

**Sportswear customers' level of involvement, satisfaction with
functionality, and repurchase intentions
- A review of sports participation motives -**

YoungJu Rhee[†]

Dept. of Clothing, Sungshin Women's University, Korea

**스포츠웨어에 대한 소비자의 관여도, 기능성 만족도 및
재구매의도에 관한 연구
- 스포츠 참여동기를 중심으로 -**

이 영 주[†]

성신여자대학교 의류학과

Abstract

This study aimed to identify the effects of sports participation motives, the involvement in choosing sportswear, and the satisfaction with/perceived importance of sportswear functionality, on customers' repurchase intentions. A total of 185 survey questionnaires were analyzed after surveying 200 female undergraduates in their 20s. The research results are as follows. First, the participation motives for sports were categorized as follows. A factor analysis conducted on 13 questions yielded 4 factors. Factor 1 included consideration about socializing and pleasure, factor 2 privileged ostentation, factor 3 was concerned with enhancing health, and factor 4 was about maintaining appearance. Second, the various effects of different sports participation motives, of the satisfaction with functionality, and of the involvement in buying sportswear on customers' repurchase intentions were analyzed. The intention to repurchase sportswear was considered as a dependent variable, while the motives for participating in sports, the satisfaction with functionality, and the level of involvement were treated as independent variables. A multiple regression analysis using these variables showed that the satisfaction with functionality and involvement in choosing sportswear had a significant impact on the intention to repurchase sportswear. Third, looking at how different participation motives for sports affected the importance of sportswear functionality, the motives related to socializing and pleasure and ostentation, the sub-factors in sports participation motives, significantly increased the importance of comfort. Motives related to enhancing health and maintaining appearance, on the other hand, were found to affect the importance of sports performance. Fourth, a MANOVA was performed to examine the difference in the importance of functionality between those consumers highly involved in sportswear-buying and those less involved.

Received 15 April 2014, revised 25 June 2014, accepted 25 June 2014.

이 논문은 2012년도 성신여자대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

[†] Corresponding author (yrhee@sungshin.ac.kr)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Those with a high level of involvement were found to prioritize sports performance over comfort. Those with a low level of involvement were shown to place a greater emphasis on comfort.

Keywords: functional satisfaction(기능성 만족도), sports motivation(스포츠 참여동기), sportswear(스포츠웨어)

I. Introduction

생활수준의 향상은 여가선용에 대한 사회구성원들의 관심을 증진시키고 있으며, 생활에서의 스포츠의 중요성이 강조되는 사회 분위기 속에서 레저 스포츠가 그 대안으로 관심이 집중되고 있다. Hana Institute of Finance(2009)의 자료에 의하면 의류 세분시장별 점유율 추이에서 스포츠웨어가 차지하는 비율이 2009년 11.9%, 2010 12.6%, 2011년 13.3%로 계속 성장세에 있다. 특히 2011년부터 한국의류산업의 성장세를 견인한 것은 스포츠 라이프스타일 트렌드에 의한 스포츠 의류와 스포츠 내의시장인 것으로 분석되었다(Lee, 2012). 또한 Ministry of Knowledge Economy(2011/2)에 나타난 2010년 주요 백화점의 상품군별 추이를 살펴보면, 명품(27.0%), 가정용품(16.2%), 스포츠웨어(13.3%)로 나타났으며, 잡화와 의류의 매출이 감소한 반면, 스포츠웨어는 5.3%로 증가를 나타내었다. 최근 국내 스포츠웨어 브랜드는 유명 디자이너와 전략적 제휴(Collaboration)를 통한 신상품 개발을 통해 매출 성장을 꾀하고 있다(Hana Institute of Finance, 2009). 13세 이상 남녀 1,404명을 대상으로 한 조사에 의하면, 53.3%의 소비자가 등산용도로 스포츠웨어를 구매하고, 38.1%는 일상생활용으로, 26.4%는 스포츠나 조깅, 골프용으로 구매한다고 하여, 복수응답을 포함한 79.7%가 스포츠웨어를 구매하는 것으로 나타났다(Korea Fashion Association, 2010). 전반적인 스포츠웨어 시장동향을 살펴보면, 레저스포츠 활동 인구의 급증으로 인한 아웃도어웨어와 골프웨어의 수요가 계속 증가하고, 겨울시즌 상품과 익스트림 스포츠웨어의 성장도 나타나고 있다. 이 외에도 스포츠 참여 연령의 하향화와 여성 고객이 스포츠웨어 시장을 주도한다는 점에서 스포츠웨어의 타겟마켓에 대한 철저한 시장조사와 차별화된 포지셔닝 전략

이 필요하다(Lee, 2012).

또한 현대사회는 기업의 환경 변화와 소비자의 의식 구조나 행동양식이 빠르게 변화하기 때문에 시장을 세분화하지 않는다면 필요 이상의 자원을 낭비하거나 소비자의 불만족을 초래할 수 있다. 따라서 소비자 행동분석뿐 아니라 스포츠웨어 시장의 세분화를 위하여 심리, 행동적 변인으로서 스포츠 참여동기나 스포츠웨어 관여도에 대한 연구가 필요하다.

스포츠 참여동기는 스포츠라는 목표를 향해 행동을 하게 되는 심리적 변인으로 즐거움, 사교, 기술발달 등의 요소를 포함하며, 모든 스포츠 활동에는 참가하려는 사람들만의 참여동기가 존재한다(Kim, 2011). 관여란 특정대상과 개인 간의 관련성 정도를 파악하기 위해서 이용되는 가상적 개념(Cho, 2002)으로 최근에는 소비자 행동을 설명하기 위한 주요 개념으로 발전하고 있다. 관여도를 활용하여 스포츠웨어 소비자들의 정보탐색과 구매결정을 이해하는 것은 마케팅 전략을 효과적으로 촉진하는 면에서 중요한 의미를 갖는다. 특히 스포츠웨어의 관여도에 따른 소비행동과 기능성 만족도의 심리적 영향요인에 관한 연구는 부족한 실정이며, 향후 꾸준히 연구되어야 할 분야이다. 스포츠웨어는 신체 보호 기능은 물론 활동이 용이하고, 지속적으로 운동할 수 있도록 신축성과 형태안정성, 경량성, 항균방취성, 투습방수성, 보온성 및 통기성 등의 기능이 요구되는 제품으로 스포츠웨어의 기능에 만족할수록 재구매의도가 더 높아질 것으로 예측된다. 기능성 소재는 섬유에 특수한 기능을 부여한 소재로써 투습방수소재, 축열보온소재, 항균방취소재, 자외선차단 소재 등을 들 수 있으며, 이러한 다양한 복합기능을 가진 소재들을 사용한 제품이 시장에 출시되고 있다. 기능성 스포츠 의류에 관한 선행연구는 기능성 소재에 관한 연구와 등산객의 기능성 만족도에 관한 연구 등이 활발히 진행되고 있다.

