

중고의류와 구제 의류 구매 관련 블로그 게시글 비교 분석을 통한 중고의류산업의 발전 방안 모색

유화숙[†]

울산대학교 의류학전공

Exploring Development Strategies for the Secondhand Clothing Industry through Comparative Analysis of Blog Posts on Secondhand and Thrift Clothing Purchases

Yoo, Hwa-Sook[†]

Dept. Clothing & Textiles, University of Ulsan/Ulsan, Korea

Abstract: This study explored development strategies for the secondhand clothing industry by understanding consumer attitudes toward secondhand and thrift clothing purchases. Blog posts were compiled and analyzed using TEXTOM for word analysis and clustering. The results are as follows. Word analysis revealed that, aside from the commonly used terms for clothing purchases, the words collected from “secondhand clothing purchases” and “thrift clothing purchases” were different. Consumers tended to perceive the purchase of secondhand clothing as a transaction, whereas the purchase of thrift clothing was viewed as an interesting shopping experience. Second, the clustering analysis of secondhand clothing resulted in five distinct groups: “Impact of clothing consumption on the global environment and the importance of sustainable consumption,” “Global trend of online secondhand clothing transactions,” “Satisfied reviews of secondhand clothing purchases,” “Purchasing secondhand clothing through flea markets,” and “Reviews of Japanese secondhand clothing purchase/auction proxy services.” The clustering analysis of thrift clothing also yielded five groups: “Review of a visit to a warehouse-style thrift store,” “Thrift shopping malls dealing with vintage clothing,” “Promotion of various items and brands sold in stores,” “High-quality luxury thrift with a vintage feel,” and “Promotion and introduction of a thrift clothing company’s store.”

Key words: secondhand clothing(중고의류), thrift clothing(구제 의류), blog posts(블로그 게시글), word analysis(단어분석), clustering(클러스터링)

1. 서 론

중고품에 대한 사회적 인식이 변하고 있다. 친환경이라고 하는 글로벌 트렌드에 힘입어 ‘낡고 오래된’이라는 부정적 측면은 감소하고 ‘합리적으로 소비하면서 환경친화적인’ 긍정적 측면이 증가하고 있다. 더욱이 최근에는 MZ세대의 합리적 소비 습관, 중고 거래플랫폼의 등장 등으로 인해 많은 사람이, 이전에는 중고품으로는 사용하지 않았던 물품마저 중고품을 구매하여 사용하는 등 중고품에 대한 관심이 높고 중고품 시장도 크게 확장되고 있다.

일상용품 중에서 의류는 새 상품과 중고품에 대한 선호도 차이가 큰 품목이다. 그럼에도 경제적이라는 이유로 중고의류를

구매, 착용해 왔지만, 중고의류(secondhand clothing)는 ‘오래된 헌 옷’이라는 이미지와 함께 ‘저소득’을 상징하는 것으로 인식되어 왔으며, ‘중고의류’ 외에 이와 비슷한 의미로 ‘구제 의류’라는 표현이 시장에서 함께 사용되어 왔다. 다음사전(Daum, 2024)에 따르면 구제 의류(thrift clothing)는 ‘오래되고 낡은 의류, 주로 해외에서 수입하여 판매하는 중고의류’로 정의되어 있고, 중고의류는 ‘이미 사용하였거나 오래된 옷’으로 정의되어 있다. 중고의류가 구제 의류에 비해 더 포괄적인 용어로, 두 단어가 ‘오래된 옷’이라는 공통의 의미를 담고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 두 표현 모두 오래된 옷이라는 이미지로 인해 소비자들의 인식은 좋은 편이 아니었으며, 시장 규모도 작고 큰 관심도 받지 못하고 있었다. 그러나 최근 들어 중고품에 대한 인식 변화로 중고의류와 구제의류에 대한 부정적 인식이 줄어 중고의류와 구제 의류 구매는 친환경적이고 합리적인 구매로 인식되고 있으며, 특히 MZ세대들이 구제 의류에 관심을 갖고 이런 스타일이 유행하면서 구제 의류는 빈티지와 연결되어 ‘빈티지 패션’을 유행시키기도 하였다(Kim, 2011).

또한 최근의 경제 상황과 친환경 트렌드는 중고 의류산업의

[†]Corresponding author: Yoo, Hwa-Sook

Tel. +82-052-259-2735, E-mail: uhwas@ulsan.ac.kr

©2024 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). 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.

성장을 가속화시킬 것으로 예측되어(J. Yoo, 2023) 이와 관련된 산업계 및 기관에서는 이에 대한 전략을 마련해야 하고, 이를 위해서는 먼저 중고의류에 대한 소비자들의 태도 파악이 필요하다. 그러나 시장 내에서 중고의류 의미를 지닌 '구제 의류'가 '중고의류'와 동시에 사용되고 있으므로 중고의류뿐만 아니라 구제 의류에 대한 소비자들의 태도를 파악해야 할 것이다. 특히 중고의류 시장의 발전 전략 수립을 위해서는 중고의류와 구제의류 구매에 초점을 맞추는 것이 필요하여 중고의류와 구제 의류 구매에 대한 소비자 태도를 살펴보고자 한다.

중고의류와 구제 의류 구매에 대한 소비자 태도를 파악하기 위해서는 설문 조사, 인터뷰 등 다양한 방법이 있지만, 그중 온라인의 블로그 게시물 분석은 많은 정보를 동시에 얻을 수 있는 효율적인 방법이다. 블로그는 개인 1인 미디어로써 이를 통해 욕구, 필요, 취향 등 개인의 관심사에 따라 자유롭게 콘텐츠를 작성하고 그것을 다른 사람과 공유하며(Park, 2012; Singh, 2008) 상세하고 심층적인 분석 후기들이 게재되고 있어(Johnson & Kaye, 2004) 소비자의 생각이나 태도를 파악할 수 있는 좋은 정보원이다. 그러므로 블로그에 나타난 소비자 태도를 살펴봄으로써 미래 중고의류 시장의 전략을 위해 필요한 정보들을 파악할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 블로그에 나타난 중고의류와 구제 의류 구매 관련 게시글을 이용하여 중고의류와 구제 의류 구매에 대한 소비자들의 태도를 비교, 분석하고 이를 종합하여 미래 중고의류 시장의 발전계획 마련을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구 문제

1. 중고의류와 구제 의류 구매 관련 블로그 게시글을 수집하여 그 양을 비교하고, 수집된 단어의 빈도 분석을 통해 중심어와 이슈의 흐름을 알아본다.
2. 중고의류와 구제 의류 구매에 대한 블로그 게시글의 클러스터링 분석을 통해 게시글의 주제를 파악하고, 이를 종합하여 소비자들의 태도를 비교, 분석한다.

2. 이론적 배경

2.1. 중고의류 산업

전 세계 패션 시장에서 중고의류가 크게 주목받고 있다. 중고 패션 시장은 합리적인 가격에 제품을 구매할 수 있다는 장점과 더불어 환경적인 이점까지 더해 시장을 넓혀가고 있다. 보스턴 컨설팅그룹은 전 세계 중고의류 시장이 2021년 400억 달러(49조 8000억원)에서 2025년 770억 달러(약 95조 8650억원)로 증가할 것으로 예측했다(Kwon, 2023).

중고의류는 오래전부터 사용되었지만 새 옷에 비해 오래되고 낡아 부정적 이미지를 갖고 있었는데, 특히 한국의 경우 6·25전쟁 후 선진국의 구호물자로 중고의류가 들어오면서 이를 '구제 의류'라고 부르게 되었고(Busan Culture and History

Exhibition, 2024), 이후 '중고의류'와 '구제 의류'가 함께 사용되면서 부정적 이미지가 강화되었다. 지금도 '중고의류'와 '구제 의류'는 혼재되어 사용되고 있어, 본 연구에서 중고의류는 '과거에 다른 사람에 의해 구매 또는 사용되었거나 오래된 의류'로, 구제의류는 '오래되었거나 낡은 의류'로 정의하고자 한다.

그러나 '중고의류'가 '구제 의류'보다 더 일반적이고 넓게 사용되면서 두 단어를 모두 포괄하는 의미로 사용할 때는 중고의류가 대표성을 가져, 중고의류와 구제 의류를 취급하는 시장과 산업을 중고의류 시장, 중고의류 산업으로 부르고 있다. 그러므로 본 연구에서도 중고의류 시장은 '중고의류' 또는 '구제 의류'를 취급하는 시장으로 보고, 중고의류 산업도 '중고의류' 또는 '구제 의류'를 생산하고 판매하는 일과 관련된 산업을 통틀어 일컫는 말로 정의한다.

중고의류에 대한 부정적 인식은 친환경 트렌드의 세계적 확산에 따라 2000년대 초기에 긍정적으로 바뀌기 시작하였다(Seok & Kim, 2005; Yoo & Ahn, 2001). 그러나 중고의류에 대한 개선된 인식에 비해 소비자들은 구매에 대해서는 여전히 부정적이어서 2010년대까지 중고의류 구매에 대해 소극적이었다(Kim & Kim, 2013; Park & Choo, 2011). 따라서 중고의류는 국내에서 소비되기보다 해외로 수출되는 양이 많았으며 한국의 중고의류 산업은 수출주도 산업이었고 이로 인해 한국은 세계 5위 중고의류 수출국이 되었다(Hong, 2023).

그러나 최근 들어 세계적인 친환경 트렌드, 경기침체와 인플레이션으로 인한 합리적 소비 추구, 온라인 거래플랫폼에 의한 활발한 중고 거래, MZ세대의 소유보다는 경험을 중시하는 경향 등으로 인해 중고의류에 대한 획기적인 인식 전환과 함께 중고의류 산업에 대한 기업 및 소비자의 관심도 크게 변화해 수출뿐만 아니라 국내 유통과 소비에 중점을 둔 새로운 비즈니스 모델들이 나오고 있다. 패션기업이 중고의류와 관련된 사업을 한다거나 신규 중고의류 브랜드를 런칭하기도 하고, 모바일 헌 옷 수거와 온오프라인 빈티지 스토어 운영, 패션 리 커머스 서비스 제공 등 다양한 비즈니스 모델들이 나오고 있다(D. Kim, 2024)

이러한 패션기업들의 중고의류 중심의 비즈니스 모델은 지속 가능한 패션을 만드는 데 기여할 것이며, 이러한 노력은 환경보호와 사회적 책임을 중시하는 소비자들의 가치관에도 부합하여 중고의류 시장의 확대와 중고의류 산업의 성장 가능성은 매우 높다고 할 수 있다(Park, 2024).

