

재활용 방법에 따른 소비자 동기와 장애요인이 재활용 태도에 미치는 영향

- 패션제품의 재활용 활성화 방안을 위한 연구 -

이 민 정 · 이 민 선*

건국대학교 의류학과 강사
동덕여자대학교 패션디자인학과 강사*

요 약

패스트 패션의 유행과 더불어 패션제품의 대량소비행태가 높아짐에 따라 결과적으로 의류 처분양의 증가를 가져올 것이라는 예측이 나오고 있다. 그럼에도 불구하고 환경부의 조사에 따르면 실제 의류폐기물은 오히려 감소 추세를 보이고 있다. 본 연구는 사회적 제도나 체계의 제공이 필요한 패션제품의 재활용 방법을 세 가지로 구분한 후(교환 및 거래, 수선 및 리폼, 기부), 각각에 대한 소비자의 동기와 태도, 그리고 호의적인 태도가 행동으로 이어지지 못하게 하는 장애요인을 조사하고, 그들의 관계를 분석해 봄으로써 패션제품의 재활용 활성화를 촉진시킬 수 있는 사회적 제도 마련을 위한 기초자료를 제공하는 일에 기여하고자 한다. 20대와 30대의 성인 남녀를 편의표본방법을 통하여 모집하였고, 총 281부의 설문지를 분석에 이용하였다. 본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 23.0을 사용하였으며, 연구문제의 검증을 위해 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 대응표본 t-검증, 반복측정분산분석, 회귀분석을 실시하였다. 연구 결과 응답자의 동기 인식, 태도, 및 의도는 세 가지 재활용 방법에 대해 통계적으로 유의하게 다른 것으로 나타났으며, 응답자들은 '기부'를 통한 패션제품의 재활용 방법에 대해 다른 두 가지 방법보다 높은 동기인식, 호의적인 태도와 의도를 보였다. 또한, 경제적/자선적 동기와 환경적 동기인식은 모든 재활용 방법에 대한 태도에 유의한 영향을 미쳤으며, 호의적인 재활용 태도가 실제 행동의도로 이어지지 않는 것은 지식이 부족해서 또는 귀찮아서의 요인이 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 본 연구의 결론에서는 세 가지 재활용 방법에 대한 소비자 인식과 태도 및 의도에 대한 결과를 바탕으로 효율적인 사회적 재활용 제도 마련을 위한 제안점이 논의되었다. 본 연구의 결과는 패션제품의 재활용 활성화를 위한 다양하고 의미 있는 결론을 제안하는데 의의가 있다.

주제어 : 패션제품 재활용, 재활용 동기, 재활용 장애요인, 재활용 태도

*교신저자: 이민선, minsun1107@gmail.com

접수일: 2016년 1월 20일, 수정논문접수일: 2016년 3월 6일, 게재확정일: 2016년 3월 9일

I. 서론

패션에 있어서 대량생산과 대량소비는 하나의 트렌드가 되어가고 있다. 일례로, 유행추종성이 뛰어나면서도 가격이 저렴한 패스트 패션(fast fashion)의 시장규모는 2008년 5000억 원 정도에서 2013년 3조원 이상으로 급성장하였고, 하루가 다르게 새로운 패스트 패션 브랜드가 등장하고 있다(Son, 2013). 더불어 유통채널이 다양해짐에 따라 소비자들의 패션 쇼핑 접근성이 확대되었다. 전통적 오프라인 유통채널인 백화점, 가두점, 홈쇼핑 등이 여전히 건재한 가운데 아울렛, 편집샵, 전문샵이 가세하였고 인터넷을 기반으로 온라인 및 모바일 유통채널이 추가되어 언제 어디서나 의류쇼핑이 가능해졌을 뿐 아니라 소비자들은 대규모 세일(e.g., 코리아 블랙프라이데이)과 마케팅(e.g., 1+1, 사은품 증정, 경품 증정, 포인트 적립)에 향시 노출되어 있다. 언론에서 지적한 바와 같이 이러한 ‘패션과잉시대’는 필연적으로 의류의 생명주기 단축과 그에 따른 의류 처분량의 증가로 이어진다(Birtwistle & Moore, 2007). 하지만 이러한 대량생산과 대량소비에도 불구하고, 전국 일일 가정생활 폐기물중 의류폐기물은 2010년 175.5톤에서 2013년 126.9톤으로 오히려 38%가량 감소하였다(Ministry of Environment [ME], 2011, 2014). 직접적인 데이터의 부재로 단정 지을 수는 없으나, 처분량의 증가가 예상되는 상황에서 폐기량의 감소를 보인 이유는 소비자들이 의류 재활용에 이전보다 더 적극적으로 참여하기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 즉, 소비자들의 환경에 대한 높아진 관심과 지속가능한 발전을 추구하는 정책의 결과로, 처분되는 의류가 영구폐기로 이어지기보다는 다른 활용 방안을 찾아 재활용 되고 있다는 것이다. 소비자들은 사장의복을 타인에게 무상으로 제공(기부 혹은 기증)하거나, 경제활동의 일환으로 재판매 혹은 다른 물건과 교환하거나, 수선이나 리폼을 통

하여 디자인 혹은 사이즈에 대한 불만을 해소한 후 다시 입는 행동을 통해 의류를 처분하고 있고, 그 외에 사용하지 않으면서 그냥 보관하기도 하며 다른 용도로 사용하기도 하는데, 해당하는 활용법이 없을 경우 폐기한다(Domina & Koch, 1999). 여타 처분 방법을 하나로 묶고 폐기를 다른 하나로 보았을 때, 이 둘은 상충관계(trade-off)에 있다. 즉, 한쪽이 증가하면 다른 한쪽은 감소한다는 것이다. 의류의 폐기량을 점진적으로 줄여나가야 한다는 것에는 이미 많은 사회 구성원들이 동의하고 있다(Kang, 2013a; Jang & Lee, 2014). 따라서 소비자가 선택할 수 있는 폐기 이외의 선택지, 즉 재활용에 대한 구체적인 고찰이 필요하다.

소비자의 의류 재활용 행동에 대하여는 많은 선행연구가 진행되어 소비자 특성과의 상관관계가 설명되고 있다. 성인여성의 경우 환경오염에 대한 인식이 높은 소비자가 의류 재활용에 더 적극적으로 참여하고 있으며(Jeong & Park, 2006; Kang, 2013b), 이와 유사하게 사회 책임적 의류 소비 태도가 높을수록(Chang & Park, 1997), 의류의 재활용에 대한 태도가 호의적일수록(Park & Oh, 2005), 의류 재활용에 더 적극적이었다. 재화의 쾌락적 소비로 심리적인 행복을 추구하는 물질주의 소비 성향은 의류 재활용에 대한 태도와 실질적인 의류 재활용 행동과의 상관관계가 없었다(Park & Oh, 2005). 많은 선행연구들이 다양한 변인으로 의류 재활용 행동을 설명해왔고, 소비자의 의류 재활용 행동을 촉구하기 위한 사회적 제도 마련의 필요성을 강조해 왔다. 하지만 재활용에 대한 전반적인 인식과 현황을 조망하는 동시에 사회적 제도 마련이 필요한 재활용 방법에 따라 유형별로 구분하여 그에 따른 차이를 살펴본 연구는 부족한 실정이다. 또한 의류 재활용에 대한 호의적인 태도가 실제 재활용 행동으로 이어지지 않는 원인에 대한 고찰이 아직까지 미진한 상태로 남아있다. 본 연구의 목적은 사회적 제도나 체계의 제공이 필요한 패션

제품의 재활용 방법을 세 가지로 구분한 후 각각에 대한 소비자의 동기와 태도, 그리고 호의적인 태도가 행동으로 이어지지 못하게 하는 장애요인을 조사하고, 그들의 관계를 분석해 봄으로써 패션제품의 재활용 활성화를 촉진시킬 수 있는 사회적 제도 마련을 위한 기초자료를 제공하고자 함에 있다.