고기능성 스포츠웨어에 대한 선행연구들은 자의

선 차단기능(Sung et al., 2005; Oh & Koo, 2010), 고기능성 소재에 대한 지식이나 프리미엄 가격(Chung, 2009a; Chung, 2009b), 스포츠웨어의 고기능성에 대한 전반적인 요구 수준이나 감성을 분석한 연구(Lee et al., 2010)가 이루어졌을 뿐 성장 추세를 보이는 고기능성 스포츠웨어의 고기능 요구수준이나 구매의도 또는 행동에 대한 연구는 거의 없는 실정이다. 또한 스포츠웨어에 대한 선행연구들을 살펴보면 브랜드에 관한 연구(Cho, 2002; Lee, 2003)와 디자인 및 기능성에 관한 연구(Kim, 2011; Rhee, 2011)가 대부분이며, 스포츠웨어의 참여동기, 관여도 및 기능성 만족도와 관련된 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 스포츠 참여동기, 스포츠웨어 관여 수준과 기능성 만족도 및 중요도와 재구매의도의 관계를 밝히는데 목적이 있다. 이를 통해 본 연구는 스포츠웨어 관련 업체의 차별적 마케팅 전략에 도움을 줄 수 있을 것이다.

II. Background

1. Sportswear

1) Sportswear

스포츠웨어는 운동경기, 개인적인 운동과 취미로 하는 운동 등에 착용하는 피복류의 총칭으로 원래 스포츠 활동을 위한 기능성이나 기술적 요소가 주목적인 의복이었지만, 20세기 후반부터는 패션성을 부여한 아이템을 도입하거나 특징적인 디자인 요소와 이미지를 응용한 스포츠패션이 부각되고 있다(Jung, 2008). 브랜드 제품으로서 시장 성숙기에 진입한 국내 스포츠의류 시장은 특별한 소비층의 구분 없이 유명 브랜드 선호 경향과 맞물려 브랜드의 중요성이 날로 증가되고 있으며, 재구매의 중요성이 강조되면서 많은 기업들은 기존고객의 유지 및 관계강화를 통해 고객의 재구매를 촉진시킴으로써 궁극적으로는 기업의 수익성을 극대화 하는 전략을 모색하고 있다(Hallowell, 1996).

스포츠웨어는 인체의 운동 적합성을 고려한 기능성 소재로 개발되고 있으며, 스포츠웨어의 기능성은 착용자의 활동 편리성과 운동 용이성을 제공할 수 있다. 이러한 스포츠웨어의 기능성에 대한 만

족에는 다양한 요인들이 영향을 미치는데, Kim et al.(2008)은 스포츠 참여 목적, 스포츠 관여도, 스포츠 관심도, 스포츠웨어의 기능성 섬유에 대한 지식 등을 스포츠웨어의 기능성에 대한 만족에 영향을 미치는 요인으로 보았다. Sports Leisure Textile Research Center(2006)는 스포츠웨어 기업체 및 소비자 분석 보고서에서 제조업체의 경우, 디자인보다는 활동성, 속건성, 방수성, 보온성 등 기능성 요인을 중요시 하고 있었고, 소재 및 원단 선택 시 패션 트렌드, 가격, 기타 요인에 비해 기능성을 중요시 하는 비중이 높게 나타난다고 했다. Lee and Kim(2000)은 스포츠레저용품의 구매결정요인이 품질이나 상표에서 높게 나타나 스포츠레저용품의 기능성이 구매를 결정하는 요인이라고 하였다. Park(2000)은 스포츠웨어 소비자의 경우, 스포츠웨어의 활동성과 품질, 기능성 등에 대한 구매 후 만족도가 높다고 하였고, Kim(2009)은 스포츠웨어 구매 후의 만족도를 전반적인 만족도와 선택 및 품질에 대한 만족도로 구분하여 측정하였다. 스포츠웨어는 신체 보호 기능은 물론, 활동이 용이하고 지속적으로 운동을 할 수 있도록 신축성과 형태안정성, 경량성, 항균방취성, 대전방지성, 투습방수성, 흡한속건성, 보온성 및 통기성들의 기능성이 요구되는 의복으로서(Kim, 2011; Lee, 2010), 스포츠웨어의 기능성에 만족할수록 재구매의도가 더 높아질 것으로 예측된다.

2) Sports motivation

동기란 행동을 취하게 하는 준비태세이며, 이러한 상태로 개체가 목표로 갈 수 있게 하는 에너지의 근원이다. 개인별로 가지고 있는 동기의 형태는 매우 다양하여 동기 자체를 명확하게 정의하기란 쉽지 않다(Lee, 2005). 참여동기란 개인에게 가치가 있다고 생각되는 목표에 도달하고자 하는 욕망이라고 정의된다(Kwon, 2003). 참여동기가 높을 경우 사람들은 자신의 욕구에 관련된 활동을 할 때 관심을 가지고 즐거움을 느끼며(Lee, 2000), 이처럼 많은 동기 이론들은 행동과 수행에 영향을 주는 요인으로서 감정과 정서를 포함시키고 있다. 즐거움과 행복감 같은 긍정적인 감정은 동기와 미래 숙련시도를 증가시키나, 부정적 감정은 미래 참여동기를 감소시킬 수 있다(Mok, 2011).

스포츠 참여동기는 스포츠 활동에 참여하게 되는 직접적이거나 간접적인 이유로 특정한 행동을 지속적으로 계속하게 하는 힘이라 할 수 있다(Yang, 2006). Park and Ryu(2010)는 스포츠에 참여하게 만드는 욕구와 같은 내적인 원동력으로 참여동기가 사람들이 스포츠 활동에 참여하는 이유를 이해하는데 도움을 주며, 스포츠 참여 결과를 예측하게 해준다고 하였다.

