한국의류산업학회지
제19권 제4호, 2017
<연구논문>

pISSN 1229-2060
eISSN 2287-5743
Fashion & Text. Res. J.
Vol. 19, No. 4, pp.421-433(2017)
https://doi.org/10.5805/SFTI.2017.19.4.421

윤리적 소비의식 및 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향

정미실†
동국대학교 가정교육과

Effects of Consumer's Ethical Consumption Consciousness and Lifestyle on Sustainable Fashion

Chung Misil†
Dept. of Home Economics Education, Dongguk University; Gyeongju, Korea

Abstract : The purpose of this study was to examine the influence of consumer's ethical consumption consciousness and lifestyle on sustainable fashion. The data was analyzed by reliability analysis, factor analysis, cluster analysis, one-way ANOVA, Duncan's multiple range test, and multiple regression. The major results of this study were as follows. First, three factors of sustainable fashion were identified: eco-friendliness, recycling, and safety. Second, three factors of ethical consumption consciousness were identified: social ethics, environmental ethics, and public ethics. Based on these factors, the subjects were categorized into three clusters (high, middle, and low ethical consumption consciousness group). Third, four factors of life style were identified: pursuit of brand, appearance, cautiousness, and information. Based on these four factors, the subjects were categorized into three clusters (brand/appearance, cautiousness/information, and unconcerned group). Fourth, three factors of ethical consumption consciousness significantly influenced eco-friendliness factor of sustainable fashion. Also, the recycling factor of sustainable fashion was influenced by social ethics, environmental ethics, pursuit of brand, and pursuit of information. The safety factor of sustainable fashion was influenced by environmental ethics, public ethics, and pursuit of information. The results of this study suggest that practical and various environmental education need to be provided to consumers, because high environmental ethical consciousness consumers evaluated sustainable fashion positively. Additionally, accurate information on eco-friendliness, recycling, and safety of clothing products would need to be provided by fashion businesses through various routes, because those with information-pursuing lifestyle were found to have deep interests in sustainable fashion.

Key words : ethical consumption consciousness (윤리적 소비의식), lifestyle (라이프 스타일), sustainable fashion (지속가능패션)

1. 서 론

오늘날 우리가 사용하는 의복의 특징은 유행의 변화속도가 빠르고, 종류가 다양하며, 사용수명이 이전에 비해 짧아졌다는 것이고, 최근 패션산업은 최신 유행을 즉각 반영한 디자인, 비교적 저렴한 가격, 빠른 상품회전률 등이 특징인 패스트 패션이 대세라고 할 수 있다.

글로벌 패스트 패션 브랜드들의 최근 5년간 성장률은 H&M 13.2%, 자라 10.9%, 유니클로 19.7%, 갭 2.1%을 기록했으며, 특히 자라는 최근 1-2년간 온라인 시장에 공격적으로 투자하여 O2O(online to offline)전략 실현과 고객접근 편의성을 높였다. 13일 만에 매장에 상품을 내놓는 스피드한 시스템과 매 주 100가지 스타일 이상 쏟아내는 신상품은 지금 소비자가 원하는 상품을 가장 빨리 구비한다는 독보적인 전략으로 발휘된다 (“Handsome and growing”, 2017).

그러나 패스트 패션은 싸고 빠르게 다양한 옷을 많이 만들기 때문에 이를 생산, 폐기하는 과정에서 쓰레기 양, 탄소배출량이 크게 늘어난다는 것과 소비자들이 낮은 가격으로 구입할 수 있어 계획에 없는 충동구매를 할 가능성이 많다는 단점이 있다. 따라서 한 개인이 소지하고 있는 의복의 가짓수가 이전에 비해 많고 의류폐기에 대한 환경문제가 야기되고 있는 실정이다. Ko et al.(2011)은 산업화로 인한 환경오염문제가 점점 심각해지면서 패션의류상품의 생산 또는 관리 과정에서 발생하는 유기물로 인한 환경의 오염과 산업폐기물 및 소비자폐기물이 가져오는 환경적 폐해들에 대해서 패션산업이 책임감을 가

†Corresponding author; Chung Misil
Tel. +82-54-770-2268, Fax. +82-54-770-2527
E-mail: jms@dongguk.ac.kr
© 2017 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

지고 대응해야 된다는 인식이 점차 커지고 있다고 언급하였다.

Cha(2013)에 의하면 지속가능패션이란 패션디자인 프로세스에서 환경성, 경제성, 사회성이 공통적으로 논의되는 융합적인 디자인이라고 할 수 있으며, 슬로우 푸드 등과 마찬가지로 지속가능성 트렌드의 하나이다. 지속가능성 트렌드란 패스트 패션의 문제점을 해결하고자 시작된 슬로우 패션 등의 예에서 볼 수 있듯이 점차 의류업체에서도 미래세대가 사용할 경제, 사회, 환경의 자원을 낭비하지 않고, 이 자원들의 이용 가능성을 보존, 발전시켜 미래 유지가능성에 초점을 맞추는 경향을 의미한다. 또한 지속가능성에 대한 시대적 요구가 높아지면서 소비자들도 윤리적 차원에서 차세대를 위한 환경의 보존, 도덕적이고 사회적 책임을 중요시하는 기업, 공정무역 등을 위시한 글로벌 공공윤리 등에 대하여 관심을 갖게 되었다.

윤리적 소비현상은 영국 및 유럽에서 시작되어 현재 미국, 일본 등 많은 나라에서 나타나고 있으며, 우리나라에서는 대중적으로 착한 소비라는 용어로 많이 사용되고 있다. Moon(2013)은 윤리적 소비란 한 개인이 도덕적 믿음에 근거하여 나 자신에게 돌아오는 직접적인 혜택만을 생각하는 것에서 그치지 않고 타인이나 사회, 자연 등 전체 환경에 미치는 영향을 장기적인 관점에서 고려하여 의식적으로 하는 소비라고 하였다. Cha(2013)는 윤리적 소비의식이란 소비행동에서 발생할 수 있는 환경파괴, 사회문제에 대해 생각하고 최대한 타인과 환경에 도움을 줄 수 있는 소비방법을 고려하는 것을 뜻하며, 사회적 의식을 가진 녹색소비자와 개념이 가깝지만 인권을 포함한 점에서 구분된다고 언급하였다.

라이프 스타일은 특정 사회 안에서 생활하고 있는 사람들의 개인적인 가치, 신념, 규범, 태도에 따른 행동양식이며, 라이프 스타일에 따라 사람들은 각자 다른 삶을 살아가고 자신이 추구하는 삶을 지향한다. 의생활은 가장 쉽게 한 시대의 라이프 스타일을 반영하는 사회현상이고, 의생활의 변화는 라이프 스타일의 반영이다. 복잡한 현대 사회에서 개인의 라이프 스타일은 좀 더 다양화되고 세분화되어가는 추세이며, 생활양식이나 가치관 등으로 이루어진 라이프 스타일은 소비자의 욕구에서 비롯되는 의복 구매동기 및 소비행동과 밀접한 관계가 있다(Han, 2015). 결국 라이프 스타일은 개인의 문화와 사회계층과 준거집단의 영향을 받아 형성된 가치체계나 개성이 그의 삶과 소비의 유형으로 나타나는 것이다(Kim, 2010).

이타주의가 밑바탕에 깔려있고 사회적 책임을 지각하는 윤리적 소비의식 및 소비자의 관심, 가치관 등이 반영되어 나타나는 라이프 스타일 등은 미래세대 자원의 보존, 발전을 목적으로 패션제품 생산에서 폐기까지의 과정을 고려하는 지속가능패션에 대한 소비자의 태도와 평가에 영향을 미칠 것으로 생각된다. 소비자의 윤리적 소비의식 수준이 어느 정도인지에 따라, 생활양식이 반영되어 나타나는 라이프 스타일 유형에 따라 지속가능패션 제품의 소비는 달라질 것으로 사료된다. 그러나 지금까지 지속가능패션 제품의 소비와 윤리적 소비의식, 지속가능패션 제품의 소비와 라이프 스타일간의 관계를 개별적으로 밝히는 연구는 이루어졌으나, 윤리적 소비의식과 라이프 스타일을 같이 고려하여 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향을 살펴 본 것은 미흡한 편이므로 이에 대한 연구가 필요하다. 그러므로 본 연구에서는 윤리적 소비의식과 라이프 스타일의 두 가지 변수를 동시에 고려했을 때 지속가능패션 제품의 소비에 대하여 어느 변수가 좀 더 중요한 영향을 미치는지, 변수들 간의 관련성은 어떤지를 파악하고자 하였다.

이를 위하여 본 연구에서는 연령과 교육수준을 고려할 때 비교적 지속가능패션 제품의 소비 및 윤리적 소비에 관심이 높은 여대생들을 피험자로 선택하여 설문지를 사용한 조사연구를 실시하였다. 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식, 라이프 스타일을 구성하고 있는 하위차원을 밝힌다. 둘째, 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일에 따라 연구대상자들을 세분화한다. 셋째, 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일 세부집단에 따라 지속가능패션 제품의 소비 차이가 있는지 조사한다. 넷째, 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일이 지속가능패션 제품 소비에 미치는 상대적 영향력을 규명한다.

2. 이론적 배경

2.1. 지속가능패션 제품의 소비

지속가능성은 경제발전과 환경보존이라는 틀 안에서 탄생된 개념으로, 현세대의 필요를 충족시키기 위해 미래 세대가 사용할 경제, 사회, 환경의 자원을 낭비하지 않으면서 그 이용가능성을 보존하고 발전시키는데 목적이 있다(Ko, 2015).