II. 이론적 배경

1. 패션제품의 재활용 방법

소비행동은 크게 구매 활동, 사용 활동, 처분 활동으로 나눌 수 있는데(Nicosia & Mayer, 1976), 의류에 있어서 처분 활동은 다양한 이유로 사용효용이 감소하여 활용하지 않으면서 보관하고 있는 제품, 즉 사장의복에 대한 처분을 의미한다(Yoo, 1996). 선행연구들은 다양한 방법으로 사장의류의 처분방법을 분류하고 있는데 구체적인 재활용 방법들 역시 여기에 포함되어 있다. Kim and Lee(1997)는 지방 대도시 가정주부를 대상으로 한 사장의복 연구에서 ‘고쳐서 재활용’, ‘가족이나 친지에게 줌’, ‘복지시설 기탁’, ‘헌 옷 수거함에 넣음’, ‘물물 교환장에서 교환’, ‘그대로 보관’, ‘쓰레기와 함께 버림’의 일곱 가지 항목으로 분류하였고, Kang(2013b)도 성인 여성의 의복폐기에 관한 탐색연구에서 ‘수선 후 입음’, ‘타인에게 줌’, ‘헌 옷 보관함’, ‘사회기관에 보냄’, ‘교환 및 판매’, ‘쓰레기봉투에 버림’, ‘그대로 보관’의 일곱 가지로 유사하게 분류하였다. Nam and Chung(1987)은 전국 20세 이상 성인남녀를 대상으로 한 사장의복의 활용연구에서 ‘교환’, ‘활용 업소 이용(매매, 교환, 위탁)’, ‘수선’, ‘기증’의 네 가지 항목으로 분류하였고, Kim et al.(1998)과 Roh and Kim(2002)은 ‘친척, 친구, 이웃에 줌’, ‘수선센터에서 고쳐서 입음’,

‘중고시장에서 판매’의 세 가지로 분류하였다. Chang and Park(1997), Jeong and Park(2006), Kim and Cho(2000)는 중고판매나 물물교환 등의 ‘경제적 처분행동’과, 가족이나 친지에게 기증하거나 자선단체에 기부하는 것 등을 포함하는 ‘이타적 처분행동’으로, 재활용 방법을 크게 두 가지로 구분하였다. 그 밖에 ‘타인에게 물려준다’, ‘버린다’, ‘그대로 보관한다’, ‘고쳐 입는다’로 나눈 Shin(1989)의 연구와, ‘그냥 입는다’, ‘고쳐 입는다’, ‘입지 않는다’, ‘다른 사람에게 준다’로 구분한 연구(Nam & Maeng, 1988)가 있다. Shim(1995)은 ‘경제적 동기의 판매’, ‘환경적 동기의 판매’, ‘자선적 동기의 기부’, ‘환경적 동기의 기부’, ‘경제적 동기의 재사용’, ‘환경적 동기의 재사용’, ‘편의추구 폐기’, 그리고 ‘지식부족 폐기’의 여덟 가지로 구분하였고, Laitala(2014)는 ‘폐기’, ‘기부’, ‘기증’, ‘판매’, ‘교환’, ‘보관’의 여섯 가지로 구분한 재활용 방법을 제시하였다.

이상의 연구들이 사용한 분류는 연구의 주요 관심과 분류기준에 따라 차이가 있었으나 대체적으로 의류처분방법에 대한 거의 모든 가능성을 포함하고 있다. 그 중 의류 재활용 방법만을 그 특성에 따라 첫째, 원하는 의류 혹은 의류외의 제품을 얻기 위해 물물교환의 거래상품으로 이용하거나 금전보상을 받고 판매하는 경우, 둘째, 사이즈, 디자인, 품질에 대한 불만을 해소하기 위해 수선을 하거나 의류외의 제품으로 변형시켜 재사용하는 경우, 셋째, 자선의 의미로 의류를 필요로 하는 사람에게 기부하는 경우, 넷째, 가족 및 친지, 가까운 이웃이나 친구에게 무상으로 양도하는 경우 등의 네 가지로 나누어 볼 수 있다(이하 논의의 편의성을 위해 첫 번째 방법을 ‘교환 및 거래’, 두 번째 방법을 ‘수선 및 리폼’, 세 번째 방법을 ‘기부’, 네 번째 방법을 ‘무상양도’로 약칭함). 이 분류에 포함되지 않은 ‘그대로 보관’ 혹은 ‘보관’이라는 처분방법은 처분해버릴 의사가 명백하지 않기 때

문에 보관하는 것이라고 볼 수 있고, 언제라도 해당복과 조화가 되는 다른 의복이나 액세서리를 구입하여 다시 착용할 가능성이 있으므로 재활용과 폐기 어느 쪽에도 속하지 않는다고 볼 수 있다 (Yoo, 1996). 본 연구는 사회적 제도나 체계의 제공이 요구되는 재활용 방법에 대한 분석에 초점을 두고자, 개인적인 관계에서 재활용이 가능한 네 번째 방법인 ‘무상양도’와 ‘보관’을 제외한 ‘교환 및 거래’, ‘수선 및 리폼’, ‘기부’의 세 가지 재활용 방법을 연구의 범위에 포함하였다.

2. 재활용 동기와 재활용 태도

태도란 개인이 어떤 대상에 대해 갖는 호의적 또는 비호의적인 감정의 경향을 의미한다(Fishbein & Ajzen, 1975). 태도는 개인이 속해져있는 사회의 문화적, 환경적 영향을 크게 받으며, 경험을 통해 점차적으로 형성되고 특정 대상에 대한 의도에 긍정적인 영향을 미치는데 이는 결과적으로 개인의 행동을 결정짓는 중요한 요소로 작용한다(Ajzen, 1991). 이러한 태도의 형성과 변화를 설명하는 주요 변인으로는 개인의 동기가 큰 역할을 한다. 적절한 동기를 부여하거나 자극함으로써 개인의 태도를 변화시킬 뿐만 아니라, 궁극적으로는 개인의 행동을 바꿀 수 있다는 것이다(Ajzen & Fishbein, 2005). 이와 같은 맥락에서 소비자의 재활용 행동을 유도하기 위해 선행되어야 하는 소비자의 재활용 동기 파악에 주안점을 둔 다수의 연구가 이루어져왔다. 패션제품의 재활용에 관한 선행연구에서는 패션제품의 특성(e.g., 품질, 디자인 및 취향 변화) 및 개인적 특성(e.g., 쇼핑성향, Kang, 2013b), 사회의식(Ha-Brookshire & Hodges, 2009), 환경의식(Bianchi & Birtwistle, 2010; Morgan & Birtwistle, 2009), 경제적 및 자선적 동기(Chang & Park, 1997; Joung & Park-Poaps, 2013)등이 재활용 태도를 형성하는 중요한 원인 및 요인으로 조사되었다.

국내 연구를 중심으로 살펴보면 Chang and Park (1997)은 의류제품의 재활용 동기를 개인의 내재적 동기(e.g., 사회, 심리적 보상)와 외재적 동기(e.g., 금전적 보상)로 나누어, 각각의 동기부여에 따른 소비자의 의류제품 처분 행동(경제적, 이타적 처분 행동)의 차이를 분석했다. 그 결과, 내재적 동기부여에 호의적인 태도를 보이는 소비자들은 의류제품의 이타적 처분행동(e.g., 친지나 이웃에게 준다, 기증한다)에 관심이 많았고, 외재적 동기부여에 호의적인 소비자는 경제적 처분행동(e.g., 중고판매, 물물교환) 패턴을 보이는 것으로 나타났다. 즉, 이타적 처분행동은 개인의 심리적 만족에, 그리고 경제적 처분행동은 실질적인 보상에 그 원인이 있다는 것이다. 따라서 각각의 행동을 고취시키기 위해서는 다른 접근법이 요구된다는 것을 예상할 수 있다.

