

[Original Article]

Perceived risks in purchase decision of paper fashion products - Focusing on bags and wallets made with Jumchi-Hanji papers -

Heesook Hong[†] and Heyseong Kim

Dept. of Fashion and Textiles, Jeju National University, Korea

종이소재 패션제품 구매결정에서의 지각된 위험 - 줌치한지 종이소재 가방과 지갑 제품을 중심으로 -

홍 희 숙[†] · 김 혜 성
제주대학교 패션의류학과

Abstract

This study examined the risk components and risk types perceived in the context of purchasing decisions of paper fashion products. This study also identified the levels of perceived risk by consumers and the differences between age groups in risk perception. First, qualitative data were collected through a focus group interview with 7 Korean females in their 20s to 50s. The interviewees were presented with two types of paper materials (undyed and dyed Jumchi-Hanji) and products (bags and wallets) made with the papers. The interviewees mentioned 11 risk components which were classified into five types of risks: performance (easily torn/lack of durability, lint/pilling/wear-out, lack of water-resistant, no washability, and deformation and discoloration over time), social-psychological (old and traditional image), aesthetic (lack of design diversity, unsatisfactory appearance due to repair), financial (expensive price, lack of usability in daily life) and time/convenience (difficulty in handling) risks. Based on the results of the interview, a measurement for evaluating the risk perception of paper fashion products was developed. Second, quantitative data were collected from 64 Korean women in their 20s to 50s using the measurement. Respondents who were presented with the paper materials and the products perceived the performance risk more strongly than the social-psychological risk and aesthetic risk. In addition, differences between age groups were found: younger respondents perceived performance risk and social-psychological risk more strongly than older respondents, but older respondents perceived financial risk more than younger respondents. Based on this study, strategies for the risk reduction of paper fashion products were proposed.

Keywords: paper(종이), Jumchi-Hanji(줍치한지), persimmon juice dyeing(감물염색), perceived risk(지각된 위험), eco-friendly materials(친환경 소재)

Received August 13, 2017

Revised June 15, 2018

Accepted June 18, 2018

[†]Corresponding author
(heesookh@jejunu.ac.kr)

ORCID

Heesook Hong
<http://orcid.org/0000-0003-1667-1637>

Heyseong Kim
<http://orcid.org/0000-0002-1955-9571>

This work was supported by
the research grant of
Ministry of Trade, Industry
and Energy in 2015 and
2016(No. 10053357).

I. Introduction

글로벌 컨설팅 업체인 맥켄지는 2018년 전 세계 패션매출액 중 가방제품(4.5~

5.5%) 매출 증가율이 의류제품(3~4%) 매출 증가율보다 높을 것으로 전망하였다(Lee, 2018). 그리고 한국 섬유신문 발표에 따르면, 국내 가방시장은 패브릭 가방, 여행가방, 스포츠 가방의 시장확대로 2000년대 이후 초고속 성장을 하여 2016년 가방시장의 규모(2조 4,751억 원)는 2009년에 비해 2배 이상으로 커졌다(Jung, 2016). 그러나 시장규모 확대와 시장성숙화에 따른 신장률 저하(1.4%)가 예측되면서 관련업체들은 신성장동력 발굴에 많은 관심을 기울이고 있다(Jung, 2016). 소비자들이 가방제품 구매시 디자인, 품질, 가격 다음으로 소재를 중요시하고(Korea Federation of Textile Industries, 2017), 환경과 건강에 대한 관심이 높다는 점을 고려할 때, 친환경 신소재의 개발과 이를 적용한 신제품 개발은 기업의 시장수요맞춤에 유용할 것으로 보인다.

실제로 일본이나 이탈리아 기업들은 전통적인 문화요소 혹은 수공예 기술들을 접목시킨 환경친화적 신소재 및 신제품 개발을 시도하고 있다. 예컨대, 일본의 SIWA 브랜드인 경우, 목재펄프와 폴리올레핀(polyolefin)을 혼합하고, 일본 전통종이인 와지(Washi)의 제조방법을 적용하여 Naoron 소재를 개발하고, 이를 활용한 가방과 지갑을 판매하고 있다(SIWA, n.d.). 이탈리아 브랜드(UASHMAMA) 또한 별채하지 않고 경작하여 재배한 식물에서 얻은 미가공 섬유에 전통적인 가죽제조방법을 적용하여 세탁가능한 종이소재(washable paper)의 가방이나 지갑 제품을 출시하였다(UASHMAMA, 2018). 국내에는 한지를 가늘게 자르고 꼬아서 만든 종이 실로 직조한 양말과 언더웨어들이 유통되고 있다. 또한 일부 국내 기업들은 한지사 대신 줌치한지와 직물을 혼합한 가방제품의 개발에 많은 노력을 기울이고 있다(Jung, 2017; Lim, 2015).

종이소재를 가방제품의 재료로 활용하려는 국내의 기업의 노력에도 불구하고, 종이소재에 관한 연구들은 매우 부족하다. 직물이나 가죽과 같은 기존 소재와 다른 종이소재의 혁신제품들이 성공적으로 개발되고 시장에 안착되기 위해서는 종이소재에 대한 물리화학적 연구는 물론 제품 수용 가능성에 대해 검토하는 소비자 관점의 연구 또한 필요하다. 특히, 객관적으로 다양한 위험이 존재하더라도 개인이 주관적으로 인지하는 위험만이 소비자의 구매결정에 부정적으로 작용한다는 점을 고려할 때(Miyazaki & Fernandez, 2001), 종이소재 패션제품의 구매결정에서 소비자들이 주관

적으로 지각하는 위험요소들은 무엇이며, 이러한 위험에 대해 지각하는 수준은 어느 정도인지를 파악하는 것은 중요하다. 그리고 지각된 위험요소들은 지각 대상에 따라 다르므로 질적 연구를 통하여 지각 대상에 해당되는 구체적인 위험요소들을 분석한 후 이를 토대로 위험유형별 위험지각 수준을 정량적으로 평가하는 것이 바람직하다(Churchill, 1979; Mitchell, 1999). 따라서 본 연구에서는 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 구체적인 위험요소들을 규명하고 이에 기반한 측정도구를 개발하기 위해 질적 연구를 실시하였다. 초점집단면접을 통해 개발된 측정도구는 종이소재 패션제품 구매결정에서 지각된 위험수준을 정량적으로 평가하는데 활용되었다. 본 연구의 구체적인 목적은 첫째, 종이소재 패션제품 구매결정에서 지각된 위험요소가 무엇인지를 규명하고, 종이소재 패션제품 구매결정에서 지각된 위험을 평가하는 측정도구를 개발한다. 둘째, 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 위험 수준이 위험유형에 따라 어떻게 다른지를 규명하는 한편 지각된 위험 수준이 개인적 특성에 따라 차이가 있는지를 규명한다. 본 연구의 결과들은 신제품 개선 방안 및 소비자의 위험지각 감소 방안을 모색하는데 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

II. Literature Background

1. Environmental materials and fashion products

광의적 관점에서 친환경 제품은 제품의 원료, 디자인, 포장, 물류, 소비, 폐기 등 제품의 생산과 소비의 전 과정에서 환경오염을 극소화하여 사람이나 동물의 신체에 유해하지 않거나 환경보호에 기여하는 제품을 의미한다. 본 연구는 이러한 친환경 제품 유형들 중에서도 원료가 환경지향적인 패션상품에 연구의 범위를 한정하고, 환경오염을 극소화하거나 환경보호에 기여하는 친환경 소재로 제작된 패션을 친환경 패션제품으로 정의하였다. 다음에서는 재직 과정을 거치는 친환경 직물(eco-friendly woven fabrics)과 재직 과정이 없는 친환경 종이소재(eco-friendly paper materials)로 제작된 친환경 패션제품에 대해 제시하였다.

1) Eco-friendly woven fabrics and products

친환경 패션제품은 천연물 활용 재직 소재, 천연물

활용 가공 소재, 폐자원 활용 소재, 한지사 소재로 제작된 제품들로 유형화될 수 있다. 첫째, 천연물 활용 소재는 전통적인 천연섬유 식물(면직물, 마직물, 견직물, 모직물 등)과 기능성 천연섬유 식물(콩, 대나무, 옥수수, 녹차, 닥나무, 코코넛, 우유, 유기농 섬유 등)이 대표적이며, 이러한 소재들은 다양한 의류제품에 상용화되고 있다(Lee, Han, & Koo, 2011). 둘째, 천연물 활용 가공 소재는 화학약품 대신 천연물질로 가공한 직물을 말한다. 키토산 가공 직물처럼 천연자원(계, 새우 등의 갑각류)에서 얻은 물질을 여러 가지 방법으로 실이나 직물에 가공한 소재의 제품들이 상용화되고 있다. 식물(감, 쪽 등), 해조류(감태), 흙(황토)으로 천연 염색된 소재 제품들도 여기에 해당된다. 감을 분쇄하고 짜낸 감즙으로 염색하는 감물염색은 천연물 활용 염색가공 소재의 하나이다. 셋째, 폐자원 활용 소재는 폐기된 자원을 재활용하거나(recycling) 재사용한(reuse) 직물을 의미한다. 기계적 공정을 통해 폐트병을 녹이고 실을 뽑아서 방직한 폴리에틸렌 직물이 재활용 소재의 대표적 사례이다. 파타고니아(Patagonia) 브랜드에서는 재활용 폴리에틸렌 직물로 의류나 가방을 만든다. 재사용 소재는 폐기된 직물 자체를 다시 사용하는 것으로 업사이클링(upcycling)과 다운사이클링(downcycling) 소재로 구분될 수 있다(Cha & Han, 2016). 업사이클링을 통한 재사용은 폐자원에 새로운 디자인을 부여하여 새로운 용도의 고부가가치 제품을 개발하는 사례에서 찾아 볼 수 있다. 방수포와 자동차 안전벨트를 재사용하여 제작되는 프라이탁(Preitag) 가방제품들 및 남성복 직물을 재사용하여 제작되는 더 레코드(The Recode) 의류제품들이 업사이클링을 통한 재사용 사례이다. 반면, 다운사이클링은 폐기시점을 늦추어 환경오염 유발을 최소화하기 위한 목적으로 폐자원을 다시 사용하는 경우이다(Cha & Han, 2016). 마지막으로 한지사 직물은 닥나무를 원료로 하여 만든 종이를 실 형태로 만든 후 재직공정을 거쳤다는 점에서 종이소재 친환경 직물로 간주될 수 있으며, 양말이나 언더웨어 제품에 많이 사용되고 있다. 본 연구에서는 이러한 한지사 직물 대신 직조공정을 거치지 않는 줌치한지를 종이소재로 선정하였다.

2) Eco-friendly paper materials and products

종이는 인피섬유나 목재와 같은 식물을 원료로 하는

친환경 소재로 직물에 적용되는 방직공정을 거치지 않는다. 즉, 식물체의 셀룰로오스 섬유들(cellulose fibers)을 물속에서 서로 엉기도록 한 후, 물을 빼고 얇은 시트지 상태로 건조시키는 원리로 제조된다(“Paper”, n.d.). 국내에서 종이는 조선후기에 국내에 유입된 서양종이인 양지(洋紙)와 한지(韓紙)로 분류된다. 양지는 인쇄지, 신문지, 골판지 등을 만드는 종이로 섬유장이 짧은 침엽수나 활엽수로부터 얻어진 목재펄프(침엽수나 활엽수에 함유된 셀룰로오스 섬유들만 추출하여 모은 셀룰로오스 섬유의 집합체)를 원료로 하고, 화학약품으로 펄핑하고 표백한다(Lee et al., 1996).