지속가능성에 대한 단일한 접근은 없다. 단일한 접근에 의해 다루어지는 문제들은 대부분 원하지 않거나 예견되지 않았던 효과들을 파생시킬 것이다. 이런 결과를 피하기 위해서는 전체 패션제품 수명주기-경작, 생산, 제조, 유통, 세탁, 재사용, 그리고 최종 폐기-와 관련된 소비자들의 선택에 따른 환경적 영향에 대한 인식의 재고가 필요하다(Lee & Kim, 2011). 지속가능패션이란 환경보호주의와 사회적 책임의 관점에서, 무한하게 지원되는 것을 목적으로 하는 디자인 철학이며 지속가능성 트렌드의 하나이고(Lee et al., 2014), 환경의 지속성과 차세대를 위한 발전을 위해 패션제품 생산과정에서 윤리적, 사회적 측면을 고려한 개념이며, Nam(2010)은 상품이 기획되고 생산될 때부터 상품의 수명이 다 할 때까지 사회와 환경에 미칠 영향과 책임을 염두에 두고 상품을 개발하는 것이라고 언급하였다. 지속가능한 패션디자인의 개념은 패션제품 생산과정에서 윤리적, 사회적 측면을 고려하여 노동인권의 문제, 공정무역, 소비자의 생활양식과 행복가치를 포괄하는 문화적, 시간적, 가치관의 관점에서 사회적 책임의 차원으로 확장되고 있다. 이제 패션기업들은 지속가능발전의 이념이 소비자에게 전달, 소통되지 않는다면 소비자로부터 호응을 받지 못해 치열한 경쟁 속에서 생존하기 어렵게 된 것이다(Liu, 2016).

Syn(2010)의 연구에서 개발한 패션산업의 지속가능성 실천기

준이 될 프레임 워크에는 환경적 지속가능성, 사회적 지속가능성, 경제적 지속가능성, 문화적 지속가능성의 축이 포함되었다. 이 지속가능성 평가 틀로 패션 브랜드들의 실천사례를 분석한 결과 환경적 지속가능성의 실천이 가장 앞서 있었고 기업과 소비자의 실행의지가 높았으며, 사회적 지속가능성의 실천은 기업의 사회적 책임에 대한 자성의 결과로 점차 늘어가는 추세였다. 경제적 지속가능성은 매우 중요한 실천과제임에도 불구하고 거의 실현이 되지 못하고 있어 특히 강화가 필요하며, 패션산업의 문화적 지속가능성은 향후 한국패션산업이 나아가야 할 중요한 방향임에도 불구하고 이 부분의 실천이 가장 뒤떨어져 있었다.

Cha(2015)의 연구에서 지속가능패션의 특성은 자연성, 무한성, 단순성, 전통성으로 집약되었다. 자연성은 친환경 소재를 사용하여 환경오염 감소 및 의복폐기의 용이성 등을 유도함으로써 지속가능성의 환경적 의미를 지닌다. 무한성은 자원의 재활용을 통한 수명주기의 연장 및 단일 아이템의 착장 다양화 등으로, 단순성은 최소한의 재료를 사용하는 미니멀 디자인으로 인한 자원 절약 등으로 지속가능성의 경제성을 추구한다. 전통성은 문화의 지속적 축적으로 차별성을 가지는 개별적 전통문화를 참조하여 독특한 특징을 결합한 고품질 아이템을 제작함으로써 지속가능성의 사회적 의미를 찾을 수 있다.

업사이클 패션디자인은 지속가능성을 기반으로 폐기물을 활용하여 새로운 가치를 더한 제품으로 재탄생시키는 특별한 목적성을 갖으며, 환경성, 역사성, 희소성, 심미성, 경제성, 가용성의 디자인적 특성을 갖는다(Park, 2016). 멕시코 소비자를 대상으로 한 Sonia(2017)의 연구에서 인구통계학적 변인 중 교육수준은 지속가능패션 제품의 구매의도에 많은 영향을 미쳤고, 구매 의도는 지속가능패션 제품의 가격이 높더라도 이를 감수할 의지와 직접적으로 연관되는 것으로 나타났다.

슬로우 패션은 아직까지 윤리적 패션, 지속가능한 패션과의 용어 구분이 모호한 실정이다. 슬로우 패션은 윤리적인 소비자를 통한 지속가능한 의복소비를 지향한다. 의복을 소비하는 행동은 개인의 사적인 문제에만 국한된 것이 아니라 우리 모두의 자산인 환경에 영향을 미치는 중요한 요인이 된다. 따라서 저렴한 가격으로 유행을 반영해 쏟아져 나올 때마다 의복을 구매하고 한철이 지나가면 쓰레기로 폐기해버리고 마는 의복소비행동은 환경을 망치기 쉽다. 따라서 의복소비에 있어 지속가능성을 타진하고 의복을 구매할 수 있는 소비자의 태도와 자세는 무엇보다 중요하며, 슬로우 패션을 생활화하기 위한 방법으로 계획적인 의복구매, 의복소비가 환경에 미치는 영향력 따져보기, 싫증난 옷 재활용하기 등을 제안하였다(Han, 2009).

Lee et al.(2014)에 의하면 슬로우 패션은 유행을 따르면서도 디자인, 생산, 소비, 사용, 재사용의 패션 사이클 속도 균형을 맞추어 소비자로 하여금 패션의 즐거움과 재미뿐만 아니라 소비에 있어서 의식과 책임을 깨닫게 한다. 또한 25-37세 미혼여성을 대상으로 면접을 실시한 결과 슬로우 패션을 선택하는 표면적 이유는 사회적 책임의식, 건강한 제품 추구, 미적 추구로 범주화되었고, 슬로우 패션 소비의 근원적 이유를 욕망 기반으로 분류한 결과 승인욕, 명예욕, 색욕, 권력욕이 표출되었다.

2.2. 윤리적 소비의식

물질적으로 풍요로운 현대사회에서 윤리의 중요성은 더욱 커지며, 소비문화에 있어서도 윤리적 소비라는 성찰을 통해 기업의 사회적 책임 등에 많은 사람들이 공감하고 있다. 윤리의 '윤(倫)'은 동료, 이웃, 좁은 의미의 사회를 뜻하며, '리(理)'는 지켜야 할 도리를 뜻한다. 즉, 윤리적 소비란 친환경, 지속가능, 인권, 사회적 책임 등 사회적으로 실천해야 할 공동생활의 질서와 규범을 존중하는 소비라고 할 수 있다(Jang, 2011).

윤리적 소비란 개인의 도덕적 신념과 가치를 바탕으로 의식적 또는 계획적으로 구매를 결정하는 것을 말하며(Crane & Matten, 2004), 한 개인이 도덕적 믿음에 근거하여 나 자신에게 돌아오는 직접적인 혜택만을 생각하는 것에서 그치지 않고, 타인이나 사회, 자연 등 전체 환경에 미치는 영향을 장기적인 관점에서 고려하여 의식적으로 하는 소비이다(Moon, 2013).

윤리적 소비를 상거래에서의 윤리적 소비, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비, 미래세대를 위한 윤리적 소비로 분류한 Hong and Shin(2010)은 소비생활에서 타인과 사회를 배려하고 존중하며 정의로운 사회를 구현하고자 하는 이타적인 행위가 윤리적 소비라고 하였다. 이타주의는 외적보상을 기대하지 않고 자발적으로 타인에게 도움을 주려는 행동 및 의식으로(Go et al., 2010) 위험으로부터 타인보호, 자기보다는 타인의 복지를 생각하는 성향이며 윤리적 소비의 가장 기본적인 결정요인이다(Koh, 2009). 윤리적 소비의식이란 윤리적인 가치판단에 입각하여 최대한 타인과 환경에 도움을 줄 수 있는 소비방법을 선택해야 한다고 생각하는 것을 뜻한다. 윤리소비의식이란 사회적 의식을 가진 녹색소비자와 개념이 가깝지만 인권을 포함한 점에서 구분된다(Cha, 2013).

Moon(2013)에 의하면 윤리적 소비행동영역은 소비행동을 통해 타인이나 사회, 환경에 기여하고자 하는 의식의 발현인 사회 의식적 소비, 능동적으로 구매의사결정에 참여하고 그것을 실제 행동으로 옮기는 행동주의적 소비, 자신의 소비가 환경에 미치는 영향을 고려하여 일정 수준의 불편함을 감수하는 절제적 소비의 3가지 차원으로 유형화되었다. Lee(2013)의 연구에서 윤리적 소비성향은 윤리적 이슈에 대한 관심, 이타주의, 기업의 윤리성 지각, 소비자 효과성 지각의 4가지 차원으로 구성되었으며, Kong(2012)은 윤리적 소비의식 하위차원을 사회적 책임의식, 환경보호 의식, 에너지 절약의식, 자원 절약의식의 4개 요인으로 분류하였다.

