

온라인 구매후기에 나타난 소비자의 비건 패션제품 평가 차원

정지운 · 윤소정[†]

서울대학교 의류학과

Evaluation of Vegan Fashion Products by Consumers in Online Review

Jiwoon Jeong and So Jung Yun[†]

Dept. of Fashion and Textile, Seoul National University; Seoul, Korea

Abstract: This study examines customer reviews from online stores of Korean vegan fashion brands to determine the qualities that customers value in vegan fashion items. For this purpose, we conducted a case study of online reviews—2,285 reviews were collected and analyzed. The results are as follows: The clothing evaluation criteria for vegan fashion products can be divided into four categories: aesthetics, material characteristics, affordability, and characteristics. This suggests that evaluation standards for vegan fashion items operate at multiple levels. The animal welfare aspect of the product was the most important factor, followed closely by how well the clothes fit. High-quality vegan materials and the use of recycled materials that are environmentally friendly were emphasized. The findings of this study suggest that even for vegan products, stylistic features remain an essential component of fashion items. To understand the main aspects of clothing evaluation criteria in the current vegan fashion market, this study differs from other studies in that it examined online reviews of vegan fashion brands. This comprehensive analysis contributes to a deeper understanding of customer preferences and highlights the importance of ethical considerations alongside style in the evaluation of vegan fashion items, providing valuable insights for the industry. Moving forward, this study is significant in suggesting that vegan fashion brands should develop their products as well as their brands, capitalizing on the demand for ethically conscious and stylish options.

Key words: vegan (비건), vegan fashion (비건 패션), fashion product (패션제품), online review (온라인 후기), evaluative criteria (평가 차원)

1. 서 론

최근 윤리적 소비와 더불어 기후위기에 대한 우려가 뚜렷해지면서 일상생활에서 친환경 활동을 하는 비거니즘이 인기를 끌고 있다. 오늘날 비거니즘은 윤리적이면서 친환경적인 라이프스타일로 여겨진다(Jeong & Kwon, 2018). 비거니즘은 지속가능하고 친환경적인 의생활을 가능케 하는데, 이것은 특히 패션 분야에서 '비건 패션'의 개념으로 확장된다. 비건 패션은 일반적으로 비거니즘 가치관, 즉 동물 성분을 포함하지 않고 제조 과정 내내 동물에게 피해를 주지 않으며 생산되는 옷을 말한다(Cherry, 2006). 양라마·알파카 등 동물의 털로 생산된 제품은 식물성 소재나 합성섬유로 대체하고, 동물의 생명을 훼손해 얻

은 원료인 가죽·모피·깃털·실크·모직 등은 비건 패션에 적합하지 않은 원료로 분류된다(Jeong & Chun, 2021). 비건들은 인도적인 생활, 즉 환경이나 동물을 해치지 않는 의도를 가지고 소비하려고 하며, 자신의 생활방식을 다른 사람들에게 설명할 뿐만 아니라 적극적으로 비건주의를 전파하려고 노력한다.

본 연구에서는 소비자들이 비건 패션제품 구매 이후 제품을 착용하고 평가하는 기준을 밝히고자 온라인 구매후기를 살펴보았다. 온라인 구매후기란 소비자가 온라인 쇼핑 웹사이트에서 제품을 구입한 후 구매한 웹사이트에 기술하는 주관적인 상품 평가 후기 정보로서, 글과 사진으로 기술되며 웹사이트의 기능에 따라 별점을 부여할 수 있다(Ku & Ku, 2010). 소비자들은 브랜드나 온라인 쇼핑몰 측에서 제공하는 제품에 대한 단순 정보만으로는 제품의 품질을 평가하고 구매 결정을 내리기에 어려울 뿐만 아니라, 실제 의류 제품을 직접 입어보거나 만져볼 수 없기에 다른 소비자들의 후기를 구매 불안감의 해소 방법으로서 적극적으로 활용한다(Chatterjee, 2001). 이에 다른 소비자들이 남긴 구매후기는 브랜드와 온라인 쇼핑몰 입장에서 매우 중요한 요소로, 다양한 브랜드를 입점하고 있는 온라인 종합 쇼핑몰의 경우 제품 구매후기에 대한 적립금이나 쿠폰 지급

[†]Corresponding author: So Jung Yun
E-mail: jiicho93@snu.ac.kr

©2023 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

등의 인센티브를 제공하는 등 이용자들의 후기 등록을 장려하고 있다. 이러한 구매후기를 활용하여 디자이너와 쇼핑몰 운영자들은 고객의 상품 평가에 근거하여 상품에 대한 소비자의 인식을 파악하여 제품을 개발하고 서비스를 향상하는데 활용할 수 있다(Lee & Bradlow, 2011).

비건 제품에 대한 온라인 후기를 분석한 선행연구는 주로 식품에 대한 연구를 중심으로 이루어지고 있다. Oh et al.(2021)은 온라인 리뷰를 바탕으로 비건식을 제공하는 식당의 고객 경험을 탐구하였는데, 고객들에게 가장 만족스러운 경험을 제공한 요소와 만족스럽지 못하게 한 요소를 파악하였다. Park et al.(2020)은 비건 메뉴를 제공하는 등 친환경 실천을 하는 식당을 대상으로 온라인 리뷰를 남기는 미국 어플리케이션 ‘엘프’(Yelp)의 리뷰를 활용하였다. 한편, 현 시점에서 비건 패션제품 후기와 평가를 살핀 연구는 거의 없으며, 비건 패션제품이 실제 구매자들에게 받아들여지는 구체적인 양상과 이에 따라 이해되는 비건 패션제품의 지향점과 목적을 명확하게 제시하는 연구가 부재한 실정이다. 이에 본 연구는 비건 패션제품의 평가기준을 이해하기 위해 온라인 구매후기를 분석하고자 한다.

비건 패션제품의 평가기준을 이해하기 위한 방법으로 온라인 구매후기 분석을 활용하는 것은, 패션제품의 평가기준을 탐구한 선행연구들이 실제 구매후기보다는 소비자의 직접적인 인식을 분석하기 위해 설문조사에 의존하고 있다는 한계점을 극복할 수 있는 방법이 될 수 있다. 온라인 구매후기는 제품을 구매하고 사용한 실제 소비자가 직접 경험한 내용과 의견을 폭넓게 제공한다. 이러한 구매후기는 제품의 품질, 성능, 심미성, 윤리성 등 다양한 측면을 조명할 수 있는 질적 데이터를 제공한다. 다수의 구매후기를 조사함으로써 소비자들이 표현하는 반복적인 주제, 패턴, 정서를 파악할 수 있어, 본 연구는 온라인 비건 패션제품을 평가할 때 사용되는 평가기준을 더 깊이 이해할 수 있었다. 또한 온라인 구매후기 분석을 통해 현재 시장 동향과 선호도를 반영하여 실시간 및 최신 정보를 알 수 있다는 장점이 있다. 소비자의 피드백을 비교적 필터링 되지 않고 신뢰할 수 있는 방식으로 분석함으로써, 실제 비건 소비자가 인식하는 비건 패션제품의 장단점에 대한 통찰력을 제공할 수 있다. 또한, 이 접근 방식은 비건 패션 제품을 구매하는 맥락에서 소비자 의사 결정에 영향을 미치는 평가 기준에 대한 보다 전반적인 이해를 제공할 수 있다.

더불어, 비건 패션제품에 대한 온라인 구매후기는 패션제품 자체에 대한 평가일 뿐 아니라, 비거니즘 가치에 입각한 소비행동의 확산에 중요한 영향을 미친다. 현재 비건 패션제품을 소비하는 이들은 비거니즘을 적극적으로 실천하고 있거나, 비건 라이프스타일에 대한 기본 정보를 인식하고 있는 정도, 또는 패션제품 탐색 중 우연히 비거니즘을 알게 된 이들이 혼재되어 있을 것이 예상된다. 이러한 상황에서 구매후기는 이들이 다양한 목적과 시각으로 비건 패션제품을 탐색하고 정보를 제공하며 상호작용하는 과정을 보여줄 것이다.

