

중고등학생의 업사이클링 인지와 업사이클 패션제품 구매행동에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심

박자명* · 신혜원**1)

동국대학교-서울 교육대학원 가정교육전공* · 동국대학교-서울 가정교육과**

Environmental consciousness, clothing recycling behavior and interest in fashion by awareness of upcycling and purchasing behavior for upcycled fashion products of middle & high school students

Park, Ja-Myung* · Shin, Hye Won**1)

Graduate School of Education, Dongguk Univ-Seoul* · Dept of Home Economics Edu., Dongguk Univ-Seoul**

Abstract

Purchasing behavior for upcycled fashion products was examined along with analysis on environment consciousness, clothing recycling behavior, interest in fashion and awareness of upcycling. Students from middle schools, general high schools and design high schools participated in this research from August to September in 2013. 732 questionnaires were analyzed by SPSS WIN. Firstly the levels of environmental consciousness, clothing recycling behavior and interest in fashion of students were high, low and mediate respectively. Female students showed higher environmental consciousness compared to male ones and clothing recycling behavior were found to be higher in students of design high schools than those of general ones. The level of interest in fashion was found to be higher in students of general high school than those of middle school, and this was higher in design high school students than those of general ones. Secondly, more than half of students were unaware of upcycling. Female students and students of design high schools were highly aware of upcycling. Students who were aware of upcycling showed high level of environmental consciousness, clothing recycling behaviour and interest in fashion. Thirdly, students had low experiences in purchasing upcycled fashion products and the reason was lack of awareness of upcycling. The reason that students purchased upcycled fashion products was the uniqueness and design. Students who purchased upcycled fashion products showed high environmental consciousness, clothing recycling behaviour, and interest in fashion.

1) 교신저자: Shin, Hye Won, Dongguk Univ-Seoul, Pil-dong, Jung-gu, Seoul, Korea
Tel: 02-2260-3415, E-mail: hws@dongguk.edu

Key words: 업사이클링(upcycling), 구매행동(purchasing behavior), 환경의식(environmental consciousness), 의복재활용 행동(clothing recycling behavior), 패션관심(interest in fashion)

I. 서론

의류제품은 소비자가 더 이상 착용하지 않을 때 재사용, 재활용, 또는 매립이나 소각되는데 의류폐기물을 줄이기 위해서는 가능한 매립이나 소각되는 의복의 양을 줄이고 재사용과 재활용을 늘여야 한다. 우리나라의 경우 소비자의 인지부족과 정책의 미비로 섬유제품의 회수가 제대로 이루어지지 않아 재활용되는 섬유제품은 극히 적은 양이며 섬유소비량에 비해 실제 재활용량은 매우 낮은 상황이다(Waste Recycling for Environment & Resource Conservation, 2009).

일반적으로 재활용은 다운사이클과 업사이클로 분류되는데, 대부분의 재활용은 다운사이클에 해당한다. 다운사이클은 재활용으로 생산된 제품이 본래의 제품보다 더 낮은 가치를 갖는 것으로 이는 쓰레기가 되는 시간을 연장해 주는 것 이외엔 환경문제의 근본적인 해결책이 될 수 없다. 다 쓴 페트병을 모아 재생플라스틱을 제조하거나, 늘어난 티셔츠를 걸레로 활용하는 것이 다운사이클의 예이다(“재활용보다 푸른 재활용”, 2011).

업사이클은 Oxford dictionary(2014)에 의하면 Up과 Recycle의 합성어로 버려진 자원이나 쓸모없는 제품을 더 좋은 품질의 제품으로 만드는 것이다. 최근에는 자원을 절약하고 환경오염을 덜 일으키고자 재사용이나 재활용에 대한 관심이 증가하면서 버려지는 것에 디자인 또는 활용도를 더하여 가치를 높인 제품으로 재탄생시키는 업사이클링이 주목받고 있다. 업사이클링이란 용어는 1994년 Reiner Pilz가 처음 사용하였으며(“Upcycling”, 2014), 이러한 업사이클링은 2002년 William McDonough와 Michael Braungart의 저서 Cradle to Cradle의 내용이 대중에게 소개되면서부터 다양한 분야에서 적용되었다.

1993년 스위스의 가방제조업체인 Freitag이 방수포, 안전벨트, 그리고 자전거용 튜브 등을 재활용한 디자인제품을 개발하면서 업사이클링은 실용화되었고, 그 후 업사이클링을 통해 새로운 가치를 표현하는 사례들이 점점 늘어나고 있다.

우리나라에도 에코 파티 메아리(ECO PARTY MEARRY), 리블랭크(REBLANK), 터치포굿(touch4good), 레코드(RE;CODE) 등의 업사이클링 브랜드가 있다. 업사이클 제품은 유통인구가 많은 지역에 다양한 브랜드를 모아 판매하는 편집매장에서 주로 판매하며 편집매장으로는 A-land, 에코스타일샵, 매그앤매그 등이 있다. 그러나 아직까지 업사이클링에 대한 인식도 낮으며 업사이클링에 대한 정보도 부족하고 업사이클 제품을 판매하는 매장도 많지 않은 실정이다. 이처럼 환경문제에 의한 의류제품의 재사용과 재활용에 대한 관심이 증가하면서 기업과 정부 모두 환경문제에 대한 관심과 해결방안으로 업사이클링에 주목하기 시작하였고 소비자들도 업사이클 패션제품에 관심을 기울이고 있다.

