

2022 등산용품 4060 트렌드 리뷰 보고서

4060 신중년 봄철 등산 이용 행태, 야외 활동 선호도 및 주요 봄철 나들이 태도

2022 등산용품 4060 트렌드 키워드 TOP3

'등산화'

등산할 때 신는 신
보통 창이 두껍고
바닥이 울퉁불퉁하다

'K2 코리아'

대한민국 아웃도어 제품 회사
Technical Outdoor
외부의 거친 환경으로부터
신체를 보호한다

'견고함'

- 굳고 단단하다
- 사상이나 의지 따위가
동요됨이 없이 확고하다

Table of Contents

01

-
조사 개관

02

-
응답자 프로파일

03

-
조사 결과

04

-
인사이트

05

-
소비자 리뷰

01 조사 개관

조사 개관 : 배경 및 목적

2022 등산용품 4060 트렌드 리뷰 보고서

국토의 70%가 산지로 이루어진 대한민국에서 수많은 사람들이 취미 및 여가생활로 '등산'을 즐기고 있습니다. 이러한 등산을 안전하게 즐길 수 있게 도와주는 '등산 용품'! 봄철을 맞이하여 가벼워진 옷차림과 더불어 등산복 차림도 가벼워질 예정이라고 하는 바로 지금! 에이풀에서 '등산 용품', '등산 용품 브랜드'를 위한 등산 용품 구매 경험이 있는 신중년에 대해 알아보았습니다

01

신중년 최근 구매한 등산 용품은 '등산복'

등산 용품 구매 경험이 있는 신중년 '94.5%', 최근 많이 구매한 건 '등산화'와 '바람막이', 구매 브랜드는 'K2'

02

신중년, 구매는 '만족한다' 65.8% 구매 주기는 '1년~3년 미만'

신중년의 등산 용품 구매 만족도는 '높은 편', 구매 주기는 대체로 '1년~3년 미만'인 것으로 나타나

03

신중년의 선호 브랜드 역시 'K2'!

4060 신중년이 가장 선호하는 브랜드 또한 'K2' 가장 큰 이유는 '견고함' 때문



조사 개관 : 설계 및 실행

조사 지역	전국
조사 기간	2022.02.23 ~ 2022.03.08
조사 대상자	4060 남녀
수집 정보	등산용품 구매 트렌드
참여자 경품	기본 70p(비대상자 10p), 베스트리뷰 작성자 1,000p
기타	소수점 둘째 자리에서 반올림하여 오차가 발생할 수 있음

"봄철 등산 트렌드 조사"

