

[Original Article]

## Effect of eco-friendly clothing knowledge and consciousness on ecological clothing consumption behavior

Kyung-Sook Kwon and Kyu-Hye Lee<sup>\*†</sup>

M.S., Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Korea  
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Korea<sup>\*</sup>

### 친환경 의류지식과 의식이 친환경 의류소비에 미치는 영향

권 경 숙 · 이 규 혜<sup>†</sup>

한양대학교 의류학과 석사, 한양대학교 의류학과 교수<sup>\*</sup>

#### Abstract

Consumers' interests in the environment have been growing; hence, their consciousness about the environment has changed and affected their clothing shopping behavior. Prior study indicated attitude-behavior inconsistency in eco-friendly consumer behavior. It was because consumers' consciousness or attitude was often measured at an abstract level, not at a product specific level. This study investigated eco-friendly clothing knowledge, eco-friendly clothing consciousness, and ecological clothing consumption behavior. The effects of consumers' level of clothing involvement and subjective norms in this process were also investigated. For the empirical research, a questionnaire was developed, and responses from 480 women in their 20s to 50s were statistically analyzed. Results indicated that interest and fashion consciousness dimensions of clothing involvement had a significant influence on eco-friendly clothing knowledge, which thereby significantly influenced the three factors of eco-friendly clothing consciousness: social responsibility, health orientation, and clothing resource-saving consciousness. Such factors had different roles in the clothing consumption process. Social responsibility had a significant influence on the entire process of clothing consumption: shopping, purchasing, using, and disposing behaviors. Health orientation consciousness had a significant influence on shopping and purchasing behaviors, whereas resource-saving consciousness had a significant impact only on shopping behavior. Subjective norms were significantly correlated with all aspects of the clothing consumption process. Influence on disposing behavior was relatively weaker than other aspects of clothing consumption behavior.

Received November 17, 2018

Revised December 21, 2018

Accepted December 24, 2018

<sup>†</sup>Corresponding author  
(khlee@hanyang.ac.kr)

#### ORCID

Kyung-Sook Kwon  
<http://orcid.org/0000-0003-4769-1788>  
Kyu-Hye Lee  
<http://orcid.org/0000-0002-7468-0681>

This paper is a part of a  
master's thesis.

This work was supported by  
the research fund of  
Hanyang University (HY-  
2017)

**Keywords:** eco-friendly clothing knowledge(친환경 의류지식), eco-friendly clothing consciousness(친환경 의류의식), ecological clothing consumption behavior(친환경 의류소비), clothing involvement(의복관여), subjective norms(주관적 규범)

## I. Introduction

기술의 발달과 경제발전은 의생활 소비양식에 많은 변화를 가져왔다. 원부자재의 지속적인 개발로 다양성이 증가했을 뿐 아니라, 저가 생산에 경쟁적으로 노력을 기울이기 시작했다. 인건비를 줄이기 위해 생산 국가를 이동하게 되고, 이와 연관되어 세계적으로 환경오염문제와 노동문제 등의 이슈가 끊임없이 제기되어 왔다. 각국의 정부뿐 아니라, 유엔 및 여러 국제기구 등에서 환경에 대한 교육을 하는 등 여러가지 노력을 기울여왔고, 대기업에서도 환경이나 노동정책에 대한 윤리강령(code of conduct)을 제정하여 엄격한 기준을 적용하며 노력해 왔다.

의류제품은 단순히 품질이나 금전적 가치에 의한 소비가 이루어지기보다는 과시적이고 또한 유행과 관련된 속성에 따라 소비되는 경향이 크다(Basman, Molina, & Slotje, 1988). 타인과 구별되는 속성을 추구하며, 또한 지나간 패션이보다는 새로운 패션에 소구하는 것은 의류제품 소비의 기본 특성이다. 따라서 기능적으로도 문제가 없는 상품이 심미적인 속성 때문에 불필요해지고 새로운 구매가 이루어지는 것이다. 이와 같은 자체의 본질적인 속성은 의류제품의 수명주기를 점점 더 짧아지게 하였고, 결국 전 세계적인 소비량의 증가를 가져오게 되면서 환경문제 등 여러가지 이슈가 생기게 되었다(Birtwistle & Moore, 2007). 필요 없는 소비가 점점 더 증가되었을 뿐 아니라, 낮은 원가생산을 위한 노력도 가속화되었다.

수명주기를 단축하고 새로운 상품을 저렴한 가격에 매우 빠르게 제공하는 패스트패션 비즈니스 모델은 이제 전 세계 의류산업에서 중요한 부분이다(Bhardwaj & Fairhurst, 2010). 짧게 소비하기 때문에 봉재나 마무리 등의 평가기준은 포기하더라도 새로운 유행속성이 빠르게 접목된 상품을 비싸지 않게 구매하는 것은 이제 의류소비의 중심이 되었다고 해도 과언이 아니다. Bick, Halsey, and Ekenga(2018)는 지난 20년 동안 패스트패션이 결국 전세계적으로 환경불평등(environmental injustice) 현상을 야기하였다고 하였다.

정부나 국제기구 주도의 환경보전 노력뿐 아니라, 환경오염과 파괴에 대한 소비자의 의식이 증대됨에 따라 의류제품과 관련된 환경문제에 대한 관심도 증대되었다. 단순히 기업으로 책임을 돌리기보다는 소

비자 주도적으로 의류제품에 대한 환경친화적 소비에 대한 관심도 커진 것이다. 공정무역이나 동물복지를 고려한 상품선택이나 사회와 환경을 의식한 소비, 그리고 재활용이나 재사용에 대한 의식이 커졌다. 이른바 착한 소비 혹은 지속가능한 소비에 대한 관심은 패스트패션 비즈니스모델이 성장하면 할수록 더욱 증가하는 경향을 보여 왔다. 이에 따라 패션 기업들도 앞다투어 환경 친화적인 소재개발에 힘쓰고 있으며, 제품의 생산에 있어서 환경친화적 방법을 사용하는 것이 브랜드 경쟁력 확보에도 긍정적인 영향을 준다는 점을 초점 두고 있다.