Shim(1995)은 의류제품의 재활용 동기에 영향을 주는 요인을 고찰하는 쪽으로 연구의 영역을 확대하여, 개인의 환경에 대한 인식과 일반적인 재활용 행동이 의류제품의 재활용 동기를 영향을 미친다고 보고 그들의 상호관계를 분석하였다. 이 연구에서는 의류제품의 재활용 방법을 세 가지(e.g., 재사용, 기부, 재판매)로 나누어 보고 각각의 방법에 대해서는 두 가지의 동기(e.g., 환경적, 경제적 재사용 및 재판매 동기, 환경적, 자선적 기부 동기)가 있다고 판단하였다. 그 결과, 환경인식이 높을수록 의류제품의 자선적, 환경적 기부 동기 및 환경적 재사용 동기가 높으며, 일반 재활용 행동은 경제적, 환경적 재사용 동기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이와 유사한 결과는 남녀 대학생을 대상으로 한 의류 재활용 행동에 관한 최근 연구에서도 나타났다(Joung & Park-Poaps, 2013). 이 연구에서는 학생들의 환경오염에 대한 관심도는 의류의 재판매 및 기부에 대한 호의적인 태도에 영향을 미치며, 경제적인 요인에 대한 관심도는 의류의 재사용 및 재판매 행동에 영향을

미치는 것으로 조사되었다. 이러한 여러 선행연구의 결과로부터, 의류제품의 재활용 태도를 형성하는데 있어서는 재활용 방법에 따라 영향을 미치는 동기가 다르다는 것을 알 수 있다. 따라서 효율적인 의류 및 패션제품의 재활용 행동 촉구를 위한 사회적 제도 방안 마련을 위해서는 각각의 재활용 방법들에 대한 현재 국내 소비자들이 가지고 있는 동기 파악이 선행되어야 함을 알 수 있다.

3. 재활용 태도 및 장애요인과 재활용 의도

최근 환경오염에 대한 사회적 관심이 높아지면서, 재활용을 통한 의류제품의 처분 또한 사회 책임적 소비행동의 일환으로 여겨지고 있다. 이를 반영하듯 많은 소비자들이 의류제품의 재활용에 대해 호의적인 태도를 가지고 있고, 착용하지 않는 의복을 고쳐서 입거나 물물교환 및 판매를 통해 재활용하고 싶어 하는 것으로 조사되고 있다(Kim & Lee, 1997; Roh & Kim, 2002). 그럼에도 불구하고, 실제 소비자들의 의류제품 처분방법에 대한 조사 결과는 헌옷 수거함에 넣거나, 다른 쓰레기와 함께 폐기하거나, 그대로 보관하는 경우가 여전히 높은 비율을 차지하고 있다(Kang, 2013b). 이는 의류제품 재활용에 대한 소비자들의 호의적인 태도가 실제 재활용 행동으로는 연결 되지 못하고 있는 것으로, 여기에는 재활용 행동을 제약하는 요인이 존재하기 때문으로 풀이된다(Simmons & Widmar, 1990). 따라서 소비자의 재활용 행동을 설명하기 위해서는 재활용의 동기와 태도의 파악 뿐만 아니라 장애요인도 함께 고려하는 것이 바람직하다.

Simmons and Widmar(1990)과 Domina and Koch(1999)는 지식의 부족함과 실행 과정에서 초래되는 불편함과 귀찮음을 재활용의 주요 장애요인으로 설명하였다. 국내 연구에서도 사장의복의 처분시 겪는 어려움으로, 물물교환시장을 이용할 줄

모르는 점, 수선하는 법을 모르는 점 등이 조사되었고, 처분방법을 몰라서 그대로 보관하는 소비자도 비교적 높은 비율을 차지하는 것으로 조사되었다(Kang, 2013b; Kim & Lee, 1997). 또한 의류제품의 재활용이 불편하고 귀찮다고 생각하는 소비자들은 사장의복을 쓰레기와 함께 폐기하는 방법으로 처분하는 것으로 나타났다(Joung & Park-Poaps, 2013). 따라서 지식의 부족을 해소하고 실행과정에서 초래되는 불편함과 귀찮음을 해소하는 것이 소비자의 재활용 참여에 대한 의도를 높이는데 중요한 역할을 할 것으로 예상할 수 있다(Derksen & Gartrell, 1993; Halvorsen, 2008).

III. 연구방법

1. 연구대상 및 조사기간

본 연구의 자료 수집은 설문기관에 의뢰하여 2015년 11월 28일에서 12월 1일까지 20~30대의 성인 남녀를 대상으로 편의표집 하였다. 온라인 설문을 이용하여 총 290부를 수거하였으며 불성실한 응답을 포함한 9부를 제외한 281부가 실증분석에 사용되었다.

2. 측정도구

본 연구의 설문지에는 세 가지의 패션제품 재활용 방법에 대한 응답자의 의견을 묻기 위해 같은 문항들이 세 번 반복되어 사용되었고, 주요 변수의 측정은 기존 연구에서 사용되었던 조사도구를 이용하였다. 조사 참가자들의 이해를 돕기 위해 세 가지 패션제품의 재활용 방법에 대한 간략한 설명을 본 설문 전에 제공하였다. 또한, 본 설문에 앞서 패션제품 처분 현황에 대한 문항을 넣어 조사 대상자가 현재 주로 사용하는 패션제품

처분 방법을 조사하였다. 설문지에 사용된 모든 변수는 리커트 7점 척도 (1: 매우 그렇지 않다, 4: 보통이다, 7: 매우 그렇다)를 활용하였고, 나이, 성별, 교육수준, 직업, 수입 등의 문항이 인구 통계적 변수로 포함되었다.

패션제품의 재활용 동기는 Shim(1995)의 연구에서 분류된 경제적(2문항), 환경적(2문항), 그리고 자선적 동기(2문항)에 대한 문항을 이용하여 측정하였다. ‘교환 및 거래’와 ‘수선 및 리폼’의 재활용 방법에서는 경제적 및 환경적 동기를 측정하였고, ‘기부’의 방법에서는 자선적 동기와 환경적 동기를 측정하였다. 패션제품 재활용 태도는 Ajzen and Fishbein(1980)의 태도 측정 4문항을 본 연구의 목적에 맞게 조정하여 사용하였고, 패션제품의 재활용을 제약하는 요인은 Domina and Koch(1999)의 재활용 태도 요소 중 Disinterested와 Hassle의 문항을 참조하여 각각의 재활용 방법에 대한 ‘지식부족’ 요인 2문항과 ‘귀찮음’ 요인 3문항으로 측정되었다. 패션제품의 재활용 의도는 Schifter and Ajzen (1985)의 의도 측정문항을 본 연구의 목적에 맞게 조정하여 3문항으로 측정되었다.

3. 분석방법

본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 23.0을 사용하였으며, 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 대응표본 t-검증, 반복측정분산분석, 회귀분석을 통해 연구문제를 검증하였다.

4. 연구문제

앞에서 고찰한 선행연구를 바탕으로 본 연구의 목적을 위한 연구문제를 다음과 같이 제시하고자 한다. 패션제품의 재활용 방법은 방법1(교환 및 거래), 방법2(수선 및 리폼), 방법3(기부)의 세 가지를 포함한다.

