

비건 가죽에 대한 소비자 인식과 선호 연구

김민지 · 이루비 · 유신정[†]

경희대학교 의상학과

A Study on Consumer Perceptions and Preferences for Vegan Leather

Minji Kim · Rubi Lee · Shinjung Yoo[†]

Dept. of Clothing and Textiles, Kyung Hee University

Received February 21, 2024; Revised June 10, 2024; Accepted August 14, 2024

Abstract

This study aimed to explore the perceived definition, perceptions, and preferences of “vegan leather” among Korean consumers. An in-depth survey was conducted among Korean women in their 20s-50s. The self-assessed perception level of vegan fashion or vegan leather was lower than that of vegan in general and higher among those in their 50s than those in their 30s. Over 50% of respondents defined vegan leather as leather from plant materials, while 40% viewed it as including all types of alternative leathers, such as faux and synthetic options. However, a notable 57.6% of participants showed confusion, failing to distinguish between several provided definitions of vegan leather and demonstrating inconsistency in their subsequent responses. The study also explored factors influencing consumer preferences for different types of leather. The most decisive factors were ethical considerations regarding animal welfare and environmental impact, while the sensory qualities of faux leather largely drove negative sentiments. The results of the study provide insights significant for the development process of alternative leather materials and emphasize the importance of social agreement in a consistent definition of vegan leather.

Key words: Vegan leather, Definition of vegan leather, Sustainability, Consumer perception, Consumer preference; 비건 가죽, 비건 가죽 정의, 지속가능성, 소비자 인식, 소비자 선호도

I. 서 론

2019년 발생한 COVID-19로 인한 경제, 사회적 충격이 가져온 소비자 인식의 큰 변화는 사람들이 환경과 기후 위기에 대해 많은 관심을 가지게 했다. 비건(vegan)은 기관이 아닌 개인으로서 환경과 동물복지에 긍정적으로 기여할 수 있는 가장 효율적이고 간단한 방법으로 인식됐으며, 동물복지, 환경보호, 건강 등의 다양한 목적을 위해 비거니즘(veganism)이 추구되고, 이에 대한 소비자들의 높아진 관심에 힘입어 사회

적 트렌드로 부상하기 시작했다. 이와 같은 사회적 현상으로 인해 기존 패션산업 구조는 지속가능성을 저해하는 환경 파괴적 행태 외의 동물 윤리적인 측면에서도 수많은 비판을 받았다(Joung et al., 2022). 따라서 패션산업은 기존에 사용하던 동물 가죽 또한 지속가능성과 동물 윤리적 차원에서 새로운 소재로 대체할 필요성이 생겼다. 이에 대응해 기존의 동물성 및 인조 가죽 소재에 대한 대안으로서 등장한 것이 식물성 재료를 원료로 한 가죽 대체재인 ‘비건 가죽’이다. 이러한 이유로 ‘비건 가죽’을 사용한 상품으로 친환경 및 동물 윤리적 마케팅을 하는 기업이 많아지고 있다. 그러나 합성 피혁(synthetic leather) 등 기존의 인조가죽

[†]Corresponding author

E-mail: sjyoo@khu.ac.kr

에도 ‘비건 레더(vegan leather)’라는 이름을 붙여 마케팅하거나, 비건 가죽 제조 시 사용되는 코팅 소재는 생분해가 어려운 PU/PVC 소재가 대부분임에도 이러한 사실이 잘 알려지지 않아 ‘그린 워싱(green washing)’ 논란이 불거지고 있다(Han, 2023).

또한, 현재 국내에서 사용되고 있는 ‘비건 가죽’이라는 용어의 정의가 여러 가지로 혼용되는 것 또한 윤리적 소비를 추구하는 소비자에게 혼란을 준다. 식물성 가죽이 등장하기 전까지 합성가죽은 흔히 인조가죽(faux leather)이라고 명명되었고, 식물성 가죽이 개발되면서 ‘비건 가죽’이라는 용어가 사용되기 시작하였다. 이는 ‘비건 가죽’이 친환경적이며, 식물성 원료를 사용해 제조되었을 것이라는 인식을 제공한다. 또한, 언론에서는 비건 가죽이 식물성 원료와 친환경적 기술만을 활용하여, 탄소배출이 적고 생분해가 가능하다고 언급하고 있다(Seoul Economy TV, 2023). 그러나 동물보호단체 페타(PETA)에서는 비동물성이기만 하면 화석원료를 원료로 하는 합성 소재를 포함하는 모든 소재들을 비건 소재로 규정하고 있다(Shin, 2022). 이와 같이 실질적으로 ‘비건 가죽’의 의미에 대해 모두가 인정하고 공유하고 있는 공식화된 정의가 아직 없으므로, 사용자의 의도에 따라 다양하게 사용될 수 있기 때문에 소비자들의 혼란을 야기할 수 있다.

이러한 혼란으로 인해 포르투갈에서는 오해의 소지가 있다는 이유로 ‘비건 가죽’ 용어의 사용을 금지했다. 영국 가죽 무역 협회인 ‘leatherUK’ 또한 영국인 절반 이상이 ‘비건 가죽’에 대한 용어를 혼동한다는 자체 연구 결과를 공유하며 용어의 사용을 금지해야 한다는 트위터 스레드를 게시했다(Moss, 2022). 이는 ‘비건 가죽’의 정의에 대한 혼란이 점차 사회적으로 이슈화되고 되고 있음을 시사한다. 따라서 본 연구에서는 국내 소비자들을 대상으로 ‘비건 가죽’에 대한 정의와 인식에 대해 탐구하여 국내 패션산업에서의 ‘비건 가죽’ 용어의 사용과 인식의 실태를 파악하고자 하였으며, 연령별, 아이템별 가죽 종류의 선호/비선호 및 이유를 조사 및 분석하여 ‘비건 가죽’과 ‘인조가죽’이 가죽의 대체 소재로서 정착되기 위해 보완해야 할 점을 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 비건 가죽의 필요성

동물성 가죽은 토지 사용과 산림벌채, 온실가스 배

출 및 수질 오염 측면에서 지속가능하지 못한 원료로 인식되고 있다. 또한 축산업과 가죽을 가공하는 과정에서 발생하는 가죽의 혈액, 소변, 분변, 지방, 잔류 화학물질 및 약품, 도살 및 가죽 처리 후 도축장 바닥 청소 에 사용된 폐수 등이 수로로 방출되어 수질 오염을 일으킨다고 발표된 바 있다(Hakansson et al., 2022). 또한, 동물 가죽의 부패를 방지하기 위한 가공 방법으로 가장 널리 이용되는 크롬 무두질은 공정 과정에서 크롬, 아황산가스, 포름산, 염화암모늄과 같은 화학물질이 사용되어 환경에 악영향을 미친다(Kim, 2022). 이에 더하여 동물성 가죽의 생산 과정은 가죽을 가공하는 노동자에게도 유해한 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 이는 동물을 도살하는 작업자가 동물의 위협과 인수공통전염병에 노출되어 있으며, 도살 과정의 잔류함은 노동자의 정신건강에 부정적인 영향을 미치기도 하기 때문이다. 또한, 가죽의 가공 과정에서 사용되는 포름알데히드, 펜타클로로페놀, 크롬과 같은 발암물질로 인해 각종 암 발병 위험에 노출되어 있다(Yoon & Lee, 2018).

동물 윤리적인 측면에서도 기존의 동물성 가죽은 지속가능하지 않다. 동물들은 잔인한 방법으로 도살되며, 좋은 품질의 가죽을 얻기 위해 생후 30일 미만의 송아지를 도살하는 등 일반적인 육류 소비 과정에서 자연적으로 발생하는 가죽 획득과는 동떨어진 행위가 나타나기도 한다(Hakansson et al., 2023). 기존의 패션 업계에서 가죽 상품의 대량 생산을 위해 오랫동안 동물을 인위적으로 번식시키고 무분별하게 도살해 왔던 행위가 점차 소비자들과 동물보호단체에 의해 비난받으면서 동물 가죽을 사용하는 것에 대한 우려와 혐오의 시각이 보편화되고 있다. 그 한 예로 영국의 가수 제인 버킨(Jane Birkin)은 럭셔리 패션 브랜드 ‘에르메스(Hermès)’가 자신의 이름을 붙인 ‘버킨백’에 사용될 악어가죽을 얻기 위해 악어 농장을 세운다는 계획을 알고, 가방에 사용된 자신의 이름을 뺄 것을 요구하며 비판적인 의사를 표시하기도 했다(Joo, 2023).

2. ‘비건 가죽’ 용어 혼란 문제

현재 패션산업에서 사용되는 ‘비건 가죽’의 공식적인 정의는 없다. 섬유류의 종류를 규정하는 미국 Federal Trade Commission(FTC)에서도 가죽류는 leather와 imitation leather로만 구분하고 있을 뿐 우리 말 ‘비건 가죽’에 해당하는 ‘vegan leather’에 대한 공식적인 정

의가 이루어져 있지 않다(Federal Trade Commission, 2008). 현재 통용되는 ‘비건 가죽’의 정의를 확인하기 위해 언론 기사 및 동물보호 단체의 보도 자료, 대체 가죽 소재에 관한 선행 연구들을 중심으로 조사한 결과 기사들은 크게 두 가지 경우로 나뉘었다. ‘비건 가죽’을 기존의 합성 가죽 소재와 구별하며 새롭게 개발된 식물성 가죽 소재로 정의하는 경우(Kim, 2021)와 합성 가죽 소재를 포함해서 정의하는 경우(Kim, 2024)였다. PETA에서는 ‘비건 가죽’을 죽은 동물의 가죽을 사용하지 않고 친환경적이며, 폴리우레탄과 같은 합성 소재 및 파인애플 잎, 코르크, 사과 껍질, 재활용 플라스틱 등의 지속가능한 신소재를 사용해 만들어질 수 있는 대체 가죽 소재로 정의한 바 있다(PETA, n.d.). 학계에서는 동물성 가죽 대안 소재의 유형으로 유기농 면, 코르크 등의 천연소재, 폴리우레탄, 마이크로스웨이드 등의 합성 소재, 데넌, 폴리에스터 재활용 소재와 파인애플 잎, 버섯 균사체 등의 다양한 바이오 기반 소재를 모두 제시하는 경우(Kim & Park, 2018)와 가죽 및 모섬유의 대체 소재로 식물성 원료를 활용한 사례를 소개한 경우(Cheon & Kim, 2020)가 있다. 그 외에도 천연 가죽 및 폴리 계열 소재를 기초로 하는 인조가죽과 구분하여 생물 원료 기반의 지속가능한 소재를 ‘바이오 레더(bio leather)’라고 칭하며 바이오 레더의 종류를 다시 세분화하는 경우(Kim & Park, 2024) 등 다양한 사례를 확인할 수 있었다.

