

의복추구혜택이 환경의식과 환경친화적 소비행동에 미치는 영향

정유정¹⁾ · 박옥련¹⁾ · 하종경²⁾

1) 경성대학교 의상학과

2) 동명대학교 패션디자인학과

The Effect of the Clothing Benefits Sought on the Environmental Awareness and Environment-Friendly Consuming Behavior

Yu-Jung Jung¹⁾, Ok-Lyun Park¹⁾ and Jong-Kyung Ha²⁾

1) Dept. of Fashion Design & Merchandising, Kyungsoong University, Busan, Korea

2) Dept. of Fashion Design, Tongmyong University, Busan, Korea

Abstract : The purpose of this study is to examine clothing benefits seeking and buying behavior depending on the level of environmental awareness. The results showed a significant relationship between the level of environmental awareness and the factors of demographic characteristics, such as age, marital status, educational status, and type of housing, occupation, and average household income. However, there was no significant difference between those by gender. In relationship between the level of environmental awareness and clothing benefits seeking behavior, there were significant differences between the following groups. such as social stability-oriented, brand-oriented, individuality-oriented, and comfort-oriented group. With regard to the relationship between environment-friendly consuming behavior and demographic characteristics, there were significant differences in all factors of the demographic characteristics. Buying behavior showed a significant relationship with all factors of demographic characteristics except type of housing. Using behavior matched a significant relationship with all factors of demographic characteristics. Disposition behavior demonstrated a significant relationship with all factors except marital status. In terms of the effect of clothing benefits sought on the environment-friendly consuming behavior, the results suggested a significant relationship of brand-oriented, individuality-oriented, comfort-oriented, and price-oriented factors. Buying behavior showed a significant relationship with brand-oriented, comfort-oriented, and price-oriented factors. Using behavior demonstrated a strongly significant relationship with comfort-oriented factor while disposition behavior suggested a strong relationship with price-oriented factor.

Key words : environmental awareness, clothing benefits sought, environment-friendly consuming behavior

1. 서 론

산업혁명 이후 인류는 눈부시게 물질적인 풍요를 가져왔다. 이와같은 물질적 풍요는 대량생산과 대량소비가 인하여 대량폐기라는 부작용이 유발되어 심각한 환경파괴 문제를 일으키고 있다. 이에 독일과 일본 등 환경 선진국을 위주로 친환경을 지향하는 소비형태가 확산되고 있으며, 이러한 친환경 소비형태는 일반기업과 일반 소비자들에게도 관심이 증가되고 있다. 환경보존을 위한 소비자 개개인의 환경의식과 소비행동에 대한 중요성이 크게 대두되면서 패션산업에서도 환경친화적 의류제품의 개발이 요구되고 있다.

한편 의류제품의 환경친화적 선행연구를 살펴보면 김용덕(1995)의 환경의식에 따른 의복구매행동에 관한 연구, 장경혜·

박재옥(1997)의 사회적책임적 의류소비태도가 의류처분행동에 미치는 영향에 관한 연구, 박광희(1998)의 의복처분행동에 관한 연구 등 시장의복의 처리실태나 처분 및 재활용행동 등과 같이 의류제품을 처분영역에서만 조사한 연구가 그 주류를 이루며 구매, 사용, 처분 모든 영역에서 의류제품의 환경친화적 소비행동을 다룬 연구는 미비한 실정이다.

이에 본 연구는 20대 이상 남녀 소비자를 대상으로 환경의식 정도에 따라 집단을 세분화하고, 그 집단별 의복추구혜택과 환경친화적 소비행동(구매, 사용, 처분행동)의 특성을 조사하고자 한다. 이를 조사함으로써 의류를 생산하는 패션업체나 디자이너들이 성공적인 마케팅전략을 수립함에 있어 환경문제를 연관시켜 관련 전략을 발전시키는 데에 도움이 되고자 하는 데 그 목적이 있다.

2. 이론적 배경

2.1. 소비자의 환경의식

Corresponding author; Ok-Lyun Park
Tel. +82-51-620-4664, Fax. +82-51-623-5248
E-mail: ylpark@ks.ac.kr

환경의식 혹은 사회의식적 소비자란 일반적으로 다른 사람들의 복지를 향상시키고 보호하기 위하여 환경문제를 지지하고, 제품을 구매할 때 그것이 가져올 사회적, 환경적 결과를 고려하는 사람을 말한다.

Henion(1972)은 환경을 의식하는 소비자란 특정 제품이나 용역의 구매, 소유, 사용 및 처분시에 환경에 미치는 영향에 대하여 의식적이고 일관성있는 관심을 자신의 가치, 태도, 의식 및 행동에 반영시키는 사람이라고 하였다. Tucker(1980)은 소비자의 환경의식은 인구통계적인 차이와 관련하여, 나이나 소득과는 관계가 없지만, 환경의식적 소비자는 높은 사회계층에 속한다고 하였다. 또한 Schwartz·Miller(1991)는 환경친화적인 소비자는 교육수준과 소득수준이 더욱 높다고 하여 두 결과에 차이를 보이고 있다. 최남숙(1994)은 주부의 연령, 교육, 가계소득, 아파트 거주여부가 환경의식과 관계가 있다고 하였으며, 노정구(1995)는 남자보단 여자가 상대적으로 많고, 소득수준과 교육수준이 높고, 전문직과 주부계층에서 환경의식이 높은 것으로 나타났다. 김용덕(1995)은 소비자의 환경의식에 따른 의복구매유형 및 실태 관련 연구에서 계획 구매, 환경 미크 상품 구매, 중고 의류 구매에서 환경의식이 높은 집단과 낮은 집단 간에 차이를 보였고, 의복 선택 기준에서는 합리성, 경제성, 관리성에서 유의한 차이가 나타났다. 또 환경의식에 따른 의복폐기 실태에서는 의복 보관 이유로 환경의식이 높은 집단은 '아까워서', '재활용을 위해' 등으로 나타난 반면, 환경의식이 낮은 집단은 '뚜렷한 이유가 없다'로 집단간에 유의한 차이가 나타났다. 정유정·박옥련(2006)은 대학생 소비자들은 전공분야에 따라 환경의식 집단간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

