

녹색가게 이용자의 환경의식에 따른 녹색가게 이용 실태와 의복 태도에 관한 연구

Attitudes toward Clothing and Green Store Usage,
Followed by Green Store User's Consciousness of the Environment

경희대학교 의상학과
연구교수 석혜정
교수 김인숙

Dept. of Clothing and Textiles, Kyunghee Univ.

Research Professor : Seok, Hye Jung

Professor : Kim, In Suk

◀ 목 차 ▶

I. 서론
II. 이론적 배경
III. 연구 방법

IV. 결과
V. 결론 및 제언
참고문헌

< Abstract >

This study discusses the environmental awareness and the second-hand clothing usage of those consumers who actively purchase used clothing through a clothing swap at a used clothing market. The study used the questionnaire method, with the subjects being those with experience of buying second-hand clothing.

The findings were as follows.

1. The group of higher environmental awareness differed from the group with low environmental awareness in terms of donating or swapping clothing at a green store or in terms of discontinuing the wearing of used clothing bought from a green store.

2. The higher environmental awareness group valued fashion, status symbols and the alignment with others while the group with low environmental awareness valued comfort and economy more than those with the higher environmental awareness.

3. It was discovered that environmental awareness, education and income levels were interrelated.

주제어(Key Words): 녹색가게(Green Store), 환경의식(Environmental Awareness), 의복태도(Attitude towards Clothing), 의복 재사용(Use of Second-hand Clothing)

1. 서론

오늘날 고도의 경제 성장과 과학 기술의 발전은 생활의 편리함과 물질적인 풍요를 가져 온 동시에 환경 문제를 대두시켰다. 소비자는 환경문제의 직접적인 피해자인 동시에 가해자가 되었다. 이제는 환경문제가 인간 생활의 가장 심각한 문제 중의 하나로 인식되고 있다(이승신, 이해임, 류미현, 1993; 오연옥, 송말희, 한정화, 황경애, 1995; 박광희, 1998).

특히 의복은 대중매체에 의한 빠른 정보 전달로 인해 현대인은 계속해서 새로운 유행을 맞이하고 있고 의복의 수명은 더욱 짧아져, 가정내의 사장의복(가정 내에서 입지 않고 방치되고 있는 의복, 이하 사장의복으로 칭함)이 기하급수적으로 증가하고 있다.

사장 의복은 의생활 관리 측면에서 시간, 노력, 장소, 비용의 낭비를 가져온다. 사장 의복의 증가는 한 가정 또는 특정 계층에서만 국한되어 나타나는 현상이 아니고, 사회의 여러 계층에서 공통적으로 나타나는 현상이므로 이용 가능한 자원이 그대로 방치되고 있다는 점에서 보면 가정뿐만 아니라 사회, 국가의 경제적 차원에서도 중요한 문제이다(김병미, 이재명, 1997).

사장 의복의 일반적인 처리 방법은 쓰레기와 함께 매립하거나 헌옷 수집함에 분리수거하는 것이다. 그러나 두 방법 모두 문제점을 가지고 있다. 매립은 현재 생산되는 의복의 섬유 조성이 쉽게 분해되지 않는 합성섬유가 많기 때문에 토양 오염에 심각한 영향을 미치고, 헌옷 수집함에 분리수거하는 방법은 각 지역별 일부에서만 설치 운영되어, 섬유 소비량에 비해 재활용률은 극히 낮다(김병미, 이재명, 1997). 그러므로 사장 의복의 폐기에 대한 보다 합리적인 해결 방안이 간구되어야 할 것이다.

소비자가 가장 적극적으로 실행할 수 있는 자원 재활용이란 불용화된 것을 다시 사용하는 재사용이

라 할 수 있고, 특히 사장 의복의 재활용 행동 중 가장 중요한 것도 재사용이라 할 수 있다(노영래, 김시월, 2002). 재사용 방법은 중고 의류 판매점에서 중고 의류를 판매, 구매하는 방법을 제시할 수 있으나, 현실적으로 우리나라에서는 중고 의류 구매율은 극히 적다. 그 이유로는 우리나라의 중고 의류 시장은 초기 단계로, 중고의류판매점이 거의 없다는 것을 들 수 있다. 그러나 김병미와 이재명(1997)의 연구 결과에서 중고 의류 판매점에서 중고 의류를 판매나 교환하는 것에 대해 소비자들은 긍정적으로 생각하고 있고, 또한 중고 의류의 교환이나 증여에 대해 77.8%가 경제적 측면과 자원 재활용 측면에서 다른 사람이 입던 옷을 입겠다고 한 결과를 보면 중고 의류 시장에 대한 전망은 밝다고 할 수 있다.

지금까지 소비자의 의복 재활용 행동에 관한 연구는 소비자의 환경의식과 결부된 연구, 재활용의 포괄적인 인식에 관한 연구 등이 주류를 이루었다. 그러나 의복 재활용에 관련된 연구는 양적으로 적고, 실제 의류의 적극적인 재활용을 실천하는 소비자들을 대상으로 한 연구는 거의 없다.

그러므로 본 연구에서는 앞으로 사장 의복의 처리 방법으로 큰 역할을 차지할 것으로 예상되는 중고 의류 판매점에서 실제로 의류 교환을 통해 의복을 적극적으로 재사용하고 있는 소비자들의 환경의식과 그에 따른 녹색 가게 이용 실태, 의복 태도에 대해 연구하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 환경의식과 환경의식 소비자

환경의식에 대해 노영래와 김시월(2002)은 특정 제품이나 용역의 구매, 사용 및 처분시에 환경에 미치는 영향에 대하여 의식적이고 일관성 있는 관심

을 가지는 것이라고 하였다. 또한 최남숙(1994)은 환경의 질 향상을 위해 자원의 구매, 사용, 폐기 과정에서 환경 문제를 야기시키는 행동을 배제하고, 인류의 지속적인 번영을 꾀하려는 생각이라고 하였고, 권봉애와 강이주(1995)는 특정 제품이나 용역의 구매, 사용 및 처분이 환경에 미치는 영향에 대한 의식적이고 일관성 있는 관심을 가지는 것이라고 정의하였다.