구매 유무

구매 브랜드

제품 리뷰

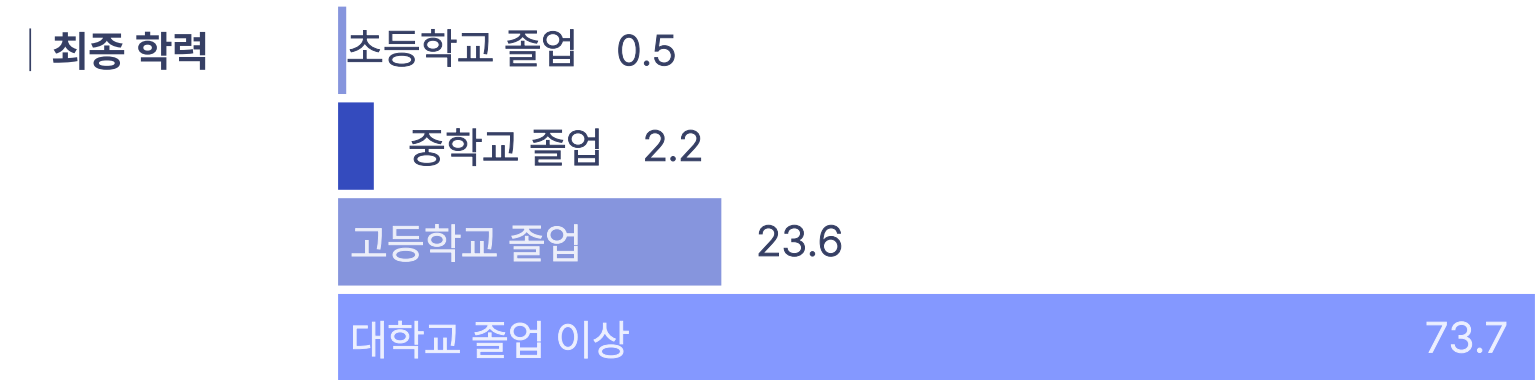
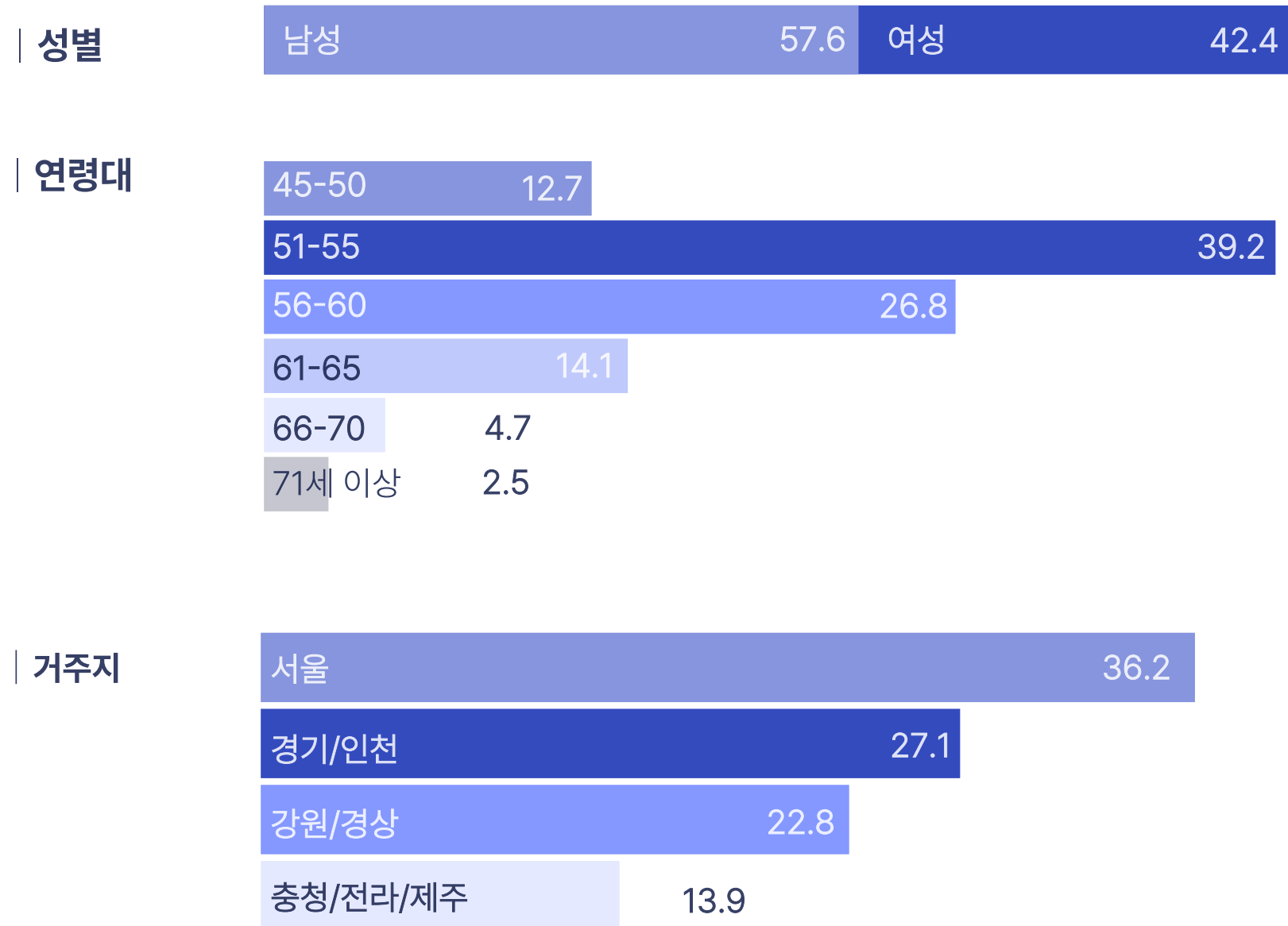
4060 등산용품 구매 트렌드

2022년 2월 23일부터 2022년 3월 8일까지 진행된 "등산 용품' 구매하셨나요?" 조사의 결과이다. 본 조사는 4060 신중년의 등산 용품 트렌드와 선호 아웃도어 브랜드 및 등산 용품 구매 주기 등을 알아보고자 진행되었다. 총 403명이 참여하여 403개의 유효 데이터를 확보하였으며, 이를 토대로 결과를 분석하였다.

02 응답자 프로파일

응답자 프로필

응답자 프로필 현황 (Base: 전체, N=403, 단위: %)



45세 이상 누락 응답이 없는 403명의 유효 데이터가 분석되었다.

남성 57.6% 여성 42.4%로 남성 응답자가 더 많았다.

응답자 연령대는 51세~55세가 39.2%로 가장 많았으며,

응답자 거주지는 서울 36.2%로 가장 많이 나타났다.

응답자 최종학력은 대학교 졸업 이상이 73.7%로 가장 많았다.



03 조사 결과

PART 1. 신중년이 최근에 구매한 등산 용품은 '등산복'