선행연구를 살펴보면, 스포츠 참여동기를 스포츠에 참여하면서 일상에서 벗어나 스트레스 해소 및 여가생활을 확대하고자 하는 일상탈피 지향, 스포츠 체험과 스포츠 지식수준의 향상을 원하는 지식지향, 스포츠 경기 시 승리를 남들에게 보여주기 원하는 과시지향, 스포츠를 통해 타인과 교류하고자 하는 사회성 지향 등의 요인을 중심으로 연구되었다(Park & Ryu, 2010). Sung(2012)은 25세에서 55세의 남녀 중 한 달에 1회 이상 지속적으로 스포츠를 하는 소비자를 대상으로 참여동기를 파악하였다. 그 결과, 스포츠 활동 참여동기를 기준으로 스포츠 참여동기가 높은 적극적 참여집단, 사회관계 집단, 심신강화집단, 소극적 집단으로 유형화하였다. Kim(2011)의 연구에 의하면 레저스포츠 참여동기는 외적 과시, 사교, 즐거움, 운동기술, 체력/건강의 5개 요인으로 분류되었다. 또한 레저스포츠의 참여동기가 운동몰입에 영향을 미치며, 운동몰입은 레저스포츠웨어의 기능성 만족도와 재구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. Involvement

관여도는 구매행동과 관련된 심리적 특성의 하나로 제품에 대한 지각 정도, 관심도, 관련성으로 설명되며, 소비자를 구분하는 지표이고, 태도나 구매행동을 예측할 수 있는 중요한 요인으로 설명되고 있다(Park & Lee, 2009). 특히 스포츠 분야의 관여도는 소비자의 행동과 밀접한 연관을 가지며, 충성도와 구매의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(Cho & Lee, 2006; Park & Lee, 2009).

특히 스포츠 관여도는 내재적 욕구 가치와 관심을 바탕으로 스포츠에 지각되는 개인적 관련성을 의미한다(Zaichkowsky, 1985). Han(2007)은 스포츠 관여도는 제품관여도, 이슈관여도 등보다 행동지향

적인(action-oriented) 면이 강하다고 하였다. 또한 선행연구에 의하면 스포츠 관여도가 높은 소비자는 높은 충성도를 가지고 스포츠 이벤트의 스폰서에 대한 인식을 좀 더 정확히 하는 것으로 나타났다(Shin, 2002). Kim(2005)은 학생들의 스포츠참여 및 관여가 교우관계를 개선하고, 친사회적 행동에 긍정적으로 기여함을 입증하였으며, Kim(2003) 역시 스포츠 관여도가 높을수록 또래친구들과의 어울림과 신뢰가 높게 지각됨을 발견하였다. 이제까지의 스포츠 관여도에 대한 연구들은 두 가지 행동적 범주를 분리하여 고찰하였는데, 이는 ‘관적’과 ‘활동’이다. 과거의 스포츠 관여도에 대한 연구들은 이들 두 영역을 통합하여 분석하였다(Shank, 2004). 그러나 Han(2007)은 이들을 분리하여 고찰하는 것이 필요하다고 하였다. 이제까지의 연구를 살펴보면, 스포츠 관여도에 대한 연구는 있으나, 스포츠웨어 관여도를 집중적으로 조사한 선행연구가 부족하므로 본 연구에서는 스포츠웨어 관여도를 조사하고자 하였다.

3. Functional fabric

스포츠웨어는 다양한 환경에서 필수적으로 지녀야 하는 기능성이 있다. 뛰어난 활동성을 지녀야 하고, 땀을 흡수해 신속히 배출하는 기능도 필요하다. 바람과 물을 막아주고, 체온을 조절하여야 함은 물론이다. 이러한 기능을 수행하기 위하여 다양한 기능성 소재를 사용하고, 인체공학적인 디자인을 채택한다(Kim, 2010). Chung(2009)의 레저스포츠웨어의 중요도 지각에 미치는 영향에 관한 연구에 따르면 걷기운동에는 통기성과 자외선, 신축성, 향균성, 투습방수성의 기능이 중요한 것으로 지각되고 있었고, 단체 구기종목에는 통기성과 신축성이, 등산에는 통기성, 자외선 차단성, 신축성, 투습방수성, 축열보온성이, 수영에는 신축성, 통기성, 투습방수성이, 휘트니스에는 통기성, 신축성, 향균성이 각각 중요한 기능으로 지각되고 있는 등 레저스포츠웨어에 다양한 기능성이 요구되고 있다.

기능성 섬유란 보통의 용도 이외에 사용되는 특수한 기능을 가지는 섬유이다. 야외활동을 주로 하는 스포츠웨어 제품은 의복의 기능적인 측면이 중요하여 기능성 섬유를 사용하여 의류제품의 기능성을 극대화 하고 있다. 스포츠웨어에서 소비자들이

요구하는 일반적인 특성은 피복 재료의 신축성이나 스트레치성, 보온성, 통기성, 흡습성, 충격에 대한 방호성, 취급 및 관리 용이성 등이며(Choi et al., 2003), 웰빙트랜드와 관련하여 Ministry of Commerce (2006)에서는 흡한속건, 투습방수, 체온 유지, 난연, 방오, 제전, 자외선 차단, 항균성을 의류용 소재의 주요기능성으로 제시하였다. 또 다른 연구는 쾌적성, 항균 방취 기능, 온도 조절 기능, 건강 기능, 미용 기능, 웰루킹(well-looking)을 주요 기능성으로 들었다(Song et al., 2005). 선행연구를 바탕으로 스포츠웨어에 사용되는 기능성 섬유의 성질은 다음과 같다.

신축성 소재란 잘 늘어나며 회복도 잘되어 활동하기 편안한 신축 기능성 소재로 고무와 비슷한 특성을 가진, 천연고무보다는 조금 못하지만 아주 우수한 폴리우레탄이 대표적인 소재다(Kim, 2000). 또한 스포츠웨어는 격렬한 운동에도 원단이나 의류의 봉제부위가 잘 찢어지거나, 마모 또는 변형되지 않는 내구성이 높아야 한다(Kim, 2011).

경량성 소재는 착장했을 때 무게감이 낮은 소재를 말하며, 최근의 흐름은 초박지 경향을 띠고 있다. 극세테니어의 화섬을 사용한 고밀도 직물이나, 니트로 운동 시 무게감을 줄여 근육피로를 줄이는데 기여한다. 폴리에스터 중공사로 만들어지는 pola fleece는 이중구조 편직물을 제조한 후 기모하여 가벼우면서도 보온성과 통기성이 우수한 것이 특징이다(Lee, 2010).