이와 같이 ‘비건 가죽’은 학계와 시중에서 비건 인조가죽(Kim, 2023), 바이오 레더(Kim & Park, 2024), 베지터블 레더(Kang, 2020), 에코 레더(Shin, 2022) 등의 다양한 명칭으로 불리며 그 정의가 하나로 통일되지 않고 있으며, 이는 ‘비건 가죽’의 친환경성 여부에 대한 혼란으로 이어지기도 한다. 언론 기사와 대체 가죽 소재에 대한 선행 연구들에서는 합성 피혁의 경우, 석유 등의 자원을 많이 소모하고 환경오염을 유발하는 문제(Jeong & Kwon, 2018)가 있으나, 선인장, 파인애플, 포도 찌꺼기 등으로 만들어진 식물 유래 섬유 가죽의 경우 지속가능성이 우수하여 동물성 가죽의 유망한 대체 소재(Heo & Shin, 2020)가 될 수 있다고 보고하고 있다. 따라서 ‘비건 가죽’의 정의에 어떤 소재로 만들어진 대체 가죽이 포함되는지에 대한 명확한 정의가 이루어지지 않은 상황에서 ‘비건 가죽’이라는 용어를 사용할 경우, 소비자들에게 친환경성에 대한 혼란을 야기할 우려가 있다. 인터넷상에서 ‘비건 가죽’을 검색했을 때 조회된 제품들의 설명을 살펴보면, 천연 모피

나 동물성 가죽 등 동물성 소재를 사용하지 않은 가죽 대체재들에 ‘비건 가죽’이라는 용어가 광범위하게 사용되고 있었고, PU/PVC 등의 합성 가죽 소재 및 식물성 유래 성분으로 제조된 가죽 대체재에도 함께 사용되고 있었다(IRONY PORN(O), n.d.; JillStuart, n.d.; MARHEN:J, n.d.; PERITO, n.d.).

3. 시판 ‘비건 가죽’의 구성 성분과 지속가능성

시중에 통용되는 정의와 같이 ‘비건 가죽’을 ‘동물 가죽을 사용하지 않는 모든 종류의 가죽 대체재’라고 전제한다면, 합성 피혁과 식물성 가죽 모두를 포함한다고 할 수 있다(Yoo, 2020). 합성 피혁에 가장 많이 사용되는 재료는 폴리염화비닐(PVC)과 폴리우레탄(PU)으로 모두 플라스틱 기반 재료이다(Cho et al., 2018). 폴리염화비닐(PVC)은 다른 소재와 혼합하여 많이 사용되어 활용되어 재활용이 어렵고, 연소 과정에서 발암물질인 다이옥신을 배출한다는 점에서 환경 위험성이 크며(Lee, 2020) 폴리우레탄(PU) 소재도 제조 중 유해 독소를 방출한다(Lee, 2024).

식물성 가죽은 파인애플 잎, 포도 껍질 등 식물성 섬유 소재나, 동물성 가죽과 유사한 물리적 특성을 가진 버섯과 같은 균사체의 섬유를 이용해 만들어지며(Heo & Shin, 2020), 환경에 대한 영향이 적은 지속가능한 소재로 알려져 있다. 그러나 시판되는 식물성 가죽의 환경적 영향에 대한 문서화된 내용은 거의 없어 현재 시판되고 있는 식물성 가죽을 구매하여 제품설명서, 홈페이지 정보, 기사 등을 참고하여 구성 성분을 살펴본다. 그 결과 Malai™(코코넛 가죽), 하운지™(한지 가죽), Pinatex™(파인애플 잎 가죽), Desserto™(선인장 가죽), 사과 가죽, 옥수수 가죽 등 총 6종의 식물성 가죽 중에서 100% 자연 유래 성분만을 사용한다고 명시한 Malai™ 외에는 100% 자연 유래 성분으로만 이루어진 가죽은 없었다(Nam, 2020). 하운지™은 닥나무의 껍질로 만들어진 한지를 수성 수지로 코팅하고 자연섬유와 합지하는 방법으로 생산되며(PAPPER, 2020), Desserto™은 약 90%의 자연 유래 성분을 포함한다고 표기되어 있으며(Desserto, n.d.), Pinatex™은 파인애플 잎 섬유 72%와 옥수수 전분으로 만든 폴리락틱산(Poly Lactic Acid) 18%, bio PU 5%, PU 5%로 구성되었다고 표기되어 있다(Pinatex, 2023). 사과 가죽과 옥수수 가죽의 경우, 이면은 면과 폴리에스터로 구성되어 있으나 표면 구성 성분이 명시되지 않았다(Lettle, 2022).

특히 Pinatex™은 다양한 외형적 특성의 샘플이 제공되었으나, 기능적인 측면을 개선하기 위해 출시한 ‘Performance collection’은 기능개선을 위해 PU/PVC 성분 함량이 높아지는 특성이 있었다(Pinatex, 2023).

이와 같이 현재 가죽 대체재로 개발되는 소재에는 대부분 내구성 보완 및 동물성 가죽과 유사한 외관을 표현하기 위해 PU/PVC 코팅을 필요로 하며, 이는 코팅제 자체의 생분해가 어려울 뿐 아니라 환경과의 직접 접촉을 차단하여 식물성 성분의 자연적 생분해를 방해할 수 있다. 그러나 지속가능한 패션 소재의 대표적인 예로 인식되며 시중에 개발, 판매되고 있는 비건 가죽의 실제 지속가능성에 대한 전문적이고 체계적인 검증을 통한 정보제공이 이루어지고 있지 않아 소비자의 혼란을 야기하고, 지속가능한 비건 가죽의 개발을 지연시키는 요인이 되고 있다.

III. 연구 방법

1. 측정도구

본 연구는 온라인 설문 조사를 이용한 탐색적 조사 연구로 설문 내용은 크게 두 범주로 구성되었다. 하나는 가죽 제품의 사용 상황과 동물성과 비건 가죽 제품의 선호 정도와 이유로 구성된 사용 실태에 대한 설문들이다. 가죽 제품의 사용 상황 카테고리에서는 가장 많이 사용하는 가죽 아이템의 종류, 구매 횟수, 보유 제품, 아이템별 선호 가죽을 묻는 4문항으로 구성하였고, 비건 가죽 제품 선호 정도와 이유 카테고리에서는 비건 가죽과 동물성 가죽 각각의 선호도 문항 2문항 및 선호하는 이유를 묻는 2문항으로 구성하였다. 또한 ‘비건 가죽의 사용이 동물성 가죽 사용보다 바람직한지’ 비교하는 1문항과 그 이유를 묻는 1문항을 포함하였다.

또 하나의 문항 그룹은 응답자의 ‘비건’, ‘비건 패션’, ‘비건 가죽’의 인지에 대한 자기 평가(3문항) 및 응답자가 생각하는 ‘비건 가죽’에 대한 정의 1문항 및 특정 답변을 선택한 이유를 묻는 1개의 부속 문항으로 구성되어 있다. 그리고 ‘비건 가죽’에 대한 정의를 제시한 후, 해당 정의에 동의하는지 묻는 1문항과 해당 정의의 지속가능성과 친환경성의 연관성 2문항을 포함하였다. 답변 형태는 질문에 따라 다중 선택, 5점 척도, 선다형 등이 제시되었다. 그 외 연령대와 직업 등 인구통계학적 정보에 대한 설문(2문항)과 패션과 지속가능성

사이의 연관성 2문항을 포함하는 소비자 인식에 관한 설문을 구성하였다. 설문 문항의 형식은 Kim and Oh (2013)와 Yoon and Yoo(2021)를 참고하여 연구자가 구성하였다.

2. 자료 수집 및 분석

본 연구는 연령대에 따른 가죽 사용 실태와 인식의 차이를 살펴볼 수 있도록 20대에서 50대의 여성을 조사 대상으로 선정하였다. 예비 설문을 거쳐 수정된 설문지는 2023년 8월 29일부터 9월 2일까지 5일간 구글 폼(Google form)을 통해 온라인상에서 배포되어 총 135명의 응답을 받았으며, 최종 분석에는 불성실한 응답을 제외한 134명의 응답이 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS 25.0의 빈도분석, 일원배치 분산분석, 이원배치 분산분석, 교차분석을 사용하여 분석하였다.

IV. 연구 결과 분석

1. 응답자 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 연령별로 살펴보면 20대에서 50대의 연령층이 고르게 분포되어 있으며, 직업은 직장인(아르바이트 포함)이 46.2%로 가장 많고 학생과 주부가 그 다음으로 많은 비율을 차지하고 있다.

Table 1. Characteristics of respondents

Variable	Category	N	%
Age	20's	38	28.4
	30's	30	22.4
	40's	31	23.1
	50's	35	26.1
Total		134	100.0
Occupation	Office worker	62	46.2
	Student	31	23.1
	Housewife	28	20.8
	Freelancer	10	7.5
	Self-employed	2	1.5
	Not employed	1	0.7
Total		134	100.0

2. 가족 상품의 사용 실태

1) 가장 많이 사용하는 가죽 패션 상품 종류

소비자의 가죽 상품 사용 경험을 파악하기 위해 가장 많이 사용하는 가죽 상품 종류 3가지 선택하도록 한 결과는 <Table 2>와 같다. 전 연령대를 통합하여 전체적으로 살펴보면 가장 많이 사용하는 가죽 상품은 핸드백(25.4%), 지갑(23.0%), 구두(17.5%), 자켓(15.2%), 클러치백/파우치(6.5%), 운동화(6.2%), 바지(2.7%), 스커트(1.7%), 코트(1.5%) 순으로, 핸드백과 지갑에서 가죽으로 된 제품을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다. 연령대별로 살펴보면 20대 응답자들은 유일하게 ‘지갑’을 선택한 비율(25.7%)이 ‘핸드백’을 선택한 비율(18.6%)보다 높았으며 그 다음이 자켓(17.6%) 순이었고, 코트(1.8%)나 스커트(1.8%), 바지(3.6%)를 선택한 비율이 매우 낮았으며 ‘구두’와 ‘운동화’의 선택

(10.6%)이 동일 비율로 비교적 높게 나타났다.