의류 상품의 소비 생활과 환경을 연결한 선행연구로는 소비되지 않고 있는 의류에 대한 연구, 의류 재활용이나 처분에 대한 연구가 많았다. 최근의 연구에서는 세제의 사용과 같이, 사용 및 관리 부분에서의 연구도 이루어지고 있다. 본 연구에서는 사용이나 관리뿐 아니라 쇼핑과 구매과정 등 의류제품의 소비 전 과정에 걸쳐 나타나는 영향을 보고자 하였다. 특히 의류제품 소비자가 환경과 관련된 지식수준이 어떠한지, 또한 의류제품과 관련된 환경문제에 대하여 소비자가 가지고 있는 의식이 실제 행동에 영향을 미치는지에 초점을 두고자 한다. 또한 이러한 과정에서 영향을 미치는 다른 소비자 변인의 역할에 대하여도 알아보고자 한다.

## II. Theoretical Background

### 1. Eco-friendly clothing knowledge

소비자의 지식은 경험과 관계된 것으로 개인의 기억에 저장되어 외부적인 자극물이 있을 때 작용하기 때문에 상품을 접할 때 이에 대한 정보를 탐색하고 처리하는 인지적인 과정에 영향을 미치는 변수가 된다(Bettman & Park, 1980). 정보처리관점에서 소비자 지식은 내적인 정보원을 통해 의사결정을 수월하게 하기 때문에 시간과 노력을 절약하는 요소로도 논의되어 왔다. 마켓환경에서 수많은 정보에 노출되는 소비자는 내적인 지식을 활용하여 효율적으로 문제를 해결할 수 있다는 것이다(Bettman, 1979). 따라서 결국 제품의 선택과 사용에 영향을 미칠 수밖에 없다. 경험에 의거한 소비자 전문성 (consumer expertise)과도 관계되며(Alba & Hutchinson, 1987), 보통 사전지

식(prior knowledge)이라고 표현되기도 한다. O'Cass (2004)는 패션상품에 있어서 이와 같은 지식의 측면은 관여(involverment)와도 밀접한 관계가 있다고 하였다.

지식의 측정은 보통 사실에 대한 진위형(true-false) 항목으로 측정되는 객관적 방법에 근거하기도 하지만, 응답자 본인이 관련된 문제에 대하여 얼마나 잘 알고 있는가를 자기응답식으로 답변하도록 하는 주관적 지식(subjective knowledge)의 측정 또한 중요하다는 것이 여러 학자들에 의하여 제시되어왔다(e.g., Carlson, Vincent, Hardesty, & Bearden, 2009). Park, Mothersbaugh, and Feick(1994)는 객관적 지식보다 주관적 지식이 소비자 경험과 보다 큰 관련이 있으며, 여러 결과 변인을 보다 효율적으로 설명한다고 하였다. Flynn and Goldsmith(1999)도 의류지식에 대한 연구에서 주관적 지식이 상대적으로 간단히 측정되면서도 높은 신뢰도를 보인다고 하였다.

환경과 관련된 특정 사실이나 환경오염 및 보전에 대한 여러가지를 아는 것이 환경지식이다. 환경에 대한 중요성이 대두되고, 이에 대한 정책적, 교육적 노력이 강조되면서 일찍이 환경지식에 대한 여러 연구가 수행되었고, 대부분 지식이 높을수록 긍정적인 태도를 형성하고, 나아가 환경 의식적인 행동으로 연결된다고 보고하였다(e.g., Ramsey & Rickson, 1976; Yoon, Yang, Noh, & Jeon, 2006). 환경에 대한 의식을 형성하고, 이에 근거한 행동으로 이어지기 위하여 환경지식이 중요한 역할을 한다는 것이다. D'Souza and Lamb (2006)은 소비자의 환경지식과 브랜드 선택 간의 관계를 알아봄으로써 환경지식이 궁극적으로 쇼핑에 있어서의 선택기준으로도 작용할 수 있음을 실증적으로 검증하였다. 환경지식은 소비자의 성별이나 연령 등 인구통계적 특성에 따라 유의한 차이가 난다는 선행 연구들도 다수 보고되어왔다(e.g., Gendall, Smith, & Russell, 1995).

Park and Oh(2014)는 의류소비자에 대한 연구에서 자연환경지식, 도시화 환경지식, 환경오염지식 등 환경에 대한 일반적인 지식이 친환경태도에 영향을 미치며, 이와 같은 친환경태도가 친환경 패션상품의 구매에 영향을 미침을 실증적으로 밝혔다. 한편, Kim and Damhorst(1998)는 의류제품에 관련된 환경영향에 대한 지식은 일반적인 환경에 대한 관심(concern)

과 관련되기에는 다소 제한이 있다고 하였다. 환경과 관련된 의류소비자행동을 알아보기 위하여는 일반적인 환경지식이 아니라, 의류제품의 소비에 대한 지식을 측정하는 것이 중요함을 알 수 있다. 의류제품의 소비과정에 중점을 두어 환경지식을 연구한 Suk and Lee(2013)는 12문항의 주관적 측정방법을 사용하였는데, 패션관련환경지식, 노동관련지식, 윤리문제지식, 그리고 지속가능환경지식의 네 가지 요인을 도출하였다. 이 요인들이 지속가능한 소비행동에 어떠한 영향을 주는가를 살펴보았는데, 지속가능환경지식 요인이 구매, 사용, 관리 처분행동뿐 아니라, 불매운동 행동까지의 적극적인 소비행동에 영향을 주는 것으로 나타났다. 패션관련환경지식은 구매와 사용에는 영향을 주었으나, 관리 및 처분 등의 행동에는 유의한 영향을 나타내지 않았다.

## 2. Ecofriendly clothing consciousness

소비자의 환경의식(environmental consciousness)은 소비자가 환경에 친화적인 여러 활동에 관여하는 특정 심리적 경향을 의미한다(Zelezny & Schultz, 2000). 이는 환경에 대한 신념을 판단의 기준으로 삼게 되는 경향이기에 때문에 환경의 보전과 관련된 태도를 가지게 되며 나아가 여러 환경관련 행동에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 환경 의식적인 소비자라면 일상에서 환경에 저해되는 행동을 배제하고 미래의 쾌적한환경을 위해 노력할 것이다. Schepker and Cornwell (1991)은 환경친화적인 태도가 환경친화적인 구매의도에 영향을 미친다고 하였고, Sharma and Bansal (2013)도 환경의식에 대한 선행요인과 결과요인에 대한 연구에서 고가를 지불할 의도를 포함하여 친환경적인 구매행동에 영향을 준다고 하였다. 그러나 특히 환경과 관련한 소비자 행동에서 태도와 행동에 대한 관계가 반드시 일치하지 않거나 관계가 약하다는 여러 연구가 보고되어 왔다(e.g., Mostafa, 2007). 이와 같은 불일치가 자주 보고되는 측면에 대하여 Hines, Hungerford, and Tomera(1987)는 측정된 내용이 일반적인 환경태도인지 혹은 특별한 제품 등 좀 더 상세화된 상황에서의 환경태도인지에 따라 다르다고 하였다. 한편, 환경의식에 영향을 미치는 인구통계학적 요인으로 성별, 연령, 직업, 교육수준, 소득수준 등이 보고되어 왔다(e.g., Jung, Park, & Ha, 2006). 그러나 상

세한 내용은 각 연구에서 환경의식을 측정하는 방법이 나 연구대상에 따라 상이한 경우가 많다. Sharma and Bansal(2013)의 연구에서는 환경의식은 경험과 관련되고 신념에 의거한 판단과 관련되기 때문에 지식과 밀접한 관계가 있다고 하였다.

