

유기농 면 의류 제품 구매 시 평가기준 및
구매 후 만족 불만족에 관한 연구⁺
- 20대에서 50대까지의 성인여성을 중심으로 -

박 영 희

경남대학교 패션의류학과 부교수

A study on the appraisal standard for purchasing
the clothing made of organic cotton and
the post-purchase satisfaction and dissatisfaction.
- Focused on the adult women in from their 20's to 50's -

Park Younghee

Associate Professor, Dept. of Fashion & Clothing, Kyungnam University

Abstract

The purpose of this study is to catch the difference for the appraisal standard of a product which the adult women's consumers think importantly when they purchase the clothing made of organic cotton and the appraisal standard according to the demographic characteristics. The data collection for research was done for the women in from their 20's to 50's who are living in the regions of Gyeongnam, Busan, Ulsan in Korea. The copies of the used questionnaire were 622 copies. To analyze the collected data, χ^2 -test, t-test, Cronbach's α test, ANOVA, Duncan test were carried out by SPSS 14.0. As the analysis result of data, the appraisal standard for purchasing the clothing made of organic cotton was classified with the five factors. The appraisal standard which the adult women's consumers think importantly when they purchase the clothing made of organic cotton showed the significant difference according to the demographic characteristics. The ratio for post-purchase dissatisfaction showed higher than the one for satisfaction. The dissatisfaction showed the significant difference according to the demographic characteristics. The dissatisfaction for a high price, color and insufficient design showed a relatively high ratio.

Key Words : Organic Cotton(유기농 면), the appraisal standard(평가기준), the post-purchase satisfaction(구매 후 만족), the post-purchase dissatisfaction(구매 후 불만족)

⁺ 본 연구는 2010년 경남대학교 학술연구장려금 지원으로 이루어졌음.

Corresponding author: Park Younghee, Tel.+82-55-249-2219
E-mail: phykk@kyungnam.ac.kr

1. 서론

급속한 산업화로 현대인들의 삶은 더없이 편리해진 반면 대기 오염이나 오존층의 파괴 그리고 환경 호르몬의 배출 등으로 인한 환경 파괴는 지구 환경의 심각한 문제가 되고 있다. 이제 환경문제는 지구 및 인류의 생존과 관련한 최대의 이슈로 부상되고 있으며 환경보호에 대한 문제는 환경에만 국한되지 않고 사회, 문화, 경제 등 우리 생활 전 분야에 걸쳐 서로 영향을 미침으로써 환경에 대한 새로운 인식전환이 필요함을 실감할 수 있다.

이처럼 최근의 사회적 분위기는 인간과 자연이 공생할 수 있는 패러다임의 지향으로 인간의 육체적, 정신적 건강과 함께 제품의 위생이나 안전에 대한 관심은 더욱 높아지게 되었으며, 섬유 및 패션 분야에서도 예외가 아니어서 건강 뿐 아니라 기능성이 추가된 환경 친화적 소재나 의류제품에 대한 관심이 급증하게 되었다. 즉 친환경 또는 에코가 패션의 매가 트렌드로 등장할 만큼 패션 디자인에서부터 소재에 이르기까지 친환경적 요소가 요구되고 있다. 이제는 의복을 통해서도 건강과 사회적인 책임 그리고 환경적인 면을 동시에 생각하게 되었으며, 이로 인해 섬유 및 의류산업체들은 소재 개발 또는 제품 기획에 있어 친환경적 소재와 친환경적 마케팅에 집중¹⁾하고 있는 추세이다. 이에 친환경 소재 및 의류 제품의 판매량과 소비량이 있어 급성장을 보이고 있는 것 중의 하나가 유기농 면제품²⁾이다.

유기농은 화학비료, 살충제, 살균제, 제초제, 성장 호르몬제 등 일체의 합성 화학물질을 사용하지 않고, 자연물질과 미생물 등 자연 그대로의 재료를 사용하는 농법³⁾을 말하는 것으로 최근 의식주 전반에 걸쳐 이러한 유기농 재료들이 다양하게 선호 되고 있다. 유기농이 사회적 관심을 끌기 시작하면서 가장 많이 사용되었던 분야는 주로 식품과 화장품 영역이었으나 점차 그 영역이 확대되어⁴⁾ 의류업계에서도 친환경의 일환으로 인체뿐 아니라 환경에 무해한 친환경 건강 소재로서 유기농 면의 사용량이 점차 증대하고 있다.

유기농 면⁵⁾이란 주요 원재료인 면 생산에 있어 화학비료 및 화학약제 등을 일정 기간 사용하지 않은

건강한 토양에서 살충제, 제초제 및 고엽제 등 화학성분의 농약을 사용하지 않고 친환경 농법으로 재배 및 생산된 면을 말한다. 이러한 유기농 면은 대표적인 친환경 소재로써 의복 및 패션관련 상품에 가장 많이 활용되고 있으며, 일반 소비자들에게 친환경 소재에 대한 인식을 높이는 데 주요한 역할을 한 소재 중 하나이다⁶⁾. 특히 최근에 발생한 멜라민 파동이나 의류용품의 발암물질에 대한 논란 등이 불거지면서 환경적인 문제나 개인 건강에 대한 관심이 더욱 높아졌으며, 이러한 문제를 해결하기 위해 친환경 소재의 사용이 대체방안의 하나로 등장하였다.

섬유 및 의류 업체에서는 유기농 면을 이용한 상품 라인을 확장하고 있으며, 주요 제품으로는 유아동복에서 출발하여 이너웨어, 캐주얼웨어를 비롯한 홈패션 등에 이르기까지 활용범위가 점차 넓어지고 있는 추세이다. 또한 유기농 면은 재배과정이나 공정과정에서 농약이나 화학약품 사용을 하지 않아 환경오염의 악화로 인해 발생률이 더욱 증가하고 있는 아토피나 예민한 피부 등의 피부질환자들을 위한 소재로도 응용되고 있다. 일반 면제품은 포름알데히드에 노출되어 있는 반면 유기농 면은 염소 표백제, 송진 등의 염료를 사용하지 않기 때문에⁷⁾ 일반 면에 비해 자연 친화적이며 피부에 안전하므로 영유아들의 의류와 피부에 직접 닿는 이불 등에 대한 사용량 또한 크게 증가하고 있다.