2.2. 중고의류와 시장

2022년 그린피스 보고서(Cobbing et al., 2022)에 따르면 선진국에서 발생한 폐의류는 개도국에 수출되거나 대부분은 시장가치가 없어 사용 또는 판매되지 않고 쓰레기로 버려지거나 소각되어 그 지역의 생활환경과 생태계에 악영향을 준다고 하였다. 자원의 순환 관점에서 볼 때, 원형 그대로 본래의 용도로 재사용하는 것이 환경적으로나 사회적으로 비용이 가장 적게 드는 좋은 방법이다(Park, Lee & Joo, 2019). 이런 측면에서 중고

의류는 재가공 또는 다른 처리 없이 재사용이 가능하여 순환적인 패션 생태계로의 변화를 이끌 핵심으로 볼 수 있다.

지금까지 의류산업은 환경에 유해 영향을 미치는 것으로 평가받았다. 특히 ‘한 철 입고 버리는 옷’으로 비판받은 패스트패션이 낭비와 환경오염 논란의 중심에 있어 친환경을 중요한 가치로 여기는 MZ세대를 중심으로 패스트패션에 대한 거부감이 강해졌고(Sung, 2022), 그에 대한 반작용으로 중고의류에 대한 관심이 증대되었다. 실제로 미국 중고의류 플랫폼 ‘스레드업’의 설문 조사에 따르면 2016년 MZ세대의 중고의류 구매 비율은 약 23%였지만 2020년에는 42%까지 치솟았다고 한다(J. Yoo, 2023). 이전의 중고의류 구매는 절약이나 재활용의 상징으로 유행이나 트렌드와는 거리가 먼 행위였으나 최근에는 자신의 취향을 드러내거나 과거를 추억하는 매개체가 되기도 하였다(Cheon & Lee, 2015).

2000년대 초에 소비자들은 중고의류 구매에 대해 부정적이었으나(Huh, 2004; Yoo & Ahn, 2001), 환경보호 인식이 증가하면서 중고의류에 대한 거부감은 감소하였다(Seok & Kim, 2005). 이후 패스트패션 유행과 폐의류 증가에 따른 환경에 대한 악영향 등이 고려되면서 중고의류 구매에 대한 관심이 증가하고 구매에 대한 인식도 바뀌기 시작하였다(Park et al., 2014).

이와 같이 중고의류에 대한 인식이 바뀌고 관심이 높아지면서 중고의류 제품에 대한 태도와 구매 의도(Park & Choo, 2011) 구매 실태(Kim & Kim, 2013), 중고의류의 소비 가치(Choo & Park, 2013; Kim, 2019) 등에 대한 연구들이 실시되었다. 또한, 최근 들어 MZ세대가 소비의 주축이 되고 중고 거래플랫폼에 의해 중고 거래가 활성화되면서 중고의류에 대한 관심이 더욱 높아져 중고 거래의 동기 관련 연구들이 진행되었고 이러한 동기들은 중고품 구매 태도 및 재 구매 의도에 긍정적 영향을 미친다고 하였다(Padmavathy et al., 2019; Seok & Cho, 2023).

중고의류 거래 활성화의 또 하나의 요인은 인터넷의 발달로 C2C 거래가 보편화되었다는 점이다. 그로 인해 온라인 중고 거래의 중요성이 증가하였으며(Barnes & Mattsson, 2017), C2C 거래플랫폼으로 인해 편리하고 효율적인 거래가 가능해 중고의류 거래가 활발하게 되었다. 그러나 중고 거래 과정에서 발생하는 비대면에 의한 사기와 같은 범죄가 증가하기도 하여 소비자 불안 해소 및 사기 피해 예방을 위한 플랫폼 개선 연구(Hyun et al., 2021; Kim & Koo, 2019), 사기 및 범죄 발생 가능성을 줄이는 방법에 대한 검토(Cho et al., 2015)들이 진행되기도 하였다.

2.3. 구제 의류와 시장

구제 의류에 대한 정의는 다양한데, 부산역사문화대전(Busan Culture and History Exhibition, 2024)에서 구제 의류는 ‘6·25 전쟁 후 선진국들이 구호물자로 제공하였던 중고 옷·신발 등 의류제품을 일컫던 말로, 최근에는 외국에서 수입한 중고의류나 국산 중고의류를 말한다’ 라고 정의되어 있다. Lee(2020)는 빈

티지 대중화 이전에 ‘구제’가 있었다고 하면서 구제는 한국전쟁 직후 구호물자에서 시작되어 이후 선진국에서 버린 옷들을 유통하는 것으로 이어지고 있다고 하였다. Kim(2013)은 구제의 사전적 의미는 옛적에 만든, 또는 그런 물건이라는 뜻인데, 상인들이 중고의류에 구제라는 이름을 붙여 판매한다고 하였다.

구제 의류의 시초는 한국전쟁 직후 구호물자였다. 저렴한 기성복이 없었으므로 군복이나 청바지 등을 구제시장에서 구매하여 입고 이후 유럽, 미국, 일본 등에서 버린 옷들을 수입하여 상인들이 도소매하는 시스템이었다(Lee, 2020). 이러한 구제 시장은 전국적으로 형성되어 서울에는 동묘버룩시장, 부산의 국제시장, 대구의 관문시장 등이 알려져 있다. 구제 의류의 출처에 대해 업계에서는 해외 수입 의류, 의류 수거함에서 나온 물건들, 폐의류 집하장의 물건들, 이월이나 폐업으로 인한 재고품들이 대부분이나(Han, 2023) 요즘에는 부도난 의류공장이나 폐업한 옷 가게 등에서 나온 새 옷들도 많다고 한다(Kim, 2011).

구제 의류 구매 고객을 보면, 과거에는 40~50대 중년 이후의 고객이 대부분이었지만 요즘은 10대부터 60대까지 연령과 관계없이 다양하다. 특히 빈티지 열풍이 불면서 10대와 20대들은 빈티지패션으로 자신만의 개성을 표현하기 위해 찾아오고(J. Kim, 2024) 특히 5, 6년 전부터는 20대 젊은 손님들뿐만 아니라 젊은 상인들도 늘고 있다고 Kim(2011)은 보고하였다. 최근 들어 구제 의류와 빈티지패션은 함께 자주 사용된다. 구제 의류는 ‘오래되고 낡은 의류’이며 빈티지패션은 ‘낡고 오래된 느낌이나 분위기를 내도록 옷을 차려입은 패션’으로 정의된다(Daum, 2024). 이러한 사전적 의미로 볼 때 구제 의류는 빈티지패션을 나타내기 위해 활용할 수 있는 유용한 아이템이므로 이 두 단어가 함께 자주 거론되는 것이다.

이와 같이 구제 의류에 대한 관심이 높고 시장의 고객층도 중장년층에서 젊은 층으로 확산되고 있지만, 학술적으로 구제 의류를 연구 대상으로 한 경우는 찾아보기 어렵다. 그러나 Cheon(2009)은 낡은 청바지, 워싱 작업한 청바지나 오래된 중고 느낌이 나는 패션의류 등을 구제패션이라고 부르기도 하며, 이때의 구제는 빈티지의 한 분야로 볼 수 있다고 하였고 이러한 견해들이 나오면서 Jeong and Kim(2018)은 동묘시장을 찾는 소비자 패션을 분석하여 과거 7080세대의 패션스타일이 2030 세대에 어떻게 나타나고 있는지 살펴보기도 하였다.

또한, Wang(2023)도 빈티지는 시대적 특징을 나타내며, 오래된 것이나 구제로 정의할 수 있다고 보고 빈티지 제품 구매 경험이 있는 소비자 인터뷰를 하여 빈티지 제품에 대한 인식 및 소비 상황을 알아보았다. 그 결과, 빈티지 제품 구매 경험이 있는 소비자들이 빈티지 제품에 대해 긍정적인 태도를 가지며, 소비자 관점에서 빈티지는 하나의 유행 스타일로 과거 시대의 특성을 갖고 희소성이 있어 소비자에게 보물찾기한 느낌을 주기 때문에 매우 매력적이라는 응답을 받았다고 하였다.

이러한 내용을 종합해 볼 때 구제 의류도 중고의류와 비슷한 의미로 사용되고 있지만 다른 의미가 강조된 채 사용되고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 구제 의류와 중고의류가 혼용되

는 상황에서 이 두 단어가 갖는 의미를 비교 분석하는 것은 미래 중고의류 시장의 전략 마련을 위해 꼭 필요한 일일 것이다.

3. 연구 방법

3.1. 데이터 수집

중고의류와 구제 의류 구매 관련 텍스트 기반의 비정형 데이터는 네이버의 블로그를 통해 수집하였으며, 수집 기간은 2022년 1월 1일부터 12월 31일까지 1년 동안이었으며 일 단위로 수집하였다. 중고의류 구매와 구제 의류 구매를 비교하기 위해 가능한 두 문서의 내용이 겹치지 않도록 한 상태에서 데이터를 수집하였다. 또한 최근의 중고 거래 관련해서 중고의류와 중고 명품에 대한 관심이 높아 중고의류와 중고명품 관련 게시글이 많으나 이 내용들이 서로 겹치거나 혼재되어 사용되는 경우가 많다. 그러나 중고의류와 중고명품을 함께 다루는 경우 중고명품의 비중이 상대적으로 높고, 중고의류와 중고명품 구매 시 가격대, 거래 규모, 시장 참여자의 특성등에서도 큰 차이가 있으므로 중고명품 관련 게시글도 제거한 상태에서 수집하기로 하였다. 따라서 먼저 중고의류 구매 관련 데이터는 ‘중고의류’가 정확하게 일치하고 ‘구매’를 포함하며 ‘중고명품’이 든 문서는 제외하도록 하였으며 같은 의미로 사용되는 ‘구제 의류’가 든 문서도 제외하도록 하였다. 구제 의류의 경우에는 ‘구제의류’가 정확하게 일치하고 ‘구매’를 포함하며 ‘중고명품’과 ‘중고의류’가 든 문서는 제외하도록 하여 데이터를 수집하였다. 데이터의 수집 및 분석은 Textom 프로그램을 이용하였다. 데이터 수집 단위는 체인(명사, 수사, 대명사)과 용언(형용사)을 분석 단위로 하였으며, 형태소 분석은 Espresso K를 사용하였다. 중복문서는 내용 기반해서 제거하였고, 전처리 과정을 통해 분석 시 불필요한 데이터를 삭제하고 데이터 형식을 통일하였다. 텍스트 데이터를 형태소 단위로 분류하여 단어를 추출하였다.

