

Golf Business Now and the Future

골프 산업의 현재와 미래 - 브랜드 마케팅 사례를 중심으로 -

Janghee Lee ^{1,*}**Received:** January 2025**Revised:** July 2025**Accepted:** December 2025**Published:** May 2026**Copyright:** © 2026 by the authors, Licensee ABR, Seoul, Korea.¹ 202403 Aalto EMBA; Johnnylee007@nate.com

* Correspondence: Johnnylee007@nate.com

Abstract: This study examines the historical development process of golf in terms of cultural, industrial, and historical aspects, and aims to suggest future development strategies for the golf industry focusing on brand marketing. Golf has evolved from a pastime with origins in 15th-century Scotland to a global industry, transitioning from an aristocratic activity to a diversified, brand-driven market further revolutionized by screen golf. The COVID-19 pandemic accelerated golf's popularity as a socially distanced sport while simultaneously introducing new challenges related to economic uncertainty, ESG commitments, and digital transformation. The Korean golf industry, in particular, faces the dual challenge of preserving domestic market uniqueness while enhancing global competitiveness, requiring strategies that reflect shifting consumer behaviors, generational preference differences, and the need for sustainable business models. This study applies the SER-M analytical framework to identify industry-level conditions, challenges, and improvement directions, and offers strategic suggestions for the future development of the Korean golf industry.

Keywords: golf industry; brand marketing; screen golf; ESG; Korean golf market; SER-M; digital transformation; senior generation

Executive Summary (English)

This study examines the historical development process of golf in terms of cultural, industrial, and historical aspects, and aims to suggest future development strategies for the golf industry focusing on brand marketing.

Golf: A Historical and Cultural Analysis

The etymology of 'golf' is subject to various theories, ranging from acronyms perceived as exclusionary—such as "Gentlemen Only, Ladies Forbidden"—to representations of its essential elements, including Grass, Oxygen, Light, and Foot. Among these, the most credible suggests its inception in 15th century Scotland, derived from the Old Scots term "Gouft," meaning "to strike." This sport, arguably born from shepherds whimsically aiming stones at rabbit burrows with curved sticks, has evolved into a structured game comprising a standard 18 holes over a course stretching 5,000-6,300 meters in length and 100-180 meters in width, typically encompassing at least 700,000 square meters. Golf's early layout in Scotland featured varying numbers of holes based on the natural terrain, a concept that evolved into the standardized 18 holes recognized today. This format was solidified by the expansion of the Royal Wimbledon Golf Club in 1865, from 7 holes to a structured 18 by 1870, setting a precedent that would define golf courses worldwide.

The Transformation of Golf from Aristocratic Pastime to Global Industry

Over the past two decades, the golf industry has undergone significant transformations from an elite, aristocratic pastime to a diversified brand-driven market, further revolutionized by the advent of screen golf. The democratization of the sport has seen it shed its image of exclusivity, with increasing participation across age groups and genders. This shift has been propelled by technological advancements, changing consumer behaviors, and global market dynamics, making golf not only a popular leisure activity but also a significant industry with considerable economic and social impacts.

Challenges and Prospects in Post-Pandemic Era

The onset of the COVID-19 pandemic presented both opportunities and challenges, rapidly accelerating the popularity of golf as a socially distanced sport, which, in turn, boosted equipment sales and media consumption. However, the pandemic also introduced uncertainties in the economic landscape and heightened expectations for Environmental, Social, and Governance (ESG) commitments, necessitating a strategic pivot towards digital transformation and sustainable practices within the industry.

Development Strategy of the Golf Industry in Korea

In particular, the Korean golf industry needs to harmoniously develop the uniqueness of the domestic market while enhancing its competitiveness in the global market, in response to changes in the external environment. A strategy that reflects changes in consumer behavior, generational differences in preferences, and the increasing need for sustainable business models is essential. Accordingly, this study analyzes in depth the current status and future development of the Korean golf industry and seeks to derive practical and meaningful strategic suggestions for its future growth.

Personal Reflection and Future Aspirations

While researching Korea's golf industry, I found that there was very little quantitative, qualitative, and concrete data available. Having been in the golf industry for nearly 20 years, the lack of reliable data has always been a challenge for the industry as a whole. I acknowledge that this study may fall short due to the limitations of the survey and the relatively unsophisticated methodology. However, I intend to summarize the key lessons learned from my MBA course and apply the SMER technique developed by my advisor, Professor Park Ki-chan, and Professor Cho Dong-seong, to bridge some of these gaps. Although this paper is not perfect, I believe it offers valuable insights that can guide future research and industry development.

Moreover, if given the opportunity to continue my research, I would like to delve deeper into the specific aspects of the industry. Ultimately, I hope to contribute to the popularization of golf as a sport that can be enjoyed by across generations and by families. If I have the chance, I would also like to explore solutions for senior citizens over the age of 65, often referred to as the "silver generation," within the context of a rapidly aging society in South Korea. As this demographic is rich in resources such as wisdom, time, and financial capacity, I am particularly interested in discovering what types of golf-related activities would be meaningful for them. Lastly, from a business model perspective, I am eager to explore how seniors across generations can collaborate within the industry, thus fostering both social and economic benefits.