Henion(1972)은 환경의식 소비자는 특정 제품이나 용역의 구매, 소유, 사용 및 처분시에 환경에 미치는 영향에 대하여 의식적이고 일관성 있는 관심을 자신의 가치, 태도, 의식 및 행동에 반영시키는 사람이라고 하였다. 또한 서정희(1986)는 환경 문제를 의식하는 소비자로서 재화와 용역을 구매, 사용, 처분하는 소비의 과정에서 사회와 환경에 미치는 해로운 영향을 인식하고, 개인의 욕구와 사회의 복지까지도 함께 고려하는 소비자라고 정의하였다.

한편 많은 연구자들에 의해 인구통계적 변인 중 환경 의식과 관련이 있는 변인을 찾기 위한 노력이 진행되었으나 연구자마다 다른 결과가 나타났다. 서정희(1986)는 교육 수준, 월평균 가계소득, 남편의 직업, 노채영(1991)은 여대생의 학년, 전공, 연령 및 사회 경제적 지위, 최남숙(1994)은 주부의 연령, 교육, 가계소득, 아파트 거주 여부, 이승신 외 2인(1993)은 환경 보전 능력, 홍기남(1992)은 주부의 교육 수준, 오연옥 외 3인(1995)은 거주 지역과 관계가 있다고 하였다.

2. 의생활과 환경의식

의복은 환경 문제와 관련된 소비자 행동에 관한 초기 연구에서는 흔히 연구 대상이 되지 않았다. 그러나 최근에는 전체 생활쓰레기 중 의복을 포함한 섬유류가 차지하는 비율이 높아지고, 쓰레기와 함께 매립했을 때 현재 생산되는 의복의 섬유 조성이 쉽게 분해되지 않는 합성섬유가 많아 토양 오염에 심각한 영향을 미침에 따라 의복 구매, 폐기와 같은 의생활 행동과 환경문제를 관련시켜 연구하고 있다.

Shim(1995)은 소비자의 환경태도와 쓰레기 재활

용 행동이 의복 처분 유형에 미치는 영향을 분석한 연구에서 소비자의 환경의식 태도가 쓰레기 재활용 행동보다는 소비자의 환경친화적인 의복 처분 유형에 더욱 강한 영향을 미친다고 하였다. 또한 여성들이 남성들보다 의복을 잘 버리지 않으며 여성이 더욱 환경친화적인 처분 유형을 선택한다고 하였다. 또한 나이가 많을수록 더 많이 기증하는 경향이 있다고 하였다.

박화순, 서영순(1998)은 소비자의 환경의식과 의생활 행동의 관련성에 대한 연구에서 환경의식 행동 요인 중 재활용과 분리수거 행동, 환경의식 및 환경 보호 실천 요인이 의생활 환경의식 행동에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구통계적 변인에 따라 환경의식 행동 및 의생활 환경 요인 중 구매 영역에서 학력에 따라, 관리 영역에서는 가계소득에 따라 유의한 차이가 있었다.

환경의식과 환경 보존에 대한 개괄적인 연구를 실시한 김용숙(1995)의 연구 결과에서는 소비자의 환경의식에 따른 구매 유형 및 실태에서 계획된 구매, 환경마크 상품 구매, 중고의류 구매에서 환경의식이 높은 집단과 낮은 집단간의 유의한 차이가 있었다. 또한 이춘희(1995)는 소비자의 환경문제에 대한 의식과 행동이 높은 집단일수록 의복 관리 행동에서 환경의식 수행 수준이 높다고 하였다.

그러나 김병미, 이재명(1997)의 연구 결과에서 밝힌 바와 같이 환경에 대한 인지도는 높으나 환경 보전을 위한 의생활 관리 지식은 낮은 편으로 실천은 인식한 만큼 수행하지 못하고 있다고 하였다. 그러므로 실제 의복 재사용을 실천하고 있는 소비자들을 대상으로 그들의 특성에 대한 연구가 이루어진다면 앞으로 사장 의복 처리 방안을 제시할 수 있을 것이다.

3. 녹색가게

녹색가게는 1991년 과천시생협 공동체가 시행한 환경교육 및 건강하고 안전한 먹을거리 보급을 위한 생협 활동이 발단이 되었다. 1992년 '자원재활용 캠페인'과 1994년 '중앙공원 알뜰장'의 정기적인 활동

을 중심으로 지역 주민의 참여 활동을 지속적으로 전개해 오다가 1996년 상실적인 재사용 문화 공간인 '알뜰 매장'을 개장하였다. 그 후 1997년 IMF 시기를 맞으며 알뜰 매장은 과천 및 수도권 등 주민들을 중심으로 한 생필품 재사용 공간으로 활성화되었다. 이후 과천의 녹색가게를 모델로 하여 서울 YMCA에서 전국의 녹색가게 운동으로 확대하여 현재는 서울 및 지방 64곳에서 운영되고 있다. 1년 거래량은 약 90만점 정도이다(www.greenshop.or.kr).

녹색가게는 지역 주민들의 참여를 통해 지구내 자원의 수명을 늘리는 자원 재사용 운동을 기반으로 지역의 녹색 소비 생활 양식을 정착시켜 지역 사회 공동체성 회복 및 자원 순환형 지역 사회 구현을 목적으로 하고 있다(www.greenshop.or.kr).

운영 방식은 사용하지 않는 물건을 가져온 소비자가 다른 물건으로 교환해 가는 교환 방식을 채택하고 있고, 지역에 따라서는 현금 구매도 가능하다.

소비자가 물품을 가져오면 자원 봉사자에 의해 교환가가 산정되고, 그 금액의 50%를 녹색카드에 적립시켜 주어 그 적립금으로 물품 구매가 가능하다. 대부분의 매장에서는 적립금을 사용하여 물품구매가 이루어지는 것을 권장하지만, 현금구매도 가능하다. 품목별 가격은 물품의 질에 따라 결정되는데 셔츠나 바지의 경우 500~1500원 정도이고, 재킷은 300~1000원 정도이다.