업사이클 패션제품에 관한 선행연구(Chang, 2010; Jung, 2012; Kim, 2012; Kwon, 2012)로는 업사이클 방법, 업사이클 디자인의 개발, 재활용에서 업사이클링까지의 이론적 고찰 위주의 연구가 있으며, 업사이클링에 관한 현황조사로 약간의 연구보고서(Daegu Metropolitan City, 2010; Korea Zero Waste Movement Network, 2010; Seoul Metropolitan Government 디자인정책과, 2012)가 있을 뿐이다. 이처럼 업사이클 제품에 대한 소비자행동에 관한 연구는 초기단계로 최근 사회적 이슈가 되고 있는 업사이클 패션제품에 대한 소비자행동을 살펴볼 필요가 있다.

선행연구(Kwon, 2010; Lee, 2010; Kim, 2011; Kong, 2012)에서 소비자의 환경의식은 의복 소비(구매, 사용 및 처분)행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 업사이클 패션제품은 버려지는 물건에 디자인을 적용하여 가치가 높은 제품으로 재탄생되는 것이므로 소비자의 패션에 대한 관심이 업사이클 패션제품의 구매행동에 영향을 미칠 것으로 생각된다. 따라서 본 연구에서는 중고등학생을 대상으로 환경의식, 처분행동으로 의복재활용행동, 패션관심을 살펴보았다. 또한 업사이클링이 우리나라에서는 아직 시작단계이므로 업사이클링에 대한 인지여부와 그에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 살펴보았다. 그리고 구매행동으로 업사이클 패션제품의 구매여부를 살펴보았는데 선행연구

(Chun, 2004; Jung, 2009; Kim, 2009; Kong, 2012; Cha, 2013; Moon, Choo, Park, & Baek, 2013; Yoon, 2013)에 의하면 친환경의류제품의 구매행동에 디자인, 품질, 가격이 위험지각요인으로 환경의식보다 우선시되어 영향을 주고 있는 것으로 나타나 업사이클 패션제품의 구매이유와 비구매이유도 함께 살펴보았다. 또한 업사이클 패션제품의 구매여부에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이도 살펴보았다.

그러므로 본 연구에서는 중고등학생을 대상으로 업사이클 패션제품에 대한 인지여부와 구매행동을 살펴보고 이와 관련이 있으리라 생각되는 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심을 함께 살펴보고 그 관계를 분석함으로써 환경을 위한 의복재활용의 새로운 방안인 업사이클 패션제품에 대한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 환경의식

우리나라의 환경의식에 관한 연구는 1970년대 후반부터 환경에 대한 관심과 함께 이루어졌는데 주로 사회경제적인 지위가 높고 교육수준이 높을수록 환경에 관심이 많다는 결론을 내고 있다. 90년대에는 소비자의 환경의식이 소비/처분 행동에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구들이 진행되었고 환경의식이 높을수록 재활용행동을 많이 하고 구매의도나 행동에 영향을 미친다고 하였다. 2000년대에 들어오면서 환경의식과 친환경의류제품의 소비행동에 관해 좀 더 구체적으로 연구되어왔다. Jung(2009)은 환경친화적인 집단이 친환경 패션제품 구매경험이 더 많다고 하였고, Chun(2004)은 환경의식이 높더라도 친환경의류제품에 대한 구매태도가 다르며, 친환경의류제품 구매시 디자인, 품질, 브랜드, 가격 등을 환경성보다 더 중요하게 고려한다고 하였다. Kong(2012)는 윤리적 소비의식이 높을수록 윤리적 의류제품을 구매할 의도가 더 높으며 사회적 책임의식과 비재활용 처분행동은 부의 관

계가 있으며, 윤리적 의류제품 구매 시 정보부족과 인식부족이 큰 장애요인이라고 하였다. Cha(2013)는 재활용 의류제품의 구매자는 독특함 때문에 구매하였고, 비구매자는 제품의 형태, 색상, 내구성, 사이즈에 대한 불안 등으로 구매하지 않는다고 하였다. 또한 자신의 의류를 재활용으로 기부하는 것에는 긍정적이지만 재활용의류를 사용하는 것에는 보수적인 성향을 보인다고 하였다. Moon 외(2013)는 재무적 위험지각이 낮은 소비자는 윤리적 패션소비에 대한 높은 태도수준이 높은 행동의도로 연결되나, 재무적 위험지각이 높은 소비자는 태도가 높아짐에도 불구하고 행동의도가 증가하는 정도가 낮게 나타난다고 하였다. 또한 기능적 측면의 위험지각은 행동의도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타나 소비자가 윤리적 패션제품에 대한 긍정적 태도를 형성하고 있어도 디자인, 품질, 유행성 등이 부족하다고 지각하는 경우에는 행동의도에 부정적 영향을 미친다고 하였다.