30~50대는 모두 ‘핸드백’을 가장 많이 사용하는 아 이템으로 선택했으며 그 다음으로 30대는 지갑(22.2%) 과 구두(16.8%), 자켓(13.3%), 40대는 지갑과 자켓이 동 일 비율(18.3%)이고, 그 다음이 구두(13.9%)였다. 50 대 집단에서는 ‘핸드백’ 다음으로 가장 많이 사용하고 있는 가죽 제품으로 ‘구두’의 비율(28.6%)이 높았으며 ‘코트’, ‘스커트’, ‘바지’를 선택한 응답자는 없었다.

2) 가죽 패션 상품의 연간 구매 횟수

응답자의 가죽 소재 패션 상품의 연간 구매 횟수를 알아본 결과는 <Table 3>과 같다.

연령대별로 각각의 구매 횟수에 대한 응답 비율을 비 교하였으나 통계적으로 유의미한 차이는 존재하지 않 았다($\chi^2=11.003, p=.529$). 전 연령을 대상으로 살펴보면 ‘2~3회’를 선택한 비율이 43.2%로 가장 높았고, ‘0~1

Table 2. Most frequently used leather product types according to age

Variable	Category	Age (Row%/Column%)				Total (Row%/Column%)
		20's	30's	40's	50's	
Product	Jacket	20 (32.8/17.6)	12 (19.7/13.3)	17 (27.0/18.3)	12 (9.0/11.4)	61 (100.0/15.2)
	Coat	2 (33.3/1.8)	3 (30.0/3.3)	1 (16.7/1.1)	0 (0.0/0.0)	6 (100.0/1.5)
	Skirt	2 (28.6/1.8)	2 (28.6/2.2)	3 (24.9/3.2)	0 (0.0/0.0)	7 (100.0/1.7)
	Pants	4 (36.4/3.6)	4 (36.4/4.4)	3 (27.3/3.2)	0 (0.0/0.0)	11 (100.0/2.7)
	Handbag	21 (20.6/18.6)	22 (21.6/24.5)	27 (26.5/29.0)	32 (31.4/30.5)	102 (100.0/25.4)
	Clutch/Pouch	11 (42.3/9.7)	6 (23.1/6.6)	6 (23.1/6.5)	3 (11.5/2.8)	26 (100.0/6.5)
	Wallet	29 (31.5/25.7)	20 (21.7/22.2)	17 (18.5/18.3)	26 (28.3/24.8)	92 (100.0/23.0)
	Sneakers	12 (48.0/10.6)	5 (20.0/5.6)	6 (24.0/6.5)	2 (8.0/1.9)	25 (100.0/6.2)
	Loafers	12 (17.1/10.6)	15 (21.4/16.8)	13 (18.6/13.9)	30 (42.9/28.6)	70 (100.0/17.5)
	Etc.	0 (0.0/0.0)	1 (100.0/1.1)	0 (0.0/0.0)	0 (0.0/0.0)	1 (100.0/0.3)
Total		113 (28.2/100.0)	90 (22.4/100.0)	93 (23.2/100.0)	105 (26.2/100.0)	401 (100.0/100.0)

Table 3. Annual purchase frequency of leather products according to age

	Number of purchases per year (Row%/Column%)					Total (Row%/Column%)	χ^2 (d.f.)
	0~1	2~3	4~5	6~7	Over 8		
Age	20's	15 (39.5/26.8)	17 (44.7/29.3)	2 (5.3/25.0)	1 (2.6/16.7)	3 (7.9/50.0)	11.003 (12)
	30's	12 (40.0/21.4)	13 (43.3/22.4)	0 (0.0/0.0)	3 (10.0/50.0)	2 (6.7/33.3)	
	40's	14 (45.2/25.0)	15 (48.4/25.9)	2 (6.4/25.0)	0 (0.0/0.0)	0 (0.0/0.0)	
	50's	15 (42.9/26.8)	13 (37.1/22.4)	4 (11.4/50.0)	2 (5.7/33.3)	1 (2.9/16.7)	
Total	56 (41.8/100.0)	58 (43.2/100.0)	8 (6.0/100.0)	6 (4.5/100.0)	6 (4.5/100.0)	134 (100.0/100.0)	$p=.529$

회'가 41.8%, '4~5회'가 6.0%, '6~7회'와 '8회 이상'은 각각 4.5%로, 응답자의 85%가 연간 3회 이내로 가죽 소재의 패션 상품을 구매하는 것으로 나타났다.

3) 가장 많이 사용하는 가죽 소재

주로 사용하는 가죽 패션 상품의 소재에 대한 질문으로 '인조가죽', '동물성 가죽', '식물성 가죽'의 세 가지 소재 중 하나를 선택하도록 한 객관식 설문 결과를 연령에 따라 비교하여 <Table 4>에 정리하였다.

주로 사용하는 가죽 소재는 연령대에 따라 유의한 차이를 보였다($\chi^2=16.410, p=.012$). 전 연령대를 통합하여 살펴보면 '인조가죽'을 선택한 비율이 58.2%로 가장 높았으며 '동물성 가죽'이 39.6%, '식물성 가죽'이 2.2%로 나타났다. 이를 통해 식물성 원료를 사용한 대체 가죽 소재의 패션 상품에 대한 소비자의 이용 경험이 전반적으로 부족한 편임을 확인할 수 있었다. '동물성 가죽'을 선택한 비율은 연령대가 높아질수록 증가하는 경향성을 보인 반면 '인조가죽' 선택 비율은 반대의 경향을 보여 20대 집단이 가장 높은 79.0%였고 50대 집단은 가장 낮은 비율인 34.3%로 나타났다.

4) 패션 상품별 가장 선호하는 가죽 소재

패션 아이템별로 가장 선호하는 가죽 소재 종류를 조사하기 위해 '자켓', '코트', '스커트', '바지', '핸드백', '지갑', '클러치백 및 파우치', '운동화', '구두' 등 9가지 패션 상품에 대해 '인조가죽', '동물성 가죽', '식물성 가죽' 세 가지 소재 중 가장 선호하는 소재를 선택하도록 하였다(Table 5).

설문 결과, 자켓(46.3%), 코트(47.8%), 스커트(63.4%), 바지(67.9%), 운동화(58.2%)의 5개 상품에서는 '인조가죽'이, 핸드백(61.9%), 클러치백/파우치(44.8%), 지갑(54.5%), 구두(49.3%)의 4개 상품에서는

'동물성 가죽'의 비율이 높게 나타났다. 식물성 가죽의 경우 스커트와 바지를 제외한 모든 패션 아이템에서 가장 적게 선택되었고, 스커트(26.2%)와 바지(20.9%), 코트(20.1%)에서 선택 횟수가 가장 많았다. 전체적으로 패션 소품이나 신발류보다 의류에서는 가죽 소재 사용이 적었으나 동물성 가죽보다는 인조나 식물성 가죽 등 대체 가죽이 선호되며 핸드백과 지갑, 클러치백/파우치 등의 패션 소품에서는 동물성 가죽 소재를 선호하는 것을 알 수 있다. 연령대에 따라 아이템별 선호하는 가죽 종류가 다를 것으로 생각되어 연령대별로 살펴본 결과, 20대 집단과 50대 집단의 차이가 가장 많이 나타났다. 50대 집단은 스커트와 바지를 제외한 모든 패션 상품에서 '동물성 가죽'을 가장 많이 선택했고, 20대 집단은 지갑과 핸드백을 제외한 모든 패션 상품에서 '인조가죽'을 가장 많이 선택하여 <Table 3>과 <Table 4>와 일관성 있는 결과를 확인할 수 있었다. 즉 50대에서는 동물성 가죽으로 된 핸드백과 지갑 구두 등을 선호하고 인조가죽이나 의류 아이템을 선호하지 않지만, 20대에서는 핸드백과 지갑 등은 동물성 가죽을 선호하기도 하나 인조가죽으로 된 의류나 운동화 등의 패션 아이템들을 주로 선호하고 있다는 것을 의미한다.

3. 비건 가죽에 대한 인식

1) '비건', '비건 패션', '비건 가죽' 용어의 인지에 대한 자기 평가점수

'비건' 관련 용어들에 대해 응답자들이 스스로 얼마나 알고 있다고 느끼는지를 알아보기 위해 '비건', '비건 패션', '비건 가죽' 세 가지 용어에 대하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 비건 관련 용어의 종류와 연령대에 따라 점수에 차이가 있는지 알아보기 위해 이원 배치 분산분석을 실시한 결과, 연령대와 비건 관련 용

Table 4. Most frequently used leather material types according to age

	Leather types (Row%/Column%)			Total (Row%/Column%)	χ^2 (d.f.)
	Animal leather	Artificial leather	Plant-derived leather		
Age	20's	7 (18.4/13.2)	30 (79.0/38.4)	1 (2.6/33.3)	16.410 (6)
	30's	11 (36.7/20.8)	18 (60.0/23.1)	1 (3.3/33.3)	
	40's	13 (41.9/24.5)	18 (58.1/23.1)	0 (0.0/0.0)	
	50's	22 (62.8/41.5)	12 (34.3/15.4)	1 (2.9/33.4)	
Total	53 (39.6/100.0)	78 (58.2/100.0)	3 (2.2/100.0)	134 (100.0/100.0)	$p=.012$