녹색가게에서 교환되는 물품은 의류, 도서류, 신발류, 가방류, 생활용품 등이고 이 중 의류가 80% 이상을 차지하고 있다.

녹색가게는 자원봉사자에 의해 이루어지고 지역마다 10~30명의 자원 봉사자가 있다. 운영 시간은 대부분 월요일부터 금요일 10시부터 4시까지이다.

녹색가게는 각 지역의 재활용 문화의 확산과 지역 주민 공동체 형성을 위한 지역 환경 센터로도 운영 중이다. 장소는 지역에 따라 YMCA회관, 구민체육센터, 복지관, 초등학교, 중학교, 대학교에 위치하고 있다.

III. 연구 방법

1. 연구 문제

본 연구의 목적은 의류의 재사용을 실천하고 있는 소비자 즉 녹색가게 이용자를 대상으로 환경의식에 따라 그들의 녹색가게 이용 실태, 의복 태도, 인구 통계적 특성의 차이에 대해서 조사한다. 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

1. 녹색가게 이용자의 환경의식에 따른 녹색가게 이용 실태의 차이가 있는지를 조사한다.
2. 녹색가게 이용자의 환경의식에 따른 의복 태도의 차이가 있는지를 조사한다.
3. 녹색가게 이용자의 환경의식에 따른 인구통계적인 변인간의 차이가 있는지를 조사한다.

2. 측정 도구

본 연구는 조사 방법으로 설문지법을 선택하였다. 설문지는 환경 의식, 녹색 가게 이용 실태, 의복 태도, 인구 통계적 특성으로 구성되어 있다. 환경의식에 관한 문항은 이춘희(1995), 박화순과 서영순(1998)의 연구를 토대로 13문항을 사용하였다. 5점 리커트형 척도를 사용하여 1점 '전혀 그렇지 않다', 5점 '매우 그렇다'로 측정하였다.

녹색 가게 이용 실태는 선행 연구(김병미, 이재명, 1997; 박광희, 1998)를 토대로 본 연구의 목적에 맞게 연구자가 수정하였다. 설문 문항은 녹색가게에서 의복 구입시 만족·불만족 이유, 녹색가게에 의류를 가져오는 이유, 녹색가게에서 구입한 의복을 사장시키는 이유, 만족도, 의복 착용기간, 구입 개수로 구성되었다. 이중 녹색가게에서 의복 구입시 만족, 불만족 이유, 녹색가게에 의류를 가져오는 이유, 녹색가게에서 구입한 의복을 사장시키는 이유의 문항은 복수 응답이 가능하도록 하였고, 만족도는 5점 리커트 척도를 사용하였다. 또한 의복 착용 기간과 구입 개수는 직접 적게 하였다.

의복 태도 문항은 박정혜와 이선재(2002), 박혜선과 김화순(1998)의 연구를 토대로 유행성, 신분 상징성, 경제성, 동조성, 편이성, 정숙성 차원으로 나누

어 각 차원당 4문항씩 총 24문항을 사용하였다. 5점 리커트형 척도를 사용하여 1점 '전혀 그렇지 않다', 5점 '매우 그렇다'로 측정하였다.

인구 통계 관련 변인은 성별, 연령, 결혼 여부, 직업, 소득, 교육을 조사하였다.

3. 조사 대상 및 자료 수집 및 분석

본 연구는 중고의류를 구매해 본 경험이 있는 사람을 대상으로 하였다.

현재 중고의류를 판매하는 대표적인 곳은 녹색가게, 아름다운 가게 등이 있다. 본 연구에서는 1991년도부터 활동하고 있는 녹색가게를 선정하여 이곳에 물건을 구입하러 온 소비자들 중 중고의류를 한번이라도 구입해 본 경험이 있는 사람들을 대상으로 편의 표본 추출법으로 설문조사하였다.

현재 녹색가게는 서울 및 지방에 64곳이 있는데, 그 중 서울 및 서울 근교 신도시에 위치하고 있으면서, 다른 녹색가게에 비해 운영이 활발히 이루어지고 있는 8개의 녹색가게(구로새터, 과천생협, 양천, 은평, 종로, 영통, 일산, 중동 녹색가게)를 조사 대상으로 선정하였다.

예비조사를 거쳐, 본 조사는 2003년 5월 9일부터 7월 7일 사이에 실시하였다. 자료 수집은 녹색가게의 종사자와 자원봉사자들이 근무시간에 구매자에게 배부하여 설문을 작성하게 하였다. 설문지는 총 343부 중 응답이 불충분한 39부를 제외하고 284부를 분석하였다. 자료 분석은 Spss win 10.0 프로그램을 사용하여 기술통계분석, 요인분석, 군집분석, 일원분산분석, t-test, 교차분석 등을 행하였다.

IV. 결 과

1. 녹색가게 이용자의 인구 통계적 특성

녹색가게 이용자의 인구 통계적 특성을 조사하였다(표 1). 성별은 여성(93.7%)이 남성(6.3%)에 비해 압도적으로 많았고, 결혼 여부는 기혼(89.1%)이 대부분이었다. 연령대는 40~49세(40.1%)가 가장 많았

〈표 1〉 조사 대상자의 일반적인 특성 n=284명

일반적인 특성		빈도(백분율)
성 별	여 성	266(93.7%)
	남 성	18(6.3%)
결혼 여부	미 혼	31(10.9%)
	기 혼	253(89.1%)
연 령	20~29세	19(6.7%)
	30~39세	90(31.7%)
	40~49세	114(40.1%)
	50세 이상	61(21.5%)
수 입	100만원 미만	26(9.6%)
	100~200만원	75(27.7%)
	200~400만원	111(41.0%)
	400만원 이상	59(21.8%)
교 육	중졸 이하	14(5.1%)
	고 졸	102(36.8%)
	대 졸	139(50.2%)
	대학원졸 이상	22(7.9%)
직 업	생 산 직	4(1.4%)
	전 문 직	25(8.8%)
	사 무 직	12(4.2%)
	판 매 직	7(2.5%)
	교 육 직	8(2.8%)
	전업주부	188(66.2%)
	학 생	5(1.8%)
	기 타	35(12.3%)

고, 30~39세(31.7%), 50세 이상(21.5%), 20~29세(6.7%) 순으로 중년층 이상에서 녹색가게 이용을 선호하였다.