Shim(1995)은 의류제품군에 대한 연구에서 소비자의 환경의식이 의복처분행동에 영향을 미친다고 하였다. Kim(2014)은 주부들을 대상으로 한 연구에서 건강의식과 환경의식이 높을수록 의류 재활용행동과 환경친화적 의류 착용행동을 하는 것으로 나타났다. 건강의식보다 환경의식이 영향력이 더 높은 것으로 보고하였다. Park and Suh(1998)의 연구에서 일반적인 환경의식 수준이 높을수록 의생활 관련 환경의식적 행동의 경향이 높다고 하였다. Kim and Lee(1997)의 연구에서는 환경에 대한 전반적인 인지도는 높은 수준이더라도 환경에 대한 의생활지식 수준은 전반적으로 낮다고 하였다. 그러나 이와 같은 몇몇 선행연구는 대부분 일반적인 환경의식과 의복소비행동, 특히 친환경의류제품의 구매나 친환경 처분행동 등에 한정된 경우가 많고, 의류 소비과정에서 일어날 수 있는, 즉 의류구매라는 특정상황에서의 환경의식을 측정하여 보고하지는 않았다.

본 연구에서는 일반적인 환경의식보다는 의류소비과정에서 일어날 수 있는 여러 가지 측면의 환경의식에 대하여 접근하고자 한다. 선행연구의 결과를 고려하면 의류소비과정에서의 환경의식은 환경지식으로부터 영향을 받을 것으로 예상되며, 관련 행동을 미칠 것으로 예상된다.

### 3. Ecological clothing consumption behavior

Nicosia and Mayer(1976)는 사회적 맥락에서 개인의 소비행동을 구매, 사용, 처분의 세 가지로 구분하였다. 구매 전에 소비자는 여러 가지 정보를 탐색한 후 평가를 하게 되고, 이를 바탕으로 구매 행동(purchase behavior)이 이루어지는데, 의류의 경우 품질, 가격이나 디자인뿐 아니라 친환경소재로 만들어진 제품인지, 혹은 제품의 생산과정에서 환경문제가 적은 과정을 거쳤는지 등의 정보가 소비자의 구매에 영향을 줄 수 있기 때문에 환경과 관련된 행동에도 구매행동이 포함되어야 한다. 또한 구매 후의 관리나 처분에 있어서 이후에 일어날 환경적인 문제까지를 예상하여 미리

인식하기 때문에 구매행동과의 연관성을 보는 것은 매우 중요하다. Park and Suh(1998)는 의류소비과정에서 처분행동과 비교할 때 구매행동에서 환경을 의식하는 경향이 상대적으로 낮다는 내용을 보고하였다.

제품의 사용행동(usage behavior)은 구매 이후에 일어나는 소비과정 중에 가장 기간은 길지만, 친환경적인 측면이 상대적으로 낮은 수준이라고 언급되기도 한다. Park and Rhee(1995)의 연구에서는 소비자행동을 구매, 사용, 처분의 세 가지 영역으로 구분하여 연구하였는데, 사용영역에서 환경 의식적인 행동이 가장 낮은 것으로 보고하였다. 실제로 절약이나 환경문제를 줄일 수 있는 방법을 잘 모르기 때문인 것으로 나타나기도 하였다. Park and Suh(1998)의 의생활 환경의식에 대한 연구에서 관리영역에서 의생활 환경의식행동의 정도는 연령, 교육, 직업수준에 따라서는 차이가 나지 않았으나 소득수준에 따라 차이 나는 것을 보고하기도 하였다.

환경과 관련된 의류 소비행동으로 가장 빈번하게 연구되어온 영역은 처분행동(disposal behavior)이다. Winakor(1969)는 의복소비의 전체적인 과정을 다룬 연구에서 처분 혹은 폐기과정을 가장 마지막 단계로 소개하면서 처분의 방법으로는 교환, 재판매, 폐기, 기증 및 재활용 등을 제시하였다. Chang and Park(1997)은 이를 재활용 처분행동과 비재활용 처분행동으로 구분하여 각각 이타적 처분행동과 경제적 처분행동으로 조사하였다. 의류소비와 자원보존이 관련이 없다고 생각하는 소비성향을 할수록 경제적인 처분행동을 하는 것으로 나타났으나, 이타적 처분행동과는 유의한 관계는 나타나지 않았다. Kim and Lee(1997)는 의류의 처분행동 현황에 대하여 조사하였는데 소비자들은 의류 폐기 및 소각으로 인한 환경오염에 대한 인지도는 높기는 했지만, 의식수준과는 달리 환경 친화적 의류처리 행동은 낮은 수준이라고 하였다. 환경과 관계된 문제로 의복의 소비량에 대한 문제를 제기하는 것과 더불어(Kim, Rhee, Lee, Kwon, & Lee, 1998), 의류제품의 처분행동의 중요성은 매우 크다고 할 수 있다. 패스트패션 비즈니스모델이 일반화된 이후 이와 같은 측면은 더욱 강조되어야 할 것이다. 한편, Suck and Lee(2013)의 연구에서는 지속가능한 소비행동의 영역안에 구매나 처분행동 이외에 환경에 해가 되는 제품에 대한 불매운동까지를 포함하기도 하였다.

