0	300	61.08	62.860	.00	2.33	.7117	.53922
낚 시 (n=4)	40	200	122.50	68.496	150	300	237.50	75.000	50	160	115.00	50.662	.50	4.00	1.5000	1.68325
단체 구기 종목 (n=39)	10	200	77.92	47.593	30	300	124.87	75.074	0	200	46.95	44.579	.00	4.00	.7284	.67885

<표 10>—<표 11>에는 스포츠레저 종목과 무관하게 성별과 연령층에 따른 준거가격, 유보가격, 지각된 프리미엄가격 금액 및 지각된 프리미엄가격 비율의 차이를 분석하여 제시하였다. 모든 이원분산분석에서는 소득을 공변수로 처리하였다. 준거가격과 유보가격에서는 공변수인 소득의 영향력이 유의하게 나타났다. 즉, 소득이 높을수록 준거가격과 유보가격은 함께 증가하는 경향을 보인다. 지각된 프리미엄가격 금액과 비율의 경우 $p < .1$ 수준에서 성별과 연령층의 상호작용 효과가 관찰되었는데, 중년층 남성의 지각된 프리미엄

가격 비율이 가장 높고 청년층 남성의 지각된 프리미엄가격 비율이 가장 낮았다. 즉, 고기능성 스포츠레저웨어에 대해 중년층 남성의 지각된 프리미엄가격은 10만원을 상회하였으며, 준거가격 대비 85% 정도를 더 지불할 용의가 있는 것으로 나타났다. 반면 청년층 남성은 평균 4만 2천여 원의 프리미엄가격을 지각하였고, 이는 준거가격 대비 67% 정도의 프리미엄에 해당한다. 한편 지각된 프리미엄가격 금액에서는 연령층의 효과가 $p < .05$ 수준에서, 유보가격에서는 연령층의 효과가 $p < .1$ 수준에서 유의하게 나타나, 성별에 무관

<표 10> 성별과 연령층에 따른 준거가격, 유보가격, 지각된 프리미엄가격 금액 및 비율

변 수	청년 남(n=68)		청년 여(n=62)		중년 남(n=56)		중년 여(n=58)		전 체(N=244)	
	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차	평 균	표준편차
준거가격 (단위: 천원)	72.26	43.469	79.68	48.955	126.43	85.033	106.38	66.245	94.69	65.204
유보가격 (단위: 천원)	114.85	73.352	136.05	85.522	227.50	170.936	182.93	117.518	162.17	122.717
지각된 프리미엄가격 금액 (단위: 천원)	42.59	42.331	56.37	54.503	101.07	106.031	76.55	65.736	67.59	73.009
지각된 프리미엄가격 비율	.6688	.53269	.8357	.71744	.8469	.65731	.7902	.56004	.7809	.61977

<표 11> 준거가격, 유보가격, 지각된 프리미엄가격 금액 및 비율에 대한 이원분산분석 결과

변 수	모 형		소득(공변수)		성 별		연령층		성별 * 연령층	
	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p	F비	p
준거가격	10.468	.000	11.284	.001	.019	.891	.867	.353	.333	.564
유보가격	9.992	.000	5.012	.026	.024	.878	3.698	.056	1.927	.166
지각된 프리미엄가격 금액	6.130	.000	.564	.453	.136	.713	5.459	.020	3.127	.078
지각된 프리미엄가격 비율	1.217	.304	1.500	.222	.111	.739	2.161	.143	2.989	.085

하게 중년층의 유보가격 및 프리미엄가격 지각이 청년층보다 높다고 할 수 있다. 그러나 이상의 결과는 성별과 연령층에 따라 참여하는 종목의 영향이 반영된 결과일 것이므로 해석에 신중을 기해야 한다.

한편, 유아복을 대상으로 한 홍경희, 이윤정(2005)의 연구에서 비기능성 섬유 구매 가격대는 1만원~5만원 사이에서, 기능성 섬유 구매 가격대는 5만원~8만원 사이에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높게 나타났던 바, 유아복에서의 기능성 섬유 프리미엄가격 금액은 3만원~5만원 정도이고 비율로는 0.6~1.00 사이인 것으로 계산된다. 스포츠레저웨어의 경우 금액상으로는 유아복에 비해 프리미엄이 높지만 비율상으로는 비슷한 것으로 보인다. 용도에 무관하게 기능성 섬유의 프리미엄가격 비율은 유사할 수 있을 것이므로, 향후 다른 품목에서의 프리미엄가격 조사로 이 내용을 확인해 보아야 한다.