한지는 다시 전통한지와 기계한지로 구분될 수 있다. 전통한지는 건조된 닥깍질(백피)을 여러 단계의 작업(중해, 후숙, 세척, 표백, 세척, 고해)을 통해 닥섬유로 해리시킨 후 외발뜨기나 쌍발뜨기로 초지한 습윤한지를 압착, 탈수, 건조시키는 과정을 통해 제작된다(Park, 2002). 외발뜨기는 닥섬유를 외발 틀에 건져 올려 앞물질과 옆물질로 닥섬유를 가로 세로 얽히게 하여 초지를 뜨는 방법이다. 반면, 쌍발뜨기는 옆물질을 거의 하지 않고 쌍발 틀 안에 떠올린 지료를 발에 가라 앉혀서 초지를 뜨는 방법이다. 전통한지는 양지와 달리 섬유장이 긴 인피섬유(닥, 삼, 마 등)를 원료로 하며, 육재펄핑과 일광표백을 한다. 이러한 원료적 특성과 제조공정의 차별성으로 전통한지는 양지보다 질기고, 통기성과 장기보존성이 우수하다(Park, Kim, Lee, & Chung, 2005; Seo, Choi, & Jeon, 2001). 반면, 닥나무 백피의 획득에서부터 건조까지 기계공정이 적용된 기계한지는 전통한지보다 인장강도와 인열강도가 낮다(Seo et al., 2001). 본 연구에서는 이러한 점을 주목하고 외발뜨기와 쌍발뜨기로 초지한 전통한지로 제작된 미가공 줌치한지를 가방과 지갑 제품의 종이소재로 선정하였다.

한편, 줌치한지는 여러 장의 한지를 합치하고, 물에 적신 상태에서 주무르고 두드리는 줌치치기 행위를 반복하여 제작되는 것으로 원래의 한지와는 다른 표면감과 물리적 성질을 갖는다. 줌치한지는 한지보다 두꺼우면서도 신장률이 높아 직물처럼 유연할 뿐 아니라(Jeon, Kim, & Lim, 2014; Park et al., 2005), 줌치치기를 반복할수록 줌치한지의 인장강도, 인열강도, 파열강도가 증가하여 내구성 확보가 가능하다(Hong, Jo, & Kim, 2017). 그러나 줌치한지의 습윤인

장강도는 매우 낮아(Hong et al., 2017) 가방제품의 소재로 사용되려면 내수성 보완이 필요하다. 본 연구에서는 감물염색이 색상을 부여하는 기능이외에 직물의 강도, 마찰강도, 발수도, 항균성을 증가시킨다는 점(Bac, 2013, 2015; Han, 2005)에 주목하고, 감물염색 가공 증치한지를 가방과 지갑제품의 종이소재로 선정하였다.

2. Perceived risk

1) The type of perceived risk

지각된 위험(perceived risk)은 구매결과에 대한 불확실성 측면, 부정적 결과가 나타날 확률을 의미하는 기회적 측면, 부정적 결과의 심각성을 의미하는 위험적 측면, 특정 제품을 획득하는데 투입된 재력과 노력의 측면과 관련하여 정의된다(Bauer, 1960; Cox, 1967). 초기연구에서 지각된 위험요소(risk components)나 위험내용(risk contents)들은 재무적 위험(financial risk), 성능 위험(performance risk), 신체적 위험(physical risk), 심리적 위험(psychological risk), 사회적 위험(social risk)으로 구분되거나(Jacoby & Kaplan, 1972), 시간 위험(time risk)을 추가하여 6개 위험유형으로 분류되었다(Roselius, 1971). 재무적 위험은 금전적 손실(Horton, 1976), 경제적 손실(Cox & Rich, 1964), 투자된 비용(Dholakia, 2001)과 관련된 위험이다. 신체적 위험은 육체에 가해지는 피해를 의미하고, 성능위험은 낮은 효율성(DelVecchio & Smith, 2005), 기대에 못 미치는 기능성(Horton, 1976)이나 작동 특성(performance features)과 관련된다(Dholakia, 2001). 심리적 위험은 자아 상실(ego loss)이나 구매 결과에 대한 불만족으로 나타나는 좌절감, 상품의 구매와 사용 결과 나타난 정서적 반응(우려와 후회), 이것 때문에 경험된 불안감이나 불쾌감(Cox & Rich, 1964)과 관련된다. 사회적 위험(social risk)은 선택 결과에 대한 타인들의 부정적 평가를 예상하는데서 비롯된다(Dholakia, 2001). 시간 위험은 원하는 상품을 얻는데 걸리는 오랜 시간, 반품하는데 허비되는 시간 손실(Cox & Rich, 1964), 상품이 잘못되었을 때 이를 조정, 수선, 대체하는데 들어가는 시간 및 이를 위해 노력하거나 불편함을 감수하는데 허비되는 시간 손실(Roselius, 1971) 등 과도한 시간 투입 가능성과 관련

된다(Dholakia, 2001). 한편, 심리적 위험과 사회적 위험은 상관관계가 높다는 점에서 사회심리적 위험(psychosocial risk)으로 통합되기도 한다(Kaplan, Szybillo, & Jacoby, 1974). 편의성 위험(convenience risk)은 상품이나 서비스의 관리, 주문, 검색, 수령 등의 거래과정에서의 불편함이다(Forsythe & Shi, 2003; Hong & Hong, 2008).

2) The type of perceived risk in the purchase decision context of fashion products

지각된 위험은 제품군에 따라 다르기 때문에 패션 제품과 관련한 위험유형 또한 많이 연구되었다. 일상적 의류상품(suit, overcoat, dress shoes)의 구매결정에서도 심리적, 재무적, 성능, 신체적, 사회적 위험이 지각되었다(Jacoby & Kaplan, 1972). 그리고 상품선택에서 디자인과 유행성이 중요한 패션상품 특성상 다른 제품군에서는 별로 지각되지 않는 유행성 손실 위험과 심미적 위험 또한 지각되었다. 유행성 손실 위험은 최신 유행에서 너무 뒤떨어진 것은 아닌가에 대한 불확실성에 따른 우려이며(Winakor, Canton, & Wolins, 1980), 심미성 위험은 색상이나 디자인과 같은 미적 측면이 열등하거나 기대보다 못하지 않을까에 대한 우려이다(Hong & Hong, 2008). 유행성과 심미성 손실 위험은 경제적 손실이나 심리적 손실로 이어지며, 다른 위험유형들과 상호의존성이 높다는 점에서 경제적, 사회적, 심리적 위험의 일부로 개념화되기도 한다(Winakor et al., 1980).

한편, 본 연구의 주제와 관련이 높은 친환경 의류 상품과 관련하여서는 재무적 위험(경제적 위험), 성능 위험(성과적 위험), 심리적 위험, 사회적 위험, 사회심리적 위험, 의복관리위험(관리편의성 위험), 심미성/유행성 손실위험, 환경오염 위험, 신뢰 위험, 위생적 위험(sanitary)이 지각되는 것으로 보고되었다. 예컨대, 업사이클링 패션제품에 대한 심층면접에서는 심미적 위험, 사회적 위험, 성과적 위험, 경제적 위험, 위생적 위험이 지각되었다(Park & Choo, 2015). 천연염색 의류제품의 구매결정에서 국내 여성들은 재무적 위험과 관리편의성 위험을 사회심리적 위험 및 심미성/유행성 손실위험보다 높게 지각한 반면 성능위험은 중간 이하로 낮게 지각하였다(Hong & Hong, 2008). 지각 대상이 이와 유사한 친환경 의류상품(유

기능, 재사용, 천연소재, 천연염색 상품) 구매결정에서도 국내 대학생들은 재무적 위험과 심리적 위험을 사회적 위험이나 성능위험보다 높게 지각하였다(Kang & Kim, 2013). 국내 중장년층들인 경우, 여성이 남성보다 친환경 제품에 대한 위험지각이 높았다(Park & Lee, 2015). 따라서 친환경 패션제품의 구매결정에서는 전통적인 6개 위험유형(재무적, 성능, 신체적, 심리적, 사회적, 시간 위험)외에 제품 특성에서 비롯된 위험(e.g., 심미성/유행성 손실위험), 재료적 특성에서 비롯된 위험(e.g., 위생적 위험), 염색가공에서 비롯된 위험(e.g., 관리편의성 위험)이 지각되는 한편 소비자 특성(e.g., 성별)에 따라 지각된 위험의 크기가 다름이 보고되었다. 본 연구에서는 이러한 점에 주목하고 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각될 수 있는 구체적인 위험요소들을 소재 요인, 염색가공 요인, 제품 요인 각 측면에서 검토하는 한편, 소비자 개인적 특성에 따라 위험지각 정도에 차이가 있는지를 검토하였다. 특히, 패션제품의 선택에서 중요시하는 속성이나 혜택, 선호하는 스타일, 심미적 취향 등이 소비자의 연령 특성에 따라 다르다는 점을 고려하여, 종이소재 패션제품 구매결정에서 나타날 수 있는 지각된 위험의 개인적 차이를 연령 측면에서 검토하였다.

초점을 맞춘 본 연구에서는 종이소재를 줌치한지에 범위를 한정하고, 이것으로 염색가공한 종이소재로 제작된 가방과 지갑을 위험지각 대상으로 선정하였다. 이것은 현재 개발되거나 유통되는 종이소재 패션 제품들 대부분이 한지를 응용한 소재의 가방이나 지갑 제품들이기 때문이다. 그러나 시중에서 판매되는 한지 응용 가방제품이나 지갑제품들은 한지이외에 직물이 접목되어 순수하게 종이소재 제품이라고 보기 어렵다. 본 연구에서는 이러한 점을 감안하여 종이소재 지각 대상을 실제로 주문 제작하였다.

미가공 줌치한지들은 원산지(태국산, 국산), 합지수(단장, 2합지), 줌치치기 시간(20분 60분)을 달리하여 제작되었다. 감물염색가공 줌치한지들은 흰색의 미가공 줌치한지들을 감즙농도(20%, 40%, 60%, 70%)와 발색 횟수(0회, 1회, 3회, 7회)를 달리하여 갈색 계열(beige, light brown, dark brown)로 제작되거나 철매염제를 사용하여 진회색(dark gray)으로 제작되었다. 흰색의 미가공 줌치한지(Stimuli A)와 감물염색가공 줌치한지(Stimuli B)의 크기는 93cm × 63cm이다. 시제품들(Stimuli C)은 갈색 계열과 진회색 계열의 염색가공 줌치한지로 제작된 19개의 가방과 4개의 지갑 제품들이다. 자극물들의 일부 사례가 <Fig. 1>에 제시되었다.

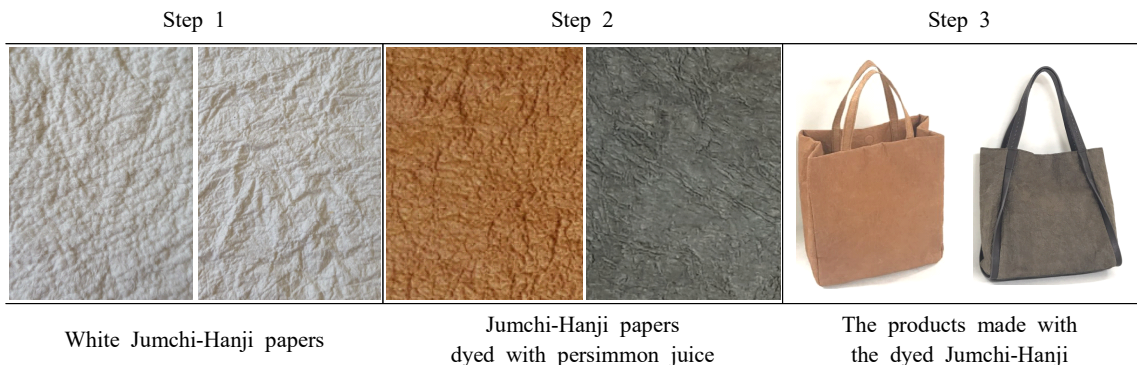
III. Research Method

1. Stimuli for qualitative and quantitative studies

재사용 직물이나 천연염색 직물에 초점을 맞춘 기존의 친환경 패션연구들과 달리 종이소재 패션제품에

2. Focus group interview

소비자들은 사용과정에서 일어날 수 있는 다양한 손실이나 위험들을 감안하고, 구매할 제품의 특성을 고려하기 때문에(Aqueveque, 2006) 제품의 구매결정



<Fig. 1> The examples of stimuli used for the qualitative and quantitative studies
Photographed by the author (July 24, 2016).