월수입은 200~400만원(41.0%)인 응답자가 가장 많았고, 100~200만원(27.7%), 400만원 이상(21.8%), 100만원 이하(9.6%) 순이었다. 통계청에서 발표한 도시 근로자 소득이 2002년 218만원 정도임을 감안할 때 소득이 200만원 이상이 61.8%, 이하가 37.3%로 분류되어 저소득층 보다 중산층 이상이 녹색가게를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 교육 정도는 대졸이 50.2%로 가장 많았고, 고졸(36.8%), 대학원졸 이상(7.9%) 순으로 대졸 이상의 고학력자의 비율이 높았다.

직업은 전업 주부(66.2%)가 월등히 많았는데 이는 녹색가게가 주택가 주변에 위치하는 경우가 많았고, 운영 시간이 대부분 오전 10시부터 오후 4시

까지로 낮 시간이었고, 토요일, 일요일은 휴무이므로 직장을 가진 근로자는 방문하기 힘든 시간대를 운영 시간으로 이용하고 있기 때문이라고 생각된다.

녹색가게의 주요 이용자는 30, 40대의 기혼 여성으로 수입은 200~400만원 정도이고, 대부분 고졸 이상의 학력을 가지고 있었다.

2. 녹색가게 이용자의 환경의식

녹색가게 이용자의 환경의식의 특징을 파악하고, 녹색가게 이용 실태와 의복 태도를 비교하기 위해 군집분석을 실시하였다. 군집분석에 사용된 독립변수는 환경의식 문항(표 2)을 사용하여 13항목에 대한 5점 리커트 척도 점수를 이용하였다. 환경의식 측정값의 가능한 점수범위는 13점에서 75점이고, 실

〈표 2〉 환경의식 문항

환경의식 문항
1. 정부나 소비자단체에서 환경기금을 모금하면 적극 참여한다.
2. 주변에 환경을 오염시키는 공장이 있다면 반상회를 통하여 고발한다.
3. 쓰레기 종량제 실시에 따라 종류별로 분리수거 한다.
4. 환경문제에 관한 신문이나 TV프로그램을 본 후 내용을 주위에 알려준다.
5. 야외에서 생긴 쓰레기는 되 가져온다.
6. 물건 구입시 비닐봉지나 쇼핑백 개수를 되도록 줄인다.
7. 가격이 조금 비싸더라도 환경을 덜 오염시키는 상품을 사용해야 한다.
8. 가전제품은 수명이 다 할 때까지 수리해서 사용한다.
9. 학교에서는 환경보전에 관한 내용까지 학생들에게 가르칠 필요는 없다.(*).
10. 가정에서는 자녀들에게 소비행동이 환경에 미치는 영향을 가르칠 필요는 없다.(*).
11. 소비자는 상품 선택 및 구매시 환경에 미치는 영향을 고려해야 한다.
12. 환경오염이 나에게 '당장은' 직접적인 피해를 주지 않더라도 관심을 가져야 한다.
13. 일회용품은 편리하기 때문에 사서 이용한다.(*).

(*). 문항은 역으로 환산함.

〈표 3〉 각 군집별 환경의식 점수와 점수 범위의 차이

환경의식	유형	유형1 (110명)	유형 2 (111명)	유형 3 (63명)	F-value
환경의식 점수		56.79 a	50.16 b	42.94 c	632.72***
환경의식 점수 범위		54~65	47~53	31~46	

***: $p \leq 0.001$, 알파벳(a>b>c): Duncan-test, $p \leq 0.05$ 수준

제 점수범위는 31점에서 65점이었다. 측정도구의 신뢰도는 0.76이었다.

군집 분석 방법은 유사성 척도로는 유클리드 거리 측정 방법을 사용하였고, 군집의 방법은 Ward의 최소분산방법을 사용하였다. 군집 수의 결정은 미리 군집의 수를 3~5개로 지정하여 각각 인원수의 분포 상태와 각각의 군집의 특징을 살펴보고 결정하였다. 위의 과정을 통해 3개의 군집으로 나누는 것이 가장 합당하다고 판단되었다. 각 유형의 특징을 살펴보기 위해 환경 의식 점수의 일원분산분석과 다중비교 방법으로 Duncan-test를 실시한 결과 세 유형이 환경 의식 점수가 높은 집단, 보통인 집단, 낮은 집단으로 분류되었다. 그 중 환경의식이 가장 낮은 집단과 가장 높은 집단을 분석에 사용하였다. 〈표 3〉은 각 군집별 환경의식 평균 점수와 점수 범위이다.

3. 환경의식에 따른 녹색가게 이용 실태 비교

환경의식에 따라 녹색가게 이용 실태가 차이가 있는지를 알아보았다.

녹색가게에서 의복 구입시 만족 이유를 비교하였다. 두 집단 모두, '가격이 매우 싸다', '환경 문제에 도움을 줄 것 같다', '쇼핑을 많이 할 수 있어 좋다'의 순으로 나타나, 두 집단 모두 비슷한 이유로 만족하고 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 환경의식이 높은 집단이 '환경 문제에 도움을 줄 것 같다'라고 대답한 응답률이 63.4%로 환경 의식이 낮은 집단 40.7%에 비해 높았다.