4. 웰빙 건강 의식에 대한 성별, 연령, 소득의 영향력

성별, 연령, 소득의 인구통계적 특성이 웰빙 건강 의식을 높이는 데 기여하는지 확인하기 위해 웰빙 건강 의식 요인 각각을 종속변수로 하고, 성별, 연령, 소득을 독립변수로 한 단계적 회귀분석을 3회 실시하였다. 이때 성별 변수는 남성을 1, 여성을 0으로 처리한 더미변수로, 연령은 중년층을 1, 청년층을 0으로 처리한 더미변수로 투입되었다. <표 12>에 제시된 결과에서와 같이 웰빙 건강 의식 중 자연친화적 생활 요

인에는 연령이 중요한 원인변수로 도출되었다. 즉, 중년층일수록 자연친화적 생활을 추구하는 경향이 높았다. 몸에 좋은 소비 요인에는 연령과 성별이 유의한 원인변수로 도출되었다. 즉, 중년층일수록 그리고 여성일수록 몸에 좋은 소비를 추구하는 경향이 높았다. 건강 관리 요인에 대해서는 유의한 원인변수가 도출되지 않았다. 본 회귀분석 결과 중 연령과 자연친화적 요인의 관계 및 성별과 몸에 좋은 소비 요인의 관계는 이원분산분석 결과와 일치하나, 회귀분석 결과에서 발견된 연령과 몸에 좋은 소비의 관련성이 분산분석에서는 나타나지 않았다. 분산분석의 결과에서는 성별과 연령층의 상호작용 효과가 구분되어 설명된 데서 발생한 차이일 것으로 추측된다. 같은 이유로, 분산분석 결과에서는 건강 관리 요인에 대한 성별과 연령층의 상호작용 효과가 유의하였으며 본 회귀분석에서는 그러한 내용을 확인하는 것이 불가능하였다.

5. 스포츠레저활동도에 대한 웰빙 건강 의식, 성별, 연령, 소득의 영향력

웰빙 건강 의식과 성별, 연령, 소득의 인구통계적 특성이 스포츠레저활동도를 높이는 데 기여하는지 확인하기 위해 스포츠레저활동도를 종속변수로 하고, 웰빙 건강 의식의 3개 구성요인, 성별, 연령, 소득을 독립변수로 한 단계적 회귀분석을 실시하였다. <표 13>에 제시된 결과에서와 같이 웰빙 건강 의식 중 건강 관리 요

<표 12> 웰빙 건강 의식을 종속변수로 한 회귀분석

종속변수	독립변수	B	β	t 값	p	F비	p	R ²
자연친화적 생활	(상 수)	-.246	-	-2.896	.004	17.951	.000	.065
	연령(더미, 중년층=1)	.526	.263	4.237	.000			
몸에 좋은 소비	(상 수)	-.005	-	-.509	.611	11.323	.000	.078
	연령(더미, 중년층=1)	.474	.237	3.846	.000			
	성별(더미, 남자=1)	-.330	-.165	-2.679	.008			

<표 13> 스포츠레저활동도를 종속변수로 한 회귀분석

변 수	B	β	t값	p	F비	p	R ²
(상 수)	2.487	-	42.415	.000	30.001	.000	.193
건강 관리	.266	.373	6.447	.000			
성별 (더미, 남자=1)	.312	.219	3.788	.000			

인과 성별 요인만이 유의한 원인변수로 도출되었다. 즉, 건강 관리를 의식하는 남성일수록 스포츠레저활동에 적극적으로 참여한다고 해석할 수 있다.

6. 고기능성 스포츠레저웨어의 지각된 프리미엄 가격 비율에 대한 스포츠레저활동도, 웰빙 건강 의식, 성별, 연령, 소득의 영향력

스포츠레저활동도와 웰빙 건강 의식, 성별, 연령, 소득의 인구통계적 특성이 고기능성 스포츠레저웨어를 위한 지각된 프리미엄가격 비율을 높이는 데 기여하는지 확인하기 위해 지각된 프리미엄가격 비율을 종속변수로 하고, 스포츠레저활동도, 웰빙 건강 의식의 3개 구성요인, 성별, 연령, 소득을 독립변수로 한 단계적 회귀분석을 실시하였다. <표 14>에 제시된 결과에서와 같이 스포츠레저활동도만이 유의한 원인변수로 도출되었다. 즉, 스포츠레저활동에 적극적인 사람

들이 고기능성 스포츠레저웨어를 위해 높은 프리미엄 가격을 지불할 의사를 갖고 있다고 해석할 수 있다. 웰빙 건강 의식은 직접적으로 프리미엄가격 비율 지각에 영향을 주기보다는 스포츠레저활동도를 통해 지각된 프리미엄가격 비율에 영향을 주는 것으로 이해된다.