2.2. 의복추구혜택

혜택(benefit)이란 특정제품의 속성과 관련하여 소비자들이 주관적으로 느끼게 되는 요구(need)나 욕구(want)로서, 제품사용과 관련하여 소비자들이 원하는 주관적 보상이나 기대하는 긍정적 결과를 의미한다. 따라서 의복추구혜택이란 특정의복의 구매를 통하여 그 의복의 사용시 얻고자 하는 이점을 의미한다.

의류학에서의 추구혜택에 관한 선행연구는 대부분 추구혜택 차원의 규명 및 추구혜택에 따른 세분집단의 특성을 규명하는 연구들로 이루어지고 있다. 선행연구에서 밝히고 있는 의복추구혜택의 차원을 살펴보면, Aiken(1963)은 의류상품으로부터 소비자들이 찾는 혜택을 의복의 장식성, 동조성, 편안함, 흥미성, 경제성의 5가지 차원으로 규정하였다. Shim & Bickle(1994)은 미국여성을 대상으로 한 조사에서 의류제품에 대한 추구혜택차원을 자아향상, 사회적 지위/위신, 성적매력/여성스러움, 유행성, 기능성/편안함, 역할상징, 신체결정보완, 개성, 세련된 외모의 9가지 차원으로 나누었다.

김혜라(1998)는 10대 후반에서 30대 초반의 남녀를 대상으로 의류제품을 통한 추구혜택으로 신체적 외모보완, 성격적 보완, 타인으로부터의 인정, 심리적인 자신감, 매력적인 인상, 개

성표현으로 분류하였다. 이경희(1998)는 남녀 대학생들을 대상으로 한 연구에서 주요 의복추구혜택은 유행, 편안성, 사회적 인정, 자기표현, 유명상표, 경제성으로 도출하였으며, 조윤정(2000)의 20-40대 기혼여성을 대상으로 한 연구에서는 자아표현/개성추구, 브랜드 가치추구, 가격추구, 품위/점잖음 추구, 품질 추구의 5가지 차원으로 도출되었다. 연보라(2005)는 여성캐주얼 단품재킷을 구매하는 소비자의 추구혜택 요인으로 자기표현, 브랜드 가치추구, 외부 영향력, 실용성 추구, 경제성 추구의 4가지 요인을 도출하였다.

2.3. 환경친화적 소비행동

환경친화적 소비행동에 대한 국내 연구에서는 행동의 범주를 크게 구매, 사용, 처분의 세 단계로 분류하여 연구하고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면, 박운아(1997)는 환경친화적 소비자 행동을 구매·사용·처분행동에서 소비자가 자신의 사적인 욕구나 시장효율성 뿐만 아니라 자신의 소비의 결과가 사회나 환경에 미치는 영향을 고려하여 행하는 행동이라 정의하였다. 김부임(1998)은 환경보전행동을 소비자가 환경오염을 방지하고 환경을 보호하기 위한 실천적 영역의 행동이라고 정의하였으며, 차정은(2000)은 환경과 조화를 이루는 소비방식을 선택함으로써 환경보존을 위해 바람직한 결과를 가져오는 소비행동으로 소비자의 삶의 질을 향상시키는 소비활동이라고 정의하였다.

박화순·서영숙(1998)은 환경문제와 관련된 의생활에 대한 소비행동 연구에서 구매영역의 경우는 교육수준에서, 관리영역의 경우는 가계소득에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이들 선행연구자는 그 하위변인으로 구매영역은 환경오염 및 쓰레기를 줄이는 상품구매, 자원절약적 상품 등으로, 사용영역은 환경오염감소를 위한 사용, 자원·에너지 절약, 장기적 사용 등으로, 처분영역은 폐기물량의 감소, 분리배출 및 재활용행동 등으로 구성하였다.

3. 연구방법 및 절차

3.1. 연구문제

본 연구의 목적을 규명하기 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 인구통계적 특성에 따른 환경의식과 환경친화적 소비행동의 차이를 알아본다.

연구문제 2. 의복추구혜택이 환경의식 정도에 따라 어떠한 영향을 주는가를 알아본다.

연구문제 3. 의복추구혜택은 환경친화적 소비행동에 어떠한 영향을 주는가를 알아본다.

3.2. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 위해 부산시내 거주하는 20대에서 50대 편의표집된 남녀 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 예비조

사를 통하여 보완, 수정된 설문지를 2006년 3월 13일부터 20일까지 총 800부를 배포하여 761부가 수거되었고 그 중 불성실한 설문지 14부를 제외한 총 747부가 최종분석에 사용되었다.