2. 의복재활용행동

일반 소비자는 헌 의류나 유행이 지나서 입지 않는 의류들을 수선하여 다시 사용하거나, 친지나 이웃에게 물려주거나, 바꿔 입거나, 인터넷, 바자회, 벼룩시장 등을 통해 팔거나, 단체에 기증하기도 하나 대부분 의류수거함에 분리 배출한다. 이렇게 의류수거함에 분리 배출하는 것은 일반 가정에서 누구나 쉽게 실천하는 재활용행동이라고 볼 수 있다. Shim(1995)은 대학생의 환경보존 태도는 의복재활용 태도에 영향을 미치나 의복재활용 행동과의 관계는 부족하며 실제로 의복재활용 행동은 환경적인 이유보다는 경제적인 이유와 더 관련이 있다고 하였다. 그러나 Park과 Oh(2005)는 환경의식은 의복재활용 태도와 행동에 모두 영향을 미친다고 하였다. Lee(2010)는 20-50대 여성소비자는 재활용의류제품에 대한 인지도와 구매경험이 모두 높다고 하였고, 중고등학생을 대상으로 한 Kim과 Shin의 연구(2012)에서는 의복의 구매행동이 환경친화적이지 않은데 이는 환경교육이 주로 사용 및 처분행동에 초점이 맞추어져 있기 때문이라고 하였다.

3. 패션관심

유행에 민감한 청소년들은 자신의 외모에 많은 관심을 기울이고 추상적인 개념보다는 구체적이고 사실적인 외모와 의복으로써 사회적으로 인정받고 의복을 자신을 사회에 적응시키는 수단으로써 생각한다. Kim(2007)은 청소년의 의복태도 중 유행성이 높을수록 과시성과 심미성이 높으며 친구들과 유행하는 패션에 관한 이야기를 나누고 패션잡지, 광고, 연예인의 옷차림 등 유행에 관심을 가지며 타인으로부터 주목받기를 원하는 경향이 강하다고 하였다. Choi(2009)는 청소년을 대상으로 패션관심도가 의복구매행동에 미치는 영향을 살펴본바에 남학생보다 여학생이 패션관심이 많고, 패션관심도가 높은 학생은 의류제품 구매 시 형태, 색상, 유행, 인지도를 가장 중요하게 생각한다고 하였다. 따라서 업사이클 패션제품의 경우 환경을 생각하는 제품이라 할지라도 디자인이 중요시 되는 제품이므로 소비자의 패션에 대한 관심이 구매행동에 영향을 미칠 것이라고 생각되어 청소년들의 패션관심을 살펴보았다.

4. 업사이클링

업사이클 패션제품에 대한 선행연구는 심미적 관점에서 업사이클 패션제품의 디자인 개발에 관한 연구와 재활용에서 업사이클링까지의 이론적 고찰을 위주로 한 연구가 대부분이다. Chang(2010)은 업사이클링의 친환경 지속가능 디자인 개념을 생산방식(환경성), 재료(경제성), 사용자(순환성)로 설명하고, Kim(2012)은 패션 업사이클링을 자원의 재활용을 통한 신소재 측면에서의 업사이클링, 폐 원단 및 의류를 활용한 업사이클링, 폐기물 및 일상용품을 활용한 업사이클링으로 나누어 설명하였다. Kwon(2012)은 업사이클 패션디자인의 특성을 의류의 재생, 소재활용의 극대화, 산업폐기물의 재활용, 저급소재의 고급화로 나누면서, 친환경과 재활용에 대한 윤리적 책임의식만으로 소비자에게 다가가던 리사이클제품이 아닌 폐품의 재발견과 심미적 욕구의 만족, 창의적 영감을 제공하는 업사이클 디자인을 설명하고 있다. Jung(2012)은

업사이클 디자인 제품들은 재활용 소재로 만들지만 패션잡화로서의 완벽한 기능을 담은 실용성, 패션으로서의 아름다움, 나눔으로서의 상호소통, 체계적인 생산과 유통시스템으로 완성되는 전문적이고 계획적인 비즈니스의 균형을 이루어야 업사이클링 브랜드로 인정받는다고 설명한다.

업사이클링에 관한 현황조사로 DMC(2010)는 국내 재활용의 현황과 해외 업사이클링 현황을 설명하고 시민을 대상으로 자원재활용과 업사이클링에 대한 인식을 조사한 결과 96%가 잘 모른다고 하였다. SMG 디자인정책과(2012)에서는 남여를 대상으로 리폼과 업사이클링에 대한 개념을 제시하고 업사이클링에 대한 인식과 구매행동에 대한 설문조사를 실시하였는데 과반수가 잘 모른다고 응답하였다. 이처럼 업사이클 패션제품에 대한 소비자행동을 살펴보는 연구는 초기단계임을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 청소년들의 업사이클 패션상품에 대한 구매행동을 살펴보고자 하였다.