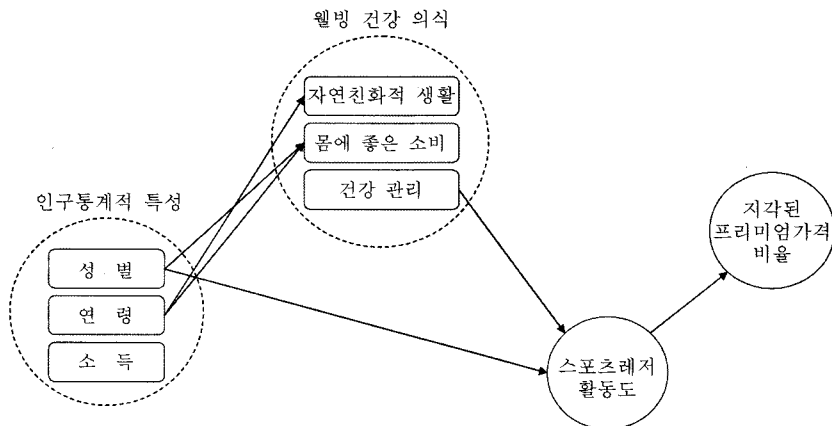
이상의 회귀분석 결과들을 요약하여 <그림 1>의 연구모형에서 채택된 유의한 결과들을 표시한 것이 <그림 2>이다. 인구통계적 특성 중 성별은 여자일수록 몸에 좋은 소비를, 그리고 연령층은 높을 때 자연친화적 생활과 몸에 좋은 소비를 하는 경향을 보인다. 성별이 남자이고 건강 관리 의식이 높을수록 스포츠레저활동도가 높으며, 스포츠레저활동도가 높을수록 지각된 프리미엄가격 비율이 높다.

V. 결론 및 제언

한국 섬유 패션 산업을 활성화시키는 촉진제 역할

<표 14> 지각된 프리미엄가격 비율을 종속변수로 한 회귀분석

변 수	B	β	t값	p	F비	p	R ²
(상 수)	.382	-	2.536	.012	7.530	.007	.026
스포츠레저활동도	.151	.174	2.744	.007			



<그림 2> 연구문제 2의 최종 모형

을 하고 있는 기능성 섬유 시장 확대를 위한 기초 연구의 일환으로, 본 연구에서는 인구통계적 특성에 따른 웰빙 건강 의식, 스포츠레저활동도 및 고기능성 스포츠레저웨어의 프리미엄가격 지각에 관한 차이, 그리고 이들 변수들의 관계를 규명하였다. 웰빙은 개인의 건강에, 그리고 사회의 건강에 좋은 것을 적합한 방식으로 소비하는 것이므로 웰빙 제품은 프리미엄가격을 동반할 수밖에 없고, 따라서 웰빙 패션 제품으로 간주되는 고기능성 스포츠레저웨어에 대한 프리미엄가격 연구는 기능성 섬유 개발 및 활용 업체에 유용한 자료가 될 것이다.

주요 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 먼저, 웰빙 건강 의식은 자연친화적 생활, 몸에 좋은 소비, 건강 관리의 3개 요인으로 규명되었다. 그리고 성별과 연령층에 따라, 중년층은 청년층보다 더 자연친화적인 생활을 추구하며 여성은 남성보다 더 몸에 좋은 소비를 하고자 하고 남성은 젊을수록 여성은 나이 들수록 더 건강 관리에 신경 쓰고 있는 것으로 나타났다.

10가지로 제시된 스포츠레저활동 중 성별 및 연령층의 구분 없이 가장 참여도가 높은 것은 '걷기'였다. 중년층은 남녀 구분 없이 등산을 자주 하고 있었고, 청년층은 중년층보다 더 자주 조깅을 하였다. 청년층의 남성은 다른 집단보다 피트니스와 단체 구기 종목을 더 즐겨 하였으며, 중년층 남성은 가장 낚시를 많이 하는 집단이었다. 각종 활동의 빈도를 합산해 본 결과 가장 스포츠레저활동도가 높은 집단은 청년층 남성으로, 성별에 따라서는 남성의, 연령층에 따라서는 청년층의 스포츠레저활동도가 높은 경향을 보였다.