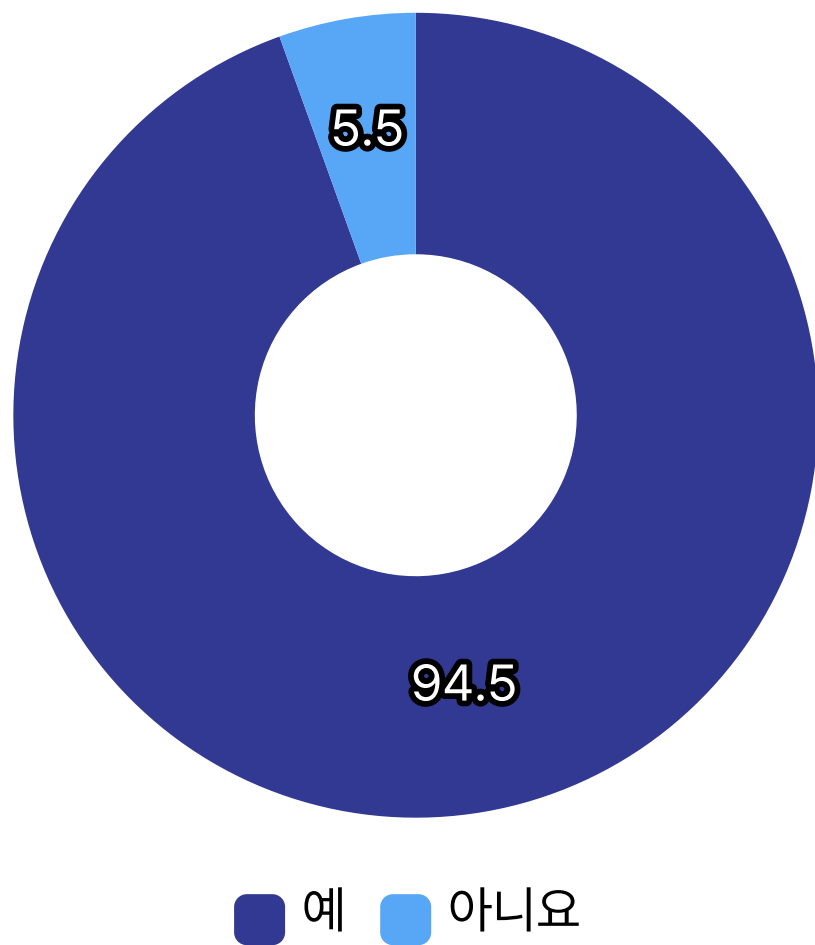
등산 용품 구매 경험이 있는 신중년 '94.5%'
최근 많이 구매한 건 '등산화'와 '바람막이'
구매 브랜드는 'K2'

03 조사 결과

조사 결과

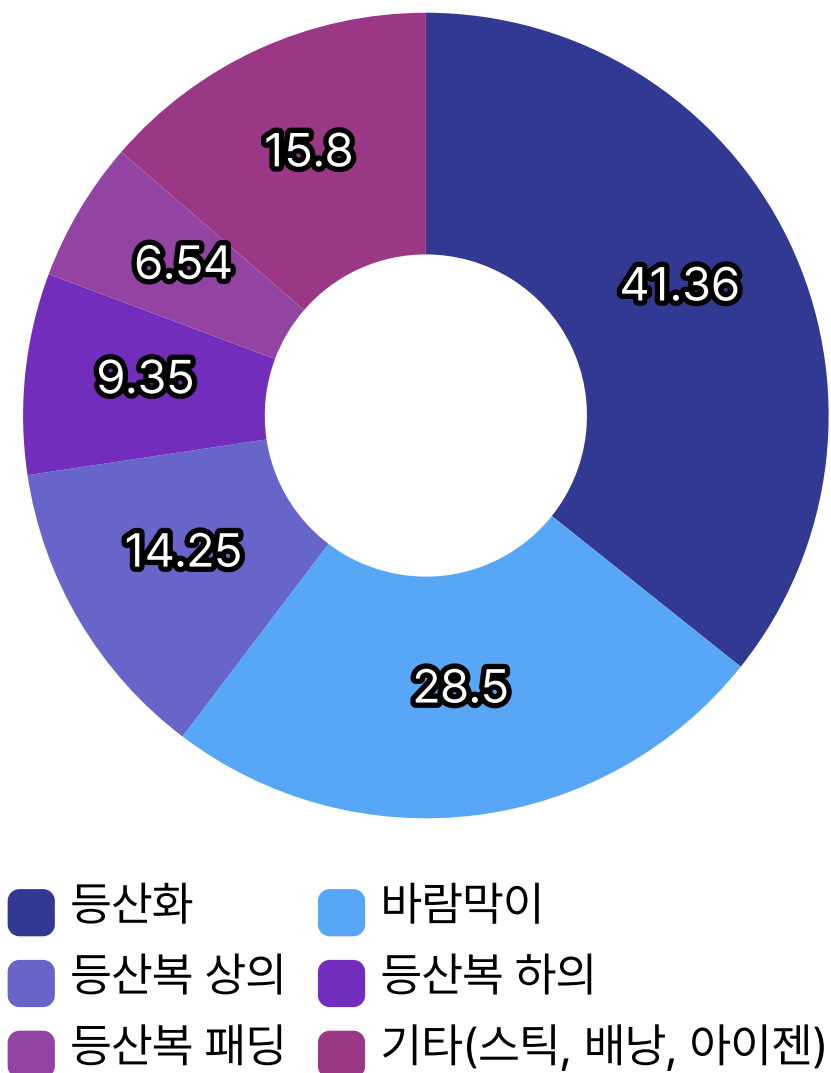
4060 남녀 94.5%가 등산 용품 구매 경험이 있는 것으로 나타났다. 한때 등산복이 신중년의 일상복이기도 했던 트렌드를 고려하면 이는 당연한 수치로 보인다. 신중년은 '가장 최근 구매한 등산 용품'으로 '등산화(24.6%)'를 꼽았다. '바람막이' 23.8%, '등산복 상의' 12.8%, '등산복 하의' 12%, '등산복 패딩' 11%가 뒤를 이었다. 이를 통해 대부분의 신중년이 '등산복'을 중심으로 등산 용품을 구매하는 것을 알 수 있었다. 등산 용품을 가장 많이 구매한 브랜드는 응답자의 33.5%가 'K2'를 택했다.