첫째, 패션제품 재활용 방법에 대한 동기 인식, 태도, 장애요인 및 의도를 파악하고, 재활용 방법에 따른 동기, 태도, 장애요인, 의도의 차이를 알아본다.

둘째, 패션제품 재활용 방법에 대한 동기 인식이 태도에 미치는 영향을 분석한다.

셋째, 패션제품 재활용 방법에 대한 태도와 장애요인이 재활용 의도에 미치는 영향을 분석한다.

IV. 연구결과

1. 인구 통계적 특성

총 281명의 조사 응답자 중 52%가 여성이었으며, 연령분포는 20대가 50.5%였고 30대가 49.5%를 차지하였다(Table 1). 직업 분류에서는 사무직이 가장 높은 비율 (41.6%)을 보였고, 92.1%의 응답자가 대학교 재학/졸업 이상의 학력을 가지고 있었다. 가정의 월 평균 수입은 5백~1천만 원 미만 (29.5%), 3백~5백만 원 미만 (28.8%), 2백~3백만 원 미만 (23.1%), 1백~2백만 원 미만 (9.3%), 1백만 원 미만 (5.0%), 1천만 원 이상 (4.3%)의 순으로 나타났다.

2. 주요 변수의 타당성 및 신뢰도 평가

두 항목 이상으로 측정된 모든 변수에 대해 타당성을 평가하고 변수의 단순화를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고, 신뢰도 평가는 Cronbach's α 계수를 활용하였다. 재활용 동기에 대한 요인 분석은 방법1(교환 및 거래)과 방법2(수선 및 리폼)에 대한 경제적 및 환경적 동기와 방법3(기부)에 대한 자선적 및 환경적 동기에 대해 2개의 요인 추출을 지정하여 실시하였다. 이는 재활용 동기별 요인분석을 각각 실시한 Shim(1995)의 연구

Table 1. 조사 응답자의 인구 통계적 특성.

(N=281)

변수	항목	빈도	%
성별	여자	146	52.0%
	남자	135	48.0%
나이	20대	142	50.5%
	30대	139	49.5%
직업	전문직	31	11.0%
	관리직	6	2.1%
	반 전문직 및 기술직	13	4.6%
	사무직	117	41.6%
	판매 및 서비스직	19	6.8%
	생산직	8	2.8%
	단순근로	4	1.4%
	미취업	62	22.1%
	기타	21	7.5%
교육수준	중졸이하	0	0%
	고졸	22	7.8%
	대학 재학	54	19.2%
	대졸	185	65.8%
	대학원 재학 이상	20	7.1%
월 수입	100만원 미만	14	5.0%
	100만원 이상 ~ 200만원 미만	26	9.3%
	200만원 이상 ~ 300만원 미만	65	23.1%
	300만원 이상 ~ 500만원 미만	81	28.8%
	500만원 이상 ~ 1000만원 미만	83	29.5%
	1000만원 이상	12	4.3%

방법을 참고한 것이다. 세 가지 재활용 방법에 대한 동기의 요인분석 결과는 <Table 2>에 정리되었다. 모든 재활용 방법에서 .70 이상의 요인 적재치가 나타났고, Cronbach's α 는 .80 이상으로 비교적 높은 신뢰도를 보였다.

각각의 재활용 방법에 따른 장애요인에 대한 탐색적 요인분석은 Domina and Koch(1999)의 연구를 참고하여, 추출 요인 수를 2개로 지정하여 실시하였다. 그 결과, 요인 1(지식부족)에 2문항과 요인 2(귀찮음)에 3문항으로 분류되었으며, 모든 재활용 방법에서 항목별 요인 적재치가 .76 이상으로 나타났다(Table 3). 구성개념별 Cronbach's α 계수는

.85 이상으로 신뢰할 만한 수준이었다.

재활용 태도에 대한 탐색적 요인분석 결과, 세 가지 재활용 방법 모두에서 하나의 요인이 도출되었으며, 전체 설명력은 79.5%(방법1: 교환 및 거래), 77.5%(방법2: 수선 및 리폼), 81.7%(방법3: 기부)이었다(Table 4). 신뢰도 계수는 모두 .90 이상으로 높게 나타났다. 재활용 의도에 대한 탐색적 요인분석의 결과, 하나의 단일차원 요인이 도출되었다. 전체 설명력은 82.8%(방법1: 교환 및 거래), 83.6%(방법2: 수선 및 리폼), 79.2%(방법3: 기부)로 나타났으며 .87 이상의 비교적 높은 신뢰도 계수를 보였다.

Table 2. 재활용 방법에 따른 동기에 대한 요인분석 결과.

(N=281)

구성개념 및 항목			요인 적재치	고유값	Cronbach's α
방법1: 교환 및 거래	요인 1. 경제적 동기	교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분하는 것은 경제적 이득이 된다.	.88	2.82	.81
		교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분하는 것은 돈을 절약할 수 있는 방법이다.	.82		
	요인 2. 환경적 동기	교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분하는 것은 환경문제를 줄일 수 있다.	.76	.54	.80
		쓰레기를 줄이기 위해서는 교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분해야 한다.	.91		
방법2: 수선 및 리폼	요인 1. 경제적 동기	수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분하는 것은 경제적 이득이 된다.	.85	2.91	.85
		수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분하는 것은 돈을 절약할 수 있는 방법이다.	.89		
	요인 2. 환경적 동기	수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분하는 것은 환경문제를 줄일 수 있다.	.90	.57	.85
		쓰레기를 줄이기 위해서는 수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분해야 한다.	.84		
방법3: 기부	요인 1. 자선적 동기	패션제품을 필요한 사람들에게 기부하는 것은 중요하다.	.91	3.04	.80
		패션제품을 기부하는 것은 다른 사람을 돕는 방법이다.	.70		
	요인 2. 환경적 동기	기부를 통해 패션제품을 처분하는 것은 환경문제를 줄일 수 있다.	.86	.40	.86
		쓰레기를 줄이기 위해서는 기부를 통해 패션제품을 처분해야 한다.	.82		

3. 패션제품 재활용 현황

응답자들이 현재 주로 사용하고 있는 패션제품 처분 방법의 조사 결과<Table 5>, ‘재활용 수거함에 넣는다’가 69.4%로 가장 많았고 다음으로 ‘다른 쓰레기와 함께 배출한다’(9.6%), ‘교환 및 거래’(9.3%), ‘기부’(6.4%) 순이었으며 ‘수선 및 리폼’하는 비율이 5.3%로 가장 적게 나타났다. 소비자들이 재활용 수거함을 이용하여 패션제품을 처분하는 이유는 접근이 용이하며 가장 손쉽게 활용할 수 있는 방법이기 때문이다. 이러한 현황조사는 교환 및 거래, 수선 및 리폼, 기부를 통한 재활용 방법에 대한 사회적 제도나 체제의 제공이 이루어지고 있지 않다는 것을 보여준다.

4. 패션제품 재활용 방법에 대한 동기, 장애요인, 태도 및 의도

응답자의 재활용 동기인식, 장애요인, 태도 및 의도를 조사한 결과 세 가지 재활용 방법에 있어서의 유의한 차이가 나타났다(Table 6). 주요 변수들에 있어서 재활용 방법에 따른 차이를 비교하기 위해 반복측정분산분석을 실시하였다. 또한, 재활용 방법별 경제적/자선적 동기와 환경적 동기 인식의 차이, 두 가지 장애요인간의 차이를 비교하기 위해 대응표본 t-검증이 실시되었다. 반복측정분산분석은 구형성 가정의 검증을 위한 Mauchly's test와 Bonferroni를 이용한 사후검정법이 활용되었다.