자료분석은 SPSS 10.1 통계 프로그램을 이용하였다. 분석방법으로 남녀 소비자들의 의복추구혜택 문항의 차원 분석을 위해 요인분석을 실시하였고, 이들 문항에 대한 신뢰도 검증을 하였다. 또한 환경의식 집단별 의복추구혜택 요인의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시하였으며, 인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이를 파악하기 위해 일원배치 분산분석을 실시하였다. 그리고, 의복추구혜택이 환경친화적 소비행동에 어떤 영향을 미치는가를 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

3.3. 측정도구

본 연구의 측정도구는 Table 1과 같이 나타난 선행연구를 바탕으로 수정·보완하여 pre-test를 거친 후 설문을 실시하였다. 인구통계적 특성 7문항을 제외한 나머지 설문 문항은 5점 Likert형 척도로 측정하였다.

4. 연구결과 및 분석

4.1. 환경의식 정도에 따른 집단 구분

환경문제와 관련된 지식과 관심 등에 관한 문항 총 20문항을 설정하여 5점 Likert 척도로 구성하였다. 각 문항은 “전혀 그렇지 않다”의 1점부터 “매우 그렇다” 5점까지 주어 총 20문항에 대해 20점에서 100점까지로 하였다. 20문항 점수를 더하여 환경문제에 대한 소비자의 의식 점수를 구성하였으며 점수가 높은 소비자일수록 환경의식이 높다는 것을 의미한다.

환경의식 점수는 33점에서 100점으로 분포되었으며 평균점수가 62.7점이였다. 이 평균점수보다 낮은 점수를 가진 집단은 환경의식이 낮은 집단으로, 62.7보다 높은 점수를 가진 집단은 환경의식이 높은 집단으로 구분하였다.

4.2. 인구통계적 특성에 따른 환경의식의 차이

인구통계적인 특성에 따른 환경의식의 차이를 알아본 결과는 Table 2와 같다. 연령, 결혼여부, 교육수준, 주택형태, 직업, 월평균 가계소득에서 유의한 차이를 보였다.

연령에 있어서 20, 30대는 환경의식이 낮은 집단, 40, 50대는 환경의식이 높은 집단으로 나타났고 결혼여부에 있어서는 기혼이 환경의식이 더 높은 것으로 나타났다. 이는 20, 30대의 기혼자들은 가정의 형성기이기 때문에 경제적인 문제해결과 자녀양육에 관심이 집중되어 환경문제에 낮은 관심을 보이는 반면, 40, 50대 이상의 기혼자들은 자녀들이 성장하여 경제적으로나 시간적으로 여유가 생겨 환경문제에 높은 관심을 보인다는 최남숙(1994), 김용덕(1995)의 연구결과와 일치한다.

교육수준에 있어서 전문대 재학/졸업 이하가 환경의식이 높은 집단으로 나타났고 대학교 재학/졸업 이상이 환경의식이 낮은 집단으로 나타났다. 이는 학력이 높을수록 환경문제에 대한 행동수준이 낮게 나타난 김용덕(1995)의 연구결과와 일치한다. 주택형태에 있어서 아파트와 단독주택에 거주하는 소비자들이 빌라나 다세대·다가구 주택 거주자에 비해 환경의식이 높은 집단으로 나타났다. 이 결과는 아파트 거주가 환경친화적이라고 한 국내 많은 선행연구(이정우·이명숙, 1989; 이승신 외, 1993) 결과와 일치한다.

직업에 있어서 전업주부, 경영관리직, 판매 및 서비스직 종사자가 환경의식이 높은 것으로 나타난 반면 학생 및 생산직 종사자들은 환경의식이 낮은 집단으로 나타났다. 월평균 가계소득에서는 400만원 이상의 고소득일수록 환경의식이 높은 집단으로 나타나 Tucker(1978)나 김용덕(1995)의 연구와 일치한다. 이는 생활의 경제적 안정은 주변을 둘러보게 하여 사회의 심각한 환경문제 해결에 참여할 여유를 갖게 되는 것으로 볼 수 있다.

4.3. 인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이

인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이를 분석한 결과 Table 3과 Table 4와 같이 나타났다.

Table 1. 측정도구의 구성

부분	설문변수유형	내용	문항수	문항출처
Part I	환경·친화적 소비행동	1) 환경오염을 줄이는 상품구매 2) 쓰레기를 줄이는 상품구매 3) 자원절약적 상품 구매	8	김용덕(1995) 이춘희(1995)
	사용행동	1) 환경오염 감소를 위한 세제 사용 2) 에너지 절약과 장기적 사용을 위한 의복관리	8	박운아(1997)
	처분행동	1) 폐기물량의 감소와 분리수거 2) 재활용 행동	8	박화순·서영순(1998)
Part II	환경의식	환경문제에 관한 지식 및 관심 등	20	노정구(1995), 심미영(1999) 정유정·박옥련(2005)
Part III	의복추구혜택	사회적 인정, 유행성, 개성, 실용성, 상표, 경제성	24	김혜라(1998), 이경희(1998) 조윤정(2000), 연보라(2005)
Part IV	인구통계적 특성	성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 주택형태, 직업, 월평균 가계소득	7	최남숙(1994), 김용덕(1995) 박운아(1995), 최나영(1999)