고기능성 스포츠레저웨어의 지각된 프리미엄가격 비율과 관련하여서는 종목과 무관하게 성별과 연령층의 차이만 살펴본 결과에서 아주 미미한 수준으로 성별과 연령층의 상호작용 효과가 관찰되었다. 즉 중년층 남성의 지각된 프리미엄가격 비율이 가장 높고 청년층 남성의 지각된 프리미엄가격 비율이 가장 낮았다. 그러나 이는 성별과 연령층에 따라 참여하는 종목의 영향이 반영된 결과일 것이므로, 해석에 신중을 기해야 한다. 한편 소비자들이 지불하고자 하는 프리미엄가격은 일반 스포츠레저웨어 가격보다 평균 80% 정도 더 비싼 가격이었다.

스포츠레저활동도를 설명하는 변수는 웰빙 건강 의식 중 건강 관리 요인과 남자라는 성별이었다. 즉, 건강 관리에 신경 쓰는 남자일수록 스포츠레저활동에 적극적이라고 할 수 있다. 또한 스포츠레저활동도는

고기능성 스포츠레저웨어의 지각된 프리미엄가격 비율을 설명하는 유일한 변수로서 스포츠레저활동에 적극적인 사람들이 고기능성 스포츠레저웨어를 위해 더 많은 지출을 할 의사가 있다고 할 수 있다.

이상의 결과로부터, 소비자들은 고기능성 스포츠레저웨어에 대해 기꺼이 프리미엄가격을 지불할 의사를 가지고 있음을 확인할 수 있었으며, 건강 관리에 신경 쓰는 남성들이 스포츠레저활동에 열심히 참여할 때 추가로 지불하고자 하는 금액은 더 많을 것으로 기대된다. 따라서 남성용 스포츠레저웨어를 중심으로 더 우수한 기능성을 추가하여 고가 라인을 개발할 수 있을 것이다. 고기능성 제품에 대한 평균 프리미엄가격 비율은 80%이지만, 표준편차를 고려할 때 16% 정도의 남성 소비자는 150% 더 높은 가격, 즉 일반 제품의 2.5배 가격으로도 우수한 품질의 제품을 구매할 수 있는 소비자임을 고려하여 가격 정책을 수립할 수 있을 것이다.

본 연구의 조사내용 중 기존 기능성 스포츠레저웨어에 대한 불만족 사항으로 언급된 기술은 전체 92건(중복응답) 중 36건인 39.1%가 디자인에 관한 것이었고, 가격에 관한 것이 32건(34.8%), 품질에 관한 것이 18건(19.6%), 기타 6건(6.5%)이었다. 디자인 불만에는 다양하지 못한 획일적 디자인, 다채롭지 못한 색채나 문양, 세련되지 못한 디자인 등이 언급되었다. 따라서 디자인의 문제를 해결해야만 고가의 고기능성 제품 라인의 시장성 확보가 용이하다.

고가의 가격에 불만을 표시한 경우가 있으나, 품질을 저하시킨 저가 라인을 출시하기보다는 기능성에 대한 충분한 정보를 제공하고 품질을 보증하여 고가격을 납득시킬 수 있는 촉진 전략을 수립해야 한다. 고기능성은 고품질, 고가격과 관련되므로, 고기능성에 부가되는 프리미엄가격에 대해서는 결국 지각된 품질의 향상으로 소비자의 인지적 부조화를 감소시키는 것이 가격을 낮추는 방법보다 더 바람직할 것이다.

본 연구에서는 스포츠레저활동도를 측정하기 위하여 10개 스포츠레저활동을 제시하였으나, 이 활동들이 모든 스포츠레저활동을 포괄하지는 못하였으므로 이 측정치가 스포츠레저활동도를 정확하게 대변하지 못한다는 본질적 한계를 가진다. 또한, 지각된 프리미엄가격 비율과 관련하여서도 가장 자주 하는 스포츠레저활동 한 가지에 대해서만 응답을 받았으므로, 각 종목별 프리미엄가격과 종목간 프리미엄가격 차이 등을 제대로 규명하지 못했다는 한계가 있다.

