

배 현 숙 교수지도
석사학위 청구논문

노인의 라이프스타일 유형별
외모관리에 관한 연구

2012

성신여자대학교 문화산업대학원
문화산업학과 피부비만관리학전공
허 윤 회

노인의 라이프스타일 유형별
외모관리에 관한 연구

배 현 숙 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2011年 11月

성신여자대학교 문화산업대학원
문화산업학과 피부비만관리학전공
허 윤 회

인 준 서

허윤희의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____(인)

심사위원 _____(인)

심사위원 _____(인)

성신여자대학교 문화산업대학원

논문 개요

현대사회의 고령화 문제는 취업구조의 노령화, 소비위축, 사회복지 수요 증대 등의 사회적 많은 문제를 앓고 있기도 하지만 실버 층이 새로운 시장으로 떠오르고 있기도 하다. 자식들에게 의존하며 살아가는 전통적인 노인의 모습을 거부하고, 자신들만의 새로운 인생을 추구하려는 신세대 노인들은 자신을 가꾸고 개발하고 사회활동을 즐기기를 주저하지 않는다. 노인의 라이프스타일에 따른 외모관심도와 외모관리 등을 연구하는 것이 필요하다 하겠다.

라이프스타일 연구는 소비자의 행동뿐만 아니라 행동의 기저에 있는 태도나 가치관 등의 심리적 변인들을 근간으로 하고 있어서 라이프스타일을 고객 집단별로 분석하여 각 집단의 라이프스타일이 그 구성원의 생활양식이나 구매행동에 어떤 영향을 미치는지 연구하는 것은 매우 중요하다고 보고되고 있다. 그렇기 때문에 라이프스타일 변인을 사용하여 노인의 라이프스타일 유형을 세분화 하는 것은 유형별 특성을 파악하고 각 집단의 특성에 맞는 실버상품을 개발 하고, 육성할 수 있다는 점에서 효과적인 접근법이 될 수 있다.

그러나 기존의 라이프스타일 관련 연구는 노인 사회복지 쪽의 연구는 많이 수행되었으나 노인미용관련 연구는 미비한 편이다. 또한 외모 관련 연구는 주 대상이 젊은 층이거나 성인여성을 대상으로 화장품이나 신체 관련 체형 연구 등이 대부분의 연구임을 감안할 때 고령 사회의 진입을 앞둔 현재 노년층을 중심으로 라이프스타일에 따른 외모 관리연구가 실버산업의 기초자료로 사용될 수 있을 것이다.

연구대상자는 수도권에 살고 있는 60세 이상의 노인을 대상으로 하였으며, 총 500부의 설문지를 배포하여 수거된 405부 중 불성실 응답자 4부를 제외

하고 성실하게 응답한 401부를 최종 분석 자료로 이용하였다. 통계분석은 사회과학분야 통계프로그램인 spss win 12.0 패키지를 이용하였으며, 분석방법은 조사자의 특성 분석 (빈도분석), 조사 자료의 신뢰도 검증, 타당성 검증 (요인분석), 라이프스타일 집단 분류 (군집분석), 외모관리행동 차이검증을 분산분석으로 하고 라이프스타일유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교를 위해서는 카이스퀘어 검정을 실시하였으며, 라이프스타일 유형별 외모관리센터와 희망 프로그램의 차이여부를 위해서는 분산분석, 상관분석 등을 수행하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 라이프스타일 군집은 자기개발군집, 경제지향군집, 미용패션군집, 사교친목군집으로 나뉜다. 라이프스타일 군집과 외모관심도, 신체만족도의 신뢰도와 타당도가 입증 되었다.

2. 4개로 나누어진 군집의 인구사회학적 특징 분포를 알아보기 위해 교차 분할 표 분석과 카이스퀘어 검증을 실시한 결과 연령은 66세이상의 비중이 높았고, 성별의 경우 자기개발과 사교친목 라이프스타일군은 여성의 비율이, 경제지향과 미용패션 라이프스타일군은 남성의 비율이 높았다. 부부동거 여부에서는 자기개발 라이프스타일이 혼자 사는 경우가 높았으며, 다른 군집은 부부 같이 사는 경우가 높았다. 자기개발과 사교친목의 경우는 상대적으로 낮은 학력과 경제 생활 상태, 건강상태가 낮았으며, 경제지향과 미용패션 라이프스타일군은 고학력과 높은 경제 생활 상태, 좋은 건강상태를 유지하고 있었다. BMI의 경우 과체중, 비만의 경우가

4 그룹모두 높았다. (연령 $p<.01$, 그 외 $p<.001$)

3. 라이프스타일 군집별로 **외모관심도와 신체만족도**는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($p<.001$) 미용패션> 자기개발> 사교친목> 경제지향 순으로 높았다.

4. 라이프스타일 군집별로 **외모관리 행동(헤어, 피부, 체형, 의복, 미용성형)**에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 미용패션> 자기개발> 사교친목> 경제지향 순으로 모든 항목에서 미용패션군이 외모관리행동에 적극적이라 할 수 있다.

5. 라이프스타일 군집별 **외모관리비용(헤어 $p<.01$, 피부 $p<.05$, 체형 $p<.01$, 의복 $p<.001$, 미용성형 $p<.01$)**은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 외모관리비용이 높은 라이프스타일 군은 미용패션군과 경제지향군이였다. 미용패션의 경우는 외모관심도와 외모관리행동 모두 높았지만 경제지향군은 외모관심도와 외모관리행동이 모두 낮은 반면에 외모관리비용이 높았다. 이는 경제지향군이 외모 관리시 쓸 곳은 쓰는 소비형태를 보여준다 하겠다. 또한 외모관리 행동의 각 항목별로는 의복> 헤어> 체형> 피부> 미용성형순으로 노인들이 외적이미지를 위해 신경을 쓰는 행동은 거의 비슷한 경향을 보인다 할 수 있지만, 실제 외모관리 비용은 군집별로 다르게 나타났다. 전체적으로 노인들은 의복에 가장 많은 돈을 지출하였지만, 각 군집별로 두 번째 높은 비용은 자기 개발군이 피부, 사교친목군은 미용성형, 경제 지향군은 헤어, 미용패션군은 체형에 높은 비용을 지출하는 것으로 나타났다.

6. 라이프스타일 군집별로 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모 관리 센터 이용의향의 차이가 있는지 여부를 분산분석에 의해 검증한 결과 외모관리 행동시 참고하는 부분으로 친구, 가족 의견과 주관적 판단, TV, 인터넷등의 경로를 통해 라이프스타일별 차이가 나타났다($p<.05$).

외모관리 행동 시 가장 큰 제약 요인은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며($p<.001$), 경제지향 라이프스타일군은 다른 라이프스타일 군집들이 돈부족을 1 순위로 한 것과는 다르게 관심부족이 요인으로 나타났다. 이는 경제력이 있는 경제지향군에게 알맞은 정보제공과 지속적인 마케팅을 통해 관심을 유도한다면 노인 미용시장의 새로운 소비층으로 성장시킬수 있다는 것을 보여준다.

외모관리센터 이용 의향 여부에서는 노인들이 긍정적인 반응을 보였고 라이프스타일 요인간 통계적으로 임계치에($p<.051$) 있는 것으로 나타났다.

7. 라이프스타일은 외모관심도에 영향을 미치며, 외모관심도는 외모관리센터 이용의사에 영향을 미친다는 것을 알수 있다($p<.01$).

라이프스타일 유형별 외모관심도 미용패션, 사교친목, 경제지향, 자기개발 순으로 영향을 미치며, 외모관심도로 외모관리센터 이용의사에는 미용패션, 사교친목, 경제개발 순으로 영향을 미친다 하겠다.