Table 2. 인구통계적 특성에 따른 환경의식의 차이

변인	구분	낮은 집단	높은 집단	합계	χ^2
성별	남성	172(50.3)	170(49.7)	342(45.8)	1.76
	여성	184(45.4)	221(54.6)	405(54.2)	
연령	20~29세	118(62.4)	71(37.6)	189(25.3)	128.50***
	30~39세	138(72.6)	52(27.4)	190(25.4)	
	40~49세	53(31.7)	114(68.3)	167(22.4)	
	50~59세	47(23.4)	154(76.6)	201(26.9)	
결혼여부	미혼	178(64.7)	97(35.3)	275(36.8)	50.84***
	기혼	178(37.7)	294(62.3)	472(63.2)	
교육수준	중졸이하	11(37.9)	18(62.1)	29(3.9)	45.72***
	고졸이하	62(38.0)	101(62.0)	163(21.8)	
	전문대 재학/졸업	37(28.5)	93(71.5)	130(17.4)	
	대학교 재학/졸업	216(56.8)	164(43.2)	380(50.9)	
주택형태	대학원 재학 이상	30(66.7)	15(33.3)	45(6.0)	22.04***
	단독주택	76(46.9)	86(53.1)	162(21.7)	
	아파트	151(41.0)	218(59.1)	369(49.4)	
	연립주택, 빌라	95(62.9)	56(37.1)	151(20.2)	
	다세대, 다가구주택	28(54.9)	23(45.1)	51(6.8)	
직업	기타	6(42.9)	8(57.1)	14(1.9)	37.35***
	학생	115(59.9)	77(40.1)	192(25.7)	
	전업주부	38(35.5)	69(64.5)	107(14.3)	
	경영관리직	13(35.1)	24(64.9)	37(5.0)	
	전문기술직	42(53.2)	37(46.8)	79(10.6)	
	사무직	48(44.4)	60(55.6)	18(14.5)	
	판매 및 서비스직	51(35.2)	94(64.8)	145(19.4)	
	생산직	39(60.9)	25(39.1)	64(8.6)	
	기타	10(66.7)	5(33.3)	15(2.0)	
	월평균 가계소득	100만원 미만	21(63.6)	12(36.4)	
100~200만원 미만		52(42.6)	70(57.4)	122(16.3)	
200~300만원미만		115(46.0)	135(54.0)	250(33.5)	
300~400만원 미만		105(59.3)	72(40.7)	177(23.7)	
400~500만원 미만		32(32.7)	66(67.3)	98(13.1)	
500만원 이상		31(46.3)	36(53.7)	67(9.0)	
합계		356(47.7)	391(52.3)	747(100.0)	

빈도(%), ***: $p < 0.001$

Table 3. 인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이

독립변수		구매행동		사용행동		처분행동		전체행동	
		평균	t값	평균	t값	평균	t값	평균	t값
성별	남성	22.02	.28**	23.22	2.78***	21.53	5.27***	66.87	.31***
	여성	23.07		24.96		23.61		71.64	
결혼여부	미혼	20.18	6.20***	23.31	8.84***	22.47	.98	65.96	5.42***
	기혼	23.99		24.73		22.77		71.50	

** : $p < 0.01$ *** : $p < 0.001$

환경친화적 소비행동의 각 하위영역별로 살펴보면, 구매행동의 경우에는 성별, 결혼여부, 연령, 교육수준, 직업, 월평균 가계소득에서 유의한 차가 나타났다. 성별에 있어서는 여성이, 결혼여부에서는 기혼자가, 연령은 40대 이상, 교육수준은 고졸 이하, 직업은 학생을 제외한 나머지 모든 직업군, 월평균 가계소득은 400~500만원 미만 소비자들이 환경친화적 구매행동을 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 일반적으로 환경과 관련된 고기능성 의류상품이나 천연섬유제품은 일반 의류제품에 비해 가격이 비싸기 때문에 고소득층 소비자들의 친화적 구매행동이

많이 이루어지는 것으로 사료된다.

사용행동의 경우에는 성별, 결혼여부, 연령, 교육수준, 주택형태, 직업, 월평균 가계소득에서 유의한 차가 나타났다. 특히, 여성이면서 기혼자이고, 연령은 50세 이상, 교육수준은 전문대 재학/졸업 이하이면서, 직업은 전업주부와 판매 및 서비스직 종사자, 주택형태는 단독주택, 월평균 가계소득은 400~500만원 소비자들이 환경친화적 사용행동을 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 의복의 세탁 및 의복관리는 대부분 가정에서 결혼한 여성의 몫이므로 기혼여성의 환경친화적 사용행동이 높게 나타난