Table 5. Preferred leather material types for each fashion item according to age

Product		Age (Row%/Column%)				Total (Row%/Column%)
		20's	30's	40's	50's	
Jacket	Animal leather	12 (20.0/31.6)	15 (25.0/50.0)	14 (23.3/45.2)	19 (31.7/54.3)	60 (100.0/44.7)
	Artificial leather	23 (37.0/60.5)	14 (22.6/46.7)	13 (21.0/41.9)	12 (19.4/34.3)	62 (100.0/46.3)
	Plant-derived leather	3 (25.1/7.9)	1 (8.3/3.3)	4 (33.3/12.9)	4 (33.3/11.4)	12 (100.0/9.0)
Coat	Animal leather	9 (20.9/23.7)	7 (16.3/23.3)	10 (23.3/32.3)	17 (39.5/48.6)	43 (100.0/32.1)
	Artificial leather	22 (34.4/62.9)	19 (29.7/63.3)	13 (20.3/41.9)	10 (15.6/28.6)	64 (100.0/47.8)
	Plant-derived leather	7 (25.9/18.4)	4 (14.9/13.4)	8 (29.6/25.8)	8 (29.6/22.8)	27 (100.0/20.1)
Skirt	Animal leather	3 (21.4/7.9)	4 (28.6/13.4)	5 (35.7/16.1)	2 (14.3/5.7)	14 (100.0/10.4)
	Artificial leather	27 (31.8/71.1)	21 (24.7/70.0)	17 (20.0/54.8)	20 (23.5/57.1)	85 (100.0/63.4)
	Plant-derived leather	8 (22.9/21.0)	5 (14.3/16.6)	9 (25.7/29.1)	13 (37.1/37.2)	35 (100.0/26.2)
Pants	Animal leather	2 (13.3/5.3)	4 (26.7/13.3)	5 (33.3/16.1)	4 (26.7/11.4)	15 (100.0/11.2)
	Artificial leather	28 (30.7/73.7)	23 (25.3/76.6)	19 (20.9/61.3)	21 (23.1/60.0)	91 (100.0/67.9)
	Plant-derived leather	8 (28.6/21.0)	3 (10.7/0.1)	7 (25.0/22.6)	10 (35.7/28.6)	28 (100.0/20.9)
Hand-bag	Animal leather	18 (21.7/47.4)	16 (19.3/53.3)	21 (25.3/67.7)	28 (33.7/80.0)	83 (100.0/61.9)
	Artificial leather	14 (38.9/36.8)	12 (33.3/40.0)	7 (19.5/22.6)	3 (8.3/8.6)	36 (100.0/26.9)
	Plant-derived leather	6 (40.0/15.8)	2 (13.3/6.7)	3 (20.0/9.7)	4 (26.7/11.4)	15 (100.0/11.2)
Clutch/ Pouch	Animal leather	12 (20.0/31.6)	9 (15.0/30.0)	16 (26.7/51.6)	23 (38.3/65.7)	60 (100.0/44.8)
	Artificial leather	17 (32.1/44.7)	17 (32.1/56.7)	12 (22.6/38.7)	7 (13.2/20.0)	53 (100.0/39.5)
	Plant-derived leather	9 (42.9/23.7)	4 (19.0/13.3)	3 (14.3/9.7)	5 (23.8/14.3)	21 (100.0/15.7)
Wallet	Animal leather	16 (21.9/42.1)	10 (13.7/33.3)	18 (24.7/58.0)	29 (39.7/82.9)	73 (100.0/54.5)
	Artificial leather	14 (32.6/36.9)	18 (41.9/60.0)	9 (20.9/29.1)	2 (4.6/5.7)	43 (100.0/32.1)
	Plant-derived leather	8 (44.5/21.0)	2 (11.1/6.7)	4 (22.2/12.9)	4 (22.2/11.4)	18 (100.0/13.4)
Sneakers	Animal leather	5 (15.6/13.2)	6 (18.8/20.0)	6 (18.8/19.3)	15 (46.8/42.9)	32 (100.0/23.9)
	Artificial leather	26 (33.3/68.4)	23 (29.5/76.7)	17 (21.8/54.8)	12 (15.4/34.3)	78 (100.0/58.2)
	Plant-derived leather	7 (29.2/18.4)	1 (4.2/3.3)	8 (33.3/25.8)	8 (33.3/22.8)	24 (100.0/17.9)
Loafers	Animal leather	9 (13.6/23.7)	13 (19.7/43.4)	16 (24.3/51.6)	28 (42.4/80.0)	66 (100.0/49.3)
	Artificial leather	21 (41.2/55.3)	16 (31.4/53.3)	9 (17.6/29.1)	5 (9.8/14.3)	51 (100.0/38.1)
	Plant-derived leather	8 (47.1/21.0)	1 (5.9/3.3)	6 (35.3/19.3)	2 (11.7/5.7)	17 (100.0/12.6)
Total		38 (28.4/100.0)	30 (22.4/100.0)	31 (23.1/100.0)	35 (26.1/100.0)	134 (100.0/100.0)

어 종류 사이의 교호작용은 유의하지 않았으나 연령대와 비건 관련 용어 종류에 따라 개념의 인지에 대한 자기 평가 점수에 차이가 있는 것으로 나타났다 (Table 6).

‘비건’ 관련 용어 종류에 대한 사후 분석 결과, 일반적인 ‘비건’이라는 용어에 대한 점수(3.31±.969)가 ‘비건 패션’(2.52±1.095)이나 ‘비건 가족’(2.43±1.113)에 대한 점수보다 유의하게 높았고, ‘비건 패션’과 ‘비건 가족’ 용어의 인지에 대한 자기 평가 점수에서는 유의한 차이가 없었다. 이를 통해 소비자들은 일반적으로

사용하는 ‘비건’이라는 용어는 비교적 잘 알고 있다고 인식하나 ‘비건 패션’이나 ‘비건 가족’에 대해서는 스스로도 잘 모른다고 인식한다는 것을 알 수 있다.

연령대에 따른 차이를 살펴보면, 50대의 ‘비건’ 관련 용어 인지에 대한 자기 평가 점수가 가장 높게 나타났고(2.97±1.087), 30대에서 가장 낮았으며(2.54±1.113) 이 두 연령층의 점수는 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 본 연구에서는 연령대가 높은 집단에서 ‘비건’, ‘비건 패션’, ‘비건 가족’ 용어 인지에 대한 자기 평가

Table 6. Self-assessed perception scores of vegan related terms according to age

Variable	Category	Mean (S.D.)		F
Vegan terminology type	Vegan (n=134)	3.31 (.969)	B	28.110***
	Vegan Fashion (n=134)	2.52 (1.095)	A	
	Vegan Leather (n=134)	2.43 (1.113)	A	
Age	20's (n=114)	2.69 (1.006)	AB	2.818*
	30's (n=90)	2.54 (1.113)	A	
	40's (n=93)	2.80 (1.298)	AB	
	50's (n=105)	2.97 (1.087)	B	

* $p < .05$, *** $p < .001$
Duncan test result (A<B)

점수가 유의하게 높게 나타났는데, 이는 연령대가 낮은 집단이 가치 소비를 중요시하고 인스타그램 등의 온라인 플랫폼을 통해 ‘비건’에 대한 관심을 적극적으로 공유하고 라이프스타일을 실천하는 행동 양상을 보인다고 한 Jung and Bae(2023)의 연구를 바탕으로 연령대가 낮은 집단에서 더 높은 점수를 나타낼 것으로 예상한 것과는 다른 결과이다. 이러한 결과에 대한 논의는 관심도 및 정보 탐색의 정도와 용어 인지에 대한 자기 평가 간의 관계에 대한 후속 연구가 이루어진다면 좀 더 구체적으로 다루어질 수 있을 것으로 생각된다.

2) 비건 가죽 정의에 대한 인식

소비자들이 인식하는 ‘비건 가죽의 정의’에 대해 알아보기 위해 3지 선다형 객관식 보기 중에서 선택하게 한 결과, 비건 가죽의 정의로 선택한 항목의 비율은 ‘식물성 원료를 사용한 가죽 대체품(50.0%)’이라고 답한 비율이 가장 높았으나, ‘동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재(40.3%)’라고 답한 비율도 높게 나타났다(Table 7).

이론적 배경에서 언급한 바와 같이 현재 패션산업에서 사용되는 비건 가죽은 명확한 정의가 공유되고 있지 않으나 ‘비건 가죽’이라는 이름으로 판매되는 제품의 설명과 원료, 제조 과정 등을 살펴보면 ‘천연 모피나 가죽 등 동물성 소재를 사용하지 않는 가죽 대체재로서 식물성 유래 성분으로 제조된 가죽 대체재와 PU/PVC 등의 합성 가죽 소재를 모두 포함’하는 것으로 통용되고 있다. 이는 선택지 중 ‘동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재’와 가장 유사한 정의이다. 그러나 조사 결과 가장 높은 비율의 소비자들이 비건 가죽은 ‘식물성 원료를 사용한 가죽 대체품’이라고 한정하여 생각하고 있었으며 이는 ‘비건’이라는 용어로 인해 직관적으로 인식하기 쉬운 정의이다. 따라서 제조업체들이 동물성 가죽이 아니라는 이유로 화학소재로 제조된 인조가죽을 ‘비건 가죽’으로 표기할 경우, 소비자들은 식물성 원료를 사용한 제품으로 인식한 상태에서 구매하고 사용할 수 있다는 문제점이 있다는 것을 시사한다.

또한 응답자 9.7%가 선택한 ‘동물성 가죽을 화학약

Table 7. Perceived definition of vegan leather according to age

		Vegan leather definition (Row%/Column%)			Total (Row%/Column%)	χ^2 (d.f.)
		All types of alternative leather replacing animal leather	Plant-derived material leather	Animal leather tanned by using natural materials instead of chemicals		
Age	20's	17 (44.7/31.5)	18 (47.4/26.9)	3 (7.9/23.1)	38 (100.0/28.4)	2.908 (6)
	30's	10 (33.3/18.5)	15 (50.0/22.4)	5 (16.7/38.5)	30 (100.0/22.4)	
	40's	12 (38.7/22.2)	16 (51.6/23.9)	3 (9.7/23.1)	31 (100.0/23.1)	
	50's	15 (42.9/27.8)	18 (51.4/26.8)	2 (5.7/15.3)	35 (100.0/26.1)	
Total		54 (40.3/100.0)	67 (50.0/100.0)	13 (9.7/100.0)	134 (100.0/100.0)	$p = .820$

품 대신 식물성 원료를 사용하여 무두질한 가죽'은 '베지터블 레더'의 정의에 해당하므로 이는 동물성 가죽을 사용하기 때문에 '비건'이라는 용어의 정의와도 부합하지 않으므로 동물성 성분을 사용하지 않는 '비건 가죽'이라고 보기는 어렵다. '동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재'를 선택한 40.3%가 현재 패션산업에서 통용되는 비건 가죽의 정의와 가장 가까운 정의로 인식하고 있으며, 이는 비건 가죽의 개념에 대한 정확성 여부와 상관없이 시중에서 유통되고 있는 '비건 가죽'으로 표기된 제품에 대한 경험이나 정보를 바탕으로 형성된 정의라는 것을 추측할 수 있다.