에서 사용과정에서의 위험요소를 또한 지각할 수 있다. 본 연구에서는 지각된 위험을 ‘구매결정에서 소비자자들이 우려하는 부정적 결과’로 조작적 정의를 하였다. 한편, ‘감물염색 줌치한지 종이소재 패션제품’은 아직 대중화되지 못한 혁신적 제품이기 때문에 면접 참가자들은 제품에 대한 이해나 경험이 매우 부족한 상태이다. 이러한 상황에서 종이소재 패션제품에 대한 위험지각 정도를 측정하기 위해서는 Churchill (1979)과 Mitchell(1999)의 제안대로 지각 대상을 명확히 하고, 소비자들이 지각하는 구체적인 위험요소들이 무엇인지를 우선적으로 규명해야만 한다. 이를 위해 본 연구에서는 면접 참여자들에게 지각 대상이 되는 실물 소재와 시제품을 단계별로 나누어 제공하고 초점집단면접을 실시하였다.

면접 1단계에서는 참가자들에게 한지를 이용하여 어떻게 줌치한지를 만드는지를 간략히 설명한 후 미가공 줌치한지 실물 소재를 제공하고, 이러한 소재로 제작된 가방이나 지갑의 구매결정에서 무엇이 걱정되는지를 질문하였다. 면접 2단계에서는 감물염색가공 줌치한지 실물 소재를 제공하고, 직물이 아닌 ‘줌치한지’ 종이 소재에 감물염색가공이 이루어졌음을 설명한 후 이 소재로 제작된 가방이나 지갑의 구매를 결정할 때 무엇이 우려되는지를 질문하였다. 면접 3단계에서는 2단계에서 보여준 소재로 제작된 실물 가방과 지갑 제품들을 제공하고, 이러한 시제품들의 구매결정에서 걱정되거나 염려되는 점이 무엇인지를 질문하였다. 초점집단면접을 세 측면에서 실시한 것은 첫째, 소비자들이 제품을 평가하거나 선택할 때 내재적 속성과 외재적 속성 모두를 고려한다는 점에서 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 위험은 제품의 소재, 염색가공, 시제품 각각과 관련될 수 있기 때문이다. 둘째, 면접참가자들은 ‘줌치한지’에 대한 이해가 부족하기 때문에 연구자의 설명을 듣더라도 시제품만 제공할 경우 외형적 특성에 주목할 확률이 높아 종이라는 재료적 특성에서 비롯되는 위험요소들을 간과할 가능성이 높다. 셋째, 감물염색에 대한 피면접자들의 지식이 비교적 높기는 하지만 이것은 종이 아닌 직물에 기반한 것이다. 따라서 시제품만 제시할 경우 면접 참가자들은 기존 지식(직물에 대한 감물염색)에 근거하여 응답함으로써 오류를 범할 가능성이 있다. 넷째, 종이소재 그 자체에 대한 소비자 지각을 직

접적으로 조사함으로써 패션제품은 물론 종이소재와 관련된 제품 전반에 활용될 수 있는 유용한 정보 수집이 가능하기 때문이다.

초점집단면접을 위해 제주지역에 거주하고 있는 대학졸업 이상의 여성들 중에서 연령(20대~50대), 결혼(미혼, 기혼), 직업(직장인, 전업주부)이 다르고 면접주제(한지, 줌치한지, 감물염색가공, 가방과 지갑)에 대한 지식이나 구매경험이 높고 낮은 7명이 선발되었다. 응답자들의 특성을 <Table 1>에서 살펴보면, 20대(1명), 30대(2명), 40대(1명), 50대(3명)의 직장인과 전업주부들이 골고루 포함되었다. 응답자들의 지식과 경험을 7점 평정척도(점수가 높을수록 높은 수준)로 측정된 결과, 제품에 대한 지식과 구매경험 및 감물염색에 대한 지식은 비교적 높은 편이었고, 한지와 줌치한지에 대한 지식과 구매경험은 비교적 낮았지만 응답자 각각의 수준은 다양하였다.

3. Quantitative study

1) The measurement of perceived risk

초점집단면접은 지각된 위험요소들을 파악하는데는 유용하지만, 위험지각 수준을 명확히 평가하는데는 유용하지 못하다. 종이소재 패션제품에 대해 지각한 위험 수준 및 개인적 차이를 검증하기 위한 목적으로 정량적 조사가 이루어졌다. 정량적 조사에서도 지각된 위험의 조작적 정의는 초점집단면접에서와 같이 동일하게 적용되었으며, 지각된 위험 수준은 초점집단면접 결과 나타난 위험요소들을 토대로 개발된 측정도구에 의해 평가되었다. 즉, 소비자의 지각 초점을 재료적 측면, 염색가공 측면, 제품 측면으로 이동시키는 세가지 유형의 자극물에 노출시킨 후 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 위험의 수준을 5점 Likert 척도로 평가하였다. 이외에 한지, 줌치한지, 감물염색 줌치한지에 대한 지식 정도와 체험 정도가 5점 평정척도로 측정되었다(점수가 높을수록 지식과 체험의 정도가 높음). 응답자의 연령은 자유응답으로 측정되었고, 결혼 여부, 직업유형은 명목척도로 측정되었다.

2) Data collection

제시된 기간에 조사 장소를 자유롭게 방문하여 자

<Table 1> The characteristics of respondents

Respondents	Age	Marriage	Job	Hanji		Jumchi-Hanji		Persimmon juice dyeing		Bags and wallets	
				Knowledge	Purchase experience	Knowledge	Purchase experience	Knowledge	Purchase experience	Knowledge	Purchase experience
A	22	Single	Employee	2	1	1	1	4	1	4	6
B	34	Single	Employee	3	4	3	3	4	2	4	4
C	39	Married	Employee	3	3	1	1	4	1	4	5
D	42	Married	Employee	1	1	1	1	2	2	1	2
E	51	Married	Employee	4	6	3	3	4	2	4	3
F	53	Married	House wife	7	4	1	1	5	1	3	4
G	54	Married	House wife	2	2	1	2	2	1	2	4

극물들을 직접적으로 살펴보고 평가하는 Central Location Test(CLT) 방법이 도입되었다. 지역 여성 64 명이 10일 동안 실습실을 방문하여 설문조사에 응답하였다. 응답자들은 <Table 2>에서 보듯이 20대(43.8%)와 40~50대(43.7%) 비율이 유사하였으며, 결혼 여부(미혼, 기혼)와 직업 유무(학생, 직장인)의 비율도 유사하였다. 한지, 줌치한지, 감물염색가공 줌치한지에 대한 인지도와 체험 정도는 모두 낮은 편이었다. 본 연구가 직물이나 가죽이 아닌 종이소재로 제작된 혁신적 제품에 대한 소비자 지각을 조사한다는 점을 고려할 때, 제시된 가방과 지갑 자극물에 대한 응답자의

낮은 인지도와 체험도는 본 연구 상황에 부합한다고 볼 수 있다.

설문조사는 3개의 분리된 공간에서 이루어졌다. 공간 각각에는 초점집단면접에 제시되었던 동일한 자극물들(미가공 줌치한지 소재, 감물염색가공 줌치한지 소재, 감물염색 줌치한지 시제품)이 배치되었다. 응답자들은 초점집단면접에서와 동일한 순서로 가방과 지갑 제품들을 관찰하고 설문지에 응답하였다. 응답된 자료들은 백분율, 빈도분석, *t*-test 등으로 분석되었으며, 자료수집(CLT)의 특성상 표본규모가 크지 못한 점을 고려하여 *t*-test의 유의성은 유의수준 10%

<Table 2> The characteristics of respondents

Category		Frequency(%)	Category		Scores	
Age	20s	28(43.8)	Awareness	Hanji	2.50	
	30s	8(12.5)		Jumchi-Hanji	1.19	
	40s	11(17.2)			Jumchi-Hanji dyed with persimmon juice	2.83
	50s	16(25.0)				Experience
	Missing	1(1.5)		Jumchi-Hanji	1.02	
Marriage	Single	35(54.7)	Experience	Jumchi-Hanji dyed with persimmon juice	1.64	
	Married	29(45.3)				
Job	Students	27(42.2)		Experience	Jumchi-Hanji dyed with persimmon juice	1.64
	Employee	37(57.8)				

($\alpha < 0.1$)에서 검증되었다.

IV. Research Results

1. Focus group interview

미가공 줌치한지 소재, 감물염색가공 줌치한지 소재, 시제품 각각이 제공된 상황에서 제공된 소재의 제품이나 시제품 구매에서 지각된 위험내용들이 다음에 제시되었다.

1) Lack of durability

미가공 줌치한지 관찰에서 응답자들은 이 소재로 제작된 제품들인 경우 쉽게 찢어지지 않는지(easily torn), 질기고 튼튼한지(durableness)에 대해 의문이 컸다. 즉 내구성(durability)에 대한 위험이 지각되었다.

“어, 쉽게 찢어지지 않는가? 뭐 내구성.” (A, 22세)
 “가죽제품 이런 것들은 오래 가지만 아무래도 종이의 질이잖아요. 어쨌든. 그래서 좀 그런 게 걱정이 되긴 하네요. 수명이 짧은 게 걱정이 되긴 하네요.” (E, 51세)

감물염색가공 줌치한지 관찰에서는 찢어짐에 대한 위험지각이 약화되었다. 미가공 줌치한지에서와 달리 가죽 소재로 착각할 만큼 질감이 가죽과 유사할 뿐만 아니라 수명 또한 가죽처럼 질겨 보인다고 응답하였다.

“종이 안 같아요.” (A, 22세)
 “양가죽 같은 느낌이야. 좋아 보인다. 질길 것 같아요.” (F, 53세)
 “한지라고 말 안 해주면 모를 것 같아요. 가죽 같은 느낌이 드니까, 그러니까 가죽이 원래 만지면 만질수록 부드러워지잖아요.” (G, 54세)
 “근데 이제 말 안 해주면 감물인지 모르겠어요. 이거 감물이야. 얘기해줘야 알지. 네, 감물이라고 해야 알지. 그러지 않으면 그냥 가죽의 일종이다. 오래갈 것 같아요. 질겨 보이고.” (C, 39세)
 “그리고 찢어질 것 같았는데, 생각보다, 네. 안 찢어질 (것 같아요).” (B, 34세)

시제품 제공 상황에서 참가자들은 시제품들을 직

접 관찰하거나 들어 보면서 제품의 구조 및 제품의 각 부분을 연결하는 봉제선을 확인하였다. 이 과정에서 응답자들은 종이소재 제품이 일반 가죽제품과 크게 다르지 않음을 인식하고 내구성에 대한 위험지각 감소를 시사하였다.

“아 이런 거구나. 한지로 어떻게 만들었을까 상상 이 안 되는데. 한지를 바느질, 재봉질 해가지고 이렇게 끈을 만든 거구나. 그냥 일반 가방 같아요. 그냥 진짜 한지 안 같아요. 단단해 보여. 네, 가죽 같아요.” (C, 39세)
 “한지 안 같고 가죽가방.” (F, 53세)

2) Lack of water-resistant and no washability

미가공 줌치한지 관찰에서 면접 참가자들은 종이소재 제품이 비에 젖었을 때의 안전성과 오염되었을 때의 세탁 가능성에 대해 염려하였다. 미가공 줌치한지의 경우 종이 특성이 두드러지고 흰색이어서 이 문제에 대한 지각이 컸다.