Table 4. 인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이

독립변수	구매행동			사용행동			처분행동			전체행동			
	평균	D	F	평균	D	F	평균	D	F	평균	D	F	
연령	20~29세	19.80	C		23.50	C		22.86	A		66.16	B	
	30~39세	20.83	B	68.59***	22.07	D	33.39***	21.48	B	7.31***	64.38	B	40.45***
	40~49세	24.86	A		24.98	B		23.68	A		73.52	A	
	50~59세	24.99	A		26.26	A		22.74	A		73.99	A	
교육수준	중졸이하	25.59	A		25.76	A		22.72	A		74.07	A	
	고졸이하	24.75	AB	23.23***	24.76	AB	5.26***	22.94	A	2.44*	72.45	A	9.44***
	전문대 재학/졸업	23.84	B		24.90	AB		22.19	AB		70.93	AB	
	대학교 재학/졸업	21.26	C		23.88	B		22.90	A		68.03	B	
대학원 재학 이상	20.51	C		22.00	C		20.91	B		63.42	C		
주택형태	단독주택	22.75			24.93			22.85			70.06		
	아파트	22.86		1.32	24.51		4.65**	23.21		3.19*	70.57		3.54**
	연립주택, 빌라	21.85			22.95			21.85			66.64		
	다세대 주택	22.67			23.39			21.82			67.88		
기타	21.43			24.50			23.21			69.14			
직업	학생	19.94	B		23.61	ABC		22.92	ABC		66.47	CD	
	전업주부	24.18	A	14.33***	25.50	A	4.10***	24.19	A	4.08***	73.87	A	6.65***
	경영관리직	24.19	A		24.54	AB		23.35	AB		72.08	AB	
	전문기술직	22.65	A		24.33	AB		23.15	ABC		70.13	ABC	
	사무직	23.03	A		23.81	ABC		21.85	BCD		68.69	BC	
	판매 및 서비스직	24.36	A		25.09	A		22.12	BCD		71.57	AB	
	생산직	22.63	A		22.63	BC		21.31	CD		66.56	CD	
	기타	20.53	B		22.27	C		20.87	D		63.67	D	
월 평균 가계소득	100만원 미만	19.36	C		22.79	C		22.38			65.00	C	
100~200만원	22.80	AB	4.71***	24.90	AB	3.06**	22.36		2.40*	70.07	AB	3.46**	
200~300만원	22.84	AB		24.32	ABC		22.28			69.44	AB		
300~400만원	21.97	B		23.50	BC		22.38			67.85	BC		
400~500만원	23.81	A		25.16	A		23.78			72.74	A		
500만원 이상	22.75	AB		23.70	ABC		23.63			70.07	AB		

D: Duncan Test, *: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$ ***: $p < 0.001$

것으로 사료된다.

처분행동의 경우에는 결혼여부를 제외한 나머지 인구통계적 특성에서 유의한 차가 나타났다. 여성이면서, 연령은 20대와 40대 이상, 교육수준은 고졸 이하와 대학교 재학/졸업, 주택형태는 아파트, 직업은 전업주부와 경영관리직이 환경친화적 처분행동을 많이 하고 있음을 알 수 있었다. 아파트 단지에는 의류제품의 분리수거함은 쉽게 비치되어 있어 아파트 거주자들의 환경친화적 의류처분행동의 수준이 높게 나타난 것으로 사료된다.

4.4. 의복추구태도 요인분석

의복에 대한 추구태도를 몇 개의 차원으로 요약하기 위해 요인분석을 실시한 결과 Table 5와 같이 나타났다. 요인분석 결과 6개의 요인이 도출되었으며, 6개 요인이 설명하는 누적변량은 65.32%다.

요인 1은 의복을 통해 사회적 인정을 받고자 하거나 자신감을 나타내는 문항으로 “사회적 인정추구”라 명명하였다. 요인 2는 유행하는 옷차림에 관심을 나타내며 의복 선택시 유행을 고려하는 문항으로 “유행추구”라 명명하였다. 요인 3은 유명브랜드 선호도에 관한 문항으로 ‘상표추구’라 명명하였다. 요인 4는 자신만의 개성과 이미지를 중요시하고 다른 사람과 다른

자신만의 스타일을 추구하는 문항으로 “개성추구”라 명명하였다. 요인 5는 의복을 착용할 때 느슨함과 꼭끼는 정도 등의 신체적 반응을 중요시하는 문항으로 “편안함 추구”라 명명하였다. 요인 6은 의복 구매시 가격을 중요시하는 문항으로 “가격추구”라 명명하였다.

4.5. 환경의식 집단별 의복추구태도의 차이분석

환경의식 집단별 의복추구태도 요인의 차이를 분석한 결과 Table 6과 같이 사회적 인정추구, 상표추구, 개성추구, 편안함추구에서 집단 간 유의한 차를 보였다.

환경의식이 높은 집단이 낮은 집단보다 사회적 인정, 상표, 개성, 편안함 추구의 평균점수가 높게 나타났다. 그러므로 환경의식이 높은 집단은 의복을 구입할 때 사회적으로 인정받길 원하며, 유명브랜드를 선호하거나 개성을 표현하고자 하는 욕구가 높음을 알 수 있다. 또한 의복 착용시 몸에 꼭끼는 것보다 활동에 편안함을 주는 것을 더 고려한다는 것을 알 수 있다. 이는 그린 소비자가 제품구입시 제품의 내구성, 성능과 같은 합리성을 중요시할 것이라는 최병용(1995), 김용덕(1995)의 연구결과와 일치한다.

