



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

지속가능성 연구 조사

글로벌 결과



보다 상세한 정보를 원하시면 귀하의 지역을 담당하는 CCI 대표자에게 연락하세요. 지역별 CCI 대표자 목록 보기를 위해서 여기를 클릭하세요.

지속가능성 연구: 글로벌 조사 결과

기후 변화에 대한 세계적인 관심 집중으로 인해 유기농 및 지속가능한 농법으로 재배된 농산물, 가정에서의 재생가능한 에너지원, 연료 효율성이 높은 교통수단 대한 지식을 갖춘 소비자의 수가 증가했습니다. 그렇다면, 소비자들이 의복 선택에 있어서도 똑같이 지속가능한 방법으로 생산된 제품을 원하고 있을까요? 이러한 요소가 소비자들의 구매 결정에 어떻게 영향을 미칠까요? 의류 브랜드 및 리테일러들이 복잡한 공급 체인을 지닌 시장에서 지속가능성의 영향을 다루기 시작하면서 이와 같은 질문들이 중요해지고 있습니다. 소비자들이 식료품점에서 유기농 사과를 쉽게 발견할 수 있습니다. 자동차 매장에서 하이브리드 자동차 또한 쉽게 찾을 수 있습니다만 그들이 구입하는 옷이 지속가능한 자원으로 만들어졌는지 여부는 어떻게 알 수 있을까요? 사실 이보다 더 중요한 질문은 아마도, 소비자들이 의류 구입 시 지속가능성을 염두에 두고 있는가, 하는 것입니다.

세계환경개발위원회 (World Commission on Environment and Development)의 그로 할렘 브룬틀란 (Gro Harlem Brundtland) 위원장은 지속가능성을 '미래 세대의 필요 충족 능력을 훼손하지 않으면서 현 세대가 자신들의 필요를 충족시킬 수 있는 능력'으로 정의했습니다. 세계의 브랜드 및 리테일러들은 상품의 근원에 대해 보다 많은 정보를 소비자들에게 제공함으로써 지속가능성 운동에서 점점 더 적극적인 역할을 행하고 있습니다. 그러나, 브랜드 및 리테일러들이 보다 많은 지식을 갖춘 소비자들을 상대하게 됨에 따라 지속가능성, 지속가능성 계획의 중요성, 그리고 소비자들이 추구하는 지속가능성 노력의 유형들에 대해 이해하는 것 역시 중요해졌습니다.