회원님께서 등산 용품을 구매하신 경험이 있으십니까?



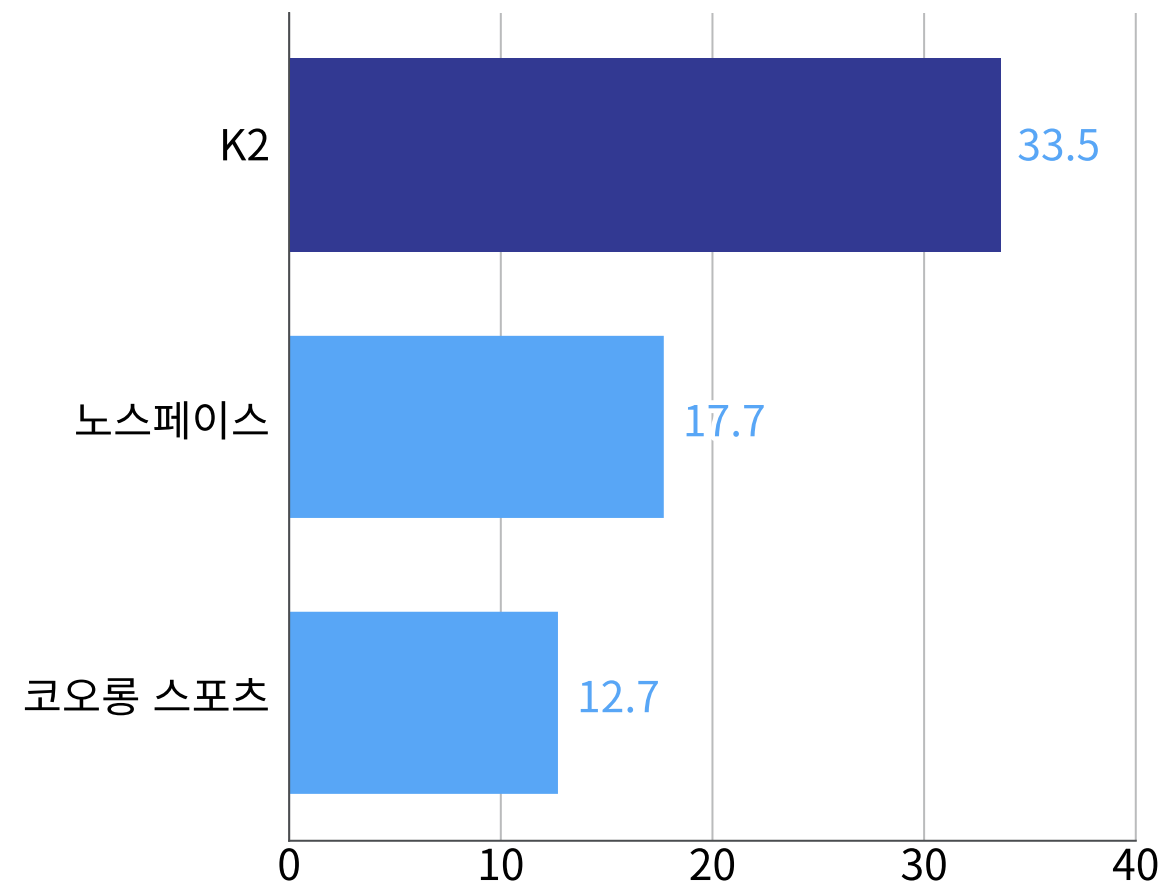
(Base: 전체, N=403, 단일응답, 단위: %)

회원님께서 가장 최근에 구매한 등산 용품은 무엇입니까?



(Base: 등산용품 구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)

해당 등산 용품을 구매하신 브랜드는 어디입니까? TOP3



(Base: 등산용품 구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)



PART 2. 신중년, 등산용품 구매 '만족' 구매 주기는 '1년~3년 미만'