운동을 하거나 옷을 오래 입으면 섬유에서 악취가 난다. 원인은 인체에 유해한 박테리아균이 서식하기 때문이다. 박테리아는 운동 시 흘리는 땀(수분), 온도(37°C에서 가장 왕성하게 번식), 의복에 묻어 있는 오염물질을 영양분으로 삼아 서식하게 된다(Nam, 2003). 항균섬유는 인체에 해로운 세균이나 미생물 등을 없애주는 기능을 하는 소재이다. 섬유 내부에 항균제를 첨가하는 방법과 후처리로 항균가공을 하는 두 가지 방법에 의해 제조된다.

물체가 마찰하거나 다른 물체와 접촉하면 정전기가 발생하는 데, 도전성이 좋은 물체는 정전기를 분산시키나, 도전성이 나쁜 물체는 정전기를 분산시키지 못해 물체의 표면에 전하가 남게 되는 대전 현상이 나타난다. 이러한 대전성은 의복의 착용 시 직물과 직물의 마찰이 일어나 스파크, 방전 쇼크,

먼지 흡착현상 외에 불꽃 방전에 의한 가스 폭발 등의 재해를 일으킬 수 있어 주의를 요한다(Cho, 2004).

자외선은 가시광선(400~700nm)보다 단파장의 전자파로 오존층에 흡수되지 않고, 지상에 도달하는 것으로 장시간 피부 노출 시 피부 노화는 물론 피부암과 백내장 등을 유발할 수 있다. 자외선 차단 섬유를 통해 피부 노화, 기미, 피부암의 발생 등을 예방한다. 또한 인체에 유해한 자외선(UV) 차단에 대한 관심이 높아지면서 세계 유수의 건강단체들이 자외선 차단 기능이 있는 소재의 의복을 입을 것을 권장하고 있다. 특히, 스포츠나 아웃도어 등 야외 레저 활동을 목표로 하는 의류를 선택할 때에는 자외선에 대한 안전성을 적극적으로 확인해야 한다(Kim, 2011).

투습방수기능은 비나 눈 등 외부의 물기는 막아주면서 내부의 습기는 배출하는 기능성 소재로 재킷이나 바지 같은 겉옷과 모자, 장갑, 신발 등 외부에 직접 노출되는 제품에 주로 사용되며, 폭풍우와 눈보라와 같은 악천후에도 신체를 보호하는 역할을 한다. 차가운 외기로부터 체온을 보호하는 보온 기능성 소재는 에어층을 형성하여 열전도성을 낮추어 보온하는 폴리에스터 중공사나 극세사가 있으며, 축방열의 원리를 활용한 세라믹이나 P.C.M (Phase Change Materials) 물질을 혼입한 제품, 친수성 기능에 수증기 흡착시 흡착열을 이용한 제품 등이 있다. 통기성은 인체로부터 발생되는 수분이나 열을 외부로 잘 전달하여 몸을 쾌적하게 해주는 역할을 함으로 매우 중요한 기능 중에 하나다(Kim, 2011).

흡한속건섬유란 일반적으로 수분을 흡수하기 어려운 합성섬유를 단면형상의 변화, 중공, 다공화 등의 개조, 친수성 물질의 표면 처리 등의 방법으로 흡수, 흡한성섬유가 더 발달한 것으로서 흡수력뿐만 아니라, 건조력까지 뛰어난 섬유이다(Kwon et al., 2000). 흡한속건 기능은 쾌적감의 주 결정요인으로 모세관 원리를 이용한 폴리에스터 원사를 사용한 원단에 흡수성을 부여한 가공제품이 주류를 이루고 있다. 모세관 원리 활용은 수분을 신속히 흡수하여 넓은 표면적을 통해 빨리 확산시켜 건조시킨다(Kim, 2011).

스포츠웨어 관련 업체에서도 고기능성 소재나 가공 기술을 적용하여 스포츠 경기력이나 소비자 만족

도를 높일 수 있는 고기능성 스포츠웨어를 개발해왔다. 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 주요성능으로는 내마찰·마모성, 내세탁성, 투습발수성, 유연성, 흡한속건성, 방오성, 경량성, 최적의 피부접촉성, 소취 및 항균성, 활동성, 신축성, 자외선 차단성 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(2009)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, 저가라인의 고기능성 스포츠웨어를 개발하기 보다는 고기능성에 대하여 소비자들을 설득하고 고품질의 고기능성 스포츠웨어로 소비자 만족을 유도하는 편이 더 효율적일 것이라고 주장하였다. 고기능성 스포츠웨어에 대한 요구 수준을 분석한 성행 연구들을 살펴보면 Kwon and Go(2002)는 참여하는 스포츠 유형에 따라 스포츠웨어의 고기능성을 구분하였다. 수영복의 경우, 고탄력성과 불투명성을, 스키복의 경우 내구력이나 내마모성, 신축성, 축열성, 보온성을, 골프웨어나 테니스복의 경우 흡한속건성과 자외선 차단성을 보강할 필요가 크다고 하였다. Oh and Koo(2010)는 남녀 골퍼들의 경우, 골프웨어의 투습방수성과 방풍성에 대한 요구 수준이 가장 높고, 특히 남성 골퍼들은 골프의 즐거움 이외에 승부에 많은 의미를 두기 때문에 고기능성 골프웨어에 대하여 잘 인지하고, 골프웨어의 신축성에 대한 요구 수준이 가장 높다고 하였다. Sung (2011)의 연구에 의하면 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 신

축성과 내구성을 가장 고려한다고 하였다. Lee et al.(2010)은 대학생들은 고기능성 스포츠웨어의 흡습속건성, 고흡습성, 촉감, 내구성, 방풍성, 세탁용이성 등을 중요시하고, 난연성이나 전자파 차단성은 상대적으로 덜 중요시한다고 하였다.