본 연구는 소비자들의 비건 패션제품에 대한 수요가 지속적

으로 증가하고, 수요 특성 또한 다양해지고 있는 시장 상황에서 비건 소비자들이 온라인에서 비건 패션제품을 구입하고 착용할 때 중요하게 거론하고 평가하는 영역은 무엇이며, 이 기준들이 어떻게 비건 패션제품과 브랜드의 개발에 활용될 수 있는지 탐색하고자 한다. 연구 문제는 첫째, 온라인 구매후기에서 비건 패션제품에 대해 언급되고 있는 키워드는 무엇인지 파악하고, 둘째, 비건 패션제품을 평가하는 기준과 그 구체적인 내용이 무엇인지 탐색하는 것이다.

2. 이론적 고찰

2.1. 패션제품 평가기준

제품의 품질은 소비자의 욕구가 충족되고 목표가 만족되는 범위에서 언급될 수 있는 개념이다. 이는 각 소비자의 개인적인 지각이나 욕구, 혹은 목적에 의존하기 때문에, 제품의 물리적인 특성에 초점을 맞춘 것이 아닌 소비자의 관점에서 탐구되어 왔다. 구매상황에서 소비자는 제품에 대하여 평가할 때 여러 기준을 가지고 제품을 선택하게 되는데, 이를 선택기준(choice criteria)이라고 하며 이 때 소비자가 사용하는 정보를 제품평가 단서라고 한다. 특히 패션제품을 선택하거나 구매할 때 고려하는 주관적이고 객관적인 기준을 패션제품의 평가기준이라고 한다(Kim & Kim, 2003).

패션제품은 의복과 같은 의류, 장신구나 액세서리, 가방이나 신발과 같은 패션잡화들을 포함하며, 이러한 제품군에 따라 평가기준은 상이하게 나타날 수 있다. 소비자들은 정보 탐색 과정을 거쳐 구입하고자 하는 제품에 대하여 선택된 대안을 갖게 되고 이들을 특정 기준에 의해 비교 평가하는데, 이때 기본적으로 고려하는 기준이 되는 것이 패션제품 평가기준이다(Han et al., 2002). 이는 상품 특성이나 소비자들이 의복을 선택하는 과정에서 주로 고려하는 객관적이거나 주관적인 의복 특성이 될 수 있다(Yeo & Rhee, 1996). 그러므로 소비자 개인의 특성마다 고려되는 평가의 기준 내용과 중요도가 다르게 나타나며, 평가기준의 수도 다르게 나타난다. 지금까지 소비자가 중요하게 생각하는 패션제품 평가기준에 관해 다수의 연구가 진행된 바 있고, 소비자 행동을 다각면으로 이해하기 위해 패션제품 평가기준의 다차원성에 대한 논의가 이루어졌다.

주요 선행연구로 Eckman et al.(1990)은 패션제품 평가기준을 내재적 속성과 외재적 속성으로 분류하였다. 내재적 속성은 의복의 스타일, 색채, 디자인, 섬유 성분 등을 포함하며, 외재적 속성은 의복의 가격이나 브랜드명을 포함한다. Kim(1995)은 패션제품의 평가기준을 상품 자체가 가지는 내재적 특성(본질적 특성)과 제조시에 상품에 추가되거나 소매시에 제공되는 외재적인 특성(비본질적 특성)으로 구분하였다. 특히, 외재적 요인은 소비자가 내재적 특성을 암시하는데에 대리적인 지표로 사용되어 평가기준 역할을 한다고 밝혔다. Kim and Rhee(1991)는 패션제품의 평가기준을 제품 자체의 특성 체계에 따라 세 가지 수준으로 분리하였다. 첫째는 의복 제품이 기본적으로 가

지고 있는 객관적 측정이 가능한 특성인 스타일, 색채, 섬유, 조직, 재단, 무늬, 부속품, 치수 등의 구성요소이다. 둘째는 객관적으로 측정이 까다로운 의복의 유행성, 품위, 관리 및 세탁 용이성, 편안함, 내구성 등과 같이 제품에서 얻을 수 있는 추구이점 수준이고, 셋째는 위 두 수준 간 연결수준의 평가라고 하였다. Kim(1998)도 패션제품 평가의 기준은 소비자의 태도와 가치관을 반영하기 때문에 소비자마다 다르게 나타나며, 같은 소비자여도 새로운 경험과 정보를 얻게 되었을 때 달라질 수 있다고 한 바 있다.

한편, 특수성질을 가진 제품이나, 특정 소비 집단이 추구하는 패션제품에 대한 평가기준 관련 연구도 꾸준히 수행되어왔다. 먼저, 의류제품에 대한 평가기준에 대한 연구로, Park(2010)은 니트 제품의 평가기준을 심미성, 실용성, 니트 특성, 상징성 4개의 차원으로 구분하였다. 더불어, 이러한 평가 차원 중 실용성, 니트 특성, 상징성 차원은 만족에 유의한 영향을 미치지만, 심미성은 영향을 미치지 않음을 밝혔다. Park et al.(2007)도 니트의 평가기준을 외재적, 품질적, 심미적 요인으로 구분하였다. 구체적으로, 연령이 낮은 소비자일수록 심미적 요인을, 소비자 본인이 직접 구매하는 경우 품질 및 심미적 요인을, 니트에 관심이 많은 소비자일수록 모든 속성을 두루 중요하게 고려하였다. Han(2018)은 추구혜택에 따라 골프웨어 소비자를 군집화하고, 골프웨어에 대한 패션제품 평가기준 요인을 분석하기 위해 성능, 외관, 내재적 요인, 외재적 요인을 분석틀로 활용하였다. 연구 결과, 적극적 과시성 추구집단이 제조국가, 브랜드와 같은 외재적 요인에서 다른 집단보다 높은 수준을 보이고, 실용성 추구집단은 소재, 관리와 같은 성능요인에서 높은 수준을 나타내었다고 보고하였다.

특정 소비 집단에 따른 평가기준을 탐구한 연구로, Cho(2005)는 체형인식도에 따라 소비자를 세 집단으로 구분하고 상징성, 실용성, 유행성, 심미성, 경제성 요인으로 분류된 패션제품 평가기준을 비교하는 연구를 수행하였다. 결과적으로, 뚱뚱한 체형 집단이 날씬한 집단과 보통 집단에 비해 상대적으로 심미성과 경제성을 중요하게 평가함을 밝혔다. Je(2012)의 연구는 추구혜택으로 소비자를 4가지 집단으로 분류하여 아웃도어 웨어에 대해 가지는 패션제품 평가기준을 비교하였으며, 연구를 통해 가격이 모든 집단이 중요하게 고려하는 요인이었으며, 개성외모 추구집단은 소재, 디자인, 색상 등에서 더 높은 수준을 보임을 밝혔다.

이와 같이 소비자들이 패션 제품을 구매할 때 중요하게 생각하는 평가기준들은 제품 유형과 구매의사 결정 단계에 따라 달라짐을 알 수 있다. 특히 특정 의류 제품군이나 특수한 의미를 추구하는 소비자 집단의 경우, 구매의사 결정 과정에 일반 의류 제품과 다른 기준이 적용되고 있는 것이 여러 연구를 통해 밝혀져 왔다. 이에 본 연구는 Ji(2011)의 니트 제품 평가기준에 대한 연구 틀을 토대로, 구매 후 단계에서 나타나는 소비자들의 비건 패션제품의 주요 평가기준을 밝히고자 한다.