본 연구결과에서 나타나듯 노인의 라이프스타일 유형마다 특징이 다르게 나타났으며, 이는 노인 소비시장 접근시 차별화된 마케팅이 필요함을 의미한다. 이를 토대로 향후 실버세대의 달라진 가치관과 라이프스타일을 반영한 실버세대의 전문 실버뷰티 시장에 대한 지속적인 연구와 외모관리 프로그램이 개발되어야 할 것이다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구문제	4
3. 연구의 제한점	5
II. 이론적 배경	6
1. 노인의 개념 및 일반적 특성	6
2. 고령친화산업	8
3. 라이프스타일	9
1) AIO 분석방법	10
4. 외모관심도	12
5. 신체만족도	13
6. 외모관리행동	14
III. 연구방법	17
1. 연구의 모형	17
2. 설문지 구성	18
3. 연구 대상 및 기간	19
4. 통계 분석	19

IV. 연구결과 및 고찰	21
1. 타당성 검증	21
1) 타당도 분석	21
2) 요인 분석	22
2. 신뢰성 검증	28
1) 라이프스타일 및 외모관심도, 신체만족도 개념 신뢰도	29
2) 라이프스타일 요인, 외모관심도, 신체만족도 기술 통계	30
3. 표본의 특성	31
4. 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용한 군집분석	34
5. 라이프스타일 유형별 인구사회학적 특성 비교	36
6. 라이프스타일유형별 외모관심도 비교	41
7. 라이프스타일 유형별 신체만족도 비교	43
8. 라이프스타일유형별 외모관리 행동 비교	47
9. 라이프스타일유형별 외모 관리비용 비교	58
10. 라이프스타일유형별 외모관리행동	61
1) 자기개발 군집	61
2) 경제지향 군집	62
3) 미용패션 군집	63
4) 사교친목 군집	64
11. 라이프스타일 유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교	65
1) 외모관리 행동시 참고하는 부분	65
2) 외모관리 행동시 가장 큰 제약 요인	65
3) 외모 관리 센터 이용의향 여부	66

12. 라이프스타일 유형별 외모관리센터 포함	69
13. 라이프스타일 유형과 외모관심도, 외모관리센터 이용의사 상관분석 ..	70
1) 외모관심도	71
2) 외모관리센터 이용의사	71

V. 결론 및 제언	72
------------------	----

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

표 1. 라이프스타일 요소	11
표 2. 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석	23
표 3. 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석(최종)	24
표 4. 외모에 관한 관심도 요인 분석	26
표 5. 신체만족도 요인 분석	27
표 6. 라이프스타일 4요인의 개념 신뢰도	29
표 7. 라이프스타일 요인, 외모관심도, 신체만족도 기술 통계	30
표 8. 표본의 일반적 특성	32
표 9. 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용한 군집분석	35
표10. 라이프스타일유형별 인구사회학적 특성 비교	40
표11. 라이프스타일유형별 외모관심도 비교	43
표12. 라이프스타일유형별 신체만족도 비교	46
표13. 라이프스타일유형별외모관리행동(헤어) 비교	48
표14. 라이프스타일유형별 외모관리행동(피부) 비교	50
표15. 라이프스타일유형별 외모관리행동(체형) 비교	52
표16. 라이프스타일유형별 외모관리행동(의복) 비교	54
표17. 라이프스타일유형별 외모관리행동(미용성형) 비교	56
표18. 라이프스타일유형이 외모관리비용 비교	60
표19. 자기개발추구군집에 따른 관리 행동점수와 관리비용 차이비교	61
표20. 경제지향군집에 따른 관리 행동점수와 관리비용 차이비교	62
표21. 미용패션지향군집에 따른 관리 행동점수와 관리비용 차이비교	63
표22. 사교친목추구군집에 따른 관리 행동점수와 관리비용 차이비교	64

표23. 라이프스타일 유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교	67
표24. 라이프스타일유형별 외모관리센터 포함희망 프로그램 비교	70
표25. 라이프스타일유형과 외모관심도, 외모관리센터이용의사	71

그림 목 차

그림 1. 연구 분석 모형도	17
그림 2. 라이프스타일 유형별 외모관리센터 이용의향여부	66

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 우리나라는 현대의학의 발달과 소득수준의 향상에 따른 생활환경의 개선으로 인구의 평균수명이 상당히 연장됨에 따라 인구 구조상 노인인구의 비율이 해마다 증가하고 있다. 2010년 통계청 인구 주택 총 조사 자료에 의하면 65세 이상 인구는 542만 명으로 총인구의 11.3%이다. 이는 모든 시,도가 고령화 사회에 진입했음을 나타낸다 (통계청, 2010).

통계청이 발표한 장래인구추계에 따르면 우리나라의 경우 2030년에는 65세 이상 인구가 24.3%를 차지해 초 고령화 사회 진입기준인 20%를 훨씬 넘어설 것으로 나타났다(통계청, 2006). 현재와 같은 출산율 1.1%정도의 수준이 지속된다면 경제활동이 가능한 인력은 급감할 것이고, 이는 곧 내수부진을 유발하여 경제성장률을 저하시킬 뿐 아니라 정부의 세수부족 및 연금재정 과탄 등 경제·사회적인 부작용을 유발하게 될 것이다.

현재의 중년층이 노년층으로 진입하는 20년 후에는 노령 인구가 현재의 2배로 증가할 것으로 보고 있다. 김경호(2004)는 전체 취업구조의 고령화, 노동공급의 감소는 노동생산성 저하로 이어지고, 노인인구증가에 따른 저축율 하락, 소비위축, 투자 감소, 재정수지의 악화 등을 초래하여 경제성장을 둔화시킬 것으로 예상된다고 하였다. 이와 같이 고령화 사회가 된다는 것은 단순히 노인 인구가 증가한다는 의미보다는 노인인구의 비중이 증가하면서 사회·경제적·문화적인 구조에 있어서도 여러 변화가 수반됨을 의미한다.

이 밖에도 노인문제와 새로운 노인문화의 등장, 사회복지 수요 증대라는 많

은 변화와 위협요인들을 내포하고 있다. 하지만, 이러한 위협요인들이 있음에도 불구하고 고령화 사회는 실버산업이라는 새로운 기회를 제공하고 있다(정연승, 2002).

이에 따라 라이프스타일(Life style) 개념이 도입되었다. 라이프스타일이란 특정 사회, 특정 집단, 또는 개인이 지니고 있는 독특한 생활양식을 말한다. 라이프스타일은 원래 사회학과 문화인류학에서 명확한 정의 없이 사용하던 말이었으나, 최근에는 마케팅과 소비자의 행동 연구 분야에서 관심을 가지게 되었다.

그 이유는 시장의 세분화에 있어서 인구 통계학적 분류 외에 소비자의 심리적 측면을 고려할 필요가 있기 때문이며, 나아가서는 제품의 새로운 의미부여, 신제품 개발 등에서도 소비자의 잠재적 요구를 파악할 필요가 있기 때문이다.

즉, 소비자 행동을 결정하는 주체가 소비자로서 합리적인 경제원칙에 의거하여 행동할 뿐만 아니라, 주체성을 가지고 자신의 생활을 설계하는 생활자로서의 의식을 갖는다는 것을 전제로 성립한 것이다. 마케팅 전략의 전제로서 라이프스타일을 분석할 경우에는 소비자를 일원적으로 파악하지 않고 생활주기별로 생활의 AIO(activity ·interest ·opinion)로 분석한다(Plumer, 1974).

인간은 자신을 아름답게 보이고 싶어 하는 본능을 가지고 태어난다. 태고적부터 인간은 신체의 아름다운 부분을 돋보이도록 하고, 일부의 약점이나 추한 부분을 수정 혹은 커버 하고자 노력해 온 점을 볼 때 외모를 돋보이도록 하는 욕구는 인간의 본능 중 하나로 여겨진다. 따라서 나이가 적든 많은 사람이라면 누구나 아름다워지기를 원하며 아름답게 보이기를 기대한다. 또한 나이가 들어도 여전히 아름답고 매력적이고 싶은 것은 실버 세대들의 공통적인 관심사이자 소망이다. 과거의 실버 세대들은 미용에 그다지 관심을 갖고 있는 사람이 많지 않았다. 그러나 오늘날 실버 세대들의 미용에 대한 관심이 점점 높

아지고 있다. 이러한 경향은 ‘실버 세대’의 의식이 바깥으로 향하고 있다는 점과도 관계가 있다(조안진, 2010).