불만족하는 이유에 대해서는 두 집단 모두 '행동에 뒤떨어진다'는 이유가 가장 높은 비율을 차지했

<표 4> 녹색가게에서 의복 구입시 만족 이유 비교
(복수 응답 가능)

만족 이유	환경의식이 높은 집단		환경의식이 낮은 집단	
	빈도(명)	백분율(%)	빈도(명)	백분율(%)
가격이 매우 싸다	80	79.2	39	72.2
환경 문제에 도움을 줄 것 같다	64	63.4	22	40.7
쇼핑을 많이 할 수 있어 좋다	19	18.8	10	18.5
쉽게 개조할 수 있다	11	10.9	5	9.3
낡은 느낌이 좋다	7	6.9	0	0
기 타	3	3.0	2	3.7
Total	184	182.2	78	144.4

<표 5> 녹색가게에서 의복 구입시 불만족 이유 비교
(복수 응답 가능)

만족 이유	환경의식이 높은 집단		환경의식이 낮은 집단	
	빈도(명)	백분율(%)	빈도(명)	백분율(%)
유행에 뒤떨어진다	45	57.0	22	56.4
너무 낡았다	25	31.6	10	25.6
세탁상태가 좋지 않다	20	25.3	13	33.3
치수가 맞지 않다	15	19.0	6	15.4
소재가 좋지 않다	6	7.6	0	0.0
기 타	0	0.0	1	2.6
Total	111	140.5	52	133.3

다. 그 다음으로는 환경의식이 높은 집단은 '너무 낡았다', '세탁 상태가 좋지 않다', '치수가 맞지 않다' 순으로 나타났고, 환경의식이 낮은 집단은 '세탁 상태가 좋지 않다', '너무 낡았다', '치수가 맞지 않다' 순으로 나타났다.

녹색 가게에 의복의 교환이나 기증을 위해 가져온 이유에 대해서는 두 집단 모두 '다른 사람이 유용하게 쓸 수 있을 것 같아서'가 가장 높아 같은 결과를 가져 왔으나 비율은 차이가 있었다. 환경 의식이 높은 집단은 84.5%인 반면에 환경의식이 낮은 집단은 56.9%였다. 또한 두 번째 이유도 집단간 큰 차이가 나타나 환경의식이 높은 집단은 '환경오염을 줄일 수 있어서'가 52.4%, '교환을 할 수 있으

<표 6> 녹색 가게에 의류를 가져 온 이유 비교
(복수 응답 가능)

판매를 위해 가져 온 이유	환경의식이 높은 집단		환경의식이 낮은 집단	
	빈도(명)	백분율(%)	빈도(명)	백분율(%)
다른 사람이 유용하게 쓸 수 있을 것 같아서	87	84.5	29	56.9
환경오염을 줄일 수 있어서	54	52.4	7	7.8
교환을 할 수 있으므로	53	51.5	27	52.9
폐기처분을 할 수 있어서	8	7.8	4	7.8
보상을 받을 수 있어서	7	6.8	6	11.8
기 타	2	1.9	2	3.9
Total	211	204.9	75	147.1

로'가 51.5%인 반면, 환경의식이 낮은 집단은 '교환을 할 수 있으므로'가 52.9%로 높지만, '환경오염을 줄일 수 있으므로'는 7.8%로 극히 적은 수의 사람이 응답했다(표 6).

녹색가게에서 구입한 의복을 더 이상 착용하지 않는 이유에 대해 두 집단이 다른 결과를 보였다. 환경의식이 높은 집단은 유행에 뒤져서(38.7%), 낡아서(31.2%), 사이즈가 맞지 않아서(21.5%), 너무 오래 입어 싫증이 나서(18.3%) 순이었지만, 환경의식이 낮은 집단은 사이즈가 맞지 않아서(37.5%), 낡아서(35.7%), 너무 오래 입어 싫증이 나서(23.2%), 유행에 뒤져서(19.6%) 순으로 나타났다. 선행 연구와 비교해 보면 의복을 더 이상 착용하지 않는 이유에 대해 김병미, 이재명(1997)의 연구에서는 체형 변화 등으로 치수가 맞지 않아서, 오래 입어 낡아서, 디자인 색상 등이 마음에 들지 않아서 순으로 본 연구의 환경의식이 낮은 집단의 결과와 비슷하였다. 김용덕(1995)의 연구에서는 의복을 더 이상 착용하지 않는 이유에 대해 환경의식이 높은 집단은 치수가 맞지 않아서, 환경의식이 낮은 집단은 심리적인 이유를 들어 본 연구 결과와는 다른 결과를 보였다.

녹색가게에서 의복 구입 후 만족도, 녹색가게에서 구입한 의복의 착용 기간, 녹색가게에서 한달 동안

〈표 7〉 녹색가게에서 구입한 의복을 사장시키는 이유 비교
(복수 응답 가능)

사장 이유	환경의식이 높은 집단		환경의식이 낮은 집단	
	빈도(명)	백분율(%)	빈도(명)	백분율(%)
유행에 뒤져서	36	38.7	11	19.6
낡아서	29	31.2	20	35.7
사이즈가 맞지 않아서	20	21.5	21	37.5
너무 오래 입어 싫증나서	17	18.3	13	23.2
기 타	3	3.2	2	3.6
Total	105	112.9	67	119.6

〈표 8〉 만족도, 의복착용 기간 및 구입 개수 비교

변 인	환경의식이 높은 집단	환경의식이 낮은 집단	t-value
만족도	3.90	3.80	0.88
녹색가게에서 구입한 의복착용기간	11.63	7.71	2.96**
녹색가게에서 한달 의복 구입 개수	6.20	5.03	1.27

** : $p \leq 0.01$

구입하는 의복의 개수가 차이가 있는지를 살펴보았으나 녹색가게에서 구입한 의복의 착용 기간만이 집단간 유의한 차이가 있었다. 녹색가게에서 의복 구입 후 만족도는 두 집단 모두 만족하는 것으로 나타났고, 녹색가게에서 구입한 의복의 착용 기간은 환경의식이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 3.92개월 더 착용하는 것으로 나타났다.