신중년의 등산 용품 구매 만족도 '높은 편' 65.8%

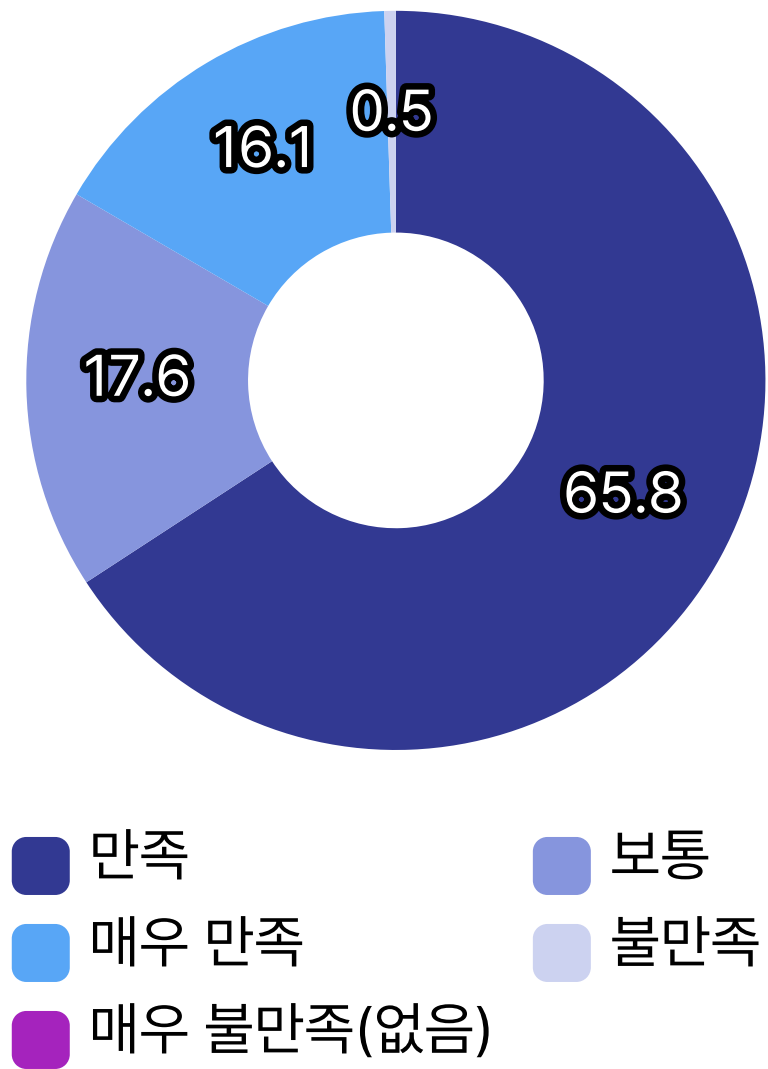
구매 주기는 대체로 '1년~3년 미만'으로 나타나

03 조사 결과

조사 결과

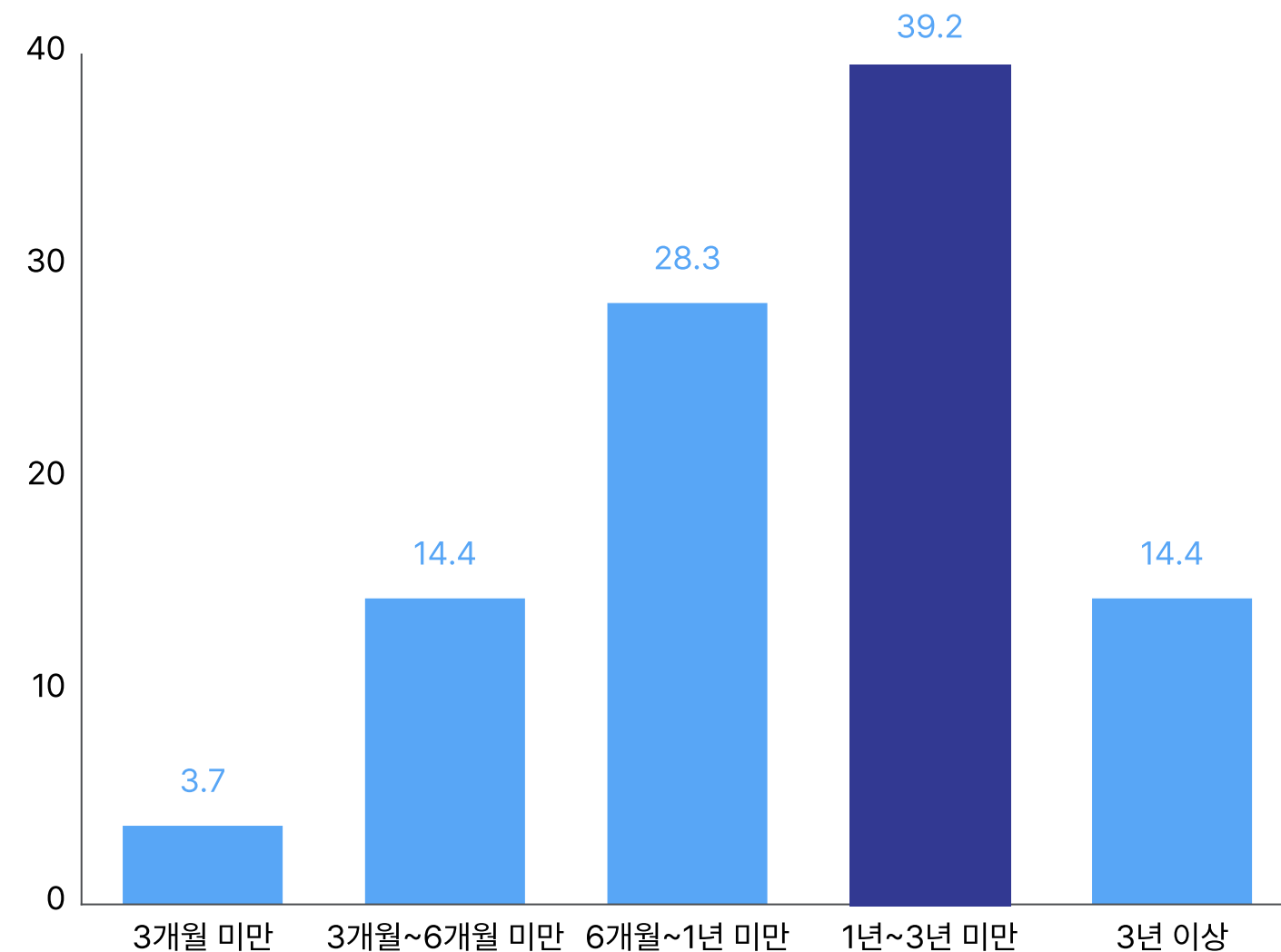
구매한 등산 용품에 대한 신중년의 만족도는 대체로 높은 것으로 나타났다. 만족에 대한 이유로는 '편하다', '착용감이 좋다'라는 응답이 주를 이루었다. 이와 같은 결과나 나올 수 있었던 것은 등산 용품 중 대체로 '등산복'을 구입하는 신중년의 소비 형태가 '직접' 확인하고 구매하기 때문인 것으로 예상된다. 4060세대의 등산 용품 구매 주기는 '1년~3년 미만'이 39.2%로 1위, '6개월~1년 미만'이 28.3%로 2위를 차지하며 긴 편으로 나타났다.