Creyer and Ross(1997)에 의하면 소비자들은 제품구매 결정 시 해당 기업의 윤리성을 평가하며 비윤리적인 배경을 갖고 있는 기업의 제품은 구매하지 않는다. 소비자는 윤리적 회사 제품을 높은 가격으로 구매할 의사가 있으며, 비윤리적인 기업에 대해서는 처벌받기를 원하는 것으로 나타났다. 한편 윤리적 패션디자인은 우리 시대에게 주어진 과제이다. 속도의 시대, 일회

용품의 시대에 윤리적 패션의 저변화를 위해서는 생산자와 소비자 모두의 윤리의식과 실천이 요구된다. 의복을 구매하는 데 있어 가격은 물론 중요한 요인이지만 비윤리적으로 생산된 의복을 구매하는 것은 지양되어야 한다. 따라서 공정한 무역에 따라 합리적이고 윤리적으로 생산된 경제적 가격의 의복이 유통되고 구매되어야 한다(Han, 2009). Kim(2017)은 중등학생들은 윤리적 소비의식이 높을수록 윤리적인 의복소비행동을 하며, 윤리적 소비의식요인 중에서도 자원절약 의식이 긍정적인 의복 구매 및 사용에 가장 큰 영향을 미쳤다고 언급하였다. Chung(2016)에 의하면 의생활 윤리소비의식이 높은 집단일수록 패스트 패션 제품을 부정적으로, 의생활 윤리의식이 낮은 집단일수록 패스트 패션제품을 긍정적으로 인식하였다.

공정무역은 제 3국 생산제품에 대해 정당한 가격을 보장하여 자립을 돕는 소비자 운동이다. 물건을 싸게 생산할 수 있는 생산지를 선택하여 높은 이익을 창출하는 것에 목적이 있는 일반적인 무역과는 달리 일이 꼭 필요한 사람에게 일자리를 제공하고 그 사람들의 환경과 자원, 기술에 맞는 디자인을 생각한다. 이는 정당한 대가 지불과 공정한 직거래 현장, 친환경적 제품 품목들과 안전한 작업환경, 그리고 아동노동 금지 등을 기조로 하고 다국적 기업의 제 3세계에 대한 노동력 착취를 거세게 비판한다(Ko, 2015).

2.3. 라이프 스타일

라이프 스타일은 개인행동에 영향을 미치는 개인적 특성이고(Shim & Park, 2004), 태도, 가치의식, 의견, 흥미, 관심 및 잠재적 행동과의 통합된 시스템이다(Lee, 1993). 라이프 스타일을 Han(2015)은 생활양식, 행동양식, 사고양식, 소비 등을 총체적으로 일컫는 말이라고 하였으며, Kim(2015a)은 개인의 소비행동에 영향을 미치며 소비행동에 의해 반영되는 독특한 생활패턴, 사람들이 삶을 살아가는 방식으로 활동, 의견이 포함되는 개념이라고 하였다. 즉 라이프 스타일은 특정 제품에 대한 개인의 태도 및 관심, 견해, 욕구, 동기, 가치관, 성격 등을 표현하는 중요한 심리학적 요소라 볼 수 있으며 소비자의 구매의사결정에도 영향을 주는 개념이다(NI, 2012).

라이프 스타일의 분석방법은 거시적 방법과 미시적 방법으로 나누어질 수 있다. 거시적 분석은 분석의 대상이 되는 사회나 집단의 전체적인 라이프 스타일 동향 파악에 초점이 맞추어져 있다. 미시적 분석은 특정제품의 소유 및 사용여부, 기대효용 또는 욕구의 정도 등을 라이프 스타일 규정변수들로 보고 이들에 따라 소비자들을 세분화된 집단으로 나누어 이해하려는 시도이다. 대표적인 것으로 AIO(activity, interest, opinion)조사와 사이코그래픽(psychographics) 조사를 들 수 있다. AIO조사에서 소비자의 라이프 스타일은 일상의 행동, 주변 사물에 대한 관심, 사회적, 개인적 문제들에 대한 의견이 세 차원에서 파악되며, 사이코그래픽 변수에는 주로 개인의 심리적 경향과 욕구 패턴에 관한 것이 포함된다(Yim, 2008).

인구통계학적 기준, 상품 기획적 기준, 유통 구조적 기준 등에서 동일한 세분시장에 속한 패션소비자라도 라이프 스타일에 따라 서로 다른 심리적 특성을 가지는 경우가 많아 의류업체에서는 일반적으로 AIO분석을 이용한 라이프 스타일별 분류를 실시한다. 상품 기획적 기준은 상품기획 단계에서 필요한 항목과 관련된 기준으로 옷의 종류, 용도, 가격 수준 등이 포함되며, 유통 구조적 기준에는 패션기업의 영업형태(백화점, 대리점, 재래시장 등)와 소비자의 쇼핑지역(서울 아파트 지역, 서울 중심가, 중소도시 중심가 등) 등이 포함된다(Eom & Jang, 2013). 의생활은 가장 쉽게 한 시대의 라이프 스타일을 반영하는 사회현상이며, 의생활의 변화는 라이프 스타일의 반영이다. 따라서 라이프 스타일은 의복과 관련한 직접적인 소비행동과 밀접한 관계가 있으며, 의복의 구매는 소비자의 욕구로 인한 것이기 때문에 생활양식이나 가치관 등으로 이루어진 라이프 스타일에 따라 달라질 수 있다(Kim, 2010). Yim(2017)은 현대 라이프 스타일 전반에 나타나고 있는 특성은 미니멀리즘과 자연주의 특성이라고 언급하였다. 즉 복잡한 사회에 지친 현대인들은 각자의 삶의 질을 향상시키기 위한 욕구가 증가하면서 단순함을 추구하는 미니멀리즘 경향을 보였으며, 삶의 여유와 자연을 생각하는 친환경소재 사용, 가공처리 과정의 최소화 등을 추구하는 자연주의적 경향이 복합적으로 나타나고 있다.

Kim(2015b)의 남성 소비자들을 대상으로 한 연구에서 라이프 스타일은 합리적 소비, 자기만족 추구, 과시적 소비, 유행지향성, 여가생활추구, 외모지향성, 사교지향성의 7가지 요인으로 분류되었다. Cha(2014)의 30대 여성을 대상으로 한 연구에서는 라이프 스타일 요인이 유행추구, 사교활동, 근검절약, 미적지향, 보수 · 전통중시로 도출되었고, Lee(2005)에 의하면 라이프 스타일은 유행추구성, 보수지향성, 관심중요성, 미용민감성, 실용/계획성의 5가지 요인으로 구성되었다.

Ahn(2005)은 대학생 집단의 라이프 스타일 유형을 소극적 현실직시형, 진보적 패션추구형, 보수적 낙천주의형으로 세분화하고, 라이프 스타일 유형별로 구매행동에 미치는 영향을 분석하였다. Jung(2014)은 30대 남성들의 라이프 스타일 유형을 AIO분석기법을 이용해 진보적 활동 추구형, 소극적 개성 추구형, 적극적 패션 추구형, 합리적 생활 추구형, 과시적 소비 추구형으로 분류하고, 유형별로 패션명품 브랜드에 대한 태도와 구매행동을 실증적으로 분석하였다. Lee(2000)는 20대 여성의 라이프 스타일 차원을 밝힌 연구에서 라이프 스타일에 따른 소비자집단을 소극적 집단, 외모중시/자아실현집단, 외모무관심집단, 가족지향알뜰집단, 성취/활동 집단으로 나누었고, Kim(2010)에 의하면 미혼직장여성 소비자들의 라이프 스타일 유형은 실리추구형, 지적추구형, 유행선도형, 무사태평형의 4개로 분류되었다. 이와 같이 라이프 스타일은 연구대상자의 성별, 연령 등에 따라 다양하게 나타나 라이프 스타일의 하위차원 및 유형분류에 차이가 있음을 알 수 있어 본 연구의 피험자인 경상도 지역 여대생들의 라이프 스타일 구성 및 구성요인에 따른 집단분류도 독자적으로 살펴볼 필요가 있으며, 삶의 지향가치라고 할 수 있는 라이프 스타일에 따라 세분화된 집단은 지속가능패

션 제품에 대한 태도, 평가 등에서 차이를 보일 것으로 짐작된다.

본 연구는 최근 지대한 주목을 받고 있으며, 패션제품 생산에서 폐기까지 환경에 미칠 영향은 물론 차세대 발전을 염두에 두어 윤리적, 사회적 측면을 고려하는 지속가능패션이 주제로, 지속가능패션 제품의 소비와 관련되는 변인으로 윤리적 소비의식과 라이프 스타일을 선택하였다. 윤리적 소비의식을 선택한 이유는 윤리적 가치판단에 입각하여 타인과 환경에 도움을 줄 수 있는 소비방법을 고려해야 된다고 생각하는 윤리적 소비의식은 지속가능의 의미가 내포되어 있으므로 윤리적 패션으로도 언급되는 지속가능패션 제품의 소비에 중요한 영향을 미칠 것으로 판단되었기 때문이다. 따라서 바람직한 소비로 인식되는 윤리적 소비의식의 수준에 따라 올바른 패션이라 불리는 지속가능패션 제품의 소비에 대한 태도는 차별화될 것으로 예상된다. 라이프 스타일을 선택한 이유는 라이프 스타일은 개인의 독특한 삶의 방식으로 일상적인 행동, 주변에 대한 관심, 어떤 문제에 대한 의견 등이 포함되는 개념이고, 의생활은 가장 쉽게 라이프 스타일을 반영하는 현상이므로 생활양식, 행동양식, 사고방식에 따른 가치관의 차이는 웰빙의 개념을 내포하고 있는 지속가능패션에 영향을 미칠 것으로 생각했기 때문이다. 따라서 문화적, 심리적 측면의 차이를 보이는 라이프 스타일이 어떤지에 따라 경제성, 환경 및 생태계를 고려하는 지속가능패션 제품의 소비는 달라질 것으로 사료된다. 이에 따라 지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식, 라이프 스타일이 어떤 요인들로 구성되어 있는지, 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일에 따라 소비자들은 어떻게 세분화되는지, 세분화된 집단에 따라 지속가능패션 제품의 소비는 달라지는지, 윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향력은 어떤지를 살펴볼 필요가 있다.