친환경 의식이나 태도가 친환경 행동으로 이어지지 않는다는 실증적 연구가 제시되기도 하였지만(e.g., Diekmann & Preisendörfer, 1998), 앞서 제시한 바와 같이 이는 연구환경이나 범위가 특정되지 않았기 때문일 가능성이 많으며, 의류제품의 소비라는 상황에서 친환경 의류의식은 친환경 소비행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

본 연구에서는 친환경 의류소비행동은 미래에 대한 지속적인 노력을 기울인다는 측면에서 친환경 생태계에 대한 관심까지를 포함한다는 관점에서 Sharma and Bansal(2013)이 사용한 ecological clothing consumption behavior라는 영문명으로 표현하고자 한다. 의류 소비 전과정에 걸친 행동을 보기 위하여 구매과정의 전 단계로 쇼핑과정을 추가하여 친환경 쇼핑, 구매, 사용, 처분의 네 가지 행동 영역으로 구분하여 살펴보고자 한다.

#### 4. Influence of clothing involvement and subjective norms

관여(involvement)란 특정제품이 얼마나 개인과 삶과 관련이 있는가와 관계된 개념으로 개인의 가치나 신념체계와도 관계가 있다(Zaichkowsky, 1985). 특정제품에 대한 관여도가 높다는 것은 해당제품이 개별소비자에게 매우 중요하다는 의미이다. 의복에 관심이 많은 소비자들은 의류제품과 외모와 관련하여 시간과 비용을 투자하며 또한 경험도 상대적으로 많다. 특히 의류제품처럼 평가속성들이 다양하고 정량화되기 어려운 상황에서 여러 가지 변인들은 의복관여도와 관련될 가능성이 많다. 관여가 제품에 대한 관심과 경험이라는 측면에서 여러 선행연구에서 관여와 지식 변인과의 관계를 보고해왔다(e.g., Baker, Hunt, & Scribner, 2002). 한편, 환경친화적 IT제품에 대한 연구에서 Noh, Ahn, and Jang(2010)은 관여를 환경지식과 태도와의 관계에 있어서 조절변인 역할을 한다고 보고하였다. 관심의 수준이 결국 정보탐색의 동기가 되며, 또한 관여가 높을수록 경험도 많을 것으로 예상되기 때문에 환경 친화적인 의류지식 의류지식과 밀접한 관계를 가질 것으로 예상된다.

주관적 규범(subjective norm)이란 사회 안에서 공통된 가치의 기준이 되는 규범에 맞도록 기대되는 행동인지 아닌지를 개인이 주관적으로 판단하는 것이다

(Fishbein & Ajzen, 1975). 개인의 행동에 대하여 주관적 규범이 긍정적이라면 그 행동을 수행하고자 하는 의도가 강해질 수 밖에 없기 때문에 행동이 일어날 가능성이 높다. 따라서 주관적 규범은 보통 행동에 대한 사회적 영향력을 반영하는 변인으로 빈번하게 사용되어 왔다. 환경과 관련된 여러 가지 행동은 다분히 도덕적이고 사회가치와 부합하는 측면이 많기 때문에 개인의 행동에 영향을 미칠 것이다(Minton & Rose, 1997). 또한 의류제품은 가시적인 사회적 제품이기 때문에 주관적 규범이 더욱 강하게 작용할 것이다(Summers, Belleau, & Xu, 2006). 친환경적 의류 소비 행동은 주관적 규범에 영향을 받을 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서는 환경친화적 의류소비행동에 영향을 주는 변인으로 주관적 규범을 포함하였다.

### III. Methods

#### 1. Research question

본 연구를 위해 설정된 연구문제는 다음과 같다

- 연구문제1. 의복 관여도가 친환경 의류지식에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제2. 친환경 의류지식이 친환경 의류의식에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제3. 친환경 의류의식이 친환경 의류소비행동에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제4. 주관적 규범이 친환경 의류소비행동에 미치는 영향을 알아본다.

#### 2. Respondents and descriptives

본 연구의 조사대상자는 여성 소비자로 한정하였다. 여성으로 한정된 것은 선행연구에서 환경의식에 있어서 남녀차이를 보고한 연구가 있을 뿐 아니라 의류구매행동에 있어서 성차가 발생할 수 있기 때문에 성별의 효과를 배제하기 위하여서다. 서울, 경기 지역에 거주하는 20~50대 대상으로 무작위로 설문지를 배포하여 조사하였다. 총 550명에게 배부하였고, 그 중 불성실한 설문지를 제외한 총 480부가 최종 통계 분석에 사용되었다.

본 연구를 위해 선정된 조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 연령구성비는 20대가 28.8%

( $n=138$ ), 30대가 23.8%( $n=114$ ), 40대가 22.5%( $n=108$ ), 50대가 25%( $n=120$ )로 비교적 고른 분포를 보이고 있었으며, 20대 여자가 다른 연령층보다 조금 많았다. 학력은 대학졸업이 47.1%( $n=226$ ), 고등학교 졸업이 23.8%( $n=114$ ), 대학재학이 9.8%( $n=47$ )이었다. 직업은 전업 주부가 25.8%( $n=124$ )로 많았으며, 사무/관리직이 15.8%( $n=76$ ), 서비스/판매직이 10.4%( $n=50$ ), 대학생이 9.2%( $n=44$ ), 전문직이 9%( $n=43$ ) 순이었다. 결혼 여부는 기혼이 51.9%( $n=249$ ), 미혼이 45.2%( $n=217$ )이었다.

응답자의 일반적인 친환경 소비 경향을 알아보았는데, 먼저 응답자의 환경친화적 산업에 대한 전반적 인식 조사를 위해 의생활 부분, 식생활 부분, 주생활 부분의 세 가지 영역을 구분하고, 이 중 환경친화적 산업이 활발하게 진행된다고 생각하는 분야를 답하게 하였는데 응답자의 84%가 식생활 분야라고 답하였다. 다음으로 주생활 분야가 10%, 의생활 분야는 6%로 나타났다. 응답자의 대부분이 식생활 분야에서 환경친화적 산업이 보다 활발히 진행된다고 생각하였고 주생활 분야와 의생활 분야는 환경친화적 산업 분야로서의 인식 수준이 낮은 것으로 나타났다.

친환경 의류제품을 구매한 경험을 복종별로 조사해 보았는데 속옷(43.8%), 의류(25.5%), 유·아동복(13.0%), 양말(9.4%), 신발(3.6%), 기타(2.8%), 가방(1.9%)의 순서였다. 기타에는 대부분의 응답자들이 침구류로 응답하였는데, 이와 같이 생활에서 직접적인 영향을 줄 수 있는 제품에 대해 환경 친화적인 구매를 한다고 볼 수 있다.

