

## 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 소비자 특성

박현희 · 구양숙<sup>†</sup>

경북대학교 의류학과

### Consumer Characteristics Influencing 'Difficulty in Discarding' Fashion Goods

Hyun-Hee Park and Yang-Suk Ku<sup>†</sup>

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University, Daegu, Korea

**Abstract :** The purpose of this study was to identify the socio-psychological variables and demographic factors influencing the difficulty people may have in discarding fashion goods. In addition, differences of disposal behavior were investigated according to the degree of reported difficulty with which people discarded fashion goods. A total of 260 survey questionnaires were analyzed. Frequency, correlation, exploratory factor analysis, reliability, *t*-test and multiple regression analyses were used for data analysis using SPSS 22.0. The study results were as follows. First, the difficulty of discarding of fashion goods was positively affected by concern for the environment and the potential for creative reuse of fashion goods, whereas it was not influenced by interdependence. Second, there were differences in the difficulty with which people discarded fashion goods according to demographic factors such as gender and whether or not they held certain religious beliefs; however, there were no differences among other demographic factors. Third, the group demonstrating a high degree of difficulty in discarding fashion goods preferred certain disposal behaviors such as donating to religious organizations, schools, charities etc., exchanging with other people or bartering, reforming for other purposes, selling to secondhand shops or on the internet, storing without wearing it, or discarding it after salvaging reusable parts. The results of this study provide various guidelines for consumers and retailers of fashion products who are interested in the efficient disposal of fashion goods.

**Key words :** difficulty in discarding (버리기 어려움), disposal behavior (처분행동), concern for environment (환경관심), creative reuse (창의적 재사용), demographics (인구 통계적 특징)

## 1. 서 론

오늘날 소비자의 의생활은 얼마 되지 않는 옷들을 가지고 깨끗하게 손질하여 단정하게 입었던 과거와는 매우 다른 양상을 보이고 있다. 시대흐름의 변화와 함께 경제적 수준이 높아지고 가계소득이 늘어나면서 사람들은 자신을 가꾸며 타인에게 아름답고 매력 있게 보이는 것에 과거보다 더 많은 관심과 노력을 기울이게 되었으며(Kim & Lee, 2012), 이와 함께 소비자 개인의 패션제품 소비량도 지속적으로 증가하여 왔다(Kim, 2015).

한편, 패션기업들은 다양해진 소비자의 욕구를 충족시키고 급변하는 시장 환경 속에서 살아남기 위해 다양한 패션 비즈니스 모델을 개발해 왔는데, 특히 고객의 취향변화에 재빠르게 대

처해야만 경쟁력을 확보하는 패션산업의 특성을 잘 반영한 국내 · 외 패스트 패션 리테일러들(ex, H&M, 자라, 유니클로, 스파오 등)은 새로운 상품을 저렴한 가격으로 매우 빠른 주기로 매장에 선보이며 높은 시장 점유율을 확보하였다(Bianchi & Birtwistle, 2012; Kim, 2015; Kim et al., 2016; McAfee et al., 2004). 많은 패션 소비자들은 이렇게 신속하게 회전하는 패션제품들에 익숙해져 지속적으로 매장의 상품들이 변화하기를 기대한다(Bruce & Daly, 2006). 또한, 계속되는 유행의 변화와 함께 소비자 개인이 소유하는 패션제품의 종류와 수량도 매년 가파르게 증가하고 있으며, 개인이 소유하는 패션제품의 종류가 다양해지고 수량이 늘어나면서 합리적 의복관리의 문제가 새로운 관심사로 떠오르고 있다. 옷장 안에 옷이 가득해서 옷장 문이 겨우 잠기고, 수납공간에 자리가 부족해 옷이 바닥으로 넘쳐흐르고 신발들은 한쪽 구석에 겹겹이 쌓여 있는 장면은 우리 일상생활 속에서 더 이상 낯설지 않다. 이처럼 집안의 공간이 패션제품으로 인해 계속 좁아지는 이유는 바로 '계속 사면서도' '버리지 않기' 때문이다(Baumgartner, 2012). 그러나 많은 소비자들은 매일 아침마다 옷으로 가득 찬 옷장을 열고 입을 옷이 없다고 불만을 토로한다(Woodward, 2007). 이는 더

<sup>†</sup>Corresponding author; Yang-Suk Ku  
Tel. +82-53-950-6223, Fax. +82-53-950-6219  
E-mail: yskoo@knu.ac.kr

© 2017 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

이상 사용하지 않거나 필요가 없는 패션제품들이 옷장이나 수납공간을 가득 채우고 있음에도 불구하고 이러한 패션제품을 처분하지 않고 계속 가지고 있거나 방치하는 소비자가 많다는 것을 의미한다.

이와 같이 물건에 집착하여 쓸모없는 물건을 버리지 못하고 주위와 집안 가득 축적하는 행위를 저장강박(Compulsive Hoarding) 또는 저장장애(Hoarding)라 일컬으며, 이러한 행위를 하는 사람을 호더(Hoarder)라 부른다(Frost & Gross, 1993). 연구 자료에 따르면 저장강박의 유병률은 2-5%에 달한다. 이는 강박이나 공황장애, 정신분열증보다도 높은 수치이다(Frost et al., 2010). 오늘날 일반 패션제품 소비자들 대부분이 병적인 정도로 심각하지는 않지만 이러한 증상을 어느 정도 가지고 있다고 해도 과언이 아니다. 이는 의복 자원의 효율적 선순환과 합리적인 의복 소비 및 처분행동에 배치되는 현상으로 이에 대한 관심과 해결책을 마련할 필요가 있다. 그러나 지금까지 의복관리 관련 연구들은 대부분 의복선택(Yoo et al., 2015; Yu & Kim, 2013), 착용(Ha et al., 2005; Song & Kim, 2005), 섬유 및 세탁(Bae et al., 2001; Choi, 2011), 처분(Harrell & Mcconocha, 1992; Kwon, 2014) 등 부분적인 과정에 한정하여 연구함으로써 개인이 보유하고 있는 의복종류와 수량이 기하급수적으로 늘어난 현대의 의생활 상황을 고려한 합리적 의복관리에 대한 연구는 미흡하다.

이에 본 연구에서는 소비자의 패션제품 ‘버리기 어려움(difficulty in discarding)’에 영향을 미치는 소비자 특성들을 파악하고 그 원인에 따른 차별화된 의복관리 및 처분행동방안을 마련하고자 한다. 이에 본 연구는 다음과 같이 세 가지 구체적인 연구목적을 설정하였다. 첫째, 소비자들의 패션제품 ‘버리기 어려움’에 영향을 미치는 사회 심리적 원인을 알아본다. 둘째, 소비자의 인구 통계적 특징에 따라 패션제품 ‘버리기 어려움’ 정도에 차이가 있는지를 알아본다. 셋째, 패션제품 ‘버리기 어려움’ 정도에 따라 패션제품 처분행동이 어떻게 달라지는지를 알아본다. 본 연구는 지금까지 부분적인 과정에 한정하여 접근한 의복관리행동 연구와는 차별화된 방향에서 현대 시대에 부합하는 합리적 의생활 관리에 대한 대안을 마련해 나가는데 도움을 줄 수 있을 것이라 기대된다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 패션제품 버리기 어려움