유기농 면과 관련된 연구에 있어서는 선행연구를 중심으로 살펴보면 패션제품의 친환경 디자인에 관한 연구⁸⁾⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾, 환경 친화적 태도 또는 의류제품 인지에 따른 친환경패션제품 구매행동¹²⁾¹³⁾ 그리고 패션에 나타난 유기농 현상이나 친환경 섬유소재 활용 사례¹⁴⁾¹⁵⁾에 대한 연구 등이 이루어져 있다.

점차 환경과 건강을 위해서 뿐 아니라 환경의식을 표면화하고자 하는 소비자들의 증가, 친환경 소재로 대표성을 띄고 있는 유기농 면 소재가 의류제품에 활용되고 있는 사례의 급증, 그리고 유기농 면 소재 의류제품의 수요 급증 등과 같은 사회적 추세를 감안할 때 실소비자들의 유기농 면 의류제품 구매 시 고려하는 평가요인이나 구매 후 만족 또는 불만족요인 등을 파악하는 것은 소비자들의 요구를 충족시키고 유기농 면 의류제품의 효율적인 개발을 위해 선

행 되어야 할 연구이다. 또한 유기농 면 소재 의류 제품에 대한 사용이 빠르게 확산되어가고 있으나 유기농 면 소재와 관련한 제품 평가기준이나 만족 또는 불만족에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 유기농 면 의류제품의 실소비자들이라 할 수 있는 성인 여성을 중심으로 유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준, 인구통계학적 특성에 따른 평가기준과 구매 후 만족 및 불만족에 대한 차이를 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 유기농 면 소재 의류제품의 현황

지구환경을 보호하고자 하는 의식이 사회전반으로 확산되면서 패션 및 섬유제품에서도 건강 및 기능성 소재 뿐 아니라 다양한 유기농 소재들이 제품으로 생산, 보급되고 있다. 유기농 소재 중 면은 섬유제품에 가장 많이 활용되고 있는 천연소재 중의 하나로써 최근 환경 및 건강을 고려한 소재로써 크게 주목을 받고 있다.

유기농 면¹⁶⁾이란 3년 이상 농약, 화학비료 등을 사용하지 않은 흙에서 친환경 유기농법으로 재배된 면을 말한다. 일반적으로 면 소재는 내구성이 좋고 흡습 및 흡수성이 좋아 착용감이 좋으며, 오염을 잘 흡수하여 위생적인 소재¹⁷⁾로 속옷을 비롯한 위생을 요구하는 다양한 의류제품에 활용되어져 왔다. 그러나 일반 면은 재배과정에서 다량의 화학비료, 살충제, 고염제 등 화학성분의 농약이 사용되며, 가공과정에서 표백제나 화학염료 등이 사용됨으로써¹⁸⁾¹⁹⁾ 이에 따른 환경오염이 가시화되고 있다. 이에 환경문제를 최소화하면서 인체에도 무해한 친환경 소재로 개발된 것이 유기농 면이다. 유기농 면은²⁰⁾ 탈색이나 표백을 위한 화학약품 사용하지 않기 때문에 색상에 한계가 있으며, 유기농 소재로 만들어진 의류는 방축가공을 하지 않으므로 세탁 후 변형될 수 있음에도 불구하고 대표적 친환경 소재로서 전 세계적으로 유기농 섬유 시장은 점차 확대되고 있는 실정이다.

최근 지구환경을 보호하자는 운동이 확산되면서

유기농 면 제품은 친환경적 제품으로 인식되어 수요가 급증하고 있다. 유기농 면 제품의 수요는 주로 의류에 집중되어 왔으나 점차 사용범위가 확장되어 홈 텍스타일이나 퍼스널 케어제품²¹⁾ 등에서도 활용되고 있어 그 수요가 빠르게 증가하고 있다.

국내의 유기농 면 활용 사례를 보면 주로 유아동복에서 강화되고 있음을 알 수 있는데, 아가방은²²⁾ 의류 뿐 아니라 침구류, 장난감류, 유모차 등과 같은 용품류에도 유기농 면 소재를 적용하고 있으며, 엘르뿌뽕과 에뜨와 그리고 아가방은 기초의류의 전 품목을 100% 유기농 면으로 교체하는 등 그 외 유아동복 브랜드들에서도 유기농 면의 사용의 량을 증가시키고 있는 추세이다. 이와 같이 유기농 면의 의류제품의 활용 초반에는 유아동복을 중심으로 활성화되어 왔으나 최근에는 성인브랜드인 구호나 잭앤질, 르에코, 리바이스, 빈폴 등에서도 모두 오가닉 라인을 출시하고 있다. 업계에 따르면 유기농 면의 수요는²³⁾ 2000년대 중반부터 매년 증가세를 보여 2006년에는 7만 야드, 2007년에는 15만 야드, 2008년에는 27만 야드 그리고 2009년에는 40만 야드의 판매를 기록하는 등 해를 거듭할수록 급격한 판매증가를 보이고 있다.

국외의 경우, 일본에서는 Avanti에서 유아동, 성인 그리고 홈패션에 이르기까지 다양한 상품들을 출시하고 있으며²⁴⁾, 프랑스의 Etam사는²⁵⁾ Ekyog와 함께 친환경 실내 웨어를 중심으로 유기농 의류를 선보이기 위한 계약을 체결하였다. Baby Gap²⁶⁾에서도 아기를 위한 라인으로써 자극이 적은 유기농 면으로 만든 의류를 선보이고 있으며, 그 외 유기농 면 전문 브랜드들이 점차 증가하고 있는 추세이다. 유기농 면의 수요가 급격하게 증가함에 따라 소비자들에게 소재에 대한 신뢰감을 줄 수 있도록 유기농 면의 공정상 규제나 규격인증 마크 등이 더욱 구체화되고 엄격하게 관리되어져야 할 것이다.

이와 같이 유기농 면은 유아동복에 먼저 도입되어 점차 성인복과 홈패션으로 확대되어 가고 있음을 알 수 있으며, 전 세계적으로 환경문제에 대한 심각성이 대두됨에 따라 친환경제품에 대한 규제가 강화되고 유기농 면에 대한 수요가 급격하게 늘어나고 있음을 알 수 있다.

2. 의류 구매 시 평가기준

의복 평가기준이란 소비자들이 의류 상품을 선택할 때 기본적으로 고려하는 기준들 또는 선택 대안으로 판단하는데 사용되는 차원이나 속성으로²⁷⁾²⁸⁾ 그 평가기준은 소비자의 내면적 상태인 주관적 또는 객관적 판단을 기준으로 하여 구매목적과 동기를 함께 반영하는 특징을 가지고 있다²⁹⁾. 따라서 의복평가기준의 차원이나 속성의 중요성 정도는 제품의 종류, 구매자의 구매동기나 목적 등에 따라 달라진다.