III. 연구방법

1. 연구내용

첫째, 중고등학생의 학교급별, 학교특성별, 성별에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 알아본다.

둘째, 중고등학생의 학교급별, 학교특성별, 성별에 따른 업사이클링 인지여부와 인지에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 알아본다.

셋째, 중고등학생의 학교급별, 학교특성별, 성별에 따른 업사이클 패션제품 구매행동과 구매여부에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 알아본다.

2. 측정도구

설문지는 조사 대상자의 성별과 학교를 묻는 문항과 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심, 업사이클링 인지와 정보취

득경로, 업사이클 패션제품 구매여부와 구매품목, 구매와 비구매이유를 묻는 총 40문항으로 구성하였다. 환경의식에 관한 문항은 Kim(2011)과 Kong(2012)에서 4문항, 의복재활용행동은 Chang & Park(1997)에서 6문항, 패션관심에 대한 문항은 Kim & Lee(2001)에서 4문항을 추출하였다. 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심 문항들을 각 항목에 따라 요인분석 한 결과 하나의 요인으로 묶임으로 각 항목의 문항들이 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심을 잘 나타내고 있다는 타당성을 검증하였으며, 각 항목의 문항들 신뢰도 분석을 한 결과 Cronbach's α 값이 .723 ~ .862으로 나타나 내적 일관성이 있음을 알 수 있었다. 이러한 문항들은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 연구대상, 자료수집 및 분석방법

설문조사가 2013년도 8월 31일부터 9월 16일까지 서울지역 3개 중학교, 2개 일반계 고등학교, 3개 디자인특성화 고등학교에서 실시되었다. 디자인특성화 고등학교는 디자인에 대한 특성화교육이 이루어지므로 일반계 고등학교 학생보다 패션에 대한 관심과 업사이클링에 대한 인지 및 업사이클 패션제품 구매경험이 많을 것으로 생각되어 학교특성에 따른 차이를 살펴보기 위해 연구대상으로 삼았다. 디자인특성화 고등학교 학생들의 전공은 다양하게 포함되도록 선정하였다. 총 800부 가운데 791부가 회수되었으며, 부실 기재된 59부를 제외한 732부가 최종자료로 활용되었다. 조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 중학교 33.2%, 일반고 31.4%,

디자인고 35.4%로 나타났으며, 성별의 경우 남자 40.3%, 여자 59.7%로 나타났다. 분석은 SPSS/WIN Program 18.0을 사용하여 빈도분석, χ^2 검정, 평균, 표준편차, t-test가 행해졌다.

IV. 결과 및 고찰

1. 중고등학생의 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심

학교급, 학교특성, 성별에 따라 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 살펴 본 결과가 <Table 1>과 같다. 학교급의 차이는 중학생과 일반계고등학교 학생의 차이를 살펴보았으며, 학교특성의 차이는 일반계고등학교 학생과 디자인고등학교 학생의 차이를 살펴보았다. 중학생과 일반계 고등학교의 환경의식, 의복재활용행동은 유의한 차이가 없었으나, 패션관심은 고등학생이 중학생보다 높게 나타났다. 고등학교의 학교특성별로 살펴본 결과 환경의식은 유의한 차이가 없으나, 디자인고등학교 학생들이 일반계 고등학생들보다 의복재활용행동과 패션관심이 높은 것으로 나타났는데 이는 디자인고등학교의 특성상 패션에 대한 관심이 높게 나타난 것으로 생각된다. 성별에 따른 환경의식과 패션관심은 여학생이 남학생보다 높게 나타났는데 이는 Yang(2002)과 Kim과 Shin(2012)의 결과와 일치한다. 그러나 의복재활용행동은 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이상에서 중고등학생의 환경의식은 높고 의복재활용행동은 낮으며 패션관심은 보통

Table 1. Environmental consciousness, clothing recycling behavior, interest in fashion by class, school characteristics and gender

	middle school	high school		middle-general t-value	general-design t-value	gender		t-value
		general	design			male	female	
environmental consciousness	4.24±.67	4.24±.60	4.18±.59	-.011	1.20	4.12±.66	4.29±.58	-3.66***
clothing recycling behavior	2.95±.86	2.88±.66	3.04±.72	.96	-2.56*	2.90±.76	3.00±.74	-1.78
interest in fashion	2.90±.97	3.16±.93	3.43±.95	-2.98**	-3.21***	2.63±.85	3.53±.88	-13.73***

*** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

Table 2. Awareness of upcycling by class, school characteristics, and gender

		awareness of upcycling no.(%)		total	
		awareness	unawareness		
middle school		117(48)	126(52)	243(100)	
high school	general	84(37)	146(63)	230(100)	$\chi^2=13.19^{***}$
	design	136(53)	123(47)	259(100)	
male		109(37)	186(63)	295(100)	$\chi^2=16.43^{***}$
female		228(52)	209(48)	437(100)	
total		337(46)	395(54)	732(100)	

*** p<0.001, * p<0.05

인데, 고등학생이 중학생보다 패션관심이 높으며, 디자인고등학교 학생이 일반계 고등학생보다 패션관심이 높고 의복재활용행동도 높은 것으로 나타났다. 또한 여학생이 남학생보다 환경의식과 패션관심이 높은 것을 알 수 있었다.