3. 연구 방법

3.1. 연구문제

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식, 라이프 스타일을 구성하고 있는 하위차원은 무엇인가?

연구문제 2: 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일에 따라 피험자들은 어떻게 세분화되는가?

연구문제 3: 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일 세부집단에 따라 지속가능패션 제품의 소비는 차이가 있는가?

연구문제 4: 윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향은 어떠한가?

3.2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 조사대상자는 경상도지역 소재 대학에 재학 중인 여학생들로서 편의추출방법으로 선정하여 2016년 3월 말에서 5월 초까지 330부의 설문지를 배부 · 회수하였고, 그 중 불성실한 응답을 제외한 302부가 분석에 사용되었다. 분석방법은 SPSS WIN 20.0을 이용하였고 각 변인들에 대한 신뢰도는 Cronbach's alpha계수로 검증하였으며, 지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식, 라이프 스타일을 구성하고 있는 하위차원을 조사하기 위해 요인분석을 시행하였다. 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일에 따른 집단의 세분화는 군집분석을 시행하였고, 세분화된 집단들이 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일 요인들에서 차이를 보이는지 알아보기 위하여 일원변량분석과 던컨 테스트를 실시하였다. 또한 윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향을 파악하기 위하여 다단계회귀분석을 시행하였고, 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일 세부집단에 따른 지속가능패션 제품의 소비 차이는 일원변량분석과 던컨 테스트로 검증하였다.

3.3. 용어정의 및 측정도구

본 연구에서 사용된 변수들에 대한 조작적 정의와 측정도구는 다음과 같다.

1) 지속가능패션 제품의 소비: 인류의 안녕과 미래발전을 위해 환경보존, 재활용, 생태계의 안전 등을 고려한 패션제품을 선호하고 사용하는 것을 의미한다. 측정도구는 Hong(2014)에서 8문항, Park(2013)에서 4문항, Han(2009)에서 4문항을 발췌, 수정하였고, 3문항은 연구자가 작성하였다.

2) 윤리적 소비의식: 윤리적인 가치판단에 입각하여 최대한 타인과 환경에 도움을 줄 수 있는 소비방법을 선택해야 한다고 생각하는 것을 뜻한다. 측정도구는 Cha(2013)의 연구에서 9문항을 선택하였고, 3문항은 연구자가 작성하였다.

3) 라이프 스타일: 개인의 독특한 삶의 방식으로 시간의 소비, 중요한 관심사, 생각, 돈을 소비하는 패턴 등이 내포되어 있는 개념이다. 측정도구는 Shi(2007)의 18문항을 발췌, 수정하여 사용하였다.

지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식, 라이프 스타일을 측정하는 문항들은 모두 5점 척도로 구성되었다. 측정도구들의 타당성은 3명의 의류학 전공자가 내용타당도를 검증하였으며, 신뢰도 분석을 위하여 Cronbach's alpha 계수를 산출한 결과 지속가능패션 제품의 소비는 .82, 윤리적 소비의식은 .85, 라이프 스타일은 .74였고, 각 변수별 요인들도 .83-.60을 나타내어 대체적으로 만족할 만한 수준이었다.

4. 결과 및 논의

4.1. 지속가능패션 제품의 소비

4.1.1. 지속가능패션 제품 소비의 요인분석

지속가능패션 제품의 소비는 여러 요인이 분류될 가능성을 검정하는 KMO와 Bartlett의 검정 결과 KMO값이 .83, Bartlett의 유의확률이 $p<.01$ 이었으므로 표본의 수와 변수가 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 이를 근거로 19개의 문항에 대하여 Varimax 회전법을 사용한 주성분요인분석을 실시하였고, 요

Table 1. Factor analysis of sustainable fashion

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	α	% of variance
Eco-friendliness	I want to buy environmentally-friendly clothing, even though it might be a little bit more expensive.	.84	4.49	.83	22.49
	When buying fashion products, I consider whether the product is environmental-friendly.	.79			
	I tend to trust products with green or recycled labels.	.78			
	When purchasing clothing, I prefer organic natural fiber products to synthetic ones.	.75			
	I prefer buying eco-friendly clothing products.	.58			
	I am familiar with environmental-friendly fashion brands.	.51			
Recycling	I am willing to buy recycled clothing products, if it is possible to save money.	.73	2.36	.76	18.06
	Buying recycled clothing is a valuable thing.	.73			
	I can use recycled clothes if they are to my liking.	.70			
	It is desirable to recycle fashion products.	.69			
	Schools or consumer organization should provide education on reusing and recycling fashionable products.	.65			
Safety	I know about hazardous materials that occur because of disposing synthetic fibers.	.83	1.35	.70	14.13
	I know about the soil pollution caused by pesticides used in cotton farming.	.80			
	I know that I can experience new clothes syndrome when wearing new clothes, similar to sick house syndrome.	.60			
	I know chemicals that are harmful to the human body and the environment are used during the clothing production processes.	.44			

인 부하량이 낮은 4개의 문항이 제거되었다. 고유치 1 이상의 기준과 Scree 도표에 의해 3개의 요인이 추출되었으며, 그 결과는 Table 1에 제시하였다.

Table 1과 같이 3개의 요인들이 설명한 총 변량은 약 55%였다. 요인 1은 '가격이 조금 비싸더라도 환경친화적 의류를 구입한다', '패션제품을 구입할 때 그 제품이 환경 친화적 인지 고려하여 선택한다' 등의 문항이 포함되었고, 패션제품을 선택할 때 환경보존을 염두에 두는 내용과 관련된 것이므로 친환경성 요인으로 명명하였다. 요인 2는 '경제적으로 절약이 된다면 재활용 의류제품을 적극적으로 사용할 용의가 있다', '재활용 의류제품의 구매는 가치 있는 일이다' 등의 문항이 포함되었으며, 못 쓰게 된 의류제품을 용도 변경하거나 가공하여 다시 사용하는 것은 경비절감 차원에서 바람직하고 경제적 측면과 관련된 것이므로 경제성 요인으로 명명하였다. 요인 3은 '합성섬유 폐기과정에서 발생하는 유해물질에 대하여 알고 있다', '면화재배 시 사용되는 농약으로 인한 토양오염에 대하여 알고 있다' 등의 문항이 포함되었으며, 섬유의 생산이나 폐기 과정에서 인체 및 환경에 영향을 미칠 수 있는 생태계의 안전성 인지와 관련된 것이므로 안전성 요인으로 명명하였다. 이러한 결과는 지속가능패션 제품의 소비는 환경 친화적이고, 재활용이 가능하여 경제적이며, 인체와 환경에 해를 끼치지 않는 안전성의 하위차원을 갖고 있다는 것을 의미한다. 또한 지속가능패션의 유형을 Baek et al.(2014)이 친환경성, 공공성, 경제성으로 분류한 것, Ha and Park(2009)이 환경적, 경제적, 개인적, 사회적 가치로 구분한 것과 관련된다.

4.2. 윤리적 소비의식

4.2.1. 윤리적 소비의식에 대한 요인분석

윤리적 소비의식은 KMO값이 .86, Bartlett의 유의확률이 $p<.01$ 이었으므로 표본의 수와 변수가 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 이를 근거로 12개의 문항에 대하여 Varimax 회전법을 사용한 주성분요인분석을 실시하였고, 3개의 요인이 추출되었다. Table 2와 같이 윤리적 소비의식의 3개 요인들이 설명한 총 변량은 약 59%였다. 요인 1은 '나는 사회적 책임을 다하는 기업의 제품이 더 좋을 것이라고 생각한다', '다소 가격이 비싸더라도 사회적 이미지가 좋은 기업제품을 구매해야 된다고 생각한다' 등의 문항이 포함되었으며, 사회적으로 좋은 평판을 받는 기업제품이 더 좋고 그 제품을 구매해야 된다고 생각하는 것과 관련되었으므로 사회윤리의식 요인으로 명명하였다. 요인 2는 '이웃을 위해 환경보호시설을 설치하는 기금을 낼 용의가 있다', '환경보호에 도움이 되고 안전설비를 갖춘다면 우리 동네에 폐기물 처리장을 설치해도 좋다' 등의 문항이 포함되었고, 개인적 이익을 최우선으로 하지 않고 전체 환경에 미치는 영향을 장기적으로 고려하는 소비의식과 관련되었으므로 환경윤리의식 요인으로 명명하였다. 요인 3은 '나는 공정무역 제품에 관심이 많다', '공정무역을 늘려감으로써 개발도상국가의 노동착취문제를 어느 정도 해결할 수 있다' 등의 문항이 포함되었고, 국가 간의 공정한 거래나 제 3세계 노동력에 대한

Table 2. Factor analysis of ethical consumption consciousness

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Cronbach's α	% of variance
Social ethics	I think that moral enterprise develops society.	.81	4.64	.81	28.85
	I think that the products of companies that fulfill social responsibilities are better.	.76			
	Even though it might cost more money, I think we should purchase products from corporations with a good social image.	.75			
	I think that products from companies who return a portion of their profits to society are better.	.64			
	I am interested in whether the company's production or distribution process is fair.	.62			
Environmental ethics	I am willing to pay into a fund for the establishment of environmental protection facilities for my neighbors.	.80	1.39	.72	17.29
	If equipped with safety, I don't care even though there are waste disposal facility in my area.	.65			
	Even if there is no immediate effect, I am willing to sacrifice to reduce environmental pollution.	.62			
	I am willing to participate in environmental movements and sign a petition.	.50			
Public ethics	I am interested in fair trade products.	.80	1.02	.66	15.58
	By increasing fair trade, we can help solve the problem of exploitation of labor in developing countries.	.68			
	I think purchasing recycled products are related to public interests.	.67			

정당한 대가 지불 등 범세계적인 차원의 윤리문제와 관련되었으므로 공공윤리의식 요인으로 명명하였다. 이러한 결과는 10-60대의 연령층을 대상으로 한 Cha(2014)의 연구에서 윤리소비의식이 환경보호의식, 봉사의식, 기업윤리의식으로, 20-50대의 연령층을 대상으로 한 Moon(2013)의 연구에서 윤리소비의식이 사회 의식적 소비, 행동주의적 소비, 절제적 소비로 구분된 것과 차이를 보인다. 그러나 윤리적 소비의식을 환경 친화적 의식, 사회적 책임 의식, 동물보호 의식으로 분류하고, 사회적 책임의식을 기업의 사회적 책임은 물론 제 3세계에 대한 배려 등 글로벌 공공윤리의식까지 포함하는 포괄적 개념으로 설명한 Kong(2012)의 연구를 지지한다.