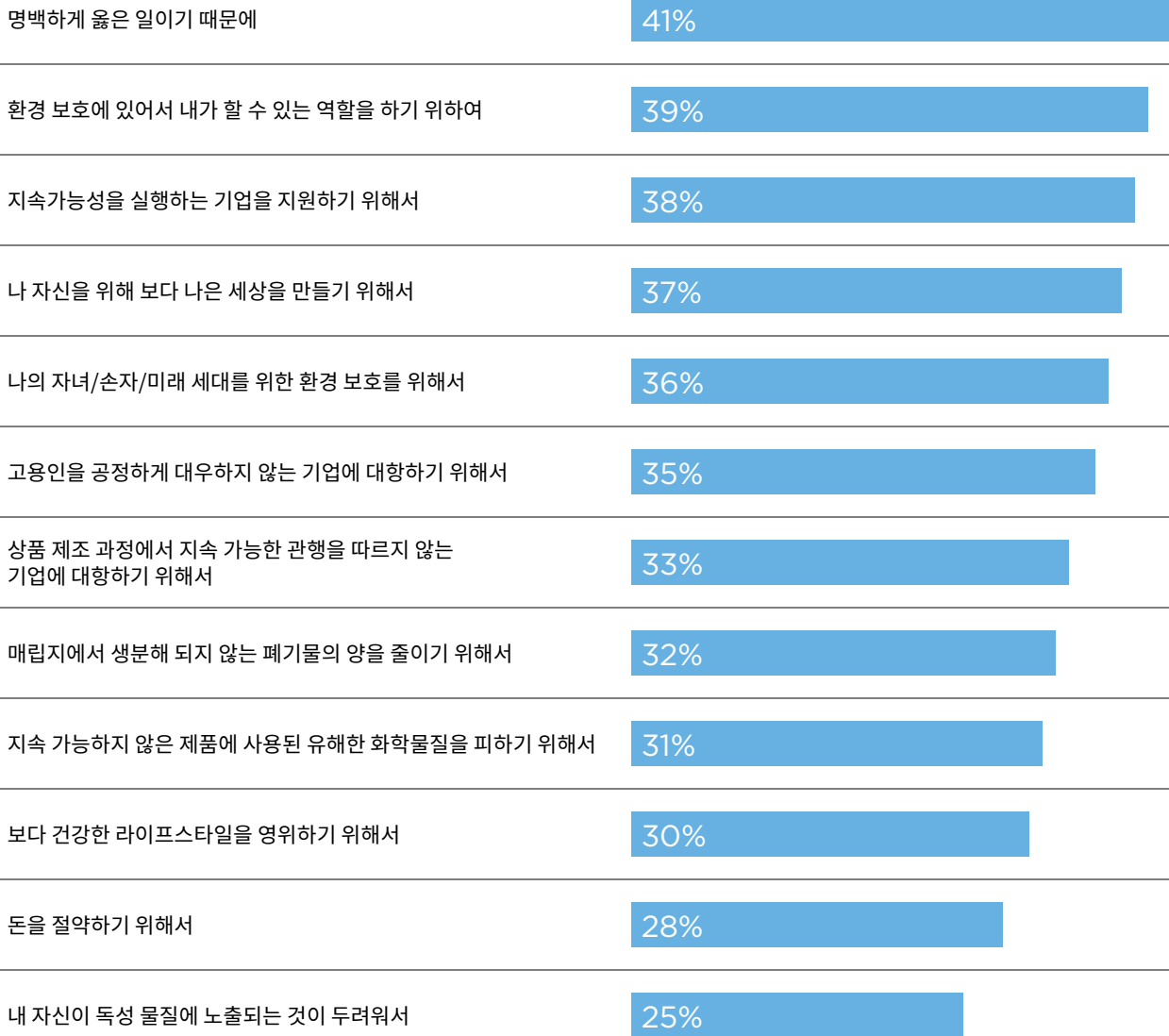
지속가능성 연구: 글로벌 조사 결과

2017년 5월 해리스 인사이트 앤드 애널리틱스 (Harris Insights & Analytics)가 소비자들에게 지속가능성이 갖는 중요성과 지속가능성이 그들의 구매 결정에 미치는 영향을 보다 잘 이해하고자 글로벌 조사를 실시했습니다. 총 7,365건의 인터뷰가 미국, 영국, 인도, 독일, 이탈리아, 멕시코 및 중국에서 실시되었고 각 국가에서 최소 1천 건 이상의 인터뷰가 진행되었습니다. 그 결과에 따르면, 글로벌 소비자의 86%가 지속가능성에 대해 우려하고 있다고 합니다. 57%는 작년 한 해에 걸쳐 지속가능성에 대한 자신들의 우려가 더 커졌다고 응답함에 따라 이 수치는 계속 증가할 것으로 보입니다.

소비자들은 특히 식품, 전자제품 및 자동차 구매 시 지속가능성을 고려하며 61%의 소비자들이 의류 구입 시에 지속가능성을 고려하며, 2/3은 친환경 표시가 부착된 옷을 찾기 위해 많은 노력을 기울일 것이라고 답했습니다. 소비자들이 지속가능성에 대해 고려하는 이유는, 제대로 하고 있는 기업을 지지하고 싶고 (38%), 고용인을 공정하게 대우하지 않는 기업에 대항하고 (35%), 혹은 제조 과정에서 지속 가능한 관행을 도입하지 않는 기업에 대항하고 싶기 때문(33%)이라고 밝혔습니다. 이러한 상황에서 브랜드 및 리테일러들이 지속가능성에 대한 강력한 이미지를 생성 및 유지하는 것은 긴요한 과제입니다.