2. 중고등학생의 업사이클링에 대한 인지

중고등학생의 학교급, 학교특성, 성별에 따른 업사이클링에 대한 인지여부를 살펴본 결과가 <Table 2>와 같다. 중고등학생 중 업사이클링에 대해 인지하는 학생은 337명(46%), 모르는 학생은 395명(54%)으로 나타나 중고등학생의 경우 친환경의류제품인 업사이클 패션제품에 대한 인식이 아직 많이 저조한 것을 알 수 있다. 이는 업사이클링에 대해서 성인의 96%가 모른다고 나타난 DMC(2010)의 결과와 유사한데 4년이 지난 현재 인식이 조금 나아졌으며 성인과 학생의 차이가 약간 있는 것을 알 수 있다. 업사이클링에 대한 인지는 중학생이 일반계고등학생보다, 디자인고등학교 학생들이 일반계고등학교 학생들보다 많이 인지하는 것을 알 수 있었다. 성별에 따라서는 여학생이 남학생보다 많이 인지하는 것으로 나

타났다. 즉, 디자인고등학교 학생들이 또한 여학생들이 업사이클링에 대한 인지가 높게 나타났다.

업사이클링에 대해 인지하는 학생들의 정보취득 경로를 살펴 본 결과 기술가정교과서 15.5%, 인터넷 43.3%, 방송매체 32.9%, 기타 8.3%로 나타났다. 이는 SMG 디자인정책과(2012)에서 업사이클링과 리폼에 대한 시민의식을 조사한 결과에서 인터넷이 가장 높게 나타난 결과와 일치하고 있다. 따라서 대부분의 청소년은 환경과 관련된 정보를 교과서보다 인터넷과 방송매체를 통해 접하고 있는 것을 알 수 있다. 이는 수업 중에 새로운 정보가 잘 전달이 되지 않고, 더욱이 이를 다룰 수 있는 기술·가정 교과에서 다루어지지 않고 있음을 나타내는 것으로 지속가능한 발전 가운데 환경파괴를 최소화하고 자원절약을 할 수 있는 방안으로 재사용, 재활용을 중심으로 한 단원이 기술·가정 교과에서 강조되어 다루어져야 할 것으로 생각된다.

업사이클링 인지여부에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 살펴본 결과 <Table 3>과 같이 모두 유의한 차이가 나타났다. 즉, 업사이클링에 대해 알고 있는 학생이 모르는 학생보다 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심이 모두 높은 것으로 나타났다. 이는 환경친화적 집단이 환경의

Table 3. Environmental consciousness, clothing recycling behavior and interest in fashion by awareness of upcycling

	awareness of upcycling(mean±sd)		t-value
	awareness	unawareness	
environmental consciousness	4.27±.59	4.17±.64	2.14*
clothing recycling behavior	3.06±.80	2.86±.70	3.67***
interest in fashion	3.34±.95	3.02±.97	4.69***

*** p<0.001, * p<0.05

식과 재활용행동이 높고 그린패션제품에 대해서도 인지를 많이 한다고 한 Choi(1999)의 결과와도 일치하며, Lee(2010)의 재활용소재 의류제품을 인지도 집단에서 친환경개인행동이 높게 나온 결과와도 일치한다.

3. 중고등학생의 업사이클 패션제품 구매행동

업사이클 패션제품 구매경험을 살펴 본 결과 구매경험이 있는 학생은 78명(10.7%), 구매경험이 없는 학생은 654명(89.3%)으로 업사이클 패션제품의 실제 구매자는 매우 낮게 나타났다. 이는 여성소비자 중 53.3%가 환경친화적 의류제품 구매경험이 없다고 한 Kwon(2010)의 결과나 55.8%가 업사이클이나 리폼 제품을 구매한 경험이 없다고 한 SMG 디자인정책과(2012)의 결과와 유사하나 중고등학생의 경우 일반 소비자보다 구매경험이 훨씬 적은 것으로 나타났다. 중고등학생의 학교급, 학교특성, 성별에 따라서는 업사이클 패션제품 구매경험에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 업사이클 패션제품 구매품목으로는 액세서리, 소품, 가방, 의류, 신발 순으로 나타났다.