이러한 의복 평가기준은 제품 구매 후 만족도나 재구매의도 등을 예측하는데 영향을 미치는 중요한 속성이 될 수 있으며, 소비자에게 의해 선택되는 상품군이나 상표에 따라 평가기준이나 방향은 달라질 수 있다.

의류제품의 평가기준과 관련한 선행연구결과를 살펴보면, 여의재³⁰⁾는 여성소비자들의 구매 후 의복평가 기준에 대해 살펴본 결과 맞음성, 경제성, 관리의 용이성, 변형성, 착용/봉제성, 심미성으로 나타났으며, 이러한 평가기준은 구매 후 만족도와 상표도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 옥금희³¹⁾는 중국대학생의 의복쇼핑성향에 따른 의복평가기준으로 심미적 기준과 상징적 기준으로 구분하였으며, 의류제품을 평가할 때 심미적 기준이 상징적 기준보다 더 고려되었던 것으로 나타났다. 김수영³²⁾은 친환경의류제품 구입 시 고려하는 제품의 속성으로 소재, 기능성, 품질, 디자인, 가격, 용도 등의 순으로 나타났으며, 인구통계학적 특성에 따라 선호하는 속성이 다르게 나타났다. 홍경희, 이윤정³³⁾은 여성 노년층 소비자의 인지된 연령에 따른 의복선택기준을 살펴본 결과 개인적 적합성, 실용성, 동조성, 경제성으로 나타났으며, 인지된 연령에 따라 개인적 적합성이나 동조성에 따라 차이를 보인 것으로 나타났다.

이러한 선행연구결과를 보면 의복평가기준은 상품의 종류나 소비자의 특성에 따라 평가기준이 달라질 수 있는 것을 알 수 있으며, 본 연구에서는 점차 건강 생활과 환경에 대한 관심을 보이는 소비자들이 증가하고 있는 시점에서 유기농 면 의류제품에 구매와 관련한 평가기준 및 만족도에 대해 살펴보고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1 연구문제

첫째, 유기농 면 의류제품 구매 시 요구되는 평가기준을 분석한다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따라 제품 구매 시 평가기준의 차이를 밝힌다.

셋째, 인구통계학적 특성에 따라 유기농 면 의류제품 구매 후 만족 및 불만족 의 차이를 밝힌다.

2 측정도구

본 연구는 설문지를 이용한 조사연구로 설문지의 주요 내용은 인구 통계학적 특성, 유기농 면 소재 의류제품의 구매 시 평가기준, 구매 후 만족 그리고 불만족 요인에 관한 문항 등으로 구성되었다. 이 중 유기농 면 소재 의류제품의 구매 시 평가 기준에 관한 문항은 약 50여명의 성인 여성을 대상으로 실시한 예비조사 결과를 토대로 직접 개발한 문항과 김민정, 이숙희³⁴⁾, 정인희³⁵⁾, 서현수³⁶⁾의 선행연구에서 사용한 측정도구를 선택 수정한 내용으로 총 21문항으로 구성되었으며, 측정방법은 5점 Likert형 척도를 사용하였다. 구매 후 만족 및 불만족 관련 문항은 예비 조사 결과를 토대로 직접 개발한 문항과 선행연구 박혜선³⁷⁾, 김수영³⁸⁾에서 사용한 측정도구를 선택 수정한 내용으로 구성되며 측정방법은 선다형을 사용하였다.

3 자료수집 및 분석방법

조사기간은 2010년 3월에서 5월에 걸쳐 부산, 경남, 울산을 중심으로 실시되었다. 본 연구에 사용된 설문지는 회수된 총 700부 중 분석의 신뢰도에 문제를 가져 올 수 있는 자료를 제외한 622부가 분석에 이용되었다. 연구대상의 인구통계학적 특성은 20대에서 50대의 성인 여성으로 구성되었으며, 남성을 제외한 여성만을 대상으로 한 것은 예비 조사 결과 남성들은 유기농 면 소재 의류 제품을 구매한 경험이 여성에 비해 극소수였으며, 유기농 면 소재에 대한 정보 및 지식이 부족한 경우가 많았기 때문이다.

<표 1> 인구통계학적특성

n=622

인구통계학적 특성		n(%)	인구통계학적 특성		n(%)
연령	20대	157(25.2)	월 소득	200만원미만	84(13.5)
	30대	183(29.3)		200만원이상 300만원미만	133(21.4)
	40대	179(28.8)		300만원이상 400만원미만	218(35.0)
	50대	103(16.6)		400만원이상	187(30.1)
학력	고등학교 졸업	257(41.3)	직업	사무직	47(7.6)
	대학 재학 및 휴학	184(29.6)		전문직	88(14.1)
	대학교 졸업	133(21.4)		판매/서비스 및 생산직	124(19.9)
	대학원수료 이상	48(7.7)		자영업	45(7.2)
결혼 유무	미혼	214(34.4)		학생	129(20.7)
	기혼	408(65.6)		주부	189(30.4)

본 연구에 대한 조사대상자의 구체적 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

자료 분석은 SPSS 14.0을 이용하여 χ^2 -test, t-test, 크론바하 알파의 신뢰도 검증, ANOVA와 Duncun-test를 중심으로 실시되었다.

IV. 결과 및 논의

1. 유기농 면 의류제품 구매 시 평가 기준

1) 유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준의 요인분석

유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준에 대한 요인을 분석하기 위해 20문항에 대해 주성분 분석과 고유값 1.0이상으로 하여 Varimax적교회전을 실시한 결과 5개의 요인으로 나타났다. 이들 요인의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach' α 값을 구하였으며, 그 결과 <표 2>와 같이 나타났다. 요인1은 착용감, 소재, 봉제 상태, 착용편리성, 보풀, 치수로 구성되어 전체적인 의미에 따라 품질 및 착용성이라 명명하였고, 전체 설명력의 19.46%를 차지하였다. 요인2는 땀 흡수, 통기성, 피부결점보완, 자외선차단성, 피부 접촉감으로 구성되어 전체적인 의미에 따라 쾌적성이라 명명하였으며, 전체 설명력의 15.30%를 차지하였다. 요인 3은 유행스타일, 실루엣, 색상과 무늬로 구성되어 전체적인 의미에 따라 디자인성이라 명명하였으며, 전체 설명력의 12.01%를 차지하였다.