해당 등산 용품에 대한 만족도는 어떻게 되십니까?



(Base: 등산용품구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)

회원님께서 평소 등산 용품을 구매하시는 주기는 어떻게 되십니까?



(Base: 등산용품구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)



PART 3. **신중년 선호 브랜드 역시 'K2'!**

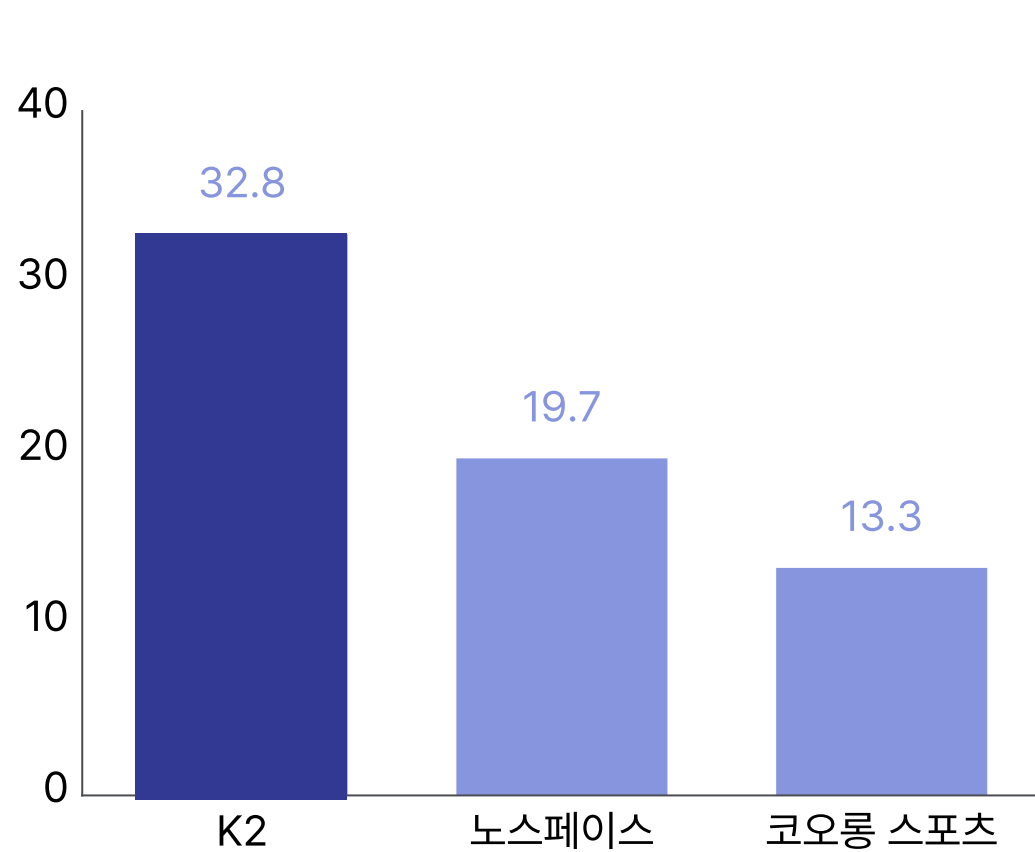
4060 신중년이 가장 선호하는 브랜드 또한 'K2'
가장 큰 이유는 '견고함' 때문