Executive Summary (Korean)

본 연구는 골프의 역사적 발전과정을 문화적, 산업적, 역사적 차원에서 살펴보고, 브랜드 마케팅을 중심으로 골프산업의 미래 발전전략을 제시하고자 하였다.

골프: 역사적 및 문화적 분석

'골프'라는 단어의 어원에 대해서는 여러가지 말들이 있다. 때로는 'Gentlemen Only, Ladies Forbidden' 같은 배타적 의미를 지닌 약어로, 또는 골프의 본질적 요소인 잔디(Grass), 산소(Oxygen), 빛(Light),

발(Foot) 등을 나타내는 것으로 해석되기도 한다. 그중 나뭇잎을 만든 이론은 골프는 15세기 스코틀랜드에서 유래했으며, 고대 스코틀랜드어 'Gouft'에서 비롯된 것으로 '치다'는 의미를 가졌다는 것이다. 골프는 양치기들이 지팡이 모양의 도구로 들토끼굴에 돌을 던지며 시간을 보내던 놀이에서 유래하여 오늘날 구조화된 게임으로 발전하였다. 표준 18홀 골프코스는 길이 5,000~6,300 미터, 폭 180미터로, 최소 700,000평방미터 이상의 면적을 차지하는 것이 일반적이다. 골프코스의 18홀 배치는 자연환경에 따라 홀의 수가 달랐던 초기 골프코스에서 비롯되었으며, 1865년 로열 워블던 골프클럽에서 7홀에서 18홀로 확장된 것이 현재의 골프코스 표준을 확립하게 되었다.

귀족적 여가에서 글로벌 산업으로 변화

21세기에 접어들면서 골프 산업은 귀족적 여가활동에서 브랜드 다각화와 스크린 골프 도입 등으로 혁신을 거듭하며 변화하고 있다. 즉, 골프는 이제 중장년층을 넘어서 젊은 세대와 여성 골퍼들의 참여를 통해 대중화되고 있다. 이러한 변화는 기술발전, 소비자 행동변화, 글로벌 시장동향과 맞물려 가속화되면서 골프는 이제 단순한 여가활동을 넘어 경제적·사회적 영향을 미치는 중요한 산업으로 자리잡았다.

팬데믹 이후의 도전과 기회

COVID-19 팬데믹으로 골프가 사회적 거리두기 요구를 충족시키는 스포츠로 부상하면서 골프 인구의 급증과 함께 골프장비 판매와 미디어 소비가 급증하였다. 그러나 팬데믹 이후 경제적 불확실성과 ESG(환경, 사회, 지배구조) 요구의 증가, 그리고 기술발전에 따른 디지털 전환의 필요성 등 골프산업에 새로운 도전 과제가 대두되고 있다.

한국 골프시장의 전략적 과제

특히, 우리나라 골프산업은 외부환경의 변화에 맞춰 국내시장의 특수성과 글로벌 시장에서의 경쟁력을 조화롭게 발전시킬 필요가 있다. 즉, 소비자 행동변화, 세대별 선호도 차이, 지속가능한 비즈니스 모델에 대한 필요성 등을 반영하는 전략이 요구되고 있다. 이에 따라 본 연구는 한국 골프산업의 현황과 미래 발전을 심도 있게 분석하고, 향후 골프산업의 발전을 위한 실용적이고 의미 있는 전략적 제언을 도출하고자 하였다.

연구자의 개인적 성찰과 미래의 포부

우리나라 골프산업에 대해 연구하면서 양적·질적·구체적 자료가 매우 부족하다는 것을 확인하였다. 골프 산업에 20년 가까이 종사하면서 데이터의 부족은 항상 업계의 큰 도전 과제가 되었다. 본 논문이 비록 설문조사나 엄격한 통계분석 기법을 적용하지는 않았다. 하지만 MBA 과정에서 배운 내용을 정리하고 지도교수 박기찬 교수님과 조동성 교수님의 SER-M 분석기법(조동성, 2014; Park, 2015)을 통해 산업차원의 실태와 문제점, 그리고 개선방안을 도출하고자 하였다. 향후 기회가 주어진다면 골프산업의 각 분야를 세밀하게 연구함으로써 골프가 모든 세대와 가족들이 함께 즐길 수 있는 대중 스포츠로 발전하는데 기여하고자 한다.

특히 2024년말 초고령사회에 진입한 한국을 고려하여 65세 이상 시니어 세대를 위한 솔루션을 제공하는 연구를 다음 연구 주제로 새겨 두었다. 베이비붐 시대 세대는 MZ세대와 대조적으로 지혜, 시간, 자금을 풍부하게 보유하고 있으므로 타 분야는 물론 골프산업에 있어서도 이들을 위한 골프 활동이 무엇이 될 수 있을지, 그 필요성과 활용방안에 대한 연구를 하고 나아가 비즈니스 모델 측면에서 시니어들이 모두 함께 사회와 산업에 기여하고 협력할 수 있는 방법에 대해 사회학적 연구도 하고자 한다.