업사이클 패션제품을 구매한 78명을 대상으로 구매한 이유와 구매경험이 없는 654명을 대상으로 비구매 이유를 살펴 본 결과는 <Table 4>와 같다. 중고등학생의 업사이클 패션제품 구매이유는 독특해서, 디자인이 마음에 들어서, 개성을 표

현할 수 있어서, 색상이 마음에 들어서가 3.5이상으로 높게 나타난 반면 자원절약에 도움을 줄 수 있어서, 환경파괴를 줄일 수 있어서는 보통으로 나타나 환경보호에서 시작된 업사이클링의 원래 취지와는 다른 이유에서 업사이클 패션제품을 구매하는 것을 알 수 있었다. 즉, 업사이클 패션제품은 환경보호 차원보다는 독특함과 디자인이 좋아서 구매하는 것으로 나타났다. 이는 Cha(2013)와 Yoon(2013)의 결과와 유사하며, 재활용제품의 경우 디자인과 기능이 강화되지 않으면 구매로 연결되지 않는다는 Moon et al.(2013)의 결과와도 일치한다. 그러나 SMG 디자인정책과(2012)의 성인을 대상으로 한 결과를 보면 업사이클 제품을 구매하는 이유로 경제적인 이유가 가장 높고(45.9%), 환경파괴를 줄일 수 있는 길이라고 생각해서가 그 다음으로 높게(35.1%) 나타나 중고등학생과 성인의 차이가 있는 것을 알 수 있다.

업사이클 패션제품 비구매자의 비구매 이유를 살펴 본 결과 중고등학생은 업사이클 제품을 접해 본적이 없어서, 업사이클링에 대해 잘 몰라서, 구입경로를 몰라서가 주된 이유로 나타났다. 이는 다른 소비자를 대상으로 한 Tack(2005), Kong(2012)의 결과와 유사하다. 즉, 중고등학생들은 업사이클 패션제품을 몰라서 안사는 것으로 나타났는데 이것은 중고등학생의 업사이클링에 대한 인지가 반수가 안 되는 결과와도 일맥상통하는 것이다. 따라서 업사이클링에 대한 인지를 높일 필요가 있으며 이는 인터넷, 대중매체나 교육을 통해 개선될 수 있으므로 이를 통해 환경을 위한 의복처분방법

Table 4. Reasons to purchase & not to purchase upcycled fashion products

reasons to purchase(n=78)	mean±sd	reasons not to purchase(n=654)	mean±sd
uniqueness	3.95±.87	do not find upcycle fashion products	3.93±1.16
good design	3.73±.75	do not know upcycle	3.89±1.24
to express personality	3.58±1.04	do not know how to purchase	3.69±1.19
good color	3.54±.80	no need to buy	2.70±1.35
reasonable price	3.46±.88	reluctant to the used one	2.52±1.26
good material	3.35±.91	concerned about lower benefit than expectation	2.25±1.03
to conserve resources	3.08±.94	concerned about poor design	2.19±.99
to reduce pollution	2.95±.91	concerned about failure to follow fashion	2.17±1.05
good brand	2.78±.94	concerned about poor quality	2.16±.98
to follow fashion	2.60±.97	concerned about not getting money's worth	2.06±1.00
		expensive price	1.94±.94

Table 5. Environmental consciousness, clothing recycling behavior, and interest in fashion by experience in purchasing upcycled fashion products

	purchasing experience		t-value
	yes	no	
environmental consciousness	4.39±.63	4.20±.62	2.59**
clothing recycling behavior	3.22±.79	2.93±.74	3.26***
interest in fashion	3.60±.82	3.12±.98	4.15***

*** p<0.001, ** p<0.01

과 재사용, 재활용, 업사이클링을 인지하도록 해야 할 것이다. 또한 업사이클 패션제품이라도 환경보다는 패션제품 자체의 특성을 우선시하고 있으므로 소비자를 확보하기 위해서는 친환경적이라는 관점에서만 다가갈 것이 아니라 디자인과 품질이 좋아야 구매로 이어진다는 것을 알 수 있다.

업사이클 패션제품 구매경험에 따른 중고대학생의 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 살펴 본 결과가 <Table 5>와 같이 모두 유의한 차이가 나타났다. 즉, 구매경험이 있는 학생들이 구매경험이 없는 학생들보다 환경의식이 높고, 의복재활용행동을 많이 하고, 패션에 대한 관심도 높은 것으로 나타났다. 이는 Chun(2004), Jung(2009), Cha(2013) 및 성인의 경우 재사용, 재활용 패션제품의 구매경험에 따라 유행선도력에서 유의한 차이가 나타난다는 Yoon(2013)의 결과와도 일치한다. 따라서 중고대학생 중 업사이클 패션제품 구매경험자는 환경의식이 높고 의복재활용행동에도 적극적이며 패션에 대한 관심도 높은 것을 알 수 있다. 이는 업사이클 패션제품 구매이유에서 좋은 디자인이 높게 나타난 것과 연계해서 볼 때 업사이클 패션제품을 구매할 학생은 패션에 관심이 많으므로 업사이클 패션제품을 구매할 때도 디자인을 중요시 했던 것을 알 수 있다.

V. 결론

중고대학생을 대상으로 환경을 위한 의복재활용의 새로운 방안인 업사이클 패션제품에 대한 인지여부와 구매행동을 살펴보고 이와 관련이 있으리라 생각되는 환경의식, 의복재활

용행동, 패션관심을 함께 살펴본 결과가 다음과 같다.