노인 인구의 비율 증가로 소비시장에서 노인 소비자의 중요성이 부각되고 있다. 경제적 자립도가 높은 노인 소비자가 증가하면서 소비의 직접적인 주체 세력으로 등장했고, 각종 여가활동 및 주거시설, 의료·건강 등에 대한 노인들의 수요가 증가하고 있다. 즉, 노인인구의 증가는 노인시장의 규모가 확대되고 이들의 가치관과 생활양식이 변화되는 동시에 경제력이 뒷받침되는 노인소비자가 증가하면서 실버산업에 대한 기대가 날로 높아지고 있다는 것을 의미한다. 보건복지부 산하 저출산 고령 사회위원회는 국내 실버시장 규모가 지난해 44조원에서 2020년 149조원에 이를 것이라고 전망했다. 대한상공회의소도 2010-2020년 고령친화 산업의 성장률이 연평균 12.9%로 전체 산업 평균 성장률 4.7%를 크게 웃돌 것이라고 내다봤다(한국경제신문, 2011).

우리나라 기대수명은 2009년 45세 남자는 앞으로 33.8년 여자는 40.1년을 더 살 것으로 전망된다(통계청, 2009). 수명이 연장됨에 따라 정년이나 자녀가 독립한 이후의 노년기는 큰 폭으로 확대되고 있고, 대략 20년 이상이 시간이 노년기에 편입됨으로써 실버 라이프는 무려 인생의 1/3을 차지하게 되었다.

인생 주기(Life Cycle)의 최종 단계인 노년기를 보내고 있는 노인소비자들은 긴 인생동안 그들 나름대로 방식으로 삶을 영위해왔고, 그 결과로 그들만의 독특한 삶의 방식이 반영된 생활을 하고 있다. 이와 같이 최근 노년층의 증가로 인해 학계와 산업계의 관심이 높아짐에 따라 이들을 대상으로 하는 연구가 많이 증가하고 있다. 하지만 노인소비자들을 하나의 커다란 집단으로 파악하게 되면 특정한 속성과 서로 이질적인 특성을 지닌 노인소비자들의 욕구 및 행동특성을 제대로 파악하지 못하게 된다.

라이프스타일 연구는 소비자의 행동뿐만 아니라 행동의 기저에 있는 태도나

가치관 등의 심리적 변인들을 근간으로 하고 있어서 마케팅 전략의 수립에 많이 사용되고 있다. 특히 마케팅 담당자에게 라이프스타일은 전략상 중요한 의미를 지니며, 각각의 라이프스타일을 고객 집단별로 분석하여 각 집단의 라이프스타일이 그 구성원의 생활양식이나 구매행동에 어떤 영향을 미치는지 연구하는 것은 매우 중요하다고 보고되고 있다(solomon, 1994). 그렇기 때문에 라이프스타일 변인을 사용하여 노인의 라이프스타일 유형을 세분화 하는 것은 유형별 특성을 파악하고 각 집단의 특성에 맞는 실버상품을 개발하고, 육성할 수 있다는 점에서 효과적인 접근법이 될 수 있다.

그러나 기존의 라이프스타일 관련 연구는 노인 사회복지 쪽의 연구는 많이 있으나 노인미용관련 연구는 미비한 편이다. 또한 외모 관련 연구는 주 대상이 젊은 층이거나 성인여성을 대상으로 화장품이나 신체 관련 체형 연구 등이 대부분의 연구임을 감안할 때 고령 사회의 진입을 앞둔 현재 노년층을 중심으로 라이프스타일에 따른 외모 관리연구가 실버산업의 기초자료로 사용될 수 있을 것이다.

2. 연구문제

본 연구는 노년층 여성들의 라이프스타일의 유형별로 외모관심도를 알아봄으로써 노년층 여성들을 라이프스타일에 따라 유형을 분류하고, 분류된 집단들의 외모관리 행동 특성을 분석하고자 한다. 또한 인구 통계적 변인에 따른 외모관리행동도 분석하고자 한다. 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1.

노인의 라이프스타일을 유형화 한다.

연구문제 2.

노인의 라이프스타일 유형에 따른 인구사회학적 특성을 살펴본다.

연구문제 3.

노인의 라이프스타일 유형에 따른 외모관심도와 신체만족도를 살펴본다.

연구문제 4.

노인의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리 행동의 차이를 살펴본다.

연구문제 5.

외모관리행동에 따른 외모관리비용의 차이를 살펴본다.

연구문제 6.

노인의 라이프스타일 유형에 따라 외모관리센터 이용의사를 살펴본다.

3. 연구의 제한점

본 연구는 다음과 같은 제한점을 갖는다.

첫째, 표집방법이 임의표집이다.

둘째, 조사 대상을 수도권의 65세 이상 남녀 노인층으로 제한 되었다.

II. 이론적 배경

1. 노인의 개념 및 일반적 특징

노인의 개념은 일반적으로 신체적, 정신적, 문화적, 사회적인 요인에 의해 규정 된다. 왜냐하면 노인에 대한 개념 정의는 시대 및 국가나 사회의 정치·경제·사회·문화적 배경, 그리고 개인의 신체 및 심리적 배경이 고려되어야 하기 때문이다.

L. B. Breen (1976)은 노인이란 ‘생리적 및 생물학적인 면에서 퇴화에 있는 사람, 심리적인 면에서 정신 기능과 성격이 변화하고 있는 사람, 그리고 사회적인 면에서 지위와 역할이 상실된 사람’으로 정의 하고 있다.

Erickson(1963)은 노년기를 자아통합 대 절망감의 단계로 보았다. 이 시기에 는 신체적 사회적 상실에 직면하는 때이다. 노년기 신체적 노화에 적응해야 하고, 배우자와 친구들의 죽음을 경험하며, 직장에서 은퇴하면서 수입의 상실 과 함께 사회에서 쓸모없는 인간이라는 심리적 갈등을 거치게 된다고 한다.

일반적으로 노인이란 생리적 및 신체적 기능의 퇴화와 더불어 심리적 변화 가 일어나서 개인의 자기유지 기능과 사회적 역할 기능이 약화되고 있는 사람 으로 정의되고 있다(송순영, 2006). 그러나 노인을 구분하는 확실한 기준이 없 기 때문에 학자마다 지역과 문화마다 노인 개념이나 노령선이 상이하다.

국제 노년 학회(International Association of Gerontology)에서 발표된 노인 의 정의는 “인간의 노령화 과정에서 나타나는 생리적, 심리적, 정서적, 환경적 및 행동의 변화가 상호 작용되는 복합 행태의 과정이다.” 라고 하였다. 노년기 의 연령 기준 또한 문화권에 따라 일정하지 않고, 동일한 문화권의 하위집단

에 따라서도 상이하다. 우리나라의 인구학적 고찰에서는 일반적으로 연령이 65세 이상 되는 인구를 노인으로 규정하고 있으며 U.N.의 세계노인회의(World Assembly on Aging , W.A.A.)는 60세 이상을 노인으로 규정하고 있다. 여기서 나이는 ‘역(曆)연령(Chronological Age)’이다.

‘역(曆)연령(Chronological Age)’은 달력상의 시간 경과에 따른 나이로써 이른바 ‘달력 나이(Calendar Age)’라 한다. 여러 측면의 편의성 때문에 가장 보편적으로 사용되고 있으며, 일반적으로 서구에서는 역연령을 65세로, 우리나라에서는 60세를 노인으로 간주한다. 그러나 이러한 규정은 노화의 개인 간의 차이뿐만 아니라 개인내의 차이를 무시한다는 단점이 지적된다(송순영, 2006).

본 연구에서 노인의 시작연령은 일반적으로 노인이라고 인정되는 연령, 본인 자신이 노인이 되어 감을 느끼는 연령, 노년의 일상생활에 장애를 주는 정도 등을 고려하였다. 이러한 관점에서, 우리나라 관습적으로 60세가 회갑(回甲)으로 되어 있고, 일반기업체, 일반 공무원, 교육공무원의 퇴직정년이 55세에서 65세로 되어 있으며, 한국 노인자신이 노인으로 느끼는 연령을 60 세로 생각하므로(김해운, 1978), 이러한 다양한 개념을 고려하여 “60세 이상의 연령을 가진 노인” 으로 규정하였다.

노년기에는 젊은 시절의 특징, 특히 장년기의 욕정이 지속되기도 하지만, 신체에 대한 민감한 반응과 시간전망의 변화 그리고 정신적 활동에 있어서의 내향적인 경향이 노년기에 더욱 뚜렷이 부각된다.