요인 4는 타인반응, 품위품격, 다른 옷과의 조화로 구성되어 전체적인 의미에 따라 타인의식성이라 명명하였으며, 전체 설명력의 10.23%를 차지하였다. 요인 5는 매장위치, 서비스 및 친절, 가격으로 구성되어 전체적인 의미에 따라 점포속성 및 가격이라 명명하였으며, 전체 설명력의 9.91%를 차지하였다.

평균 점수를 기준으로 볼 때 여성 소비자들이 유기농 면 의류제품 구매 시 평가요인의 평균은 3.5이상으로 나타났다. 그 중 제품 품질 및 착용감의 평균값이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 쾌적성, 타인 의식성 등의 순으로 나타남으로써 유기농 면 의류 제품 구매 시 가장 중요하게 사용하는 평가 요인은 제품 품질 및 착용감임을 알 수 있었다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준의 차이

성인 여성의 인구통계학적 특성에 따른 유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준의 차이를 살펴본 결과 <표 3>과 같이 나타났다.

결혼 유무에 따른 차이 결과 제품 품질 및 착용성, 쾌적성, 디자인성 그리고 점포속성 및 가격에서 유의한 차이를 보였다. 즉 유기농 면 의류제품 구매 시 미혼자 보다 기혼자가 품질 및 착용성, 쾌적성 그리고 점포속성 및 가격을 더 중요시 여기는 것으로 나타난 반면, 미혼자는 디자인성을 더 중요시 여기는 것으로 나타났다.

연령에 따른 차이 결과 쾌적성, 디자인성, 타인의식성 그리고 점포속성 및 가격에서 유의한 차이를

<표 2> 유기농 면 의류 제품 구매 시 평가기준의 요인분석

요인 1 제품품질 및 착용성	평균	요인 부하량	요인 2 쾌적성	평균	요인 부하량	요인 3 디자인성	평균	요인 부하량	요인4 타인 의식성	평균	요인 부하량	요인5 점포속성 및 가격	평균	요인 부하량
착용감	4.04	.763	땀흡수	4.09	.775	유행 스타일	3.40	.825	타인반응	3.58	.846	매장위치	3.50	.764
소재	4.06	.736	통기성	4.00	.732	실루엣	3.61	.787	품위품격	3.45	.756	서비스 및 친절	3.64	.763
봉제상태	3.98	.726	피부결점 보완	3.96	.725	색상과 무늬	3.68	.782	다른옷과 의 조화	3.80	.694	가격	3.44	.678
착용 편리성	3.96	.705	자외선 차단성	3.84	.710									
보풀	3.96	.660	피부 접촉감	3.73	.652									
치수	3.92	.594												
변량=19.460% 누적변량=19.460% 고유치=3.802 α 신뢰도=.864 평균=3.991		변량=15.308% 누적변량=34.316% 고유치=3.062 α 신뢰도=.842 평균=3.923		변량=12.017% 누적변량=46.333% 고유치=2.403 α 신뢰도=.816 평균=3.565		변량=10.232% 누적변량=56.565% 고유치=2.046 α 신뢰도=.761 평균=3.613		변량=9.911% 누적변량=66.565% 고유치=1.982 α 신뢰도=.717 평균=3.529						

보였다. 즉 유기농 면 의류제품 구매 시 30대 이상이 20대 보다 쾌적성을 더욱 중요한 평가기준으로 생각한 반면 20대는 30대 이상의 집단보다 디자인성을 더욱 중요한 평가기준으로 생각하였다. 또한 20대와 40대 및 50대가 30대 보다 타인의식성을 더 중요시 여겼으며, 40대는 다른 연령대보다 점포속성 및 가격을 더 중요하게 생각하였다.

최종 학력에 따른 차이 결과 제품 품질 및 착용성, 쾌적성 그리고 디자인성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 유기농 면 의류 제품 구매 시 평가기준으로 대학원 수료 이상의 집단이 품질 및 착용성, 쾌적성 그리고 디자인성을 가장 중시 여기는 것으로 나타났으며, 특히 디자인성에 있어서는 학력이 높아질수록 더욱 중요시 여기는 것으로 나타났다.

월 소득에 따른 차이 결과 디자인에서 유의한 차이를 보였는데, 유기농 면 의류 제품 구매 시 월 소득 200만원 미만의 집단이 디자인성을 가장 중요한 평가기준으로 생각하였으며, 다음으로는 월 소득 400만원 이상의 집단으로 나타났다.

직업에 따른 차이 결과 제품 품질 및 착용성, 쾌적성, 디자인성 그리고 타인의식성에서 유의한 차이를 보였다. 즉 유기농 면 의류제품 구매 시 평가

기준으로 제품의 품질 및 착용성을 가장 중시 여기는 집단은 자영업 집단으로 나타났으며, 쾌적성을 가장 중시 여기는 직업집단은 자영업, 사무직 그리고 주부로 나타났다. 디자인성을 가장 중시 여기는 집단은 학생이었으며, 타인의식성을 가장 중시여기는 집단은 자영업과 사무직으로 나타났다.

이상의 연구결과 제품의 품질 및 착용성은 기혼자, 고령학자, 자영업자들이 가장 중요한 평가기준으로 생각하였으며, 쾌적성은 미혼자, 30대 이상 그리고 자영업, 사무직, 주부들이 가장 중요한 평가기준으로 생각하였다. 그리고 디자인성은 미혼자, 20대, 대학원 수료 이상, 월 소득 200만원 미만의 집단, 학생들이 가장 중요한 평가 기준으로 생각하였으며, 타인 의식성은 30대를 제외한 모든 연령대와 자영업 및 사무직 집단이 가장 중요한 평가기준으로 생각하였으며, 점포속성 및 가격은 기혼자와 40대가 중요한 평가기준으로 생각하였다. 이러한 연구 결과 중 유기농 면 의류제품 구매 시 미혼자, 20대 그리고 월 소득 200만원 미만의 집단이 다른 집단에 비해 디자인성을 더 중시 여긴다는 결과는 김수영³⁹⁾의 선행연구에서 친환경 의류제품 구입 시 고려하는 제품의 속성 중 20대, 미혼 그리고 200만원 이하 수