2.2. 비건 패션

비건 패션은 그동안 언론에서 ‘입는 채식주의’, ‘채식주의 패션’으로 일컬어져 왔지만, 최근 몇 년간 언론의 가장 큰 주목을 받은 것은 2019년 로스앤젤레스에서 열린 비건패션위크였다. 2019년 비건패션위크는 ‘Fashion is activism’을 주제로 비건 패션 브랜드의 디자인을 특집으로 다루었고, 2020년에는 ‘Expansion’을 주제로 온라인 패션쇼를 펼쳤다. 2019년 「Vogue」 인터뷰에서 비건패션위크의 크리에이티브이자 CEO인 Emmanuelle Rienda는 “비건패션위크는 패션에 관한 것이지만, 라이프스타일을 창조하는 것이기도 하다”이라고 말하며, 비건 패션의 미래 지향점은 다음 세대의 미래에 대한 인류의 책임감에 있다고 하였다(Farra, 2019).

패션 분야에서 비거니즘에 관련한 연구는 최근 증가 추세를 보이고 있다. 비건 뷰티제품과 패션제품 분석을 통해 비건 브랜드의 전략 방향성을 제안한 연구가 수행되었고(Choi & Yoh, 2013), Kim and Park(2018)은 동물보호적 사회적 책임감과 윤리의식으로 비건 패션 브랜드들의 현황을 분석하였다. Jeong and Kwon(2018)은 비건 패션 디자인 사례에서 나타나는 딜레마 유형을 분석하여 식물성 소재의 비건 여부에 대한 딜레마, 인조가죽과 인조 퍼를 사용하는 데에서 비롯되는 동물성 소재의 딜레마, 비건 패션 브랜드의 진정성에 관련한 윤리경영의 딜레마, 그리고 비거니즘 메시지가 올바른 내용을 올바른 방식으로 전달하고 있는지에 관한 정치적 올바름의 딜레마로 구분하였다. Choi(2019)는 비건 패션 소비 동기의 이해를 위해 근거 이론을 활용한 연구를 진행하였다. Jeong(2020)은 비거니즘을 실천하는 이들의 의생활 양상과 그 동기를 분석한 연구를 진행하였으며, Jeong and Chun(2021)은 유튜브에서 나타나는 비건 패션 콘텐츠들을 분석하여 비거니즘 메시지의 전달 방법으로 패션이 활용되어 콘텐츠로 만들어지는 현상을 탐구하는 연구를 진행한 바 있다.

3. 연구 방법

연구 주제의 탐구를 위해 본 연구는 비건 패션제품 평가기준을 잘 드러내는 정보를 목적표집하여 내용 분석을 실시하는 질적연구방법을 채택하였다. 연구 주제가 다루는 문제와 상황에서 발생하는 다양한 맥락과 상호작용을 구체적으로 살펴보기에 실제 소비생활의 맥락 안에서 이루어지는 실제 자료에 대한 탐색이 필요하다고 판단하였고, 더불어 본 연구는 관련 선행연구가 미비한 가운데 비건 패션제품에 대한 소비자 평가의 특수성을 파악하는데 연구 목적이 있는 만큼 이를 총체적으로 파악할 수 있는 정성적 접근 방법이 필요하다고 보았다. 이를 위해 국내 온라인 쇼핑몰에 입점되어 유통되고 있는 비건 패션 브랜드 제품의 후기를 분석 대상으로 하여 패션제품 평가기준을 도출하고 그 특성을 분석하였다.

연구의 구체적인 수행 절차는 다음과 같다. 먼저, 선행연구 분석을 통해 의류 제품 평가의 주요 기준을 추출하여 비건 패

션 브랜드 제품의 후기 분석에 이론적 틀로 활용하였다. 다음으로 연구 대상 브랜드 선정 시 남성복과 여성복, 유니섹스 제품을 모두 포함하였고, 제품군은 어패럴과 가방, 신발, 액세서리 등 잡화를 포함하였다. 표집의 목적성을 높이기 위해 비건 패션제품이 브랜드의 일부 라인이 아닌 전체 제품이 비건 제품인 브랜드로 연구 대상을 제한하였고, 국내 패션 관련 미디어와 잡지, 온라인 콘텐츠에 반복적으로 언급되며 대중적인 인지도를 확보한 브랜드를 선정하였다. 이와 같은 기준으로 총 8개의 브랜드: 코르코(CORCO), 비건타이거(VEGAN TIGER), 마르헨제이(MARHEN.J), 플리즈마마(PLEATSMAMA), 낫아워스(NOT OURS), 비비와이비(BBYB), 오르바이스텔라(HEUREUX), 프록시엘(PROXY.L)을 연구 대상 브랜드로 선정하였으며, 해당 브랜드 제품에 대한 구매 후기를 수집하였다. 충분하고 균질한 수준의 자료 확보를 위해 각 브랜드의 공식 홈페이지와 대부분의 비건 패션 브랜드가 입점 되어 있는 국내 온라인 의류쇼핑몰 ‘무신사스토어’(http://www.musinsa.com) 내에 게시된 자료를 수집 대상으로 삼았다(2022년 5월 기준).

다음으로, 구매후기 내용을 구체적으로 파악하기 위해 내용 분석(content analysis)을 실시하였다. 내용분석은 정보의 메시지 전달 방식이나 소구법 등 표현 현황을 이해하기 위해 활용되는 연구 방법으로, 커뮤니케이션 내용의 언어적, 비언어적 메시지를 파악하기 위해 주로 활용된다(Samiec & Jeong, 1994). 본 연구는 소비자가 직접 기술한 진술을 분석대상으로 삼고 있어, 분석범로 내용분석 방식이 적합하다고 판단하였다. 온라인 후기는 텍스트 내용을 중심으로 수집하며 온라인 쇼핑몰에서 제공하는 별점 구성을 함께 수집하였고, 내용 분석에 있어서는 구매후기 기술의 특성을 파악하는 기술적(descriptive) 사례연구 방식을 채택하였다.

이전 절에서 이론적 고찰을 통해, 특정 의류 제품이나 특수 추구혜택을 가진 소비자 그룹이 일반 의류 제품과 비교하여 다른 평가 기준을 가지고 있다는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 비건 패션 소비자와 비건 패션제품을 살피고자 하기에, 기존 제품과의 차별성을 가지고 평가기준을 살피는 것이 필요하다고 판단되었다. 이에 본 연구는 비건 패션제품에 대한 평가기준이 일반적 제품들과 어떠한 차이가 있었는지를 중심으로 탐구하고, 정성적 연구방법을 통해 비건 패션제품에 대한 평가차원을 밝히고자 한다.

비건 패션제품에 대한 평가기준을 밝히기 위해, 소비자들이 온라인 쇼핑몰에서 제품을 구매하고 난 후 작성한 구매후기를 내용분석 방법을 통해 분석하였다. 무신사 쇼핑몰 웹사이트에서 비건타이거, 마르헨제이, 플리즈마마, 낫아워스, 비비와이비, 오르바이스텔라, 프록시엘 브랜드가 입점 되어 있음을 확인하였다. 한편, 코르코는 무신사에 일부 제품이 등록되어있지만 브랜드가 입점 되어 있지 않아 코르코 공식홈페이지(http://www.corcoshop.com)를 활용하였다. 구매후기는 이들 쇼핑몰의 후기란에 기재되어 있는 내용들을 모두 수집하였다. 그 결과 총 2,771개의 후기가 수집되었으며, 그 중 ‘좋아요’, ‘만족해요’. ‘별

Table 1. Number of reviews by vegan fashion brand

| Brand name | Established year | Product category | Number of reviews |
|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| CORCO | 2011 | Bags, wallets | 152 |
| VEGAN TIGER | 2015 | Clothing | 169 |
| MARHEN.J | 2016 | Bags, accessories | 179 |
| PLEATSMAMA | 2017 | Bags, wallets | 382 |
| NOT OURS | 2017 | Clothing | 118 |
| BBYB | 2018 | Clothing | 1,266 |
| HEUREUX | 2019 | Bags, accessories | 187 |
| PROXY.L | 2020 | Bags | 318 |

Number of reviews: 2,771-Number of unrelated comments: 486 Total: 2,285

로예요’ 등 구체적인 평가 내용 없이 작성된 단순 후기와, 관련 없는 내용들을 제외하여 최종적으로 2,285개의 후기들을 검토하였다. 이를 정리한 내용은 Table 1과 같다.