03 조사 결과

조사 결과

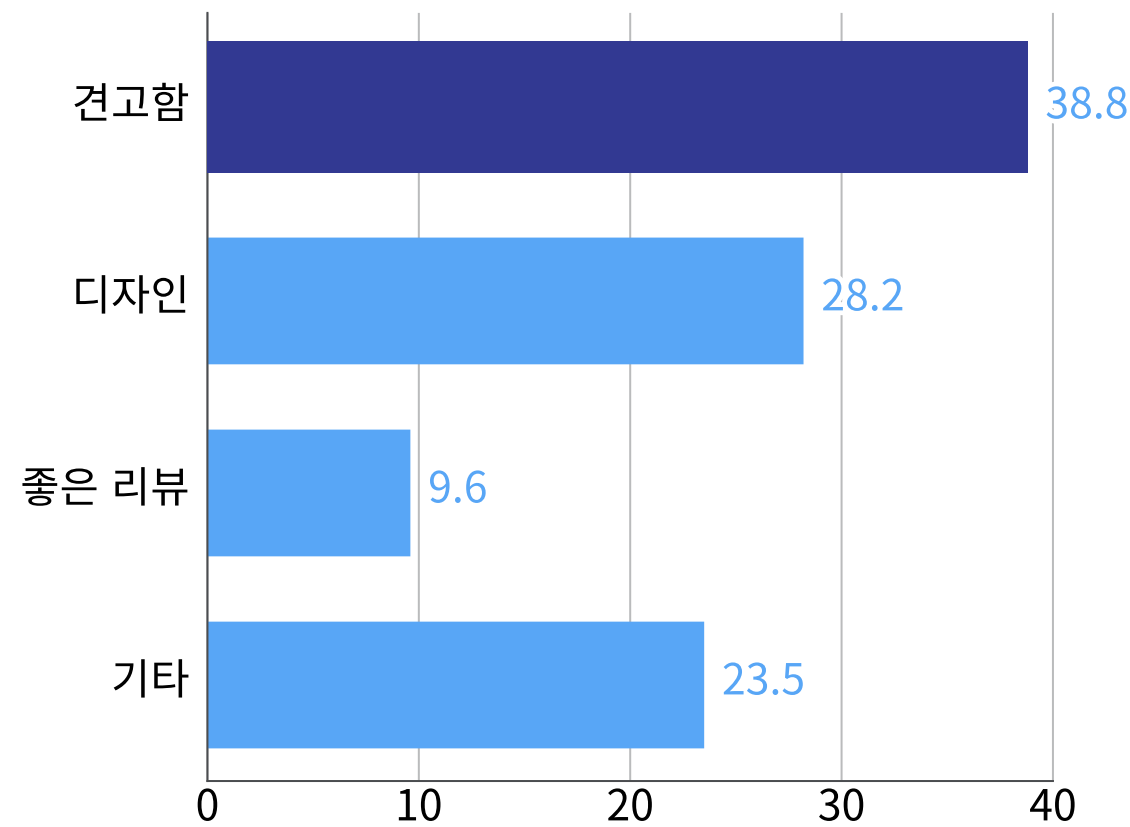
4060 신중년이 평소 가장 선호하는 등산용품 브랜드 1위로 'K2(32.8%)'를 꼽았다. '노스페이스(19.7%)'와 '코오롱스포츠(13.3%)'가 그 뒤를 이었다. 위와 같은 결과는 앞서 살펴본 '가장 최근 구매한 등산용품의 브랜드' 순위와 동일한 것을 알 수 있다. 이는 신중년이 새로운 등산용품을 구매할 때에도 평소 선호하는 브랜드에서 가장 먼저 알아보고 구매한다는 것을 뜻하는 것이라 볼 수 있다. '해당 브랜드를 가장 선호하는 이유'로는 1위가 '제품이 견고해서(38.8%)'로 나타났다. 이는 '회원님께서 평소 등산용품을 구매하실 때 가장 중요하게 생각하시는 것은 무엇입니까?'의 문항에서 1위를 차지한 '내구성(52.6%)'과 깊은 연관이 있다.