4.2.2. 윤리적 소비의식 요인들에 따른 연구대상자들의 세분화

윤리적 소비의식 유형이 비슷한 피험자들을 그룹핑하기 위하여 군집분석을 실시하였다. 본 연구의 피험자가 302명이었으므로 사례수가 200 이상인 경우에 유용하게 사용되는 비 계층적 군집화 방법인 K-평균 군집분석을 선택하였다. 먼저 군집의 수를 정하기 위한 계층적 군집분석을 시행하였고, 군집화단계에서의 계수 값을 고려하여 군집의 수를 3개로 정한 후 K-평균 군집화 방법을 사용하였다. 또한 3개의 군집으로 유형화시킨 것이 적절한지를 검증하기 위하여 집단 간 윤리적 소비의식 요인별 차이를 일원변량분석으로 검증하였으며, 사후검증방법으로 던컨 테스트를 사용하여 집단 간의 구체적인 차이를 제시하였다.

Table 3과 같이 집단 1은 세 요인의 윤리적 소비의식 모두 높은 점수를 나타내어 높은 윤리적 소비의식 집단으로, 집단 3은 세 요인의 윤리적 소비의식 모두 낮은 점수를 나타내어 낮은 윤리적 소비의식 집단으로 명명하였다. 집단 2는 윤리소비의식 세 가지 요인 모두에서 높은 윤리적 소비의식 집단보다는 낮은 점수를, 낮은 윤리적 소비의식 집단보다는 높은 점수를 나타내어 중간 윤리적 소비의식 집단으로 명명하였으며, 3개의 집단은 윤리적 소비의식 요인에 따라 의미 있는 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 높은 윤리적 소비의식 집단에 속하는 사람들의 경우 기업의 사회성과 공정무역 등에 대하여 많은 관심을 가지며, 환경보호에 도움이 된다면 개인적인 희생도 감내할 용의가 있는 것으로 여겨진다.

Table 3. Clustered group types for ethical consumption consciousness

Factor	High ethical consumption consciousness group (n=104)	Middle ethical consumption consciousness group (n=152)	Low ethical consumption consciousness group (n=46)	F value
Social ethics	.84 a	-.19 b	-1.25 c	150.92**
Environmental ethics	.93 a	-.18 b	-1.49 c	284.08**
Public ethics	.81 a	-.26 b	-.99 c	150.88**

**p<.01, Duncan test : a>b>c

Table 4. Factor analysis of life style

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Cronbach's α	% of variance
Pursuit of brand	I also think that famous brand products are good, even though they are often expensive.	.82	3.57	.73	16.19
	I purchase my favorite brand products regardless of the costs.	.77			
	I trust well known branded products.	.66			
	I have a lot of curiosity about brand new products.	.52			
	I think that expensive clothes are good, too.	.49			
Pursuit of appearance	I pay attention to makeup and hair care.	.78	2.32	.67	15.90
	When I go out, I tend to wear clothes suitable for the time and place.	.68			
	I adopt new fashion quickly.	.65			
	I put in a lot of effort to look attractive.	.58			
Pursuit of cautiousness	I tend to prepare carefully before I do something.	.75	1.68	.61	12.15
	When buying things, I seek the advice of people around me.	.74			
	I am concerned about the overall harmony of my clothes.	.55			
Pursuit of information	I often read professional books about my interests.	.72	1.13	.60	10.13
	I read about these things more than once a month both online and magazines.	.68			
	I find information about items on the internet before shopping.	.53			
	I compare prices in several stores to buy cheap goods, too.	.43			

연구대상자 302명 중 높은 윤리적 소비의식을 갖고 있는 사람들은 104명, 중간 윤리적 소비의식은 152명, 낮은 윤리적 소비의식은 46명이었다. 이로써 높은 윤리적 소비의식 및 중간 윤리적 소비의식 집단에 속하는 사람들은 약 85%의 비율을 보여 윤리적 소비의식은 비교적 높게 나타났다. 이것은 피험자들이 현재 학업을 진행하고 있는 대학생들이기 때문에 교육이나 매체의 영향을 받은 것으로 생각되며, 20-50대의 피험자들을 대상으로 한 Moon(2013)의 연구에서 연령이 낮을수록 윤리적 소비태도가 높았다는 연구결과와 일치한다.

4.3. 라이프 스타일

4.3.1. 라이프 스타일의 요인분석

라이프 스타일은 KMO값과 Bartlett의 유의확률을 근거로 18개의 문항에 대하여 Varimax 회전법을 사용한 주성분요인분석을 실시하였으며, 요인 부하량이 낮은 2개의 문항이 제거되었다.

라이프 스타일은 Table 4와 같이 네 개의 요인이 도출되었고, 이들이 설명한 총 변량은 약 54%였다. 요인 1은 '가격은 높더라도 유명브랜드제품이 좋다고 생각한다', '좋아하는 상표 제품은 세일과 상관없이 구매한다' 등의 문항이 포함되어 상표추구형 요인으로 명명하였고, 요인 2는 '화장이나 머리손질에 신경을 많이 쓴다', '외출 시 때와 장소에 어울리는 옷을 구분해서 입는다', 등의 문항이 포함되어 외모추구형 요인으로 명명하였다. 요인 3은 '어떤 일에 앞서 준비를 신중히 하는 편이다', '물건을 살 때 주위사람에게 많이 물어본다' 등의 문항이 포함되어 신중형 요인으로 명명하였고, 요인 4는 '관심 있는 분야의 전문서적을 자주 읽는다', '어떤 잡지든 한 달에 한 권 이상은 읽는다' 등의 문항이 포함되어 정보추구형 요인으로 명명하였다. 이러한 결과는 라이프 스타일이 Han and Na(2003)의 연구에서 외적미 추구, 개인생활 추구, 전통적 외관추구, 실용가치 추구, 디지털여가 추구, 무관심 만족으로, Yun(2008)의 연구에서 유행추구, 경제지향, 보수지향, 브랜드 지향, 편의 추구로 분류된 것과 차이를 보이나, 대학생의 라이프 스타일이 패션민감형, 상표추구형, 알뜰구매추구형, 정보추구형으로 구분되었다는 Shi(2007)의 연구를 지지한다. 또한 Lee and Park(2008)의 연구에서 라이프 스타일의 속성이 패션추구형, 외모관리형, 실속형, 동조형, 무관심형으로 구분된 것과 비슷한 결과이다.

4.3.2. 라이프 스타일요인들에 따른 연구대상자들의 세분화

라이프 스타일 유형이 비슷한 피험자들을 그룹핑하기 위하여 군집분석을 실시하였다. 먼저 군집의 수를 정하기 위한 계층적 군집분석을 시행하였고, 군집화단계에서의 계수값을 고려하여 군집의 수를 3개로 정한 후 K-평균 군집화 방법을 사용하였다. 또한 3개의 군집으로 유형화시킨 것이 적절한지를 알아보기 위하여 집단 간 라이프 스타일 요인별 차이를 일원변량분석과 던컨 테스트로 검증하였다. Table 5와 같이 3개의 집단은 라이프 스타일 요인에 따라 의미 있는 차이가 있는 것으로 나타났다. 집단 1은 상표추구형 및 외모추구형 요인에서 높은 점수를 나타내어 상표/외모추구 집단으로, 집단 2는 신중형 및 정보추구형 요인에서 높은 점수를 나타내어 신중/정보추구 집단으로 명명하였다. 집단 3은 라이프 스타일 네 가지 요인 모두에서 낮은 점수를 나타내어 무관심 집단으로 명명하였다. 연구대상자 302명 중 상표/외모추구 집단에 속하는 사람이 121

Table 5. Clustered group types for life style

Factor	Pursuit of brand/appearance group (n=121)	Pursuit of cautiousness/information group (n=93)	Unconcerned group (n=88)	F value
Pursuit of brand	.96 a	-.28 b	-.48 c	93.24**
Pursuit of appearance	.88 a	.15 b	-.75 c	127.08**
Pursuit of cautiousness	.21 a	.75 b	-.73 c	100.86**
Pursuit of information	-.01 a	.66 b	-.50 c	46.19**

**p<.01, Duncan test : a>b>c

Table 6. Differences of sustainable fashion among segmented groups of ethical consumption consciousness

Factor	High ethical consumption consciousness group (n=104)	Middle ethical consumption consciousness group (n=152)	Low ethical consumption consciousness group (n=46)	F value
Eco-friendliness	.45 a	-.09 b	-.70 c	26.45**
Recycling	.57 a	-.12 b	-.88 c	47.64**
Safety	.35 a	-.07 b	-.54 c	14.77**

**p<.01, Duncan test : a>b>c

명으로 가장 많았고, 그 다음이 신중/정보추구 집단 93명, 무관심 집단 88명의 순서로 나타났는데 이러한 결과는 연구대상자가 20대 초반의 여성이었으므로 성별과 연령이 영향을 미친 것으로 생각된다. 상표/외모추구 집단에 속하는 사람들은 유명브랜드 제품을 선호하고 유행에 민감하며 타인에게 매력적으로 보이는 것을 중요시하는 속성을 가지고 있으며, 신중/정보추구 집단에 속하는 사람들은 어떤 일을 진행할 때 사전준비를 철저히 하고, 책을 많이 읽어 정보를 탐색하며, 쇼핑을 할 때 여러 상점에서 가격비교를 하는 등의 특징을 보이는 사람들이다.