소유물의 버리기 어려움은 강박적 인성장애, 강박장애, 정신분열증, 신경성 무식욕증, 치매, 우울증, 충동구매, 정신지체를 포함한 많은 정신의학적 장애에서 묘사된 행동이다(Hwang et al., 1998; Mueller et al., 2007). 선행연구에서 소유물 버리기 어려움은 과도한 습득, 어질러짐 차원과 함께 저장 장애의 핵심적 특성으로 다루어져 왔으며, 최근 몇몇 선행연구들에서 특정표본의 현상학적 저장행동을 조사하기 위해 ‘버리기 어려움’ 하위척도가 사용되었다(Hacker et al., 2016; Jeon & Lee,

2013; Mueller et al., 2007; Rodriguez et al., 2013). Jeon and Lee(2013)는 일반 소비자의 저장강박 행동을 이끄는 심리적인 원인을 파악하기 위해 매몰비용과 예상된 후회, 그리고 개인적 성향의 역할을 규명하였는데, 이 때 저장강박을 측정하기 위해 소유물 버리기 어려움 차원을 활용하였다. Rodriguez et al.(2013)은 미국인을 대상으로 낡고/쓸모없는 아이템의 버리기 어려움의 보급률(prevalence)을 조사한 결과 보급률이 일반 대중의 20.6%를 차지하는 것으로 나타났으며, 버리기 어려움은 정신적 장애 수준과 정신건강 서비스의 사용과 강하게 관련되어 있음을 발견하였다. Frost et al.(2010)은 저장강박 증상을 가진 751명의 성인을 대상으로 전 생애에 걸친 저장행동의 심각성 그리고 스트레스와 외상생활사건(traumatic life events)의 발생에 대한 온라인 조사를 실시하였다. 그 결과, 대부분의 응답자는 20세 이전에 저장강박 증상이 시작되었다고 보고하였고, 이를 만성적 질병으로 묘사하였다. 그리고 이들 표본에서 스트레스와 외상사건이 흔하게 관찰되었으며 관계의 변화와 사람들 간의 폭력은 일시적인 저장강박 증상의 시작 또는 악화와 관련되었다. Mueller et al.(2007)은 충동구매와 저장장애의 관계를 살펴보고 있는데, 거의 모든 저장강박자는 충동구매로 괴로움을 겪지만 모든 강박구매자가 저장강박으로 괴로워하는 것은 아닌 것으로 나타났다. 충동구매는 주로 저장장애의 획득 차원과 관련되어 있었으며 어질러짐과 버리기 어려움은 과도한 강박적 증상과 관련되어 있었다. Park and Ku(2016)는 패션제품 쇼핑 성향이 패션제품 구매 및 소비행동에 영향을 미칠 뿐만 아니라 패션제품 버리기 어려움과 패션제품 처분행동에도 영향을 미치는 유의한 변인임을 실증하였다.

그러나 Park and Ku(2016)의 연구 이외의 선행연구들은 대부분 포괄적인 일반제품의 버리기 어려움을 살펴보고 있어, 패션제품 처분맥락에서 버리기 어려움 현상을 살펴본 연구는 거의 없는 실정이다. 본 연구에서는 유행성이 매우 중요하고 음식처럼 소멸되지 않는 등 다른 일반 소비 제품과는 차별화되는 특성을 가지는 패션제품 고유성을 고려하여 패션제품 맥락에서 버리기 어려움에 영향을 미치는 다양한 변인들을 살펴보고자 하였다.

### 2.2. 처분행동의 정의 및 유형

지금까지 소비자 행동 연구는 주로 구매행동을 중심으로 이루어졌으며, 보관 및 처분행동에 대한 연구는 상대적으로 미비한 실정이다.

처분행동연구는 Jacoby(1976), Nicosia and Mayer(1976) 등에 의해 소비행동의 중요한 측면으로 인식되기 시작하였다. Jacoby(1976)는 지속적 의복 소비는 구매뿐만 아니라 사용, 관리, 그리고 처분과 같은 구매 후 요인 등 몇 가지 단계를 포함한다고 제안하였다. Nicosia and Mayer(1976)는 처분행동을 제품을 통하여 어떠한 욕구를 충족시킨 후의 처리행동이라고 정의하였다. Laitala(2014)는 처분을 어떤 것을 제거하는 행동, 즉 의복이 쓰레기로 버려지는지, 재활용을 위해 전달되는지 또는

재사용되는지에 관계없이 현재 소유자가 가지는 의류수명의 마지막 단계라고 정의하였다. Burke et al.(1978)은 처분행동이란 제품이 그 원초적 목적의 기능을 상실하였을 때 가격이 그 제품에 적용하는 활동이라고 정의하였다.

처분행동의 유형에 관한 연구를 살펴보면, Jacoby et al.(1977)은 소비자가 제품을 폐기할 때는 세 가지 일반적인 선택을 한다고 하면서 개념적 폐기 결정 분류법을 개발하였다: 제품 보관하기, 영구히 폐기하기, 일시적으로 폐기하기. Laitala(2014)는 보관은 다른 목적으로 사용하기 위해 변환하는 것과 저장하는 것을 포함하며 연구처분은 버리거나 기부하는 것(자선기부 또는 친구나 가족에게 양도), 포기하는 것, 판매하는 것 또는 거래하는 것을 포함한다고 하였다. 임시처분은 대여 또는 임대 포함한다고 하였다.

Harrell and McConocha(1992)는 처분행동을 남에게 주거나(give away), 기부(donate)하는 형태의 이타주의적인 행동과 보관(keeping), 폐기(throwing away)와 같은 형태인 비이타주의적 행동으로 분류하였다. Solomon and Rabolt(2009)는 소비자들보다 이상 필요 없는 패션제품을 제거하기 위해 버리기, 기증하기, 재사용하기, 거래하기 또는 판매하기와 같은 여러 가지 대안을 선택한다고 하였다. Morgan and Birtwistle(2009)는 의복 처분행동을 자선단체에 기부, 가족이나 친구들에게 증여, 온/오프라인을 통한 판매, 폐기로 분류하였으며, 지속가능한 의복 처분행동으로 자선단체에 기부하거나 가족 혹은 친구들에게 증여하는 방법이 가장 흔하게 나타난다고 하였다. Cooper(2004)는 제품 처분 실행에 관한 선행연구들(Packard, 1960; Van Nes & Cramer, 2006)은 일반적으로 절대적 그리고 상대적 쓸모없음의 차이를 구별한다고 하였다. Laitala(2014)는 쓸모없음에 대한 판단과 관련된 네 가지 주요 요인을 제안하였다. 첫째, 개선된 효용 또는 표현력을 가진 제품으로 대체 가능한지와 관련된 기능적 요인이다. 둘째, 제품 고장 또는 마모 및 파손(미적 또는 물리적) 등과 관련된 품질 요인이다. 셋째, 상징적 진부화라고도 할 수 있는데 유행, 바람직함, 개인적 스타일 그리고 쇼핑의 즐거움과 같은 쾌락주의를 포함한 심리적 요인이다. 넷째, 제품이 다른 방식으로 쓸모없을 수 있다는 것을 보여주는 새로운 소비자 욕구와 요구이다. 이러한 네 가지 요인 중 기능성과 품질 요인들은 제품의 물리적 특성과 더 직접적으로 관련되는 반면 심리적 요인과 새로운 소비자 요구 또는 욕구는 사용자 또는 사회와 더 관련되어 있다고 하였다(Laitala, 2014).