“비에 안전한가. 가장 그게 먼저 (걱정되죠).” (G, 54세)
 “젖거나 찢어질까봐.” (D, 42세)
 “아무래도 충격을 여러 번 받다보면 미세한 틈으로 습기가 베여질 수밖에 없으니까. 한지 내부에 습기가 스며들면 아무래도 좀 수명이 오래 가지 않을 가능성이 많다고 생각되는데. 뭐 세탁을 할 수 있는가?” (F, 53세)
 “저 같은 경우에는 이제 땀이 많이 나는 편인데, 자꾸 이렇게 뭐 끈 같은 거, 손잡이나 이런데 자꾸 이렇게 접촉을 하게 되면 오염도 있을 것이고.” (G, 54세)

감물염색가공 줌치한지 관찰에서 40대 참가자는 젖었을 때의 얼룩에 대해 걱정하였다. 반면, 50대 참가자들은 감물염색 제품들인 경우 세탁을 안하고 쓰는 것이 일반적이라고 응답하였다. 그리고 감물염색에 의해 내수성 부여가 가능하기 때문에 감물염색가공 줌치한지 종이소재 제품이 비에 젖더라도 크게 문제 될 것이 없다고 응답하였다. 따라서 내수성 부족 및 세탁할 수 없는 것에 대한 위험 지각은 낮아지는 경향을

보였지만 연령집단에 따라 다소 차이가 있을 수 있음이 시사되었다.

“다시마 같아. 젖어서 이렇게 색깔이.....” (D, 42세)
 “퇴색될? 얼룩 되거나 퇴색되는 거? 아니, 핑크도 아니고, 뭐 보라도 아니고 이런 정도면 그냥 막 쓸 거 같은데요. 이런 종류는 세탁 되지 않아도 될 것 같은데. 왜냐하면 감물은 아무렇게나 세탁, 저기 세탁하면 안 되잖아요.” (G, 54세)
 “근데 감물을 들이면 제가 알기로는 그 같아이, 이게 세탁을 안 해도 뭐 그런 뉘새라든가 이런 거를 시간이 이렇게 흐르면서 자연적으로 없어진다는 얘기를 들은 거 같거든요. 그러니까 그런 세탁하는데 문제점 이런 게 없어지지 않을까 그런 생각도.” (E, 51세)

시제품들을 직접 관찰한 후에도 30대 젊은 참가자는 제품 소재가 한지라는 것을 알면 구매자들이 방수성에 대해 궁금해 할 것으로 응답하였다. 그러나 50대 참가자들은 가방 자체가 세탁을 빈번하게 요구하지 않기 때문에 크게 문제되지 않을 것으로 인식하였다. 따라서 시제품에서도 내수성 부족 및 세탁 불가능성에 대한 위험 지각은 연령에 따라 다를 수 있음이 시사되었다.

“사려고 하면 물어보잖아요. 한지가 이거 비에 안 젖어요?” (C, 39세)
 “아니, 근데 우리가 가죽 가방을 둘러도 비에 일부러 막 맞히고 다니지는 않고 막 가죽도 이렇게 하고 다니잖아. 그러니까 막 비를 맞힐거 아니니까 한 방울씩 떨어지는 건 문제가 없을 것 같아요.” (E, 51세)
 “근데 소비자 입장에서 살 때는 그건 무조건 한번 질문할 것 같아요. 방수가 되는지.” (C, 39세)
 “가방 세탁하면서 안 쓰잖아요?” (F, 53세)
 “좋은 가방 갖고 있는 사람은, 가방을 이렇게 안고 다니고 그냥.” (G, 54세)

3) Lint, pilling and wear-out

미가공 줌치한지 관찰에서 응답자들은 제품이 외부의 어떤 것과 반복적으로 맞닿고, 부딪히고, 마찰되

면 미세한 솜털이 일어나거나 모서리 혹은 밑창 부위가 닳아서 헤어지기 쉬울 것이라고 걱정하였다. 즉, 보푸라기, 필링, 마모에 대한 위험이 지각되었다.

“미세한 그 닳종이가 이렇게 일어나는 거 있잖아요. 그래서 이런 것들이 일어나는 경우가 많더라고요.” (G, 54세)
 “그러니까 모서리 같은 부분 있잖아요. 일반적으로 가방을 우리가 만들었을 때 들 수도 있고, 이런 모서리 끝부분 같은 데는 좀 다른데 보다 빠르게 이렇게 녹아버리니까(1단계 응답).” (G, 54세)

감물염색가공 줌치한지 관찰에서 젊은 참가자들은 마모에 따른 위험지각을 더욱 강조하였다. 즉 종이소재 제품인 경우 쉽게 마모될 뿐만 아니라 감물염색된 갈색의 결부분이 벗겨지면 속에 있는 하얀 미가공 줌치한지가 드러나기 때문에 보기 싫을 것이라고 응답하였다. 반면, 50대 참가자들인 경우 닳고 헤어져서 색상이 달라지는 것은 가죽가방도 마찬가지이기 때문에 종이소재 고유의 특징으로 이해하고 그대로 쓰거나 보완하면 될 것으로 인식하였다. 따라서 보푸라기, 필링, 마모에 대한 위험지각은 연령에 따라 차이가 있을 것으로 시사되었다.

“근데 그러면 이렇게 종이 한지가 이런, 이거 뭐라고 해야 되지? 이렇게 닳지가 있잖아요. 이게 만약에 뜯어지면 그거에 저 물 안든 데는 또 다시 하얀 종이가 나오니까 좀 그런 거 같은 건 문제점이 있을 거 같아요. 닳으니까.” (B, 34세)
 “그래서 안 쓸 거 아닌가 사람들? 맞지? 그 사이 공간이 (벗겨져서).” (C, 39세)
 “아니, 그래도 좋아하는 사람들은 자기가 그거 들어서 그 가방이 되게 가볍고 편하다 이렇게 하면 그렇게 험 때 까지도 막 쓰거든요. 가죽 같은 경우에는 그리고 심지어는 그 끝부분이 다 닳아 가지고 없어지면 이거를 보완을 해서라도 써요. 쓰는 사람도 있어요.” (G, 54세)

시제품 관찰에서는 보풀, 필링, 마모에 따른 위험이 언급되지 않았다. 이것은 앞 단계에서 이러한 위험에 대한 관점이 사람마다 다를 수 있음이 충분히 인식되

였기 때문으로 생각된다. 그러나 50대 참가자들인 경우 감물염색 소재가 코팅처리되어 있을 뿐만 아니라 안감 또한 감물염색 천으로 되어 있어서 마모에 따른 문제점은 크지 않을 것으로 응답하였다. 따라서 연령에 따른 차이가 시사되었다.

“아까 그 한지 상태 그대로 한 건가요? 아니면 거기에다가 다시 또 마감재 처리를 한 건가요?” (F, 53세)

“이 안에 수납 엄청 잘 돼 있네. 이 안에는 이런 천으로 다 했구나. 안에는 천으로 다 댕거죠?” (E, 51세)

“응, 다 천이에요. 아, 이걸 아니야. 속에는 천도 쓰고.” (F, 53세)

4) Discoloration and deformation over time

미가공 줌치한지 관찰에서 참가자들은 시간이 흐르면 색상이 누렇게 바래는 변색에 대해 염려하였다. 그리고 물건을 담고 사용할 때 형태가 쉽게 찌그러지는 것에 대해 걱정하였다. 즉 종이소재 제품의 변형과 변색에 대한 위험이 지적되었다.

“시간이 지날수록 점점 하얀 한지도 색깔이 약간 누렇게 변해요.” (G, 54세)

“햇빛에 충분히 바래죠.” (F, 53세)

“누리끼리.” (B, 34세)

“모양이 흐트러진다. 네, 모양 변형.” (F, 53세)

“근데 수납공간을 만들면, 물건을 이런 걸 놓으면 다 당연히 그 형태가 다 흐트러지지 않을까요?” (B, 34세)

감물염색가공 줌치한지 관찰에서는 염색가공 줌치한지가 미가공 줌치한지 보다 두껍고 강직성이 높다는 점이 인식되어 변형에 대한 위험지각은 다소 약화되었다. 그리고 제품 보관 시 직사광선을 피하면 변색 또한 크게 문제되지 않을 것으로 인식되면서 앞과는 다른 관점을 보였다.

“감물염색 하니까 더 뽀뽀해졌다.” (F, 53세)

“근데 너무 딱딱해요. 종이 안 같아.” (C, 39세)

“가방은 이렇게 딱딱해야 각이 잡힐 거 아니에요.” (E, 51세)

요.” (E, 51세)

“변색은 되겠지. 천이니까. 아, 저거니까. 종이니까. 근데 항상 햇빛에 노출되는 건 아니니까 집에는 어두운데 걸어두니까 그걸 크게 문제되진 않을 거 같은데. 세월에 곰삭은 그런 느낌을 더 (좋아하기도).” (F, 53세)

시제품 관찰에서는 앞에서 제시되었던 변형과 변색에 대한 염려가 거의 없었다. 이것은 변형과 변색에 대한 위험이 앞 단계에서 낮아졌기 때문으로 판단된다. 특히, 50대 응답자들은 디자인이나 덧대는 다른 소재를 통해 형태 안정성을 유지할 수 있다고 보고 젊은 응답자들보다 좀 더 수용적으로 변했다.

“그러니까 이거를 두 겹 한 건가? 아니면 오로지 하나로? 각을 딱 잡아놓고 이렇게 헐렁헐렁 하지 않게.” (F, 53세)

“다른 소재도 같이 이렇게 혼합을 해서 쓰니까.” (G, 54세)

“네, 여기 안에도 이거 천이 좀 독특해. 뽀뽀한 (것 이).” (E, 51세)

5) Expensive price

미가공 줌치한지 관찰에서 참가자들은 줌치한지 제품의 경우 가격이 높을 것으로 지적하였다. 특히, 인지도가 높은 브랜드에서 판매될 경우 가격이 더욱 부담스러울 것으로 응답되었다. 그리고 50대 참가자들에게서 가격위험이 자주 언급되어서 연령이 높은 집단에서 재무적 위험 지각이 높을 것으로 시사되었다.

“비쌀거 같아요. 네, 저는 가격도 (걱정되어요).” (F, 53세)

“크기가 작아도 비싸요. 수공에 따라.” (G, 54세)

“네, 비싼 것도 그렇고, 그만큼 돈이 많이, 브랜드 화가 되면 더 비싸지않아요. 안 그래도 비싼데.” (B, 34세)

감물염색 줌치한지 관찰에서도 재무적 위험이 크게 인식되었다. 면접 참가자들은 염색가공 비용이 더 추가될 뿐 아니라 한지, 줌치한지, 천염염색 모두 수공에 방식으로 이루어지기 때문에 가격이 비쌀 것으

로 인식하였다.

“그래도 가방 값이 비싸질 것 같은데.” (D, 42세)
 “네, 비쌀 것 같아요. 가공비가. 안 그래도 많이 드는데. 뭐든지 자연적이면 고가지. 다 조금씩 다른 거라.” (F, 53세)

시제품 관찰에서도 가격 위험은 여전히 높게 지각되었지만 일부 참가자들은 수용 가능한 것으로 응답하였다. 이것은 제품의 심미성과 완성도가 확인됨에 따라 품질 대비 가격 인식이 형성되었기 때문이다. 그러나 연령대가 유사한 50대 응답자들 간에도 가격 수용에 대한 의견 차이가 있었다. 가격 위험과 관련한 개인적 차이는 표본규모를 크게 하여 심도 있게 평가될 필요가 있다.

“아, 가격이 진짜 더 높아지는 것 같아요.” (B, 34세)
 “이 정도면 진짜 부담 없이...(살 수 있기도)” (G, 54세)
 “글쎄요 아가씨들은 좀 안 사지 않을까?” (F, 53세)

6) Old and traditional image

미가공 춤치한지 관찰에서 면접 참가자들은 이소재로 만든 제품들인 경우 오래된 구닥다리 이미지나 전통적 이미지를 연상시키기 때문에 사용자의 연령을 원래 나이보다 많아 보이게 할 것이라고 응답하였다. 즉 현대인들 대부분이 젊은 이미지를 선호한다는 점에서 한지 제품 사용자에 대한 반응이 긍정적이지 못할 것으로 인식되었다.

