

친환경적 의복소비행동과 슬로우 패션에 관한 연구

한 성 희(인천대 겸임교수)

본 연구의 목적은 소비자의 의복소비행동과 슬로우 패션에 대한 소비자의 인식을 살펴보기 위해 실시되었다. 슬로우 패션(slow fashion)은 패스트 패션(fast fashion)에 반대되는 개념으로 유행을 쫓기 보다는 개성과 문화적 다양성을 존중하는 것으로 건강에 나쁜 영향을 미치지 않는 환경을 생각하는 윤리적인 의복소비를 의미한다. 윤리적인 의복소비는 생산자에게 공정한 임금을 지불한 윤리적인 의복을 구매하고 재활용이나 핸드메이드 등을 적극 활용하는 친환경적인 의복소비를 의미한다(이보은, 2008). 다시 말해 슬로우 패션 소비는 소비자들이 저렴하면서도 빠르게 바뀌는 유행을 즉각적으로 반영한 의복을 소비하는 것이 아니라 환경을 생각하는 의복소비행동을 추구하는 것이다. 이러한 소비행동은 의복 과다소비로 인해 발생하는 환경파괴와 악영향을 최소화하는 것을 가능하게 한다. 슬로우 패션에 대한 소비자의 인식과 의복구매 및 활용에 관한 연구는 친환경적인 의복소비에 필요한 다양한 소비자교육자료를 만드는 데 기초자료로 사용될 수 있을 것이다. 본 연구는 여성 환경연대의 사업인 ‘패스트 패션에 대한 소비자의식조사 및 자원순환 사회를 위한 슬로우 패션 캠페인’의 일환으로 실시된 설문조사(2008. 3. 3~11. 30) 자료를 바탕으로 수행되었다. 조사대상은 서울지역에 거주하는 13~30세 미만의 남녀 소비자이며 최종 500명을 대상으로 하였다. 자료 분석은 SPSS 12.0을 이용하였으며, 빈도분석, 카이검증(X^2), 분산분석, t-test를 사용하였다. 본 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 슬로우 패션에 대한 소비자의 구매의사를 알아보기 위해 슬로우 패션을 소개하고 간단히 설명한 후 조사한 결과, 전체 응답자의 83.4%가 슬로우 패션 구매에 대해 긍정적인 답변을 하였다. 슬로우 패션을 구매하지 않는 이유로는 ‘슬로우 패션 소비의 필요성을 인식하지 못해서’, ‘슬로우 패션을 접할 기회가 없어서’가 가장 많이 나타났다. 이러한 결과는 슬로우 패션에 대한 소비자의 구매의사가 높게 나타났지만 실제 구매행동으로 이어지기 위해서는 슬로우 패션의 필요성에 대한 홍보와 소비자교육이 뒷받침되어야 함을 시사하는 것이다. 둘째, 슬로우 패션 구매의사와 사회인구적 요인, 의복관련 요인, 친환경의식과의 관계를 분석한 결과, 슬로우 패션 구매의사는 성별과 연령에 따라 집단별로 유의한 차이를 보였다. 즉, 슬로우 패션 구매의사는 여성소비자, 그리고 20~25세 미만 연령층인 경우 보다 긍정적인 태도를 보였다. 그러나 의복관련 요인이나 친환경의식에 따라서는 슬로우 패션 구매의사에 대해 집단별 차이가 나타나지 않았다. 셋째, 슬로우 패션 구매의사에 따른 친환경적 의복구매행동과 의복활용 및 처분에 대해 분석한 결과, 슬로우 패션에 대한 구매의사가 있는 경우 친환경적인 구매행동을 보이며 의복활용 및 처분에 있어서도 수선 및 활용, 그리고 교환 및 재판매를 하는 것으로 나타났다. 이로써 슬로우 패션에 대한 구매의사는 친환경적인 구매행동과 의복활용 및 처분행동에 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 슬로우 패션에 대한 이해는 친환경적 의복구매행동을 가능하게 할뿐만 아니라 의복의 활용 및 처분에 있어서도 수선 및 활용행동을 높여 의복사용의 수명을 연장시킨다. 따라서 슬로우 패션을 추구하는 소비행동을 실천할 수 있도록 하는 슬로우 패션에 대한 홍보와 소비자교육이 활발히 전개되어야 할 것이다.