## 2.3. 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 소비자 심리변인

### 2.3.1. 환경관심

환경관심은 환경에 대한 일반적 수준, 즉 환경이 자신의 가치체계와 중심적으로 연결되는 태도를 의미한다(Choi & Kim, 2007).

선행연구에서 환경 관심은 환경과 관련된 소비행동 및 처분행동에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 녹색소비 가치(green consumption value)를 개념화하고 개발한 Haws et

al.(2014)은 녹색소비가치는 단순한 환경자원뿐만 아니라 개인의 재정적(financial) 그리고 물리적(physical) 자원의 보전과 관련된 보다 큰 범칙적 네트워크(nomological network)의 일부임을 주장하였다. Schwepker and Cornwell(1991)의 연구에서는 환경관여도 수준에 따라 제품을 평가할 때 환경 속성을 고려하는 정도가 차이가 있으며, 환경에 대한 관여도가 높은 소비자가 친환경 포장제품의 구매의도가 더 큰 것으로 나타났다. 또한 환경지식과 환경관여도의 관계를 살펴본 연구에서는 환경과 관련하여 지식이 많은 소비자일수록 환경과 관련한 중요성을 인식하거나 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다(Schahn & Holzer, 1990). Choi and Kim(2007)의 연구에서는 전통지향적 가치가 높고, 여자대학생이면서, 아파트에 거주하며, 환경을 자신에게 있어서 중요한 대상이라고 인식할수록, 환경지식이 높을수록 환경의식적 처분행동이 높은 것으로 나타났다.

또한, Kim(2003)의 청소년을 대상으로 한 연구에서는 환경문제 심각성 인식은 환경친화적 행동인 적극적인 재활용, 리필 제품 사용, 절약행동 등에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Choi and Kim(2007)의 연구에서는 처분행동과 관련된 환경관여도에 있어 환경에 대한 흥미로움과 관심보다는 환경을 자신에게 있어서 중요한 대상으로 인식하는 관여가 처분행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

환경관심과 패션제품 버리기 어려움의 직접적인 관계를 살펴본 연구는 거의 없지만 관련 연구로, Balderjahn(1988)은 재사용, 기부와 같은 환경책임적 행동을 하는 소비자들은 낭비 회피적 성향을 가진다고 하였다. 사회적 책임감이 강하고 환경문제에 관심이 있는 소비자들은 일반적으로 제품의 사용과 구매뿐만 아니라 처분에 더 많은 관심이 있는데(Webb et al., 2008), 자발적 단순화(voluntary simplicity)를 실행하는 소비자들은 재사용과 비료화 처리 같은 환경친화적 실행방법들에 더 많이 관여되어 있으며, 새로운 것을 사는 것보다 부서진 소지품을 수선하여 소지품의 수명을 연장할 수 있는 방법들에 더 많은 관심을 가진다고 하였다(Leonard-Barton, 1981). 이와 같은 선행연구에 근거해 볼 때 환경관심이 높은 소비자일수록 보유하고 있는 패션제품을 버리기 어려워할 것이라 생각된다.

### 2.3.2. 창의적 재사용

제품을 보관하고 그것을 다른 목적으로 사용하여 낭비하는 것을 피하는 것은 제품의 창의적 재사용과 이론적으로 연결되어 있다. Price and Ridgeway(1983)는 소비자들은 현존하는 제품들을 사용하는 새로운 방법에 대해 생각하는 정도에서 다양하다고 제안하였으며, Lastovicka et al.(1999)은 제품의 임기응변식 사용과 재사용은 절약과 관련되어 있다고 주장하였다. Coulter and Ligas(2003)는 별로 필요 없는 소유물들을 모아놓는 사람은 그들 소유물의 수명을 연장하는 새로운 방법을 고안한다고 하였다. 오래된 그리고/또는 부서진 제품들을 수선하고 다른 프로젝트에서 사용하기 위해 제품 일부를 보관하는 그들 자신을 영리하고 상상력이 풍부하다고 생각한다고 하였다. 따

라서 소비자들이 자신의 소유물을 사용하고 재사용하는 방법에서 창의적일수록 패션제품을 버리기 어려워하는 성향이 강할 것이라 추측된다.

### 2.3.3. 상호의존성

개인주의와 집단주의의 개념은 비교문화 연구에서 가장 많은 관심을 받고 활발하게 연구되고 있는 주제이다. 또한 비교적 최근에 이르러 국가차원의 문화특성뿐만 아니라 사회의 조직, 집단, 개인의 특성으로 개념화하는 연구들로 진행되고 있다(Joo, 2015).

동양 문화권으로 분류되는 한국 사람을 대상으로 개인주의-집단주의 성향에 대해 살펴본 대부분의 선행연구들에서는 한국인이 강한 집단주의적 성향을 띤다는(Hofstede, 1997) 연구가 주를 이루고 있지만, 한국인이 일정부분 개인주의 성향을 가지고 있다는 연구도 있다(Cha & Cheong, 1993).

집단주의 성향이란 자아를 집단의 일부로써 파악하고 타인과 연결된 자기를 의식함으로써 자신이 소속한 집단의 규범, 상황과 조화를 이루고자 하며 다수의 견해에 따르려는 성향을 의미한다. 개인주의 성향이란 자아를 집단과 독립적으로 지각하며 개인의 독자적인 견해와 목표를 중시하고 자기행동의 기준에 있어 자신의 개인적 만족과 판단을 중요시하는 성향을 의미한다(Yoon & Kim, 2000).

집단주의 성향만을 강하게 가지고 있는 순수집단주의자 유형은 자신을 사회관계망 속의 일부분이라고 인식하고, 자신의 행동이 다른 사람에 영향을 받는다는 인식이 강하여 상호의존적 자아상을 가지고 있다. 이 유형의 경우 타인과의 관계 지향적이며 다른 사람들과 조화를 이루기 위해 타협하고 양보하며 협동하는 특성을 가지고 있다(Joo, 2015).

따라서 집단주의 성향이 강하여 상호의존적 자아상을 가진 소비자는 가족, 친구, 그리고 지인들의 웰빙에 관심이 많으므로(Cruz-Cárdenas et al., 2015) 자신이 더 이상 사용하기를 원하지 않는 패션제품을 쉽게 버리기 보다는 사회집단 구성원들이 의복 요구를 가질 것이라 지각하고 그들과 함께 사용할 수 있는 방법들을 마련하고자 할 것이다. 따라서 상호의존성이 높을수록 패션제품을 버리기 어려워하는 성향이 강할 것이라 생각된다.

## 2.4. 패션제품 버리기 어려움과 인구 통계적 특징

소비자의 의류 처분행동과 인구 통계적 특성변수와 관계를 살펴본 연구는 다수 실시되었다.