의류소비과정에서 환경에 대한 의식을 가장 많이 하는 부분을 응답하도록 하였는데 세탁할 때(42.9%)라는 응답이 가장 많았다. 다음으로 처분(18.8%), 착용(15.2%), 구매(13.8%)의 순서로 나타났다. 환경친화적 의류제품의 구매이유를 조사한 결과, 나 또는 가족의 건강(44.9%), 환경보호(21.6%), 주변 사람의 추천(7.6%), 선물 구입(7.4%), 구매 후 알게 됨(6.1%), 다른 일반의류와 차별화(5.4%), 최신경향(3.7%), 도덕적·사회책임적 실천(2.5%), 기타(1.0%)의 순서로 나타났다. 건강과 환경을 고려한 선택을 하는 것으로 보인다.

### 3. Measures

#### 1) Eco-friendly clothing knowledge

주관적 친환경 의류지식을 측정하기 위하여 선행

연구(i.e., Bettman & Park, 1980)에서 사용한 문항을 수정·보완한 총 5문항의 척도를 사용하였다. 포함된 문항은, “환경 친화적 의류에 대해서는 다른 사람보다 잘 알고 있다”, “환경 친화적 의류의 제품특성에 대해 잘 알고 있다”, “백화점이나 마트에 친환경 의류 제품 코너가 있다는 것을 알고 있다”, “환경 친화적 의류제품에 관해 지식이 있다고 생각하는 편이다”, “환경 친화적 의류 제품을 취급하는 브랜드를 알고 있다”이다.

객관적 친환경 의류지식을 측정하기 위하여 친환경 의류지식에 대해 측정하기 위해 Flynn and Goldsmith (1999), Kim and Damhorst(1998)의 연구를 바탕으로 환경 친화적 객관적 의류 지식을 나타내는 내용을 번역하여 수정 보완하여 총 14문항으로 구성하였다. 진위형 문항으로 맞으면 ‘예’, 틀리면 ‘아니요’, 전혀 모르는 내용이면 ‘모름’으로 응답하도록 하였다. 포함된 문항은 “폴리에스테르의 제조과정에서 화학적 오염 물질이 발생한다”, “면의 제조과정에서 화학적 오염이 발생하지 않는다”, “우리나라는 섬유회사의 환경오염에 대한 법규가 없다”, “섬유의 염색 과정에서 공기오염이 발생한다”, “염색가공 과정에서 물을 많이 사용한다”, “양모는 다시 사용할 수 없다”, “가장 많은 양의 섬유쓰레기는 일회용 기저귀이다”, “직물 및 제품 공정 중에는 재활용이 불가능하게 하는 것이 있다”, “인산염을 함유한 세제는 수질 오염의 원인이 된다”, “천연 섬유는 미생물에 의하여 분해되기 쉽다”, “천연 섬유의 사용은 에너지 소비를 줄이는데 기여한다”, “천연 섬유인 면, 마는 다른 섬유에 비해 보풀이 잘 생긴다”, “합성섬유와 천연섬유가 환경오염에 미치는 정도의 차이는 없다”, “애벌빨래를 하면 세제를 더 쓰게 된다” 객관적 환경지식 14문항의 최소값은 0, 최대값은 13, 평균은 6.76이었다. 환경 친화적 객관적 의류 지식과 환경 친화적 주관적 의류 지식 간에는 유의한 상관관계가 나타났으며( $r=.25\sim.37$ ,  $p<.001$ ), 본 연구에서 포함된 친환경 의류지식은 객관적 지식과 주관적 지식의 평균으로 측정되었다.

#### 2) Eco-friendly clothing consciousness

환경 친화적 의식을 알아보기 선행연구(i.e., Chang & Park, 1997)를 바탕으로 19문항을 구성하였다. 5점 리커트 척도로 측정하였다. 친환경 의류의식의 타당도를 알아보기 위해 요인분석을 실시하였으며, 요인

분석은 Varimax회전에 의한 주성분분석을 사용하였다. 세 가지 요인이 도출되었고, 이 요인들은 전체분산의 60.05%를 설명하는 것으로 나타났다. 각 요인에 대한 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증을 실시한 결과, 계수가 .69, .76, .61으로 문항 간의 내적 일관성을 나타내었다. 요인 1을 사회책임 의류의식, 요인 2를 건강지향 의류의식, 요인 3을 자원절약 의류의식으로 명명하였다. 구체적으로 살펴보면 요인 1은 환경과 관련된 의류정보에 대한 관심, 환경 보존에 노력하는 회사의 의류 선호, 환경오염 기업의 의류제품을 구매하지 않음, 친환경 의류를 입으므로 나의 이미지 향상 등을 나타내는 것으로 “사회책임 의류의식”으로 명명하였고, 네 문항으로 구성되었다. 요인 2는 환경 친화적 의류가 건강에 좋을 것이라는 생각, 환경친화 의류의 기능성 이해 한다는 것으로 “건강지향 의류의식”으로 명명하였고, 세 문항으로 구성되었다. 요인 3은 의류의 헌 옷 재사용, 의류 재활용은 바람직하며 옷의 생산, 소비에서 낭비가 심함을 나타내는 것으로 “자원절약 의류의식”으로 명명하였고, 세 문항으로 구성되었다.

### 3) Ecological clothing consumption behavior

환경 친화적 의류 소비 행동을 알아보기 위해 의류 제품을 쇼핑, 구매, 사용, 처분할 때 환경에 대해 의식하고 행동하는가에 관하여 물었다. 환경 친화적 행동을 나타내는 내용을 수정 보완하여 쇼핑행동 3문항, 구매행동 10문항, 사용행동 4문항, 처분행동 5문항으로 구성하였다. 모두 5점 리커트 척도로 측정되었다.

### 4) Clothing involvement

의복 관여도 측정도구는 선행연구(Ku & Choo, 1996, Laurent & Kapferer, 1985)에 제시된 다차원적 척도 중에서 위험 관련 요인들을 제외한 13개의 문항을 수정·보완하여 구성하였다. 하위차원을 살펴보기 위하

여 요인분석을 실시한 결과, 총 10문항 세 가지의 요인이 도출되었다. 요인 1은 옷에 대하여 자주 생각하고, 흥미를 느끼며, 평상시 의복에 관한 관심에 관한 네 개의 문항들로 구성되어 “관심”으로 명명하였다. 요인 2는 옷을 잘 입으면 좋은 인상을 주고 경제적 사회적 신분을 나타내며, 멋있는 옷을 입으면 기분이 좋고 미적 감각을 나타낸다는 문항들로 구성되어 “상징성” 요인으로 명명하였다. 총 4문항으로 구성되었다. 요인 3은 유행에 맞추어 옷을 입는 것이 중요하고, 항상 유행에 대하여 관심이 있다는 두 문항으로 구성되어 “유행” 요인으로 명명하였다. 이 세 요인은 전체분산의 71.80%를 설명하였고, Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 계수가 .87, .78, .74로 문항 간의 내적 일관성이 검증되었다.