반면 유행추구와 가격추구에서는 집단 간의 유의한 차이가

Table 5. 의복추구혜택 요인분석

요인	문항	요인 부하량	고유값	누적%	신뢰도
요인1:	나는 옷을 잘 입으면 남 앞에서 자신만만하고 당당해진다	.783			
사회적인정 추구	나는 옷을 취업이나 호감 등을 얻게 하는 중요한 수단이라고 생각한다	.778	6.40	27.85	.79
	나는 남들에게 옷을 잘 입는다는 인상을 주기 위해 노력한다	.634			
	보다 저렴한 가격으로 옷을 사기 위해 여러 상점을 돌아다닌다	.441			
요인2:	나는 신문이나 잡지에 나온 유행에 대한 기사를 열심히 읽는다	.847			
유행 추구	옷을 살 때 최근의 유행에 맞추려고 노력한다	.708	2.96	40.69	.83
	새로운 패션을 알기 위해 친구나 연예인의 옷차림에 관심을 갖는다	.696			
	유행경향을 알기 위해 백화점, 매장, 거리 등을 즐겨 다닌다	.684			
요인3:	디자이너 비슷할지라도 가격이 싼 것보다는 유명 브랜드의 옷을 산다	.803			
상표 추구	다른 사람에게 인정받기 위해 유명상표의 옷만을 산다	.775	2.18	50.17	.75
	이름없는 브랜드의 옷 여러 벌보다는 유명브랜드의 옷 한 벌을 산다	.738			
	기왕이면 유명브랜드라는 것이 드러나는 옷이 좋다	.496			
요인4:	사람들이 덜 입어서 희소성이 있는 옷을 선택하여 나의 개성을 강조하고 싶다	.800			
개성 추구	옷을 살 때 기존의 흔한 브랜드보다는 새로운 느낌이 나는 브랜드의 옷이 좋다	.738	1.35	56.05	.83
	나의 성격이나 이미지를 잘 반영할 수 있는 옷을 사려고 한다	.672			
	나만의 개성을 잘 나타내 줄 수 있는 옷을 입으려고 노력한다	.658			
요인5:	무엇보다 활동하기 편한 옷을 주로 산다	.838			
편안함 추구	스타일이 마음에 들어도 움직임에 불편한 옷은 사지 않는다	.760	1.10	60.85	.68
	편안하고 신축성있는 옷을 주로 입는다	.711			
	나는 멋이 있는 옷이면 다소 불편하더라도 산다	.486			
요인6:	옷의 스타일이 약간 맘에 안들어도 저렴한 가격이면 구입한다	.780			
가격 추구	유명브랜드 여부에 상관없이 아무 의복이나 구입한다	.601	1.03	65.32	.57
	좋고 비싼 옷 한 두벌 보다는 저렴한 가격의 멋있는 여러 벌의 옷을 구입한다	.580			

Table 6. 환경의식 집단별 의복추구혜택 차이

의복추구혜택 요인	환경의식 낮은 집단 (N=356)		환경의식 높은 집단 (N=391)		t값
	평균	편차	평균	편차	
사회적 인정추구	2.61	.70	2.79	.62	12.039***
유행추구	2.34	.68	2.42	.69	0.001
상표추구	2.11	.59	2.31	.63	2.048***
개성추구	2.50	.68	2.73	.64	2.656***
편안함 추구	2.54	.59	2.90	.54	3.277***
가격추구	1.69	.43	1.75	.47	2.896

***: $p < 0.001$

나타나지 않았다. 이는 대부분의 소비자들이 환경의식이 높거나 낮음에는 상관없이 의복을 선택할 때 최신 유행과 가격을 중요한 요인으로 생각하고 있음을 알 수 있다.

4.6. 의복추구혜택이 환경친화적 소비행동에 미치는 영향

의복추구혜택이 환경친화적 소비행동에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴본 결과 Table 7과 같다.

소비자의 환경친화적 소비행동에 유의한 영향을 주는 의복추구혜택 요인은 상표추구, 개성추구, 편안함 추구, 가격추구로 나타났으며, 특히 상표추구와 편안함 추구가 더 큰 영향력이 있었다.

환경친화적 소비행동의 각 하위영역별로 살펴보면, 먼저 구매행동에서는 사회적 인정추구, 상표추구, 개성추구, 편안함 추구, 가격추구가 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 유명상표

에 대한 선호도가 높고, 자신만의 개성을 표현하고자 하며, 의복의 편리성을 중시하고, 저렴한 가격을 중요시 할수록 환경친화적 구매행동을 많이 하는 경향이 있었다. 반면 의복을 통해 사회적으로 인정받길 원할수록 환경친화적 구매행동을 적게 하는 경향이 있었다. 이는 사회적으로 인정을 받고 자신감있는 당당한 사람으로 보이기 위해 의복을 착용하고자 하는 마음은 타인과 자연의 복지에 대한 관심을 증진하려는 사회이타적 가치보단 개인의 이익을 증시하려는 자기중심적 가치와 밀접하다고 사료됨으로, 자기중심적 가치를 중요하게 생각할수록 환경친화적 행동을 적게 한다는 장혜연·한경미(1997)의 연구결과와 일치한다.

사용행동에서는 사회적 인정추구, 상표추구, 개성추구, 편안함 추구가 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 특히 편안함 추구가 환경친화적 사용행동에 큰 영향력이 있는 것으로 나타났다. 이는 환경의식이 높은 집단은 의복을 구입할 때 의복의 여유분, 내구성, 관리성과 같은 합리성을 고려한다고 한 최병용(1995)과 김용덕(1995)의 연구결과와 일치하며, 환경친화적 소비자행동 수준이 높은 집단이 의복관리 행동을 적극적으로 수행하고 있다는 이춘희(1995)의 결과와도 일치한다.