이를 통해 비건 가죽에 대해 소비자들이 공통적으로 공유할 수 있는 일관성 있는 정의가 부재하거나 존재한다고 해도 충분히 소비자에게 전달되고 있지 못한 것을 확인할 수 있다. 비건 가죽의 정의에 대한 선택에서 연령대에 따른 선택의 차이는 통계적으로 유의하지 않았다($\chi^2=2.908, p=.820$).

3) 현재 패션산업에서 통용되는 비건 가죽 정의에 대한 동의 여부

응답자가 <Table 7>에서 선택한 비건 가죽의 정의에 대해 얼마나 확신하고 있는지 알아보기 위해 현재 잠정적으로 통용되고 있는 정의인 "비건 가죽이란 천연 모피나 가죽 등 동물성 소재를 사용하지 않는 가죽

대체재를 의미하며 PU/PVC 등의 합성 가죽 소재와 식물성 유래 성분으로 제조된 가죽 대체재를 모두 포함한다."를 제시하고 이에 대한 동의 및 비동의 여부를 질문한 결과, 앞서 선택한 답변과 관계없이 해당 정의에 93.3%가 '동의'라고 응답했다(Table 8).

'비동의'한 응답자를 대상으로 비동의의 이유를 묻기 위해 'PU/PVC 합성 가죽 소재는 '비건 가죽'에 포함되지 않는다', '식물성 유래 성분으로 제조된 가죽 대체재는 '비건 가죽'에 포함되지 않는다', '천연 모피 혹은 가죽 등의 동물성 소재를 사용하더라도 '비건 가죽'에 포함될 수 있다'의 3가지 보기 중 선택하게 하였으며 그 결과 비동의한 응답자 전원이 'PU/PVC 합성 가죽 소재는 비건 가죽에 포함되지 않는다'를 선택하였다.

현재 통용되고 있는 비건 가죽의 정의에 동의하지 않은 응답자 9명의 답변을 '소비자가 인식하는 비건 가죽의 정의' 답변(Table 7)과 비교하였다(Table 9). '비동의'한 응답자 중 1명(11.1%)은 비건 가죽의 정의로 '동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재'를, 1명(11.1%)은 '동물성 가죽을 화학약품 대신 식물성 원료를 사용하여 무두질한 가죽'을 선택했다. 나머지 7명은 모두 '식물성 원료를 사용한 가죽 대체품'을 자신이 생각하는 비건 가죽의 정의라고 응답하였다. 이는 비건 가죽을 식물성 대체 가죽으로 인식했기 때문에 'PU/PVC 합성 가죽 소재는 비건 가죽에 포함되지 않는다'고 판단했다고 생각할 수 있다.

Table 8. Responds to given definition of vegan leather

	N	Percentage (%)	Valid percentage (%)	Accumulated percentage (%)
Agree	125	93.3	93.3	93.3
Disagree	9	6.7	6.7	100
Total	112	100	-	-

Table 9. Responds to given and perceived definitions of vegan leather

Factor ^a	N (%)	Definition of vegan leather	N (%)
Agree	125 (93.3)	All types of alternative leather replacing animal leather	53 (42.4)
		Plant-derived material leather	60 (48.0)
		Animal leather tanned by using natural materials instead of chemicals	12 (9.6)
Disagree	9 (6.7)	All types of alternative leather replacing animal leather	1 (11.1)
		Plant-derived material leather	7 (77.8)
		Animal leather tanned by using natural materials instead of chemicals	1 (11.1)

a. Vegan Leather refers to alternative leather which rejects the use of animal fur or skin, including both PU/PVC based artificial leather and plant-derived material leather.

현재 통용되고 있는 비건 가죽의 정의에 ‘동의’한 응답자의 경우는 42.4%가 ‘동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재’를 자신이 생각하는 비건 가죽의 정의로 선택하여 일관성 있는 답을 보였다. 그러나 48.0%는 ‘식물성 원료를 사용한 가죽 대체품’을, 9.6%는 ‘동물성 가죽을 화학약품 대신 식물성 원료를 사용하여 무두질한 가죽’을 선택하였으므로 현재 통용되고 있는 비건 가죽의 정의에 동의한 응답자 중 57.6%가 그 정의가 주어지기 전에 자신이 답했던 비건 가죽의 정의와는 다른 정의에 동의한 것을 알 수 있다. 이를 통해 과반의 응답자가 비건 가죽의 정의에 대해 혼란을 겪고 있는 것을 확인할 수 있다.

이와 같은 결과를 통해, 소비자들은 비건 가죽의 정의로 제시한 항목 간의 차이를 명확하게 구분하지 못하고, 비건 가죽의 정의를 제시하여 동의를 묻는 두 번째 질문을 통해 그 의미를 재정의하였다고 추정할 수 있다. 이는 대부분의 소비자가 비건 가죽의 정의에 대해 정확히 인식하고 있지 못할 가능성이 높음을 시사한다. 또한 본 설문 결과는 소비자가 ‘식물성 대체 가죽’과 ‘동물성 성분을 사용하지 않는 모든 대체 가죽’ 사이에서 차이점을 느끼지 못하고 있음을 드러낸다.

4) 비건 가죽 용어 인지에 대한 자기평가 점수와 소비자가 인식한 비건 가죽의 정의의 상관성

‘비건 가죽의 정의’에 대한 응답별로 나는 집단에 따라 이들의 ‘비건’, ‘비건 패션’, ‘비건 가죽’ 용어 인지

에 대한 자기 평가 점수의 차이가 있는지 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 실시하고 Duncan 사후검정을 실시하였다(Table 10).

분석 결과 ‘비건 가죽’ 용어 인지에 대한 자기평가 점수만이 집단 간 유의한 평균 차이가 있는 것으로 나타났다(F=4.070, p=.019), 사후검정을 통해 ‘비건 가죽의 정의’에 대한 응답으로 (3)을 선택한 집단, 즉 비건 가죽을 ‘화학약품 대신 식물성 원료를 사용하여 무두질한 가죽’으로 인지하고 있는 집단이 (1)과 (2)를 선택한 집단보다 ‘비건 가죽’ 용어 인지에 대한 자기평가 점수가 통계적으로 유의하게 낮다는 것을 확인할 수 있었다.

5) 비건 가죽의 ‘지속가능성’과 ‘환경친화성’에 대한 소비자의 인식

현재 통용되고 있는 비건 가죽의 잠정적 정의로 “천연 모피나 가죽 등 동물성 소재를 사용하지 않는 가죽 대체재를 의미하며 PU, PVC 등의 합성 가죽 소재와 식물성 유래 성분으로 제조된 가죽 대체재를 모두 포함한다.”를 제시하고, 비건 가죽이 해당 정의일 때, 소비자가 지속가능하다고 생각하는지 조사한 결과, 대부분이 ‘지속가능하다(84.3%)’를 선택했으며 환경친화적이라고 생각하는지 묻는 문항에는 63.4%만이 친환경적이라고 답하였다(Table 11).

‘지속가능하지 않다’라고 응답한 사람 중 71.4%가 ‘친환경적이지 않다’고 응답했고, ‘지속가능하다’라고

Table 10. ANOVA results of self-assessed perception scores of ‘vegan leather’ according to ‘perceived definition of vegan leather’

Variable	Mean (S.D.)			F
	(1) (n=54)	(2) (n=67)	(3) (n=13)	
Self-assessed perception score of vegan leather	2.54 (1.128) B	2.51 (1.092) B	1.62 (0.870) A	4.070*

*p<.05

Duncan test results (A<B)

(1)=All types of alternative leather replacing animal leather, (2)=Plant-derived material leather, (3)=Animal leather tanned by using natural material instead of chemicals

Table 11. Sustainability and eco-friendliness of the given definition of vegan leather

	Vegan leather is ‘Sustainable’ (Row%/Column%)		Total (Row%/Column%)
	O	X	
Vegan leather is ‘Eco-friendly’	O	79 (92.9/69.9)	85 (100.0/63.4)
	X	34 (69.4/30.1)	49 (100.0/36.6)
Total	113 (84.3/100.0)	21 (15.7/100.0)	134 (100.0/100.0)

응답한 사람 중 69.9%가 ‘친환경적이다’라고 응답하여 대부분의 소비자는 지속가능하면 환경친화적일 것이다, 혹은 환경친화적이면 지속가능할 것으로 생각하여 ‘지속가능성’과 ‘친환경성’의 용어를 유사하게 인식하고 있다는 것으로 사료된다. 나머지 29.9%의 응답자들은 현재 통용되고 있는 비건 가죽의 정의가 지속가능하다고 답하였으나 친환경적이지는 않다고 답하거나 그 반대의 답변을 했다. 이들은 지속가능성과 친환경성의 정의에 차이가 있다고 생각하거나, 두 개념에 대해 일관성이 부족한 경우로 생각할 수 있다. 실제로 지속가능성은 3대 요소 중 지구환경문제 부분에서도 친환경 외에 생물 다양성의 추구 등도 포함하고 있어 친환경보다 더 폭넓은 개념에 해당하므로 이 두 개념에 대한 심도 있는 소비자 인식이 필요할 것으로 생각된다.

4. 비건 가죽의 선호, 비선호 및 이유

1) 상품이 비건 가죽인 경우 선호도 변화와 이유

상품 구매 시, 상품이 ‘비건 가죽’을 사용했다는 사실을 인지했을 때 해당 상품에 대한 선호도 변화에서는 ‘긍정적으로 변화한다(65.7%)’, ‘변화 없다(29.1%)’, ‘부정적으로 변화한다(5.2%)’ 순으로 나타났다(Table 12).