환경적 동기 변수에 대해서는 구형성이 만족되었으며($\chi^2(2)=.51, p=.78$), 재활용 방법에 따라 유

Table 3. 재활용 방법에 따른 장애요인에 대한 요인분석 결과.

(N=281)

구성개념 및 항목		요인 적재치	고유값	Cronbach's α	
방법1: 교환 및 거래	요인 1. 지식부족	나는 교환 및 거래를 통해 폐선제품을 처분하는 과정과 방법에 대해 잘 모른다.	.92	1.09	.87
		나는 방법을 잘 모르기 때문에 교환 및 거래를 통해 폐선제품을 처분하지 않는다.	.91		
	요인 2. 귀찮음	교환 및 거래를 통해 폐선제품을 처분하는 것은 너무 많은 시간과 노력을 요구한다.	.84	3.01	.85
		교환 및 거래를 통해 폐선제품을 처분하는 것은 귀찮은 일이다.	.89		
		교환 및 거래를 통해 폐선제품을 처분하는 것보다 그냥 버리는 것이 더 편하다.	.83		
방법2: 수선 및 리폼	요인 1. 지식부족	나는 수선 및 리폼을 통해 폐선제품을 처분하는 과정과 방법에 대해 잘 모른다.	.93	.72	.87
		나는 방법을 잘 모르기 때문에 수선 및 리폼을 통해 폐선제품을 처분하지 않는다.	.83		
	요인 2. 귀찮음	수선 및 리폼을 통해 폐선제품을 처분하는 것은 너무 많은 시간과 노력을 요구한다.	.85	3.43	.86
		수선 및 리폼을 통해 폐선제품을 처분하는 것은 귀찮은 일이다.	.87		
		수선 및 리폼을 통해 폐선제품을 처분하는 것보다 그냥 버리는 것이 더 편하다.	.76		
방법3: 기부	요인 1. 지식부족	나는 기부를 통해 폐선제품을 처분하는 과정과 방법에 대해 잘 모른다.	.90	.67	.92
		나는 방법을 잘 모르기 때문에 기부를 통해 폐선제품을 처분하지 않는다.	.90		
	요인 2. 귀찮음	기부를 통해 폐선제품을 처분하는 것은 너무 많은 시간과 노력을 요구한다.	.83	3.67	.90
		기부를 통해 폐선제품을 처분하는 것은 귀찮은 일이다.	.87		
		기부를 통해 폐선제품을 처분하는 것보다 그냥 버리는 것이 더 편하다.	.83		

의한 차이가 나타났다($F(2,560)=6.23, p<.01$). 사후검정 결과, 방법3(기부)에 대한 환경적 동기가 방법2(수선 및 리폼)에 대한 환경적 동기인식보다 통계적으로 유의하게 높은 것으로 나타났으며, 방법1(교환 및 거래)에 대해서는 다른 두 가지 재활용 방법과의 유의한 차이가 나타나지 않았다. 재활용 방법에 있어서의 경제적/자선적 동기와 환경적 동기와의 차이를 비교한 대응표본 t -검증 결과, 방법3(기부)에 있어서 자선적 동기가 환경적 동기보다 유의하게 높은 것으로 나타났다($t(280)=2.63, p<.01$).

폐선제품의 재활용을 제약하는 요소 중 지식부족에 대한 재활용 방법 간의 차이를 비교한 결과,

구형성 가정이 만족되었으며($\chi^2(2)=.98, p=.61$), 재활용 방법에 따른 유의한 차이가 보였다($F(2,560)=17.49, p<.001$). 사후검정 결과를 보면, 방법2(수선 및 리폼)과 방법3(기부)에 대한 지식이 방법1(교환 및 거래)에 대한 지식보다 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 또 다른 장애요인인 귀찮음에 대한 재활용 방법 간의 비교 분석에서는 Mauchly's test 결과, 구형성 가정이 위배되는 결과가 나타났다($\chi^2(2)=25.94, p<.001$). 이를 해결하기 위하여 Huynh-Feldt 방법으로 수정된 통계량을 이용하였고, 재활용 방법에 따라 귀찮음 요인의 수준이 유의하게 다른 것으로 나타났다($F(1.9,517.6)=45.91,$

Table 4. 재활용 태도 및 의도에 대한 요인분석 결과.

(N=281)

구성개념 및 항목			요인 적재치	고유값	Cronbach's α
방법1: 교환 및 거래	재활용 태도	패션제품을 교환 및 거래를 통해 처분하는 것은 좋은 일이다.	.87	3.18	.91
		패션제품을 교환 및 거래를 통해 처분하는 것은 보람있는 일이다.	.91		
		패션제품을 교환 및 거래를 통해 처분하는 것은 즐거운 일이다.	.87		
		패션제품을 교환 및 거래를 통해 처분하는 것은 의미있는 일이다.	.92		
	재활용 의도	나는 교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분할 의향이 있다.	.90	2.48	
		나는 앞으로 교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분할 계획이 있다.	.93		
		나는 교환 및 거래를 통해 패션제품을 처분하기 위해 노력할 것이다.	.90		
방법2: 수선 및 리폼	재활용 태도	패션제품을 수선 및 리폼을 통해 처분하는 것은 좋은 일이다.	.88	3.10	.90
		패션제품을 수선 및 리폼을 통해 처분하는 것은 보람있는 일이다.	.89		
		패션제품을 수선 및 리폼을 통해 처분하는 것은 즐거운 일이다.	.85		
		패션제품을 수선 및 리폼을 통해 처분하는 것은 의미있는 일이다.	.90		
	재활용 의도	나는 수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분할 의향이 있다.	.90	2.51	
		나는 앞으로 수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분할 계획이 있다.	.94		
		나는 수선 및 리폼을 통해 패션제품을 처분하기 위해 노력할 것이다.	.91		
방법3: 기부	재활용 태도	패션제품을 기부를 통해 처분하는 것은 좋은 일이다.	.91	3.27	.92
		패션제품을 기부를 통해 처분하는 것은 보람있는 일이다.	.91		
		패션제품을 기부를 통해 처분하는 것은 즐거운 일이다.	.87		
		패션제품을 기부를 통해 처분하는 것은 의미있는 일이다.	.93		
	재활용 의도	나는 기부를 통해 패션제품을 처분할 의향이 있다.	.88	2.38	
		나는 앞으로 기부를 통해 패션제품을 처분할 계획이 있다.	.88		
		나는 기부를 통해 패션제품을 처분하기 위해 노력할 것이다.	.92		

$p < .001$). 사후검정 결과에 따르면, 방법3(기부)에 대한 귀찮음이 다른 두 방법들에 비해 통계적으로 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 각각의 재활용 방법에 대한 두 가지 장애요인을 t -검증을 통해 비교한 결과, 방법1(교환 및 거래)과 방법2(수선 및 리폼)에 대해서는 ‘귀찮음’이 ‘지식부족’ 요인 보다 유의하게 높은 것으로 나타났고, 방법3(기부)의 경우에는 두 장애요인 사이의 유의한 차이가 보이

지 않았다.

세 가지 재활용 방법에 대한 태도를 비교한 결과, 구형성 가정이 만족되었고($\chi^2(2)=5.84, p=.05$), 재활용 방법에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($F(2,560)=33.69, p < .001$). 응답자들은 방법3(기부)에 대해 가장 호의적인 태도를 보였으며, 이는 다른 두 방법에 대한 태도보다 유의하게 높은 것으로 나타났다. 재활용 방법에 따

Table 5. 응답자의 패션제품 재활용 현황.

(N=281)

변수	항목	빈도	%
주로 사용하는 패션제품의 처분 방법	재활용 수거함에 넣는다	195	69.4
	다른 쓰레기와 함께 배출한다	27	9.6
	교환 및 거래	26	9.3
	수선 및 리폼	15	5.3
	기부	18	6.4

Table 6. 재활용 방법에 대한 동기, 태도, 장애요인, 및 의도 비교.