### 5) Subjective norm

주관적 규범에 대한 문항은 선행연구(i.e., Titah & Barki, 2009)에서 주로 사용한 문항을 환경친화적 의류제품 구매에 대입한 문항으로 수정·보완하여 두 문항으로 구성하였다. 해당문항은 환경 친화적 의류 제품을 구매하는 것에 대하여, “가족들은 긍정적으로 생각할 것이다”, “친구 혹은 동료들은 긍정적으로 생각할 것이다” 이다.

## IV. Results

### 1. Effect of clothing involvement on eco-friendly clothing knowledge

의복 관여도가 친환경 의류지식에 미치는 영향을 알아보기 위해 의복관여도의 관심, 상징성, 유행을 독립변수로 한 다중회귀분석을 하였다(Table 1). 친환경 의류지식은 앞서 기술한 바와 같이 주관적 지식과 객관적 지식의 평균으로 지수화되어 분석되었다.

<Table 1> Effect of clothing involvement on eco-friendly clothing knowledge

(N=480)

Independent variables	Dependent variable	$\beta$	$R^2$	F
Product interest	Clothing knowledge	.13*	.04	8.00***
Symbolic aspect		-.04		
Fashion consciousness		.14**		

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

분석결과, 의복 관여도의 관심, 상징성, 유행인 세 가지 요인 중에서 친환경 의류지식에 영향을 미치는 것은 관심, 유행요인으로 나타났다. 관심( $\beta=.13, p<.05$ )은 친환경 의류지식에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 유행( $\beta=.14, p<.01$ )도 친환경 의류지식에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가시적 속성과 관계되는 상징성은 친환경 지식에 영향을 미치는 의복관여 요인이 아닌 것으로 나타났다. 한편, 유행에 대한 관심은 새로운 제품에의 상대적으로 이른 구매와도 관계되기 때문에 환경친화적이지 않은 소비행동으로 간주되는 것이 보통이지만, 의류제품의 유행속성에 민감한 부분이 오히려 환경지식 정보를 탐구하는 동기요인이 될 수 있다는 결과로 보일 수도 있다.

**2. Effect of eco-friendly clothing knowledge on eco-friendly clothing consciousness**

본 연구에서 친환경 의류의식은 사회적책임의식, 건강지향의식 그리고 자원절약 의식의 세 가지 차원으로 구분되어 분석되었다. 친환경 의류지식을 독립변수로 하고, 이 세 가지 차원을 종속변수로 설정한 회귀분석을 각각 실시하였다(Table 2).

분석 결과, 친환경 의류지식이 친환경 의류의식의 세 가지 차원에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 친환경 의류지식은 친환경 의류의식 중에서 상대적으로 사회적책임의류의식( $\beta=.48, p<.001$ )에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자원절약의식에 대한 영향은 상대적으로 낮은 편이었다( $\beta=.27, p<.001$ ).

**3. Effect of eco-friendly clothing consciousness on ecological clothing consumption behavior**

본 연구에서는 친환경 의류소비행동의 영역을 쇼핑, 구매, 사용, 처분의 네 가지 행동으로 살펴보았다. 친환경 의류의식이 환경 친화적 의류 소비 행동에 미

치는 영향을 알아보기 위해 사회적책임의식, 건강지향의식, 자원절약의식을 독립변수로 한 다중회귀분석을 하였다(Table 3).

분석결과, 친환경 의류의식인 세 가지 요인이 환경 친화적 의류 소비 과정의 행동에서 의류쇼핑행동, 의류구매행동, 의류사용행동, 의류처분행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

의류쇼핑행동에 사회적책임의식( $\beta=.23, p<.001$ ), 건강지향의식( $\beta=.11, p<.05$ ), 자원절약의식( $\beta=.11, p<.05$ ) 모두 유의한 영향을 주었다. 상대적으로 사회적책임의식의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

의류구매행동에 사회적책임의식( $\beta=.45, p<.001$ ), 건강지향의식( $\beta=.17, p<.001$ )만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 환경 친화적 의류를 구입할 때 사회적책임의식의 영향이 건강지향의식보다 더 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 자원보전의식은 구매행동에는 유의한 영향을 주지 않았다.

의류사용행동에 사회적책임의식( $\beta=.23, p<.001$ )만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건강지향이나 자원절약의식은 유의한 영향이 없었다.

의류처분행동도 사용행동과 마찬가지로 사회적책임의식( $\beta=.25, p<.001$ )만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건강지향이나 자원절약의식은 유의한 영향이 없었다.

친환경 의류의식이 환경 친화적 의류 소비 행동에 전체적으로 영향을 주는 요인인 것으로 나타났으며, 사회적책임의식이 환경 친화적 소비 행동의 네 가지 영역 전반에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 건강지향의식은 쇼핑과 구매행동 영역까지는 유의한 영향을 미쳤으나, 이후의 사용과 처분행동에 유의한 영향이 없었으며 자원보전의식 차원은 전체적으로 적극적인 소비 행동까지 이어지는 경향은 낮았는데 후속연구에

<Table 2> Effect of eco-friendly clothing knowledge on eco-friendly clothing consciousness dimensions

(N=480)

Independent variable	Dependent variables	$\beta$	$R^2$	F
Eco-friendly clothing knowledge	Social responsibility	.48***	.23	145.25***
	Health orientation	.38***	.14	80.67***
	Clothing resource-saving consciousness	.27***	.07	37.53***

\*\*\*  $p<.001$



<Table 3> Effect of eco-friendly clothing consciousness on ecological clothing consumption behavior (N=480)

Independent variable	Dependent variables	$\beta$	$R^2$	F
Social responsibility	Shopping behavior	.23***	.12	23.17***
Health orientation		.11*		
Clothing resource-saving consciousness		.11*		
Social responsibility	Purchasing behavior	.45***	.33	79.73***
Health orientation		.17***		
Clothing resource-saving consciousness		.06		
Social responsibility	Using behavior	.23***	.06	11.84***
Health orientation		.02		
Clothing resource-saving consciousness		.05		
Social responsibility	Disposing behavior	.25***	.06	10.80***
Health orientation		-.06		
Clothing resource-saving consciousness		.07		

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

서 보다 면밀한 조사가 필요한 부분으로 보인다.