<표 3> 유기농 면 의류제품 구매 시 인구통계학적 특성에 따른 평가기준의 차이

인구통계적 변인		품질 및 착용성	쾌적성	디자인성	타인의식성	점포속성 및 가격
결혼 유무	미혼	3.924	3.774	3.693	3.541	3.449
	기혼	4.027	4.001	3.500	3.650	3.571
	t 값	-2.102*	-4.435***	3.529**	-1.897	-2.098*
연령	20대	3.966	3.744a	3.752b	3.637b	3.484a
	30대	3.957	3.914b	3.545a	3.479a	3.475a
	40대	4.047	4.027b	3.536a	3.676b	3.702b
	50대	3.994	4.031b	3.440a	3.702b	3.392a
	F비	0.848	7.412***	5.752**	3.502***	5.572**
최종 학력	고등학교졸업	3.974a	3.999b	3.468a	3.629	3.523
	대학재학및휴학	3.914a	3.757a	3.661b	3.594	3.493
	대학교졸업	4.001a	3.914ab	3.489ab	3.629	3.584
	대학원수료이상	4.333b	4.175c	3.931c	3.549	3.549
	F비	6.927***	8.800**	8.340***	0.256	0.448
월소득	200만원미만	4.068	3.905	3.746c	3.627	3.480
	200만원이상 ~300만원미만	3.962	3.928	3.409a	3.546	3.481
	300만원이상 ~ 400만원미만	3.979	3.941	3.517ab	3.615	3.559
	400만원이상	3.996	3.906	3.652bc	3.651	3.549
	F비	0.620	0.139	5.794**	0.614	0.523
직업	전문직	3.983ab	3.893ab	3.481a	3.489a	3.492
	판매/서비스및생산직	3.869a	3.889ab	3.559ab	3.551a	3.589
	학생	3.979ab	3.723a	3.736b	3.615ab	3.444
	자영업	4.174b	4.013b	3.536ab	3.800b	3.607
	사무직	3.978ab	4.034b	3.645ab	3.809b	3.631
	주부	4.042ab	4.046b	3.481a	3.615ab	3.520
	F비	2.310*	5.031***	2.646*	2.226*	0.908

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

a,b,c는 Duncan-test 결과임. a<b<c

입자는 디자인성을 가장 중시 여긴다는 결과와 일맥 상통한다고 할 수 있겠다.

따라서 여성 소비자들의 인구통계학적 특성에 따라 유기농 면 의류 제품 구매 시 평가기준에 차이가 있다는 것을 알 수 있었으며, 유기농 면 제품 기획 시 이러한 결과를 고려하여 제품에 활용한다면 제품의 차별화를 이끌어낼 수 있을 것이다.

2. 유기농 면 의류제품의 구매 후 만족 및 불만족

여성소비자들의 유기농 면 의류제품에 대한 인구 통계학적 특성에 따른 만족 및 불만족의 차이를 살펴본 결과 <표 4>에서 <표 8>과 같이 결혼유무, 연령, 최종학력, 월 소득 그리고 직업에 따라 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

결혼유무에 따른 유기농 면 의류제품의 구매 후 만족 및 불만족의 차이 결과, 미혼자와 기혼자 모두 만족보다 불만족의 비율이 높게 나타났으며, 불만족 요인 중 미혼자들은 색상 및 디자인의 미흡에 대한 비율이 가장 높게 나타난 반면 기혼자들은 상대적 고가에 대한 불만이 높게 나타났다. 즉 유기농 면 의류 제품에 대해 미혼자들은 제품의 색상이나 디자인에 대한 불만이 높았으며, 기혼자들은 유기농 면이 일반 면 소재 의류제품에 비해 가격이 상대적으로 고가라는 것에 대한 불만이 높게 나타났다.

연령에 따른 차이 결과 만족 보다 불만족의 비율이 높게 나타났으나, 만족도 자체를 기준으로 볼 때 30대가 36.1%로 가장 높은 만족도를 보인 반면 20대가 23.6%로 가장 낮은 만족도를 보였다. 불만족에 있어서는 20대는 색상 및 디자인의 미흡에 대한 비율이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 상대적 고가, 소재에 대한 불신 등의 순으로 나타났다. 30대에서 50대는 상대적 고가가 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로 30대는 소재에 대한 불신과 세탁관리의 불편, 40대는 아이템의 부족과 세탁관리의 불편, 50대는 소재에 대한 불신과 형태변형 및 내구성 취약 등으로 나타났다.

최종 학력에 따른 차이 결과 만족 보다 불만족에 대한 비율이 더 높게 나타났으며, 만족도 자체를 기준으로 볼 때 대학교 졸업자들이 38.3%로 가장 높게 나타난 반면 대학원수료이상의 집단은 16.7%로 가장 낮은 비율을 보였다. 불만족에 있어서는 고등학교 졸업자와 대학재학 및 휴학자들은 상대적 고가에 대한 불만비율이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 고등학교 졸업자들은 소재에 대한 불신, 대학재학 및 휴학자들은 색상 및 디자인의 미흡 등으로 나타났다. 대학졸업자들은 색상 및 디자인의 불만이 가장 높은 비율을 보였으며, 다음으로 상대적 고가 등으로 나타났으며, 대학원 수료 이상의 집단은 아이템의 부족이 가장 높은 불만비율로 나타났으며, 다음으로 상대적 고가로 나타났다.

월 소득에 따른 차이 결과 만족 보다 불만족에 대한 비율이 더 높게 나타났으며, 만족도를 기준으로 볼 때는 월 소득이 높아질수록 만족도의 비율이 더 높아 지고 있는 것을 알 수 있었으며, 월 소득 400

만원 이상의 집단이 31.6%로 가장 높은 만족도를 보인 반면 월 소득 200만원 미만의 집단은 17.9%로 가장 낮은 만족도를 보였다. 불만족이 있어서는 모든 월 소득 집단에서 상대적 고가에 대한 불만이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 월 소득 200만원 미만의 집단은 세탁관리의 불편, 200만원 이상 400만원 미만의 집단은 소재에 대한 불신 그리고 400만원 이상의 집단은 아이템의 부족으로 나타났다.

직업에 따른 차이 결과 만족 보다 불만족의 비율이 더욱 높게 나타났으며, 만족도를 기준으로 볼 때 자영업이 35.6%로 가장 높게 나타난 반면 학생이 21.7%로 가장 낮은 비율을 보였다. 불만족에 있어서는 전문직과 판매/서비스 및 생산직 그리고 주부는 상대적 고가에 대한 불만비율이 가장 높았으며, 사무직과 자영업은 세탁관리의 불편이 그리고 학생은 색상 및 디자인의 미흡에 대한 불만 비율이 가장 높게 나타났다. 다음으로 전문직은 소재에 대한 불신, 사무직은 상대적 고가, 소재에 대한 불신, 형태 변형 및 내구성 취약, 판매/서비스 및 생산직은 세탁관리의 불편과 아이템의 부족, 자영업은 소재에 대한 불신과 형태변형 및 내구성취약, 학생은 상대적 고가, 주부는 아이템의 부족 등으로 나타났다.