3.2. 데이터 분석

수집된 데이터를 기반으로 단어분석과 클러스터링 분석을 하였다. 단어분석에서는 단어빈도와 TF-IDF(Term Frequency-Inverse Document Frequency)를 측정하였다. 출현 빈도 분석은 그 단어가 문서 내에서 얼마나 자주 발생하는지를 나타내는 척도로 발생빈도를 파악하여 문서의 주제 또는 문서에 대한 태도나 감성을 추론할 수 있다. 또한 어떤 단어가 특정 문서에서 얼마나 중요한지를 알아보기 위해 단어의 빈도와 역문서 빈도를 사용하여 문서 내의 각 단어에 가중치를 부여한 TF-IDF도 구하여 데이터의 핵심어를 알아보았다(Yu & Baek, 2016). TF-IDF값이 높은 단어는 문서 내에서 핵심적인 메시지를 담고 있을 확률이 높고 TF-IDF값이 낮은 단어는 문서 내에서 흔히 사용되는 단어로 볼 수 있다

또한, 1년 동안의 네이버 블로그 게시 글을 통해 중고의류와 구제 의류 구매 관련 글들의 주제는 무엇이었는지 살펴보고, 이를 종합하여 이 두 키워드에 대한 소비자의 태도를 이해하기

위해 클러스터링 분석을 하였다. 클러스터링이란 네트워크 내 연결 관계를 기반으로 노드(단어)를 여러 개의 클러스터(커뮤니티)로 구분하는 기법으로 각 노드가 다른 노드들과 맺는 관계의 패턴을 계산하여, 유사한 관계 패턴을 갖는 노드들이 동일한 군집으로 분류된다(Textom, 2023). 클러스터링 분석을 위해 다양한 알고리즘이 사용되는데, 본 연구에서는 레이든(Leiden) 알고리즘을 사용하였다. 레이든 알고리즘은 루벤인 알고리즘의 성능을 개선한 것으로 노드를 작은 클러스터로 분할한 뒤, 이 클러스터를 다시 합쳐가며 전체 네트워크를 클러스터링하는 방식이다.

4. 연구 결과

4.1. 수집 데이터의 양적 분석

네이버 블로그를 통해 ‘구매’를 포함한 중고의류와 구제 의류를 수집 키워드로 하여 블로그 게시물을 검색한 결과, 구제 의류의 경우에는 총 451건이 수집되었고 중고의류의 경우에는 총 364건이 수집되었다. 그러나 수집된 데이터를 확인하는 과정에서 일부 게시글의 내용이 타인의 게시글을 표절한 부분들이 포함되어 있거나, 내용의 정확성, 사진과 글의 불일치 등이 있는 43건을 삭제하여 최종적으로 중고의류의 경우에는 총 321건을 데이터로 사용하였다. 중고의류에 비해 구제 의류에 대한 게시물 수가 더 많이 수집되었다. 그 이유는 두 가지로 설명할 수 있다.

첫째, 블로그는 개인들의 관심 또는 경험 등을 담게 되는데, 중고의류의 경우에는 중고 거래플랫폼을 이용한 거래가 많고, 개인 간 거래의 경우에도 모바일 폰을 이용해 쉽고 간단하여 단시간에 경험하는 일인데 반해, 구제 의류의 경우 구매매장 방문과 같이 시간과 노력이 요구되고 상대적으로 저렴한 가격과 무게에 따른 가격 책정 등 일반적인 구매와는 다른 구매 경험을 하여 훨씬 더 인상적이고 기록으로 남기고 싶은 경험으로 인식했기 때문이다.

둘째, 중고의류의 경우에는 개인의 거래 경험 또는 중고의류 관련 정보성 글 등 개인이 올린 글이 많았으나 구제 의류 경우에는 개인뿐만 아니라 업체 블로그에서 올린 글도 많기 때문이다.

본 연구에 대한 선행연구의 성격을 띠는 중고의류와 중고명품에 대한 소비자 인식 연구(H. Yoo, 2023)에서는 네이버 뉴스를 대상으로 조사를 하였는데, 구제 의류에 대한 데이터는 단 2건밖에 없어 중고의류에 포함하여 논의를 진행하였었다. 그러나 이번 블로그 게시물을 대상으로 조사한 결과, 구제 의류에 대한 게시물이 중고의류 게시물보다 많았다. 이를 통해 언론과 여론의 차이를 알 수 있었다. 즉, 뉴스의 경우 사회적으로 이슈인 내용들을 다루게 되는데, 2022년 한 해 동안 중고 거래플랫폼을 이용한 중고 거래가 활발하게 이루어졌고(Barnes & Mattsson, 2017; Seok & Cho, 2023), 이에 따라 중고의류에 대한 뉴스도 많이 다루어진 것으로 보인다. 그러나 이번에는 개

인이 작성하는 블로그 게시물이 대상이었으므로 개인이 더 많은 시간과 노력을 들이고 인상 깊게 느낀 경험을 더 많이 작성하여 구제 의류 게시글이 더 많이 나타난 것이다.

4.2. 단어분석을 통해 파악된 중심어

4.2.1. 출현 빈도로 확인한 중심어

문서 내에서 자주 사용되는 단어는 수집 키워드와 관련된 이슈의 중심어일 수 있으며 이를 통해 그 이슈의 흐름을 확인할

수 있어 수집된 단어들의 출현 빈도를 파악하였다. 그중 상위 30위까지의 결과는 Table 1과 같다.

수집 키워드를 통해 얻은 결과에는 공통으로 수집된 단어들 이 있었고, 이와 달리 그 키워드를 통해서만 수집된 단어들도 있었다. 공통으로 수집된 단어에는 색을 넣어 표시하였다. 먼저 공통으로 수집된 단어들을 보면, ‘의류’, ‘구매’, ‘판매’, ‘매장’, ‘제품’, ‘브랜드’ 등으로 중고의류와 구제 의류 구매 시 일반적으로 사용하는 용어들이었다.

Table 1. Frequency and TF-IDF of words related to ‘secondhand clothing’ and ‘thrift clothing’ including ‘purchase’ (Top 30)

Rank	Frequency						TF-IDF						
	Secondhand clothing			Thrift clothing			Secondhand clothing			Thrift clothing			
	Word	F*	%	Word	F*	%	Rank	Word	TF-IDF	FR**	Word	TF-IDF	FR**
1	Cothing	366	8.02	Thrift clothing	302	5.93	1	Secondhand clothing	126.53	3	Clothing	159.15	3
2	Purchase	291	6.38	Purchase	283	5.56	2	Clothing	124.90	1	Vintage	141.82	4
3	Secondhand clothing	112	2.45	Clothing	144	2.83	3	Sale	93.27	4	Store	115.50	6
4	Sale	45	0.99	Vintage	111	2.18	4	Market	85.48	6	Vintage store	114.44	5
5	Store	39	0.85	Vintage store	77	1.51	5	Store	84.13	5	Vintageone	106.74	9
6	Market	38	0.83	Store	66	1.30	6	Products	80.92	7	Thrift	105.40	7
7	Products	37	0.81	Thrift	57	1.12	7	Good	75.19	8	Vintage clothing	98.33	8
8	Good	31	0.68	Vintage clothing	49	0.96	8	Many	70.15	10	Daejeon	97.16	15
9	Fashion	29	0.64	Vintageone	48	0.94	9	Platform	70.00	12	Thrift store	92.15	11
10	Many	28	0.61	Many	47	0.92	10	Fashion	69.24	9	Many	89.94	10
11	Transaction	28	0.61	Thrift store	42	0.82	11	Japan	69.00	19	Warehouse	86.88	13
12	Platform	27	0.59	Good	39	0.77	12	Method	68.80	13	Good	84.43	12
13	Method	27	0.59	Warehouse	38	0.75	13	Transaction	67.91	11	Price	82.27	14
14	Consumer	24	0.53	Price	38	0.75	14	Consumer	63.34	14	Shopping mall	81.51	17
15	Goods	23	0.50	Daejeon	35	0.69	15	Brand	63.00	16	Sale	78.85	16
16	Brand	23	0.50	Sale	34	0.67	16	Purchase proxy	62.43	24	Vintageholic	72.57	23
17	Earth	23	0.50	Shoppingmall	31	0.61	17	Earth	60.70	17	Variety	71.18	18
18	Same	21	0.46	Variety	28	0.55	18	Goods	59.63	15	Visit	67.54	19
19	Japan	21	0.46	Visit	27	0.53	19	Same	56.44	18	Brand	66.89	20
20	Consumption	21	0.46	Brand	25	0.49	20	Consumption	56.44	20	Viewing	65.73	21
21	Secondhand transaction	21	0.46	Viewing	25	0.49	21	Secondhand transaction	56.44	21	Vintage shopping mall	64.22	22
22	Price	20	0.44	Vintage shoppingmall	24	0.47	22	Price	53.76	22	Same	62.04	23
23	Environment	19	0.42	Same	24	0.47	23	Environment	53.07	23	Discount	61.90	26
24	Purchase proxy	19	0.42	Vintageholic	23	0.45	24	Japandasaza	50.59	34	Purchase	60.84	2
25	America	17	0.37	Recommend	22	0.43	25	America	50.58	25	Recommend	57.84	25
26	Vintage	15	0.33	Discount	21	0.41	26	Vintage	49.29	26	Products	57.74	28
27	Sustainability	15	0.33	Goods	20	0.39	27	Possible	46.78	28	Sujine	56.62	33
28	Possible	15	0.33	Products	20	0.39	28	Purchase	46.01	2	Goods	56.60	27
29	Big	14	0.31	Shopping	18	0.35	29	Flea market	46.00	33	Weight	55.46	30
30	Use	14	0.31	Weight	18	0.35	30	Resale	44.78	31	Shopping	54.22	29

*: Frequency **: Frequency ranking

이에 반해 각 수집 키워드에 따라 다른 단어들도 수집되었는데, 중고의류 구매의 경우에는 ‘중고의류’를 비롯하여 ‘시장’, ‘패션’, ‘거래’, ‘플랫폼’, ‘방법’, ‘소비자’, ‘지구’, ‘일본’, ‘소비’, ‘중고 거래’, ‘환경’, ‘구매대행’, ‘미국’ 등이 있었다. 구제 의류 구매의 경우에는 ‘구제 의류’를 비롯하여, ‘빈티지 매장’, ‘구제’, ‘빈티지 의류’, ‘빈티지원’, ‘구제매장’, ‘창고’, ‘쇼핑몰’, ‘방문’, ‘구경’, ‘빈티지 쇼핑몰’, ‘빈티지홀릭’, ‘추천’, ‘할인’, ‘무게’ 등이 수집되었다.