노년기는 물리적인 면에서 만족하더라도, 사회적, 심리적 만족을 원하고 있으며 사회나 집단에 소속하고 싶은 심리적 특징을 갖게 된다.

노인의 욕구 충족을 위해서는 노인에게 사회참여의 기회가 부여되어야 하며, 적극적이고 원만한 활동이 되기 위한 자아 지지 요소로서 외모의 중요성을 인식하지 않을 수 없다.

따라서 본 연구에서는 노인의 개인적인 차이를 무시하는 한계는 존재하지
만, 실질적 연구를 수행하는데 있어서는 가장 효과적일 것으로 보이는 역 연
령을 기준으로 우리나라에서 사회적인 인식과, 손자를 보는 시기일 것으로 추
정되며, 회갑을 기준으로 한 60세 이상을 노인의 연령으로 정의하고 이러한
노인들의 라이프스타일에 따른 외모관심도를 연구하고자 한다.

2. 고령 친화산업

우리나라에서는 실버 마케팅, 실버비즈니스, 노인산업이라는 용어도 쓰이고
있지만 2005년 고령화 및 미래사회위원회가 발족하면서 그동안의 실버산업을
고령친화산업으로 명명하였다(윤문무, 2006).

고령친화산업이란 ‘일정연령 이상의 노년기 소비자를 대상으로 하는 산업분
야로서 그들이 필요로 하는 제품이나 서비스를 주로 민간 차원에서 시장원리
에 따라 제공하는 산업’으로 정의할 수 있다(김숙웅 등, 2007).

대한상공회의소(2007)가 발표한 ‘국내 실버산업의 성장성 전망’ 연구보고서
에 따르면 2010년부터 2020년까지 10년 동안 고령친화산업의 성장률이 연평균
12.9%에 이를 것이며 같은 기간 기존의 산업 전체의 연평균 성장률은 4.7%에
머물 것으로 전망되나 고령친화부분은 요양(6.6%), 의료기기(12.1%), 정보
(25.1%), 여가(13.7%), 금융(12.9%), 주택(10.9%)등 기존 산업의 성장률을 뛰어
넘을 것으로 전망하고 있다.

고령친화산업의 성장 요인들은 수명연장으로 인한 고령인구의 증가, 노인의
경제력 향상으로 인해 소비의 직접적인 주체세력으로 부상하고 있으며, 산업
화, 핵가족화, 여성의 사회 참여 증가 등으로 가족이 노인을 간호 할 수 있는

기능이 약화되어 점차 외부서비스에 의존하는 경향이 강해지고 있는 요인을 들 수 있다(고민정 등, 2002).

과거 노인의 욕구는 단순했다. 몸이 불편하지 않으면 일했고 가족과 살면서 여생을 보냈다. 그러나 현재 노인들은 아프면 의료시설을 적극 이용하고 여가 활동을 즐기고 관광 상품을 구매한다. 또한 지속적인 자기개발을 위하여 노인 학교에 입학하여 새로운 지식과 정보를 습득하고 새로운 관계망을 형성해 나간다. 이는 다양한 상품 개발과 높아진 경제력 때문이기도 하지만 현대노인의 욕구가 그에 따라 다양해지고 질적으로도 요구수준이 높아졌기 때문이기도 하다. 이러한 성장요인에 힘입어 우리나라 실버산업의 시장규모 역시 급팽창해 2006년 10조원이던 시장규모가 2010년 31조원, 2020년 116조원에 달할 것이라는 전망이다(디지털타임즈, 2007). 이제 실버산업은 선택의 문제가 아니라, 필수적인 트렌드를 형성하게 된다. 산업이란 대폭적인 수요량의 증가에 의한 공급량의 증가에 의해 형성 되는 것이며, 대규모의 수요자와 공급자들의 경제적인 거래에 의하여 파급적인 효과를 가지게 될 때, 산업으로 자리매김 될 수 있을 것이다(박원근, 2007).

고령친화산업에서는 노인들의 이해와 노인을 위한 시설 및 제품연구와 생산과 노인서비스의 질적 향상이 요구된다. 이를 위해서는 관련된 산업이 활성화 되도록 정부의 정책적 지원과 산업관계자는 시장의 잠재력에 대한 투자가 요망된다.

3. 라이프스타일

라이프스타일은 전체 또는 사회의 일부분이 지니는 차별적이고 특징적인 생

활양식이며, 사람들이 살아가면서 금전과 시간을 소비하는 유형으로 정의된다. 이러한 라이프스타일은 개인의 소비행동에 영향을 미치며 또한 이에 영향을 받는다(김선희, 2003)라이프스타일이란 특정 사회, 특정 집단, 또는 개인이 지니고 있는 독특한 생활양식을 말한다. 좀 더 구체적으로 정의하면, 라이프스타일이란 사람들이 생활하는 방식, 그리고 시간과 돈을 사용하는 방식을 말한다.

McCarthy(1982)는 라이프스타일의 결정요인에 대하여 개인의 가족과 준거 집단, 사회계층, 문화의 영향을 받는다고 하였다. 그는 라이프스타일을 생활전체 또는 사회일부 계층의 차별적이고 특징적인 생활양식이며 생활양식에 있어서 환경적인 영향 즉 사회계층, 생활주기 및 가족을 강조하면서, 문화, 가치, 상징, 특히 제재와 같은 힘의 산물이라고 라이프스타일을 정의하였다.

라이프스타일 연구는 소비자의 행동뿐만 아니라 행동의 기저에 있는 태도나 가치관 등의 심리적 변인들을 근간으로 하고 있어서 마케팅 전략수립에 많이 사용되고 있다. 특히 마케팅 담당자에게 라이프스타일은 전략상 중요한 의미를 지니며 각각의 라이프스타일이 그 구성원의 생활양식이나 구매행동에 어떤 영향을 미치는지를 연구하는 것은 매우 중요하다고 보고되고 있다(Solomon, 1994).

1) AIO(activity ·interest ·opinion) 분석방법

AIO법은 소비자의 인간적인 측면이나 라이프스타일 일상의 행동(activities), 주변의 사물에 대한 관심(interest)및 사회적, 개인적 여러 문제에 대한 의견(opinion)이라는 세 가지의 차원에서 분석, 파악 하려는 방법을 말한다.

AIO 조사는 지극히 일반적인 문항을 사용하여 소비자의 일반적인 라이프스타일의 유형을 분석해 내기도 하고, 경우에 따라서는 특정제품이나 상표에 대한 구체적인 AIO 문항에 대해 특정적인 AIO 조사를 하기도 하는데, 특정적

AIO 조사는 소비자 행동 양식의 일반적 특성을 파악하려는 경우보다는 오히려 특정제품이나 상표에 대한 선호행동을 이해하고 예측하려는 경우에 더 유용하게 이용될 수 있다. 수십 혹은 수백 가지의 질문 문항으로 구성된 AIO 조사법은 문항을 리커트 척도로 제시한 후 요인분석법이나 교차분석법 등에 의해 분석된다.

또한 라이프스타일 분석에 인구통계학적 자료를 AIO, 항목 분석과 함께 사용한 연구의 선도자인 Plumer(1974)는 라이프스타일 분석에 포함되는 변수를 다음과 같이 기술하고 구체적인 내용을 <표1>과 같이 정리하였다.

표 1. 라이프스타일 요소(Factors of Life Style)

Activity	Interest	Opinion	Demographical Variance
Vocation	Family	Self	Age
Hobby	Home	Social Issue	Education Level
Social Issue	Work	Politic	Income Level
Leave	Society	Management	Family member
Fun	Recreation	Economy	Occupation
Club Activity	Fashion	Education	Form of Housing
Municipal Activity	Food	Future	Step of Life Style
Shopping	Mass Media	Culture	
Sports	Accomplishment		

Joseph T. Plummer(1974) “ The Concept and Application of Life Style segmentation.”
Journal of Marketing, 38, p 34.

이밖에도 라이프스타일을 측정하는 데 유용한 것으로 받아들여지는 측정 방법으로는 행동적 스타일 분석법(behavior lifestyle approach), 사회경향분석법(social trend approach), 생활스타일링 분석법(life styling approach), 심리도식적 접근(psychographic approach) 등이 있다.