III. Methods

1. Research methods

본 연구의 조사대상은 20대 여대생으로 선정하였다. 대학생을 조사대상으로 선정된 이유는 많은 대학생들이 간편성, 활동성 등으로 인해 스포츠웨어를 즐겨 착용하며, 비교적 가볍고 착용감이 좋아 대학생들이 운동복과 외출복을 겸해서 입을 수 있기 때문이다(Kang & Lee, 2003). 또한 Ministry of culture, sports and tourism(2012)에 의하면, 20대 여성의 체육활동 참여 이유를 알아본 결과, ‘체중 조절 및 체형 관리’가 54.3%로 여성의 모든 연령대 중에서 가장 높게 나왔으며, ‘건강 유지 및 증진’ 31.4%로 두 번째로 높은 운동참여 이유로 나타났다. 그 외에 ‘여가 선용’, ‘스트레스 해소’가 스포츠 참여동기로 나타났다. 체육활동 참여로 인해 ‘긍정적 인생관리, 삶의 통제력’이 상승한다는 응답에서 20대 여성 집단이 7.3점으로 가장 높았으며, ‘주변 친화 및 목표 달성 노력’의 응답에서도 마찬가지로 7.1점으로 10대(7.2점) 다음으로 높은 점수를 보였다. 또한 체육활동으로 행복지수에 미치는 효과를 알아본 결과, 여자의 경우 20대(70.88점), 10대와 30대(69.97점), 40대(69.64점), 50대(69.15점), 60대(66.06점), 70대 이상(63.04점) 순으로 나타났다. 따라서 본 연구는 20대 여성을 연구대상으로 선정하였다.

예비조사를 거쳐 선정된 설문지 문항을 통해 200명의 대학생들에게 설문지를 돌린 결과, 불완전한 답변을 제외한 총 185부가 최종분석에 사용되었다. 설문지에는 스포츠웨어 브랜드 관여도, 기능성 만족도, 참여동기 및 재구매의도에 대한 문항이 포함되었다. 연구대상자의 인구통계적 특성을 살펴보면, 거주지역은 서울이 123명(68%), 경기도가 58명(32%)으로 나타났다. 월평균 의복지출비는 5만 원 미만이 17명(9.4%), 5~10만 원 미만이 62명(34.4%), 10~20만 원 미만이 68명(37.8%), 20~30만 원 미만

이 15명(8.3%), 30만 원 이상이 18명(10%)으로 10~20만원 미만이 가장 많은 것으로 나타났다. 본 연구에 참여한 응답자들의 경우, 스포츠 활동을 한 달에 2~3회 정도 하는 응답자가 40명(21.6%), 한 달에 1회 정도 한다고 대답한 응답자가 39명(21.1%)으로 나타났다. 주로 구입하는 스포츠웨어 품목으로는 복수응답으로 런닝웨어류, 조깅웨어/츄리닝류, 팬츠류의 순으로 나타났다.

2. Measurement tool and conceptual definition

1) Sports motivation

스포츠 참여동기를 측정하기 위해 Kim(2011)의 연구에서 13문항을 5점 Likert 척도로 측정하였다. 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값이 .92로 높게 나타났다.

2) Sportswear customers' level of involvement

스포츠웨어 관여도를 측정하기 위해 본 연구에서는 Kim(2009)의 연구에서 사용된 5문항을 5점 Likert 척도로 측정하였다. 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값이 .89로 높게 나타났다.

3) Functional satisfaction and importance

기능성 만족도 및 중요도를 측정하기 위해 Kim(2011)과 Lim(2003)의 연구에서 사용한 문항을 예비조사를 통해 추출하여 5점 Likert 척도로 측정하였다. 기능성 만족도 및 중요도는 자외선 차단, 흡한속건성, 투습방수성, 통기성, 보온성을 포함하는 쾌적기능성과 내구성, 신축성, 경량성을 포함하는 운동기능성 만족으로 구성되었으며, 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값이 .84으로 높게 나타났다.

4) Repurchase intention

재구매의도는 Oh(2008)의 문항을 예비조사를 통해 수정, 보완하여 5점 Likert 척도로 측정하였다. 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값이 .90으로 높게 나타났다.

3. Research subjects

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 스포츠참여동기, 스포츠웨어 관여도, 기능성 만족도가 스포츠웨어 재구매의도에 미치는 영향을 분석한다.

둘째, 스포츠 참여동기가 기능성 중요도에 미치는 영향을 살펴본다.

셋째, 스포츠웨어 관여도에 따른 기능성 중요도의 차이를 살펴본다.

IV. Result and Discussion

1. Factor analysis of sports motivation

스포츠 참여동기에 대한 13개 문항을 요인분석한 결과, <Table 1>에 보이는 것과 같이 4개의 요인이 도출되었으며, 총 변량의 84%를 설명하는 것으로 나타났다. 요인 1은 사교/즐거움에 대한 내용으로 고유값은 6.35, 신뢰도는 .88로 나타났다. 요인 2는 과시성에 대한 문항으로 고유값 4.19, 신뢰도 .77이고, 요인 3은 체력 증진과 관련된 문항으로 고유값 3.88, 신뢰도 .71로 나타났다. 요인 4는 외모 유지와 관련된 문항으로 고유값 3.70, 신뢰도 .69로 나타났다. 이는 Kim(2011)의 연구에서 사용되어진 참여동기의 차원과 유사하나, 사교와 즐거움이 합쳐져서 하나의 요인으로 나타났으며, 차이점으로는 선행연구와는 달리 외적 과시 요인이 외모 유지와 과시성의 2 요인으로 분리되어 나타났다는 점이 상이한 결과를 보였다(Table 1).

2. Effect of sports motivation, functional satisfaction, sportswear customers' level of involvement on sportswear repurchase intention

스포츠 참여동기, 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도가 스포츠웨어 재구매의도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 스포츠웨어 재구매의도를 종속변수로, 스포츠 참여동기, 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도를 독립변수로 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과, <Table 2>에서 제시된 것과 같이 스포츠 참여동기를 제외한 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도가 모두 스포츠웨어 재구매의도에 유의한 영향을 미치고 있었다. 즉, 기능성 만족도, 그리고 스포츠웨어 관여도가 높을수록 스포츠웨어 재구매의도는 더 높아짐을 알 수 있었다. 이러한 결과는 기능

Table 1. Factor analysis of sports motivation

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	Total variance explained(%)	Reliability (Cronbach's α)
Socializing/ pleasure	I exercise because I enjoy learning new skills.	.881	6.345	28.08	28.08	.881
	I exercise because of a pleasant sensation when I work out.	.863				
	I like meeting and socializing with new people when you work out.	.801				
	I exercise because I can mingle with other people comfortably.	.796				
	I exercise in order to feel the freshness after working out.	.782				
Conspicuous- ness	I exercise because I want to show off my body shape.	.886	4.193	24.25	52.33	.765
	I exercise because it is a good opportunity to let others know about me.	.798				
	I exercise in order to draw attention of other people.	.756				
Improvement of physical strength	I exercise in order to feel the improvement of my physical strength.	.801	3.876	16.98	69.31	.707
	I exercise because it helps me to live a healthy lifestyle.	.796				
	I exercise in order to improve work out skills and my strength.	.784				
Appearance maintenance	I exercise in order to build up a good body shape.	.788	3.704	15.04	84.35	.694
	I exercise to lose weight and maintain it.	.765				