이러한 결과로 볼 때 중고의류 구매의 경우에는 ‘미국’, ‘일본’ 등이 출현 빈도가 높은 단어로 나타나 중고의류 구매가 한국뿐만 아니라 해외에서도 활발히 일어나고 있음을 나타내었으며, ‘플랫폼’을 통한 중고 거래가 많이 일어나고 ‘지구’, ‘환경’ 등이 주요 출현 단어로 나타나 지구와 환경을 고려하는 관점에서 중고의류 구매를 바라보고 있는 것을 알 수 있었다.

또한 ‘거래’와 ‘중고 거래’가 상위에 올라와 있어 중고의류 구매는 소비자 간의 거래 중 한 방법으로 인식하고 있는 것을 알 수 있었다. Lee(2022)의 플랫폼 중고 거래 경험자를 대상으로 한 연구에서도 59.7%가 구매와 판매 경험이 모두 있다고 응답하였고, C2C 중고거래 경험의 의미를 탐색한 연구(Park & Cheon, 2020)에서도 중고 거래 경험은 구매자와 판매자 역할을 수행하는 시간이라고 하였다. 그러므로 본 연구에서도 중고의류 구매와 관련해서는 온라인 플랫폼을 통한 판매와 구매가 일어나 ‘거래’와 ‘중고 거래’의 출현 빈도가 높게 나타난 것이다.

이에 반해 구제 의류는 ‘빈티지 매장’, ‘빈티지 의류’ 등 패션트렌드 ‘빈티지’와 관련이 깊은 아이템으로 인지하고 있었으며, ‘창고’, ‘방문’, ‘구경’, ‘추천’ 등이 상위로 수집된 것으로 보아 소비자들은 구제매장에 구매뿐만 아니라 ‘구경’을 하기 위해서도 방문하는 것으로 보이며, 매장을 ‘추천’하는 것으로 보아 구제 의류 구매 시 만족도가 높은 것을 알 수 있었다.

이런 결과를 통해 볼 때 의류 구매 시 일반적으로 사용되는 용어들을 제외하면 중고의류와 구제 의류 구매에 의해 수집된 단어들도 달라 이 두 수집 키워드에 대해 소비자들은 다른 태도를 갖고 있음을 확인할 수 있었다.

4.2.2. TF-IDF를 통해 알아본 중심어

수집된 단어가 문서 내에서 얼마나 중요한지를 평가하기 위해 TF-IDF를 알아보았으며, 그 결과는 Table 1과 같다. 그 결과 단어들은 출현 빈도에서 나타난 결과와 비슷한 순위를 나타내었다. 그러나 몇몇 단어는 빈도 순위와 큰 차이를 나타내어 7위 이상의 차이가 있는 단어들은 색으로 표시하였다. 그 중에서도 ‘구매’의 경우에는 중고의류와 구제 의류에서는 빈도 순위 2위를 차지하였으나 TF-IDF에서는 중고의류의 경우 28위, 구제 의류에서는 24위를 나타내어 자주 사용되는 하나 핵심적인 메시지는 담고 있지 않음을 나타내었다. 그러나 빈도 순위와 비교 TF-IDF 순위가 높은 것도 있었는데, 중고의류의 경우 ‘일본’(11위, 빈도 순위는 19위), ‘구매대행’(16위, 빈도 순위는 24위), ‘재팬다사자’(24위, 빈도 순위 34위)는 빈도 순위

비해 TF-IDF 순위가 높았다. 구제 의류에서는 ‘대전’(8위, 빈도 순위 15위), ‘빈티지홀릭’(16위, 빈도 순위 23위)의 순위가 빈도 순위와 비교 높았다. ‘재팬다사자’는 일본 구매/경매 대행사이고, ‘빈티지홀릭’은 온라인뿐만 아니라 오프라인 매장도 운영하는 구제 의류 쇼핑몰이다. 이러한 결과로 볼 때, 이 업체들을 통해 중고 거래가 활발하게 일어나는 것을 알 수 있었다.

또한, TF-IDF 순위를 보면 중고의류 구매에서는 ‘판매’가 3위, 구제 의류구매에서는 15위에 나타나, 중고의류 구매에서는 판매가 중요한 단어로 나타났으며 ‘거래’도 13위를 나타내고 있지만, 구제 의류에서 ‘거래’는 30위 내에 포함되지 않았다. 이로써 중고의류 구매는 구제 의류구매와 달리 ‘구매’와 ‘판매’에 모두 관심이 있고 이를 ‘거래’의 관점에서 보고 있는 것을 다시 한번 확인할 수 있었다.

4.3. 클러스터링을 통한 게시글의 주제

블로그 게시글이 어떤 내용을 다루었는지 주제별로 알아보기 위해 TF-IDF 상위 100개의 단어를 사용하여 클러스터링을 하였다. 먼저 중고의류 구매의 경우에는 클러스터링 결과 5개의 그룹으로 나누어졌다(Table 2). 첫 번째 그룹에는, ‘의류’, ‘패션’, ‘지구’, ‘소비’, ‘환경’ 등 총 30개의 단어가 함께 묶였다. 관련 글은 아래와 같다.

- 주말 유튜브로 다뤄 한 편을 보게 되었어요. 옷을 위한 지구는 없다'입니다. 점점 심각해지는 환경문제를 인식하고 있지만 더 큰 경각심을 느끼게 해 준 다뤘어요.---가나의 수도 아크라에 위치한 중고의류 국제시장 --- 패스트패션의 문제점을 언급할 때 빠지지 않는 곳 중의 하나가 되었다. --- 이 다뤄를 보고 난 뒤에는 우리가 하는 소비 습관이 조금이라도 바뀌지 않을까 생각해봐요.
- 패스트 패션과 버려지는 옷을 지양하고 옷의 순환을 통해 환경까지 생각하고자 하는 플랫폼인 셉입니다. --- 청결함을 강조한 중고 옷을 비대면 수거 서비스를 통해 수거하고, 컨디셔닝 과정을 거칩니다. --- 지속 가능한 소비를 위해 생산부터 유통까지 품질을 고려한 큐레이션을 바탕으로 소비자들에게 새로운 경험, 어디에서도 경험해보지 못한 다양한 패션 아이템을 소개할 예정입니다.
- 의류는 다시 의류로 재활용되는 비율이 거의 없다 할 정도로 낮기 때문에 자원 순환의 고리가 끊겨 있다. 그래서 현 시스템에서는 의류 제로웨이스트를 달성하려면, 중고 의류를 적극적으로 구매하는 문화가 필수적! --- 가장 지속가능한 옷은 이미 옷장에 있는 옷입니다.

위에서 본 바와 같이 첫 번째 그룹에 속한 단어들은 패스트 패션으로 인한 의류 소비량 증가는 지구 환경에 악영향을 미치며, 남은 의류는 아프리카로 보내지는데, 처리량 한계로 대부분 버려져 심각한 환경오염을 일으키고 있다는 글과 함께 지속 가능한 소비를 실천하기 위한 개인과 기업의 노력에 대한 글들이 게재되었다. Kim(2022)은 MZ세대에 의해 중고 시장 인기가

Table 2. Clustering analysis of data related to secondhand clothing purchases

Group	Word(frequency)	Group name
1	Clothing, fashion, Earth, consumption, environment, Africa, collection, production, Ghana, Danggeun market, easy, practice, recycling, small, wardrobe, fast fashion, survey, sustainable, trend, Korea, eco-friendly, hanger, world, generation, zero-waste, pop-up store, Europe, value, amount of exports (30)	Impact of clothing consumption on the global environment and the importance of sustainable consumption
2	Store, market, brand, consumer, goods, overseas, secondhand transaction, America, online, resale, app, OLOrelay, Naver, Netherlands, transaction, secondhand goods, platform, item, service, stock, good, many, articles, Kolon, variety, patron(26)	Global trend of online secondhand clothing transactions
3	Child, secondhand, children's clothing, Sweethanger, same, recommendation, shopping, website, new, viewing, price, Market In U, laundry, big, platform specializing in children's clothing, vintage, buyer, large, possible, vintage shop (20)	Satisfied reviews of secondhand clothing purchases
4	Method, flea market, notice, purchase, women's clothing, shirt, check, item, big size, Daejeon, donation, shoes, furniture, Auction, junggojangter(15)	Purchasing secondhand clothing through flea markets
5	Secondhand clothing, user review, Japan, purchase proxy, Japandasaza, delivery, Mercari, condition, products (9)	Reviews of Japanese secondhand clothing purchase/auction proxy services

올라가고 있으며, 특히 이들은 환경오염과 자원 낭비에 대해 의식이 있어 중고품을 선호한다고 하였다. Samantha et al.(2022)는 지난 15년간 의류생산은 2배 증가했고 옷을 소비하는 시간은 약 40% 줄었다고 하면서 인간과 환경을 생각하는 새로운 패션을 소비하자는 아이디어로 ‘웰빙 의류’ 운동을 제안했다. 이러한 웰빙 의류 운동을 하기 위해 개인이 할 수 있는 일은 중고의류를 사거나 대여 서비스를 이용하는 것이라고 하였다.

따라서 이 그룹의 이름은 ‘의류 소비가 지구 환경에 미치는 영향과 지속 가능 소비의 중요성’이라고 하였다.

이 그룹의 내용을 통해서 소비자들은 중고의류 구매를 친환경적인 소비 행동으로 보고 있는 것을 알 수 있었다. 이러한 내용으로 볼 때 중고의류 구매 시 소비자들은 중고의류의 환경적 가치를 인식하고 있는 것을 알 수 있으며 이는 아래와 같은 게시글을 통해서도 확인할 수 있었다.

- 가치소비의 자신이 지향하는 가치나 만족도를 기반으로 제품을 구매하는 구매방식이다. --- 가치소비에 가장 적극적인 세대는 MZ 세대이다. MZ세대를 중심으로 환경오염과 자원 낭비를 지양하는 친환경 소비 트렌드가 확산되면서 중고 거래가 활발히 일어나고 있다---환경보호가 가치소비의 결정적 화두로 부상하고 있음을 의미합니다. 이처럼 소비자들의 환경에 대한 관심은 구매로 연결되는 매우 중요한 지점입니다
- 의복은 우리 사회의 필수적인 부분입니다. ---그러나 의복은 또한 환경에 상당한 도전을 제기합니다. ---궁극적으로 의류 선택이 환경에 미치는 영향을 줄이는 방법을 이해하는 것은 우리에게 달려 있습니다.