이와 같이 노인층의 라이프스타일에 관한 선행 연구 유형으로는 서진교(2009)는 여성노인의 라이프스타일을 적극적 타인 지향형, 소극적 전통 지향형, 안정적 내적 지향형으로, 지병태등(2010)은 노인들의 라이프스타일을 사교형, 무기력형, 이상형, 소극형 으로 분류하였다. 이영숙등(2005)은 한국노인과 중국노인의 라이프스타일 비교연구에서 보수 안전형, 침체 무기력형, 현실긍정형, 현대 진보형으로, 장양례(2006)는 노인 여행자 시장의 라이프스타일 연구에서 참여활동 지향형, 웰빙 추구형, 독립 추구형, 환경 적응형으로 안혜임(2009)은 노인 소비자의 라이프스타일 유형을 전통지향성, 현시지향성, 실용지향성, 정적안주지향성으로 분류하였다. 외모관리 행동연구에서 박주현(2010)은 여성의 라이프스타일을 유행추구, 사교활동, 경제. 실용중시, 미적지향, 보수. 전통중시로 분류하였다.

4. 외모관심도

외모는 우리가 타인을 지각할 때 사용되는 단서로 얼굴, 화장, 헤어스타일, 몸매, 옷차림 등을 포함한 것으로 머리부터 발끝까지 전체적인 모습을 의미한다. 외모는 자기 개념 형성에 많은 영향을 주며, 대인관계의 중요한 역할을 한다. 특히, 첫인상은 인상 형성에 가장 기초적이며, 중요한 단서를 제공한다고 볼 수 있다.

외모관심도란 외모에 대한 매력을 위해 의복과 화장, 장신구 등 신체 장식에 대해 지속적인 흥미를 갖는 것을 의미한다(이명희 등, 1997). 또한 헤어, 피부, 화장, 성형, 체형, 의복 등을 이용하여 자신의 이미지를 변화시키고자 하는 것이다.

고애란(2000)은 중·고 대학생의 경우 외모를 가꾸고 수정하는 행동을 통하여 매력적으로 자신을 표현하고, 외모와 몸매관리에 대한 관심이 높은 사람은 자신의 신체를 돋보이려고 노력한다. 또한, 의복으로 사회적 인정을 받으려고, 날씬하고 예쁘게 보일 수 있는 옷을 착용한다고 하였다.

정지영, 신혜원(2006)의 남녀 고등학생의 경우 신체만족도와 외모관심도가 높은 집단이 외모관리행동을 더하는 것으로 나타났고, 박옥련, 박주현(2010)은 여성의 라이프스타일 집단에 따른 외모관심도연구에서 외모관심도가 높은 집단이 외모관리태도가 더 적극적으로 노력한다 하였다.

이와 같이 외모에 대한 관심은 좋은 외모가 경쟁력이라는 사회 분위기와 맥락을 같이 하며, 외모 관심이 높을수록 외모관리행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 외적 이미지가 좋은 사람이 취직도 잘되고 우대받는 현대 경쟁사회에서 우월한 조건을 가지려고 외모관심도는 높아지고 있다.

5. 신체만족도

신체 만족은 신체적 특징에 대해 스스로 어떻게 느끼는 석에 대한 주관적인 평가이다. 신체만족도(Physical Satisfaction)란 개인이 자신의 신체나 기능에 대하여 지니고 있는 느낌이나 태도이며, 신체가 나타내는 전체 또는 일부분과 관련된 만족, 불만족을 의미함으로 신체상(Body image)이 갖는 개념과 밀접하게 관련이 된다. 신체상은 사람이 신체에 대하여 갖는 감정이나 태도의 총체로서 신체만족도는 신체기능과 신체 외관에 대한 개인의 감정을 측정하는 것이다. 즉 자신의 사이즈, 몸무게, 신체의 형태, 동작, 행동과 태도 등에 따른 평가척도를 포함하는 개인행동에 대한 직접적인 느낌이라 할 수 있다(김순심 등, 1990).

Cash(1990)는 신체 전체 즉, 전신 그 자체보다 오히려 신체 각 부위에 대한 만족 정도를 다양하게 나타냄으로서 신체만족도는 신체이미지와 매우 밀접하게 관련된 개념으로 보았다.

서화숙과 송정아(2004)는 신체만족도는 신체의 기능에 대한 만족감 정도를 말하는 것으로 체중이 적게 나갈수록, 키는 클수록 신체만족도가 높다고 하였다.

이영희(1995)는 남·녀 대학생의 신체만족도를 연구한 결과 여성이 남성보다 더 신체적 만족도가 높은 것으로 나타났다.

강혜원과 김양진(1992)의 연구에서는 여학생이 남학생보다 신체만족도가 낮게 나타났다. 청소년들은 대체적으로 자신의 신체에 불만족을 하는데 여고생의 경우 특히 하체에 대한 불만족이 크다고 하였다.

남윤자와 정재은(1999)의 연구에서 신체만족도는 실제 측정치보다 각 부위의 크기에 대한 인식도와 상관이 높게 나타났는데, 이는 신체만족도는 실제 측정치보다는 각 부위의 크기에 대한 자신의 평가와 더 관련됨을 나타낸다. 즉 신체만족은 실제 체형보다는 인지체형에 더 영향을 받아 실제 자신의 신체적 상태에 의한 것이기 보다 심리적인 왜곡현상에 의한 것이라고 볼 수 있다.

이영운(1982)은 중년여성을 대상으로 신체만족도와 5가지 측면의 의복행동간의 연관성을 조사한 결과, 신체적 만족도와 의복만족도 및 의복이 잘 맞는 정도 사이에 유의한 정적 상관을 보여 자신의 신체에 만족할수록 의복에도 만족하고 자신의 의복이 몸에 잘 맞는다고 느낀다고 하였다.

6. 외모관리행동

Rudd N.A와 Lennon S.J (2000)는 사람들은 준거집단 내의 외모의 기준을 관찰하고 적합한 다이어트, 화장품 사용등의 외모관리로 매력을 증가 시키는

수단으로 사용하며 그 결과 자기존중감의 향상과 사회적 이점을 얻는 다고 했다. 즉, 외모관리행동이란 다른 사람들에게 자신의 모습을 보일 때 자신이 기대하는 대로 다른 사람에게 보여 질 수 있도록 하기 위해 다양한 도구, 즉 의복, 헤어스타일, 메이크업, 체중조절, 성형수술 등을 이용하여 외모를 관리하는 행동들을 말한다. 외모란 자신을 표현하는 주요한 요소이자 경쟁력으로 받아들여지고 있으며 외모 관리에 대한 노력은 자기 자신을 타인에게 적절하게 제시하기 위한 방법이 되고 있다. 그러므로 많은 현대인들은 끊임없이 변화하는 미의 기준 속에서 자신의 외모에 대한 태도와 현실을 지각하고 신체적, 정신적, 물리적으로 시간과 비용을 투자하여 결점이나 외모에 대한 콤플렉스를 극복하기 위해 다양한 외모관리행동을 지향하고 있다. 이러한 현상은 아름다운 외모가 경쟁력으로 인식되는 사회 현상을 반영하여 외모와 관련된 산업의 성장 가져왔으며, 외모 가꾸기가 일반화, 상품화되고 있다. 남녀노소를 막론하고 외모에 큰 관심을 가지고 노력과 투자를 아끼지 않고 있다. 외모관리는 현대인들에게 사회생활의 필수적인 요소로 인지되고 있으며 자기만족과 대인관계의 밀접한 관계가 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 즉, 노력을 통한 긍정적인 외모관리는 자아개념과 대인관계를 형성하는 데도 자기 스스로 긍정적인 자세를 갖게 해준다. 이러한 경향으로 인해 자신의 외모에 대한 욕구와 관심이 날이 갈수록 고조되고 있으며, 오늘날 이러한 관심은 남녀를 불문하고 건강하고 탄력 있는 피부, 아름다운 외모를 추구하고 싶어 한다(박주현, 2010).