선호도가 긍정적으로 변화하는 이유에 대해 다중 응답하게 한 결과, ‘동물 윤리적이기 때문(34.0%)’이 가장 많았고 ‘환경친화적이기 때문(27.5%)’, ‘동물성 가죽 상품보다 가격이 저렴하기 때문(12.5%)’이라는 답변순이었다. 기능적 측면인 ‘동물성 가죽 상품보다 관리가 편하기 때문(11.5%)’, ‘내구성이 좋아 실용적이기 때문(6.0%)’이 다음으로 가장 많이 선택되었고, ‘다양한 색 표현이 가능하기 때문(4.5%)’, ‘다양한 질감 표현이 가능하기 때문(4.0%)’의 감성적인 측면은 낮은 비율을 차지하였다. 이를 통해 소비자가 비건 가죽을 선호하는 이유는 동물 윤리 및 환경친화적인 측면이 더 큰 영향을 미치고 가격이나 관리, 내구성 등의 기능적인 측면이나 감성적인 면은 비건 가죽의 선호 장점으로서는 비교적 부차적인 부분에 해당한다는 것을 확인할 수 있었다.

선호도가 부정적으로 변화하는 이유에 대해서는 ‘인공적인 외관과 질감(33.3%)’, ‘인공적인 냄새(25.0%)’, ‘통기성이 좋지 않기 때문(16.7%)’, ‘시간이 지남에 따라 특성이 변질되어 오래 사용이 불가하기 때문(16.7%)’, ‘환경친화적이지 않기 때문(8.3%)’ 순으로 나타나 비건 가죽의 비선호 이유는 주로 인공적인 냄새, 외관과 질감을 포함하는 ‘감성적 측면’이었음을 확인할 수 있다.

Table 12. Preference changes and factors for vegan leather products

Preference change	N (%)	Category	Reason	N (%)
Positive	8 (65.7)	Animal ethics	Cruelty-free	68 (34.0)
		Environment	Positive environmental impact	55 (27.5)
		Price	Reasonable price	25 (12.5)
		Aesthetic aspect	Wide range of textures	8 (4.0)
			Wide range of colors	9 (4.5)
		Practical aspect	Superior durability	12 (6.0)
			Easy care	23 (11.5)
Total	-	200 (100.0)		
Negative	7 (5.2)	Environment	Negative environmental impact	1 (8.3)
		Aesthetic aspect	Unnatural appearance/texture	4 (33.3)
			Unpleasant smell	3 (25.0)
		Practical aspect	Poor air permeability	2 (16.7)
			Short product life	2 (16.7)
Total	-	12 (100.0)		
No change	39 (29.1)	-	-	-
Total	134 (100.0)	-	-	-

2) 상품이 동물성 가죽인 경우 선호도 변화와 이유

상품 구매 시, 상품이 ‘동물성 가죽’을 사용했다는 사실을 인지했을 때 해당 상품에 대한 선호도 변화에서는 ‘선호도에 변화는 없다(55.2%)’, ‘긍정적으로 변화한다(24.6%)’, ‘부정적으로 변화한다(20.1%)’ 순으로 나타났다(Table 13).

선호도가 긍정적으로 변화하는 이유에 대해 다중 응답하게 한 결과, ‘환경친화적(21.1%)’, ‘고급스러운 질감과 촉감(18.3%)’, ‘제품의 수명이 길기 때문(18.3%)’, ‘고급스러운 외관(15.5%)’, ‘고급이라는 사회적 인식(14.1%)’, ‘통기성이 좋기 때문(12.7%)’으로 조사되었다. 유사한 요소의 항목을 묶어 살펴보면 가장 높은 비율을 보인 것은 고급스러운 질감과 촉감 등의 ‘감성적 측면(33.8%)’이었으며 그다음이 수명과 통기성 같은 ‘기능적 측면(31.0%)’이었다. 이는 비건 가죽의 긍정 선호 이유와 달리 소비자들은 동물성 가죽의 감성과 기능성을 선호 장점으로 생각하고 있는 것을 알 수 있다. 그 외에 ‘고급이라는 사회적 인식’을 응답자의 14.1%가 선택하였고, 이 값은 동물성 가죽 제품의 기능적, 감성적 장점 때문이 아니라 천연가죽에 대한 사회적 통념에 의한 선호임을 나타낸다.

해당 응답 결과를 분석하며 소비자가 동물성 가죽을 선호하는 이유 또한 비건 가죽을 선호하는 이유와

마찬가지로 ‘환경친화적이기 때문(21.1%)’이 높은 비율을 차지했다는 사실에 주목할 필요가 있다. 동물성 가죽을 선호하는 이유로 ‘환경친화적이기 때문’을 선택한 응답자들은 대부분 비건 가죽에 대해서도 긍정적인 선호도(86.7%) 변화를 보였고, 비건 가죽에 대해 선호도가 긍정적으로 변화하는 이유로도 ‘환경친화적이기 때문’을 선택한 비중(92.3%)이 높았다. 따라서 이와 같은 응답을 한 소비자들은 대부분 동물성 가죽과 비건 가죽의 친환경성을 모두 긍정하는 속성을 지닌 것으로 보인다. 다만, 구매 상황을 가정하지 않은 추후 문항에서 비건 가죽을 사용하는 것이 동물성 가죽을 사용하는 것보다 ‘바람직하다’를 선택한 소비자를 선택한 것으로 미루어보았을 때 두 소재의 친환경성을 모두 긍정하지만, 비건 가죽을 동물성 가죽보다 더 친환경적인 것으로 인식하고 있음이 드러났다.

동물성 가죽임을 알았을 때 선호도가 부정적으로 변화하는 이유는 ‘동물 윤리(40.0%)’, ‘관리하기 어렵기 때문(22.0%)’, ‘제한적인 외관과 질감 때문(14.0%)’, ‘비건 가죽보다 가격이 비싸기 때문(12.0%)’, ‘제한적인 색상 때문(6.0%)’, ‘무겁기 때문(6.0%)’으로 조사되었다. 유사한 요소의 항목을 묶어 보면, ‘동물 윤리(40.0%)’, ‘기능적 측면(28.0%)’, ‘감성적 측면(20.0%)’, ‘가격 문제(12.0%)’로, 가장 높은 용

Table 13. Preference changes and factors for animal leather products

Preference change	N (%)	Category	Reason	N (%)
Positive	33 (24.6)	Environment	Positive environmental impact	15 (21.1)
		Aesthetic aspect	Luxurious appearance	11 (15.5)
			Luxurious texture/touch	13 (18.3)
		Practical aspect	Superior air permeability	9 (12.7)
			Long product life	13 (18.3)
		Societal aspect	Socially valued	10 (14.1)
		Total	-	71 (100.0)
Negative	27 (20.1)	Animal ethics	Animal cruel	20 (40.0)
		Price	Unreasonable price	6 (12.0)
		Aesthetic aspect	Lacks diverse appearance/texture	7 (14.0)
			Lacks diverse color	3 (6.0)
		Practical aspect	Heavy product weights	3 (6.0)
			Difficulty in care	11 (22.0)
Total	-	50 (100.0)		
No change	74 (55.2)	-	-	-
Total	134 (100.0)			

Table 14. Vegan leather preference according to age

Variable	Change (Row%/Column%)			Total (Row%/Column%)	χ^2 (d.f.)
	Positive	Negative	No change		
Age	20's	26 (68.4/29.5)	1 (2.6/10.0)	11 (29.0/30.6)	9.295 (6) $p=.158$
	30's	15 (50.0/17.1)	3 (10.0/30.0)	12 (40.0/33.3)	
	40's	26 (83.9/29.5)	4 (13.9/40.0)	1 (3.2/2.8)	
	50's	21 (60.0/23.9)	2 (5.7/20.0)	12 (34.3/33.3)	
Total	88 (65.7/100.0)	10 (7.4/100.0)	36 (26.9/100.0)	134 (100.0/100.0)	

Table 15. Animal leather preference according to age

Variable	Change (Row%/Column%)			Total (Row%/Column%)	χ^2 (d.f.)
	Positive	Negative	No change		
Age	20's	6 (15.8/18.2)	6 (15.8/22.2)	26 (68.4/35.2)	7.912 (6) $p=.245$
	30's	8 (26.7/24.2)	10 (33.3/37.1)	12 (40.0/16.2)	
	40's	10 (32.3/30.3)	5 (16.1/18.5)	16 (51.6/21.6)	
	50's	9 (25.7/27.3)	6 (17.1/22.2)	20 (57.1/27.0)	
Total	33 (24.7/100.0)	27 (20.1/100.0)	74 (55.2/100.0)	134 (100.0/100.0)	

답률을 가진 항목은 ‘동물 윤리’였다. 결과를 통해 동물성 가죽이 비선호되는 이유는 동물 윤리 외에는 감성적인 측면보다 기능적인 측면이 더 부정적으로 작용하고 있다는 것을 알 수 있다. 동물성 가죽의 부정적 선호 이유와 비건 가죽의 긍정적 선호 이유 중 가장 높은 비율을 차지하는 답변이 ‘동물 윤리’ 측면으로 동일했고, 비건 가족에 대한 부정적 이유와 동물성 가죽에 대한 긍정적 이유 또한 모두 ‘감성적’ 측면이었으므로 답변에 일관성이 있다. 즉 비건 가죽의 선호 이유는 동물 윤리적인 측면이 가장 크지만, 감성적 측면에서는 동물성 천연가죽보다 부족하여 부정적인 선호 요인으로 작용하고 있다는 것이므로 비건(인조) 가죽의 개발에서 소비자가 추구하는 감성적 측면에 대한 연구가 더욱 이루어져야 할 것으로 생각된다.

3) 연령대에 따른 선호도 변화의 차이

연령대별로 각각 비건 가죽(Table 14)과 동물성 가죽(Table 15)에 대해 선호도가 ‘긍정적으로 변화함’, ‘부정적으로 변화함’, ‘선호도에 변화는 없음’을 선택한 정도를 비교하기 위해 교차분석을 실시하였다. 비건 가죽의 선호도($\chi^2=9.295, p=.158$)와 동물성 가죽의 선호도($\chi^2=7.912, p=.245$) 모두 연령대별로 유의한 응

답 차이는 나타나지 않았다.