4. 연구 결과

4.1. 비건 패션제품 평가기준

주요 결과로, 구매 후 단계에서 소비자들이 비건 패션제품을 평가하는 주요 차원은 심미성, 소재 특성, 경제성, 비건 제품 고유 특성으로 나타났다. 이러한 차원의 분류는 다음 절차를 기반으로 이루어졌다. 첫째, 심미성에 있어, 구매후기에서 언급된 비건 패션제품에 대한 스타일, 디자인 요소, 유행성, 색상, 패턴 등 시각적 표현을 사용한 사례들을 검토했다. 둘째, 소재 특성은 비건 패션 제품에 사용되는 재료에 대한 상세한 분석을 포함한다. 구매후기에서 내구성, 편안함, 통기성, 감촉, 천의 느낌과 같은 내용들이 포함된 경우 이를 소재 특성으로 분류했다. 더불어, 비건 패션 제품이 가지는 특수성에 의해 동물성 소재와 비교하는 내용들 또한 포함되었다. 셋째, 경제성에서는 비건 패션제품의 경제성과 금전적 가치와 관련하였다. 이러한 차원을 분류하기 위해 구매후기에서 제품의 가격, 전반적인 비용 효율성, 가격 대비 품질에 대한 평가 등이 언급된 경우를 중심으로 검토했다. 경제성을 평가함으로써 소비자들은 저렴한 가격에 따른 비건 패션제품의 접근성과 홍보성을 고려하는 것으로 나타났다. 마지막으로 비건 제품 고유 특성은 비건 패션제품을 비건이 아닌 다른 제품과 차별화하는 뚜렷한 속성에 초점을 맞췄다. 구매후기에서 동물 유래 재료의 부재, 동물학대에 대한 언급이나 제조 공정, 비거니즘 원칙 준수와 같은 특징이 거론된 경우, 혹은 소비자 자신의 비건 실천성에 대한 평가나 이러한 실천양상에 따른 브랜드의 적합성 등이 언급되었다. 비건 제품 고유 특성 차원의 분류 과정은 비건 패션제품을 비건 소비자에게 매력적으로 만드는 독특한 디자인 포인트와 윤리적 고려 사항을 포착하는 것에 효과적이었다.

추가적으로, 소비자의 구매 경험을 더 깊이 이해하고 그들의

리뷰에 대한 추가적인 맥락을 제공하기 위해, 구매후기 데이터와 함께 온라인 쇼핑몰에서 제공하는 5점 만점의 별점 점수 기능에 대한 데이터 수집을 진행했다. 소비자들의 구매후기 글과 그들이 매긴 점수를 함께 고려함으로써, 이를 통해 평가적인 리뷰 진술과 별점 사이의 잠재적인 상관관계나 패턴을 탐색하고자 했으며, 질적 통찰력을 보완하는 컨텍스트 데이터로 사용하였다.

이러한 차원 분류 과정 이후, 이 프로세스는 분류의 정확성과 객관성을 보장하기 위해 2명의 박사이상의 연구자가 여러 번의 반복, 토론 및 검증 과정을 거쳐 정리되었다. 최종적으로, 본 연구의 결과 분류 체계는 비건 패션제품에 대한 소비자 인식을 평가하고 이해하기 위한 기반을 제공한다.

4.1.1. 심미성

구매자들은 비건 패션제품을 평가함에 있어 제품이 갖는 디자인, 색상, 무늬, 디테일, 고급스러움 등 미적 속성을 평가하였으며, 제품을 직접 착용해보고 자신의 체형과 얼마나 미적으로 조화로운지를 평가하는 맞춤새와 사이즈를 주요 평가기준으로 삼는 것으로 나타났으며, 이를 심미성 차원으로 명명하였다 (Table 2). 구체적으로, 구매자들은 제품의 색상과 패턴, 프린트 무늬 등을 평가하였고, 디테일이나 포인트가 되는 요소를 평가

하였으며, 단정하거나 고급스러움 등 제품이 주는 분위기 또한 평가하였다. 실착 후에는 의복이 몸에 잘 맞는지, 몸매를 보완해주는지를 평가하였고 웹사이트에 기입된 제품 사이즈가 정확한지를 평가하고 있었다. 이러한 특성은 비건 패션제품에서만 나타나는 특징이 아닌 의류 제품 전반적으로 발견되는 후기 내용으로, 비건 패션제품에 대해서도 심미적으로 만족스러운 의류 제품인지가 평가기준의 중심이 되고 있는 것을 알 수 있었다.

4.1.2. 소재 특성

구매자들은 제품이 어떤 소재로 만들어졌고 품질과 감촉은 어떠한지를 중요하게 평가하는 것으로 나타나, 이를 소재 특성 차원으로 명명하였다(Table 3). 봉제와 부자재의 박음질이 꼼꼼하게 되었는지를 평가하고, 비건 원료로써 소재의 선택에 만족했는지에 대한 평가가 나타났다. 더불어, 제품의 무게를 언급하며 본인의 기준에 적합한지를 평가하는 내용도 나타났다. 또한, 제품을 사용하면서 관리 차원에서 세탁과 정진기, 보풀과 털이 날리는 재질인지 등을 평가하였으며, 실착하였을 때 소재의 착용감이 편안한지를 평가하였다. 전반적으로, 구매자들은 비건 제품의 소재가 비동물성 원료로 만들어지는 것을 인지하고 그 특성을 자세히 기술하고 있었는데, 이는 선행연구에서 상대적

Table 2. Criteria for evaluating vegan fashion products by “Aesthetic”

| Evaluation criteria | Comments and ratings |
|---------------------|--|
| Design | <ul style="list-style-type: none"> It looks good with any clothes, and the design is unique and pretty. I wear it often. (5/5) It's easy to match the design and the leather looks good. I like the large storage space, and I like the dust bag because it's unique. (5/5) Even if the pocket is tied with a belt or loosened, it opens a lot. Two stars are eliminated by a direct repair box. (3/5) |
| Color | <ul style="list-style-type: none"> It's really cute. The color and design are exactly what I thought. Brown and sky blue came out so well. (5/5) It's pretty because it's a toned-down pink rose color! (5/5) It's cute. I wanted a mint bag, and I'm satisfied. (4/5) |
| Pattern | <ul style="list-style-type: none"> I've looked for graphic T-shirt a lot and bought it after carefully considering it. Some have so many logos that it took me a long time to find something satisfying!! (5/5) It's very unique and the texture is cool and pretty^^ It's a pattern that seems excessive, but it's okay because it's brown. (5/5) I love the intense pattern and color. It's prettier in person LOL (5/5) |
| Detail | <ul style="list-style-type: none"> It's an ivory background, so I think it goes well with any style, and the red strap is the point, so it's a very pretty product. (5/5) A company with a good purpose, full of color and lightness suitable for summer. Delicate details (There's a snap button on the handle, so when you tie it to the shoulder, it's fixed, and there's a hook at the inner entrance, so it doesn't open up!) (4/5) I haven't worn it out yet, so I don't have a proper picture, but it's the prettiest outfit I've ever had. The glitter details are so pretty. (5/5) It's a good bag to accentuate your look. If you have all the basic style bags, buy this!! I recommend it as a go-to combat bag (5/5) |
| Luxuriousness | <ul style="list-style-type: none"> The quality is good and the color is so pretty. It's not common and nice. It's the best. (5/5) It's so sophisticated. The moment you hold it, you become a sophisticated gentleman. (5/5) The bag looks light, cool, and luxurious. I love it. (5/5) |
| Fits/size | <ul style="list-style-type: none"> I look skinny when I wear it. I'm worried about it, but it's so pretty!! (5/5) It's so small that I'm flustered... It stretches when you put stuffs in, but it's not the size of a regular shoulder bag. I think the size listed is the size when the wrinkles are straightened out. (3/5) I was thinking about the size because it said 40, and I looked at the picture of the outfit, and I think it's not 40 at all, so I ordered it first, but it's 35 instead of 40. (5/5) I wanted a tight fit, but it's more relaxed than I thought. The body part is okay, but there's a lot of room for the arm. (5/5) |