Table 2. Effect of Sports motivation, functional satisfaction, sportswear customers' level of involvement on sportswear repurchase intention

Independent variable	Dependent variable	β	t	R^2	F
Sports motivation	Repurchase intention	.021	0.268	.270	19.705***
Functional satisfaction		.328	4.677**		
Sportswear involvement		.328	4.319***		

** $p < .01$, *** $p < .001$

성 만족도 및 관여도가 소비자들의 재구매의사 결정시 소비자의 마음속에 자사의 브랜드를 차별화시킬 수 있는 중요한 수단으로 작용함을 의미하며, Kim(2011)의 연구결과와 맥락을 같이함을 알 수 있다. Kim(2011)의 연구에서는 레저스포츠의 기능성 만족도가 재구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 레저스포츠웨어의 기능성 중요도 고집단이 저집단보다 사교와 즐거움, 자기조절효능

감, 행위몰입 및 쾌적기능성 만족도를 더 높게 생각하는 것으로 나타났다. 한편, 스포츠 참여동기는 스포츠웨어 재구매의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다는 본 연구의 결과는 레저스포츠의 참여동기와 자기조절효능감이 운동몰입에 영향을 주어 운동몰입 시 레저스포츠의 기능성 만족도와 재구매의도에 중요한 심리적 변인이었다는 Kim(2011)의 연구결과와는 차이를 보였다.

3. Sports motivation and functional importance

스포츠 참여동기가 스포츠웨어의 기능성 중요도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과, 스포츠 참여동기 요인이 기능성 중요도에 미치는 영향에 차이가 있음을 알 수 있다. <Table 3>에서 제시된 것과 같이 스포츠 참여동기의 하위요인 중 사교/즐거움 요인과 과시요인은 쾌적기능성 중요도에 유의한 영향을 미쳤으나, 나머지 요인은 유의한 영향을 미치지 않은 반면, 운동기능성 중요도에는 체력 증진과 외모 유지 요인만이 유의한 영향을 미치고 있었다. 즉, 스포츠 참여 시 타인과의 사교 및 즐거움에 대한 동기와 과시성 동기가 높을수록 스포츠웨어의 쾌적기능성 중요도가 높은 반면, 스포츠 참여시 체력 증진과 외모 유지 동기가 높을수록 스포츠웨어의 운동기능성 중요도가 더 높아짐을 알 수 있었다. 이러한 결과는 고기능성 스포츠웨어 착용 경험이 있고, 스포츠 활동 참

여동기의 요인 중 과시욕이 높고, 스포츠 활동 참여기간이 긴 소비자들은 고기능성 스포츠웨어 구매의도가 높았다는 선행연구의 결과(Kim, 2013)와 비슷하나, 본 연구의 결과에서는 스포츠웨어 구매의도가 아닌 기능성 중요도를 보았다는 점에서 그 차이가 있다고 하겠다. 그 원인은 스포츠 활동 시 사교나 즐거움을 목적으로 참여하는 소비자들은 스포츠웨어의 내구성이나 경량성보다는 운동 시 신체를 쾌적하게 유지해줄 수 있는 흡한속건성, 투습방수성, 통기성 등의 기능을 더 중시하기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

4. Sportswear customers' level of involvement and functional importance

스포츠웨어 고관여 소비자와 저관여 소비자의 기능성 중요도의 차이를 살펴보기 위해 MANOVA를 실시한 결과, 스포츠웨어 관여의 정도가 기능성 중

Table 3. Effect of sports motivation factors on functional importance

Independent variable	Dependent variable	β	t	R^2	F
Socializing/pleasure	Importance on amenity function	.178	4.357***	.254	21.488***
Conspicuousness		.164	4.145***		
Improvement of physical strength		.033	0.342		
Appearance maintenance		.024	0.247		
Socializing/pleasure	Importance on movement function	.060	1.478	.287	19.754***
Conspicuousness		.009	0.242		
Improvement of physical strength		.268	6.084***		
Appearance maintenance		.184	4.572***		

*** $p < .001$

Table 4. Differences between high involvement and low involvement groups in sportswear in functional importance factors

Functional importance factors	High involvement group	Low involvement group	F -value
	Means		
MANOVA-Pillai's Trace			
Univariate F tests			
Importance on amenity function	2.74	3.78	15.85*
Importance on movement function	4.12	3.14	35.14**

* $p < .05$, ** $p < .01$

요도에 미치는 영향에 차이가 있음을 알 수 있다. <Table 4>에서 제시된 것과 같이 스포츠웨어 관여도가 높은 소비자들은 쾌적기능성보다는 운동기능성을 중요시하는 반면, 스포츠웨어 관여도가 낮은 소비자들은 쾌적기능성을 더 중요시함을 알 수 있었다. 스포츠 관여도와 관련된 선행연구를 살펴보면, 주로 스포츠 관여도가 스포츠 스폰서십을 통해 구매의도에 미치는 영향을 조사한 연구는 존재하나(Kim & Ko, 2012; Huh, 2013; Hwang & Choi, 2013), 스포츠웨어 관여도와 기능성 중요도와의 관계를 살펴본 연구는 부족한 것을 알 수 있다.

V. Conclusion

본 연구는 스포츠 참여동기와 스포츠웨어 관여도에 따른 기능성 만족도 및 재구매의도의 관계를 밝힘으로써 스포츠웨어의 재구매의도에 영향을 미치는 심리적 결정요인을 분석하고자 하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 스포츠 참여동기에 대한 13개 문항을 요인 분석한 결과, 4개의 요인이 도출되었다. 요인 1은 사교/즐거움에 대한 내용, 요인 2는 과시성에 대한 문항으로 나타났으며, 요인 3은 체력 증진과 관련된 문항, 요인 4는 외모 유지와 관련된 문항으로 나타났다. 둘째, 스포츠 참여동기, 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도가 스포츠웨어 재구매의도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 스포츠웨어 재구매의도를 종속변수로, 스포츠 참여동기, 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도를 독립변수로 다중회귀분석을 실시한 결과, 스포츠 참여동기를 제외한 기능성 만족도, 스포츠웨어 관여도가 모두 스포츠웨어 재구매의도에 유의한 영향을 미치고 있었다. 셋째, 스포츠 참여동기가 스포츠웨어의 기능성 중요도에 미치는 영향을 알아본 결과, 스포츠 참여동기의 하위요인 중 사교/즐거움 요인과 과시요인은 쾌적기능성 중요도에 유의한 영향을 미쳤으나, 나머지 요인은 유의한 영향을 미치지 않은 반면, 운동기능성 중요도에는 체력 증진과 외모 유지 요인만이 유의한 영향을 미치고 있었다. 넷째, 스포츠웨어 고관여 소비자와 저관여 소비자의 기능성 중요도의 차이를 살펴보기 위해 MANOVA를 실시한 결과, 스포츠웨어