“좀 올드한 느낌이 먼저 들어요. 딱 한지 했을 경우. 네, 저는 뭐 한지 아까도, 저는 전혀, 그런 거를 별로 좋아하지 않아요.” (G, 54세)
 “그 그러니까 한지라는 인식이 뭐냐 하면, 아, 이런 거는 나이든 사람들이, 그런거예요. 계량 한복을 나이든 사람, 나이 드신 분들이 입는 것 처럼 한지를 딱 보면, 아? 이거는 옛날 건데. 전통적인 건데. 이걸 왜 우리가 하지? 하면서 거부감?” (B, 34세)
 “솔직히 저희 같은 경우에는 이제 연령대 별로 봤을 때는 저 20~30대 같은 경우에는 한지 가방이라고 하면...” (B, 34세)

“생소하죠. 그렇죠.” (G, 54세)

감물염색가공 춤치한지 관찰에서 이 소재의 제품은 고급스러울 것으로 인식되었다. 그러나 30대 응답자들은 감물염색 소재가 매우 독특한 소재로 변신하기는 하였지만 젊은이들에게 수용되기는 어려울 것으로 지각하였다. 즉 이 소재의 제품이 젊은이들에게 수용되려면 젊은 사람 취향에 맞는 디자인이 중요할 것으로 응답되어 연령에 따른 지각 차이가 시사되었다.

“종이 안 같아. 저는 처음에는 한지, 하얀 색깔 그냥 한지만 생각했지. 이렇게 변신할지 몰랐으니까.” (C, 39세)
 “웬지 고급스러워 보여.” (F, 53세)
 “저희는 안 쓸 것 같아요.” (B, 34세)
 “40대 전에 안써.” (C, 39세)
 “디자인이 중요할 것 같아요. 저희는.” (B, 34세)
 “디자인만 예쁘게 커버하면.” (C, 39세)
 “20대들한테도 어필 할 수 있는, 아, 디자인. 디자인이 중요할 것 같아요.” (F, 53세)

시제품 수용도는 앞 단계에서와 달리 긍정적으로 변화되었다. 아이템이나 디자인 감각에 따라서는 20대 학생들에게도 수용가능한 것으로 응답되었다. 이러한 응답은 50대 참가자들에게서 더 자주 언급되어 젊은 응답자들보다 이에 대한 위험지각이 더 낮아진 것으로 시사되었다.

“그리고 이거, 이 디자인도 좋은 것 같아요. 그 다음에 이 가방도 20대 아가씨들도 이젠 뭐 가격이 싸면 살 것 같아요.” (F, 53세)
 “오히려. 네, 학생들은 그거는 들고 다닐 거 같아요. 예코백 같이 하면.” (E, 51세)
 “20~30대는요. 그러니까 손에 들고 다니는 것보다 그냥 이렇게 크로스백으로 매는 거를 되게 좋아해요. 작고. 네, 그런 것도 있고, 그냥 이렇게 미니백으로. 학생들 이런 거 매고 다니잖아.” (B, 34세)

7) Lack of design diversity and unsatisfactory appearance

미가공 춤치한지 관찰에서 참가자들은 이 소재의

경우 제품 형태에 제한이 따를 뿐만 아니라 문양 부여가 어려워 디자인 다양성이 부족할 것으로 응답하였다.

“모양, 디자인이 한정적으로 되지 않을까요?” (G, 54세)

“다양한 무늬도 안 나올 것 같아요. 다양한 무늬, 뭐 무늬라고 해야 되나?” (E, 51세)

감물염색 중치한지 관찰에서는 색상위험 지각이 강조되었다. 감물염색인 경우 색상이 한정적이어서 자신들이 선호하는 최신 스타일이 담보되지 못할 것이라고 인식되었다. 그리고 수선 과정에서의 위험이 새롭게 부각되었다. 감물염색이 천연염색이란 점에서 구매 후 수선 가능성 및 수선을 통한 정확한 색상 재현성이 의문시 되었다. 30대 응답자들에게서 부정적 반응이 많아 연령에 따른 차이가 시사되었다.

“이거 감물 말고 다른 걸로도 물들일 수 있지 않나요? 감물 말고 다른 색상 좀 여러 가지 천연 컬러 (는 없나요?)” (B, 34세)

“색은 이렇게만 있는 거예요? 더 밝은색은 없고?” (C, 39세)

“저는 이게 제일 걱정되는 게 그거예요? A/S 돼요? 근데 A/S 받으면 아예 색상이 다 달라져 버리지 않을까 싶어서. 왜냐하면 염색을 그때그때 해서 나오는 건데 똑같은 게 안 나오니까.” (B, 34세)

“뭐 캐주얼 식으로 하든, 보조가방 식으로 하든 감물 자체를 하면 20~30대는 우선 안 쓸 거고요.” (B, 34세)

“20대들이 좋아할 수 있게, 디자인을 좀 짧게 해야지. 짧게. 요즘 트렌드에 맞는 디자인을 만드는 게 (중요하지).” (G, 54세)

시제품 관찰에서는 제품의 심미성이 충분히 인식됨에 따라 디자인 감각이나 젊은 스타일과 관련하여 가졌던 위험은 해소되었다. 수선에 따른 불만족스런 외관에 대한 위험 또한 언급되지 않았다. 다양한 디테일 및 다른 소재의 혼합으로 문양이나 색상 한계성 문제가 대치될 수 있을 것으로 인식되었기 때문으로 보인다. 특히, 20~30대 참가자들은 감물염색 중치한지 관찰에서와는 달리 시제품 관찰에서 더욱 긍정적인

태도를 보였다.

“예쁘다. 난 이 색이 좋아.” (C, 39세)

“저는 더 밝았으면 좋겠어요.” (A, 22세)

“색깔은 어쩔 수가 없어. 근데 이런 거 보면 더 다양한 종류의 가방을 만들 수 있을 거 같아요. 이런 식으로 본다면.” (B, 34세)

“다른 소재도 같이 이렇게 혼합을 해서 쓰니까, 선생님 이렇게 천연다가 이렇게 다른 소재를 덧대어 가지고 이렇게 조화롭게 이렇게 하니깐 더 좋은 거 같아요.” (G, 54세)

“아 괜찮다. 이런 것도 딱 스타일이네. 내 스타일.” (E, 51세)

“디자인이 세련되게 나왔는데 이거 (중략) 이 중치한지 색상이랑 이 응용한 가죽 끈 같은게 서로 색깔이 잘 어울리고.” (F, 53세)

“굳이 뭐 디테일 뭐냐 무늬 그런 거 안 넣어도 충분히 이거 하나만으로도 괜찮아요.” (C, 39세)

8) Lack of usability in daily life and difficulty in handling

미가공 중치한지 관찰에서 면접 참가자들은 이 소재로 제작된 패션제품의 경우 일상생활에서 활용되기 어려울 뿐만 아니라 가죽만큼 관리가 까다롭고 힘들 것으로 지각하였다.

“자주 그러니까 자주 들고 다닐 수 있는 지를 활용도 네, 활용, 활용도가 (걱정되어요). 그런 것도 있고 상황에 따라서도 달라질 것 같아요.” (B, 34세)

“특별한 날 만, 명절 때, 절에 갈 때.” (C, 39세)

“(가죽 옷은) 관리하기가 힘들어서.” (A, 22세)

“오히려 한지가 더 어려우면 어렵지.” (F, 53세)

“그렇지. 한지가 더 까다로울 수 있지.” (G, 54세)

감물염색가공 중치한지 관찰에서는 중치한지 소재로 만든 제품이 일상생활에서 활용 가능하겠다는 인식이 생겨났지만 활용가능성을 확신하는 응답은 많지 않았다.

“처음에는 한지가 대중성에 좀 떨어질 것 같았는데 막상 보니까 이거는 좀 괜찮아요.” (C, 39세)

“활용도가 좀 많아지는 거 같아요.” (B, 34세)

시제품이 실제로 관찰되었을 때 앞에서 지각되었던 일상생활에서의 활용도 부족은 거의 언급되지 않았다. 이것은 지갑, 명함 케이스, 백팩, 쇼퍼백, 크로스백 등의 관찰을 통해 제품 활용도가 다양하게 인식되었기 때문으로 판단된다. 그리고 면접 참가자들이 본인 언어적/비언어적 반응에 근거할 때, 시제품 완성도나 세련됨이 기대했던 것보다 높았기 때문으로 추론된다.

“이거 이렇게 하면 지갑같이 해도 되겠어요.” (E, 51세)

“이처럼 이렇게 세트로 팔면 예쁘지 않을까요? 어, 이거 예쁘다. 명함집. 아니면 진짜 파우치로 만들면 나올 것 같아요. 어, 그런 느낌. 쇼퍼백 느낌.” (B, 34세)

“아, 와인 병. 와인 케이스 이런 거 선물 용품점에 납품하면 잘 나갈 것 같은데. 이것도 재활용해서 끈을 해 가지고 크로스백으로 하면 (좋을 것 같아요). 저는 백팩 주세요.” (F, 53세)

이상에서 보는 바와 같이 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 위험요소들은 내구성 부족(찢어지기 쉬운, 질기지 못한), 내수성 부족, 세탁 불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 변형, 변색, 고가격, 일상적 활용성 부족, 나이든 이미지와 전통적 이미지, 디자인 다양성 부족, 수선에 따른 불만족스런 외관 등 총 11개 요소들이었다. 여기서 내구성 부족, 내수성 부족, 변형, 변색은 제품의 낮은 효용성(DelVecchio & Smith, 2005)을 야기시키는 위험요소들로서 성능위험에 해당된다. 착용 이미지에 대한 타인들의 비호의적 평가로 겪게 되는 심리적 불편함은 사회심리적 위험에 해당된다(Cox & Rich, 1964; Dholakia, 2001). 디자인 다양성 부족 및 수선 후의 불만족스런 외관은 미적인 측면과 관련된 것으로 심미적 위험에 해당된다(Hong & Hong, 2008). 고가격은 예상 보다 높은 지불비용과 관련되며, 일상생활에서의 낮은 활용도는 낮은 경제적 가치에 따른 금전적 손실로서(Cox & Rich, 1964; Dholakia, 2001; Horton, 1976) 재무적 위험에 해당된다. 까다로운 손질과 관리는 시간과 노력을 요

한다는 측면에서(Cox & Rich, 1964; Dholakia, 2001; Forsythe & Shi, 2003) 시간/편의성 위험에 해당된다.

초점집단면접 결과를 토대로 종이소재 패션제품의 위험수준을 정량적으로 평가하기 위한 측정도구가 개발되었다. 즉, 성능위험 측정을 위해 내구성 부족(가방 제품 소재가 종이라서 쉽게 찢어질까 염려스럽다), 내수성 부족(비나 물에 젖었을 때 가방제품이 안전할지 염려스럽다), 세탁 불가능성(물세탁을 할 수 없어 불편하게 될까 염려스럽다), 보푸라기/필링/마모성(보풀/필링이 쉽게 생기거나 가방 모서리가 쉽게 닳을까 염려스럽다), 변형(시간이 지남에 따라 가방형태가 쉽게 변형될까 염려스럽다), 변색(햇빛에 바래서 색이 쉽게 퇴색되거나 변할까 염려스럽다)과 관련된 6개 측정문항들이 개발되었다. 그리고 재무적 위험과 관련된 2개 측정문항(소재가 수공으로 제작되어 제품가격이 비쌀 것 같아 염려스럽다; 일상생활에서의 활용도가 낮을까봐 염려스럽다), 사회심리적 위험과 관련된 1개 측정문항(가방을 들고 다닐 때, 나이 들어 보이는 사람으로 보일까 염려스럽다), 심미적 위험과 관련된 2개 측정문항(가방제품의 형태, 색상, 문양 등이 다양하지 못하거나 세련되지 못할까 염려스럽다; 에프터 서비스(A/S)를 맡겼을 때, 색상이나 모양이 원래대로 재현되지 못할까봐 염려스럽다)이 개발되었다. 정량적 연구에서는 4개 위험유형을 총 11개 문항으로 측정하는 5점 Likert 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 ~ 5점: 매우 그렇다)의 측정도구가 사용되었다.