4. Subjective norm and ecological clothing consumption behavior

본 연구에서는 행동에 직접적으로 영향을 미치는 사회적 영향력 변인으로 주관적 규범을 포함하였다. 주관적 규범과 쇼핑, 구매, 사용, 처분의 네 가지 친환경 의류소비행동 영역과의 관계를 상관관계 분석을 통하여 살펴보았다(Table 4).

분석 결과, 주관적 규범은 환경 친화적 의류 소비 행동과 유의한 상관관계를 나타내고 있었다. 쇼핑( $r = .30$ ), 구매( $r = .39$ ), 사용( $r = .33$ ), 처분( $r = .19$ ) 전 영역에서 모두  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 관계가 나타난 것이다. 상대적으로 구매에 있어서의 상관관계가 가장 높았으며, 처분과의 관계는 낮았다.

V. Conclusion and Implication

생산과정에서 일어나는 환경문제에 대한 관심과

<Table 4> Subjective norm and ecological clothing consumption behavior

Ecological clothing consumption behavior	Correlation coefficients with subjective norm
Shopping	.30***
Purchasing	.39***
Using	.33***
Disposing	.19***

\*\*\*  $p < .001$

늘어가는 소비량으로 인한 여러 이슈가 강조되면서 의류산업에도 많은 변화가 일어나고 있다. 환경에 대한 소비자 의식과 지식이 증대됨에 따라 기업도 친환경적인 제품개발이나 상품기획에 힘쓰고 있으며, 브랜드의 중요 요소로 활용하고 있다. 사회적 책임과 지속적인 소비에 대한 연구가 활발히 수행되고 있지만, 대부분 환경에 의식이나 인식에 있어서는 일반적인 수준에서 접근한 경우가 많았다. 본 연구에서는 의류

제품의 소비라는 상황에 한정하여 친환경 지식과 의식을 개념화하고 이에 따라 실증적 연구에서의 측정이 이루어졌다. 또한 친환경 소비행동을 쇼핑, 구매, 사용, 처분의 네 가지 영역으로 알아보았다. 이 과정에서 의복관여와 주관적 규범의 역할을 실증적으로 접근하였다.

20~50대 여성 480명을 대상으로 한 실증적 연구에서 먼저 의생활영역은 식생활영역과 비교하여 매우 낮은 수준으로 친환경산업 영역으로 인식됨을 알 수 있었다. 친환경 구매가 이루어지는 의복의 종류로 가장 흔하게 나타난 것은 속옷 구매였으며, 의류제품의 세탁 부분에 있어서 환경에 대한 고려를 가장 많이 한다는 것을 알 수 있었다.

의복 관여도가 친환경 의류지식에 미친 영향을 살펴본 결과, 의복 관여도 중에서 관심과 유행만 친환경 의류지식에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 의복에 대한 관심과 유행이 환경 친화적 의류 정보에 동기로 작용한다는 것을 알 수 있었다.

친환경 의류지식이 친환경 의류의식의 여러 차원에 매우 강한 영향을 미치는 것으로 나타났는데 특히 사회책임의식에의 영향이 가장 컸다. 교육이나 각종 프로그램 등 환경에 대한 정보가 제공되고, 이와 같은 정보가 소비자 지식으로 활용되는 것이 얼마나 중요한가 하는 것을 잘 나타내는 결과로 보인다.

친환경 의류의식이 환경 친화적 의류 소비 행동에 미치는 영향을 살펴본 결과, 사회책임의식은 의류소비의 전 영역에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 건강지향의식은 의류소비의 쇼핑과 구매에 유의한 영향을 주었는데, 특히 구매과정에서 건강의 특성이 상대적으로 강하게 고려되는 것을 알 수 있다. 환경보존의식은 쇼핑 이후의 소비과정에서는 전혀 유의한 영향을 미치지 않았다. 친환경 의류의식이 친환경 의복소비행동에 영향을 미치는 것은 의미 있는 결과이지만, 소비과정의 여러 단계에 미치는 자세한 영향관계는 의식의 어떠한 차원인가에 따라 달라진다는 점을 시사한다.

사회적 영향력의 지표인 주관적 규범이 오히려 환경 친화적 의류행동의 전 영역과 유의한 상관관계가 나타났다. 특히 구매행동과 가장 강한 관계가 있었으며, 상대적으로 처분행동과의 관계는 낮았다.

의복소비과정에 초점을 두어 환경에 대한 지식, 의

식 그리고 행동을 살펴본 본 연구의 결과를 고려하면 정부나 민간단체는 각종 교육프로그램을 통해 환경정보에 소비자를 노출시키고, 구매의사결정과정에서 환경과 관련된 의류지식이 활용되도록 하여야 할 것이다. 친환경 의류의식이 높아짐에 따라 환경 친화적 소비행동을 보이기 측면만을 고려할 것이 아니라, 주관적 규범과 같은 사회적 영향력을 활용한 마케팅프로그램을 동원한다면 효율적인 친환경 소비에 도움이 될 것이다. 본 연구의 결과는 SPA 브랜드나 럭셔리 브랜드 등 브랜드유형 간의 차이 등의 후속연구로 이어지거나, 남성소비자를 포함하는 등 다양한 소비자 집단을 대상으로 한 후속연구로 이어진다면 의류제품의 친환경소비에 보다 기여할 것으로 생각된다.

## References

- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411-454. doi:10.1086/209080
- Baker, T. L., Hunt, J. B., & Scribner, L. L. (2002). The effect of introducing a new brand on consumer perceptions of current brand similarity: The roles of product knowledge and involvement. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 45-57. doi:10.1080/10696679.2002.11501925
- Basman, R. L., Molina, D. J., & Slottje, D. J. (1988). A note on measuring Veblen's theory of conspicuous consumption. *The Review of Economics and Statistics*, 70(3), 531-535. doi:10.2307/1926796
- Bettman, J. R. (1979). Memory factors in consumer choice: A review. *Journal of Marketing*, 43(2), 37-53. doi:10.2307/1250740
- Bettman, J. R., & Park, C. W. (1980). Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: A protocol analysis. *Journal of Consumer Research*, 7(3), 234-248. doi:10.1086/208812
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: Response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(1), 165-173. doi:10.1080/