Table 3. Criteria for evaluating vegan fashion products by “Material characteristics”

| Evaluation criteria | Comments and ratings |
|--|--|
| Material texture | <ul style="list-style-type: none"> · The material is really tense and nice. It stretches well and comes back well. There's some gloss to the fabric, so it looks more luxurious. (5/5) · It's nice, it stretches well because it's made of knit fabric. I think it'll be able to store this and that. (4/5) · It's made of knit, the fabric is stronger than I thought. It's just right. (3/5) |
| Comfort of wearing | <ul style="list-style-type: none"> · It feels so nice to the skin and the color and fit are art. Vegan Tiger, have a great success. (5/5) · It's good because it feels soft and not too tight. (5/5) · I've been using it for 6 months, and my feet is comfortable and sweats are absorbed well. I have a lot of heat and keratitis on my feet, but it's gotten better. When I used basic shoe insoles, it didn't work even if I applied medicine. Thank you for the good product. (5/5) |
| Touch | <ul style="list-style-type: none"> · I've never used cactus leather before and it's soft I like it! (5/5) · It's softer than leather. (5/5) · It's so pretty. It's soft and soft because it's cactus skin! (5/5) · I thought it would be soft because it's cork, but it's so hard that my wrist hurts. (2/5) |
| Weight | <ul style="list-style-type: none"> · It's a little heavy and smells like brand new leather. lol The storage space is good and the material is stiff, but I don't think I can adapt because the weight is too different from the cross bag I'm used to. Unfortunately, I'll return it. The item itself is really pretty! (5/5) · I was so curious about the cactus leather, but it's light and nice! (5/5) · It's so light! It's neat and toned down, so I think I'll use it often^^ (5/5) · It's good that the bag itself is light and the storage space is separated! (5/5) |
| Sewing | <ul style="list-style-type: none"> · The product is really good! The zipper is designed to open only on one side of the top, so I think it'll be a little hard to take out the coin, but the design, sewing, etc. are all clean. (4/5) · It feels a bit smaller in person than in the picture. The logo is sewn on very well. It has high practicality! (5/5) · Vivid colored cloth is added to the storage space and the sewing is meticulous. (4/5) |
| Quality | <ul style="list-style-type: none"> · The leather is good quality! It's angled so it doesn't collapse. It's cleaner and more luxurious in person. (5/5) · Compared to the price, the subsidiary materials are clean and I am very satisfied with the overall quality. It's not a real leather, but somehow it looks more durable and good to carry around. (5/5) · The leather quality looks really strong and luxurious. Storage is good. (5/5) |
| Comparing with animal derived material | <ul style="list-style-type: none"> · I can't carry around white leather because it turns yellow, but it's nice because it's the most similar material to leather. (5/5) · It's synthetic leather, but it's as soft as leather and not heavy as real leather. (5/5) · I didn't find much different from the real leather one ^^ (5/5) · It's artificial leather, but it's luxurious. It looks much better in person. (5/5) |

으로 덜 언급되었던 내용들이다. 소비자들은 비건 제품의 감촉, 무게, 냄새, 품질 등을 꼼꼼하게 살피고, 특히 비건 가죽 제품의 경우 이를 동물성 가죽과 비교하여 묘사하는 내용들을 게시하였다. 이러한 내용은 소비자들이 비건 패션제품을 접할 때 상대적으로 중요하게 논의하게 되는 비건 패션제품 소비의 특수성이라고 할 수 있다. 특히, 비건 패션제품을 새로 접하는 소비자들은 비건 소재의 내구성이나 감촉에 대한 우려가 있었지만, 실제 제품을 구입한 후에는 제품 품질에 긍정적인 반응을 드러내는 것으로 나타났다. 이러한 후기는 비건 패션제품의 구입을 고려하는 다른 소비자들에게 중요한 정보를 제공하고, 안심하고 구매를 시도하게 하는 긍정적 역할을 수행하고 있는 것으로 유추된다. 결론적으로, 소재 특성에서는 제품의 원료 자체가 비거니즘이 부합하는지에 대한 평가보다, 좋은 재질로 높은 품질을 가지는 비건 제품인지를 탐구하는 경향이 높게 나타났다.

4.1.3 경제성

구매자들은 제품을 구매할 때 지불한 가격 대비 품질 수준이 어느 정도인지를 평가하였으며, 따라서 이를 경제성 차원으로

로 명명하였다(Table 4). 특히, 구매 채널이 온라인 쇼핑몰이어서 플랫폼에서 제공하는 각종 쿠폰과 할인 혜택, 프로모션 등을 활용하여 저렴한 가격으로 구입하려는 의도와, 할인된 가격으로 제품을 구입한 데서 오는 만족감 등이 주로 표출되고 있었다. 구체적으로, 평가 내용 중 ‘가성비’, ‘가심비’라는 단어가 많이 언급되어, 구매한 제품의 품질이 지불한 가격에 비해 얼마나 기대 수준에 부응했는지에 대한 평가가 두드러졌다. 특히 비건 제품인 것을 고려했을 때 비싸거나 저렴하다고 생각하는 내용과 비싸지만 제품이 만족스럽다고 평가하는 내용이 많이 나타났는데, 이는 선행연구에서 소비자들이 친환경 제품과 비건 패션제품이 일반 의류 제품보다 가격이 비싸다는 인식을 가지고 있다고 밝힌 것과 유사한 맥락이라고 할 수 있다.

4.1.4. 비건 제품 고유 특성

구매자들의 평가 중 비건 패션제품의 특성을 언급하며 설명하고 평가하고 있는 내용들이 다수 발견되어, 이를 비건 제품 고유 특성 차원으로 명명하였다(Table 5). 이 차원은 구매 제품이 비건 제품이기 때문에 가지는 친환경적, 동물보호적, 윤리적

Table 4. Criteria for evaluating vegan fashion products by “Affordability”

| Evaluation criteria | Comments and ratings |
|--------------------------|---|
| Rational pricing | <ul style="list-style-type: none"> · I thought it was too expensive. (4/5) · It's expensive, but it's strong, pretty, and nice. I chose it because it's made from cactus leather. (5/5) · It doesn't feel new and looks dirty, which didn't show in the photo. · Considering the price, I don't think I'll buy again. If you don't want to return it, think about it. (3/5) · I'm very satisfied with it. Not Ours never disappoints. Honestly, I thought knit vests were too expensive at this price, but I have no regrets, I recommend it. (5/5) · Overall, I think it's worth the price. (5/5) · The cost-effectiveness seems to be the best, but it's more than I expected!! I should have bought the keyboard as well. (5/5) |
| Discounts and promotions | <ul style="list-style-type: none"> · I bought it cheap with a discount coupon. It's my first tote bag and I'm so satisfied. (5/5) · I bought two more because I got a discount. (5/5) · I bought it during the time sale, I bought three. After I wear this I'll try other products. (5/5) · I bought it when it was on sale, so I was really satisfied and wore it right away. I bought it without regret. (5/5) |