2. Quantitative study

정량적 조사에서는 위험유형별로 지각된 위험 수준의 정도가 어느 정도인지, 소비자의 지각 초점(자극물 유형)에 따라 위험 수준이 어떻게 증감되는지, 지각된 위험수준에 개인적 차이가 있는지를 통계적으로 검증하였다.

1) The differences across stimuli in the level of perceived risk

위험요소 각각에 대한 소비자의 지각 수준은 <Table 3>에 제시되었다. 미가공 줌치한지 종이소재의 경우(Stimuli A), 지각된 위험 수준이 위험요소에 따라 편차가 있었지만(2.78~4.41점) 2개 위험요소를 제외하고 모든 위험요소들이 중간 수준(3점) 이상으

<Table 3> The perceived risks of total respondents and the differences across stimuli in risk perception

Perceived risk		Jumchi-Hanji papers (A)	Jumchi-Hanji papers dyed with persimmon juice (B)	The products made with the dyed Jumchi-Hanji (C)	Difference between stimuli (A-B)	Difference between stimuli (B-C)
Performance risk	Easily torn / lack of durability	4.28(0.75)	3.14(1.08)	2.89(1.17)	8.215***	1.604 ⁺
	Lack of water-resistant	4.41(0.68)	3.45(0.99)	3.17(1.18)	6.570***	1.833*
	Not washable	4.28(0.86)	3.66(1.07)	3.59(1.05)	4.710***	.434
	Lint, pilling and wear-out	4.14(0.79)	3.28(1.15)	3.08(1.24)	5.761***	1.372
	Deformation over time	4.00(0.87)	3.25(1.10)	3.02(1.19)	5.077***	1.507
	Discoloration over time	3.81(0.99)	3.11(1.21)	2.91(1.17)	3.629***	1.476
Financial risk	Expensive price	3.31(0.91)	3.61(0.97)	3.67(0.84)	-2.489*	-.469
	Usability in daily life	3.08(1.17)	2.88(1.23)	2.47(1.15)	1.439	2.669**
Social-psychological risk	Old and traditional image	2.78(1.23)	3.05(1.45)	2.77(1.32)	-1.981 ⁺	1.873 ⁺
Aesthetic risk	Lack of design diversity	2.81(1.13)	3.14(1.31)	2.88(1.23)	-2.220*	1.835 ⁺
	Unsatisfactory appearance due to repair	3.52(1.08)	3.01(1.17)	2.95(1.23)	2.469*	1.333

Mean(S.D) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, ⁺ $p < .10$.

로 지각되었다. 특히, 성능위험과 관련된 요소들(내구성 부족, 내수성 부족, 세탁 불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 변형)은 4점 이상으로 다른 위험요소들보다 높게 지각되었다.

그러나 감물염색가공 줌치한지 종이소재(Stimuli B)에서는 위험요소 모두가 4점 이하로 지각되었으며, 위험요소별 편차 또한 좁게 나타났다(2.88~3.66점). 특히, 미가공 줌치한지와 비교한 성능위험의 감소(A-B)는 통계적으로도 유의하였다. 그리고 심미적 위험요소들 중 수선을 맡겼을 때 원래의 외관이 복구되지 못할 것에 대한 위험 또한 감물염색가공 줌치한지 소재에서 더 낮게 지각되었다. 반면, 고가격($t=-2.489$, $p=.015$), 디자인 다양성($t=-2.220$, $p=.03$), 사회심리적

위험($t=-1.981$, $p=.052$)에 대한 지각은 감물염색가공 줌치한지 소재 평가에서 더 증가하였다. 이것은 초점 집단면접에서 언급되었듯이 염색가공 단계가 추가됨에 따른 비용추가, 갈색 계열이나 진회색 계열의 색상 제한성, 조선시대부터 내려오는 전통염색으로 주로 나이든 사람들에게 입혀지는 것에 대한 인식 때문인 것으로 해석된다.

한편, 시제품(Stimuli C)에 대해 지각하는 위험수준(2.47~3.67점)은 4점이하였으며, 감물염색가공 줌치한지 종이소재에서 지각된 범위(2.88~3.66점)와 유사하였다. 그러나 시제품에서는 위험지각 수준이 3점 이상(4점 이하)인 것은 5개 요소뿐이었다(성능위험 4개 요소, 재무위험 1개 요소). 이것은 위험요소 대부분

에서 3점 이상의 위험이 지각되었던 염색가공 종이소재의 경우와 다른 결과이다. 특히, 시제품 평가에서 내수성 부족($t=1.833, p=.03$)과 일상적 활용성 부족($t=2.669, p=.01$)에 대한 위험은 유의수준 5% 이하에서 염색가공소재에서 보다 낮게 지각되었으며, 찢어짐($t=1.604, p=.072$), 디자인 다양성 부족($t=1.835, p=.071$), 사회심리적 위험($t=1.873, p=.066$)은 유의수준 10% 이하에서 낮게 지각되었다(B-C). 이것은 소재가 종이라는데 맞추어졌던 지각의 초점이 시제품으로 옮겨가면서 종이소재일지라도 다른 직물 제품처럼 봉제가 가능하며, 다양한 형태로 제작될 수 있으며, 다양한 소비상황에서의 사용가능성 또한 높게 지각되었기

때문으로 해석된다.

자극물 유형에 따른 위험지각의 차이는 <Table 4>에서 보듯이 20~30대 집단(G1)과 40~50대 집단(G2)으로 구분하여 분석했을 때도 유사하게 나타났다. 즉 두 집단 모두 감물염색가공 종이소재에서 위험지각이 낮아졌다. 그러나 통계량 값(t -value)에 따르면, 20~30대 집단 보다 40~50대 집단에서 자극물 유형에 따른 위험지각 변화량(감소량)이 더 크게 나타났다. 그러나 염색 가공소재에서 다소 높게 지각되었던 위험요소들(일상적 활용성 부족, 디자인 다양성 부족)인 경우, 소비자의 지각 초점이 시제품으로 이동되면서 20~30대의 위험지각은 유의하게 낮아졌다. 이외에 시제품의 내구

<Table 4> The differences across stimuli in the risk perception of each age group

Perceived risk	Components	G1: 20s and 30s					G2: 40s and 50s				
		Stimuli (A)	Stimuli (B)	Stimuli (C)	(A-B)	(B-C)	Stimuli (A)	Stimuli (B)	Stimuli (C)	(A-B)	(B-C)
Performance risk	Easily torn / lack of durability	4.31 (0.71)	3.44 (1.08)	3.11 (1.16)	4.59***	1.826 ⁺	4.22 (0.80)	2.78 (0.97)	2.63 (1.14)	7.70***	0.527
	Lack of water-resistant	4.39 (0.64)	3.69 (0.95)	3.33 (1.09)	3.91***	1.971 ⁺	4.41 (0.74)	3.19 (0.96)	2.96 (1.28)	5.34***	0.827
	Not washable	4.39 (0.80)	3.83 (1.08)	3.81 (1.03)	3.54***	0.158	4.11 (0.93)	3.37 (1.00)	3.26 (0.98)	3.13**	0.440
	Lint, pilling and wear-out	4.17 (0.69)	3.61 (1.15)	3.47 (1.18)	3.08**	0.842	4.15 (0.90)	2.85 (1.02)	2.56 (1.15)	5.45***	1.072
	Deformation over time	3.97 (0.94)	3.36 (1.17)	3.28 (1.18)	3.11**	0.393	4.07 (0.78)	3.07 (0.99)	2.67 (1.14)	4.54***	1.739 ⁺
	Discoloration over time	3.86 (1.04)	3.14 (1.31)	3.08 (1.25)	2.62*	0.320	3.81 (0.87)	3.07 (1.10)	2.70 (1.03)	2.69*	1.629
Financial risk	Expensive price	3.03 (0.91)	3.56 (0.93)	3.67 (0.86)	-3.60***	-0.661	3.70 (0.77)	3.74 (0.98)	3.70 (0.82)	-0.19	0.166
	Lack of usability in daily life	2.89 (1.16)	3.03 (1.25)	2.44 (1.31)	-0.96	2.851**	3.37 (1.14)	2.67 (1.20)	2.48 (0.93)	2.89**	0.795
Social-psychological risk	Old and traditional image	2.81 (1.23)	3.33 (1.43)	3.03 (1.38)	-3.26**	1.539	2.78 (1.25)	2.70 (1.43)	2.44 (1.18)	0.33	1.070
Aesthetic risk	Lack of design diversity	2.75 (1.15)	3.17 (1.40)	2.81 (1.32)	-2.03*	2.188*	2.89 (1.12)	3.11 (1.21)	2.93 (1.10)	-1.00	0.708
	Unsatisfactory appearance due to repair	3.36 (1.01)	3.06 (1.19)	2.89 (1.26)	1.72	1.00	3.78 (1.08)	3.19 (1.11)	2.96 (1.16)	2.46*	0.881

Mean(S.D) * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, ⁺ $p < .10$

성 부족($t=1.826, p=.076$)과 내수성 부족($t=1.971, p=.057$)에 대한 20~30대의 위험지각이 유의수준 10%에서 감소하였다. 반면, 40~50대 집단의 경우, 1개 요소(변형, $t=1.739, p=.094$)를 제외하고는 염색가공 소재의 제품화 전후에 유의한 변화가 없는 것으로 나타났다.

2) The differences between age groups in the level of perceived risk

초점집단면접에서 위험지각은 자극물 유형뿐만 아니라, 면접 참가자의 연령에 따라 다른 것으로 시사되

었다. 각 위험요소에 대한 연령집단 간 지각 차이를 검증한 결과는 <Table 5>와 같다. 미가공 줌치한지 종이소재에서 두 집단 모두 성능위험요소 대부분을 4점 이상으로 높게 지각하였으며, 가격위험($t=-3.177, p=.002$)외에는 연령집단 간 유의한 차이가 없었다. 가격위험은 20~30대 집단(G1)보다 40~50대 집단(G2)에서 높게 지각되었다.