관여도가 높은 소비자들은 쾌적기능성보다는 운동기능성을 중요시하는 반면, 스포츠웨어 관여도가 낮은 소비자들은 쾌적기능성을 더 중요시함을 알 수 있었다.

본 연구의 결과를 바탕으로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 스포츠 참여동기에 대한 문항을 요인 분석한 결과, 사교/즐거움, 과시성, 체력 증진, 외모 유지의 4개의 요인이 도출되었기 때문에 이는 스포츠웨어 소비자의 시장세분화에 있어서 참여동기가 하나의 세분화를 하는 기준변수가 될 수 있음을 시사한다. 또한 기능성 만족도, 그리고 스포츠웨어 관여도가 높을수록 스포츠웨어 재구매의도는 더 높아진다는 결과를 통해 기능성 만족도 및 관여도가 소비자들의 재구매의사 결정시 소비자의 마음속에 자사의 브랜드를 차별화시킬 수 있는 중요한 수단으로 작용함을 알 수 있다.

둘째, 스포츠 참여시 타인과의 사교 및 즐거움에 대한 동기와 과시성 동기가 높을수록 스포츠웨어의 쾌적기능성 중요도가 높은 반면, 스포츠 참여시 체력 증진과 외모 유지 동기가 높을수록 스포츠웨어의 운동기능성 중요도가 더 높아졌다는 결과를 통해 스포츠 참여동기에 따른 스포츠웨어 시장의 세분화를 해야 할 필요성이 있음을 알 수 있다. 즉, 스포츠 참여동기가 타인과의 사교를 위해 다른 사람들과 어울릴 수 있기 때문이거나, 운동을 하는 것 자체가 즐겁고 멋지게 운동하는 모습을 타인에게 자랑하고 싶어서 하는 소비자 집단을 대상으로 할 경우, 스포츠웨어의 기능성 중 흡한속건성 만족이나 통기성, 투습방수성 등을 부각시킬 수 있는 스포츠웨어의 기능에 초점을 맞추어야 할 것이다. 반면, 스포츠 참여동기가 어려운 운동기술을 해냈을 때 느끼는 성취감이나 체력이 증진되어 생활에 도움이 되기 때문에 참여하는 소비자 집단을 대상으로 할 경우, 스포츠웨어의 내구성, 신축성, 경량성 등의 기능에 초점을 맞추어 제품기획이나 홍보를 해야 할 것이다. 또한, 스포츠웨어에 관여도에 따라라도 시장을 세분화할 필요성이 있다고 할 수 있겠다. 즉, 스포츠웨어 관여도가 높은 소비자들은 쾌적기능성보다는 운동기능성을 중요시하는 반면, 스포츠웨어 관여도가 낮은 소비자들은 운동기능성

보다는 쾌적기능성을 중요시함을 스포츠웨어 제품 기획 시 주지하여 기획해야 할 것이다.

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 대상이 여대생들로 한정된 만큼 연구결과의 일반화에 한계가 있으므로, 향후 연구에서는 다양한 연령대의 소비자들을 대상으로 한 연구가 진행되어야 할 것이다. 둘째, 스포츠웨어 관련 변인 중 참여동기나 관여도 외에도 운동몰입이나 라이프 스타일 등의 다른 변수들이 스포츠웨어의 재구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행한다면 좀 더 많은 시사점이 도출될 수 있을 것으로 사료된다. 셋째, 본 연구는 일반적인 스포츠웨어를 대상으로 연구를 진행한 만큼 그 결과를 모든 종류의 스포츠웨어에 적용하기에는 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 등산복, 아웃도어웨어, 골프복 등 다양한 유형의 스포츠웨어에 맞는 연구를 기능성 만족도 및 중요도 등의 변수를 중심으로 수행하여야 할 것이다.

References

- Ahn, K. H., Hwang, S. J., & Jung, C. J.(1999). *Fashion marketing*. Seoul: Su-hak-sa.
- Cho, A. R.(1987). A study on consumer apparel buying behavior base on fashion trend immersion. Unpublished master's thesis, Sugang University, Seoul.
- Cho, E. J.(2002). Brand extension related to consumers' brand involvement and apparel product knowledge. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Cho, K. S.(2004). *Up-to-date textile material*. Seoul: Sigma Press.
- Cho, Y. C., & Lee, S. C.(2006). The relationship among the involvement and commitment on game attendance intention, purchase intention of licensed products in professional soccer supporters. *Korean Journal of Sport Management*, 11(4), 249-260.
- Choi, J. H., Kim, M. J., & Lee, H. K.(2003). Evaluation on sportswear functions-focusing on biological reaction. *Textiles Technology and Industry*, 7(4), 447-456.
- Chung, I. H.(2009) 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 and Textiles*, 33(9), 1495-1505.
- Hallowell, R. (1996). The relationship of customer satisfaction, customer loyalty and profitability: An empirical study. *International Journal of Service Industries Management*, 7(4), 27-42.
- Han, K. H.(2008). The effects of consumer attributes on attitudes toward sports event marketing. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 10(2), 124-149.
- Hana Institute of Finance.(2009). Analysis of Korean apparel market and future forecast. <http://www.hanaif.re.kr>.
- Heo, C. M.(2013). Effects sport involvement and awareness of sponsor enterprise on brand loyalty, attitude toward the sponsor, and purchase intention of golf customers. *Journal of Sports and Leisure Studies*, 53, 131-142.
- Hwang, C. S., & Choi, M. H.(2013). The influence of consumers' sports involvement on their attitudes to sports sponsorship of sportswear, brand equity and purchase intention. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(6), 921-937.
- Hwang, M. S.(2004). Study on participation and life satisfaction of adults in sport activities. Unpublished master's thesis, Korean National University of Education, Seoul.
- Jeong, Y. H.(2008). Brand preference and selection criteria on the sportswear of secondary students. Unpublished master's thesis, Yeungnam University, Gyeongbuk.
- Jung, Y. K.(1998). Relationship of sports motivation, sports immersion, and leisure satisfaction. *Korean Society of Sports Psychology*, 9(1), 233-245.
- Kang, H. J., & Lee, J. Y., (2003). *Modern sport management*. Seoul: Hakhyunsa
- Kang, J. J.(2010). Non-stop blue ocean, outdoor, sports, golf. Fashion Clue, Seoul; *Korea Fashion &*