이상의 연구결과 인구통계학적 변인에서 가격에 대한 불만이 가장 높게 나타났는데, 이는 유기농 면은 일반 면에 비해 재배 및 생산 과정에 있어 더 많은 비용이 소요되며, 또한 국내의 경우 유기농 면 재배가 거의 이루어지지 않고 있어 제품에 사용되는 유기농 면은 거의 수입에 의존하고 있기 때문에 일반 면 의류제품에 비해 상대적으로 고가이며 이로 인해 소비자들은 유기농 면 제품을 상대적으로 고가라고 인식하는 것으로 여겨진다. 따라서 유기농 면의 재배과정이나 일반 면과의 차이점에 대한 홍보가 좀 더 적극적으로 이루어진다면 가격에 대한 소비자들의 이해를 얻을 수 있을 것으로 여겨진다. 또한 미혼자, 20대, 대학교 졸업자, 학생들은 다른 인구통계학적 특성에 비해 특히 유기농 면 의류제품의 색상 및 디자인에 대한 불만이 높은 것으로 나타났는데, 이는 일반 면 제품의 가격과 다양한 색상에 비해 상대적으로 높은 가격 그리고 색상이나 디자인 등에 있어 제한성을 가지고 있기 때문으로 여겨진다.

다. 또한 50대, 월 소득이 200만원 이상 300만원 미만 그리고 전문직 집단들은 소재에 대한 불신, 대학원 수료 이상의 집단은 아이템의 부족 등에 대한 불만이 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 유기농 면

의류제품의 불만족을 해소하고 소비자들이 신뢰할 수 있도록 유기농 제품과 관련한 보다 다양한 기획안이나 정책 등이 필요한 것으로 여겨진다.

<표 4> 결혼유무에 따른 만족/불만족 요인의 차이

인구통계학적변인 만족/불만족요인		미혼		기혼	
		n(%)		n(%)	
만족함		57(26.6)		117(28.7)	
불만족	상대적 고가	157(73.4)	29(13.6)	291(71.3)	92(22.5)
	교환환불의 불편		12(5.6)		14(3.4)
	소재에 대한 불신		28(13.1)		46(11.3)
	색상맞디자인미흡		35(16.4)		25(6.1)
	세탁관리불편		22(10.3)		42(10.3)
	형태변형및내구성취약		12(5.6)		27(6.6)
	아이템의 부족		19(8.9)		45(11.0)
	합계		214(100)		408(100)

$\chi^2=24.109***$ d=7

***p<.001

<표 5> 연령에 따른 만족/불만족 요인의 차이

인구통계학적변인 만족/불만족요인		20대		30대		40대		50대	
		n(%)		n(%)		n(%)		n(%)	
만족함		37(23.6)		66(36.1)		44(24.6)		27(26.2)	
불만족	상대적 고가	120(76.4)	23(14.6)	117(63.9)	31(16.9)	135(75.4)	38(21.2)	76(73.8)	29(28.2)
	교환환불의 불편		10(6.4)		5(2.7)		8(4.5)		3(2.9)
	소재에 대한 불신		19(12.1)		21(11.5)		15(8.4)		19(18.4)
	색상맞디자인미흡		28(17.8)		16(8.7)		14(7.8)		2(1.9)
	세탁관리불편		18(11.5)		21(11.5)		20(11.2)		5(4.9)
	형태변형 및 내구성취약		7(4.5)		9(4.9)		8(4.5)		15(14.6)
	아이템의 부족		15(9.6)		14(7.7)		32(17.9)		3(2.9)
	합계		157(100)		183(100)		179(100)		103(100)

$\chi^2=73.678***$ d=21

***p<.001

<표 6> 학력에 따른 만족/불만족 요인의 차이

n(%)

인구통계학적변인		고등학교졸업		대학재학 및 휴학		대학교졸업		대학원수료이상	
만족/불만족요인									
만족함		69(26.8)		46(25.0)		51(38.3)		8(16.7)	
불만족	상대적 고가	188 (73.2)	69 (26.8)	138 (75.0)	29 (15.8)	82 (61.7)	15 (11.3)	40 (83.3)	8 (16.7)
	교환환불의불편		10 (3.9)		11 (6.0)		5 (3.8)		0 (0.0)
	소재에대한불신		35 (13.6)		20 (10.9)		14 (10.5)		5 (10.4)
	색상및디자인미흡		9 (3.5)		28 (15.2)		16 (12.0)		7 (14.6)
	세탁관리불편		22 (8.6)		27 (14.7)		11 (8.3)		4 (8.3)
	형태및내구성의 취약		19 (7.4)		7 (3.8)		7 (5.3)		6 (12.5)
	아이템부족		24 (9.3)		16 (8.7)		14 (10.5)		10 (20.8)
	합계		257(100)		184(100)		133(100)		48(100)

$\chi^2=60.146^{***}$ d=21

***p<.001

<표 7> 월 소득에 따른 만족/불만족 요인의 차이

n(%)

인구통계학적변인		200만원미만		200만원이상 300만원미만		300만원이상 400만원미만		400만원이상	
만족/불만족요인									
만족함		15(17.9)		33(24.8)		67(30.7)		59(31.6)	
불만족	상대적 고가	69 (82.1)	17 (20.2)	100 (75.2)	34 (25.6)	151 (69.3)	40 (18.3)	128 (68.4)	30 (16.0)
	교환환불의불편		1 (1.2)		7 (5.3)		12 (5.5)		6 (3.2)
	소재에대한불신		10 (11.9)		22 (16.5)		26 (11.9)		16 (8.6)
	색상및디자인미흡		11 (13.1)		10 (7.5)		20 (9.2)		19 (10.2)
	세탁관리불편		13 (15.5)		15 (11.3)		17 (7.8)		19 (10.2)
	형태및내구성의 취약		5 (6.0)		6 (4.5)		17 (7.8)		11 (5.9)
	아이템부족		12 (14.3)		6 (4.5)		19 (8.7)		27 (14.4)
	합계		84(100)		133(100)		218(100)		187(100)

$\chi^2 = 32.705^*$ d=21

***p<.001

<표 8> 직업에 따른 만족/불만족 요인 차이

n(%)