외모관리에 대한 최근 연구결과를 살펴보면, 청소년들은 비교적 마른 체형을 이상적인 신체상으로 선호하였고 자신이 실제보다 뚱뚱하다고 왜곡하여 지각하는 경향을 보였으며, 실제로 청소년들은 물질주의 가치가 높을수록 성형관심, 체중관심, 머리손질관심, 화장관심이 모두 높았다(전용민, 2003). 대학생들을 대상으로 한 외모관리에 대한 연구결과는 대학생의 61.7%는 자신의 외

모에 대한 콤플렉스를 가지고 있으며, 86.9%는 외모관리를 위해 투자하고 있는 것으로 나타났다. 외모관리로는 운동과 패션투자, 다이어트, 피부미용 순으로 나타났다. 대학생들은 외모지상주의가 만연하고 있는 것에 대한 문제의식을 느끼면서도 취업이나 사회분위기상 외모에 관심이 매우 높은 것으로 나타났다(강영숙, 2007). 이시원(2004)에 의하면 외모가 타인에게 자신을 인식시키고 좋은 에너지로 받아들이게 하는 매개체 역할을 하는 것으로 인식함에 따라 과거에 비해 외모관리행동 노력이 커지고 남녀 구분 없이 외모 관리에 과감한 투자를 하고 있다고 하였다.

이경희(1991)는 생활수준의 향상으로 외모에 대한 관심이 많아짐에 따라 미용성형수술을 원하는 여성들이 증가하고 있다고 보고하였다. 미용성형수술 대상자들은 질병, 기형, 외상 등의 신체적 건강상의 문제를 갖지 않으나 신체 외모에 대한 불만과 자신의 신체에 적응하지 못하는 심리적인 문제를 가지고 있었으며 신체상에 대한 불만은 자신에 대한 불만과 연관되어 자기존중감에 영향을 미치게 된다고 주장했다. 박옥련등(2010)은 라이프스타일에 따라서 헤어관리, 화장관리, 피부관리, 성형관리, 의복관리의 외모관리태도에 유의한 차이가 나타났다. 고애란등(1997)은 청소년기 여학생들은 자신의 외모에 관심이 많을수록 체중 조절행동을 많이 한다고 하였다. 따라서 현대인들은 외모를 자신의 내면이나 능력을 표현하는 수단으로 인식하였으며, 요인에 따라 차이는 있지만, 체중조절, 미용성형, 화장, 피부 관리, 의복, 헤어관리 등 자신에게 맞는 다양한 외모관리행동을 수행하였고, 이는 사회적 이슈이자 사회문화적인 변화에 따라 과거에서부터 현재에 이르기까지 끊임없이 연구되어지고 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구의 모형

연구모형은 현상에 관련된 개념들 사이의 가정된 명제를 체계적으로 도해화하여 기존의 연구들의 흐름을 파악하고 새로운 가설을 도출하는데 이용되는 것으로서, 체계적으로 과학적인 연구 또는 설명을 위한 분석도구로서 이용되며, 기존의 문헌들을 고찰하여 (그림 1)과 같은 연구모형을 도출하였다.

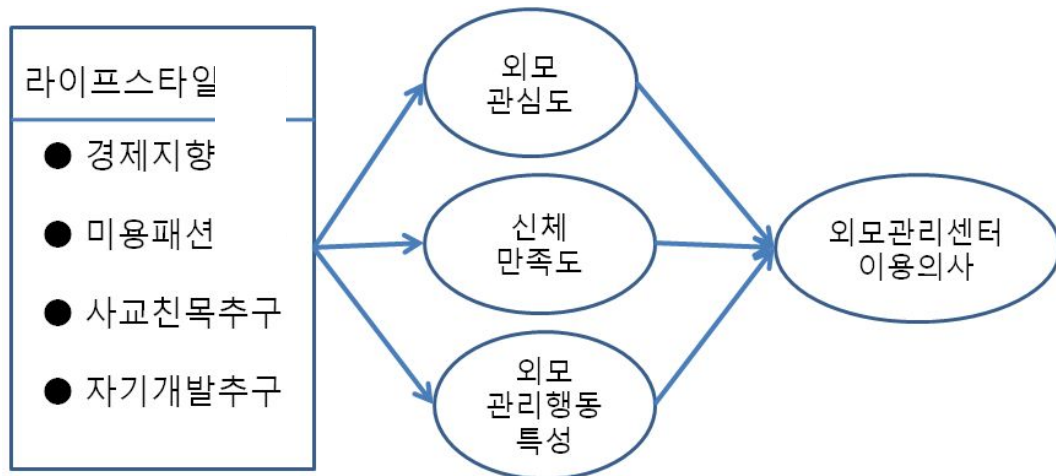


그림 1. 연구 분석 모형도

그림 1의 독립변수인 라이프스타일유형은 경제지향군집, 미용패션군집, 사교친목군집, 자기개발 군집의 4 가지 유형으로 분류하였으며, 매개변수는 외모관심도, 신체만족도, 외모관리행동특성으로 분류하였으며 종속변수는 외모관리센터 이용

의사로 하였다. 즉, 본 연구에서는 독립변수에 따른 매개변수의 차이를 알아보고 매개변수 외 관심도, 신체만족도, 외모관리 행동 특성이 종속변수인 외모관리센터 이용의사와 어떠한 차이가 발생하는지 알아보려고 하였다.

2. 설문지의 구성

본 장에서는 수도권에 살고 있는 노년의 라이프스타일의 유형별로 외모관심도를 알아봄으로써 노년들을 라이프스타일에 따라 유형을 분류하고, 분류된 집단들의 외모관리 행동 특성을 분석하고자 하였다. 본 연구를 충실히 수행하기 위하여 연구의 방향에 부합할 수 있는 연구모형을 설계하고, 선행연구를 바탕으로 변수를 조작적으로 정의하고, 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 라이프스타일 유형에 따라 외모관심도에 차이가 있을 것이다.

가설 2. 라이프스타일 유형에 따라 신체 만족도에 차이가 있을 것이다.

가설 3. 라이프스타일 유형은 외모관리 행동 특성에 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 외모관심도에 따라 외모관리센터 이용의사에 차이가 있을 것이다.

가설 5. 신체만족도에 따라 외모관리센터 이용의사에 차이가 있을 것이다.

가설 6. 외모관리 행동 특성에 따라 외모관리센터 이용의사에 차이가 있을 것이다.

설문지는 박주현(2010), 이유종(2010), 안혜임(2009), 김성연등(2010), 홍병숙, 조유현(2008)등 여러 선행연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 라이프스타일, 외모관심도, 외모관리내용등을 작성하였으며, 남녀 노인 20명을 선 설문지 조사해 예비통계를 실시하고 연구목적에 부합하는 문항을 수정 보완하여 완성하였다.

본 실증분석에 이용될 설문지의 구성은 다음과 같이 구성되었다. 먼저표지에 인사말과 함께 연구의 개괄적 내용을 알리고, 응답내용은 완전 익명 처리되어 연구목적으로만 활용됨을 강조한 후 설문지의 내용은 응답자의 부담을 최소화하기 위하여 각 요인별로 묶어서 배열하였으며 상대적으로 응답이 용이한 문항부터 먼저 배치하였다. 한편 설문지는 다척도 응답형, 다항식 선택형 등의 응답형식을 반영하여 설계하였다. 가설검증에 필요한 주요 변수들의 측정은 리커트(likert)척도를 사용하며, 응답자의 일반적인 사항들은 정보의 정확성을 높이기 위하여 선택식을 사용하였다. 질문문항은 인구통계학적 특성에 관한 질문이 13문항, 라이프스타일 31문항, 외모관심도 6문항, 신체만족도 5문항, 외모 관리행동 31문항(헤어 5문항, 피부5문항, 체형 5문항, 의복 6문항, 피부성형 5문항, 비용 5문항)과 기타(참고, 제약조건등) 4문항으로 총 90문항으로 구성되어 있다.

3. 연구대상 및 기간

본 연구대상자는 수도권에 살고 있는 60세 이상의 노인을 대상으로 하였으며, 총 500부의 설문지를 배포하여 수거된 405부 중 불성실 응답자 4부를 제외하고 성실하게 응답한 401부를 최종 분석 자료로 이용하였다. 설문 조사기간은 2011년 4월부터 6월까지 약 2달에 걸쳐 실시되었다.