Chang and Park(1997)은 사회적책임적 처분행동과 인구 통계적 변수와의 관계를 살펴본 결과, 교육수준이 낮은 소비자일수록 경제적 처분을 많이 하는 것으로 나타났으며 연령이 높은 소비자일수록, 기혼자일수록 이타적 처분을 많이 하는 것으로 나타났다. Shim(1995)은 대학생을 대상으로 하여 연령, 성별, 인종 등의 인구 통계적 특성에 따라 의류 처분시의 재활용 태도 및 의류처분 행동 패턴이 달라지는지를 조사하였는데, 여성

이 남성보다 환경보존에 더 도움이 되는 처분 방법을 선택하였고, 오래된 옷을 잘 버리지 않고 보관하는 경향이 있다고 하였다. 또한, 연령이 많은 학생들은 연령이 적은 학생들보다 의복을 더 많이 기증하고 잘 버리지 않는 경향이 있다고 하였다. Kim(1998)은 소득이나 용돈이 많거나 월평균 의류비의 지출이 많은 집단보다 소득이 적거나, 용돈이 적거나, 월평균 의류비의 지출이 적은 집단에서 유행에 충실하거나 옷에 쉽게 싫증을 느껴 사장의복의 발생 원인이 된다고 하면서 지출관리에 대한 합리적인 소비교육은 소득이나 용돈지출이 적은 집단에서 오히려 더 필요하다고 주장하였다.

Kim and Cho(2000)은 의복재활용 처분행동과 근무복장 유형 및 인구 통계적 변수와의 관계를 살펴본 결과, 근무복장이 별도의 유니폼이 있는 집단보다 출퇴근복인 집단이, 주관적 사회계층이 높은 집단이, 앞으로 근무계획이 장기간인 집단이, 환경교육을 받은 경험이 있는 집단이 이타적 재활용 처분행동을 더 많이 한다고 하였다. Rho(1994)는 가족구성원의 수가 많을수록 경제적 자원이 부족할 경우가 많으므로 절약정신이 몸에 배어서 의생활 관리행동에 적극적이라고 하였으며, Ahn(1994)는 주부의 처분행동 수준은 학력과 월평균 소득이 높을수록, 전업주부가, 단독주택인 경우가 높다고 하였다. Seo(1997)는 환경문제 책임을 지는 소비자 처분행동 수준은 기독교인 집단이 가장 높았고 불교집단이 가장 낮았으며, 비취업주부가 취업주부에 비해 더 높다고 하였다.

Yoo(1996)의 연구에 의하면, 22세 미만의 젊은 소비자일수록 의복의 사용기간이 짧고 더욱 쉽게 폐기한다고 하였다. Morgan and Birtwistle(2009)는 젊은 패션 소비자들의 처분행동에 대하여 연구하였는데, 피험자들은 의복의 재활용에 대하여 대체로 의식하지 못하였다고 하였다. 많은 피험자들이 연구과정에서 패스트 패션의 특성이 제품의 수명을 다하기도 전에 버려지는 것을 권장하고 있다는 사실을 깨닫게 되었다고 한다.

이와 같이 선행연구들은 다양한 인구 통계적 특징과 소비자 처분행동 간의 관계를 살펴보고 있으나 패션제품 버리기 어려움과 인구 통계적 특징 변수와의 관련성을 살펴본 연구는 매우 드문 실정이다. 따라서 본 연구는 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 인구 통계적 변수들을 탐색적으로 살펴보고자 한다.

## 2.5. 패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 처분행동 차이

본 연구에서는 패션제품 처분 시 소비자가 가지는 패션제품 버리기 어려움 정도에 따라 처분방법을 다르게 선택하는지를 탐색적으로 살펴보고자 한다. 패션제품 버리기 어려움 성향이 강한 사람들은 제품에 대한 애착이 강하므로 그들의 소유물에 대한 적절한 처분방법을 발견하는데 더 많이 주의하고 노력을 들일 것이라 생각된다(Coulter & Ligas, 2003; Haws et al., 2012). 따라서 패션제품 버리기 어려움 성향이 강한 사람들은 패션제품 버리기 어려움 성향이 약한 사람들보다 양도나 기증, 그냥 버리기 등의 손쉬운 방법보다는 리폼 해서 재사용하기, 금전적 이득을 위해 온라인을 통해 판매하기, 낭비를 회피하기 위

해 분리폐기하기 등에 보다 더 적극적일 것이라 추측된다.

이러한 선행연구 고찰을 통해 다음과 같은 세 가지 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 사회심리적 변인들의 차이를 알아본다.

연구문제 2: 소비자의 인구 통계적 특징에 따른 패션제품 버리기 어려움 정도의 차이를 알아본다.

연구문제 3: 패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 패션제품 처분행동의 차이를 알아본다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 변수의 조작적 정의 및 측정도구

본 연구에서 사용된 변수의 조작적 정의는 다음과 같다. 패션제품 버리기 어려움은 소비자가 자신이 소유하고 있는 패션제품을 처분하기 어려워하는 정도를 의미하며(Frost et al., 2010; Park & Ku, 2016) 환경관심은 인간이 자연에 대해 가지는 일반적 관심의 정도로 정의하였다(Haws et al., 2014). 창의적 재사용성향은 제품을 사용하기 위한 새로운 또는 다른 방법들에 대해 생각하는 성향을 의미한다(Haws et al., 2012;

Price & Ridgeway, 1983). 상호의존성은 개인과 집단구성원간의 상호의존 정도로 정의하였다(Sharma, 2010). 패션제품 처분행동은 소비행동의 일환으로 패션제품을 통하여 어떠한 욕구를 충족시킨 후의 처리행동을 의미한다(Nicosia & Mayer, 1976).

설문에서 사용된 측정도구는 Table 1에 나타난 바와 같이 선행연구에서 사용된 신뢰성과 타당성이 검증된 문항을 선별하여 사용하였다. 또한 인구 통계적 특징은 성별, 주거형태, 주택소유형태, 종교유무, 월평균 의복비, 가계 월평균 소득 등을 측정하였다. 연구에서 사용된 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정하였으며, 전혀 그렇지 않다(=1)에서 매우 그렇다(=7)로 응답하도록 하였다.

#### 3.2. 연구대상 및 분석방법

연구자료 수집을 위하여 대구·경북에 위치하고 있는 4년제 대학의 대학생들을 대상으로 2017년 3월 15일부터 3월 25일까지 설문조사를 수행하였다. 회수된 290부의 설문지 중 응답이 불성실한 30부의 설문지를 제거한 후 최종적으로 260부의 설문지를 통계분석에 사용하였다. 표본의 특성을 살펴보면, 성별로는 여성(59.2%)이 남성(40.8%)보다 높은 비중을 차지하였고, 주거형태는 아파트가 55.6%, 단독주택이 12.1%, 연립/셀라가