회원님께서 평소 가장 선호하시던 등산용품 브랜드는 어디입니까? TOP3



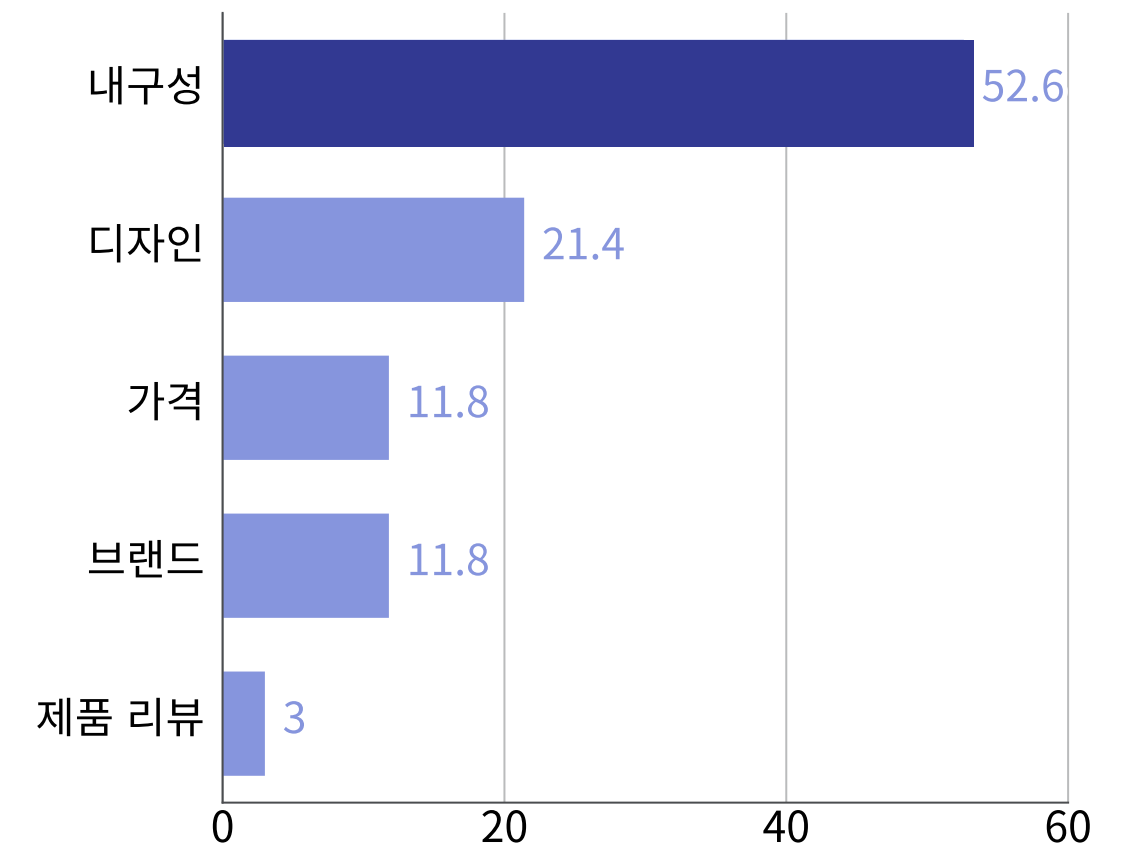
(Base: 등산용품구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)

해당 브랜드를 가장 선호하는 이유가 무엇입니까?



(Base: 등산용품구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)

평소 등산용품을 구매하실 때 가장 중요하게 생각하시는 것은 무엇입니까?



(Base: 등산용품구매O, N=381, 단일응답, 단위: %)



04 인사이트

인사이트

조사 결과 신중년이 가장 선호하는 등산 용품 브랜드는 'K2'인 것으로 나타났다.

해당 브랜드를 가장 선호하는 이유는 '제품이 견고하기' 때문으로 등산 용품을 구매할 때 '내구성'을 가장 중요하게 생각하는 신중년의 특성이 반영된 것으로 보인다. 4060 세대가 등산 용품을 구매할 때 주로 고려하는 가격대가 '가성비 높은 등산 용품('회원님께서 등산 용품을 구매하실 때 주로 고려하시는 가격대는 어떻게 되십니까?'문항)'인 점을 감안한다면, 'K2'의 현재 가격과 품질이 적절하여 신중년에게 만족도를 안겨준 것으로 예상된다.

4060세대가 등산 용품 브랜드에 대한 정보를 얻는 주된 경로가

'포털사이트 검색('해당 등산 용품 브랜드에 대한 정보를 얻게 된 경로는 어떻게 되십니까?'문항)'인 것으로 나타났다.

따라서 선호 하위 브랜드의 경우 4060 신중년의 마음을 사로잡기 위해서는 검색 광고 등의 마케팅에 집중해야 할 것으로 보인다.

MZ세대와 달리 A세대인 4060 신중년의 경우 '브랜드 모델'에 따라 브랜드를 선택할 비율은 극도로 낮은 5.9%로 나타났다.

따라서 등산 용품 업계에서는 주요 타겟에 따라 적절히 마케팅을 진행해야 할 것이다.

05. 소비자 리뷰

소비자 리뷰

The logo for K2, consisting of the letters 'K2' in a bold, red, sans-serif font.

K2 바람막이를 구매했습니다.

라이더 재킷 스타일의 패셔너블한 디자인이
가장 마음에 들었습니다.

고어텍스로서의 기능성도 우수해서 매우 만족합니다.

단점은 팔 길이가 너무 길어서 조금 불편하네요.

이00(51~55세, 여성)

The logo for NEPA, featuring a green circular emblem with a white center and the letters 'NEPA' in a bold, green, sans-serif font to its right.

네파 등산스틱을 안전을 위해 구매했습니다.

안전을 위해 구매한 것인 만큼 내구성이 중요하다고 생각하는데요.

지인의 추천으로 사용하게 됐는데 무겁지 않으면서

내구성도 좋고, 길이 조절도 용이해서 좋았습니다.

아울렛 매장에서 구입했는데 가격도 합리적이라고 생각합니다.

남궁00(51세~55세, 여성)

Thank you

✉ impactpeoples@impactpeoples.co.kr

☎ 02.2191.3725

🏠 <https://impactpeoples.co.kr/>

(04334) 서울시 용산구 한강대로 330 신성빌딩 4층