첫째, 중고대학생의 환경의식은 높고 의복재활용행동은 낮으며 패션관심은 보통으로 나타났다. 환경의식은 여자가 남자보다 높으며, 의복재활용행동은 디자인계 고등학생이 일반계 고등학생보다 높게 나타났다. 패션관심은 고등학생이 중학생보다, 디자인계 고등학생이 일반계 고등학생보다, 여학생이 남학생보다 높은 것으로 나타났다.

둘째, 업사이클링에 대해 중고대학생의 과반수 이상이 모르며, 중학교와 일반고보다 디자인고에서 인지도가 높고, 남학생보다 여학생이 많이 인지한 것으로 나타났다. 업사이클링 정보취득 경로로는 인터넷과 방송매체를 통한 경우가 많았고, 교과를 통한 인지는 적은 것을 알 수 있었다. 또한 업사이클링에 대해 인지한 학생들이 인지하지 못하는 학생들보다 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심 모두 높은 것으로 나타났다.

셋째, 중고대학생의 업사이클 패션제품 구매경험은 매우 낮는데 구매하지 않은 이유는 업사이클링에 대한 인지부족으로 나타났다. 업사이클 패션제품을 구매한 학생들은 주로 액세서리를 구매하였는데 그 이유는 독특하고 디자인이 좋아서라고 하였다. 구매경험자는 구매하지 않은 학생들보다 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심 모두 높게 나타났다.

이상에서 중고대학생들은 업사이클링에 대한 인지가 높지 않아 업사이클 패션제품을 구매한 경험이 적으며, 구매경험이 있는 학생들은 환경의식, 의복재활용행동과 패션관심이 모두 높은 것을 알 수 있었다. 업사이클 패션제품을 구매할 이유가 독특함과 디자인 때문인 것으로 나타나 환경보호 차원에서 시작된 업사이클 패션제품이라고 하더라도 제품의 디자인이 구매에 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있었다.

중고대학생을 대상으로 업사이클링에 대한 지도방안을 제

언하면 다음과 같다.

첫째, 중고등학교 기술·가정 교과서를 살펴보면 업사이클링과 관련된 내용으로 ‘옷만들기와 고쳐입기’ 단원에서 옷의 재활용이, ‘소비생활’ 단원에서 윤리적소비가 다루어지고 있었으나 실제로는 업사이클링을 인지하지 못하는 학생이 많았다. 따라서 중학교 1학년부터 환경과 의류폐기에 대해 다루면서 업사이클링에 대한 인지를 높일 필요가 있다. 또한 교과 외에 다양한 경로를 통한 환경교육이 실시되어 업사이클링에 대한 인지를 높여야 할 것이다.

둘째, 업사이클링은 환경파괴를 최소화하고 자원절약을 할 수 있는 최선의 방법이므로 폐기되는 의류의 업사이클링을 가능하게 하는 실천과제방안으로 연구되고 학습되어져 청소년으로 하여금 자주적이고 창의적인 생각을 가능하게 해야 할 것이다.

셋째, 기술·가정교과 교사들에게도 환경과 관련해서 업사이클링에 대한 재교육을 실시함으로써 전문적이고 발전적인 교육이 이루어지도록 해야 할 것이다.

본 연구는 연구대상을 중고등학생 일부로 국한하였으므로 이를 확대해석하는데 신중을 기하여야 할 것이며, 앞으로 업사이클링에 대한 관심이 증가할 것으로 생각되므로 중고등학생 외에 성인들을 대상으로 좀 더 체계적인 연구가 진행될 필요가 있다.

참고문헌

- Cha, G. Y. (2013). *Study of ethical consumption consciousness on the purchase attitude toward recycled apparel*. Unpublished master's thesis, Keimyung University, Korea.
- Chang, E. S. (2010). A study on the eco-sustainable design for the up cycling product : focused on the case study product. *Bulletin of Korea Society of Basic Design & Art*, 13(3), 147-154.
- Chang, G. H. & Park, J. O. (1997). The effects of the socially responsible clothing consumption attitude on the clothing disposition behavior (part I). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 21(4), 795-805.
- Choi, E. M. (2009). *Effects of brand awareness and interest in fashion on teenagers' purchase of clothing : focusing on the casual brands*. Unpublished doctoral dissertation, Kongju National University, Korea.
- Choi, N. Y. (1999). *A study on the characteristics of environment-friendly customers for activation of green fashion products*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul Women's University, Korea.
- Chun, Y. J. (2004). *A study on the factors that affects on Purchasing attitude of enviromentally friendly clothing : for female consumers*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Korea.
- Daegu Metropolitan City (2010). *저탄소녹색성장의 혁신방안 연구 : 재활용 문화거리 조성을 통한 가치 재창조 제4분임연구보고서*.
- Dept. of design policy, Seoul Metropolitan Government (2012, February 20). *리폼 업사이클에 대한 시민의식 조사 : 서울특별시 정책 e-Poll*. Retrieved March 19, 2013, from http://mpoll.seoul.go.kr/web/poll_view.jsp?SURVEY_SEQ=584
- Jung, H. J. (2009). *Buying behavior of eco-friendly fashion products according to eco-friendly attitude*. Unpublished master's thesis, Kyunghee University, Korea.
- Jung, Y. N. (2012). *A study on upcycle using waste in fashion goods industry design : focused on the reuse of industrial waste*. Unpublished master's thesis, Ewha Women's University, Korea.
- Kim, E. H. (2011). *Influence of social responsibility and clothing shopping orientation on clothing shopping behavior*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Korea.
- Kim, H. M. (2007). *A study on the clothing attitudes and clothing-buying behavior of adolescents*. Unpublished master's thesis, Kyungnam University, Korea.
- Kim, J. Y. & Shin, H. W. (2012). The environmental-friendly clothing consumption behavior of middle and high

