

지속 가능한 패션 제품(SFP)이 CS와 CL에 미치는 영향 차세대를 짊어질 대학생의 지속 가능한 패션에 대한 만족도 조사

XIE WANGMEI (조사이대학)

1. 세계 패션 업계의 현황과 문제 의식

1.1 세계 패션 업계

패션업계는 세계화가 진행되는 가운데 디지털 전환(DX)을 추진하게 되었고 세계 패션 시장의 규모는 연간 1.6억 달러, 약 910억 벌 정도의 어패럴 제품을 생산하고 있습니다(MacArthur, 2013).

통계 사이트 Statista의 최신 시장 조사 ‘The Statista Global Consumer Survey’에 따르면 세계 각국의 패션 EC 매출은 매년 급성장하고 있으며 2024년까지 중국은 3840억 달러, 미국은 1600억 달러에 도달할 것으로 예측되어 특별히 이 두 국가의 시장 규모가 큰 것을 알 수 있습니다. 세계 상위 10위에 아시아 5개국이 포함되어 아시아 수요의 급증이 눈에 띕니다. 또, 일본은 2020년에 209억 달러로 세계 4위였으며 2024년까지 40억 달러를 더 늘려 252억 달러까지 성장할 것으로 보입니다. 한국 역시 2024년까지 일본과 거의 비슷한 시장 규모를 가질 것으로 예측됩니다.

그러나 패션 시장이 확대되는 한편, 차세대는 패션제품(FP, fashion products)의 구입 단가가 낮아지면서 저렴한 가격을 지향하는 소비 행동을 보이고 있습니다. 이러한 경향은 패스트패션이 부상하며 싼 가격에 FP를 구입할 수 있게 되었기 때문이라고 추측됩니다.

1.2 패스트 패션

Caro et al (2015) 은 패스트패션을 ‘신속한 대응과 판매 상품의 잦은 변경 및 유행으로 디자인된 FP를 저가에 손에 넣는 과정’이라고 정의했습니다. 편리하고 손쉽게 FP를 구입할 수 있는 반면 패스트패션 업계의 SCM(Supply Chain Management) 상류에 있는 개발도상국에서는 원료재배 및 가공, 봉제 단계에서 발생하는 환경 오염, 가혹한 노동 조건 등의 문제가 발생하고 있습니다.

예를 들면 2013년 ‘세계의 봉제공장’이라고 불리는 라나 플라자 봉괴사고에서 천여 명이상이 사망하는 사건이 있었습니다. 또 패스트패션의 급속한 발전을 뒷받침하는 대량생산과 짧은 납기, 빠른 재고 회전으로 인해 수많은 의류가 매립지에 폐기되고 있습니다. Webster(2019)의 데이터에 따르면 1명당 매년 약 30kg의 의류를 폐기하고 있습니다.

1.3 서스테이너블 패션

패스트패션이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 일본 환경성은 2020년 12월부터 2021년 3월에 걸쳐 일본에서 소비된 옷과 환경부하 관련 조사를 실시하고 ‘SUSTAINABLE FASHION 미래의 지속 가능한 패션’이라는 내용을 웹사이트에 공표했습니다.

또 서스테이너블 패션을 ‘옷의 생산부터 착용, 폐기에 이르는 프로세스가 미래에도 지속가능하도록 생태계를 포함한 지구 환경 및 이와 관련된 사람과 사회를 배려하는 대응 방식’이라고 정의했습니다. 그리고 4가지 인덱스를 강조했습니다. 바로 ①FASHION

ENVIRONMENT(패션과 환경의 현황), ②INTEREST(서스테인러블 패션에 대한 관심), ③ACTION(패션과 환경에 대한 행동), ④SHARED IMAGED(공유용 이미지)입니다.

1.4 문제의식

패션 산업은 본질적으로 제조 단계에 드는 방대한 에너지 사용량과 짧은 라이프 사이클로 인해 상당히 환경에 부담이 되고 있습니다. 전 세계 패션 업계에서 이러한 **과제를 해결하기 위한 SFP** 개발이 트렌드가 되고 있습니다.

예를 들면 미국의 소재 제조사인 3M은 ‘페트병 5개를 반납하면 만들 수 있는 방한복’을 2019년 11월 상하이에서 발표하여 리사이클 원료로만 만들어진 친환경 방한복이 주목을 받았습니다(주식회사 플라이미디어, 2020).

이러한 움직임에는 2015년 9월 열렸던 UN 총회에서 ‘지속 가능한 개발을 위한 2030 아젠다’가 채택되고 SDGs가 제창되었다는 배경이 있습니다. SDGs는 투자가의 기업 평가에서 중요한 요소로 자리매김했으며, 패션 업계의 SDGs도 고객이 이를 인지하고 CL(Customer Loyalty)로 연결되는지 차세대 소비의 중심이라고 할 수 있는 대학생 대상으로 지속 가능한 패션에 대한 CS(Customer satisfaction) 조사 연구가 중요해질 것으로 보입니다.