4.4. 세분화된 윤리적 소비의식 집단 및 라이프 스타일 집단에 따른 지속가능패션 제품의 소비 차이

윤리적 소비의식에 의해 세분화된 집단 간 지속가능패션 제품의 소비 차이는 Table 6에 제시하였다. Table 6과 같이 지속가능패션 제품 소비의 3가지 요인(친환경성, 경제성, 안전성)은 윤리소비의식에 따라 구분된 세 집단 간에 모두 의미 있는 차이를 보였다. 지속가능패션 제품의 소비는 친환경성, 경제성, 안전성 요인 모두 윤리적 소비의식이 높은 집단이 가장 크게 나타났고, 그 다음은 중간 윤리적 소비의식집단, 낮은 윤리적 소비의식집단의 순서였다. 즉 높은 윤리적 소비의식집단에 속한 사람들은 중간 윤리적 소비의식집단이나 낮은 윤리적 소비의식집단에 속한 사람들에 비해 환경 친화적 패션제품을 선호하고 재활용제품 사용에 긍정적이며, 의류생산 및 폐기과정에서의 유해성에 대한 인지도가 훨씬 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 윤리적 소비의식이 지속가능패션 제품의 소비와 관련성이 깊은 유의적 변수라는 것을 시사한다. 윤리적 소비자란 일반적인 환경문제에 관심을 갖고 있으며 동시에 제 3세계문제와 같은 사회적 문제까지 관심을 가지고 있는 소비자를 뜻한다는 Matthews(1994)의 언급 및 윤리소비의식의 확산이 재활용 의류 브랜드 확산과 연관성이 있다는 Cha(2013)의 진술과 관계된다. 따라서 윤리소비의식이 높은 사람은 인간과 환경을 고려한 제품을 선호하고, 생태계의 안전을 중요시하는 것으로 해석된다.

라이프 스타일에 의해 세분화된 집단 간 지속가능패션 제품의 소비 차이는 Table 7에 제시하였다. Table 7과 같이 라이프스타일에 따라 구분된 세 집단 간에 의미 있는 차이를 보인 것은 지속가능패션 제품 소비의 친환경성 요인이었다. 집단 간의 구체적인 차이는 신중/정보추구집단과 무관심집단 사이에서 나타났으며 신중/정보추구집단이 무관심집단보다 친환경성 요인이 높았다. 이것으로 매사에 관심이 없는 사람보다 물건을 살 때 다른 사람들의 의견을 많이 듣고, 책을 통하여 지식을 많이 쌓은 사람들의 경우 환경 친화적 제품의 바람직성, 사용 등을 긍정적으로 여기고 있는 것으로 사료된다. 이러한 결과는 패션의식이 낮고 사회활동을 활발히 하며 정서적인 취미활동을 가진 사람은 환경 의식적 소비자였다는 Hwang(1990)의 연구 및

Table 7. Differences of sustainable fashion among segmented groups of life style

Factor	Pursuit of brand/appearance group (n=121)	Pursuit of cautiousness/information group (n=93)	Unconcerned group (n=88)	F value
Eco-friendliness	-.02 ab	.26 a	-.17 b	5.05**
Recycling	.08 a	.03 a	-.08 a	.77
Safety	.13 a	.01 a	-.10 a	1.36

**p<.01, Duncan test : a>b

Table 8. The effect of ethical consumption consciousness and life style on sustainable fashion

Dependent variables	Independent variables	b	β	t	R^2
Eco-friendliness	Social ethics	.29	.20	3.41**	.39
	Public ethics	.29	.16	2.64**	
	Environmental ethics	1.24	.55	10.09**	
Recycling	Social ethics	.22	.23	3.93**	.38
	Environmental ethics	.44	.39	6.15**	
	Pursuit of brand	-.15	-.15	-2.97**	
	Pursuit of information	.14	.11	1.99*	
Safety	Environmental ethics	.12	.18	2.18*	.17
	Public ethics	.22	.25	3.94**	
	Pursuit of information	.10	.14	2.29*	

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

Jung(2010)의 연구에서 매체정보원을 비롯하여 다양한 경로로 정보를 얻고 있는 소비자들이 환경에 대한 관심이 높게 나타난 것과 연계된다. 또한 Lee(2001)는 친환경 의류소재 단서를 제공받은 집단과 제공받지 못 한 집단으로 나누어 연구를 하였는데, 환경 친화적 의류제품에 대한 비환경적소비자의 비호의적인 태도는 친환경 의류소재 단서를 제공받지 못한 집단의 정보부족 때문인 것으로 해석하였다.

4.5. 윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향

윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 상대적 영향력은 윤리적 소비의식의 3가지 요인과 라이프 스타일의 4가지 요인을 독립변수로, 지속가능패션 제품의 소비 3가지 요인을 종속변수로 하여 다단계회귀분석으로 검증하였으며, 그 결과는 Table 8에 제시하였다.

지속가능패션 제품 소비의 친환경성 요인에 유의적인 영향을 미친 것은 윤리적 소비의식의 3가지 요인(사회윤리의식, 환경윤리의식, 공공윤리의식) 모두였고 설명력은 39%였으며, 영향력을 미치는 순서는 환경윤리의식(β=.55), 사회윤리의식(β=.20), 공공윤리의식(β=.16)으로 나타났다. 이러한 결과는 라이프 스타일보다 윤리적 소비의식이 지속가능패션 제품 소비의 친환경성요인과 밀접한 관계가 있다는 것을 의미하며, 주변 환경을 중요하게 생각할수록, 사회적 이미지가 좋은 기업제품이나 공정무역제품을 긍정적으로 여길수록 친환경제품 지향 및 선호를 보인다는 것을 뜻한다. 한편 사회윤리의식 요인이나 공공윤리의식 요인에 비해 환경윤리의식요인의 표준화된 계수 β가 더 높게 나타난 것은 환경보호시설 설치 및 환경오염을 줄이는 것에 대하여 높은 관심을 갖는 사람의 경우 특히 환경친화적 제품을 신뢰하고 유기농 천연섬유제품 등을 좋아하는 것으로 해석되며, 환경에 대한 관심이 많은 사람은 환경 의식적 소비행동을 할 가능성이 훨씬 높다는 Antil(1984)의 연구를 지지한다.

지속가능패션 제품 소비의 경제성 요인에 유의적인 영향을 미치는 것은 윤리적 소비의식의 2가지 요인(사회윤리의식, 환경윤리의식)과 라이프 스타일의 2가지 요인(상표추구형, 정보추구형)이었고, 설명력은 38%였다. 윤리적 소비의식의 하위차원인 사회윤리의식 및 환경윤리의식 요인, 라이프 스타일의 정보추구형 요인은 지속가능패션 제품 소비의 경제성요인에 정적인 영향을 미쳤는데 이러한 결과는 환경보호에 적극적인 태도를 보일수록, 기업의 사회적 책임을 중요하게 생각하는 윤리의식을 가질수록, 책이나 인터넷을 통하여 정보를 탐색하는 라이프스타일을 갖고 있는 사람일수록 재활용제품을 사용하는 것이 바람직하다고 여기는 것을 의미한다. 또한 라이프 스타일의 상표추구형 요인은 지속가능패션 제품 소비의 경제성 요인에 부적인 영향을 미쳐 유명 브랜드제품에 대한 선호도가 낮은 사람일수록 재사용, 재활용의 패션제품을 가치 있다고 생각하며 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다.

지속가능패션 제품 소비의 안전성요인에 유의적인 영향을 미치는 것은 윤리적 소비의식의 2가지 요인(사회윤리의식, 공공윤리의식)과 라이프 스타일의 정보추구형 요인이었고, 설명력은 17%였으며, 가장 큰 영향력을 미치는 것은 공공윤리의식이었다. 이것으로 공정무역에 관심이 많을수록, 환경보호의 중요성에 대한 이해도가 높을수록, 책을 통하여 많은 정보를 접한 사람일수록 섬유의 생산 및 폐기과정에서 발생할 수 있는 인간 및 환경에 대한 유해성에 대하여 잘 인지하고 있는 것으로 해석된다.