두 번째 그룹의 경우에는 ‘매장’, ‘시장’, ‘브랜드’, ‘소비자’, ‘상품’, ‘중고 거래’를 비롯해 총 26개의 단어가 함께 묶였다. 이 그룹에는 ‘미국’, ‘네델란드’, ‘해외’ 등이 함께 속했고 ‘온라인’, ‘오엘오 릴레이’, ‘앱’, ‘네이버’ 등도 함께 묶였다. 이와 관련된 게시글은 아래와 같다.

- ‘오엘오 릴레이 마켓’은 코오롱FnC가 자사 브랜드 제품을 중고 거래할 수 있도록 만든 사이트로 국내 패션기업으로 첫 시도다. --- 코오롱스포츠 중고 상품을 대상으로 --- 철저한 검수 및 복원 과정을 거친 후 7월부터 ‘오엘오 릴레이 마켓’ 사이트를 통해 양질의 중고 상품을 합리적인 가격에 재판매한다.---또한 자사 브랜드의 중고 제품을 구매할 수 있도록 상시 서비스를 제공한다.
- 빈티드(Vinted), 중고의류 관련해서 유럽에서 아주 활발히 이용되고 있는 앱이다. --- 한국 인터넷 쇼핑물이나 한국에서만 주로 입는 스파 브랜드 이런 것들은 사람들이 클릭조차 하지 않아서 조회수가 처참하다.
- 빈티지나 중고의류를 높은 가격으로 재판매하려는 사람들이 지역 중고품 매장으로 몰려들고 있고 온라인 중고 거래 플랫폼을 이용한 거래도 많이 발생하고 있습니다.

이 그룹에는 중고의류 거래가 인기를 끌어 국내 패션기업에서 자사 브랜드 제품을 중고 거래할 수 있도록 사이트를 개설했다는 게시글과 함께 유럽, 미국 등 해외에서 중고의류 플랫폼을 통한 온라인 중고 거래가 활발하게 일어나고 있다는 게시글이 속해 있었다. Yoon(2020)도 과거에는 전문 판매자가 중고 의류 제품을 매입해 재판매하거나 위탁을 맡기는 경우가 많았지만, 최근에는 중고 거래 앱을 통한 개인 간 거래가 활성화되고 있다고 하였다. 따라서 이 그룹의 이름은 ‘온라인 중고의류 거래의 세계적 유행’이라고 하였다.

세 번째 그룹은 ‘아이’, ‘중고’, ‘아동복’, 아동복 전문 플랫폼인 ‘스윗 행거’와 함께 ‘추천’, ‘쇼핑’, ‘구경’, ‘가격’, ‘마켓 인유’ 등 총 20개의 단어가 묶였다. 이와 관련된 게시글은 아래와 같다.

- 저렴한 가격에 컨디션 좋은 상품도 사고, 그 옷을 입고 좋아하는 딸을 보니 엄마도 기분이 좋아서 1석 2조예요.--- 이번 가을 옷은 스윗행거를 통해 많이 구매하게 될 것 같아요. 그 정도로 만족도가 높았어요.

- 뭐가 이리 기분이 좋은 거냐구요? 왜냐면...ㅎㅎㅎㅎ 엄마가 새옷을 사줬거든요~--- 아동복 전문 위탁 판매하는 스윗행거라는 곳에서 구매해 온 거랍니다. 미리 가격부터 말씀드리면 깜놀하실거예요~ 진짜 놀랍지 않은가요? --- 옷의 퀄리티가 진짜 장난 아니예요~ 새 옷이라 말해도 될 만큼 퀄리티가 짱장합니다. --- 쇼핑 완전 성공적입니다~
- 성수동이라는 특성상 젊은 세대들이 많이 찾는 편이고 주말이면 가족 단위 방문객들이 많다고 한다. 이용객 재방문율이 30%가 넘는다 하니 마켓인유의 품질이 얼마나 괜찮은지 가늠할 수 있다. 고른 품질과 저렴한 가격, 고객들의 재방문으로 이어진다.

이 그룹에는 중고 아동복과 중고의류 판매점에서 중고의류 구매 시 저렴한 가격과 우수한 품질 때문에 구매가 만족스러웠다는 구매 후기들이 함께 묶였다. 이를 통해 소비자들은 중고의류 구매 시 경제적 가치와 기능적 가치 등을 인식하고 있는 것을 알 수 있었다. Kim(2019)도 20대 소비자에게 중고의류의 기능적 가치는 지속 사용 의도에 영향을 미친다고 하였다. 이러한 내용을 바탕으로 이 그룹의 이름은 '만족스러운 중고의류 구매 후기'라고 명명하였다.

네 번째 그룹은 '방법', '벼룩시장', '공지 사항', '기부' 등 총 15개가 묶였다. 이 그룹의 단어와 관련된 게시글은 다음과 같다.

- 행사명 : 가정의 달 인제 프리마켓.....
중고 장터(벼룩시장)은 팀으로 구성하여 중고 물품 판매.....
네이버 카페 "인제군 엄마들" 공지 사항 참조
- 제품 계절 상관없이 모두 다 8천원씩 입니다. 구매 방법은 공지 사항 확인 바랍니다. --- 빅사이즈, 여성의류, 중고의류, 대전, 프리마켓, 싸게 가져 가세요
- 여수시는 코로나 19로 지난 2년간 열지 못했던 여수 벼룩시장을 올해는 6월과 9월~11월 매월 첫 번째 토요일에 거북선 공원에서 개최한다고 밝혔다. 여수 시민 누구나 중고의류와 도서, 장난감, 잡화, 가전 제품등을 자유롭게 판매하고 구매할 수 있다.

이 그룹에 속한 게시글들은 벼룩시장을 통한 중고의류 구매와 관련된 내용들로 구성되어 있어 '벼룩시장을 통한 중고의류 구매'라고 명명하였다.

다섯 번째 그룹은 '중고의류', '이용 후기', '일본', '구매대행', '재팬다사자', '배송', '메루카리' 등 총 9개의 단어가 묶였다. 이와 관련된 게시글은 아래와 같다.

- 저는 일본에서 중고 옷들을 직구해서 입을 때는 주로 가격이 저렴한 것들을 구매하는 편이라 항상 여러 가지 옷들을 묶어서 합 배송 받았었는데 이번에는 가격이 꽤 나가는 옷을 구매해서 하나만으로 배송을 받았어요!
- 지금껏 주문한 제품 중 특히 더 기다렸기 때문에 설레는 마음으로 포장을 뜯었습니다. 생각보다 상태가 좀 더 안 좋

아서 좀 그랬지만 그래도 포장 상태나 제품 배송에선 문제가 없었기에 만족합니다~다음 배송 건도 기다리고 있습니다 ㅎㅎ

- 옷을 좋아하는 사람들은 중고 의류 구매에 거리낌이 없고 오히려 좋아하기도 하는데요, --- 저 역시도 틈틈이 오프라인 매장에서 중고의류를 구매하곤 하는데 온라인에도 괜찮은 세컨핸드샵(Second-hands Shop)들이 보이더군요. --- 사이즈만 맞는다면 최근 인기 많은 일본 브랜드들을 저렴하게 득템할 수 있는 온라인 세컨핸드 샵 3곳을 소개해 드립니다.

이 그룹에는 일본 경매 대행업체인 '재팬다사자', 일본 온라인 중고 거래 사이트 '메루카리'와 함께 '중고의류', '구매대행' 등이 함께 묶여 '일본 중고의류 구매/경매 대행의 이용 후기'라고 명명하였다.

클러스터링 결과를 종합해 볼 때, 중고의류 구매와 관련되어 소비자들은 패션 의류 소비가 지구 환경에 미치는 영향을 고려하여 중고의류를 구매하는 것을 알 수 있었으며 온라인을 통한 중고 거래는 세계적인 현상으로 인식하고 있고 중고의류 구매에 대해 만족하는 것을 알 수 있었다. 또한 중고의류 구매 방식은 벼룩시장을 통하기도 하고 일본 등 해외 중고의류 구매는 경매 또는 구매대행의 방법을 사용하는 등 적극적으로 중고의류 거래를 하는 것으로 나타났다.

구제 의류의 경우에도 클러스터링 결과 5개의 그룹으로 나누어졌다(Table 3). 첫 번째 그룹의 경우, '의류', '빈티지원', '따다', '창고', '대전', '방문', '구경' 등 총 31개의 단어가 함께 묶였다. 관련 게시글은 아래와 같다.

- 대전 빈티지 샵 빈티지원에서 일본 직수입 구제 의류 득템하고 왔어요.---본격적으로 소개해 드리도록 할게요~. 주소 : 대전 중구 중촌동 138-5- 정리가 잘되어 있어서 쇼핑하기가 편리해서 좋았습니다. ㅎㅎ --- 평소에 빈티지 의류에 관심이 많으셨던 분이라면 한 번쯤은 꼭 가보실 것을 추천해 드리고 싶어요
- 이번에 리뷰할 곳은 200평대 대형 창고 구제샵, 청주 '빈티지킹'이다. ---이번에는 저녁 시간에 방문했다. ---나는 사고 싶었던 옷이 정해져 있어서 그냥 구경할 겸 바구니 없이 들어갔다. ---종류별로 옷들이 모여있기 때문에 사고 싶은 옷 종류 쪽으로 가서 보면 된다. 이 날은 아쉽게도 아무것도 사지 않았지만, 지금까지 4-5 번 정도 방문하면서 2-3 번 정도 구매했던 것 같다.
- 한쪽에는 신발 진열장이 있었어요. 한눈에 신발이 다 보여서 구경하기 너무 좋더라고요~ ---그리고 반대편에는 사이즈 별로, 계절별로 의류가 진열되어 있어서 보기 너무 편리했어요! 구매하고 싶은 옷이 보이지 않을 경우엔 사장님께 말씀드리면 친절하게 알려주시더라고요 ㅎㅎ

위에서 보는 것처럼 첫 번째 그룹의 경우에는 창고형 구제 매장 방문 후기에 관련된 글들이 주로 묶였다. '빈티지원', '빈

Table 3. Clustering analysis of data related to thrift clothing purchases

Group	Word(Frequency)	Group name
1	Clothing, Vintageone, many, warehouse, Daejeon, visit, viewing, Jungchon-dong, market situation, Vintageking, market, thrift clothing store, Vivatradng, large scale, shopping, Busan, fun, time, item, Namyangju, difficult. size, miscellaneous goods, store, reference, thrift, Japan, Cheongju, kind, domestic, boss (31)	Review of a visit to a warehouse-style thrift store
2	Vintage clothing, vintage shoppingmall, Vintageholic, recommend, thrift shopping mall, vintage fashion, vintage store, pretty. shopping mall, Daegu, Polo, Vinclo, environment, knit, shirt, Sujine, great find, T-shirt, online, luxury thrift (20)	Thrift shopping malls dealing with vintage clothing
3	Sale, variety, Korea, cap, introduction, luxury, bag, Seoul, shoes, location, brand, sport, weight, same. product, accessories, Kwangjang market, vintage store, Jeju, easy (20)	Promotion of various items and brands sold in stores
4	Vintage, good, price, discount, goods, event, mehtod, luxury feel, luxury style, quality, luxury coordination, high quality luxury thrift, one piece, link, Hansum, Jepyong, review, Vintageandnew (18)	High-quality luxury thrift with a vintage feel
5	Amount of money, fashion, purchase, thrift warehouse, thrift clothing, Gyeongsan, Namcheon, address, clothing store, clearance sale, Vintageadaon (11)	Promotion and introduction of a thrift clothing company's store

티지킹’, ‘비바무역’ 모두 창고형 빈티지 매장을 운영하는 업체였고 이러한 업체를 방문하고 방문기를 작성한 글들이 첫 번째 그룹에 묶였다. 따라서 이 그룹의 이름을 ‘창고형 구제매장 방문기’라고 하였다.