(N=281)

변수		방법1	방법2	방법3	Mauchly's test F
		μ (SD)	μ (SD)	μ (SD)	
동기	경제적/자선적 동기	5.17 (.94)	5.02 (1.02)	5.38 (.98)	-
	환경적 동기	5.21 ^{ab} (1.00)	5.10 ^a (1.00)	5.29 ^b (.98)	$\chi^2(2)=.51, p=.78$ $F(2,560)=6.23^{**}$
	t-검증	$t(280)=-.86$	$t(280)=-1.68$	$t(280)=2.63^{**}$	
장애요인	지식부족	4.07 ^a (1.50)	4.57 ^b (1.35)	4.37 ^b (1.54)	$\chi^2(2)=.98, p=.61$ $F(2,560)=17.49^{***}$
	귀찮음	4.81 ^a (1.19)	4.84 ^a (1.16)	4.24 ^b (1.29)	$\chi^2(2)=25.94^{***}$ $F(1,9,517.6)=45.91^{***}$
	t-검증	$t(280)=-8.70^{***}$	$t(280)=-4.25^{***}$	$t(280)=1.76$	
태도		5.11 ^a (.99)	5.14 ^a (.94)	5.47 ^b (.98)	$\chi^2(2)=5.84, p=.05$ $F(2,560)=33.69^{***}$
의도		4.80 ^{ab} (1.11)	4.71 ^a (1.04)	4.96 ^b (1.02)	$\chi^2(2)=7.71^*$ $F(2,548.9)=7.60^{**}$

Notes: 재활용 방법1: 교환 및 거래, 방법2: 수선 및 리폼, 방법3: 기부, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

른 응답자의 의도 비교에서는, 구형성 가정이 만족되지 않아($\chi^2(2)=7.71, p < .05$), Huynd-Feldt 방법으로 수정된 통계량을 이용하였고, 재활용 방법에 따라 의도가 유의하게 다른 것으로 나타났다($F(2,548.9)=7.60, p < .01$). 사후검정 결과에서는 방법 3(기부)을 이용할 의도가 방법2(수선 및 리폼)에 대한 의도보다 유의하게 높은 것으로 나타났다.

5. 패션제품 재활용 방법에 대한 동기 인식이 재활용 태도에 미치는 영향

각각의 재활용 방법에 대해, 경제적/자선적 및 환경적 동기와 재활용 태도와의 관계를 알아보기 위해 회귀분석이 실시되었다(Table 7). 모든 재활

용 방법에 대해서 경제적/자선적 동기(방법1: 교환 및 거래 $\beta=.47, p < .001$; 방법2: 수선 및 리폼 $\beta=.39, p < .001$; 방법3: 기부 $\beta=.51, p < .001$)와 환경적 동기(방법1: 교환 및 거래 $\beta=.37, p < .001$; 방법2: 수선 및 리폼 $\beta=.50, p < .001$; 방법3: 기부 $\beta=.38, p < .001$)가 재활용 태도에 통계적으로 유의미한 수준에서 긍정적인(+) 영향을 주는 것으로 나타났다(방법1: 교환 및 거래 $F(2,280)=206.86, p < .001$; 방법2: 수선 및 리폼 $F(2,280)=285.86, p < .001$; 방법3: 기부 $F(2,280)=359.75, p < .001$). 이러한 결과는 소비자들 이 각각의 재활용 방법을 이용하는 동기에는 경제적/자선적 및 환경적 동기가 있다고 파악한 Shim (1995)의 연구를 뒷받침하는 결과이다. 또한, 환경

Table 7. 재활용 방법에 대한 동기가 재활용 태도에 미치는 영향.

(N=281)

변수		B	SEB	β	Adj R ²	F
방법1: 교환 및 거래	경제적 동기	.50	.06	.47***	.60	F(2,280) =206.86***
	환경적 동기	.37	.05	.37***		
방법2: 수선 및 리폼	경제적 동기	.36	.04	.39***	.67	F(2,280) =285.86***
	환경적 동기	.48	.04	.50***		
방법3: 기부	자선적 동기	.51	.05	.51***	.72	F(2,280) =359.75***
	환경적 동기	.38	.05	.38***		

Notes: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Table 8. 재활용 방법에 대한 태도 및 장애요인이 재활용 의도에 미치는 영향.

(N=281)

변수		B	SE B	β	Adj R ²	F
방법1: 교환 및 거래	태도	.80	.05	.72***	.53	F(3,280) =106.38***
	지식부족	.08	.03	.10*		
	귀찮음	-.18	.04	-.19***		
방법2: 수선 및 리폼	태도	.62	.06	.56***	.33	F(3,280) =46.51***
	지식부족	.04	.05	.06		
	귀찮음	-.25	.06	-.28***		
방법3: 기부	태도	.57	.05	.55***	.33	F(3,280) =47.85***
	지식부족	-.12	.04	-.18**		
	귀찮음	-.01	.05	-.01		

Notes: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

과 경제적 요인에 대한 관심도와 의류의 재판매, 기부, 재사용 태도와와의 관계를 고찰한 Jung and Park-Poaps(2013)의 연구 결과와도 일치한다.

6. 패션제품 재활용 방법에 대한 태도와 장애요인이 재활용 의도에 미치는 영향

재활용 태도 및 장애요인(지식부족, 귀찮음)과 재활용 의도와와의 관계를 파악하기 위해 각각의 패션제품 재활용 방법에 대한 회귀분석을 실시하였다(Table 8). 분석결과, 모든 재활용 방법에서 긍정적인 태도를 가질수록 응답자의 의도가 높은 것으로 나타났다. 반면, 재활용 방법에 따라 재활용 의도에 영향을 미치는 장애요인은 다른 것으로 나타났다. 우선, 방법1(교환 및 거래)에서는 태도와 지

식부족은 재활용 의도에 긍정적인(+) 영향을 미치고(재활용 태도: $\beta = .72, p < .001$; 지식부족: $\beta = .10, p < .05$), ‘귀찮음’의 장애요인은 부정적인(-) 영향을 ($\beta = -.19, p < .001$) 미치는 것으로 나타났다($F(3,280) = 106.38, p < .001$). 방법2(수선 및 리폼)에 대한 분석결과, 재활용 의도에 대한 태도의 긍정적인(+) 영향과($\beta = .56, p < .001$) ‘귀찮음’ 요인의 부정적인(-) 영향이($\beta = -.28, p < .001$) 통계적으로 유의한 것으로 밝혀졌다($F(3,280) = 46.51, p < .001$). ‘지식부족’의 장애요인은 응답자의 수선 및 리폼의 재활용 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 방법3(기부)의 재활용 의도에 대한 회귀분석결과는 태도의 긍정적인(+) 영향과($\beta = .55, p < .001$) 지식부족의 부정적인(-) 영향이($\beta = -.18, p < .01$) 유의한 것으로 나타

났다($F(3,280)=106.38, p<.001$). ‘귀찮음’의 요인은 기부하는 방법을 통한 재활용 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 결과는 재활용에 대한 긍정적인 태도가 실제 재활용 행동으로 이어지지 못하고 있다는 Kang(2013b)의 연구결과와 일치하며, 나아가 각각의 재활용 방법에 따라 재활용 실천을 제약하는 요인이 다르다는 점을 보여준다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 패션제품 재활용의 사회적 제도 마련과 활성화 방안을 모색하기 위하여 세 가지 재활용 방법(교환 및 거래, 수선 및 리폼, 기부)에 따른 동기, 태도, 장애요소를 조사하였고, 주요 변수들에 있어 재활용 방법 간의 차이를 비교하였으며, 주요 변수들 사이의 상호관계를 규명하였다. 본 연구의 결과를 종합해 보면, 소비자의 동기 인식, 태도, 및 의도는 세 가지 재활용 방법에 대해 통계적으로 유의하게 다른 것으로 나타났다. 소비자들은 ‘기부’를 통한 패션제품의 재활용 방법에 대해 다른 두 가지 방법보다 높은 동기인식과 호의적인 태도와 의도를 보였으며, 귀찮다는 인식도 낮은 것으로 나타났다. 또한, 경제적/자선적 동기와 환경적 동기인식은 모든 재활용 방법에 대한 태도에 유의한 영향을 미쳤으며, 호의적인 재활용 태도가 실제 행동의도로 이어지지 않는 것은 지식이 부족해서 또는 귀찮아서의 요인이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세 가지 재활용 방법에 대한 소비자 인식과 태도 및 의도에 대한 결과를 바탕으로 다음과 같은 사회적 제도 마련을 제안하고자 한다.