- school students in Seoul. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 24(1), 37-48.
- Kim, S. A. & Lee, Y. S. (2001). The consumers motive of variety seeking and variety seeking behavior in clothing products : in relation to fashion interests and clothing purchase behavior among consumer groups. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(5), 901-912.
- Kim, S. Y. (2012). A study on the up-cycling trend in fashion for enviroment-friendly design. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(3), 297-310.
- Kim, Y. J. (2009). *A study on the relationship between environmental preservation consciousness and clothing attitude & clothing-buying behavior for adolescents*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Korea.
- Kong, J. H. (2012). *Ethical consumption and clothing consumption behavior*. Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Korea.
- Korea Zero Waste Movement Network (2010). *의류재사용 실태 조사 및 리폼사업 활성화방안 연구 : 수도권매립지 관 리공사 10년 '녹색을 꿈꾸다'*.
- Kwon, J. S. (2012). Based on the perspective of sustainability, the characteristics of upcycle fashion design. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 14(1), 13-23.
- Kwon, K. S. (2010). *Effect of environmental consciousness on the clothing behavior*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Korea.
- Lee, H. Y. (2010). *Effects of eco-friendly attitudes and recognitions and purchasing experiences of eco-friendly fashion products on purchasing intentions*. Unpublished master's thesis, Dongduk Women's University, Korea.
- Moon, H. G., Choo, H. J., Park, H. S., & Baek, E. S. (2013). The roles of benefit and risk perception in ethical fashion consumption. *Journal of the Society of Clothing and Textiles*, 37(2), 159-173.
- Oxford University Press (2014). *Oxford dictionary*. Retrieved May 2, 2014, from http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/upcycle
- 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.
- Shim, S. (1995). Environmental and consumer's clothing disposal patterns : an exploratory study. *Clothing and Textiles Research Journal*, 38(1), 38-44.
- Tack, H. R. (2005). *A study on influencing variables of decision making process for well-being clothing goods*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Korea.
- 'Upcycling' Retrieved May 12, 2014, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Upcycling>
- Waste Recycling for Environment & Resource Conservation (2009). *리사이클링백서*. Paju : Cheongmoongak.
- Yang, S. R. (2002). *A study on the consciousness and behavior regarding environmental preservation of high school students*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Korea.
- Yoon, S. I. (2013). *A study on the effect of atmospheric elements of interior design on customer perception, service inference and visit intention*. Unpublished doctoral dissertation, Danguk University, Korea.
- '재활용보다 푸른 재활용' (2011, Oct. 6.). *The Sungkyunkwan University Weekly*. Retrieved Oct. 8, 2013, from <http://www.skkuw.com/news/articleView.html?idxno=9389>

<국문요약>

중고등학생을 대상으로 업사이클링에 대한 인지와 업사이클 패션제품 구매행동에 따른 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심의 차이를 살펴보았다. 중고등학생의 환경의식은 여자가 남자보다 높으며, 의복재활용행동은 디자인계 고등학생이 일반계 고등학생보다 높게 나타났다. 패션관심은 고등학생이 중학생보다, 디자인계 고등학생이 일반계 고등학생보다, 여학생이 남학생보다 높은 것으로 나타났다. 업사이클링에 대한 인지는 낮게 나타났는데 중학교와 일반고보다 디자인고에서 그리고 남학생보다 여학생이 많이 알고 있는 것으로 나타났다. 업사이클링에 대한 정보는 인터넷과 방송매체를 통해 얻는 것으로 나타났으며, 업사이클링에 대해 인지하는 학생들이 인지하지 못하는 학생들보다 환경의식, 의복재활용행동, 패션관심 모두 높게 나타났다. 중고등학생은 업사이클링에 대한 인지가 높지 않아 업사이클 패션제품을 구매한 경험이 적으며, 구매경험이 있는 학생들은 환경의식, 의복재활용행동과 패션관심이 모두 높게 나타났다. 업사이클 패션제품을 구매한 이유는 독특함과 디자인 때문인 것으로 나타나 환경보호 차원에서 시작된 업사이클 패션제품이라고 하더라도 제품의 디자인이 구매에 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있었다.

■ 논문접수일자: 2014년 05월 18일, 논문심사일자: 2014년 05월 26일, 게재확정일자: 2014년 06월 27일