지속가능성 연구: 글로벌 조사 결과

글로벌 - 지속가능성이 의류 구입에 영향을 미치는 이유는 무엇인가?



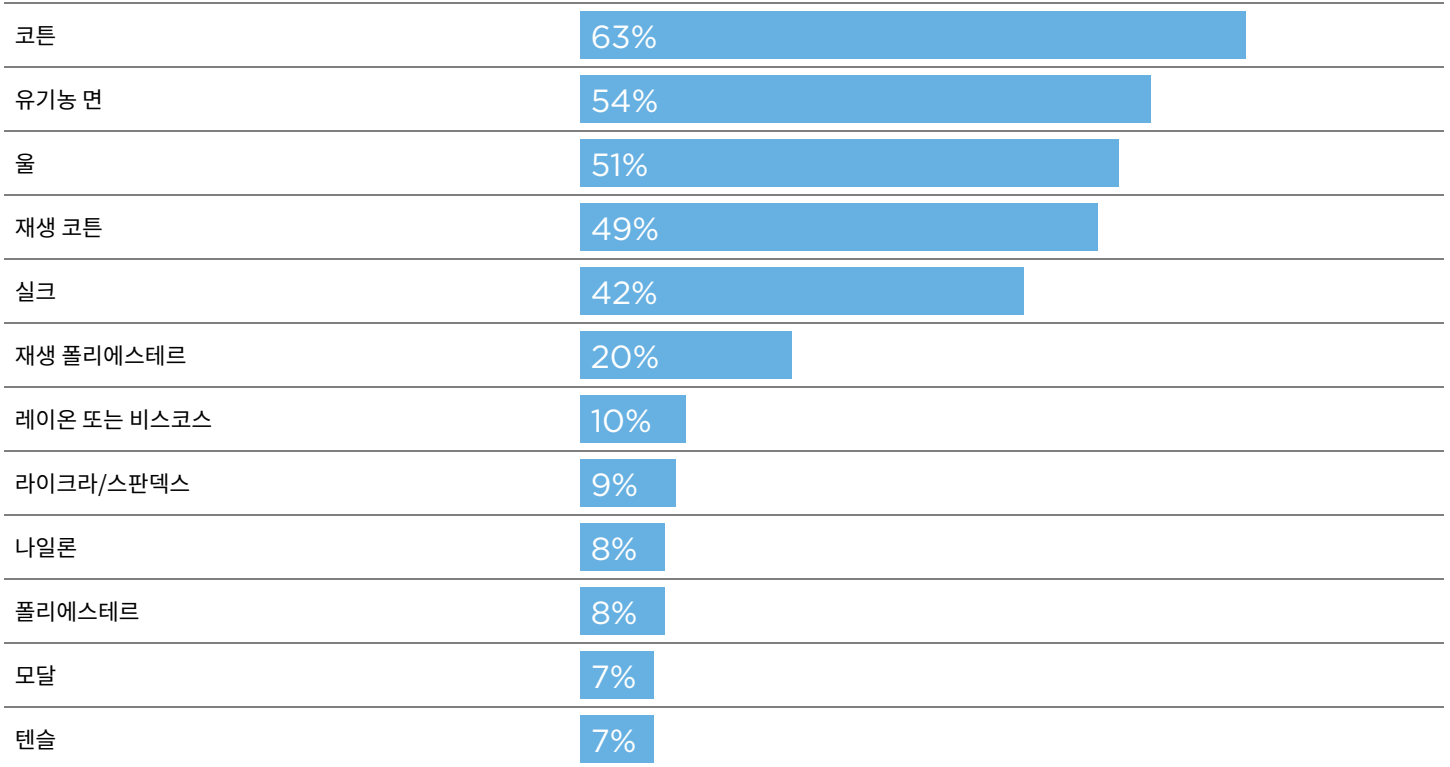
COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