첫째, ‘구매 및 교환’을 통한 재활용 방법의 활성화를 위해서는 소비자들이 쉽게 접근할 수 있는 사회적 제도의 마련이 필요하겠다. ‘구매 및 교환’에 대한 소비자의 경제적 동기와 환경적 동기 인식에는 차이가 없었으며, 두 가지의 동기 모두 재

활용 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이를 위한 방법과 과정에 대해서도 잘 알고 있는 것으로 나타났다. 하지만 구매 및 교환 방법에 대해 비교적 잘 알고 있음에도 불구하고 과정의 복잡함과 시간이 많이 걸린다는 인식이 사람들의 실제 재활용 의도를 제약하는 것으로 밝혀졌다. 즉 소비자들은 귀찮기 때문에 ‘구매 및 교환’을 통한 재활용 행동에 참여하지 못한다는 것이다. 가라지 세일(Garage sales)의 문화가 보편적인 북미나 벼룩시장이 활성화된 유럽의 경우 거주 지역내에서 다수가 참여하는 직접 교환 및 거래가 활발한 반면, 국내의 경우에는 중고거래 사이트를 통한 개인거래가 중고의류 유통의 주요 채널이다. 따라서 중고거래 사이트를 이용하면서 수반될 수 있는 복잡함을 감소하려는 노력과 동시에 지역사회 내에서 다수가 참여할 수 있는 중고거래 문화를 활성화하는 방안이 마련되어야 할 것이다. 학교 혹은 학급단위의 청소년들이 참여할 수 있는 중고의류거래 이벤트가 그 좋은 예가 될 수 있다 (Lee, 2014).

둘째, ‘수선 및 리폼’의 방법을 통한 재활용을 촉구하기 위해서는 소비자의 경제적, 환경적 동기 인식을 높이기 위한 정보의 제공뿐만 아니라 수선이나 리폼을 쉽게 이용할 수 있는 제도적 마련이 필요하겠다. 이 방법에 대한 경제적, 환경적 동기 인식은 다른 방법들과 비교해보았을 때 가장 낮게 조사되었으며, 수선이나 리폼하는 방법이 귀찮다는 응답도 가장 높았다. 또한, 소비자들은 방법을 잘 몰라서 보다는 귀찮아서 이 방법을 통한 재활용을 할 의도가 낮은 것으로 분석되었다. 인터넷, SNS 등의 네트워킹을 통한 수선 및 리폼에 대한 아이디어의 공유등과 같이, 이를 장려할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것이다.

셋째, ‘기부’를 통한 패션제품의 재활용은 세 가지의 재활용 방법 중 가장 쉽게 사회적으로 활성화 될 수 있는 방법인 것으로 나타났다. 본 연구에

서는 ‘구매 및 교환’과 ‘수선 및 리폼’의 방법에 대해서는 경제적 동기를 측정할 반면, ‘기부’에 대해서는 자선적 동기를 측정하였기 때문에 직접적인 통계적 비교는 할 수 없었으나, 소비자들의 ‘기부’에 대한 인식 수준은 상당히 높은 것으로 나타났다. 환경적 동기인식에서도 기부를 통한 환경보호에 대해 가장 긍정적인 것으로 나타났다. 소비자의 실제 행동의도를 제약하는 장애요인에 대해서 소비자들은 기부를 통한 패션제품의 재활용 방법과 과정에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타났으며 이러한 지식부족이 원인이 되어 소비자의 참여를 가로막고 있는 것으로 밝혀졌다. 하지만 소비자들은 기부를 통한 재활용 방법에 대해서는 귀찮음을 감수할 충분한 용의가 있는 것으로 조사되었다. 기부를 실행에 옮길 수 있는 장소를 확충하고 그와 관련한 충분한 정보의 제공이 이루어진다면 더 많은 소비자들의 호응을 이끌어 낼 수 있을 것이다. 이 과정에서, 최근 그 영향력이 급격히 확대되고 있는 SNS의 활용이 고려될 수 있다. 이는 특히 젊은 소비자들의 패션제품 재활용에 대한 인식 개선에 효과적일 것으로 기대된다.

본 연구의 결과는 사회구성원들의 패션제품 재활용에 대한 우호적 태도 형성을 촉진하기 위해 각각의 재활용 방법에 따른 알맞은 동기부여를 제공할 수 있는 기초자료를 마련했다는 데 의의가 있다. 현 시점에서는 기부를 통한 재활용 방법이 가장 쉽게 촉구될 수 있겠고, 구매 및 교환과 수선 및 리폼을 통한 재활용의 활성화를 위해서는 보다 장기적인 계획을 가지고 사회적 제도와 체계의 마련이 필요할 것으로 보인다. 이런 노력은 지속가능한 발전을 추구하는 사회적 합의 안에서라면 필수적인 부분이라 할 수 있다.

본 연구의 결과는 패션제품의 재활용 활성화를 위한 다양하고 의미 있는 결론을 제안하지만, 사용된 연구방법과 관련된 몇 가지의 한계점이 있다. 첫째, 편의추출법을 사용하여 연구 대상을 선정하

였기 때문에 응답자의 인구 통계적 특성이 20~30대의 성인 남녀를 대표한다고 보기는 어렵다. 또한, 본 연구의 분석은 남녀의 재활용 인식에 대한 차이 비교는 포함되지 않았다. 일반적으로 여성은 남성보다 환경문제에 관심이 많으며, 그에 따른 환경 친화적인 행동을 보이는 경향이 있다 (Hunter et al., 2004). 후속연구에서는 다양한 연령대와 성별을 비교하는 연구가 진행되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구에서는 경제적/자선적 동기와 환경적 동기가 재활용 태도에 미치는 영향을 분석하고 재활용 태도와 장애요인에 대한 인식이 재활용 의도에 미치는 영향을 분리된 경로로 보고 각각에 대한 회귀분석을 실시하였다. 현재까지 발표된 선행연구와 마찬가지로 재활용에 있어서 동기인식과 태도, 장애요인 및 의도와 명확한 관계가 성립되어 있지 않은 것이 이 연구의 제한점이라고 하겠다. 후속연구에서는 개인의 재활용 행동에 관한 여러 이론들을 토대로 명확한 모델의 수립이 요구되어지며, 이를 통한 주요 변인들 간의 경로 분석은 보다 체계적인 소비자의 재활용 행동의 이해로 이어질 것이다. 셋째, 본 연구는 소비자의 재활용 동기를 경제적/자선적, 환경적 동기 두 가지로 제시하였다. 최근 환경의 지속성 (environmental sustainability)에 관한 사회적, 대중적 관심이 높아지면서 사회구성원의 사회의식이 그들의 재활용 행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 여러 선행연구에서 밝혀졌듯이, 환경적 동기뿐만 아니라 사회 책임적 동기를 포함한 보다 깊이 있는 동기 분석이 후속연구에서 지속되어야 하겠다. 이는 교육을 통한 사회의식의 수준 향상 또한 패션제품의 재활용을 활성화시킬 수 있는 주요한 방안으로 여겨질 수 있음을 시사한다. 넷째, 본 연구에서 중점적으로 다룬 세 가지의 재활용 방법(방법1: 교환 및 거래, 방법2: 수선 및 리폼, 방법3: 기부)에 대한 소비자의 태도나 활용 의도는 호의적이었으나, 실제 소비자들의 참여도는 낮은 것으로