인구통계학적 적변인		전문직	사무직	판매/서비스 및 생산직	자영업	학생	주부
만족/불만족							
만족함		20(22.7)	14(29.8)	32(25.8)	16(35.6)	28(21.7)	64(33.9)
불만족	상대적 고가	19 (21.6)	6 (12.8)	20 (16.1)	5 (11.1)	21 (16.3)	49 (25.9)
	교환환불의 불편	7 (8.0)	1 (2.1)	8 (6.5)	0 (0.0)	8 (6.2)	2 (1.1)
	소재에대한 불신	13 (14.8)	6 (12.8)	12 (9.7)	6 (13.3)	17 (13.2)	20 (10.6)
	색상및 디자인미흡	68 (77.3)	33 (70.2)	92 (74.2)	29 (64.4)	101 (78.3)	125 (66.1)
	세탁관리불편	6 (6.8)	4 (8.5)	11 (8.9)	3 (6.7)	23 (17.8)	13 (6.9)
	형태변형및 내구성취약	7 (8.0)	8 (17.0)	17 (13.7)	7 (15.6)	14 (10.9)	12 (6.3)
	아이템의 부족	8 (9.1)	6 (12.8)	7 (5.6)	6 (13.3)	6 (4.7)	6 (3.2)
	아이템의 부족	8 (9.1)	2 (4.3)	17 (13.7)	2 (4.4)	12 (9.3)	23 (12.2)
합계	88(100)	47(100)	124(100)	45(100)	129(100)	189(100)	

$\chi^2=63.724^{***}$ d=35

***p<.001

V. 결론 및 제언

여성소비자들의 인구통계학적 특성에 따른 유기농 면 의류 제품 구매 시 평가기준과 구매 후 만족 불만족에 대한 차이를 살펴본 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준은 제품 품질 및 착용성, 쾌적성, 디자인성, 타인 의식성, 점포 속성 및 가격으로 나타났으며, 이 중 제품 품질 및 착용감이 가장 중요한 평가 요인으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 유기농 면 의류제품 구매 시 평가기준의 차이에 대한 조사 결과 결혼 유무에 따라 미혼자는 기혼자 보다 품질 및 착용성, 쾌적성 그리고 점포속성 및 가격을, 미혼자는 디자인성을 더 중시여겼으며 연령에 따라서는 쾌적성은 30대 이상의 집단이, 디자인성은 20대가, 타인의식성은 30대를 제외한 연령대가 그리고 점포속성은 40대가 가장 중시 여겼다. 최종학력에 있어 대학원수료 이상의 집단이 다른 학력 집단 보다 품질 및 착

용성, 쾌적성 그리고 디자인성을 더 중시 여겼다. 월 소득에 따라서는 200만원 미만의 집단, 직업에 따라서는 품질 및 착용성은 자영업, 쾌적성은 자영업, 사무직 그리고 주부가, 디자인성은 학생이 그리고 타인의식성은 자영업과 사무직이 더 중시여기는 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 유기농 면 의류제품의 만족 및 불만족의 차이 결과 전반적으로 만족 보다 불만족의 비율이 높게 나타났으며, 모든 인구통계학적 특성에 따라 유의한 차이를 보였다. 불만족에 있어 미혼자는 색상 및 디자인의 미흡에, 기혼자는 상대적 고가에 가장 높은 불만족을 보였으며, 연령에 따라서는 20대는 색상 및 디자인의 미흡, 30대에서 50대는 상대적 고가에서 가장 높은 불만족을 보였고, 최종 학력에 따라서는 고등학교 졸업에서 대학 재학 및 휴학 집단은 상대적 고가, 대학교 졸업자는 색상 및 디자인의 미흡에, 대학원 수료 이상의 집단은 아이템의 부족에서 가장 높은 불만족을 보였다. 월 소득에 따라서는 상대적 고가에 대한 불만족이

가장 높게 나타났으며 특히 월 소득 200만원 이상 300만원 미만의 집단의 불만족 비율이 높게 나타났다. 직업에 따라서는 전문직, 판매/서비스 및 생산직 그리고 주부는 상대적 고가, 사무직과 자영업은 세탁관리의 불편, 학생은 색상 및 디자인의 미흡에서 가장 높은 불만족을 보였다.

따라서 인구통계학적 특성에 따라 유기농 면 의류 제품 구매 시 중요하게 여기는 평가기준이 다르다는 것을 알 수 있었으며, 인구통계학적 특성에 따라 유기농 면 의류 제품 구매 후 만족 및 불만족에 차이를 보였는데, 만족 보다는 불만족의 비율이 더욱 높았으며, 인구통계학적 변인에 따라 불만족 요인에 차이가 있었다. 인구통계학적 특성 전반에서 불만족의 비율이 비교적 높게 나타난 요인으로는 상대적 고가였는데, 현재 국내의 유기농 면 소재의 대부분이 자체생산으로 충족되기 보다는 수입에 의존하고 있으며, 유기농 방식으로 재배하면⁴⁰⁾ 원료가격이 30% 상승하게 되어 소비자 가격은 10% 상승하게 되기 때문 등으로 유기농 면 의류제품의 가격은 일반 면 제품에 비해 고가일수밖에 없는 상황으로 이에 대한 한계를 극복할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것이다. 앞으로 환경과 건강에 대한 관심은 지속될 것이며, 유기농 면에 대한 수요 또한 점점 높아지고 있으므로 유기농 면 의류 제품 기획 시 가격이나 색상 및 디자인, 아이템, 소재에 대한 신뢰감 등에 대한 소비자들의 불만을 해소할 수 있는 전략이 필요하다. 또한 소비자들이 유기농 면에 대하여 과장되거나 오해하지 않도록 유기농 면에 대해 보다 구체적이고 정확한 지식과 정보를 전달할 수 있는 다양한 방안이 모색된다면 유기농 면 제품에 대한 신뢰가 더욱 높아 질 수 있을 것이며, 안정성이나 신뢰성을 바탕으로 한 친환경 패션제품의 차별화 전략을 유도하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

본 연구의 설문은 여성소비자들을 중심으로 부산, 경남, 울산 지역에서 이루어졌으며 따라서 조사대상자에 대한 한계가 있으므로 본 연구결과를 확대해석하기에는 무리가 있음을 밝힌다. 이에 후속 연구에서는 지역별 또는 라이프스타일에 따른 유기농 면 제품에 대한 소비자들의 구매행동을 비교분석하고자 한다. 점차 환경에 대한 인식이 높아지고 있으며,