3. 녹색가게 이용자의 의복 태도

선행연구(김인숙, 석혜정, 2004)에서 의류 재활용을 실천하고 있는 녹색가게 이용자의 의류 태도를 파악하기 위해서 요인 분석을 실시한 결과 5개의 요인이 추출되었고, 요인 1은 유행·신분상징성, 요인 2는 정숙성, 요인 3은 편안성, 요인 4는 동조성, 요인 5는 경제성 요인으로 분석되었다.

환경의식에 따라 의복태도의 차이가 있는지를 알아보았다(표 9). 모든 요인에서 집단간 유의한 차이

〈표 9〉 환경의식에 따른 의복 태도의 차이

변 인	환경의식이 높은 집단	환경의식이 낮은 집단	t-value
요인 1 (유행·신분상징성)	2.03	2.48	-4.49***
요인 2 (정숙성)	3.44	3.12	2.93**
요인 3 (편안성)	4.07	3.49	6.36***
요인 4 (동조성)	2.27	2.68	-3.90***
요인 5 (경제성)	3.98	3.42	6.11***

** : $p \leq 0.01$, *** : $p \leq 0.001$

가 있었다. 환경의식이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 정숙성, 편안성, 경제성요인의 점수가 높았고, 환경의식이 낮은 집단은 유행·신분상징성, 동조성요인의 점수가 높았다. 이는 노정구(1995)의 연구 결과 녹색소비자는 패션의식이 낮고, 박성연의 연구(1998)에서도 환경친화성 집단은 환경무관심 집단에 비해 의복의 패션지향성이 낮고, 패션에 대해 부정적으로 생각하는 성향을 가지고 있다는 결과와 같은 결과이다.

4. 환경의식에 따른 녹색가게 이용자의 인구 통계적 변인 비교

환경의식과 인구통계적인 변인 중 연령, 교육수준, 소득 간의 연관성을 파악하기 위해 교차분석을 실시한 결과 세 변인 모두 유의수준 0.05에서 연관성이 있는 것으로 나타났다.

연령은 환경의식이 높은 집단은 40~49세, 50세 이상이 기대값에 비해 측정값이 높고, 환경의식이 낮은 집단은 20~29세, 30~39세가 기대값에 비해 측정값이 높았다. 이는 연령이 소비자의 환경의식과 관련이 있다고 한 박운아, 이기춘(1995), 장경혜, 박재욱(1997), 이승신, 이혜임, 류미현(1993)의 연구와는 같은 결과를 보였으나, 유의한 차이가 나타나지 않은 서정희(1991), 노남숙(1993), 박운아(1995)의 연구와는 다른 결과를 보였다.

교육 수준은 환경의식이 높은 집단이 대졸, 대학원졸이 기대값에 비해 측정값이 높지만, 환경의식이 낮은 집단은 중졸, 고졸이 기대값에 비해 측정값이

<표 10> 환경의식에 따른 녹색가게 이용자의 인구 통계적 변인 비교

(명, %)

연 령	20-29세	30-39세	40-49세	50세 이상	Total	χ^2 -value
환경의식이 높은 집단	3.00	30.00	52.00	25.00	110.00	10.62*
환경의식이 낮은 집단	6.99	34.34	45.78	22.89	110.00	
Total	8.00	24.00	20.00	11.00	63.00	
Total	4.01	19.66	26.22	13.11	63.00	
교육 수준	중 졸	고 졸	대 졸	대학원졸 이상	Total	χ^2 -value
환경의식이 높은 집단	4.00	30.00	64.00	9.00	107.00	8.83*
환경의식이 낮은 집단	5.66	37.14	57.28	6.92	107.00	
Total	5.00	29.00	27.00	2.00	63.00	
Total	3.34	21.86	33.72	4.08	63.00	
소득	100만원 이하	100-200만원	200-400만원	400만원 이상	Total	χ^2 -value
환경의식이 높은 집단	12.00	25.00	42.00	28.00	107.00	8.83*
환경의식이 낮은 집단	9.55	31.21	43.31	22.93	107.00	
Total	3.00	24.00	26.00	8.00	61.00	
Total	5.45	17.79	24.69	13.07	61.00	
Total	15.00	49.00	68.00	36.00	168.00	
Total	15.00	49.00	68.00	36.00	168.00	

한 셀 안의 숫자는 차례로 - 측정값, 기대값 *: $p \leq 0.05$

높았다. 이는 학력이 소비자의 환경의식과 관련이 있다고 한 서정희(1986), 장경혜, 박재욱(1997)과는 같은 결과를 보였으나, 교육수준과 소비자의 환경의식과는 관계가 없다고 한 박운아, 이기춘(1995), 박화순, 서영순(1998), 최남숙(1994)의 연구와는 차이를 보였다.

소득은 환경의식이 높은 집단은 100만원 이하, 400만원 이상이 기대값에 비해 측정값이 높지만, 환경의식이 낮은 집단은 100만원~200만원, 200만원~400만원이 기대값에 비해 측정값이 높았다. 이는 소득이 소비자의 환경의식과 관련이 있다고 한 박운아, 이기춘(1995), 서정희(1986), 이승신(1993), 장경혜(1996)과는 같은 결과를 보였으나 소득이 환경의식과는 관계가 없다고 한 박운아, 이기춘(1997), 박화순과 서영순(1998)의 연구와는 차이를 보였다. 선행연구에서 소득의 많고, 적음과 환경 친화적인 행동에 관한 연관성에 대해서는 다양한 결과가 있

었다. 서정희(1986), 이승신(1993)은 소득이 높을수록 보다 환경친화적인 행동을 한다고 하였고, Constantini & Hnaf(1972)는 저소득층이 보다 환경친화적인 행동을 한다고 하였다.