조사되었다. 이는 각각의 재활용 방법에 대한 사회적 제도나 체계의 제공이 아직 미흡하다는 것을 의미한다. 따라서 소비자들이 각각의 재활용 방법에 쉽게 접근할 수 있도록 돕는 사회적인 노력이 필요하겠다.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Process*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (Eds.). (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. N.Y: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. In Albarracin, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (Eds.), *Handbook of Attitudes and Attitude Change* (pp. 173-221). New Jersey: Erlbaum.
- Bianchi, C., & Birtwistle, G. (2010). Sell, give away, or donate: An exploratory study of fashion clothing disposal behaviour in two countries. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(3), 353-368. doi:10.1080/09593969.2010.491213
- Birtwistle, G., & Moore, C. M. (2007). Fashion clothing-where does it all end up?. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(3), 210-216. <http://dx.doi.org/10.1108/09590550710735068>
- Chang, G. H., & Park, J. O. (1997). A study on socially responsible clothing disposition behavior respond to intrinsic and extrinsic incentives toward recycling of clothing. *The Journal of Korean Living Science Research*, 15, 177-203.
- Derksen, L., & Gartrell, J. (1993). The social context of recycling. *American Sociological Review*, 58(3), 434-442.
- Domina, T., & Koch, K. (1999). Consumer reuse and recycling of post-consumer textile waste. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 3(4), 346-359.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Ha-Brookshire, J. E., & Hodges, N. N. (2009). Socially responsible consumer behavior? exploring used clothing donation behavior. *Clothing and Textiles Research Journal*, 27(3), 179-196. doi:10.1177/0887302X08327199
- Halvorsen, B. (2008). Effects of norms and opportunity cost of time on household recycling. *Land Economics*, 84(3), 501-516. doi:10.3368/le.84.3.501
- Hunter, L. M., Hatch, A., & Johnson, A. (2004). Cross-national gender variation in environmental behaviors. *Social Science Quarterly*, 85(3), 677-694. doi: 10.1111/j.0038-4941.2004.00239.x
- Jang, N. K., & Lee, J. O. (2014). An exploratory study for the development of an ethical fashion standards accreditation system. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 14(2), 143-156.
- Jeong, Y. J., & Park, O. L. (2006). A study on university student's clothing disposition behavior depending on their personality and environmental consciousness. *Korean Journal of Human Ecology*, 15(1), 1-8.
- Joung, H. M., & Park-Poaps, H. (2013). Factors motivating and influencing clothing disposal behaviours. *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 105-111. doi: 10.1111/j.1470-6431.2011.01048.x
- Kang, Y. S. (2013a). Research on consumers' recognition of CO₂ emissions from clothing: Focusing on residents of Seoul. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(3), 39-56.
- Kang, Y. S. (2013b). Research on the recycling and disposal of unused clothes by women. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(4), 61-84.
- 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, S. W., & Cho, H. S. (2000). A study on clothing recycling disposition behavior: Focusing on the unmarried women workers. *Journal of Korean Home Management Association*, 18(2), 15-27.
- 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.
- Laitala, K. (2014). Consumers' clothing disposal behaviour: A synthesis of research results. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 444-457. doi:10.1111/ijcs.12088
- Lee, M. J. (2014). *옷장에서 나온 인문학: 작은 옷에 숨은 큰 이야기* [The Story from Wardrobe]. Paju: Dulnyouk.
- Ministry of Environment. (2011). *2010 전국 폐기물 발생 및 처리현황* [2010 Wastes Disposal and Management]. Sejong: Korea Ministry of Environment.
- Ministry of Environment. (2014). *2013 전국 폐기물 발생 및 처리현황* [2013 Wastes Disposal and Management]. Sejong: Korea Ministry of Environment.
- Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009). An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 190-198. doi: 10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x
- Nam, S. W., & Maeng, J. S. (1988). A study on the actual state of high school girls' clothing in everyday life: Especially on spring and summer wear. *Family and*

- Environment Research*, 26(2), 39-47.
- Nam, Y. K., & Chung, J. S. (1987). A survey on the clothing consumption activity and the home background. *Family and Environment Research*, 25(2), 1-11.
- Nicosia, F. M., & Mayer, R. N. (1976). Toward a sociology consumption. *Journal of Consumer Research*, 3(2), 65-75.
- Park, H. H., & Oh, S. D. (2005). The influence of materialism and environment consciousness on recycling attitude and behavior of clothing. *Family and Environment Research*, 43(10), 167-177.
- Roh, Y. L., & Kim, S. W. (2002). A study on environmental and recycling consciousness and behavior of consumers' recycling: Focused on the unused clothing of unmarried working women. *Family and Environment Research*, 40(1), 163-178.
- Schifter, D. E., & Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 843-851. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.49.3.843>
- 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
- Shin, E. J. (1989). *도시가정의 의복관리 실태에 관한 연구* [Research on clothing management within the household]. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Simmons, D., & Widmar, R. (1990). Motivations and barriers to recycling: Toward a strategy for public education. *The Journal of Environmental Education*, 22(1), 13-18. doi:10.1080/00958964.1990.9943041
- Son, J. R. (2013, December 2). 2014 outlook: 패션, 독한 것들만 살아남는 시대 [2014 Outlook: Fashion]. *IBK Investment & Securities*. Retrieved December 1, 2015, from <http://www.ibks.com/index.do>
- Yoo, Y. S. (1996). A study on the women's clothing discard behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(1), 142-156.

Investigating Motivations and Barriers to Fashion Product Recycling

- Toward a Strategy for the Promotion of Public Participation -

Lee, Min Jung · Lee, Min Sun⁺

Lecturer, Dept. Apparel Design, Kunkuk University
Lecturer, Dept. Fashion Design, Dongduk Womens University⁺

Abstract

The present study aimed to first, investigate consumer perceptions of fashion product recycling in terms of their motivations, attitudes, barriers, and intentions, second, examine the differences in their perceptions of three different recycling methods (e.g., resell, reuse, and donation), and third, examine the effects of motivations and barriers on recycling attitudes and intentions. Data obtained from young consumers aged 20~39 were analyzed through SPSS 23.0; using Cronbach's *alpha* coefficients, paired sample t-tests, repeated measure ANOVA, and regression. Participants were found to have significantly different recycling motivations, attitudes, barriers, and intentions among three recycling methods. Overall, participants showed higher motivations and more favorable attitudes toward recycling through donation than resell and reuse. Economic/philanthropic and environmental motivations had significantly positive effects on consumer attitudes toward all of three recycling methods. Major barriers to three different methods of recycling fashion products were explored. The results revealed that consumers' lack of knowledge on how to use each recycling methods and perceived level of hassle significantly influenced their recycling intentions. This research is a necessary precursor to establish effective and organized recycling programs for fashion products. Public policy makers can use this baseline information to aid in the development of recycling programs, ultimately promoting consumers recycling behaviors. Based on the results, suggestions for future studies were discussed.

Key words : fashion product recycling, recycle motivations, recycle barriers, recycle attitude