우리 생활 전반에 친환경적인 공감대를 형성하고 있는 현 시점에서 이러한 연구는 친소비자 지향적 관점에서 연구의 의의를 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) “친환경주의, 선택인가 필수인가”, (2009. 02. 05), 자료검색일 2010. 05. 20, 자료출처 <http://cafe.daum.net/talkorganic>
- 2) 김지혜(2009), “유아용 텍스타일제품에 나타난 친환경 디자인에 관한 연구”, 덕성여자대학교 대학원 석사학위논문 p.39.
- 3) “오가닉이란 무엇인가?”,(2007. 04. 16), 자료 검색일 2010. 05. 20, 자료출처 <http://blog.daum.net/organicnara/101167>
- 4) 김은희, “에코-아이콘 미래”, *Fashionbiz*, 2008. 03, p.160.
- 5) 최정은 뉴욕무역관, 미 오가닉코튼(유기면) 시장의 현황과 성장 요인, 보도일자 2007. 12. 13.
- 6) 김주향, “미, 유기농 면직물·의류가 뜬다”, (2006. 05. 24), KOTRA, 자료검색일 2010. 03. 02, 자료출처 <http://www.kotra.or.kr/wps/portal/dk/kcxml/>
- 7) "DECO Journal, 욕실에 부는 친환경 바람", (2006. 08), *데코저널* 검색일 2010. 03. 02, 자료출처 <http://www.decojournal.co.kr/index.asp>
- 8) 류근중, 허은옥(2006), "현대패션에 나타난 친환경 디자인의 특성", *한국패션디자인학회지*, 6(1), pp.57-78.
- 9) 장남경, 김윤정, 주잔나(2007), "패션 산업에서의 친환경 디자인", *복식문화연구*, 15(6), pp.952-964.
- 10) 김지혜(2009), "유아용 텍스타일제품에 나타난 친환경 디자인에 관한 연구", 덕성여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.1-88.
- 11) 김수현, 이재정, 정현숙(2007), “오가닉 코튼을 이용한 지속가능한 패션디자인”, *한국복식학회지*, 57(2), pp.115-131.
- 12) 정희정(2009), "환경친화적 태도에 따른 친환경

- 패션제품 구매행동", 경희대학교 대학원 석사학위논문. pp.1-59.
- 13) 김수영(2009), "친환경의류제품 인지에 따른 구매행동 분석", 목포대학교 대학원 석사학위논문. pp.1-57.
- 14) 백인홍(2003), "현대패션에 나타난 오가닉 현상에 관한 연구", 국민대학교 테크노디자인 전문대학원 석사학위논문. pp.1-53.
- 15) 이수철, 정재연(2003), "21세기 친환경 섬유소재 활용 사례연구", *한국디자인 문화학회지*, 9(4), pp.92-102.
- 16) "애니데이, 미국 OE협회 인증 '애니데이 오가닉 코튼' 출시", (2010. 06. 02), *한국경제신문* 자료검색일 2010. 06. 08, 자료출처 <http://kr.news.yahoo.com-/service/news>
- 17) 김성련(1997), *피복재료학(제2개정판)*, 교문사, p.58.
- 18) 이수철, 정재연, op. cit., p.98.
- 19) 최정은(2007. 12. 18), "미, 오가닉코튼 시장의 현황과 성장요인-Global Window", Organic Exchange OTA 뉴욕무역관자료 자료검색일 2010. 05. 08, 자료출처 <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogid>
- 20) 류근중, 허은옥, op. cit., pp.57-78.
- 21) 최정은 (2007. 12. 18), "미, 오가닉코튼(유기면) 시장의 현황과 성장요인 -Global Window", Organic Exchange OTA 뉴욕무역관자료 자료검색일 2010. 05. 20, 자료출처 <http://blog.naver.com/PostView.nhn>
- 22) 안성희, "더오가닉코튼 등 에코열풍", *Fashionbiz*, 2010. 05, pp.218-219.
- 23) 안성희, "Only 오가닉으로 도전장을", *Fashionbiz*, 2010. 02, pp.162-164.
- 24) 장남경, 김윤정, 주잔나, op. cit., p.957.
- 25) "Etam사 Ekyog와 친환경 의류", (2007. 03. 09), *Fashionbiz*, 자료검색일 2010. 03. 02, 자료출처 <http://fashionbiz.fashionscout.co.kr/>
- 26) "Baby Gap도 오가닉 코튼 라인", (2007. 11. 06), *Fashionbiz*, 자료검색일 2010. 03. 02, 자료출처 <http://fashionbiz.fashionscout.co.kr/WW/>
- 27) 김혜진(2004), "라이프스타일에 따른 의복 소비 행동 차이 연구:서울과 부산을 중심으로", 연세대학교 대학원 석사학위논문, p.13.
- 28) 옥금희(2006), "중국대학생의 의복쇼핑성향에 따른 점포평가기준, 의복평가기준 및 캐주얼 의류 구매행동에 대한 연구", 충남대학교 대학원 석사학위논문, p.9.
- 29) 윤은아(2004), "주5일 근무제 도입에 따른 레저웨어 구매행동 연구", 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, p.48.
- 30) 여의재, 이영선(1995), "구매 후 의복평가기준에 관한 연구:만족도, 상표태도, 재구매 의도와 의 관계를 중심으로", *한국의류학회지*, 20(6), pp.42-66.
- 31) 옥금희, op.cit., pp.1-56.
- 32) 김수영 (2009), "친환경의류제품 인지에 따른 구매행동 분석", 목포대학교 대학원 석사학위논문. pp.1-51.
- 33) 홍경희, 이윤정(2010), "60대-70대 여성 소비자의 인지된 연령에 따른 의복 선택기준 및 패션 정보원 활용", *한국의류학회지*, 34(2), pp.200-211.
- 34) 김민정, 이숙희(2004), "남성 정장 구매행동에 관한 연구(제2보):20~40대 남성을 중심으로", *한국의류학회지*, 28(5), pp.615-625.
- 35) 정인희(2002), "의류제품 구매 시 소재의 영향과 소비자 소재 선호구조분석", *한국의류학회지*, 26(1), pp.83-94.
- 36) 서현수(2004), "30-40대 여성의 라이프스타일과 의복구매행동", 서울여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.43-45.
- 37) 박혜선(2006), "웰빙 인식과 웰빙 패션 상품 구매에 대한 연구", *한국의류학회지*, 30(5), pp.711~721.
- 38) 김수영, op.cit., pp.1-37.
- 39) 김수영, op.cit., pp.37-38.
- 40) 김민주(2007), *글로벌 기업의 지속가능 경영*, 교보문고, p.105.

접수일(2010년 6월 22일)
수정일(1차 : 2010년 8월 17일)
게재확정일(2010년 8월 23일)