감물염색가공 줌치한지 종이소재의 찢어짐, 내구성 부족, 보푸라기/필링/마모와 관련한 위험지각에서는 두 집단 간 유의한 차이가 발견되었다. 20~30대 집단

<Table 5> The differences between two age groups in perceived risk

Perceived risk		Jumchi-Hanji papers (A)			Jumchi-Hanji papers dyed with persimmon juice (B)			The products made with the dyed Jumchi-Hanji (C)		
		G1	G2	t-value	G1	G2	t-value	G1	G2	t-value
Performance risk	Easily torn / lack of durability	4.31 (0.71)	4.22 (0.80)	.429	3.44 (1.08)	2.78 (0.97)	2.564**	3.11 (1.16)	2.63 (1.14)	1.636
	Lack of water-resistant	4.39 (0.64)	4.41 (0.74)	-.103	3.69 (0.95)	3.19 (0.96)	2.089*	3.33 (1.09)	2.96 (1.28)	1.205
	Not washable	4.39 (0.80)	4.11 (0.93)	1.240	3.83 (1.08)	3.37 (1.00)	1.750+	3.81 (1.03)	3.26 (0.98)	2.131*
	Lint, pilling and wear-out	4.17 (0.69)	4.15 (0.90)	.088	3.61 (1.15)	2.85 (1.02)	2.754**	3.47 (1.18)	2.56 (1.15)	3.086**
	Deformation over time	3.97 (0.94)	4.07 (0.78)	-.469	3.36 (1.17)	3.07 (0.99)	1.047	3.28 (1.18)	2.67 (1.14)	2.066*
	Discoloration over time	3.86 (1.04)	3.81 (1.88)	.191	3.14 (1.31)	3.07 (1.10)	.212	3.08 (1.25)	2.70 (1.03)	1.319
Financial risk	Expensive price	3.03 (0.91)	3.70 (0.78)	-3.177**	3.56 (0.93)	3.74 (0.98)	-.754	3.67 (0.86)	3.70 (0.82)	-.173
	Lack of usability in daily life	2.89 (1.16)	3.37 (1.15)	-1.636	3.03 (1.25)	2.67 (1.20)	1.155	2.44 (1.31)	2.48 (0.93)	-.130
Social-psychological risk	Old and traditional image	2.81 (1.23)	2.78 (1.25)	.088	3.33 (1.43)	2.70 (1.43)	1.723+	3.03 (1.38)	2.44 (1.18)	1.797+
Aesthetic risk	Lack of design diversity	2.75 (1.15)	2.89 (1.12)	-.480	3.17 (1.40)	3.11 (1.21)	.168	2.81 (1.32)	2.93 (1.10)	-.392
	Unsatisfactory appearance due to repair	3.36 (1.01)	3.78 (1.09)	-1.547	3.06 (1.19)	3.19 (1.11)	-0.444	2.89 (1.26)	2.96 (1.16)	-.242

Mean(S.D) * $p<.05$, ** $p<.01$, + $p<.10$

이 40~50대 집단 보다 이러한 위험요소들을 더 높게 지각하였다. 세탁 불가능성($t=1.750$, $p=.085$)과 사회심리적 위험($t=1.723$, $p=.090$) 또한 유의수준 10%에서 연령집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 20~30대 집단이 40~50대 집단보다 이러한 위험요소들을 더 높게 지각하였다. 이것은 젊은 소비자들이 감물염색 소재에 대한 지식이나 경험이 낮기 때문으로 해석된다.

연령집단에 따른 위험지각의 차이는 시제품 평가에서도 나타났다. 즉, 세탁 불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 시간에 따른 변형에 대한 위험은 20~30대 집단에서 더 높게 지각되었다. 이것은 젊은 소비자들이 중장년 소비자들 보다 의복의 세탁 및 관리에 익숙한 데서 비롯된 것으로 생각된다. 사회심리적 위험 지각에 대한 연령집단 간 차이는 유의수준 10% ($t=1.797$, $p=.077$)에서 유의하였으며, 20~30대 집단에서 위험지각이 더 높았다. 이것은 감물염색 패션제품에의 노출 경험이 적은 젊은 소비자들인 경우 감물염색에 대한 고정관념이 높기 때문으로 해석된다.

이상에서 보는 바와 같이 정량적 조사 결과에 따르면, 종이소재 패션제품에 대해 소비자들이 지각하는 위험수준은 성능위험(내구성 부족, 내수성 부족, 세탁 불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 변형) 및 재무적 위험(고가격)과 관련된 요소들에서 높게 나타났다. 그리고 소비자의 지각 초점이 미가공 종이소재에 맞추어졌을 때보다 염색가공 종이소재에 맞추어졌을 때 7개 위험요소에 대한 지각 수준이 유의하게 감소되고, 지각 초점이 시제품으로 이동되었을 때 5개 위험요소에 대한 지각 수준이 염색가공 종이소재에서 보다 유의하게 낮아짐이 통계적으로 확인되었다. 연령집단에 따른 위험지각 차이 또한 고가격(미가공 소재), 내구성과 내수성 부족(염색가공 소재), 세탁 불가능성, 보푸라기/필링/마모, 나이들어 보이는 전통적인 이미지(염색가공 소재, 시제품), 고가격(미가공 소재), 변형(시제품)에서 유의한 것으로 확인되었다. 특히, 앞에서 제시된 10개의 유의한 차이에서 고가격 위험(미가공 소재)을 제외한 나머지 모두에서 20~30대 연령집단의 위험지각이 더 높은 것으로 확인되었다. 한편, 정량적 연구에서는 초점집단면접에서와는 달리 보푸라기/필링/마모성(A-B) 및 내수성 부족(B-C)에 대한 위험지각이 소비자의 지각 초점(자극물 유형)에 따라

달라짐이 확인되었다. 그리고 초점집단면접에서는 시사되지 않았던 연령집단 간 차이(미가공 소재의 찢김과 질김)가 정량적 연구에서는 유의한 것으로 확인되는 반면 초점집단면접에서는 연령집단에 따라 위험지각 수준이 다른 것으로 시사되었던 위험요소들(염색가공 소재의 찢김과 질김성 부족, 디자인 다양성 부족; 시제품의 내수성 부족과 고가격)이 정량적 연구에서는 확인되지 못했다. 이것은 두 연구에 참가한 응답자들의 숫자, 익명성, 상호작용성 차이에서 비롯된 것으로 볼 수 있다. 지각된 위험 수준의 정도와 차이 검증에 대한 본 연구의 결론은 명확하게 수치화된 정보로 제시되는 정량적 평가에 근거하였다.

V. Conclusion and Discussion

본 연구에서는 종이소재 패션제품 구매결정에서 지각된 위험요소들을 정성적으로 조사하고, 측정도구를 개발하는 한편 각 위험요소들에 대한 지각 수준 및 연령집단에 따른 위험지각 수준의 차이를 정량적으로 규명하였다. 연구결과를 논의하고 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 초점집단면접을 통한 정성적 연구에 따르면, 종이소재 패션제품의 구매결정에서 지각된 위험은 주로 성능위험(내구성 부족, 내수성 부족, 세탁불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 변형, 변색), 사회심리적 위험(착용자 이미지에 대한 비호의적 평가와 이에 따른 심리적 불편감), 심미적 위험(디자인 다양성 부족, 수선 후 불만족스런 외관), 재무적 위험(고가격, 일상생활에서의 활용도 부족)인 것으로 확인되었다. 이러한 위험 유형들은 기존 연구들(Hong & Hong, 2008; Jacoby & Kaplan, 1972; Kang & Kim, 2013; Park & Choo, 2015; Park & Lee, 2015)에서 규명된 위험유형들과 유사하지만 위험유형을 구성하는 위험요소들은 기존 연구들과 다르다. 특히, 성능위험을 구성하는 위험요소로 나타난 내구성 부족(찢어짐), 내수성 부족(습기, 물, 비에 젖었을 때의 안전성), 보푸라기/필링/마모성, 세탁불가능성은 종이 소재 특성에서 비롯된 것으로 직물소재의 패션제품 연구들에서는 보고되지 않았던 것이다. 따라서 종이소재 제품에 대해 지각된 위험은 직물제품에 적용되었던 측정문항들 대신 본 연구에서 규명된 위험요소들을 통해 측정되어야 할

것이다. 본 연구에서는 이를 위해 4개 위험유형과 11개 위험요소들에 기반한 5점 평정척도의 측정도구를 개발하였다. 한편, 신체적 위험유형에 해당되는 것으로 보이는 위생적 위험(Park & Choo, 2015)은 본 연구에서 언급되지 않았다. 이것은 지각 대상물의 차이에서 비롯된 결과이다. 본 연구의 지각 대상은 원료적 측면(닥나무)과 염색가공 측면(뽕감) 모두에서 천연자원이 활용된 친환경 소재의 제품이기 때문에 재사용 소재의 친환경 제품에서 지각되었던 신체적 위험(위생적 위험)은 지각되지 않은 것으로 볼 수 있다.

둘째, 초점집단면접을 통해 개발된 측정도구로 평가된 정량적 연구에 따르면, 종이소재 패션제품 구매 결정에서 위험지각 수준이 높게 나타난 위험요소들 대부분은 성능위험에 해당되는 것이었다. 이것은 기존의 천연염색 의류제품이나 친환경 의류제품(유기농, 재사용, 천연소재, 천연염색 상품) 연구들에서 성능위험이 심리적 위험이나 관리편의성 위험보다 낮게 지각된 연구결과(Hong & Hong, 2008; Kang & Kim, 2013)와는 다른 것이다. 그리고 지각 초점이 미가공 종이소재에 맞추어졌을 때보다 감물염색가공 종이소재에 맞추어졌을 때, 7개 위험요소에 대한 소비자의 위험지각 수준이 감소하였다. 그리고 지각 초점이 제품으로 이동되면서 5개 위험요소에 대한 지각 수준이 더 낮아졌다. 이것은 미가공 종이소재에서 높게 지각되었던 위험요소들이 감물염색가공이나 제품화 과정을 통해 내재적 속성들(e.g., 내구성, 내수성, 디자인, 형태안정성 등)이 개선되거나, 제품이 소비자의 욕구에 맞게 구현될 수 있음이 인지되었기 때문으로 판단된다. 따라서 종이소재 패션제품에서 지각된 위험을 감소시키기 위해서는 소비자들에게 소재가공이나 제품설계 과정에서 내재적 속성들이 어떻게 실질적으로 향상되었는지에 대한 정보를 제공하는 것이 중요하다.

특히, 소비자들은 위험지각 시 부정적 결과를 피하는 수단으로 많은 정보원천들을 필요로 할뿐만 아니라(Aqueveque, 2006), 잘못된 구매결정으로 심각한 부정적 결과가 나타나고 부정적 감정 경험 또한 크다고 예상될수록 선택적 속성에 근거하여 정보처리를 심도깊게 수행한다(Luce, Bettman, & Payne, 1997). 따라서 종이소재 패션제품에서 지각된 위험감소를 위해서는 외재적 속성(예: 가격, 브랜드, 점포 명성)에 의존하기보다 내재적 속성 개선에 관한 정보 확산이

필요하다. 특히, 좀치한지 종이소재 패션제품인 경우 원료, 가공, 제품화 과정에 투입되는 비용이 비교적 높다. 그리고 가격은 성능 평가 단서로 활용되기 때문에(Aqueveque, 2006), 낮은 가격은 열악한 성능이나 낮은 품질을 연상시키고 이것은 다시 신체적 위험지각이나 정서적 위험지각으로 연계될 가능성이 있다(DelVecchio & Smith, 2005). 따라서 재무적 위험을 감소시키기 위한 가격할인이나 가격 속성(외재적 속성)에 기반한 마케팅에 신중을 기할 필요가 있다. 대신, 타겟 소비자에 맞춤화되거나 노출빈도가 높은 다양한 커뮤니케이션 채널들을 통해 종이소재 패션제품의 내재적 속성에 대한 전문가의 평가, 전문가 의견, 소비자의 체험정보를 구체적으로 전달하는 것이 소비자의 위험지각 감소는 물론 제품에 대한 신뢰성을 높이는 데 유용할 것이다. 따라서 마케팅은 체험단 구성, 홈페이지나 판매사이트에서의 구매후기 채널 운영, 전문가 리뷰, SNS 홍보추진 등을 통해 구매시점에서 소비자들이 종이소재 제품정보에 쉽게 노출될 수 있도록 다양한 방안을 강구할 필요가 있다.

셋째, 연령집단에 따른 위험지각 수준의 차이는 지각 초점이 되는 종이소재 유형이나 제품화 여부에 따라 다르게 나타났다. 지각 초점이 미가공 좀치한지 소재에 있을 때에는 연령집단별 차이가 크게 드러나지 않은 반면 염색가공 소재나 시제품에서는 연령집단 간 위험지각 차이가 크게 부각되었다. 특히, 연령집단 간 차이가 유의한 위험요소들(내구성 부족, 내수성 부족, 세탁불가능성, 보푸라기/필링/마모성, 나이 들어 보이는 전통적 이미지, 변형) 모두 20~30대 연령집단에서 높게 지각되는 것으로 확인되었다. 이러한 연구 결과를 고려할 때, 종이소재 패션제품은 착용에 따른 증량이나 의복압에 민감한 중장년 여성들을 타겟으로 경량소재 친환경 가방시장에 진입하는 것이 바람직할 것으로 시사된다. 향후 연구에서는 종이소재 패션제품 선호도와 구매의도를 정량적으로 검토하여 경량소재 친환경 패션시장의 수요를 예측하는 연구도 유용할 것이다.