위 내용을 보면 소비자들은 구제 의류 매장에서 구매 경험과 동시에 구경하고 왔다고 하면서 매장 방문을 추천하고 있다. 소비자들은 구제 의류구매 시 매장 방문을 통해 구매뿐만 아니라 재미를 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 구제 의류구매는 일종의 놀이이자 재미로 표현되고 있었다. 물론 가성비가 좋다는 표현이 많았으나 무엇보다 구제 의류 매장 방문은 ‘의류구매’보다 ‘구경’, ‘재미’에 초점을 둔 글이 많았다. 다음과 같은 게시글은 이러한 특성이 잘 반영되어 있다.

- 빈티지원은 대전점, 화성점, 부산점 총 3개로 일본 빈티지 샵에서 직수입으로 들여온 물건을 저렴한 가격에 Kg으로 판매하는 구제 의류샵이다. --- 진짜 옷 산이 있었다 ㅋㅋ --- kg 단위로 판매하니 엄청 저렴한 ---근처 지나갈 일 있으면 이따금씩 방문해봐야겠다.
- 약간 빈티지 컨셉이나, 친구들과 구제 의류로 코디하고 싶으면 요기서 다들 골라서 맞추면 재밌을거 같지 않아여..? 저희 처럼 화성 데이트 장소로도 좋을 거 같고, 친구들과 와도 웃길 거 같아요 ㅋㅋ

의류를 구매하지만 구매에 초점을 맞추기보다 ‘무게’에 따른 가격, 의복으로 만들어진 ‘산’에서 의류를 고르는 재미 등 지금까지와는 다른 구매 과정을 ‘재미있고 새로운 경험’으로 인식하는 글이 많았다. 즉, 구제 의류구매에서는 ‘감정적 가치’를 많이 경험하고 있는 것을 알 수 있었다. Choi et al.(2021)도 중고의류의 정서적 가치는 구매 의도에 영향을 미친다고 하였다.

두 번째 그룹은 ‘빈티지 의류’, ‘빈티지 쇼핑몰’, ‘빈티지홀릭’, ‘추천’ 등 총 20개의 단어가 속했으며, 이와 관련된 게시글은 다음과 같다.

- 불필요하게 소비되는 옷들이 환경에 미치는 영향과 관련된 다큐멘터리를 본 후에는 옷을 구매할 때도 더욱 신중하고 자 한답니다. ---또 하나 할 수 있는 적극적인 노력 중 하나가 바로 구제 빈티지 쇼핑몰을 이용하는 것이예요. 온라인 샵을 찾아보다가 만나게 된 빈티지홀릭! 빈티지홀릭은 판매 수익의 1프로를 환경운동에 기부한다고 해요.
- 간단만에 찾아온 빈클로입니다. 오늘은 많은 사랑을 받고있는 폴로 랄프로렌 셔츠를 가져와 봤습니다 ㅎㅎ
- 수지네 빈티지 쇼핑몰에서 구매한 남편님 구제 등산 티셔츠와 구제 골프티가 왔습니다. --- 요즘 명품구제들 만나보시는 분들 많은데 수지네 추천합니다. 가성비 좋으면서 퀄리티 좋은!!! 아무래도 퀄리티가 좋아도 이렇게 좋을 수가 없거든요!! 깔끔한 골프티를 득템한 것 같아서뽀--

이 그룹에 속한 단어들과 위에 제시된 게시글들을 보면 ‘빈티지 의류’, ‘빈티지 쇼핑몰’이 상대적으로 많이 언급되었고 구제매장과 쇼핑몰을 운영하는 ‘빈티지홀릭’과 빈티지 쇼핑몰인 ‘빈클로’와 ‘수지네’가 이 그룹에 속해 있었다. ‘빈티지홀릭’과 ‘수지네’의 경우 구매자에 의한 소개 글이 많았고 ‘빈클로’는 업체에서 판매 목적의 글과 사진으로 이루어진 글이 대다수였다. 따라서 이 그룹의 이름은 ‘빈티지 스타일을 표방하는 구제 의류 쇼핑몰’이라고 명명하였다.

세 번째 그룹에는 ‘판매’, ‘다양’, ‘한국’, ‘모자’, ‘소개’를 포함한 총 20개의 단어가 묶였다. 이 단어들과 관련된 게시글은 아래와 같다.

- 몇 달째 성업 중인 이 가게를 소개해 드릴게요.--- 일본 구제 상품을 보파리로 가져오셔서 풀어서 내놓으시는데 ---각종 가방들과 모자 등도 있습니다. 몽땅 4900원 이예요
- 익선동 놀거리 중 하나인 명품 구제샵 --- 주소 : 서울 종로구 둔화문로.
광장시장에서 뒤지던 구제 옷 더미와는 다른 게 깔끔하고 세련된 매장 인테리어

- 향수나 악세사리 류는 빈티지가 아닌 것도 있습니다.
- 브랜드 의류 품목 구분 없이 만 원에 판매합니다. --- 이외에도 다양한 브랜드의 신상 제품들이 매주 입고 되니 제품들 구경하시고 좋은 브랜드 의류 저렴히 구매해 가세요

관련 게시글에서 알 수 있듯이 이 그룹에 있는 글들은 매장에 의류 이외에도 신발, 가방 등 다양한 제품들이 있으며 한국뿐만 아니라 일본 구제 의류도 많고 브랜드도 다양하다는 것을 홍보하는 글들이 함께 묶였다. 따라서 이 그룹의 이름은 ‘매장에서 판매되는 다양한 물품과 브랜드 홍보’라고 명명하였다.

네 번째 그룹에는 ‘빈티지’, ‘좋다’, ‘가격’, ‘할인’ 등 18개의 단어가 함께 묶였고 ‘명품 느낌’, ‘명품 스타일’, ‘퀄리티’, ‘명품 코드’ 등이 들어있었다. 관련 게시글은 아래와 같다.

- 빈티지 쇼핑몰에서 구매했다고 아무도 모를듯해요~ 아무래도 퀄리티가 좋아도 이렇게 좋을 수가 없거든요!!
- 휴가 룩, 바캉스 룩, 피서 룩이지 않을까요?? 그런 여러분들을 위해 빈티지엔뉴에서 통 크게 20% 할인 이벤트 준비했습니다. 계절에 맞는 옷과 좋은 퀄리티까지!
- 여긴 여성스러우면서도 유니크한 명품 스타일의 옷이 많았어요!

이 내용에서 보는 바와 같이 블로그 작성자들은 구제 의류 중에서도 퀄리티가 좋은 옷을 고퀴리티 구제라 하고 명품 느낌 또는 명품 스타일의 구제도 볼 수 있다고 하였다. 또한, 퀄리티에 비해 싼 가격으로 구입할 수 있어 만족하며 이러한 의류를 빈티지라고 하는 패션 감성으로 이해하고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 이 그룹은 ‘빈티지 감성의 고퀴리티 명품구제’라고 명명하였다.

다섯 번째 그룹은 ‘금액’, ‘패션’, ‘구매’를 포함 총 11개의 단어가 묶였다. 이 그룹에는 ‘경산’, ‘남천’, ‘주소’와 같은 특정 지역을 의미하는 단어가 포함되어 있고, ‘구제 창고’, ‘의류 매장’, ‘땡처리’ 등 구제 의류를 취급하는 매장 관련 단어들이 함께 들어있었다. 이와 관련된 게시글은 아래와 같다.

- 빈티지다운 / 경산 / 남천 / 구제 창고 / 경산 옷 맛집 바로 가기 사이트 주소 --- 합리적인 금액으로 좋은 상품 구입해 보세요 --- 오프라인 구제 창고도 운영 중이니, 많은 방문 부탁드립니다.
- 안녕하세요. 고모리 카페 거리에 위치한 국내 구제 & 수입 빈티지 전문 구제 옷 가게. 고모리 구제 창고입니다. 이번에는 딱바지 겨울옷들하고 슬슬 봄을 맞이하는 봄옷들이 입고되고 있습니다.
- 전국 최대의 땡처리 옷과 구제 의류 판매 및 도소매 전문 업체인 토탈 패션과 함께 효과적인 땡처리 의류 매입이나 구제 의류를 구입하거나 판매를 해 보시기 바랍니다

이 그룹에 속해 있는 단어들은 구제 의류를 판매하는 업체 블로그 게시글들이 주로 묶여 있었다. 매장 내 새로 입점한 구

제 의류의 사진을 올려놓고 홍보하는 게시글들이 주를 이루고 있었다. 따라서 이 그룹의 이름은 ‘구제 의류 업체의 매장 홍보 및 소개’라고 하였다.

구제 의류구매와 관련된 글들의 클러스터링 결과를 종합해 보면, 구제 의류 매장이거나 구제쇼핑몰에 대한 글이 대부분이었고, 소비자뿐만 아니라 업체에서 직접 작성해 올린 글들도 있었다. 즉 소비자가 매장 방문을 하여 방문 경험에 중점을 둔 글, 매장 내 물품의 특성에 초점을 맞춘 글이 있었고, 구제 의류 업체에서 매장 홍보 및 소개를 위해 작성한 글이 있었다.