Table 1. Measurement items

Variables	Items	Sources
Difficulty in discarding	FDD1. It is difficult to throw away the fashion products that I have. FDD2. It is distressing to find the task of throwing the fashion products away. FDD3. I avoid trying to discard the fashion products that I have because it is too stressful. FDD4. I have a tendency to save fashion products although I know I may never use it. FDD5. It is not easy to throw away fashion products I do not use anymore.	Frost et al.(2004), Jeon & Lee(2013)
Concern for environment	EI1. It is important to me that the products I use do not harm the environment. EI2. I am concerned about wasting the resources of our planet. EI3. I would describe myself as environmentally responsible. EI4. I am willing to be inconvenienced in order to take actions that are more environmentally friendly.	Haws et al.(2014)
Creative reuse	CR1. I enjoy thinking of new ways to use old things around the house. CR2. When I build something, I can often make do with things I've already got around the house. CR3. Even if I don't have the right tool for the job, I can usually improvise. CR4. I take great pleasure in adapting products to new uses that the manufacturer never intended. CR5. In general, I would rather alter an old product to work in a new situation than purchases a new product specifically for that purpose.	Price & Ridgeway(1983)
Interdependence	ID1. The well-being of my group members is important for me. ID2. I feel good when I cooperate with my group members. ID3. I enjoy spending time with my group members.	Sharma(2010)
Disposal behavior	DB1. Giving it to relatives or neighbors. DB2. Donating to religious organizations, schools, charities etc. DB3. Exchanging with other people or bartering. DB4. Reforming for other purposes. DB5. Reusing it after size or design alteration. DB6. Selling to secondhand shops or internet. DB7. Storing it without wearing. DB8. Discarding it after salvaging reusable parts. DB9. Dropping it off at a clothing recycling collection box. DB10. Throwing it away.	Kong(2012) Lee & Choi(2002)

30.4%, 상가건물이 1.9%를 차지하였다. 주택소유형태는 자신 혹은 가족 소유주택이 65.1%, 전세, 월세 등의 임대주택이 34.9%로 나타났다. 종교는 있다가 28.8% 없다가 71.2%를 차지하였다. 형제자매유무는 형제자매가 있다가 95%, 없다가 5%를 차지하였다. 월평균의복 지출비는 5만원 미만이 16.2%, 5만원-10만원 미만이 36.2%, 10만원-15만원 미만이 28.8%, 15만원-20만원 미만이 9.2%, 20만원-25만원 미만이 3.8%, 25만원-30만원 미만이 2.7%, 30만원-35만원 미만이 1.2%, 35만원-40만원 미만이 0.8%, 40만원 이상이 1.2%를 차지하였다. 가계 월평균 소득은 200만원 미만이 7.3%, 200만원-300만원 미만이 15%, 300만원-400만원 미만이 11.2%를 차지하였으며, 400만원-500만원 미만이 10%, 500만원-600만원 미만이 8.5%, 600만원 이상이 17.7%를 차지하였다. 잘 모른다고 응답한 비율은 30.4%이었다.

연구문제를 확인하기 위하여 SPSS 22.0을 활용하여 빈도분석, 신뢰도분석, 일원분산분석, t-test, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

#### 4. 결과 및 논의

##### 4.1. 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 측정도구의 신뢰성을 검증하기 위해서 가장 일반적인 방법 중 하나인 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하였다. 전체신뢰도를 낮추는 1 개의 문항(FDD6. 사용하지 않는 옷을 보관하기 위해 공간을 마련하는 것에 대한 결정을 자주 한다)을 제거한 결과, 모든 변수들의 Cronbach's  $\alpha$ 가 .679 이상으로 측정항목의 신뢰도에는 문제가 없다는 것을 알 수 있었다. 설문항목들의 개념타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 수행하였다. 요인추출은 주성분 분석법을 이용하였고 요인회전은 직교회전법을 이용하였다. 두 개의 요인에 이중 적재되는 한 개의 문항과(ID4. 무슨 일이 있어도 나의 가족 구성원들을 돌보는 것은 나의 의무이다) 요인부하량이 0.4 이하인 한 개의 문항(ID5. 가족 구성원들은 그들이 동의하지 않을지라도 함께 묻쳐야만 한다)을 제거한 결과, 모든 요인의 고유값이 1.0 이상으로 추출되었으며, 모든 요인들의 요인부하량이 0.5 이상으로 설문항목들의 타당성을 확인할 수 있었다(Table 2).

또한, 모든 변수들 간의 관련성을 분석하기 위하여 피어슨 상관계수를 통한 상관분석을 실시하였다. 상관분석결과, 모든 변인의 상관계수가 0.50보다 작은 것으로 나타나 개념 간 판별타당성에 문제가 없는 것으로 판단하였다(Chaiy, 2007) (Table 3).

##### 4.2. 연구문제 검증

###### 4.2.1. 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 사회심리적 변인

연구변수의 신뢰성과 타당성을 확인한 후, 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 사회심리적 변인을 알아보기 위해 다중회귀분석을 수행하였다. 결과는 Table 4에 나타난 바와 같다. 첫째,

Table 2. Results of factor analysis

Variables	Items	Factor loading	Eigen value (Variance)	Cronbach's $\alpha$
Difficulty in discarding	FDD5	.857	3.059 (61.178)	.840
	FDD1	.815		
	FDD4	.774		
	FDD2	.770		
	FDD3	.685		
Concern for environment	EI2	.853	2.640 (65.991)	.828
	EI3	.840		
	EI4	.790		
	EI1	.762		
Creative reuse	CR4	.801	2.971 (59.425)	.828
	CR5	.792		
	CR2	.776		
	CR3	.742		
	CR1	.742		
Interdependence	ID2	.855	1.858 (61.925)	.679
	ID3	.802		
	ID1	.695		

Table 3. Correlation analysis

	(1)	(2)	(3)	(4)
(1) Difficulty in discarding	1			
(2) Concern for environment	.228**	1		
(3) Creative reuse	.188**	.283**	1	
(4) Interdependence	.039	.271**	.234**	1

\*\* $p < 0.1$

환경관심은 패션제품 버리기 어려움에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $t=2.785, p < .01$ ). 둘째, 창의적 재사용 성향은 패션제품 버리기 어려움에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $t=2.359, p < .05$ ). 셋째, 상호의존성은 패션제품 버리기 어려움에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다( $t=-.735, p > .05$ ). 이와 같이 본 연구는 환경관심, 창의적 재사용 성향, 상호의존성 등의 사회심리적 변인을 활용하여 패션제품 버리기 어려움과의 관련성을 살펴봄으로써 저장강박 또는 버리기 어려움 증상을 설명하기 위해 시도된 선행연구들(Frost et al., 2010; Haws et al., 2014; Park & Ku, 2016)의 이론적 확장에 기여하였다.

또한, 본 연구에서 사용된 변인들의 분산팽창지수(VIF: Variance Inflation Factor)는 10보다 작고 공차한계(Tolerance)는 0.1 이하이다. 따라서 사용된 변인들의 다중공선성에는 별문제가 없는 것으로 판단하였다(Koo, 2013).

###### 4.2.2. 인구 통계적 특성과 패션제품 버리기 어려움

인구 통계적 특성에 따른 패션제품 버리기 어려움의 차이를 확인하기 위해, 성별, 주거형태, 주택소유형태, 종교유무, 형제자매유무, 월평균 의복 지출비, 월평균 소득 등의 변수를 독립변수로 하고, 패션제품 버리기 어려움을 종속변수로 하는 일원

**Table 4.** Socio-psychological variables influencing on difficulty in discarding

Dependent variable	Independent variables	$\beta$	$t$	$R^2$	$F$	Tolerance	VIF
Difficulty in discarding	Concern for environment	.223	2.785**	.067	5.917**	.880	1.137
	Creative reuse	.178	2.359*			.891	1.122
	Interdependence	-.064	-.735			.903	1.107

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ 

변량분산분석(one-way ANOVA)과 사후검정으로 Duncan test를 실시하였다. 분석결과, 성별, 종교유무의 두 가지 변수만 유의한 효과가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 Table 5와 같다.