넷째, 소비자의 지각 초점이 미가공 종이소재, 염색가공 종이소재, 종이소재 패션제품 어디에 맞추어지느냐에 따라 지각된 위험요소나 지각된 위험의 크기가 다름이 확인되었다. 이것은 종이소재 제품과 같이 아직 상용화되지 못하거나 대중화되지 못한 혁신제품

및 혁신기술(e.g., 스마트 웨어, 쇼핑채널에서의 가상 현실이나 증강현실 기술)에 대한 소비자 지각이나 행동의도 연구는 경험자를 대상으로 하거나 실물에 노출된 상황에서 이루어져야함을 시사한다. 즉, 실제 제품이나 기술에 노출됨 없이 연구자 설명이나 시나리오에만 기반할 경우 소비자의 지각 초점이 일부에 제한되거나 편향되어 실물 지각에서와는 다른 결과를 보일 수 있다.

본 연구는 직물이 아닌 종이소재로 제작된 가방과 지갑 제품의 구매결정에서 지각된 위험요소들을 정성적으로 규명하고, 위험지각 이론이나 선행연구들(Forsythe & Shi, 2003; Hong & Hong, 2008; Jacoby & Kaplan, 1972; Roselius, 1971; Winakor et al., 1980)에서 제안된 주요 위험유형(성능위험, 사회심리적 위험, 심미적 위험, 재무적 위험, 시간/편의성 위험)들이 기존 제품군과는 다른 종이소재 패션제품의 구매결정에도 적용됨을 확인함으로써 위험지각 분야의 의식을 확대하였다. 그리고 지각된 위험유형은 유사하지만 이러한 위험유형을 구성하는 구체적인 위험요소들이 직물소재와 다름을 규명함으로써 종이소재 패션제품이 경량소재 친환경 가방시장에 성공적으로 진입하고 안착하기 위해서 어떤 문제들이 해결되어야 하는지에 대한 정보를 제공하였다. 소비자의 지각 초점을 소재, 염색가공, 제품 측면으로 분리하여 종이소재 패션제품에 대한 위험인식의 근거 및 위험감소 방안을 소비자 관점에서 명확히 하였다는 점 또한 본 연구의 실무적 의의이다. 특히, 미가공 종이소재와 관련한 위험지각들이 감물염색가공을 통해 감소될 수 있다는 점을 규명한 점은 산업적으로 시사하는 바가 크다. 그러나 이를 산업현장에 적용하거나 신뢰성 높은 마케팅커뮤니케이션을 위해서는 종이소재 패션제품의 객관적 성능을 평가하는 실험실 연구가 뒷받침될 필요가 있다. 예컨대, 감물염색가공을 통하여 미가공 줌치한지 소재의 내구성, 내수성, 내마모성 등의 물리적 성질이 실제로 향상되었는지를 평가하는 실험연구가 필요하다. 그리고 초점집단면접에서 사회심리적 위험과 시간/편의성 위험이 언급되기는 하였지만, 제시된 위험내용들이 다양하지 못하여 이와 관련한 측정 문항들이 개발되지 못하거나 1개 문항에 한정되었다. 향후 연구에서는 정교화된 복수문항을 이용하여 측정 도구를 좀 더 향상시키고 이에 대한 위험지각 수준을

면밀히 검토할 필요가 있다.

References

- Aqueveque, C. (2006). Extrinsic cues and perceived risk: The influence of consumption situation. *Journal of Consumer Marketing*, 23(5), 237-247. doi:10.1108/07363760610681646
- Bae, J.-S. (2013). Mechanical properties of silk fabrics dyed with persimmon juice. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(1), 156-162. doi:10.5805/SFTI.2013.15.1.156
- Bae, J.-S. (2015). Dyeability and functionality of rayon fabrics treated with persimmon juice. *Fashion & Textile Research Journal*, 17(5), 828-837. doi:10.5805/SFTI.2015.17.5.828
- Bauer, R. A. (1960, June). Consumer behavior as risk taking. *Proceeding of the 43rd Conference of the American Marketing Association, Dynamic Marketing for a Changing World, Chicago, IL*, 389-398.
- Cha, I.-S., & Han, J.-I. (2016). The characteristics of upcycling product design: Focusing on the materials, techniques and products case. *Journal of Korea Design Forum*, 53, 341-352. doi:10.21326/ksdt.2016.53.029
- Churchill, G. A., Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73. doi:10.2307/3150876
- Cox, D. F. (1967). Risk handling in consumer behavior: An intensive study of two cases. In D. F. Cox (Eds), *Risk taking and information handling in consumer behavior* (pp. 34-81). Boston: Harvard University Press.
- Cox, D. F., & Rich, S. U. (1964). Perceived risk and consumer decision-making: The case of telephone shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32-39. doi:10.2307/3150375
- DelVecchio, D., & Smith, D. C. (2005). Brand-extension price premiums: The effects of perceived fit

- and extension product category risk. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(2), 184-196. doi:10.1177/0092070304269753
- Dholakia, U. M. (2001). A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1340-1362. doi:10.1108/EUM000000006479
- Forsythe, S. M., & Shi, B. (2003). Consumer patronage and risk perceptions in internet shopping. *Journal of Business Research*, 56(11), 867-875. doi:10.1016/s0148-2963(01)00273-9
- Han, Y. (2005). The antibacterial activities of persimmon juice and persimmon juice dyed cotton fabrics. *Family and Environment Research*, 43(3), 119-129.
- Hong, H., & Hong, B.-S. (2008). Perceived risks and benefits to natural dyeing product: The role of product knowledge. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(9), 1343-1355. doi:10.5850/JKSCT.2008.32.9.1343
- Hong, H., Jo, H. J., & Kim, S. J. (2017). The physical properties of handmade jumchi-hanji made with Korea paper mulberry. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(4), 633-645. doi:10.5850/JKSCT.2017.41.4.633
- Horton, R. L. (1976). The structure of decision risk: Some further progress. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 4(4), 694-706. doi:10.1007/BF02729830
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972, November). The components of perceived risk. *Proceedings of the Third Annual Convention of the Association for Consumer Research, Chicago, IL*, 382-393.
- Jeon, Y. B., Kim, K. H., & Lim, H. A. (2014). A study on the properties of Jumchi Hanji for application as shroud materials. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 38(3), 397-403. doi:10.5850/JKSCT.2014.38.3.397
- Jung, J. S. (2016, September 23). 2016 가방 마켓 트렌드: 가방시장 세분화...패션시장 비중 키운다 [2016 Bag market trend: the segmentation of bag market increase the size of fashion market]. *Korea Fashion + Tex News*, Retrieved February 25, 2018, from http://ktnews.com/sub/view.php?cd_news=100558&cd_cate=A017
- Jung, J. S. (2017, May 12). 한원물산 정우한 대표: “피혁 대체하는 ‘한지 가죽’ 수요 무궁무진해요” [The president of Hanwonmulsan Company, Woo-han Jung, says: “The demand for ‘Hanji leather’ replacing leather is unlimited”]. *Korea Fashion + Tex News*, Retrieved August 5, 2017, from http://www.ktnews.com/sub/view.php?PageNo=1&cd_cate=E014&cd_news=103140
- Kang, J., & Kim, S.-H. (2013). What are consumers afraid of? Understanding perceived risk toward the consumption of environmentally sustainable apparel. *Family & Consumer Sciences Research Journal*, 41(3), 267-283. doi:10.1111/fcsr.12013
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. (1974). Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of Applied Psychology*, 59(3), 287-291. doi:10.1037/h0036657
- Korea Federation of Textile Industries. (2017, July 18). Korea fashion market trend 2017: Korea fashion industry index research: 2016 research analysis & 2017 market forecasting. Retrieved January 25, 2018, from http://www.fashionnetkorea.com/ebook/20170717_1/pdf/20170717.pdf
- Lee, H. R., Lee, B. J., Sin, D. S., Lim, K. P., Seo, Y. B., Won, J. M., & Son, C. M. (1996). *제지과학* [The science of paper manufacture]. Seoul: Kwangilmunhwasa.
- Lee, J., Han, G., & Koo, M. (2011). Basic research for development of children cloth diaper: Environmental-friendly oriented. *Journal of Fashion Business*, 15(2), 107-119.
- Lee, J. H. (2018, January 22). “올해는 세계 패션 산업 변곡점”... 북미 지고 아시아 부상: 디지털 플랫폼, AI로 밀레니얼 사로잡는 브랜드가 생존 [This year becomes the inflection point of global fashion industry]. *Econoy Chosun*, Retrieved February 27, 2017, from <http://economychosun.com>

- com/client/news/view.php?boardName=C24&t_nu
m=12921
- Lim, K. S. (2015, November 20). 한지, 신소재의 가
능성을 열다 [Hanji opens possibilities for new
material development]. *Nocut news*, Retrieved
August 5, 2017, from [http://www.nocutnews.co.kr/
news/4506868](http://www.nocutnews.co.kr/news/4506868)
- Luce, M. F., Bettman, J. R., & Payne, J. W. (1997).
Choice processing in emotionally difficult deci-
sions. *Journal of Experimental Psychology: Learn-
ing, Memory, and Cognition*, 23(2), 384-405. doi:
10.1037/0278-7393.23.2.384
- Mitchell, V.-W. (1999). Consumer perceived risk:
Conceptualisations and models. *European Journal
of Marketing*, 33(1/2), 163-195. doi:10.1108/0309
0569910249229
- Miyazaki, A. D., & Fernandez, A. (2001). Consumer
perceptions of privacy and security risks for on-
line shopping. *The Journal of Consumer Affairs*,
35(1), 27-44. doi:10.1111/j.1745-6606.2001.tb00
101.x
- Paper. (n.d.). In *Doopedia*. Retrieved February 25,
2018, from [http://www.doopedia.co.kr/doopedia/
master/master.do?_method=view&MAS_IDX=10
1013000779555](http://www.doopedia.co.kr/doopedia/
master/master.do?_method=view&MAS_IDX=10
1013000779555)
- Park, H.-H., & Choo, T.-G. (2015). The influence of
perceived risk of up-cycling fashion product on
trust, purchase intention and recommendation in-
tention. *Fashion & Textile Research Journal*,
17(2), 216-226. doi:10.5805/SFTI.2015.17.2.216
- Park, J. S. (2002, July). 종이 기록물의 보존과 복원
[Conservation and restoration of paper records].
*Proceeding of Korean Society of Archives &
Records Management, International Conference
on Conservation and Digital Preservation of
Archives and Records, Seoul*, 263-272.
- Park, S. J., & Lee, E. J. (2015). Influences of middle-
and old-aged shoppers' perceived risk and con-
sumption value on purchase intentions of eco-
friendly clothing: The mediation effect of risk
reduction behaviors. *Journal of Fashion Design*,
15(1), 51-68.
- Park, T. Y., Kim, D. H., Lee, K.-W., & Chung, Y.-S.
(2005). 전통한지 기술을 응용한 한지 종이사 개
발동향 [Development trends of Hanji paper yarn
by applying Hanji, Korean traditional paper, tech-
nology]. *Fiber Technology and Industry*, 9(2),
117-125.
- Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduc-
tion methods. *Journal of Marketing*, 35(1), 56-61.
doi:10.2307/1250565
- Seo, Y. B., Choi, C., & Jeon, Y. (2001). Effect of
traditional Hanji manufacturing process on its
physical properties. *Journal of Korea TAPPI*, 33
(4), 28-34.
- SIWA. (n.d.). About: Company. Retrieved August 5,
2017, from <https://siwa.jp/en/about>
- UASHMAMA. (2018). About us. Retrieved February
25, 2018, From [https://www.shopuashmamausa.
com/pages/about-us](https://www.shopuashmamausa.
com/pages/about-us)
- Winakor, G., Canton, B., & Wolins, L. (1980). Per-
ceived fashion risk and self-esteem of males and
females. *Family & Consumer Sciences Research
Journal*, 9(1), 45-56. doi:10.1177/1077727x80009
00105