처분행동에서는 사회적 인정 추구, 개성추구, 편안함 추구, 가격추구가 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 특히 가격추구가 환경친화적 처분행동에 큰 영향력이 있는 것으로 나타났다. 즉 경제적 이익을 중요하게 생각하는 소비자일수록 의류를 처분할 때 그냥 폐기하지 않고 재활용하거나 다른 이웃이나 친척들과 의류를 교환한다든지 하여 환경친화적 처분행동을 많

Table 7. 의복추구혜택이 환경친화적 소비행동에 미치는 영향

독립변수	구매행동		사용행동		처분행동		전체행동		
	b	β	b	β	b	β	b	β	
의복추구혜택	사회적 인정추구	-1.19	-.16**	.80	.12*	.82	.12*	.43	.03
	유행추구	-.51	.107	.21	.03	.42	.06	.13	.01
	상표추구	1.68	.21***	.91	.12**	.12	.02	2.71	.15***
	개성추구	1.21	.16***	.81	.12**	.63	.09*	2.65	.15**
	편안함 추구	2.59	.31***	2.40	.31***	.81	.11**	5.79	.30***
	가격추구	.93	.08**	.61	.06	1.68	.17***	3.22	.13**
	회귀상수	11.48		9.81		12.44		33.72	
R ²	.16		.19		.12		.19		
F	22.73***		29.27***		16.61***		28.21***		

*: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$ ***: $p < 0.001$

이 하는 경향이 있는 것으로 사료된다.

5. 결론 및 제언

본 연구에서 환경의식 정도에 따른 의복추구혜택과 소비행동을 살펴본 바, 그 결과는 다음과 같다.

1. 인구통계적 특성에 따른 환경의식의 차이에서는 성별을 제외한 연령, 결혼여부, 교육수준, 주택형태, 직업, 월평균 가계소득에서 유의한 차이가 나타났다. 따라서 성별은 환경문제에 대한 관심이나 의식의 높고 낮은 정도에는 그다지 중요한 변인이 아님을 알 수 있다.

2. 인구통계적 특성에 따른 환경친화적 소비행동의 차이에서는 모든 인구통계적 특성이 유의한 차이가 나타났다. 각 하위 영역별로 보면 구매행동의 경우 주택형태를 제외한 모든 인구통계적 특성에서 유의한 차이가 나타났다. 즉 40대 이상의 여성 기혼자로, 교육수준은 고졸 이하이면서, 월평균 가계소득은 400-500만원 미만 소비자들이 환경친화적 구매행동을 많이 하는 것을 알 수 있었다. 사용행동의 경우 모든 인구통계적 특성에서 유의한 차이가 나타나 50대 이상의 여성 기혼자로 교육수준은 전문대 재학/졸업 이하이면서 직업은 전업주부와 판매 및 서비스직 종사자, 주택형태는 단독주택, 월평균 가계소득은 400-500만원 소비자들이 환경친화적 사용행동을 많이 하는 것을 알 수 있었다. 처분행동의 경우에는 결혼여부를 제외한 모든 인구통계적 특성에서 유의한 차이가 나타나 20대와 40대 이상의 여성이면서, 교육수준은 고졸 이하와 대학교 재학/졸업, 주택형태는 아파트, 직업은 전업주부와 경영관리직이 환경친화적 처분행동을 많이 하고 있음을 알 수 있었다.

3. 환경의식 집단별 의복추구혜택 요인의 차이에서는 사회적 인정추구, 상표추구, 개성추구, 편안함 추구에서 집단 간의 차이가 나타났다. 특히 환경의식이 높은 집단은 의복을 구입할 때 사회적으로 인정받길 원하며 유명브랜드의 자신만의 개성을 표현하면서 편안함을 주는 의복을 더욱 선호하고 있음을 알 수 있다.

4. 의복추구혜택이 환경친화적 소비행동에 미치는 영향을 살펴본 결과 상표추구, 개성추구, 편안함 추구, 가격 추구가 유의

한 영향을 주고 있음을 알 수 있었다. 각 하위영역별로 보면 구매행동의 경우 상표추구, 개성추구, 편안함 추구가 큰 영향력이 있는 것으로 나타났다. 즉 유명상표이면서 자신만의 개성을 표현하고 의복의 편리성을 중시하는 소비자일수록 환경친화적 구매행동을 많이 하고 있음을 알 수 있었다. 사용행동의 경우에는 편안함 추구가 큰 영향력이 있는 것을 나타나, 의복을 구입할 때 의복의 여유분, 내구성, 관리성과 같은 편리성을 중요시하는 소비자일수록 환경친화적 사용행동을 많이 하고 있음을 알 수 있었다. 처분행동의 경우 가격추구가 큰 영향력이 있는 것을 나타나, 경제적 이익을 중요하게 생각하는 소비자일수록 의류를 처분할 때 그냥 폐기하지 않고 재활용하거나 다른 이웃이나 친척들과 의류를 교환한다든지 하여 환경친화적 처분행동을 많이 하고 있음을 알 수 있었다.

이상의 연구결과를 토대로 볼 때 첫째, 소비자측면에서는 연령이 높은 여성기혼자들은 환경의식이 높음에 반해 연령이 낮은 미혼자들은 환경문제에 대한 인식이 낮아 환경친화적 행동 정도가 낮으므로 이들을 위한 환경정책 및 교육프로그램 개발을 통한 환경의식을 고양시킬 필요가 있을 것으로 사료된다.