전술한 바와 같이 7가지의 독립변수 중 윤리적 소비의식의 하위차원인 환경윤리의식 요인은 종속변수인 지속가능패션 제품의 소비 3가지 요인 모두에 영향을 미치는 중요한 변수로 나타났다. 이러한 결과는 환경보호와 관련하여 어느 정도 본인의 불이익을 감수하고 편안함을 절제할 의지를 갖고 있는 사람은 인간과 자연을 존중하여 환경 친화적이고, 재활용이 가능하여 경제적이며, 생태계에 유익하고 안전한 지속가능패션 제품을 선호하고 긍정적으로 여기는 것으로 해석된다. 또한 환경의식이

높은 집단의 경우 환경마크가 있는 상품을 구매하며 중고의류에 대한 구매 정도도 높은 것으로 나타난 Kim(1996)의 연구를 지지한다.

5. 결 론

본 연구의 목적은 윤리적 소비의식 및 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향을 조사하는 것으로 경상도지역 소재 대학에 재학 중인 여학생 302명을 대상으로 조사연구를 실시하였으며, 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 지속가능패션 제품의 소비는 친환경성, 경제성, 안전성 요인으로, 윤리적 소비의식은 사회윤리의식, 환경윤리의식, 공공윤리의식 요인으로, 라이프 스타일은 상표추구형, 외모추구형, 신중형, 정보추구형 요인의 하위차원으로 구성되었다. 또한 연구대상자들은 윤리적 소비의식 요인에 따라 높은 윤리적 소비의식, 중간 윤리적 소비의식, 낮은 윤리적 소비의식 집단으로, 라이프 스타일 요인에 따라 상표/외모추구, 신중/정보추구, 무관심 집단으로 구분되었다. 둘째, 지속가능패션 제품의 소비 3가지 요인들은 윤리적 소비의식에 따라 구분된 세 집단 간에 의미 있는 차이를 보였으며, 지속가능패션 제품의 소비요인인 친환경성, 경제성, 안전성 모두 윤리적 소비의식이 높은 집단이 가장 크게 나타났고, 그 다음은 중간 윤리적 소비의식집단, 낮은 윤리적 소비의식 집단의 순서였다. 셋째, 라이프 스타일에 따라 구분된 세 집단 간에 의미 있는 차이를 보인 것은 지속가능패션 제품 소비의 친환경성 요인이었으며, 집단 간의 구체적인 차이는 신중/정보추구집단과 무관심집단 사이에서 나타났고 신중/정보추구집단이 무관심집단보다 친환경성 요인이 높게 나타났다. 넷째, 윤리적 소비의식과 라이프 스타일이 지속가능패션 제품의 소비에 미치는 영향력은 다음과 같다. 지속가능패션제품 소비의 친환경성 요인에 유의적인 영향을 미친 것은 윤리적 소비의식의 3가지 요인(사회윤리의식, 환경윤리의식, 공공윤리의식) 모두였고, 라이프 스타일은 영향을 미치지 않았다. 환경을 중요하게 생각할수록, 사회적 이미지가 좋은 제품이나 공정무역제품을 긍정적으로 여기는 등 윤리적 소비의식이 높은 사람일수록 친환경 제품을 선호하고 신뢰하였다. 경제성 요인에 유의적인 영향을 미친 것은 윤리적 소비의식의 2가지 요인(사회윤리의식, 환경윤리의식)과 라이프 스타일의 2가지 요인(상표추구형, 정보추구형)이었고, 라이프 스타일의 상표 추구형 요인만 부적 영향, 나머지 세 요인은 정적 영향을 미쳤다. 환경보호에 적극적일수록, 기업의 사회적 책임을 중시하는 윤리의식을 가질수록, 정보 탐색을 자주 하는 사람일수록, 유명 상표에 대한 선호도가 낮은 사람일수록 재사용, 재활용의 패션제품을 바람직하다고 생각하였다. 안전성 요인에 유의적인 영향을 미친 것은 윤리적 소비의식의 2가지 요인(환경윤리의식, 공공윤리의식)과 라이프 스타일의 정보추구형 요인이었고, 공공윤리의식이 가장 큰 영향을 미쳐, 공정무역제품에 관심이 많은 사람일수록 의복의 생산 및 폐기과정에서 발생하는 유해성에 대하여 특히 잘 인지하고 있었다.

이로써 윤리적 소비의식의 여러 측면 중에서도 개인적 이익보다 전체 환경에 미치는 영향을 우선적으로 고려하는 환경윤리의식이 높은 사람이 미래 세대에 물려 줄 환경을 보전하는 지속가능패션 제품의 소비에 대하여 매우 긍정적으로 생각하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 라이프 스타일 유형 중에서도 책이나 잡지 등을 자주 읽고 쇼핑 전에 구매물품에 대하여 탐색하는 정보 추구형의 경우 최근 화두가 되고 있으며 매체에서 많이 언급되는 지속가능패션 제품의 소비에 대한 관심이 높다는 것을 알 수 있다.

본 연구에서의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 윤리적 소비의식은 라이프 스타일보다 지속가능패션 제품의 소비에 좀 더 영향을 미치는 중요한 변수로 나타났다. 따라서 앞으로 우리가 지향해야 할 지속가능패션 제품 소비의 의미를 고려해볼 때 소비자들을 대상으로 윤리적 소비의 중요성을 인식시킬 수 있는 다양하고 체계적인 프로그램 개발이 이루어져야 하며, 이것이 실제적 소비행동으로 연계되는 것이 필요하다. 특히 윤리적 소비의식의 세 가지 요인 중 환경윤리의식 요인은 지속가능패션 제품의 소비에 가장 많은 영향을 미쳐 자연보호 및 환경오염을 줄이기 위해서 개인적인 희생을 할 용의가 있는 사람들은 21세기의 메가트렌드인 지속가능패션에 대한 중요성을 확실하게 인지하고 있었으므로 무엇보다도 먼저 실천적이고 다각적인 환경교육이 선행되어야 할 것으로 사료된다. 둘째, 지속가능패션 제품의 소비는 친환경성, 경제성, 안전성 요인으로 구성되었으므로 의류업체에서는 자연환경을 오염시키지 않는 제품, 재활용이 가능하여 경제적 가치를 가지는 제품, 의류생산 및 폐기과정에서 유해물질이 생성되지 않아 안전한 제품에 초점을 맞추어야 하며 소비자들도 이러한 점을 유념하여 패션제품을 선택해야 한다는 것을 시사한다. 또한 패션기업은 지속가능을 실천함으로써 브랜드 리스크 관리, 차별화된 브랜드가치 구축, 긍정적인 기업 이미지를 확대해 나갈 수 있으며, 후손들에게 좋은 환경을 물려주어야 한다는 공감대가 형성되어 가고 있는 현 시점에서 사회문화적으로 성숙한 소비자들의 친환경제품에 대한 인식, 윤리적 소비 확산 경향 등으로 패션제품 사용에서도 지속가능성 실천이 필수불가결한 것임을 알 수 있다.

지금까지 세계 대부분의 나라들은 경제발전과 성장에 치중했었고 그 결과 심각한 환경문제에 봉착하게 되었다. 이러한 점에서 환경과 인간의 공존이라는 범세계적 문제를 해결하는데 도움을 주고 향후 의류업계가 나아가야 할 지속가능패션을 주제로 선택한 것은 시의적절하다는 의미를 갖는다. 지속가능패션 제품의 소비와 관계가 있을 것으로 예상되는 많은 변수들 중 윤리적 소비의식을 선택한 것은 현재 우리 사회는 무분별한 소비가 문제시되고 있어 착한 소비인 윤리적 소비의식과 미래 지향적인 지속가능패션과의 연계를 파악하는 것이 중요하다는 점에서 의미가 있다. 라이프 스타일은 소비자의 특징적이고 차별적인 삶의 형태이고, 본 연구의 피험자인 대학생들의 경우 대부분 개성을 중시하고 각자가 추구하는 라이프 스타일 성향이

두드러지게 나타나는 편이므로 라이프 스타일에 따른 지속가능 패션에 대한 태도를 파악하는 것은 의미 있다고 사료된다. 선행연구들은 지속가능패션 제품의 소비와 윤리적 소비의식 또는 라이프 스타일간의 관계를 각각 조사하였으나 본 연구에서는 지속가능패션 제품의 소비에 영향을 미치는 두 변수들의 상대적 영향력을 살펴보고자 한 것이 기존 연구들과 차별화되었으며, 라이프 스타일보다 윤리적 소비의식, 특히 그 중에서도 환경윤리의식이 가장 중요하였으므로 환경윤리교육을 강화, 실천해야 된다는 것을 인식할 수 있었다는 점이 입증된 것도 의미 있다. 또한 지속가능패션 제품의 소비가 친환경성, 경제성, 안전성의 하위차원으로 구성되었다는 것을 파악하였으므로 이를 토대로 의류업체에서 소비자들에게 매력적이고 긍정적인 평가를 받을 수 있는 지속가능패션 제품을 생산할 때 또는 마케팅 전략을 세울 때 도움을 줄 수 있는 기초자료를 제공해 준다는 점에서 의의를 갖는다.