5. 결 론

중고 거래에 대한 높은 관심과 중고의류 산업의 성장이 예측되므로 미래 중고의류 산업 발전을 위한 전략 마련을 위해 중고의류에 대한 소비자 태도를 파악해야 한다. 그러나 ‘중고의류’뿐만 아니라 비슷한 의미를 가진 ‘구제 의류’가 시장에 혼재된 채 사용되고 있어 두 키워드에 대한 소비자 태도를 비교, 파악하는 것이 필요한데, 특히 중고의류 산업의 발전 전략을 모색하기 위해서는 구매에 초점을 맞추는 것이 필요하여, 중고의류와 구제 의류 구매를 수집 키워드로 하여 블로그 게시글을 수집하여 단어분석과 클러스터링 분석을 하였다. 결과는 다음과 같다.

첫째, 블로그 게시글을 수집한 결과, 중고의류에 비해 구제 의류 구매 관련 게시글이 더 많았으며, 단어 분석한 결과 의류 구매 시 사용되는 일반적인 용어들을 제외하면 중고의류와 구제 의류 구매에 의해 수집된 단어가 달라 이 두 수집 키워드에 대해 소비자들은 다른 태도를 갖는 것을 확인할 수 있었다. 특히 중고의류의 경우에는 중고의류 구매를 거래로 인식하는 경향이 있는 것으로 나타났으며 구제 의류의 구매는 재미있는 구경을 하는 경험으로 인식하는 것을 알 수 있었다.

둘째, 게시글의 주제를 요약하고 종합하여 두 키워드에 대한 소비자 태도를 확인하고자 클러스터링을 실시하였다. 먼저, 중고의류의 클러스터링 분석 결과 5개의 그룹으로 나누어졌으며 이를 ‘의류 소비가 지구 환경에 미치는 영향과 지속 가능 소비의 중요성’, ‘온라인 중고의류 거래의 세계적 유행’, ‘만족스러운 중고의류 구매 후기’, ‘벼룩시장을 통한 중고의류 구매’, ‘일본 중고의류 구매/경매 대행의 이용 후기’로 명명하였다. 구제 의류의 경우에도 모두 5개의 그룹으로 나누어졌으며, 이를 ‘창고형 구제매장 방문기’, ‘빈티지 스타일을 표방하는 구제 의류 쇼핑몰’, ‘매장에서 판매되는 다양한 물품과 브랜드 홍보’, ‘빈티지 감성의 고퀴리티 명품구제’, ‘구제 의류 업체의 매장 홍보 및 소개’로 명명하였다.

이와 같이 두 수집 키워드는 사전적으로 유사한 의미를 지닌 채 오랫동안 혼재되어 사용되었지만, 소비자들에게 다른 의미로 인식되어 다른 태도를 지닌 것으로 나타났다. 특히 이는 개인의 의견이 반영된 블로그의 글을 대상으로 실시된 연구이므로 이러한 인식 차이가 더 뚜렷하게 나타났다.

이러한 결과로부터 중고의류 산업을 위한 발전 전략 수립 시 다음과 같은 점을 고려해야 할 것이다.

첫째, 중고의류와 구제 의류구매 시 소비자가 느끼는 소비 가치의 확장이 필요하다. 중고의류와 구제 의류 구매 시 기능적 가치와 경제적 가치는 비슷하게 경험하나 일부 소비 가치에서 차이가 있었다. 중고의류 소비자는 환경적 가치를, 구제 의류 소비자는 감정적 가치를 크게 느끼고 있었다. 따라서 중고 의류 소비자도 감정적 가치를, 구제 의류 소비자는 환경적 가치를 느낄 수 있는 방안을 마련해야 할 것으로 생각한다. 예를 들어, 구제 의류 소비자가 느끼는 감정적 가치를 중고의류 구매 시 경험할 수 있도록 하는 것이다. 특히 중고의류는 온라인을 통한 구매가 많아(Seok & Cho, 2023) 아바타, AI나 게임 캐릭터 등을 이용해 감정적 가치를 느낄 수 있는 구매 경험이 일어나도록 알고리즘을 짜는 것도 한 방법일 것이다.

둘째, 중고의류에 대한 이미지 개선, 특히 구제 의류에 대한 이미지 개선이 필요하다. 중고의류의 경우 친환경적 가치를 갖고 합리적 소비에 적합하다는 이미지를 갖고 있지만 구제 의류의 경우에는 여전히 '싸구려' 이미지를 갖고 있음을 부정할 수 없다. 특히 구제 의류 구매 시 '웃 산'은 재미있는 경험으로 표현되고 있지만 이런 경험은 구제 의류가 더 값어치 없음을 느끼게 할 것이다. 따라서 구매 경험이 중고의류 또는 구제 의류의 가치를 상승시킬 수 있는 형태가 되어야 한다.

셋째, 중고 의류제품의 소비 가치 중 진귀적 가치에 주목할 필요가 있다. 중고 의류제품의 소비 가치는 경제적 가치, 기능적 가치, 사회적 가치, 감정적 가치, 진귀적 가치 등으로 나눌 수 있고 이러한 소비 가치는 구매 태도 및 행동과 선호 이미지에 영향을 미친다(Choi et al, 2021; Kim, 2019). 중고의류와 구제 의류구매 시 저렴한 가격에 의해 경제적 가치를 느낄 것이고 본 연구 결과, 감정적 가치와 환경적 가치를 느끼고 있는 것으로 나타나 진귀적 가치를 이용하여 중고의류 및 구제 의류에 대한 이미지를 바꿀 수 있다고 본다. Wang(2023)은 소비자들이 빈티지를 보면서 지난 세대의 스토리를 느끼며 이것은 일반 제품들이 줄 수 없는 감정이라고 하였다. Iverson(2010)도 빈티지 제품에 담긴 노스탤지어 요소는 소비자들이 빈티지 제품의 구매 동기 중 하나라고 하였다. 따라서 노스탤지어 감정을 느낄 수 있다는 것에 착안하여 진귀적 가치를 경험할 수 있는 마케팅 전략을 짜는 것이 필요하다.

넷째, 중고의류 및 구제 의류 시장에 대한 체계적이고 분석적인 조사가 필요하다. Oh(2023)에 따르면 중고의류 수출량은 국내 폐의류 재활용량과 중고의류 수입량을 합친 것보다 약 2.5배가 많으며 이는 집계되지 않은 폐의류가 집계된 폐의류보다 많음을 나타낸다고 하였다. 또한, 폐의류 수거업체의 70%가 미신고 업체로 국내 통계에 빠져 있다고도 하였다. 미래 중고 시장 발전 방안을 마련하기 위해서는 현재의 상태를 파악하는 것이 필요하므로 이에 대한 보다 체계적이고 분석적인 조사가 필요하다.

다섯째, 의류 상품 자원의 지속 가능한 순환을 위해 의류 자

체보다 소재에 중점을 둔 전략이 필요하다. 옷 산과 같이 많은 의류는 결국 해외로 수출되었으나, 장기적 관점에서 이러한 수출이 지속되기는 어려울 것이다(Oh, 2023). 따라서 결국 국내에서 이 물량을 처리해야 할 것이다. 이미 중고의류는 의복에서의 가치는 감소했으나 의복 재료 즉 소재의 기능은 큰 변화 없이 같다. 따라서 이러한 의복 소재의 재활용에 초점을 맞출 필요가 있다. 특히, 의류 자원의 재활용을 목적으로 하고 상품의 수명연장 측면에서 소재를 재사용할 수 있는 방안을 모색한다면 쓰레기로 처리되는 물량은 상당히 줄어들 것이다.

본 연구는 블로그 게시글을 대상으로 하였으므로 작성자의 주관적인 견해와 경험에 기반할 가능성이 높고, 이러한 편향된 의견이 연구 결과에 영향을 미칠 수 있으며, 텍스트를 사용하여 분석하여 자동화된 분석으로 인해 미묘한 의미나 문맥을 제대로 파악하지 못했을 수도 있음을 밝혀둔다. 또한 2022년도 일 년 동안 게재된 글을 대상으로 하였으므로 시간이 지남에 따라 소비자 의견이나 태도가 변할 수 있어 연구 결과가 현재 상황을 제대로 반영하지 못할 수도 있다. 그러므로 앞으로 후속 연구가 진행되어 연구 기간을 연장하여 장기간 소비자의 중고의류 소비 현상을 고찰한다면 중고의류 소비문화 현상에 대한 깊은 이해에 도움이 될 것이다.

감사의 글

이 논문은 2024년도 울산대학교 연구비에 의하여 연구되었음

References

- Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2017). Understanding collaborative consumption-Test of a theoretical model. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 281-292. doi:10.1016/j.techfore.2017.02.029
- Busan Culture and History Exhibition(2024), 구제 골목 [Thrift alley], Retrieved April 27, 2024, from <https://busan.grandculture.net/Contents?local=busan&dataType=01>
- Cheon, J. I. (2009). Ambivalent elements in vintage style. *Journal of Korea Design Knowledge*, 11, 10-19.
- Cheon, H. J., & Lee, J. Y. (2015). A study on experience of second-hand goods and the flea market among consumers in their twenties. *Journal of Channel and Retailing*, 20(3), 189-211. <https://doi.org/10.17657/jcr.2015.07.31.9>
- Cho, A. R., Shin, H. J., & Kim, J. C. (2015). A study on the improvement of online secondhand-goods transaction. *Journal of Information Technology Services*, 14(10), 69-83. <https://doi.org/10.9716/KITS.2015.14.1.069>
- Choi, H. J., Han, S. L., & Jang, Y. Y. (2021). The effect of consumption value on purchasing intention of second-hand clothes: Moderating effects of impulsive buying tendency and nostalgia tendency. *Journal of Product Research*, 39(3), 21-30. <http://doi.org/10.36345/kacst.2021.39.3.003>
- Choo, T. G., & Park, H. H. (2013). The effect of consumption value on attitude and repurchase intention of secondhand fashion goods-