성별에 따른 패션제품 버리기 어려움의 차이는 여자가 남자보다 패션제품을 버리는 것을 유의미하게 더 어려워하는 것으로 나타났다( $F=4.643, p<.05$ ). 종교유무에 따른 패션제품 버리기 어려움의 차이는 종교가 있는 사람이 없는 사람보다 패션제품을 버리는 것을 유의미하게 더 어려워하는 것으로 나타났다( $F=4.369, p<.05$ ).

#### 4.2.3. 패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 패션제품 처분행동의 차이

패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 패션제품 처분행동의 차이를 알아보기 위하여 우선 패션제품 버리기 어려움 정도에 따라 두 집단으로 분류하였다. 패션제품 버리기 어려움 저 집

**Table 5.** Differences of difficulty in discarding on demographics

Demographics		Difficulty in discarding		$F$	$p$
		$M$	$SD$		
Gender	Male	3.366	1.366	4.643	.032
	Female	3.726	1.295		
Religion	Existence	3.854	1.310	4.369	.038
	Nonexistence	3.471	1.334		

단( $n=123$ )은 패션제품을 버리는 것을 별로 어려워하지 않는 집단이며, 패션제품 버리기 어려움 고 집단( $n=137$ )은 패션제품을 버리는 것을 매우 힘들어 하는 집단을 의미한다. 분류기준으로는 평균값( $M=3.579, SD=1.334$ )을 사용하였다. 평균값보다 낮은 응답자들은 패션제품 버리기 어려움 저 집단으로, 평균값보다 높은 응답자들은 패션제품 버리기 어려움 고 집단으로 분류되

**Table 6.** Differences of disposal behavior on the degree of difficulty in discarding

The type of disposal behavior	Group classification according to the degree of difficulty in discarding	$M$	$SD$	$t$	$p$
Giving it to relatives or neighbors	Low	3.260	1.902	-1.348	.179
	High	3.573	1.836		
Donating to religious organizations, schools, charities etc.	Low	1.926	1.460	-2.004*	.046
	High	2.279	1.370		
Exchanging with other people or bartering	Low	1.934	1.334	-2.045*	.042
	High	2.301	1.526		
Reforming for other purposes	Low	2.073	1.488	-2.479*	.014
	High	2.551	1.604		
Reusing it after size or design alteration	Low	2.552	1.699	-.520	.604
	High	2.661	1.669		
Selling to secondhand shops or on the internet	Low	2.040	1.606	-2.494*	.013
	High	2.558	1.724		
Storing it without wearing	Low	3.105	1.653	-8.617***	.000
	High	4.720	1.359		
Discarding after salvaging reusable parts	Low	1.650	1.273	-3.753***	.000
	High	2.294	1.466		
Dropping it off at a clothing recycling collection box	Low	4.934	1.982	.095	.924
	High	4.911	1.851		
Throwing it away	Low	3.065	2.110	.572	.568
	High	2.926	1.787		

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

었다. 그 다음, 두 집단 별 패션제품 처분행동의 차이를 알아보기 위해 독립표본  $t$ -검증을 실시하였다. 그 결과 Table 6에 나타난 바와 같이 두 집단 간에 처분행동에서 차이를 보이는 것으로 나타났다. 패션제품 버리기 어려움 고 집단은 패션제품 버리기 어려움 저 집단보다 종교단체, 학교, 자선단체 등에 기증하기, 다른사람과 교환하기, 다른 용도로 리폼해서 사용하기, 중고판매상이나 인터넷에 판매하기, 입지 않고 그대로 보관하기, 재활용이 가능한 부분 분리 후 폐기 행동을 유의미하게 더 선호 하는 것으로 나타났다. 친척이나 이웃 등에 주기, 사이즈 또는 디자인 변경 후 재사용하기, 헌옷 수거함에 버리기, 폐기하기에서는 두 집단간에 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

## 5. 결 론

오늘날 소비자들은 의류에 대한 관심이 많고, 패스트 패션의 영향으로 의류의 착용주기는 짧아졌으며, 의류를 쉽게 구입하는 과정에서 의미 없이 옷장에 쌓아두는 경우가 많다. 즉, 자신이 보유하고 있는 옷에 대해 분석되지 않은 상태에서 유사한 옷을 반복적으로 구매하게 되거나, 코디네이트를 고려하지 않고 구매가 계속적으로 이뤄진다면 합리적인 의생활은 기대할 수 없다(Lee, 2014). 소비자의 패션제품 저장강박성향이라고 할 수 있는 패션제품 '버리기 어려움'에 영향을 미치는 사회심리적 변인들과 인구 통계적 특성을 살펴보고 패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 처분행동의 차이를 살펴보는 것은 합리적 의생활 계획을 위한 해결방안을 찾아나가는 데 도움이 될 것이라 판단하여 본 연구를 시도하였다.

본 연구결과의 요약 및 시사점은 다음과 같다.

우선 패션제품 버리기 어려움에 영향을 미치는 사회심리적 변인을 알아본 결과, 첫째, 환경관심은 패션제품 버리기 어려움에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 환경 문제에 관심이 있는 소비자들은 제품의 사용과 구매뿐만 아니라 처분에 많은 관심을 가지고 특히 자발적 단순화를 실행하는 소비자들은 새로운 것을 사는 것보다 부서진 제품을 수선하여 사용하는데 관심이 많다는 선행연구(Leonard-Barton, 1981; Webb et al., 2008)를 지지한다.

둘째, 창의적 재사용 성향은 패션제품 버리기 어려움에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 임기응변식 재사용 방법에 능한 소비자들은 패션제품을 버리기 어려워하는 성향이 강하다는 것을 의미하며, 별로 필요 없는 소유물을 모아놓은 사람은 그들 소유물의 수명을 연장하는 새로운 방법을 고안한다는 선행연구(Coulter & Ligas, 2003)를 지지한다. 지금까지 소비자의 환경관심과 창의적 재사용 성향은 자원의 재활용을 통해 환경을 보호하고 절약하는 긍정적인 측면으로 해석되어 왔다. 그러나 본 연구결과에서 나타난 것처럼 물질이 풍부해진 현대시대에 합리적으로 버려야 할 것을 버리지 못하는 부정적 측면에도 영향을 미치는 변인임을 확인할 수 있다. 따라서 환경관심과 창의적 재사용성향은 패션제품의 구매 및 처

분 시 양면적 관점에서 다루어질 필요가 있을 것이라 생각된다.

셋째, 상호의존성은 패션제품 버리기 어려움에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 집단주의 성향이 강하여 상호의존적 자아상을 가진 소비자는 가족, 친구, 그리고 지인들의 웰빙에 관심이 많아 패션제품을 버리기 어려워할 것이라 추측하였으나 두 변인 간에는 유의한 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 본 설문 조사대상이 대학생 표본인 데서 연유한 것이라 생각된다. Yoo(1996)와 Morgan and Birtwistle(2009)의 연구에서 나타난 바와 같이 본 연구의 연구대상 역시 20대의 젊은 소비자이며 그들이 패스트 패션제품 소비태도성향을 잘 나타내는 연령층이기 때문에 두 변인간의 관계가 유의미하게 나타나지 않은 것으로 추측된다.