4) 비건 가족과 동물성 가죽의 선호도 직접 비교

선호도 변화 조사에서는 ‘구매 시’라는 상황이 부여되어 ‘가격’이라는 변수가 답변에 영향을 줄 수 있었으므로 제품의 가격이 같다고 가정했을 때 비건 가죽을 사용하는 것이 동물성 가죽을 사용하는 것보다 ‘바람직’한가에 대해 조사한 결과, 74.6%가 ‘바람직하다’라고 응답하였다(Table 16).

비건 가죽을 사용하는 것이 동물성 가죽을 사용하는 것보다 ‘바람직하다’라고 응답한 소비자를 대상으로 그 이유를 다중 응답하게 한 결과, ‘동물성 가죽의 사용은 동물 윤리적인 측면에서 문제가 있다고 생각한다(66.0%)’, ‘비건 가죽이 동물성 가죽보다 친환경적일 거라 생각한다(62.0%)’, ‘비건 가죽이 기능적(내구성, 탄성 등)으로 동물성 가죽보다 우수하다고 생각한다(14.0%)’, ‘비건 가죽이 감성적(질감, 컬러 다양)으로 동물성 가죽보다 우수하다고 생각한다(13.0%)’고 답하였다. 이는 동물성 가죽보다 대체로 저렴한 가격이라는 장점이 작용하지 않는다고 하더라도 비건 가죽은 많은 소비자들에게 동물 윤리와 환경친화적인 면에서 바람직하다고 인식되고 있다는 것과 반면에

Table 16. Advisable factors of vegan leather compared to animal leather

Answer	N (%)	Reason ^a	N (%)
Advisable	100 (74.6)	Use of animal leather is controversial in terms of animal ethics	66 (66.0)
		Vegan leather is probably more eco-friendly than animal leather	62 (62.0)
		Vegan leather's performance qualities (durability, elasticity, etc.) are superior than those of animal leather	14 (14.0)
		Vegan leather's aesthetic qualities (variable texture, color, etc.) are superior than those of animal leather	13 (13.0)
Not advisable	34 (25.4)		

a. Excluded defective answer

기능적, 감성적인 측면에서의 장점은 부족하다는 것을 확인할 수 있게 한다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 20~50대 국내 여성 소비자를 대상으로 비건 가죽의 정의, 지속가능성과의 관계 등에 대한 인식을 조사하고 이와 함께 비건 가죽에 대한 사용 실태와 선호도 및 그 이유에 대해 체계적으로 조사·분석하였다. 이를 통해 현재 국내 패션산업에서 일관성 없이 사용되고 있는 비건 가죽의 정의에 대해 기업과 소비자가 일관성 있게 공유할 수 있는 지속가능하고 명확한 정의가 필요하다는 점을 제시하였다. 또한 소비자가 대체 가죽을 선호하는 요인과 사용 시 느끼는 문제점을 조사하여 비건 가죽을 포함한 대체 가죽의 개발에서 고려할 수 있는 유용한 정보를 제공하고자 하였다.

본 연구의 주요한 결과와 연구의 의의 및 시사점은 다음과 같다. 첫째, 일반적으로 ‘비건’에 대한 지식보다 ‘비건 패션’이나 ‘비건 가죽’에 대한 지식수준이 낮았고, 이것이 ‘비건 가죽’의 정의에 대한 혼란으로 이어질 수 있음을 확인할 수 있었다. 또한 ‘비건 가죽’ 용어의 정의에 대해서는 통일되지 않은 인식이 나타났고, 심지어 동일 응답자라고 할지라도 일관되지 못한 인식을 지닌 것을 알 수 있었다. 현재 패션산업에서 ‘비건 가죽’이라는 이름으로 개발되는 소재 및 그러한 소재로 사용했다고 출시되는 제품의 설명에서 나타나는 부정확성 및 기준의 혼란이 소비자 혼란을 초래하는 것으로 보인다. 현재 비건 가죽으로 개발된 제품에서 통용되는 개념을 바탕으로 한 잠정적인 정의는 ‘동물성 가죽을 제외한 모든 종류의 가죽 대체 소재’이다. 여기에는 PU/PVC를 사용한 합성 피혁까지 포함하고 있거나 식물성 소재를 원료로 한 경우에도 합성 소재의 코팅

으로 마감하여 내구성이나 심미성을 높인 제품이 대부분이다. 비건 가죽을 ‘식물성 원료를 사용한 가죽 대체품’으로 인식한 소비자들은 ‘비건 가죽’이라는 용어를 사용한 제품에 대해 식물성 소재를 사용한 친환경적인 제품일 것이라는 기대감을 가지고 있을 것이므로 ‘비건 가죽’ 용어의 사용에 있어서 소비자와 기업이 함께 공유할 수 있는 명확한 정의의 확립과 현재 ‘비건 가죽’의 지속가능성이 가진 한계에 대한 정확한 정보의 제공이 시급할 것으로 사료된다. 또한 식물성 성분을 사용하며 지속가능한 ‘비건 가죽’을 개발, 판매하고자 하는 업체들은 생산과 개발의 어려움에도 불구하고 제품의 차별화에 있어서 난항을 겪을 수 있으므로 ‘비건 가죽’ 용어의 정의 확립과 공유는 지속가능한 패션산업의 발전에 긍정적으로 기여할 것으로 기대된다.

둘째, 20, 30대의 젊은 세대를 중심으로 ‘동물 윤리 및 윤리적 소비에 대한 관심 증가’라는 전반적인 사회 현상으로 인해 연령대가 낮은 집단일수록 비건 관련 용어들에 대한 자가 인식 점수의 평균치가 높고, 비건 가죽에 대한 선호도가 높을 것(Jung & Bae, 2023)이라고 예상하였으나 50대의 자가 인식 점수가 30대보다 유의하게 높게 나타났으며 선호도에 있어서는 연령대의 차이가 나타나지 않았다. 후속 연구를 통해 비건 가죽 상품 및 지속가능성, 친환경성, 비건 등의 이슈에 더 민감하게 반응하는 연령대 집단을 발견하고, 지속가능한 패션 상품을 제공하는 기업이 타깃으로 삼을 구체적인 소비자 집단을 설정할 수 있을 것으로 보인다. 또한 지속가능성 등의 이슈에 대한 인식 수준이 낮은 소비자 집단에 체계적인 교육을 제공해 윤리적 소비를 실천하도록 도울 필요가 있을 것으로 생각된다.

셋째, 가죽 소재의 패션 제품에 대한 소비의 선호도를 결정하는 데 가장 결정적이었던 요소는 ‘동물 윤리’와 ‘환경 친화’의 측면이었다. 비건 가죽 소재의 패션

제품에 대한 긍정적인 선호도를 나타낸 소비자들은 대부분 그 이유로 동물 윤리와 환경친화적 측면을 들었으며 마찬가지로 동물성 가죽 소재 패션 제품의 부정적인 선호도 이유도 동물 윤리의 측면 때문으로 조사되었다. 위와 같은 결과는 패션 상품을 생산하기 위한 소재 선정 과정에서 더 이상 소재의 동물 윤리 및 친환경적 측면을 배제할 수 없음을 시사한다. 비건 가죽의 부정적인 선호도 이유는 주로 인공적인 냄새 및 촉감, 외관과 같은 감성적인 측면에서 기인했으므로, ‘동물 윤리’의 측면에서 이점을 가진 비건 가죽이 동물성 가죽의 대체 소재로 정착되기 위해서는 이러한 감성적인 측면을 개선하기 위해 노력해야 할 것이다.

넷째, 가죽 제품의 사용 현황을 살펴본 결과 전 연령대에서 가장 많이 사용하는 가죽 제품은 핸드백과 지갑, 구두 등 여전히 의류보다는 패션 소품 쪽이었다. 주로 사용하는 가죽 소재는 연령대로 유의한 차이를 보여 연령대가 높을수록 동물성 가죽을 선택하는 비율이, 연령대가 낮을수록 인조가죽을 선택하는 비율이 높았다. 식물성 가죽은 주로 사용하는 가죽 소재 및 패션 아이템별 선호하는 가죽 소재에서 모두 선택 비율이 매우 낮아 대체 가죽 소재의 패션 상품에 대한 소비자의 이용 경험이 전반적으로 부족한 것으로 보인다.

동물보호와 지속가능성 이슈 등으로 인해 급속도로 성장하고 있는 비건 가죽 시장이 ‘그린 워싱(green washing)’의 오류를 범하지 않고 바람직하게 발전하기 위해서는 비건 가죽에 대한 명확하고 일관성 있는 정의가 소비자와 제조, 유통 기업 간에 공유되어야 한다는 면에서 본 연구의 결과가 시사하는 바가 있다. 또한 비건 가죽 상품과 동물성 가죽 상품의 선호 비선호 이유를 분석한 결과는 사용자의 니즈에 바탕을 둔 비건 가죽 소재 개발에 실질적이고 구체적인 정보를 제공하여 유용하게 사용될 수 있을 것으로 생각된다. 연구의 진행에서 아쉬웠던 점은 많은 설문 문항, 연령대에 대한 조건을 만족시켜야 하는 한계로 인해 조사 개체의 수가 충분히 크지 않았고, 설문 응답자의 패션에 대한 기본 지식 수준을 알 수 없다는 점이다. 본 연구에서 사용한 접근 방식을 사용하여 성별, 직업, 패션 지식 수준 등의 변수를 포함해 후속 연구를 수행한다면 좀 더 세부적인 소비자 분석이 이루어질 수 있을 것이다. 또한 본 연구 결과에서 나타난 바와 같이 소비자들이 비건 가죽이라는 용어에 대한 혼재된 정의를 가지고 있고 공식적인 정의가 이루어져 있지 않으므로 표적 집단면접법(Focus Group Interview, FGI)를 통해 비건

가죽의 정의에 대한 의견을 심층적으로 조사한다면 소비자들이 어떤 수준으로, 어떤 지점에서 비건 가죽의 정의 및 지속가능성에 대해 혼란을 느끼는지 더 구체적으로 파악할 수 있을 것으로 기대한다.