본 연구의 제한점과 앞으로의 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 연구대상자가 경상도 소재 대학 여학생으로 한정되었으므로 연구 결과의 일반화 및 확대해석에 신중을 기하여야 한다. 둘째, 본 연구에서는 윤리적 소비의식 만을 조사하였으나 후속연구에서는 윤리적 소비행동을 포함시켜 두 변수간의 연계성을 파악하는 것이 바람직하다. 또한 피험자의 성별이나 연령 범위를 확대시켜 좀 더 광범위한 결과를 도출하는 것이 요구되며, 아울러 성별, 연령에 따른 차이를 밝히는 것도 필요하다. 셋째, 본 연구에서는 일차적으로 라이프 스타일을 분석하는 방법 중에서 가장 널리 사용되고 있으며 소비자의 행동, 관심, 의견을 파악하는 AIO를 기반으로 라이프 스타일을 조사하였고 이 결과를 앞으로의 연구에 기초자료로 활용하려고 한다. 따라서 후속연구에서는 개인의 표출된 외적 특성을 포괄적으로 나타내는 AIO에 개인의 심리적 속성이나 욕구 등의 내적 특성을 알아보는 사이코그래픽 접근을 추가적으로 시행한 체계적인 분석이 요구된다. 넷째, 본 연구에서는 지속가능패션 제품의 소비, 윤리적 소비의식 변수를 측정하기 위하여 선행연구에서 신뢰도가 검증된 문항들을 발췌, 수정하여 사용하였으나, 후속연구에서는 이 변수들을 파악하는데 좀 더 객관적으로 신뢰성, 타당성이 입증된 표준화된 측정도구를 개발, 사용할 것이 요구된다.

감사의 글

본 연구는 2017년 동국대학교 논문게재지원금 지원으로 이루어졌음.

References

Ahn, J. A. (2005). A study on lifestyle typology and the relationship between lifestyle and purchasing behavior of university students in Korea. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations, 7*(1), 177-209.

Antil, J. H. (1984). Socially responsible consumers: Profile and implications for public policy. *Journal of Macromarketing*, *4*(2), 18-39. doi:10.1177/027614678400400203

Baek, K. Y., Yoo, T. S., & Jo, E. Y. (2014). Sustainable design applied in fashion marketing: Focus on domestic fashion market case analysis. *Korea Design Forum*, *44,* 83-194. doi:10.12940/jfb.2016.20.1.53

Cha, G. Y. (2013). *A study of ethical consumption consciousness on the purchase attitude toward recycled apparel.* Unpublished master's thesis, Keimyung University, Daegu.

Cha, J. H. (2014). *A study on the effect of lifestyle of working moms and housewives in 30's on interest in appearance and beauty treatment.* Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.

Cha, S. Y. (2015). *A study on the Korean fashion and sustainability.* Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.

Chung, E. K. (2016). *Adolescent consumers' ethical consumption as viewed from their buying behavior for fast fashion.* Unpublished master's thesis, Chosun University, Gwangju.

Crane, A., & Matten, D. (2004). Questioning the domain of the business ethics curriculum. *Journal of Business Ethics*, *54*(4), 357-369.

Creyer, E. H., & Ross, W. T. (1997). The influence of firm behavior on purchase intention: Do consumers really care about business ethics?. *Journal of Consumer Marketing*, *14*(6), 421-432. doi:10.1108/07363769710185999

Eom, S. H., & Jang, Y. I. (2013). *Fashion design planning.* Seoul: Kyomunsa.

Go, J. W., Lee, S. L., & Kim, M. J. (2010). Consumer's consciousness of the LOHAS consumption and the consumption of the LOHAS products. *Journal of Consumer Studies, 21*(4), 89-112.

Ha, S. Y., & Park, J. O. (2009). Characteristics of design elements in environment-friendly fashion: Focus on the content analysis of previous literature. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *33*(8), 1280-1292.

Han, J. A. (2015). *A study of design expression reflected by trendy sensibility of lifestyle: On the basis of SPA.* Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Han, K. M., & Na, Y. J. (2003). Clothing-purchasing behavior and preferred sensation according to fashion lifestyle of female consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *27*(9), 1026-1035.

Han, S. H. (2009). A study on the purchasing behavior and usage of environmentally friendly clothing and the disposal of clothing. *Journal of Korean Home Management Association, 27*(3), 61-77.

'Handsome and growing power are fundamental'. (2017, April 14). *The Korea Fashion & Textile News.* Retrieved July 14, 2017 from http://www.ktnews.com/sub/view.php?PageNo=3&cd_cate=G012&cd_news=102854.

Hong, E. S., & Shin, H. Y. (2010). The ethical consumptions and related variables of the undergraduate. *Journal of Korean Home Management Association, 28*(5), 131-147.

Hong, Y. M. (2014). *A study on the attitudes forwards upcycle fashion product: Focused on Korea college students.* Unpublished master's thesis, Hansung University, Seoul.

Hwang, I. C. (1990). *Analysis of environmentally conscious consumers' characteristics for effective deployment of ecological marketing.* Unpublished doctoral dissertation, Chonnam National University,

Gwangju.

Jang, N. K. (2011). Consumer lifestyle and attitude toward environment-friendly fashion: An exploratory study. *Journal of The Korean Society of Fashion Design, 8*(1), 32-45.

Jung, J. Y. (2014). *The life style of female consumers in 30s and 40s and their ethical consuming behavior based on generativity.* Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Jung, S. Y. (2010). *Effects of clothing consumer's lifestyles on eco-friendly buying behavior of fashion brands and merchandise.* Unpublished master's thesis, Dongduck Women's University, Seoul.

Kim, E. J. (2010). *A study on the lifestyle and consumption behavior of unmarried female consumers who have careers.* Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul.

Kim, G. R. (2017). *The ethical consumption consciousness and clothing consumption behavior of the adolescents.* Unpublished master's thesis, Korea National University of Education, Cheongju.

Kim, H. (2015a). *A study on the relationship between life-styles of university students and apparel shopping behavior.* Unpublished master's thesis, Kangwon National University, Chuncheon.

Kim, H. J. (2015b). *Cosmetics buying behavior and purchase satisfaction according to interest of male consumers in lifestyle and appearance.* Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.

Kim, Y. S. (1996). *Consumer's pro-environmental behavior relating to clothing by the style of purchase behavior.* Unpublished doctoral dissertation, Chungang University, Seoul.

Ko, E. J. (2015). *Sustainable fashion brand marketing*. Seoul: Kyomunsa.

Ko, E. J., Kim, E. Y., Park, K. A., Park, E. J., & Sung, H. W. (2011). *Case studies of fashion marketing*. Seoul: Kyomunsa.

Koh, A. R. (2009). Ethical consumer behavior in Korea: Current status and future prospects. *Fashion Information and Technology, 6*, 54-62.

Kong, J. H. (2012). *Ethical consumption and clothing consumption behavior.* Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Daejon.

Lee, H. K. (1993). *An empirical study on the lifestyle and its effect on the marketing strategy.* Unpublished master's thesis, Dongduck Women's University, Seoul.

Lee, J. E. (2001). *A study on the consumer behavior on environmentally friendly clothing.* Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.

Lee, J. H. (2005). *Study on undergraduate women's preference for hair design types dependent upon their lifestyle*. Unpublished master's thesis, Daegu University, Daegu.

Lee, J. H., & Kim, S. H. (2011). *Sustainable fashion & textile.* Seoul: Kyomunsa.

Lee, J. S., Kwon, H. S., & Koh, A. R. (2014). The consumption desire for slow fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *38*(1), 59-70. doi:10.5850/JKSCT.2014.38.1.59

Lee, S. H. (2000). A study on conspicuous consumption and clothing shopping motives according to life style. *The Research Journal of the Costume Culture, 8*(6), 842-852.

Lee, S. H., & Park, C. Y. (2008). Clothing fashion consumer's lifestyle. *Korean Academic Society of Business Administration, 8,* 1-10.

Lee, S. Y. (2013). *A study of ethical consumerism tendency of consumer and purchasing intention.* Unpublished doctoral dissertation, Sookmyung Women's University, Seoul.

Liu, Y. (2016). *Convertible wear utilizing sustainable traditional indigo dye.* Unpublished doctoral dissertation, Chungang University, Seoul.

Mattews, V. (1994). Just the right blend of flavor and fair trade. *Marketing Magazine, Sept*, pp. 4-19.

Moon, H. (2013). *A study on classification and determinants of ethical consumption.* Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.

Nam, H. N. (2010). A study of sustainable fashion design. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 10*(2), 53-69.

NI, J. B. (2012). *Clothing purchase behavior of female collage students on the basis of their lifestyle and clothing: A comparative study between Korean and Chinese college female students.* Unpublished master's thesis, Tongmyung University, Busan.

Park, J. H. (2014). *The present condition of ethical consumption consciousness on the purchase fair trade food product.* Unpublished master's thesis, Dankook University, Seoul.

Park, J. H. (2016). *Development of high value upcycled fashion design using leather waste.* Unpublished master's thesis, Dankook University, Seoul.

Park, S. A. (2013). *Influence of environmental consciousness and socially responsible clothing consumption attitude toward fast fashion.* Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.

Shi, J. M. (2007). *A study of the college students' clothes consumption action in accordance with their life style.* Unpublished master's thesis, Dong-A University, Busan.

Shim, S. W., & Park, J. M. (2004). The study on the advertising effectiveness of several media and lifestyles. *The Korean Journal of Advertising*, *15*(2), 7-33.

Sonia, C. L. (2017). *Consumer behavior towards sustainable fashion consumption in Mexico.* Unpublished master's thesis, Chungang University, Seoul.

Syn, H. Y. (2010). *A study on sustainability expressed as a megatrend in the fashion industry.* Unpublished doctoral dissertation, Hongik University, Seoul.

Yim, H. L. (2017). *A study on the characteristics of minimalism and naturalism presented in lifestyle brands.* Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

Yim, H. W. (2008). *Lifestyle and clothing purchasing behavior of preteen generation.* Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.

Yun, I. K. (2008). *A study on the relationship of lifestyle patterns to beauty salon selection behavior.* Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon.

(Received 27 April 2017; 1st Revised 19 June 2017;
2nd Revised 7 August 2017; Accepted 10 August 2017)