둘째, 환경친화적 소비행동을 함에 있어 구매, 사용, 처분시 의복추구혜택 요인이 미치는 영향력이 각기 달리 나타났다. 따라서 환경친화적인 구매행동을 높이기 위해서 자신만의 개성이 가미되면서 환경오염을 일으키지 않는 신소재를 이용한 환경친화적 의류브랜드를 개발하거나 헌 옷 조각이나 낡은 청바지 등과 같은 소재를 재사용하여 활동에 편리한 리폼브랜드를 개발함으로써 소비자들의 구매력을 높일 수 있을 것으로 사료된다. 또한 환경친화적 사용행동을 높이기 위해서는 의복의 여유분을 적당히 주고, 몸에 불편하지 않는 스트레치성 소재를 이용한 다양한 의류제품을 개발할 필요가 있을 것으로 사료된다. 마지막으로 환경친화적 처분행동을 높이기 위해서는 사용된 의복을 그냥 폐기하지 않고 재활용할 수 있도록 리폼교육을 실시하거나 가격이 저렴한 환경친화적 의류상품을 다양하게 개발하고, 다 사용한 의류를 보상하거나 교환하는 제도를 실시하여 소비자들에게 경제적인 이익을 가져다 줌으로써 환경친화적 의류처분행동을 높일 수 있을 것으로 사료된다.

참고문헌

김부임 (1998) 학교환경교육 전·후에 따른 청소년 소비자의 환경보전지식과 환경보전행동. 중학교 1학년 환경교육 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.

김용덕 (1995) 소비자의 환경의식에 따른 의복구매행동 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

김혜라 (1998) 의복소비자의 자기이미지 특성에 따른 제품속성 중요도와 추구혜택. 서울대학교 대학원 석사학위논문.

노정구 (1995) 녹색소비자의 특성분석. 부산대학교 대학원 박사학위논문.

박광희 (1998) 의복처분행동에 관한 연구. 환경보존적 태도, 행동, 정보 접촉 및 인구통계적 특성과의 관련성을 중심으로. *대한가정학회지*, 36(5), 47-58.

박운아 (1997) 기혼여성의 환경의식적 소비자행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

박화순·서영숙 (1998) 소비자의 환경의식과 의생활 행동과의 관련성. *대한가정학회지*, 36(10), 79-88.

심미영 (1999) 환경문제에 대한 사회책임적 소비자태도와 행동의 일치성 및 영향요인. 대구효성기톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

연보라 (2005) 의복추구혜택과 접포선택기준에 관한 연구. 백화점과 할인점을 중심으로. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.

육경은 (2001) 상황과 소비자특성에 따른 의류제품의 추구혜택과 정보원 활용에 관한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위논문.

이경희 (1998) 남녀대학생의 자아정체감과 의복추구혜택 및 의복속성평가에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.

이승신·이혜임·류미현 (1993) 환경보전을 위한 소비자능력. *소비자학연구*, 4(2), 73-96.

이정우·이명숙 (1989) 도시주부의 생활환경 오염인지와 관리행동에 관한 연구. *숙명여대 아세아 여성연구*, 12, 123-151.

이춘희 (1995) 소비자의 환경문제와 관련된 의복관리행동과 의류자원 재활용 실태에 관한 조사 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

장경혜·박재욱 (1997) 사회책임적 의류소비태도가 의류처분행동에

미치는 영향(제1보). *한국의류학회지*, 21(4), 795-805.

장혜연·한경미 (1997) 주부의 가치와 친환경적 행동. *대한가정학회지*, 35(3), 1-13.

정유정·박옥련 (2006) 대학생의 개성과 환경의식에 따른 의류처분행동에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 15(1), 149-156.

조윤정 (2000) 유행선도력에 따른 소비자 세분집단의 심리적 특성과 의복추구혜택 특성. 연세대학교 대학원 석사학위논문.

차정은 (2000) 청소년 소비자의 환경친화적 소비의식 및 행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.

최나영 (1999) 그린 패션제품의 활성화를 위한 환경친화적 소비자 특성연구. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.

최남숙 (1994) 환경교육과 환경의식이 환경보전행동에 미치는 영향에 관한 연구. *대한가정학회지*, 35(5), 29-43.

최병용 (1995) 그린광고 전략과 한계점. *광고연구*, 여름호, 65-93.

Aiken, L.R. (1963) The relationship of dress to selected measures of personality in undergraduate woman. *Journal of Social Psychology*, 59(1), 119-128.

Henion, K.E. (1972) The effect of ecologically relevant information on detergent sales. *Journal of Marketing Research*, 9, 10-14.

Schwartz, J. and Miller, T. (1991) "The Earth's Best Friends". *American Demographics*, pp.26-36.

Shim, S. (1995) Environmentalism and consumers: clothing disposal patterns: an exploratory study. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 38-48.

Shim, S.Y. and Bickle, M.C. (1994) Benefit segments of female apparel market: psychographics, shopping orientations, and demographics. *Clothing and Textile Research Journal*, 12(2), 1-12.

Tucker, L.R. (1978) The environmentally concerned citizen: some correlates. *Environment and Behavior*, Sep., 389-418.

Tucker, L.R. (1980) Identifying the environmentally responsible consumer: the role of internal-external control of reinforcements. *Journal of Consumer Affairs*, 14, 326-334.

(2006년 5월 4일 접수)