- The moderating role of self-confidence in fashion coordination-*Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(4), 618-630. <https://doi.org/10.5850/JKSCT.2013.37.4.618>
- Cobbing, M., Daaji S., Kopp M., & Wohlgemuth V. (2022). Poisoned gifts - From donations to the dumpsite: textiles waste disguised as second-hand clothes exported to East Africa. *Greenpeace*, Retrieved May 19, 2024, from <https://www.greenpeace.org>
- Daum(2024), Daum dictionary, 구제 의류와 중고의류[thrift clothes & second-hand clothes https://dic.daum.net/word/view.do?wordid=kkw000394403&q=%EA%B5%AC%EC%A0%9C+%EC%9D%98%EB%A5%98&suptype=OPENDIC_KK]
- Han, S., G. (2023, January 31). 대구 관문시장 구제 옷 거리[A vintage clothing street in Daegu's Gwanmun market]. *Digital Gyungje*, Retrieved April 27, 2024, from <http://m.deconomic.co.kr/news/articleView.html?idxno=38339>
- Heo, H. W., & Choi, M. S. (2016). Environmental value of the secondhand fashion market and develop of a service infrastructure for the Korean market. *Journal of Art & Design Research*, 19(1), 91-101.
- Hong, S. Y. (2023, July 5). 한국은 옷 쓰레기 수출 '세계 5위'... 합성섬유든 천연섬유든 민폐다[Korea is 'World's 5th largest clothing waste export... Synthetic or natural fibers are a nuisance]. *Hankookilbo*, Retrieved July 19, 2024, from <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023070311010004354>
- Huh, K. O. (2004). The effect of consumers' environmental conservation behavior on the purchase of pro-environmental and used products. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 42(9), 85-97. UCI : I410-ECN-0102-2009-590-002442981
- Hyun, J. H., Lim, D. Y., Lee, C. Y., Lee, J. W., Lee, H. H., & Choi, W. Y. (2021). A proposal on necessity of preventing fraud damage in C2C used trading markets-Focusing on fraud red flags. *The Journal of Police Science*, 21(1), 249-272. DOI : 10.22816/polsci.2021.21.1.009
- Iverson, E. (2010, January 19). Millennial perspective: vintage fashion and the twice-around economy. *newgeography*. Retrieved April 27, 2024, from <https://www.newgeography.com/content/001343-millennial-perspective-vintage-fashion-the-twice-around-economy>
- Jeong, H. R., and Kim, H. N. (2018). Studies on the Dongmyo vintage market fashion in Instagram. *Proceedings of Korean Association of Human Ecology*, Fall Conference, Korea, p. 100.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2004). Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622-642. <https://doi.org/10.1177/107769900408100310>
- Kim, B. E. (2011, November 26). 대구 '빈티지패션' 원조...봉덕 시장 구제 골목[Daegu 'vintage fashion' original ... Bongdeok market thrift alley], *Maeil Shinmun*, Retrieved April 27, 2024, from <https://www.imaeil.com/page/view/2011112608011628106>
- Kim, D. H., & Kim, M. S. (2013). Perception, purchase behaviors of and the buying motives toward secondhand clothing products. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(3), 324-337. <https://doi.org/10.7741/rjcc.2013.21.3.324>
- Kim, D. J. (2024, April 28). 글로벌 중고의류 시장 2028년 482조 원 전망...K-중고의류 플랫폼 사업 '활기'[Global used clothing market forecasts KRW 482 trillion in 2028...K-used clothing platform business 'vibrant'], *Investing*, Retrieved April 27, 2024, from <https://kr.investing.com/news/markets/article-1054090>
- Kim, H. S. (2019). The effect of consumption value of shopping secondhand clothes online on continuance usage intention of purchased item -the moderating effect of gender and age-. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 25(4), 91-104. DOI : 10.18208/ksdc.2019.25.4.91
- Kim, I. J. (2022). Expansion of the scope of electronic commerce by standardization: An analysis a secondhand clothing market. *The Journal of Society for e-Business Studies*, 27(1), 29-41, <https://doi.org/10.7838/jsebs.2022.27.1.029>
- Kim, J. W. (2024, January 14), 천원 몇 장으로 패피 변신 ... MZ도, 멋쟁이 어르신도 '구제 쇼핑' 옵니다 [With a few thousand won, fashion change ... Not even MZ, and the fashionable old man will come to the 'Thrift shopping']. *Financial News*, Retrieved April 27, 2024, from <https://v.daum.net/v/20240114191103792>
- Kim, Y. H. (2013, May 8), 빵빵한 브랜드 밀어내고, 동성로의 골목대장 된 구제 [Thrift pushed out the brand and became the alley leader of Dongseong-ro]. *The JoongAng*, Retrieved April 27, 2024, from <https://v.daum.net/v/20130508021404702>
- Kim, Y. J., & Koo Y. R. (2019). A study on the service design for safe C2C used trading - Based on the mobile APP. *Proceedings on the KSDS Fall International Conference & Exhibition, Korea*, pp.173-174.
- Kwon, K. W. (2023, January 12). 커지는 '세컨드 핸드' 시장... 중고 의류라고 모두 친환경일까? [The growing second-hand market: Are all used clothes 'Truly eco-friendly?']. *Vegannews*, Retrieved July 30, 2024, from <https://www.vegannews.co.kr/news/article.html?no=14384>
- Lee, D. R. (2022, July 28). 중고 거래 플랫폼 소비자 문제 실태 조사 [Survey on consumer problems of used trading platforms]. *Korea Consumer Agency*, Retrieved April 30, 2024, from <https://www.kca.go.kr/search/index.do>
- Lee, S. B. (2020, October 5). 세월만큼 매력적, 빈티지패션 즐기_ 선배's 어드바이스 #33 [Attractive with age, enjoying vintage fashion_senior's advice #33]. *ELLE*. Retrieved April 27, 2024, from <https://www.elle.co.kr/article/49225>
- Oh, Jung. Mi. (2023 8). Analysis of clothes and textile waste classification system to facilitate a circular economy in the fashion industry. *Journal of the Korean Society of Costume*, 73(4), 1-15. DOI : 10.7233/jksc.2023.73.4.001
- Padmavathy, C., Swapana, M., & Paul, J. (2019). Online second-hand shopping motivation-conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 19-32, doi:10.1016/j.jretconser. 2019.05.022
- Park, H. H., & Choo, T. G. (2011). The comparison of consumer characteristics according to purchasing experience of secondhand fashion goods. *J. Kor. Soc. Cloth. Ind.*, 13(6), 909-916. <https://doi.org/10.5805/KSCL.2011.13.6.909>
- Park, H., Lee, J. Y., & Joo, M. S. (2019). 중고의류 재사용-재활용 정책[A policy of reusing and recycling used clothes]. *National Research Council for Economics, Humanities and Social Sciences*. Retrieved October 28, 2023, from <https://www.nrc.re.kr/board.es?mid=a10301000000&bid=0008>
- Park, J. H. (2024, March 18). 유니클로, 중고의류 판매 확대... 주목할 비즈니스로 급부상[UNIQLO expands secondhand clothing sales, emerging as a business to watch]. *Globaleconomic*, Retrieved July 28, 2024, from <https://www.g-news.com/article/>

- Global-Biz/2024/03/20240318091728866937926aa152_1
- Park, K. E., & Cheon, H. J. (2020). A study on consumers' experiences in C2C second-hand goods transaction. *Journal of Consumer Policy Studies*, 51(3), 81-108. doi:10.15723/jcps.51.3.202012.81
- Park, M. H. (2012). A Study on the Consumer Problems Related to the Power Bloggers. *Korea Consumer Agency Policy Research Report*. 1-167. Retrieved October 28, 2023, from <https://www.kca.go.kr>
- Park, S. A., Park, J. O., & Lee, J. Y. (2014). The influence of environmental consciousness and socially responsible clothing consumption attitude on perceived consequences of fast fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(2), 225-239. <https://doi.org/10.7741/rjcc.2014.22.2.225>
- Samantha, S., Monique, R., & Taylor, B. (2022, April 12). To make our wardrobes sustainable, we must cut how many new clothes we buy by 75%. *THE CONVERSATION*, Retrieved April 27, 2024, from <https://theconversation.com/to-make-our-wardrobes-sustainable-we-must-cut-how-many-new-clothes-we-buy-by-75-179569>
- Seok, H. J., & Cho, S. H. (2023). The effect of college students motivation to purchase used clothing products on repurchase intention. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 25(1), 49-63, <https://doi.org/10.30751/kfcda.2023.25.49>
- Seok, H. J., & Kim, I. S. (2005). Attitudes inward clothing and green store usage, followed by green store user's consciousness of the environment. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(6), 171-182. UCI I410-ECN-0102-2009-590-001782997
- Singh, T., Veron-Jackson L., & Cullinane, J. (2008). Blogging: A new play in your marketing game plan. *Business Horizons*, 51(4), 281-292. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.002>
- Sung, Y. J. (2022, July 14). 친환경 중시, 커지는 중고 의류시장 ... 기로에 선 '패스트 패션' 업체들 [Eco-friendly emphasis, growing used clothing market...'Fast Ffashion' companies at a crossroads]. *Chosun Ilbo*. Retrieved October 28, 2023, from <https://www.chosun.com/economy/weeklybiz/2022/07/14/JZRZSEF6ZF E6JOGAJG3TMXRABY/>
- Textom. (2023). Textom SV manual. *Textom*. Retrieved September 29, 2023, from <https://console.textom.co.kr/analyze/5327/D>
- Wang, YueYue (2023). *The Awareness and Consumption of Vintage Fashion Products* [Master's thesis, Hanyang University]. <https://www.riss.kr/link?id=T16813891>
- Yoo, H. S. (2023). Big data analysis of news on purchasing second-hand clothing and second-hand luxury goods: Identification of social perception and current situation using text mining. *Human Ecology Research*, 61(4), 687-707. <http://doi.org/10.6115/her.2023.045>
- Yoo, J. H. (2023, February 17). 구제옷에 꽃힌 MZ ... 친환경이 따라왔다[MZ in love with vintage clothes ... Eco-friendly has followed]. *Seoul Gyeongje*, Retrieved April 27, 2024, from <https://v.daum.net/v/20230217180522687>
- Yoo, M. I., & Ahn, H. J. (2001). A study on the recycling of clothing behavior. *Journal of Consumption Culture*, 4(1), 107-126.
- Yu, Y. L., & Baek, S. G. (2016). Issue analysis of the related mass media's news articles on the 2015 revised national curriculum using automated text analysis. *The Journal of Curriculum and Evaluation*, 19(3), 127-156. UCI : G704-001275.2016.19.3.003
- Yoon, H. H. (2020, September 10). 불황이 더 좋은 중고 거래 ... 당근마켓 vs 번개장터 [Used deals better in recession...Dangn market vs Bungejangter]. *Chosun Biz*. Retrieved May 19, 2024, from https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/09/09/2020090903488.html?utm_source=naver&utm_medium=newsstand&utm_campaign=biz

(Received July 15, 2024; 1st Revised August 8, 2024;
2nd Revised August 28, 2024; Accepted October 7, 2024)