그 다음, 패션제품 버리기 어려움과 인구 통계적 특성과의 관련성을 살펴본 결과, 첫째, 여자가 남자보다 패션제품을 버리는 것을 유의미하게 더 어려워하는 것으로 나타났다. 이는 여성이 남성보다 환경보존에 더 우호적인 처분패턴을 선택하고 오래된 옷을 잘 버리지 않는 경향이 있다는 Shim(1995)의 연구를 지지하는 결과이다. 둘째, 종교가 있는 사람이 없는 사람보다 패션제품을 버리는 것을 유의미하게 더 어려워하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대부분의 종교가 낭비회피적, 사회책임적 의식을 고무시키는데서 나타난 결과라 생각된다. 이러한 결과는 소비자의 합리적 의복관리 생활이나 방법에 대해 교육하고 논의할 때, 소비자의 성별과 종교 유무를 고려할 필요가 있음을 의미한다.

마지막으로, 패션제품 버리기 어려움 정도에 따른 처분행동의 차이를 살펴본 결과, 패션제품 버리기 어려움 고 집단은 저 집단보다 종교단체, 학교, 자선단체 등에 기증하기, 다른 사람과 교환하기, 다른 용도로 리폼해서 사용하기, 중고판매상이나 인터넷에 판매하기, 입지 않고 그대로 보관하기, 재활용이 가능한 부분 분리 후 폐기 행동을 유의미하게 더 선호하는 것으로 나타났다. 친척이나 이웃 등에 주기, 사이즈 또는 디자인 변경 후 재사용하기, 헌옷수거함에 버리기, 폐기하기 등에서는 두 집단 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 패션제품 버리기 어려움 성향이 강한 사람들은 제품에 대한 애착이 강하므로 그들의 소유물에 대한 적절한 처분방법을 발견하는데 더 많이 주의하고 노력을 한다는 선행연구(Coulter & Ligas, 2003; Haws et al., 2012)를 지지한다. 따라서 소비자의 패션제품 버리기 어려움 정도에 따라 차별화된 처분방법의 제안이 필요하다고 판단된다.

본 연구는 옷장에 패션제품이 넘쳐나는 상황에서 합리적 의생활 관리를 위해 '패션제품 버리기 어려움'에 영향을 미치는 소비자 특성을 알아보고자 하였으나, 연구결과를 일반화하는데 한계를 가지고 있다. 첫째, 대학생만을 대상으로 편의 표본 추출을 통해 데이터를 수집하였으므로 모든 연령층 소비자에 대한 결과로 확대해석하는데 주의가 요구된다. 둘째, 본 연구에서는 사회심리적 변수, 인구 통계적 특성, 처분행동 각각과 패션제품 버리기 어려움과의 관계를 조사하였으나, 향후 연구에서

는 이들 세 변인들의 상호작용 효과를 고려하여 패션제품 버리기 어려움에 미치는 영향을 조사한다면 보다 깊이 있는 결과를 도출할 수 있을 것이라 생각된다. 셋째, 본 연구에서 사용한 사회심리적 특성 변인들의 설명력이 다소 약하므로 향후 연구에서는 이 연구에서 사용한 변인 이외의 다양한 사회심리적 변수들을 사용하여 보다 정밀한 연구모형의 추출이 이루어져야 할 것이라 판단된다.

## 감사의 글

이 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2016S1 A5B5A07919196).

## References

- Ahn, H. A. (1994). *The effect of housewife's awareness of environmental problems on environmental management behavior*. Unpublished master's thesis. Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Bae, J. S., Cho, E. Y., & Park, E. H. (2001). Behavior on clothes care of female consumers by lifestyle groups. *Family and Environment Research*, 39(6), 1-13.
- Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17(1), 51-56. doi:10.1016/0148-2963(88)90022-7
- Baumgartner, J. (2012). *You are what you wear: What your clothes reveal about you*. Philadelphia: Da Capo Books.
- Bianchi, C., & Birtwistle, G. (2012). Consumer clothing disposal behavior: A comparative study. *International Journal of Consumer Studies*, 36, 335-341. doi:10.1111/j.1470-6431.2011.01011.x
- Bruce, M., & Daly, L. (2006). Buyer behavior for fast fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(3), 329-344. doi:10.1108/13612020610679303
- Burke, M. W., Conn, D., & Lutz, R. J. (1978). Using psychographic variables to investigate product disposition behavior. Jain S. C.(ed.). *Proceedings of the AMA educators' conference* (pp.321-326). Chicago, IL: American Marketing Association.
- Cha, J. H., & Cheong, J. W. (1993). Collectivism in modern Korean society. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 7(1), 150-163.
- Chaiy, S. (2007). *Marketing research*. Seoul: B&M books.
- Chang, G. H., & Park, J. O. (1997). The effects of the socially responsible clothing consumption attitude on the clothing disposition behavior. *Journal of Korean Society of Clothing and Textiles*, 21(4), 795-805.
- Choi, E. J., & Kim, Y. S. (2007). An effect of values, environmental knowledge, and environmental involvement on the ecologically concerned behavior of college students. *Journal of Consumption Culture*, 10(3), 15-41. doi:10.17053/jcc.2007.10.3.002
- Choi, I. R. (2011). Study of the clothing behavior and fiber preferences of multicultural families. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(4), 863-875.
- Cooper, T. (2004). Inadequate life? evidence of consumer attitudes to product obsolescence. *Journal of Consumer Policy*, 27(4), 421-449. doi:10.1007/s10603-004-2284-6
- Coulter, R. A., & Ligas, M. (2003). To retain or to relinquish: Exploring the disposition practices of packrats and purgers. *Advances in Consumer Research*, 30, 38-43.
- Cruz-Cárdenas, J., González, R., & del Val Núñez, M. T. (2015). The use of disliked gifts from a consumer behavior perspective. *Journal of Business Research*, 68(7), 1635-1637. doi:10.1016/j.jbusres.2015.02.008
- Frost, R. O., & Gross, R. C. (1993). The hoarding of possessions. *Behavior Research and Therapy*, 31(4), 367-381. doi:10.1016/0005-7967(93)90094-B
- Frost, R. O., Meunier, S. A., Steketee, G., & Tolin, D. F. (2010). Course of compulsive hoarding and its relationship to life events. *Depression and Anxiety*, 27(9), 829-838. doi:10.1002/da.20684
- Frost, R. O., Steketee, G., & Grisham, J. (2004). Measurement of compulsive hoarding: Saving inventory-revised. *Behavior Research and Therapy*, 42(10), 1163-1182. doi:10.1016/j.brat.2003.07.006
- Ha, C. Y., Koh, A. R., & Chung, M. S. (2005). Female adolescents' clothing behavior and hair style attitude as related to sensation seeking and body image. *Journal of Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(5), 715-726.
- Hacker, L. E., Park, J. M., Timpano, K. R., Cavitt, M. A., Alvaro, J. L., Lewin, A. B., Murphy, T. K., & Storch, E. A. (2016). Hoarding in children with ADHD. *Journal of Attention Disorders*, 20(7), 617-626. doi:10.1177/1087054712455845
- Harrell, G. D., & Mcconocha, D. M. (1992). Personal factors related to consumer product disposal tendencies. *The Journal of Consumer Affairs*, 26(2), 397-417. doi:10.1111/j.1745-6606.1992.tb00034.x
- Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through green-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354. doi:10.1016/j.jcps.2013.11.002
- Haws, K. L., Naylor, R. W., Coulter, R. A., & Bearden, W. O. (2012). Keeping it all without being buried alive: Understanding product retention tendency. *Journal of Consumer Psychology*, 22, 224-236. doi:10.1016/j.jcps.2011.05.003
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Hwang, J. P., Tsai, S. J., Yang, C. H., Liu, K. M., & Lirng, J. F. (1998). Hoarding behavior in dementia. A preliminary report. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 6(4), 285-289.
- Jacoby, J. (1976). Consumer research: Telling it like it is. In B. B. Anderson (ed.). *Advances in Consumer Research*, 3, 1-11.
- Jacoby, J., Berning, C. K., & Dietvorst, T. F. (1977). What about disposition. *Journal of Marketing*, 41(2), 22-28.
- Jeon, J. O., & Lee, E. K. (2013). Psychology of the people who can't throw away: Psychological mechanisms of compulsive hoarding behavior. *Korea Marketing Review*, 28(6), 109-136.
- Joo, J. J. (2015). The effects of police officer's individualism-collectivism value on police officer's job attitude. *The Korean Association of Police Science Review*, 53, 213-237.
- Kim, S. J., Lee, J. Y., & Lee, K. H. (2016). Global pricing strategy of the SPA brand: Comparison with GDP and big mac index. *Fashion & Textile Research Journal*, 18(3), 301-316. doi:10.5805/SFTL2016.18.3.301
- Kim, S. W. (1998). Clothing and its reuse: Analysis on the cause and the period of unused clothing: Focusing on the unmarried women