Table 5. Criteria for evaluating vegan fashion products by "characteristics of vegan products"

| Evaluation criteria | Comments and ratings |
|----------------------|---|
| Eco-friendliness | <ul style="list-style-type: none"> · I bought it because it's an eco-friendly product! It's harmonious if styled with black clothes! (5/5) · I bought it because I liked that it was made of recycled materials.(5/5) · I bought it because it's an eco-friendly product. (5/5) · I bought this product because it's good for the environment! It's my first time buying a necklace wallet, and I think it's convenient. (5/5) · I bought it because it's an eco-friendly product, but it's better than I thought. (5/5) · I bought it because I was more attracted to recycled materials. (5/5) |
| Brand philosophy | <ul style="list-style-type: none"> · I bought it as a gift because the philosophy of the brand was so good. (5/5) · Company with good intentions, colorful and light suitable for summer. (4/5) · It's a little narrow, so I can't put in my cell phone. I'm totally satisfied with the fact that it was made for a good cause. (5/5) |
| Veganism suitability | <ul style="list-style-type: none"> · I bought it because it's a vegan leather product. (5/5) · I decided to buy it because it's a vegan brand. I needed a bag with this design, I love it. (5/5) · I bought it because it's vegan leather. I can put in a tumbler and the color of the leather is different on both sides, so that's great! (5/5) · I think I buy one every time I see it on exhibitions here and there, as well as on Vegan Festa. It's my favorite vegan brand!! I also bought it during Wadiz funding lol (5/5) · It's so pretty. And it's vegan, so it's more meaningful. (5/5) |
| Animal protection | <ul style="list-style-type: none"> · I ordered a cat one, because I have a cat. It's much prettier and cuter on person. I like it. I feel better because I feel like I joined in on a good cause^^ I wish for a world without abandoned cats and dogs. (5/5) · I saw it often at exhibitions and now I'm buying it. It's also good to sponsor animal welfare. I'll use it well. (5/5) · I am interested in activities for animal rights, I like animals, and I am interested in environmental movements as well. When I thought about it, I wondered if it makes sense to say that I love animals while using leather wallets. So I searched for a vegan wallet, and Not Ours showed up. (5/5) · I bought it because it was made without harming animals. I really like Not Ours. I'm rooting for you. (5/5) · A product is a product, but it seems that the brand do a lot of good things such as animal welfare, so I buy it even if I don't need it... (5/5) · The size and color are the same as in the picture, and the purpose of protecting animals is also great! (5/5) |

특성과 개인의 소비 신념에 따른 요구사항에 부합하는지에 대한 평가이다. 구매자들은 후기에 개인의 가치관과 신념을 언급하는 경향을 보였으며, 윤리적인 소비를 추구한다고 밝히는 사례가 다수 발견되었다. 더불어 제품이나 브랜드에 친환경성과 동물보호적 특성이 있는 경우 이를 매우 긍정적으로 평가하고 있었으며, 브랜드가 추구하는 철학에 동의하는 표현을 사용하며 긍정적인 반응을 보였다. 구체적으로, 브랜드가 동물보호 관련 자선활동을 하는 경우와 재활용 소재를 활용한 제품을 만드는 경우 이를 직접적으로 언급하며 이러한 요인들로 인해 구매

결정을 하게 되었다고 말했다. 또한, 구매자들은 제품이 비건이기 때문에 구매했다고 언급하며, 본인의 비거니즘 실천을 위한 구입 의도를 드러냈다.

4.2. 비건 패션제품의 평가기준 각 차원의 비중

구매자들이 비건 패션제품을 구입하고 난 후 중요시하는 것으로 드러난 평가기준들을 언급된 정도에 따라 빈도와 비중을 분석하였다. Table 6에서와 같이 구매자들의 여러 평가기준 중 가장 빈번하게 나타나는 차원은 비건 제품 고유 특성(39.12%),

Table 6. Percentage of vegan fashion product evaluation criteria

(n = 2,285)

| Aesthetic | | | Material characteristics | | | Affordability | | | Characteristics of vegan products | | |
|---------------------|-----------|----------------|--|-----------|----------------|--------------------------|-----------|----------------|-----------------------------------|-----------|----------------|
| Evaluation criteria | Frequency | Percentage (%) | Evaluation criteria | Frequency | Percentage (%) | Evaluation criteria | Frequency | Percentage (%) | Evaluation criteria | Frequency | Percentage (%) |
| Design | 64 | 8.93 | Material texture | 323 | 55.40 | Rational pricing | 60 | 65.93 | Eco-friendliness | 98 | 10.96 |
| Color | 122 | 17.02 | Comfort of wearing | 101 | 17.32 | | | | Brand philosophy | 129 | 14.43 |
| Pattern | 19 | 2.65 | Touch | 65 | 11.15 | | | | Veganism suitability | 67 | 7.49 |
| Detail | 34 | 4.74 | Weight | 23 | 3.95 | | | | | | |
| Luxurious-ness | 68 | 9.48 | Sewing | 24 | 4.12 | Discounts and promotions | 31 | 34.07 | Animal protection | 411 | 45.97 |
| | | | Quality | 47 | 8.06 | | | | | | |
| Fit/size | 410 | 57.18 | Comparing with animal derived material | 189 | 21.14 | | | | | | |
| Sub Total | 717 | 100.0 | Sub Total | 583 | 100.0 | Sub Total | 91 | 100.0 | Sub Total | 894 | 100.0 |
| Total | | 31.83 | Total | | 25.51 | Total | | 3.98 | Total | | 39.12 |

심미성(31.83%), 소재 특성(25.51%), 경제성(3.98%) 순으로 나타났다. 세부 평가기준 중 가장 많이 언급된 기준은 동물보호(411개)와 맞춤형(410)이 유사한 비중으로 가장 빈번히 나타났고, 이어서 소재/재질(323개), 동물성 소재와 비교(189개), 색상(122개), 착용감(101개) 순으로 나타났다. 이와 같은 결과를 통해, 구매자들은 비건 패션제품에서 동물보호성과 개인의 신체에 얼마나 조화롭게 어울리는지를 거의 동일한 수준으로 중요하게 평가하고 있다고 해석할 수 있다. 이는, 비건 패션제품의 개발에 있어 비건 제품의 상징적 의미 뿐 아니라 핏감과 제품이 주는 분위기 등 디자인 감각이 중요한 경쟁력이 됨을 가리킨다. 더불어, 소재/재질 기준과 동물성 소재와 비교 기준이 해당하는 소재 특성 또한 주요 평가기준이 됨을 알 수 있었다. 언급된 정도로 볼 때, 구매자들은 소재에 있어 비거니즘에 적합한 원료로 만들어지는 것을 기본적인 충족요건으로 보고, 단순히 비건 원료로 만들어졌을 뿐만 아니라 품질이 우수한지, 동물성 소재와 견주어 모자람이 없는지를 평가하는 것으로 해석된다. 경제성은 언급된 정도가 상대적으로 가장 낮은 수준으로 분석되었는데, 이는 구매자들이 비건 제품 구입에 있어 제품의 가격보다 다른 요소들을 우선적인 기준으로 평가한다고 있다는 해석할 수 있다. 이러한 결과는 비건 패션제품에 대한 소비자의 만족도에 동물보호성을 강조하는 것과 디자인적으로 우수하며 품질 수준이 높은 것이 중요한 요인으로 작용하고 있으며, 가격 합리성은 상대적으로 덜 중요하게 평가되고 있다는 것을 가리킨다.