- Textile News*, 12-16.
- Kim, C. H.(2011). The effect of the leisure sports motivation, self-efficacy and sport commitment on the satisfaction with function and repurchase intention of the leisure sportswear. Unpublished doctoral dissertation, Chung-ang University, Seoul.
- Kim, J. H., & Ko, K. J.(2012). An examination of relationship between sport sponsorship images and intent to purchase on the basis of involvement in sports. *The Korea Journal of Sports Science*, 21(1), 511-525.
- Kim, J. K., Ji, Y. K., & Kang, H. M.(2008). The analysis of outdoor sportswear customer's purchasing behavior based on the level of sport involvement. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 34(1), 163-176.
- Kim, M. S.(2004). The effects of sports' activities on children's prosocial behaviors after school. *Korean Journal of Physical Education*, 43(6), 105-113.
- Kim, S. D., & Lee J. H.(2000). The factors involved of purchasing sports equipments for leisure in the university students according to their incomes. *Korean Journal of Physical Education*, 39(3), 798-811.
- Kim, S. R.(2000). *A study on garment material*. Seoul: Kyumunsa.
- Kim, Y. J.(2009). Study of sports ware purchasing character and re-purchase on students in university life style. Unpublished master's thesis, Sook-myung Women's University, Seoul.
- Kim, Y. M.(2005). The relationship among sports participation, internet addiction, and friendship of elementary students. *Korean Journal of Physical Education*, 44(5), 205-216.
- Kim, Y. S.(2013). Consumers' needs and purchase intention of high functional sportswear according to sport participation motivations. *Korean Journal of Human Ecology*, 22(1), 141-155.
- Koplan, J. P.(1982). An epidemiologic study of the benefits and risks of running. *Journal of the American Medical Association*, 24(8), 3118-3121.
- Korea Fashion Association.(2010). Korea fashion market trend 2010. 2010SS KFI Research Analysis & 2010 FW Market Forecasting, Seoul.
- Krugmen, H. E.(1965). *The impact of television advertising: Learning without involvement*. New York: Public Opinion Quarterly.
- Kwon, B. J.(2003). Relationship between motivation and self-esteem of association runners. Unpublished master's thesis, Busan University of Foreign Studies, Busan.
- Kwon, O. K., & Go, J. W.(2002). High functional fiber and sportswear. *Journal of Korean Society of Clothing Industry*, 4(5), 421-431.
- Kwon, O. K., Kim, H. E., & Na, Y. J.(2000). *Fashion and sense science*. Seoul: Kyumunsa.
- Lee, E. H.(2010). Development of outdoor wear to be wearable as townwear: For women of their 20s and 30s. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Women's University, Seoul.
- Lee, E. S.(2003). Study on the characteristics for fashion brand identity and development-focusing on the active sport wear brands. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Lee, J. W.(2000). Types of apparel brand extensions and empirically tested leverage effects. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Lee, K. H.(2005). *Exercise movement & sports psychology*. Seoul: Dae-han Media.
- Lee, S. J.(2012). Comparative analysis on the relationship between sportswear shoppers' perceived service quality and customer satisfaction/trust/relationship commitment in on and offline shopping malls. Unpublished doctoral thesis, Chonnam National University, Chonnam.
- 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.
- Lim, E. S.(2003). New material's a tendency for active sportswear. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Ministry of Commerce(2006). A study on development

- of functional fabric planning technology suitable for well-being trend. Gu-Mi.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism(2012). Survey on citizens' sports participation.
- Mok, J. K.(2011). The effect of participatory motives of those who like bowling on their leisure satisfaction. Unpublished master's thesis, Yong-in University, Gyeong-gi.
- Nam, S. Y.(2003). Shopping orientation in men's formal wear and consumer's clothing satisfaction: focused on functional material. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Oh, R. G., & Koo, Y. S.(2010). The actual conditions of consumers' usage of functional golfwear. *Journal of Korean Society of Clothing Industry*, 12(2), 179-187.
- Oh, Y. S.(2008). Relationship for sports brand identity and re-purchase. Unpublished doctoral dissertation, Dankook University, Gyeong-gi.
- 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.
- Park, K. L.(2000). The factor of the sports wear purchasing behavior. Unpublished master's thesis, Chung-ang University, Seoul.
- Rhee, Y. J., & Lee, E. O.(2011). The qualitative study on outdoor sportswear purchase behavior -Focusing on functional fabric awareness level and benefits sought-. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1088-1101.
- Sherif, M., & Cantril, H.(1947). *The psychology of ego involvement, social attitude and identifications*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Song, S. J., Choi, Y. B., & Kim, S. H.(2005). The trend of textile goods related to well-being phenomenon. *Polymer Science and Technology*, 16(5), 613-618.
- Sports Leisure Textile Research Center.(2006). *Report on sports, leisure wear firm/consumer research*. In-cheon: Inha University.
- Sung, H. W.(2011). Merchandising process analysis of outdoor sportswear brands. *Journal of the Korean Society of Clothing & 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.
- 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.
- Yang, J. K.(2007). The relationships among enjoyment source of general physical education, leisure satisfaction and continuance of physical activities in university. *The Korea Journal of Sports Science*, 16(1), 17-27.
- Yu, J.(1994). *Integrated model of sports motivation theory*. Seoul: Park-young-sa.
- Shin, S. H.(2002). A comparison on involvement to professional sports teams. *Korean Journal of Sport Management*, 7(1), 177-189.
- Shank, M. D.(2004). *Sports marketing: A strategic perspective(3rd eds.)*. NJ: Prentice Hall.
- Park, H. K., & Lee, H. G.(2009). Relation among sport involvement, brand recognize and perceived quality of sport product and loyalty. *Korean Society of Sport and Leisure Studies*, 37, 379-387.
- Zaichkowsky, J. L.(1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 342-359.