이와 같이 고소득층과 저소득층이 중산층에 비해 환경친화적인 행동을 하는 이유에 대해 박운아와 이기춘(1997)은 환경친화적 소비자행동이 경제적인 측면에서 볼 때 비용 절약적인 측면과 추가비용이라는 2가지 차원을 복합적으로 가지고 있기 때문인 것으로 간주하였다. 즉 저소득층은 비용 절약을 위하여 환경친화적으로 행동하고, 고소득층은 환경친화적 소비자 행동을 실천에 옮길 수 있는 경제 능력을 갖추었기 때문이라고 하였다. 본 연구에서도 환경의식이 높은 집단은 중산층에 비해 저소득층과 고소득층이 많은 것으로 나타나, 박운아와 이기춘(1997)의 연구와 같은 결과가 나타났다.

본 연구에서는 녹색가게를 이용하는 소비자를 환

경 의식에 따른 인구통계적 특성을 살펴본 결과 뚜렷한 차이가 있었다. 환경 의식이 높은 집단은 연령은 40대 이상, 교육 수준은 대졸, 대학원졸, 소득은 100만원 이하의 저소득층이거나 400만원 이상의 고소득층이 많았다. 이에 비해 환경 의식이 낮은 집단은 연령은 20대, 30대의 젊은층이었고, 교육 수준은 중졸, 고졸, 소득은 100만원~399만원의 중산층이 많이 속해 있었다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 중고의류판매점에서 실제로 의류 교환을 통해 의복을 적극적으로 재사용하고 있는 소비자들의 환경의식과 그에 따른 의복 재사용 실태에 대해 연구하고자 하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

1. 녹색가게의 주요 이용자는 30, 40대의 기혼 여성으로 수입은 200~400만원 정도이고, 고졸 이상의 학력을 가지고 있었다.

2. 환경의식이 높은 집단과 낮은 집단간에 녹색가게 이용 실태를 비교한 결과 녹색가게에 의복 교환이나 기증을 위해 가져 온 이유, 녹색가게에서 구입한 의복을 더 이상 착용하지 않는 이유, 녹색가게에서 구입한 의복 착용 기간은 차이가 있었다. 즉 환경의식이 높은 집단은 환경의식이 낮은 집단에 비해 환경오염을 줄이기 위해 녹색가게에 의복 교환이나 기증을 위해 가져오는 것으로 나타났고, 유행 때문에 녹색가게에서 구입한 의복을 더 이상 착용하지 않는 것으로 나타났으나, 환경의식이 낮은 집단은 녹색가게에 의류를 가져온 이유 중 환경의 이유 보다는 교환이나 보상에 관한 이유가 많았고, 사이즈 문제로 녹색가게에서 구입한 의복을 더 이상 착용하지 않는 것으로 나타났다. 또한 녹색가게에서 구입한 의복 착용 기간은 환경의식이 높은 집단이 더 길었다. 그러나 녹색가게에서 구입시 만족 이유, 불만족 이유, 만족도, 녹색가게에서 한달 의복 구입 개수는 차이가 없었다. 특히 구매 후 만족도는 두 집단 모두 높았다.

3. 환경의식이 높은 집단과 낮은 집단 간의 의복

태도를 비교한 결과 차이가 있었다. 환경의식이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 정숙성, 편안성, 경제성을 중요시 여기고, 환경의식이 낮은 집단은 유행·신분상징성, 동조성을 중요시 여겼다.

4. 환경의식과 인구 통계적 변인 연령, 교육수준, 소득 간에는 관련성이 있는 것으로 나타났다. 환경의식이 높은 집단은 연령은 40대 이상, 교육 수준은 대졸, 대학원졸, 소득은 100만원 이하의 저소득층이거나 400만원 이상의 고소득층이 많았다. 이에 비해 환경 의식이 낮은 집단은 연령은 20대, 30대의 젊은층이었고, 교육 수준은 중졸, 고졸, 소득은 100만원~399만원의 중산층이 많이 속해 있었다.

중고의류판매점에서 실제로 의류 교환을 통해 의복을 적극적으로 재사용하고 있는 소비자들을 환경의식이 높은 집단과 낮은 집단으로 나누어 녹색가게 이용 실태, 의복태도, 인구 통계적 변인을 살펴본 결과 두 집단 간 뚜렷한 차이가 있었다.

의복을 적극적으로 재사용하고 있는 소비자들 중 환경의식이 높은 집단은 녹색가게에서 의복을 재사용할 때 환경이나 다른 이웃에 대한 관심이 많고, 유행보다는 편안하고, 실용적이며, 디자인보다는 가격과 품질을 우선시 여기며, 연령은 40대 이상이고, 교육수준은 대졸 이상으로 높고, 월 소득은 100만원 이하의 저소득층과 400만 이상의 고소득층이 많았다.

이에 비해 의복을 적극적으로 재사용하고 있는 소비자들 중 환경의식이 낮은 집단은 의복을 재사용할 때 경제적인 면을 크게 고려하고, 의복 착용시 유행에 민감하고, 주위 사람들이 입는 옷에 관심이 많으며, 또한 다른 사람을 따라 입는 것을 좋아하고, 연령은 20~30대, 교육수준은 중, 고졸 정도이고, 월 소득은 200만원~399만원 정도의 중산층이 많았다.

그러나 환경 의식이 높은 집단과 낮은 집단 모두 한달 동안 녹색가게에서 구입하는 의복의 개수가 집단간 차이가 없이 비슷한 구매 욕구를 보였고, 또한 녹색가게에서 의복을 구입한 후의 만족도도 집단간 차이가 없을 뿐만 아니라 두 집단 모두 높은 만족도를 보여, 두 집단 모두 녹색가게에서 중고의류를 교환하는 것에 만족하는 것으로 나타났다. 환경의식이 높고, 낮음에 관계없이 의복 재활용에 관

심이 있으며 이에 대해 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 파악되었다. 그러므로 소비자들에게 중고 의류 교환에 대한 홍보를 할 때 환경 의식이나 환경 문제와 더불어 경제적인 측면도 함께 홍보한다면 더욱 다양하고 많은 소비자들을 창출할 수 있을 것이다. 또한 물품교환시장이나 중고 의류 판매소의 수를 늘리고, T.V나 신문 등 주부들이 쉽게 접할 수 있는 대중 매체를 이용하여 적극적으로 홍보한다면 소비자들을 더욱 확대시킬 수 있을 것이다.