- 09593960903498300
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenge, C. C. (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health, 17*(92), 1-4. doi:10.1186/s12940-018-0433-7
- Birtwistle, G., & Moore, C. M. (2007). Fashion clothing-where does it all end up?. *International Journal of Retail & Distribution Management, 35* (3), 210-216. doi:10.1108/09590550710735068
- Carlson, J. P., Vincent, L. H., Hardesty, D. M., & Bearden, W. O. (2009). Objective and subjective knowledge relationships: A quantitative analysis of consumer research findings. *Journal of Consumer Research, 35*(5), 864-876. doi:10.1086/593688
- Chang, G. H., & Park, J. O. (1997). The effects of the socially responsible clothing consumption attitude on the clothing disposition behavior (Part I). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 21*(4), 795-805.
- Dickmann, A., & Preisendörfer, P. (1998). Environmental behavior: Discrepancies between aspirations and reality. *Rationality and Society, 10*(1), 79-102. doi:10.1177/104346398010001004
- D'Souza, C., Taghian, M., & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate Communications: An International Journal, 11*(2), 162-173. doi:10.1108/13563280610661697
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flynn, L. R., & Goldsmith, R. E. (1999). A short, reliable measure of subjective knowledge. *Journal of Business Research, 46*(1), 57-66. doi:10.1016/S0148-2963(98)00057-5
- Gendall, P., Smith, T. W., & Russell, D. (1995). Knowledge of scientific and environmental facts: A comparison of six countries. *Marketing Bulletin, 6*, 65-74.
- Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *The Journal of Environmental Education, 18*(2), 1-8. doi:10.1080/00958964.1987.9943482
- Jung, Y.-J., Park, O.-L., & Ha, J.-K. (2006). The effect of the clothing benefits sought on the environmental awareness and environment-friendly consuming behavior. *Fashion & Textile Research Journal, 8*(6), 639-646.
- Kim, B. M., & Lee, J. M. (1997). The research on the disposal of unused cloths: Focusing on the environmental protection. *Family and Environment Research, 35*(2), 19-32.
- Kim, H.-S., & Damhorst, M. L. (1998). Environmental concern and apparel consumption. *Clothing and Textiles Research Journal, 16*(3), 126-133. doi:10.1177/0887302X9801600303
- Kim, S. W., Rhee, M. S., Lee, H. I., Kwon, O. J., & Lee, J. Y. (1998). Consumption life and recycling (I): Focused on clothing. *Family and Environment Research, 36*(9), 107-125.
- Kim, Y. S. (2014). Impacts of health and environment consciousness on pro-environmental clothing purchasing and disposal behaviors. *The Research Journal of the Costume Culture, 22*(3), 371-382. doi:10.7741/rjcc.2014.22.3.371
- Ku, Y.-S., & Choo, T.-G. (1996). A study on body cathexis and clothing involvement by demographic characteristics. *Family and Environment Research, 34*(5), 29-39.
- Laurent, G., & Kapferer, J.-N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research, 22*(1), 41-53. doi:10.2307/3151549
- Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study. *Journal of Business Research, 40*(1), 37-48. doi:10.1016/S0148-2963(96)00209-3
- Mostafa, M. M. (2007). Gender differences in Egyptian consumers' green purchase behaviour: The effects of environmental knowledge, concern and

- attitude. *International Journal of Consumer Studies*, 31(3), 220-229. doi:10.1111/j.1470-6431.2006.00523.x
- Nicosia, F. M., & Mayer, R. N. (1976). Toward a sociology of consumption. *Journal of Consumer Research*, 3(2), 65-75. doi:10.1086/208653
- Noh, M.-J., Ahn, H.-S., & Jang, S.-H. (2010). The influence of the environmental concern and environmental knowledge on the purchase intention of green IT product: Considering involvement. *Korean Journal of Business Administration*, 23(1), 361-383.
- O'Cass, A. (2004). Fashion clothing consumption: Antecedents and consequences of fashion clothing involvement. *European Journal of Marketing*, 38(7), 869-882. doi:10.1108/03090560410539294
- Park, C. W., Mothersbaugh, D. L., & Feick, L. (1994). Consumer knowledge assessment. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 71-82. doi:10.1086/209383
- Park, H.-S., & Suh, Y.-S. (1998). Environmental perception of consumers and clothing consumption behavior. *Family and Environment Research*, 36(10), 79-88.
- Park, S. H., & Oh, K. W. (2014). Environmental knowledge, eco-friendly attitude and purchase intention about eco-friendly fashion products of fashion consumers. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(1), 91-100. doi:10.5805/SFTI.2014.16.1.191
- Park, U.-A., & Rhee, K.-C. (1995). A study on environmentally conscious consumer behavior. *Family and Environment Research*, 33(4), 199-212.
- Ramsey, C. E., & Rickson, R. E. (1976). Environmental knowledge and attitudes. *The Journal of Environmental Education*, 8(1), 10-18. doi:10.1080/00958964.1976.9941552
- Schwepker, C. H., Jr., & Cornwell, T. B. (1991). An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 77-101.
- Sharma, K., & Bansal, M. (2013). Environmental consciousness, its antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Indian Business Research*, 5(3), 198-214. doi:10.1108/JIBR-10-2012-0080
- Shim, S. (1995). Environmentalism and consumers' clothing disposal patterns: An exploratory study. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 38-48. doi:10.1177/0887302X9501300105
- Suk, H. J., & Lee, E.-J. (2013). The value, knowledge, and sustainable consumption behavior of fashion consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(3), 424-438. doi:10.5850/JKSCT.2013.37.3.424
- Summers, T. A., Belleau, B. D., & Xu, Y. (2006). Predicting purchase intention of a controversial luxury apparel product. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(4), 405-419. doi:10.1108/13612020610701947
- Titah, R., & Barki, H. (2009). Nonlinearities between attitude and subjective norms in information technology acceptance: A negative synergy?. *MIS Quarterly*, 33(4), 827-844. doi:10.2307/20650329
- Winakor, G. (1969). The process of clothing consumption. *Journal of Home Economics*, 61(8), 629-634.
- Yoon, S.-W., Yang, Y.-J., Noh, J.-K., & Jeon, J.-O. (2006). Effects of environmental knowledge on environmentally conscious consumer behavior. *Journal of Marketing Management Research*, 11(3), 131-147.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352. doi:10.1086/208520
- Zelezny, L. C., & Schultz, P. W. (2000). Psychology of promoting environmentalism: Promoting environmentalism. *Journal of Social Issues*, 56(3), 365-371. doi:10.1111/0022-4537.00172