1. 사사

이 논문은 2023년 교육부의 대학혁신지원사업 사업비 지업을 받아 수행된 연구임.

2. 연구윤리

해당사항 없음.

3. 데이터 및 자료 가용성

본 연구에 사용된 데이터는 합당한 요청이 있는 경우 교신저자가 제공 가능함.

4. 이해관계 상충

해당사항 없음.

5. 연구비 지원

이 논문은 2023년 교육부의 대학혁신지원사업 사업비 지원을 받아 수행되었음.

6. 저자의 기여

MJ는 데이터 분석 및 해석을 주로 담당하였고, RB는 자료 수집 및 원고 작성을 주로 담당하였음. SJ는 연구설계와 데이터 해석 및 논문작성을 지도함. 모든 저자가 최종 원고를 읽고 승인하였음.

7. 저자 정보

김민지 경희대학교 의상학과, 학부연구생
이루비 경희대학교 의상학과, 학부연구생
유신정 경희대학교 의상학과, 교수

References

- Cheon, E. H., & Kim, S.-Y. (2020). Trend analysis on sustainable fiber materials: Focused on the use or alternative materials. *Journal of Basic Design & Art*, 21(5), 589–600. <https://doi.org/10.47294/KSBDA.21.5.42>
- Cho, G., Chung, H., Song, K., Kwon, Y., & Yoo, S. (2018). *새로운 의류소재학* [New apparel material]. Gyomunsa.
- Desserto. (n.d.). *Frequently asked questions*. Retrieved February 6, 2024, from <https://desserto.com.mx/faq>
- Federal Trade Commission. (2008). “Amplifier rule” Agency information collection activities; Comment request extension-P974222. https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/federal_register_notices/guides-select-leather-and-imitation-leather-products-16-cfr-part-24/080618leatherproducts.pdf

- Hakansson, E., Carter, N., Coen, L., & LaBarbera, N. (2022). *Under their skin: Leather's impact on the planet*. Collective Fashion Justice. <https://static1.squarespace.com/static/5f5f02dd9b510014eef4fc4f/t/64025b58f16f565c702635cf/1677876106157/Leather%27s+impact+on+the+planet+report.pdf>
- Hakansson, E., Halliday, C., May, D., & LaBarbera, N. (2023). *Under their skin: Leather's impact on the animals*. Collective Fashion Justice. <https://static1.squarespace.com/static/5f5f02dd9b510014eef4fc4f/t/63fe6c7a4305dc76ee40a43c/1677618365889/Leather%27s+impact+on+animals+report.pdf>
- Han, K. (2023, August 24). 친환경 가면 쓴 '그린워싱' 기업들, 웅장이 시작됐다 [Greenwashing' companies wearing eco-friendly masks, punishment has begun]. The Chosun Daily. <https://www.chosun.com/economy/weeklybiz/2023/08/24/CUHW76M75FF7ZDI57ICPVENJJIY/>
- Heo, S. M., & Shin, H.-J. (2020). Research trend and product development potential of non-animal leather. *Korean Society for Biotechnology and Bioengineering Journal*, 35(4), 281–287. <https://doi.org/10.7841/ksbbj.2020.35.4.281>
- IRONY PORN(O). (n.d.). *Cruelty-free alpha suede jacket iro097 black*. Musinsa. Retrieved May 10, 2024, from <https://www.musinsa.com/app/goods/2085156>
- Jeong, J. W., & Kwon, H. J. (2018). Dilemma types in vegan fashion design. *Journal of Fashion Design*, 18(4), 71–91. <https://doi.org/10.18652/2018.18.4.5>
- JillStuart. (n.d.). *Black string vegan leather shoulder bag*. SSG.COM. Retrieved May 10, 2024, from <https://www.ssg.com/item/itemView.ssg?itemId=1000569110718&siteNo=6009&salestrNo=1007>
- Joo, S. (2023, June 28). 600만 원짜리 에르메스 이 가방, 악어 대신 버섯으로 만들었다고? [This 6 million won Hermes bag is made from mushrooms instead of crocodiles?]. The Herald Business. <https://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20230628000751>
- Joung, J.-H., Suh, Y.-G., & Jeong, H. (2022). A study on the perception of female MZ consumers towards vegan culture using Q methodology. *Journal of Culture Industry*, 22(3), 13–23. <https://doi.org/10.35174/JKCI.2022.09.22.3.13>
- Jung, K., & Bae, S. (2023). A study on the strategies for activating the vegan fashion brand in the meaning out: Based on an instagram hashtag analysis. *Journal of Fashion Business*, 27(3), 132–149. <https://doi.org/10.12940/jfb.2023.27.3.132>
- Kang, K. Y. (2020). A study on textile design research using leather material: Based on dyeing of vegetable leather using iron dyeing. *Journal of Basic Design & Art*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.47294/ksbda.21.1.1>
- Kim, E. (2021, May 9). '비건' 가죽을 입는 시대가 왔다... '지속 가능 패션' 부각 [The time has come to wear 'vegan' leather... 'sustainable fashion' highlighted]. ECONOMY Chosun. https://economychosun.com/site/data/html_dir/2021/05/09/2021050900029.html
- Kim, E. (2022, September 2). 지금 신고 있는 신발에 스민 피, 땀, 눈물 아시나요 [Do you know the skin, sweat, and tears on the shoes you're wearing]. Hankyoreh. <https://www.hani.co.kr/arti/culture%20/book/1057218.htm>
- Kim, J. (2024, February 14). 비건 레더 [Vegan leather]. Ecotimes. <https://www.ecotiger.co.kr/news/articleView.html?idxno=46298>
- Kim, J.-W., & Oh, H.-S. (2013). The color preference of outdoor wears on fashion interest and entertainer conformity. *The Treatise on The Plastic Media*, 16(3), 43–54.
- Kim, N. H., & Park, S. H. (2018). The current situation of vegan fashion brands as alternative strategy. *Journal of Fashion Design*, 18(4), 17–33. <https://doi.org/10.18652/2018.18.4.2>
- Kim, N. H., & Park, S. H. (2024). Exploring abstract expression in bio-leather: Innovations in fashion material development and design. *Journal of Fashion Design*, 24(1), 1–15. <https://doi.org/10.18652/2024.24.1.1>
- Kim, Y. B. (2023). Effects of perceived benefits and risks of vegan artificial leather fashion products on consumer trust and behavioral intention. *Journal of the Korean Society of Costume*, 73(3), 63–78. <https://doi.org/10.7233/jksc.2023.73.3.063>
- Lee, H. (2024, January 28). 비건 가죽이라는 단어 뒤에 숨겨진 맹점 [The blind spot behind the word vegan leather]. Chungbuk News. <https://www.inews365.com/news/article.html?no=803463>
- Lee, S. (2020, May 9). PVC (Poly Vinyl Chloride). Energy Insulating Economy. <https://kienews.com/news/newsview.php?ncode=1065578623066371>
- Little, M. (2022, February 24). Q&A. Smartstore. Retrieved February 6, 2024, from https://smartstore.naver.com/little_studio/products/5791262484?NaPm=ct%3Dlsv2rxfj%7Cc%3Dcheckout%7Ctr%3Dppe%7Ctrx%3Dnull%7Chk%3D3d98f1d041450c4b9d52b9017d5d022de866e339
- MARHEN:J. (n.d.). *Holly bag Q*. Kolonmall. Retrieved May 10, 2024, from <https://www.kolonmall.com/Product/K1701393242211004BK01>
- Moss, R. (2022, February 24). Portugal has banned 'vegan leather'. Should we?. HUFFPOST. https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/portugal-bans-vegan-leather-should-we_uk_62175648e4b0ef74d72b4afb
- Nam, J. (2020, July 25). “고급지고 느낌있어” 코코넛으로 가죽 대체하는 브랜드 [“It's luxurious and feels good” A brand leather with coconut]. Newspenguin. <https://www.newspenguin.com/news/articleView.html?idxno=2230>

- PAPPER. (2020, July 10). PAPPER의 식물성 가죽, ‘하운지’를 만들어내는 한원물산 정우한 대표 [Jung Woo-han, CEO of Hanwon products, the maker of PAPPER’s plant-based leather, ‘Hounji’]. <https://blog.naver.com/papperstudio/222026910415>
- PERITO. (n.d.). *Marley hanji vegan leather hobo bag (blue)*. Retrieved May 10, 2024, from <https://m.perito.shop/product/%EB%A7%90%EB%A6%AC-%ED%95%9C%EC%A7%80-%EB%B9%84%EA%B1%B4-%EA%B0%80%EC%A3%BD-%ED%98%B8%EB%B3%B4%EB%B0%B1-%EB%B8%94%EB%A3%A8/50/category/23/display/1/>
- PETA. (n.d.). *Vegan leather: What it is and why it belongs in your closet*. Retrieved February 6, 2024, from <https://www.peta.org/living/personal-care-fashion/what-is-vegan-leather/>
- Pinatex. (2023, October 5). *Pinatex collections technical data sheets*. Ananas-anam. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0017/0396/8870/files/Pinatex_Collections_Technical_Data_Sheets.pdf?v=1719928644
- Seoul Economy TV. (2023, May 23). *We don’t use animal skin”... Vegan fashion to wear* [Video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=_DPCOIscsmc&t=1s
- Shin, M. (2022, March 8). *Faux vs. vegan leather and how eco-friendly really is it?* Korea JoongAng Daily. <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/03/08/culture/features/vegan-leather-artificial-leather-faux-leather/20220308152448233.html>
- Yoo, J. (2020, June 19). *도대체 비건이 뭐길래? 진짜보다 멋진 ‘비건 레더’ 알쓸신잡* [What the heck is vegan? About ‘vegan leather’ that’s cooler than animal leather]. *FashionN*. https://m.fashionn.com/board/read.php?table=column&number=33507&se1_cat
- Yoon, J., & Yoo, S. (2021). Consumers’ sustainable clothing habits and perceptions on microplastics shedded from clothing: Focused on fleece and faux fur. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 45(2), 390–407. <https://doi.org/10.5850/JKST.2021.45.2.390>
- Yoon, S. H., & Lee, H. K. (2018). A study on the sustainable environment-friendly leather-materials. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 24(4), 251–262. <https://doi.org/10.18208/ksdc.2018.24.4.251>