환경의식이 높은 집단과 낮은 집단의 소비자들의 특징은 뚜렷하였기 때문에 이들 각각에 맞는 마케팅 방안을 마련한다면 구매가 더욱 활성화할 것이다. 즉 환경이 높은 집단에게는 경제적 측면뿐만 아니라 환경적 측면을 강조하고, 더불어 의복의 기증이나 교환을 위해 의복을 가져 왔을 때 의복을 꼼꼼히 살펴 유행이 너무 지났거나, 품질이 떨어지는 의복은 받지 않아 의복의 질을 좀 더 향상시켜야 할 것이다. 환경의식이 낮은 집단은 경제적인 측면을 부각시키면서, 중고의류판매점 내에 수선센터를 두어 소비자들에게 맞는 치수로 수선해 주거나, 의복을 리폼을 해 주는 등 소비자들의 만족도를 높여야 할 것이다. 또한 모든 소비자들을 위해 매장의 분위기를 좀더 고급화시키고, 디스플레이 등에 신경을 써 좀 더 자연스럽게 교환할 수 있는 여건과 분위기를 만든다면 더욱 많은 소비자들을 창출시킬 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점은 서울 및 서울 근교 신도시의 녹색가게를 이용하는 소비자를 대상으로 그들의 환경의식에 따른 차이점을 연구하였기 때문에 연구 결과를 확대 해석하는 것은 신중을 기해야 할 것이다.

감사의 글

연구에 큰 도움을 주신 녹색가게 관계자분들께 깊은 감사를 드립니다.

■ 참고문헌

- 권봉애, 강이주(1995). 아동의 환경의식과 처분 행동에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 13(2), 35-67.
- 김병미, 이재명(1997). 착용하지 않는 의복의 처리 실태에 관한 조사 -환경 보전을 중심으로-. 대한가정학회지, 35(2), 21-32.
- 김시월, 이영숙, 이혜임, 권오정, 이진영(1998). 소비 생활과 재활용(1) -의생활을 중심으로-. 대한가정학회지, 36(9), 107-125.
- 김용덕(1995). 소비자의 환경의식에 따른 의복 구매 행동 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 김용숙(1995). 의류 전제품 전과정 관계자의 환경의식과 환경 보존 행동. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 김용숙, 신상옥(1998). 주부들의 환경 보전을 위한 의생활 행동. 복식, 39, 271-281.
- 김인숙, 석혜정(2004). 녹색가게 이용자의 의복 재사용 실태와 의복 태도에 관한 연구. 한국의류학회지, 28(8), 1088-1099.
- 노남숙(1993). 환경 관리 지식 인지도와 환경 관리 행동. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 노영래, 김시월(2002). 소비자의 환경의식, 재활용의식과 재활용행동에 관한 연구 -미혼취업여성의 사장의복을 중심으로-. 대한가정학회지, 40(1), 165-178.
- 노정구(1996). 녹색 소비자의 특성 분석을 위한 실증적 연구. 소비자학연구, 8, 77-102.
- 녹색가게. 자료 검색일 2004.2.12, 자료 출처 <http://www.greenshop.or.kr>.
- 도시 근로자 연평균 소득. 통계청. 자료검색일 2003. 7. 27, 자료출처 <http://www.nso.go.kr>.
- 박광희(1998). 의복 처분 행동에 관한 연구 -환경보존적 태도, 행동, 정보 접촉 및 인구통계학적 특성과의 관련성을 중심으로-. 대한가정학회지, 36(5), 47-58.
- 박성연(1998). 체계적 분석의 틀을 이용한 한국 녹색 소비자들의 라이프 스타일 특성에 관한 연구. 생산성논집, 12(3), 281-301.

- 박운아, 이기춘(1995). 환경의식적 소비자 행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 33(4), 199-212.
- _____ (1997). 소비자의 환경친화적 행동과 관련 요인 분석. *대한가정학회지*, 35(5), 221-238.
- 박정혜, 이선재(2002). 추구 의복 이미지와 의복 태도에 따른 색조 화장품 선호도 연구. *복식*, 52(7), 87-102.
- 박혜선, 김하순(1998). 의복 태도 유형에 관한 연구. *한국의류학회지*, 22(2), 279-289.
- 박화순, 서영숙(1998). 소비자의 환경의식과 의생활 행동과의 관련성. *대한가정학회지*, 36(10), 79-88.
- 서정희(1986). 환경 문제 측면에서 본 소비자 행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 안창희, 정순희(2004). 환경상품 구매자와 비구매자의 특성 비교 분석. *한국가정관리학회지*, 22(19), 55-64.
- 오연옥, 송말희, 한정화, 황경애(1995). 환경보전에 관한 인지와 관리 행동. *대한가정학회지*, 33(1), 45-60.
- 이승신, 이혜임, 류미현(1993). 환경보전을 위한 소비자의 능력. *소비자학연구*, 4(2), 73-96.
- 이춘희(1995). 소비자의 환경문제와 관련된 의복 관리 행동과 의류 자원 재활용 실태에 관한 조사 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 장경혜(1996). 사회책임적 의류 처분행동에 관한 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 재활용 용어 사전. 자료검색일 2003. 5. 27, 자료 출처 <http://www.rme.go.kr>.
- 최남숙(1994). 서울시 주부들의 환경교육과 환경보전 행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍기남(1992). 생활 환경 문제에 관한 소비자 의식과 행동에 관한 연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- Contantini, E., & K. Hanf (1972). Environmental Concern at Lake Tahoe; A Study of Elite Perceptions, Backgrounds and Attitudes. *Environment and Behavior*, 4, 209-242.
- Henion, Karl E. (1972). The Effect of Ecologically Relevant Information on Detergent Sales. *Journal of Marketing Research*, 9, 10-14.
- Shim, S. (1995). Environmentalism and Consumer: Clothing Disposition Patterns. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 38-48.
- (2004년 12월 14일 접수, 2005년 4월 25일 채택)