5. 결론 및 고찰

국내 비건 패션 시장이 성장하고 있는 현재, 소비자들의 욕구 및 가치관 변화를 반영하는 비건 패션 브랜드들의 전략이

필요한 시점이다. 차별화 된 브랜드 이미지를 구축하고 비건 소비자가 만족할 수 있는 패션제품을 개발하기 위해 소비자들이 중요시하는 제품 평가기준들을 파악하는 것이 필요하다. 이에 본 연구에서는 상품을 구매하고 난 후 구매자들이 작성하는 온라인 구매후기를 통해, 비건 패션 제품의 구매 후 단계에서 작용하는 주요 평가기준을 밝히고자 하였다. 구매후기는 구매를 고려하고 있는 소비자의 선택과 결정 과정에 작용하여 소비자 와 시장 확장에 중요한 역할을 담당한다. 본 연구는 국내 주요 비건 패션 브랜드 중 8개를 선정하여 구매 후기를 수집하고, 수집된 내용은 분류 및 분석 과정을 거쳐 범주화를 시행하였다. 선행연구에서 제안된 패션제품 평가기준을 참고하여 대주제를 추출한 후 보다 심층적인 연구 결과를 도출하고자 하였으며 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 구매 후 단계에서 소비자들이 비건 패션제품을 평가하는 주요 차원은 심미성, 소재 특성, 경제성, 비건 제품 고유 특성으로 나타났다. 이는 선행연구에서 패션제품 평가기준으로 제시한 바 있는 패션제품의 특성 체계에 따라 스타일과 맞춤형과 같은 외관적 요인, 내구성과 세탁성과 같은 성능적 요인, 소재와 재질과 같은 내재적 요인, 가격과 같은 외재적 요인으로 분류되는 것에 더해 비건 패션제품의 특수성이 추가된 결과이다.

둘째, 평가 차원 중 가장 큰 비중을 나타낸 영역은 비건 제품 고유 특성 차원이었다. 이는 구매 제품이 일반 의류가 아닌 비건 제품이기 때문에 고려되는 평가기준들이라 할 수 있다. 언급된 정도로 볼 때, 비건 패션제품의 고유 특성 중 동물 보호성이 가장 중시되는 것으로 해석되었으며, 친환경성과 브랜드 가치관 또한 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있었다. 더불어 이 경우 비건 소비자들과 논-비건 소비자들의 평가 양상에 차이가 나타났는데, 비거니즘을 실천하는 소비자들이 비건 패션 브랜드에 대해 상대적으로 높은 충성도를 보이는 것으로 분석

되었다. 이는 구매하고 만족했던 브랜드에 대한 신뢰감에 더해 현재 비건 패션 브랜드의 수가 많지 않은 현실이 복합적으로 작용하여, 비건 소비자들이 익숙한 비건 패션 브랜드에서 구매를 지속적으로 이어가고 있는 것으로 해석되었다. 한편, 패션제품을 통해 비거니즘을 처음 접한 소비자의 경우 브랜드의 취지와 제품의 윤리성이 구매에 대한 만족감에 중요한 영향을 미치고 있는 것으로 해석되었다.

셋째, 심미성은 평가 차원 중 두 번째로 강조되는 영역으로 드러났다. 비건 패션제품의 미적 측면에 대한 평가, 즉 디자인, 무늬, 색상, 디테일과 제품의 고급스러움에 관련하며, 소비자들이 제품을 착용하고 본인의 신체에 얼마나 미적으로 잘 어울리는가를 판단하는 것에 관련하였다. 평가기준 중 색상과 촉감, 구체적인 디테일 등은 소비자들이 직접 보거나, 만져보거나, 착용해 볼 수 없는 인터넷 구매의 특성상, 쇼핑 당시에 모니터로 본 것과 배송된 제품과의 차이를 설명하고 있었다. 따라서 이러한 기준들은 소비자들이 주의 깊게 평가하고자 하는 주요 평가기준이라 생각된다. 더불어, 심미성 차원에서 가장 중요하게 평가되었던 기준은 맞음새와 핏감, 사이즈에 관련하였으며, 기존 의복 평가 차원 연구에서 밝힌 평가기준 내용과 유사한 결과를 나타내며 비거니즘 제품의 속성이 유의한 평가기준으로 나타나지 않았다는 특성을 가진다. 이는 비건 패션제품이더라도 소비자들은 우선적으로 본인에게 잘 어울리는 제품을 추구한다는 것을 의미한다. 이에 웹사이트에서 정확한 사이즈 치수를 제공한다면 소비자의 불만을 최소화할 수 있으므로 웹사이트의 세심한 관리가 더 필요한 사항으로 요구된다.

넷째, 소재 특성 차원은 구매한 제품의 소재와 재질이 우수한가, 착용감과 감촉은 어떠한가, 제품의 봉제 상태는 어떠한가, 활용하기에 무거운가 적당한가, 소재의 품질은 우수한가를 평가하고 있었다. 비건 제품의 속성을 고려하여 소재 특성 차원에서는 소비자들이 제품의 소재를 중요하게 평가함을 알 수 있었다. 특히, 위 차원에서는 비건 패션제품의 소재를 동물성 원료 소재와 비교하여 평가하는 양상이 나타났다. 구체적으로, 동물성 원료 소재를 기준으로 하여 비건 소재가 비슷한 수준이나 그 이상의 품질을 가지고 있는지를 평가하였다. 이는 비건 패션제품에 익숙하지 않은 다른 소비자들이 이러한 후기를 읽고 구매 결정을 하는 중요한 정보가 될 수 있다. 따라서 비건 패션 브랜드들은 제품의 소재가 비거니즘 실천에 적합할 뿐 아니라, 좋은 품질을 보유하고 있는 것을 강조할 필요가 있다.

다섯째, 경제성 차원은 평가 차원 중 상대적으로 가장 적게 강조되는 영역으로 나타났다. 이는 선행연구에서 제품 평가 차원에 경제성이 크게 강조되었던 결과와 부합하지 않는 연구 결과로, 비건 패션제품의 경우 다른 요인들에 비해 가격이 상대적으로 덜 중요하게 작용하고 있다고 할 수 있다. 비건 패션제품의 경제성 관련 평가기준 중 소비자들이 가장 많이 언급한 내용은 ‘가성비’와 ‘가심비’를 평가하는 것이었으며, 이러한 가격 대비 합리성은 쿠폰, 할인, 프로모션 등 저렴한 가격으로 제품을 구매하였을 때 강조되어 나타났다. 이를 통해 소비자들이

비건 제품을 소비하기 위해 상대적 고가를 예상하고 이를 감수할 의도가 있더라도, 상품 추천이나 할인 이벤트 등을 통한 가격 혜택에도 민감하게 반응하고 있다는 것을 알 수 있다. 그럼에도 비건 패션제품 소비자들은 가격보다 심미성과 소재 품질, 비거니즘 실천 적합성에 대해 상대적으로 높은 평가기준을 적용하고 있다는 것에 주목할 필요가 있고, 따라서 저렴한 제품보다 품질 가치가 높으면서 비건 특성을 지닌 완성도 높은 제품을 제시하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

비거니즘은 지속적인 실천이 강조되는 라이프스타일이며 본 연구 결과에서도 비거니즘 소비자의 비건 패션 브랜드에 대한 충성도가 높게 나타나, 비건 패션 브랜드에게 브랜드 가치관과 비거니즘 실천 양상을 강조하는 전략이 필수적임을 알 수 있다. 현 시점은 비건 패션 시장이 아직 시장 규모가 작고 제품군이 한정되어 있으므로, 비거니즘 적합성을 기반으로 독창적인 디자인과 브랜드 이미지 구축을 통해 충성 고객 유치를 기대할 수 있는 시장 기회가 열려 있다. 본 연구의 결과는 또한 비건 패션 브랜드에게 비거니즘 가치관을 반영한 브랜드 이념과 함께 참신한 제품 디자인 개발이 필수적임을 보여주고 있다. 디자인적으로 우수한 고유 브랜드 특성 없이는 패션 산업 내 브랜드 간 경쟁에서 비건 패션 브랜드들이 살아남기 어려운 것임을 나타내며, 이러한 차별화 전략을 통해 브랜드 인지도 상승뿐 아니라 비거니즘 운동 자체의 확산에도 긍정적인 영향을 미칠 것을 기대할 수 있다.