4. 통계 분석

본 연구에서 통계분석은 사회과학분야 통계프로그램인 spss win 12.0 패키지를

이용하였으며, 분석방법은 조사자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석, 조사 자료의 신뢰성을 검증하기 위한 신뢰도 검증, 타당성을 검증하기 위한 요인분석, 라이프스타일 집단 분류를 위한 군집분석, 라이프스타일 집단과 인구 사회학적 요인에 따른 외모관리행동 차이검증을 위한 분산분석 등을 수행하였다. 그리고 라이프스타일유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교를 위해서는 카이스퀘어 검정을 실시하였으며, 라이프스타일 군집별로 외모관리센터 포함한 희망 프로그램의 차이여부를 위해서는 분산분석, 상관분석 등을 수행하였다. 수집된 자료의 통계적인 유의수준을 검정하기 위하여 유의수준은 $\alpha = .05$ 로 하였다. 수집된 조사자료는 설문지의 각 문항을 모두 점수로 환산하여 문항별 응답방법은 likert 5점척도를 사용하여, 전혀 그렇지 않다 1점, 보통이다 3점, 매우 그렇다 5점으로 응답하도록 구성하여 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 자료에 대한 일반적이고, 전체적인 경향을 알아보기 위하여 빈도분석, 백분율, 산술평균, 표준편차를 사용하였다.

둘째, 척도에 관한 신뢰성 검증은 크론바하 알파계수를 이용한 신뢰성 분석을 이용하였으며, 개념 타당성은 요인분석을 통하여 검증하였다.

셋째, 라이프스타일과 외모관심도, 신체만족도, 외모관리행동 요인과의 관계를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다.

넷째, 라이프스타일 및 인구사회학적 특성에 따라 외모관리행동이 어떠한 차이가 있는지를 알아보기 위하여 분산분석(one-way ANOVA)과 카이스퀘어 검정(χ^2 test)을 실시하여 집단 간의 차이를 검증하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 타당성 검증

연구가설을 검증하기 위해 앞서 분석에 이용될 변수들의 신뢰성 및 타당성에 대한 검정이 선행되어야 한다. 이형석(2006), 이훈영(2008)에 의하면 신뢰성이란 어떠한 개념을 측정하였을 경우, 일관성 있는 결과를 보이는 정도를 의미하며, 타당성은 측정도구가 측정하고자 하는 개념을 정확하게 측정했는가를 나타내는 정도이다. 이에 본 연구에서는 연구의 가설 검증에 이용될 각 변수의 신뢰성과 타당성 및 요인분석을 검증하기로 한다.

1) 타당도 분석

타당성이란 측정도구가 조사자가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 나타내는 개념으로 특정대상을 제대로 잘 측정한 정도를 의미하며, 개발된 측정도구가 해당속성을 정확히 반영하고 있는가와 관련이 있다.

타당성의 일반적인 평가방법은 첫째, 측정도구 자체가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 반영시켜주는 정도를 평가하는 내용타당성과 둘째, 측정도구가 측정하고자 하는 이론적 구성개념 혹은 특성을 제대로 측정하고 있는지를 평가하는 구성 개념 타당성과 셋째, 측정도구를 활용하여 얻어진 결과가 측정하고자 하는 내용을 정확히 예측해 주는지 여부를 평가하는 예측타당성과 넷째, 서로 다른 개념을 측정하였을 때 그 결과가 다르게 나타나는지를 평가하는 판별타당성 등 크게 네 가지로 분류하며, 사회과학분야에서는 일반적으로 요인분석을 실시함으로써 측정도구인 설문지의 구성개념 타당성을 검증한다.

2) 요인분석

요인분석은 다수 변수들 간의 상관관계를 분석하여 변수들의 바탕을 이루는 공통차원들을 통해 이 변수들을 설명하는 통계기법이다. 요인분석의 목적은 다수의 변수들을 정보손실을 최소화하면서 소수의 요인들로 축약하는 것이다. 요인분석의 기본원리는 항목들 간의 상관관계가 높은 것끼리 하나의 요인으로 묶어 각 요인들 간에 독립성을 유지하도록 한다. 따라서 요인들 사이에는 상관관계가 없으므로 각 요인들은 서로 상이한 개념이라고 할 수 있다. 요인분석에는 요인추출 방법은 주성분 분석(PCA: principle component analysis)과 공통요인분석(CFA: common factor analysis)을 이용하고 있어 본 연구에서는 가장 널리 이용되는 요인분석 모델로 주성분 분석을 이용하였다. 주성분 분석은 정보의 손실을 최소화하면서 보다 적은 수의 요인을 구하고자 할 때에 주로 이용되며 자료의 총 분산을 분석하며, 많은 변수들을 동질요인으로 묶어 변수를 축소, 단순화시키는 방법이다.

(1) 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석

라이프스타일 분류를 위한 개념 타당성 분석을 위해 주성분 분석, 직각 회전 방식의 요인 분석을 실시한 결과 고유값이 1이상인 요인이 6개가 형성되어 개념타당성이 입증되었고, 누적설명량이 67.764로 전체적인 설명량은 충분한 것으로 나타났다. 그러나 중복적재요인이 많아 추가로 중복적재요인을 제거하면서 요인분석을 반복 실시하였다.

표 2. 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석

	성분					
	1	2	3	4	5	6
자신을 표현하는 수단으로 패션을 중시한다	.775	.115	.082	.049	.178	.081
나는 아름다워지기 위한 노력에 적극적이다	.692	.064	.044	.134	-.027	-.037
패션에 관한 기사나 잡지를 즐겨 본다	.675	.038	.095	.067	.027	.027
나를 꾸미는데 들어가는 돈은 아깝지 않다	.608	-.04	.317	.062	.511	.177
작은 상품이라도 구입시 가격을 잘 살펴본다	.049	.844	-.018	.07	.076	.056
세일기간 할인매장을 이용하여 구입하는 편이다	.047	.765	.173	.046	.235	.006
나는 어떤 물건이든 계획성 있게 구입한다	.305	.629	.384	.111	-.321	.137
가족이 최고라고 생각해서 가족모임을 자주한다	.12	.26	.777	.057	.014	-.1
아무리 바빠도 나를 위해 시간을 투자한다	.293	-.097	.652	.168	.224	-.244
건강에 신경을 많이 쓰는 편이다	.033	.447	.544	.152	.154	.232
나는 사회 문제나 사회정책에 관심이 많고, 참여하는 것을 좋아한다	.239	.12	-.052	.851	-.083	-.074
계, 동창회, 노인회등 친목모임이 잦은 편이다	.141	-.05	.375	.722	.147	.238
평상시에도 지식습득을 위해 공부한다	.013	.261	.164	.619	.28	-.48
쾌활하고 친구들과 어울리는 것이 좋다	-.047	.085	.453	.48	.29	.285
비싼 제품은 그 만큼에 가치가 있다	.058	.174	.241	.088	.695	.169
나는 다른사람보다 새로운 상품을 먼저 구입해야 한다	.377	.14	-.09	.112	.576	-.374
남는 시간에 주로 TV시청을 한다	.128	.19	-.07	.059	.107	.824
고유값	4.717	1.823	1.558	1.276	1.135	1.011
설명량	13.796	12.752	12.159	11.677	9.115	8.265
누적설명량	13.796	26.548	38.707	5.384	59.499	67.764

(2) 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석 (최종)

라이프스타일 분류를 위한 개념 타당성 분석을 위해 주성분 분석, 직각 회전 방식의 요인 분석을 실시한 결과 고유값이 1이상인 요인이 4개가 형성되어 개념타당성이 입증되었고, 성분1의 설명량은 18.121, 성분2의 설명량은 17.107, 성분3의 설명량은 15.855, 성분4의 설명량은 13.614로 나타났다. 누적설명량이 64.698로 전체적인 설명량은 충분한 것으로 나타났다. 누적설명량도 높아졌으며 중복적재요인도 없어 요인분석을 종료하였다.