왜냐하면 **SFE(Sustainable Fashion Enterprise)로 이행하는 과제에** 대응하기 위해서는 현지 환경을 오염시키지 않는 원재료로 생산된 SFP의 높은 가격에 대한 대책과 SFB(Sustainable Fashion Brand)의 매출 증진을 위해 CS 향상이 상당히 중요한 테마가 되기 때문입니다.

2. 연구 방법과 가설

본 연구는 패션 업계의 경영과 서스테인러빌리티 비즈니스에 관한 선행연구의 연구 기법을 참고하고 활용하고자 합니다. 우선 차세대 200명 (18~30세 남녀 각 100명)에 대해 조사를 진행합니다. 분석 방법은 다양한 요인을 설정하기 위해 다변량분석법 등을 진행합니다. 나아가 SEM(구조방정식 모델)을 통해 가정에 대한 호환성을 검증하고 CS와 CL에 영향을 미치는 요인과 관련된 새로운 연구 프레임 워크를 구축할 계획입니다.

프레임 워크는 다음의 두 가지 이론 모델을 바탕으로 합니다. 첫 번째는 Sheth, Newman과 Gross (1991)가 제안한 소비 가치 모델 중(기능적 가치, 감정적 가치, 사회적 가치) 3가지 지각 가치를 SFP의 3가지 **요인으로 삼아** CS에 모두 긍정적인 영향을 미친다는 3가지 가설을 제안하고자 합니다. 두 번째는 ACSI(American Customer Satisfaction Index)(Fornell, 1992)입니다.

3. 연구 목적

본 연구의 목적은 하기와 같습니다.

우선 SFP 프리미엄이 존재한다는 가설 아래 SFE가 SFP를 제조할 때 어떠한 SFP요인(3가지 지각 가치)이 CS와 CL에 영향을 미치는지 밝히고자 합니다. 또, SFP에 대한 소비자의 의식과 행동 차이를 밝히고 해결책을 명확히 하고자 합니다.

4. 연구의의

본 연구는 패션 기업을 개발시킬 수 있을 것으로 예상됩니다. 우선 차세대 소비자 측은 패스트패션 제품에 대한 환경 인식을 가지게 되며 SFP를 구입하도록 요구받게 됩니다. 패션 기업 측에서는 FP를 SFP로 전환하는 과정을 통해 지속 가능한 사회에 공헌하는 활동이 활발해집니다. 즉 미래의 패스트패션 기업은 친환경 소재로 소규모 생산을 비롯해 3R(Reduce · Reuse · Recycle)까지 실시하여 폐기물을 0으로 만드는 선순환 체계(Closed-loop)의 실현을 통해 SFE로 전환할 수 있을 것으로 보입니다.

또 본 연구는 패션 기업이 SFP를 보다 적절하게 배치하는데 공헌하여 보다 높은 SFP의 CS와 CL이 새로운 시장에서 차별화를 꾀하고 장기적인 고객을 획득하여 경쟁력을 높이는데 공헌할 수 있습니다. 이상이 본 연구의 의의입니다.

5. 향후의 과제와 대응 방안

선행 연구에서는 패스트패션은 시장의 유행을 파악하여 빠르게 저가로 FP를 제공함으로써 환경 파괴와 자원 고갈, 기후 변화와 같은 부정적인 측면에 특화되어 있다는 점을 과제로 들고 있습니다.

이러한 과제를 적극적으로 다루고 있는 기업을 예로 들어보면 SPA(Specialty-store retailer of Private-label Apparel)비즈니스 모델을 취하고 있는 패스트 리테일링은 SDGs를 위해 생산 과정에 초점을 맞춰 ‘쓸모없는 것을 만들지 않고, 운반하지 않으며, 일상의 사업을 통해 지속 가능한 사회를 만든다’는 전략을 수립하여 실행하고 있습니다. 사회·환경·경제를 지속 가능성 관점에서 재인식하여 환경보호와 자원봉사, 기부 등 CSR 활동을 경영과 일체화하여 추진하고 있습니다.

참고문헌

- 1.速水多佳子, & 濱田爽花. (2022). 大學生のファストファッションに対する意識調査: 家庭科における環境に配慮した衣生活の實現を目指した授業開発に向けて. 鳴門教育大學研究紀要, 37, 411-420.
- 2.Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, 120, 294-301.
- 3.Wang, H., Liu, H., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2019). Sustainable fashion index model and its implication. *Journal of Business Research*, 99, 430-437.
- 4.Wang, H., Liu, H., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2019). Sustainable fashion index model and its implication. *Journal of Business Research*, 99, 430-437.

(번역책임자:김예진)