본 연구는 국내 비건 패션제품에 대한 소비자 평가를 온라인 후기를 중심으로 살펴보았다는 점에 그 의의가 있다. 구매 후기에 나타난 패션제품 평가기준을 통해 비건 소비자들이 중요하게 여기는 요소가 무엇인지를 파악함으로써, 향후 비건 소비자를 심층적으로 이해하기 위해 중요한 방향성을 제시하고 비건 패션 브랜드들로 하여금 소비자들이 추구하고 기대하는 제품 속성이 무엇인지 이해하는 데에 도움을 주고자 하였다. 한편, 새로운 문화 현상에 대한 질적 내용분석은 주관적인 해석이 적용되는 연구 방법으로, 추후 연구에서 본 연구의 결과를 심화한 실증 연구를 수행할 필요가 있다. 본 연구 결과에서 나타난 평가기준들은 온라인 후기에 나타난 결과이다. 향후 오프라인 구매 시 평가기준에 차이가 있는지 추가적인 연구가 수행될 수 있으며, 글로벌 비건 패션 브랜드의 온라인 후기와의 비교하여 지역 및 문화적 특성에 의한 차이가 있는지 탐색하는 연구가 수행될 수 있다. 본 연구는 최근 급부상 중인 비건 패션의 특성과 비건 패션 소비자를 이해함으로써 비건 패션 브랜드의 시장 진입 및 성장 전략 수립에 도움을 줄 것으로 기대하며, 이후 비건 라이프스타일 및 패션마케팅을 탐색하는 관련 연구에 기초 지식을 제공하기를 바란다.

References

- Chatterjee, P. (2001). Online review - Do consumers use them?. *Advances In Consumer Research*, 11(4), 129-133.

- Cherry, E. (2006). Veganism as a cultural movement - A relational approach. *Social Movement Studies*, 5(2), 155-170. doi:10.1080/14742830600807543
- Cho, Y. (2005). Segmentation based on perception of somatotype and the relation between clothing evaluative criteria and segmentation. *The Korean Home Economics Association*, 43(11), 185-196.
- Choi, M. H., & Yoh, E. A. (2013). Analysis on vegan fashion beauty products for development of brand strategies. *Journal of Living Science Research*, 39, 103-120.
- Choi, S. (2019). *An exploratory study of vegan fashion consumption based on grounded theory approach*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a model of the in-store purchase decision process - Consumer use of criteria for evaluating women's apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22. doi:10.1177/0887302X9000800202
- Farra, E. (2019). Vegan fashion week is coming to L.A. And it's about a lot more than eco leather and faux fur. *VOGUE*. Retrieved March 1, 2023, from <https://www.vogue.com/article/vegan-fashion-week-los-angeles-emmanuelle-rienda>
- Han, H. (2018). Purchasing behavior by female consumers' benefits of golf wear - Focused on pursued images, fashion innovativeness, fashion involvement, and garment quality evaluation. *The Korean Society of Fashion Design*, 18(4), 145-161. doi:10.18652/2018.18.4.9
- Han, S. J., Yang, L. N., & Kim, M. S. (2002). A study on the clothing buying behavior according to lifestyle type of women in their 50's and 60's. *The Research Journal of the Costume Culture*, 10(2), 504-517.
- Je, E. S. (2012). Study on the clothing selection criteria and purchasing satisfaction according to the outdoor wear benefit. *The Korean Society of Fashion Business*, 16(4), 1-12. doi:10.12940/jfb.2012.16.4.001
- Jeong, J. W. (2020). *The attitude and practices of veganism in clothing*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul
- Jeong, J. W., & Chun, J. H. (2021). Veganism represented in youtube fashion contents. *Fashion & Textile Research Journal*, 23(1), 44-56. doi:10.5805/SFTI.2021.23.1.44
- Jeong, J. W., & Kwon, H. J. (2018). Dilemma types in vegan fashion design. *Korean Society of Fashion Design*, 18(4), 71-91. doi:10.18652/2018.18.4.5
- Ji, H. K. (2011). A Study on the dimensions of evaluation for knit clothing through the consumer's on-line reviews. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 9(1), 27-36. doi:10.35226/kskd.2011.9.1.27
- Kim, E. Y. (1998). The relationship between clothing product knowledge and evaluative criteria in clothing purchase process. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 22(3), 353-364.
- Kim, M. S., & Kim, M. S. (2003). The consumer's evaluative criteria of quality on the clothing products. *The Research Journal of the Costume Culture*, 11(1), 47-65.
- Kim, M. Y. (1995). Transactions - theoretical classification of the clothing evaluative criteria. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 19(6), 857-865.
- Kim, M. Y., & Rhee, E. Y. (1991). A study on the theoretical framework of clothing evaluative criteria. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 15(3), 321-334.
- Kim, N. H., & Park, S. H. (2018). The current situation of vegan fashion brands as alternative strategy. *Journal of Fashion Design*, 18(4), 17-33. doi:10.18652/2018.18.4.2
- Ku, T. H., & Ku, Y. S. (2010). The effect of online review writing motives of internet shopping on repurchase intention and recommendation intention about fashion merchandise. *Fashion & Textile Research Journal*, 12(2), 188-193. doi:10.5805/KSCI.2010.12.2.188
- Lee, T. Y., & Bradlow, E. T. (2011). Automated marketing research using online customer reviews. *Journal of Marketing Research*, 48(5), 881-894. doi:10.1509/jmkr.48.5.8
- Oh, M., Badu Baiden, F., Kim, S., & Lema, J. (2021). Identification of delighters and frustrators in vegan-friendly restaurant experiences via semantic network analysis - Evidence from online reviews. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-28. doi:10.1080/15256480.2021.1981186
- Park, E. O., Chae, B. K., Kwon, J., & Kim, W. H. (2020). The effects of green restaurant attributes on customer satisfaction using the structural topic model on online customer reviews. *Sustainability*, 12(7), 2843-2863. doi:10.3390/su12072843
- Park, N. R., Kim, M. O., Moon, Y. O., Seo, M. S., Seo, M. J., & Lee, K. H., (2007). Purchasing Behavior and product evaluation criteria of knitted apparel consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(7), 1064-1072. doi:10.5850/JKSC.2007.31.7.1064
- Park, S. K. (2010). Consumer purchasing behavior of knit fashion product: Focusing on shopping motivation. *The Korean Society of Knit Design*, 8(1), 23-32. doi:10.35226/kskd.2010.8.1.23
- Samiee, S., & Jeong, I. (1994). Cross-cultural research in advertising: An assessment of methodologies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 205-217.
- Yeo, E. J., & Rhee, Y. S. (1996). A study of post-purchase clothing evaluative criteria - The relationships among clothing satisfaction, brand attitude, repurchase intention. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(6), 1027-1038.

(Received May 11, 2023; 1st Revised May 30, 2023;
2nd Revised June 12, 2023; Accepted June 19, 2023)