그러나 모든 사람이 모든 종목에 대한 응답을 하는 것에도 분량 및 정확성의 측면에서 한계가 있고, 각 종목별로 좋아하는 응답자의 표본수가 유사하게 되도록 표본을 추출한다고 하더라도 응답자 특성에 따른 오차를 상쇄하기 위해서는 대규모 표본수를 필요로 할 것이라는 문제가 생긴다. 따라서 향후 대중적이고 대표적인 스포츠레저 종목 중심으로 우선적인 실증 연구를 진행하는 것이 좋을 것이다.

한편 고기능성 스포츠레저웨어의 지각된 프리미엄 가격 비율에 대한 회귀분석에서는 충분히 만족할만한 설명을 주는 결과를 얻지 못하였으므로, 여러 가지 예측변수를 탐구하고 예측력이 높을 것으로 기대되는 변수를 독립변수로 투입해보아야 한다. 패션마케팅 영역에서 준거가격, 유보가격 등에 대한 연구가 미흡한 실정이므로, 스포츠레저웨어에 국한하지 말고 광범위한 패션 제품 관련 가격 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김상일. (2004). 웰빙 열풍을 읽는 3개의 코드. *LG주간경제*, 767, pp. 18-24.
- 김지언. (2007). 디지털 환경의 웰빙 패션 디자인에 관한 연구. *복식문화연구*, 15(5), 796-809.
- 박찬수. (2002). *마케팅원리*. 서울: 법문사.
- 박혜선. (2006). 웰빙 인식과 웰빙 패션 상품 구매에 대한 연구. *한국의류학회지*, 30(5), 711-721.
- 산업자원부. (2006). *Well-being 트렌드에 적합한 기능성 소재기획 기술 개발에 관한 연구*. 구미: 금오공과대학교 산학협력단.
- 상웨이, 권성우, 유병준, 리이준. (2007). 유보가격 보고 메커니즘을 이용한 협상거래 지원시스템 효율 증대 방안 연구. *경영정보학연구*, 17(1), 59-76.
- 서남미. (2003). *웰빙 트렌드가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구*. 동국대학교 경영대학원 석사학위 논문.
- 송석정, 최영백, 김상현. (2005). 웰빙 문화와 섬유 관련 상품의 동향. *고분자과학과 기술*, 16(5), 613-618.
- 이규혜, 이은영. (2004). 의류제품 구매과정에 있어서 내적 준거가격의 영향. *복식*, 54(6 증보판), 1-12.
- 이미숙. (2004). 생활양식으로서의 웰빙: 이론과 적용의 뿌리 찾기. *한국생활과학회지*, 13(3), 477-484.
- 이상철. (1992). *상표지분에 관한 연구*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이형탁, 배주영. (2008). 웰빙 제품에 대한 소비 만족이 소비자 웰빙에 미치는 영향. *소비자학연구*, 19(2), 161-190.
- 이희승, 임숙자. (2000). 가격과 상표가 의복의 지각된 품질, 가치, 구매의도에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 24(4), 498-509.
- 이희승, 임숙자. (2001). 가격과 상표가 의복의 평가에 미치는 영향-경제위기 상황 전·후의 비교-. *복식*, 51(8), 61-75.
- 장승희, 장은영, 이선재. (2006). 여성 소비자 유형별 웰빙 마케팅 전략에 관한 연구-웰빙 라이프스타일을 중심으로-. *복식*, 56(3), 28-41.
- 조항, 공분기. (2007). 소비자의 준거가격 형성에 대한 비교 연구: 스캐너 패널 데이터를 이용한 실증 분석. *한국마케팅저널*, 8(4), 35-58.
- 최미영, 이은영. (1998). 의류제품의 품질평가에 있어서 가격단서의 영향. *한국의류학회지*, 22(8), 1099-1110.
- 최혜주, 이혜순. (2007). 한국 웰빙 패션의 미적 특성에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 9(2), 139-154.
- 한영호. (2004). *현대 소비사회에서 웰빙 트렌드의 개념과 소비성향 분석*. 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위 논문.
- 홍경희, 이윤정. (2005). 기능성 섬유 유아복 구매자와 비구매자간의 구매행동 및 구매특성 비교. *복식문화연구*, 13(6), 1023-1036.
- 홍병숙, 조유현. (2006). 노인 여성의 웰빙 추구성향에 따른 화장품 사용 및 만족도. *대한가정학회지*, 44(11), 43-50.
- 홍희숙, 고애란. (2009). 웰빙 라이프스타일 측정도구 개발과 타당도 검증. *한국의류학회지*, 33(1), 55-67.