지속가능성 연구: 글로벌 조사 결과

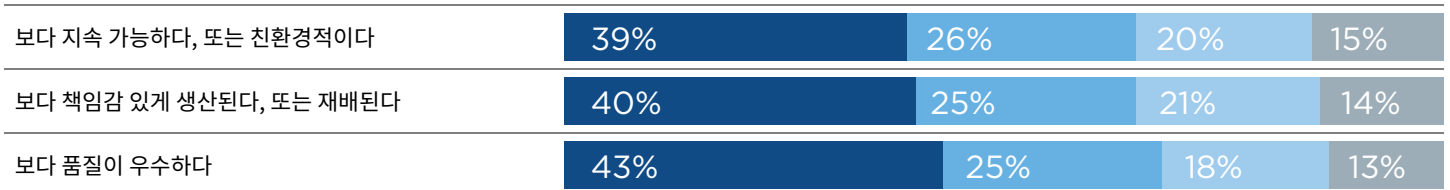
글로벌 브랜드 및 리테일러들이 지속가능성 이슈에 있어 소비자들과 연결될 수 있는 하나의 방법은 자신들이 코튼을 사용하고 있다는 사실을 홍보하는 것입니다. 소비자들은 이미 울, 실크, 폴리에스테르, 레이온 또는 스판덱스와 같은 다른 직물에 비해 100% 코튼이 지속가능성과 보다 높은 연관성을 지닌다고 평가하고 있습니다. 가장 많은 정보를 가지고 있는 소비자들은 합성 섬유와 관련된 가장 큰 이슈로는 합성섬유로부터 바다로 배출되는 초극세섬유(microfiber) 폐기물을 꼽았습니다. 이에 반해, 83%의 소비자들은 코튼이 환경에 안전하다고 생각했으며, 미국산 코튼을 환경적으로 안전하다고 평가 (69%)했습니다. 개별 생산국가와 비교했을 때 가장 높은 긍정적 평가입니다. (호주-65%, 인도-64%, BCI-61%, 아프리카-60%, 중국-56%, 우즈베키스탄-53%). 미국산 코튼은 다른 지역에서 재배되는 코튼보다 지속 가능하고 (39%), 책임감 있게 생산되며 (40%), 품질이 더 뛰어나다(43%)는 소비자 평가를 받았습니다.

지속가능성 연구: 글로벌 조사 결과

글로벌 - 지속 가능한 방법으로 생산되었다고 여겨지는 식물



“다른 국가에서 재배된 코튼에 비해 미국에서 재배된 코튼은 _____.”



■ 매우/다소 동의한다

■ 중립적

■ 확실하지 않다

■ 매우/다소 동의하지 않는다



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

결론

전체적으로, 지속가능성 이슈는 소비자들에게 점차 중요해지고 있습니다. 글로벌 브랜드 및 리테일러들은 자신을 지속가능성 및 공정 노동 관행에 주의를 기울이는 기업으로 차별화하는 것이 중요합니다. 그러나 문제는 이를 어떻게 달성하는가 하는 것입니다. 이번 연구에 근거하여 권고하는 한 가지 방법은 다른 섬유들 보다 지속 가능하다고 간주되는 코튼, 그 중에서도 특히 다른 지역에서 생산되는 코튼에 비해 세계적으로 보다 긍정적인 소비자 평가를 받는 미국산 코튼과 보다 견고한 관계를 맺는 것입니다.

보다 상세한 정보를 원하시면 귀하의 지역을 담당하는 CCI 대표자에게 연락하세요. 지역별 CCI 대표자 목록 보기를 위해서 [여기를 클릭하세요](#).

CCI is an EEO employer and provider.