- workers. *Journal of Human Environment and Art*, 21, 77-111.
- Kim, S. W. (2003). A study on environment-friendly consumption of adolescents consumer. *Family and Environment Research*, 41(6), 105-117.
- Kim, S. W., & Cho, H. S. (2000). A study on clothing recycling disposition behavior: Focusing on the unmarried women workers. *Journal of Korean Home Management Association*, 18(2), 15-27.
- Kim, S. W., & Lee, Y. R. (2012). What is beauty?-The aesthetic cognition of Korean women in their 20s and 30s. *Journal of Consumer Studies*, 23(2), 351-382.
- Kim, Y. J. (2015). College student consumers' evaluation toward the eco friendly program of SPA brands. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(3), 169-180.
- Kong, J. H. (2012). *Ethical consumption and clothing consumption behavior*. Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Daejeon.
- Koo, D. M. (2013). *Research methodology*. Paju: Hakhyunsa.
- Kwon, H. (2014). *The effect of boredom on clothing disposal behavior*. Unpublished Master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Laitala, K. (2014). Consumers' clothing disposal behavior-a synthesis of research results. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 444-457. doi:10.1111/ijcs.12088
- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S., & Kuntze, R. J. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85-98. doi:10.1086/209552
- Lee, J. S., & Choi, J. W. (2002). A study on the comparison of housewife's clothing management behaviors in rural & urban community. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(1), 95-103.
- Lee, Y. W. (2014). Content planning for a ubiquitous wardrobe: Application of an RFID database. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(2), 313-325. doi:10.7741/rjcc.2014.22.2.313
- Leonard-Barton, D. (1981). Voluntary simplicity lifestyles and energy-conservation. *Journal of Consumer Research*, 8(3), 243-252.
- McAfee, A., Dessain, V., & Sjoeman, A. (2004). *Zara: IT for fast fashion*. Boston: Harvard Business Publishing.
- Morgan, L. R., & Birtwistle, G. (2009). An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 190-198. doi:10.1111/j.1470-6431.2009.00756.x
- Mueller, A., Mueller, U., Albert, P., Mertens, C., Silbermann, A., Mitchell, J. E., & De Zwaan, M. (2007). Hoarding in a compulsive buying sample. *Behaviour Research and Therapy*, 45(11), 2754-2763. doi:10.1016/j.brat.2007.07.012
- Nicosia, F. M., & Mayer, R. N. (1976). Toward a sociology of consumption. *Journal of Consumer Research*, 3, 65-75.
- Packard, V. (1960). *The status seekers*. London: Longmans.
- Park, H. H., & Ku, Y. S. (2016). The influence of shopping orientation on difficulty discarding and disposal behavior of fashion products. *Fashion & Textiles Research Journal*, 18(6), 833-843. doi:10.5805/SFTL.2016.18.6.833
- Price, L. L., & Ridgeway, N. M. (1983). Development of a scale to measure use innovativeness. In Richard P. Bagozzi & Alice M. Tybout(Eds.). *Advances in Consumer Research* (pp. 679-684). Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research.
- Rho, N. S. (1994). *A study on awareness of environmental management knowledge and environmental management behavior of housewives*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Rodriguez, C. I., Simpson, H. B., Liu, S.-M., Levinson, A., & Blanco, C. (2013). Prevalence and correlates of difficulty discarding: Results from a national sample of the U. S. population. *Journal of Nervous Mental Disease*, 201(9), 795-801. doi:10.1097/NMD.0b013e3182a21471
- Schahn, J., & Holzer, E. (1990). Studies of individual environmental concern: The role of knowledge, gender and background variables. *Environment and Behavior*, 12, 157-166.
- Schwepker, C. H. Jr., & Cornwell, T. B. (1991). An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10(2), 77-101.
- Seo, J. H. (1997). Environmentally responsible consumer disposal behavior and related variables. *Journal of Korean Home Management Association*, 15(1), 27-40.
- Sharma, P. (2010). Measuring personal cultural orientations: scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(6), 787-806.
- Shim, S. Y. (1995). Environmentalism and consumers' clothing disposal patterns: An exploratory study. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 38-48. doi:10.1177/0887302X9501300105
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2009). *Consumer behavior in fashion*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Song, K. J., & Kim, J. S. (2005). The effects of body-image measured by multi measurements on body modification, self concept, and clothing behavior. *Journal of Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(4), 391-402.
- Van Nes, N. & Cramer, J. (2006) Product lifetime optimization: A challenging strategy towards more sustainable consumption patterns. *Journal of Cleaner Production*, 14(15), 1307-1318. doi:10.1016/j.jclepro.2005.04.006
- Webb, D. J., Mohr, L. A., & Harris, K. E. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. *Journal of Business Research*, 61(2), 91-98. doi:10.1016/j.jbusres.2007.05.007
- Woodward, S. (2007). *Why women wear what they wear*. New York: Berg.
- Yoo, S. J., Lee, M. J., & Lee, H. R. (2015). A survey study on influencing factors and requirements for clothing selection of bike commuters. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(4), 415-424.
- Yoo, Y. S. (1996). A study on the women's clothing discard behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(1), 142-156.
- Yoon, W. A., & Kim, K. O. (2000). A scale development in the propensity of collectivism-individualism among Korean consumers. *Journal of the Consumer Studies*, 11(3), 1-14.
- Yu, J. H., & Kim, M. K. (2013). A study on the clothing selection criteria by pursuit of clothing benefit groups and the preference of clothing color by moodstate. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(6), 938-949. doi:10.7741/rjcc.2013.21.6.938

(Received 24 July 2017; 1st Revised 23 August 2017;  
2nd Revised 31 August 2017; 3rd Revised 1 September 2017;  
Accepted 15 September 2017)