표 3. 라이프스타일 분류를 위한 요인 분석 (최종)

	성분			
	1	2	3	4
작은 상품이라도 구입시 가격을 잘 살펴본다	.834	.015	-.034	.153
세일기간 할인매장을 이용하여 구입하는 편이다	.775	.03	.203	.107
나는 어떤 물건이든 계획성 있게 구입한다	.694	.326	.19	-.006
자신을 표현하는 수단으로 패션을 중시한다	.139	.813	.081	.07
패션에 관한 기사나 잡지를 즐겨 본다	.053	.695	.111	.027
나는 아름다워지기 위한 노력에 적극적이다	.056	.69	.038	.144
아무리 바빠도 나를 위해 시간을 투자한다	-.1	.312	.784	.122
가족이 최고라고 생각해서 가족모임을 자주한다	.358	.061	.748	-.014
쾌활하고 친구들과 어울리는 것이 좋다	.162	-.039	.611	.337
나는 사회 문제나 사회정책에 관심이 많고, 참여하는 것을 좋아한다	.077	.224	.015	.842
평상시에도 지식습득을 위해 공부한다	.144	.031	.312	.774
고유값	3.313	1.48	1.296	1.029
설명량	18.121	17.107	15.855	13.614
누적설명량	18.121	35.228	51.084	64.698

라이프스타일분류를 다음과 같이 명명하였다.

제 1그룹: 작은 상품이라도 구입시 가격을 살펴보고, 세일기간 할인매장을 이
요하며 물건구입을 계획적으로 하는 그룹이어서 **경제지향** 라이프스타일로
명명하였다.

제 2그룹: 자신을 표현하는 수단으로 패션을 중시하고 패션에 관한 기사나 잡
지를 즐겨보며 아름다워지기 위한 노력에 적극적인 그룹이어서 **미용패션** 라
이프스타일이라고 명명하였다.

제 3그룹: 가족모임과 쾌활하고 친구들과 어울리는 것을 좋아하는 그룹이어서
사교친목 라이프스타일이라고 명명하였다.

제 4그룹: 사회문제나 사회정책에 관심이 많고 참여하는 것을 좋아하며 평상
시 지식습득을 위해 공부하는 그룹을 **자기개발** 라이프스타일이라고 명명하였
다.

(3) 외모에 관한 관심도 개념타당도

외모에 관한 관심정도 개념 타당성 분석을 위해 주성분 분석, 직각 회전 방식의 요인 분석을 실시한 결과 고유값이 1이상인 요인이 1개가 형성되어 개념 타당성이 입증되었고, 성분1의 설명량은 59.561로 나타났다.

표 4.외모에 관한 관심도 요인 분석

	성분
	1
나는 전체적 외모 생김새에 만족하는 편이다.	.889
얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 조화)	.854
체형(키, 몸무게, 상, 하체의 조화, 근육의 힘)	.736
피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소침착등)	.71
헤어(머리색, 머릿결, 머리모양)	.642
고유값	2.978
설명량	59.561
누적설명량	59.561

(4) 신체만족도 개념타당도

신체만족도 개념타당성 분석을 위해 주성분 분석, 직각 회전 방식의 요인 분석을 실시한 결과 고유값이 1이상인 요인이 1개가 형성되어 개념타당성이 입증되었고, 성분1의 설명량은 59.561로 나타났다.

표 5. 신체만족도 요인 분석

	성분
	1
나는 전체적 외모 생김새에 만족하는 편이다.	.889
얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 조화)	.854
체형(키, 몸무게, 상, 하체의 조화, 근육의 힘)	.736
피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소침착등)	.71
헤어(머리색, 머릿결, 머리모양)	.642
고유값	2.978
설명량	59.561
누적설명량	59.561

2. 신뢰성 검증

채서일(2005)은 신뢰성이란 유사한 측정도구 혹은 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복측정 했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말한다. 즉 신뢰성은 안전성, 일관성, 예측가능성, 정확성, 의존가능성 등으로 표현될 수 있는 개념이다.

신뢰도란 측정결과에 오차가 들어 있지 않은 정도를 말하는 것으로, 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정 할 경우에 결과가 비슷하게 나오는 것을 의미한다.

다항목 측정변수에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 항목분석이 이용된다. 항목 분석방법으로는 측정방식을 고려하여 재검사법(test-retest method), 내적일관성(cronbach's alpha test) 등이 있는데, 본 논문은 그 중에서 우수한 것으로 인정된 cronbach's alpha test를 이용했다.

크론바하 알파 값은 전체적으로 척도의 질을 평가하는 계수로 사용되는데, 알파 값이 낮다는 것은 항목의 표본들이 측정하고자 하는 개념을 제대로 반영하고 있지 못함을 나타내며, 일반적으로 사회과학 연구에서는 크론바하 알파계수에 대한 명확한 기준은 없으나 Nunnally(1978)는 사회과학연구에서는 0.5에서 0.6정도면 신뢰성이 적당한 것으로 판단하였다. 본 연구의 개념들의 신뢰도는 0.6 이상 이어서 척도의 신뢰성이 확보 되었다고 할 수 있다.

1) 라이프스타일 및 외모관심도, 신체만족도 개념 신뢰도

요인분석결과 형성된 4요인의 라이프스타일과 외모관심도, 신체만족도 요인에 대해 개념의 신뢰도를 분석하기 위해 크론바하 알파 테스트를 진행한 결과 신뢰도 계수가 경제지향 요인이 0.711, 미용패션 요인이 0.629, 사교친목 요인이 0.634, 자기개발 요인이 0.639, 외모관심도가 0.775, 신체만족도가 0.705로 나타났다. 신뢰도 계수 임계치가 Nurally가 언급한 신뢰도 한계 0.5~0.6을 넘어 개념의 신뢰도는 충분하다고 해석할 수 있다.

표 6. 라이프스타일 4요인의 개념신뢰도

	Cronbach의 알파	항목 수
경제지향 라이프스타일 요인	.711	3
미용패션지향 라이프스타일 요인	.629	3
사교친목지향 라이프스타일 요인	.634	3
자기개발추구 라이프스타일 요인	.639	2
외모관심도	.775	4
신체만족도	.705	2

2). 라이프스타일 요인, 외모관심도, 신체만족도 기술통계

라이프스타일 에 토대를 둔 외모 및 미용 행동 분석에 앞서 자료의 분포 구조를 살펴보기 위해 라이프스타일 4 요인, 외모관심도, 신체만족도 기술통계를 살펴보면 경제지향 요인이 3.426 ± 0.816 점, 미용패션 요인이 2.761 ± 0.786 점, 사교친목 요인이 3.454 ± 0.808 점, 자기개발 요인이 3.074 ± 0.892 점, 외모관심도가 3.092 ± 0.753 점, 신체만족도가 3.114 ± 0.582 점으로 나타났다.

표 7. 라이프스타일 요인, 외모관심도, 신체만족도 기술통계

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
경제지향 라이프스타일 요인	401	1	5	3.426	.816
미용패션 라이프스타일 요인	401	1	5	2.761	.786
사교친목 라이프스타일 요인	401	1	5	3.454	.808
자기개발 라이프스타일 요인	401	1	5	3.074	.892
외모관심도	401	1	5	3.092	.753
신체만족도	401	1	5	3.114	.582

3. 표본의 특성

표본의 인구사회학적 특성을 살펴보면 연세별로 60-65세 이하가 25.2%, 66-70세 이하가 36.2%, 71-75세 이하가 28.2%, 76세 이상이 10.5%로 나타났으며, 성별로 남자가 40.4%, 여자가 59.6%로 나타났으며, 부부동거 여부별로 같이 살고 있다가 74.1%, 혼자살고 있다가 25.9%로 나타났으며, 최종학력별로 무학이 7%, 초등학교가 16.7%, 중학교가 27.7%, 고등학교가 29.2%, 대학교 이상이 19.5%로 나타났으며, 경제생활 상태별로 매우 어렵다가 4.3%, 어려운 편이다가 11.6%, 보통이다가 66.7%, 여유 있는 편이다가 17.4%로 나타났으며, 한달 용돈별로 20만원 이하가 23.2%, 20-30만원 이하가 26.7%, 30-50만원 이하가 24.4%, 50-70만원 이하가 14%, 70-90만원 이하가 4.2%, 90만원 이상이 7.5%로 나타났으며, BMI별로 저체중(18.5 미만)이 1.5%, 정상체중(18.5 - 22.9)이 38.4%, 과체중(23.0 - 24.9)이 26.9%, 비만(25.0이상)이 33.2%로 나타났으며, 건강상태별로 매우 건강한 편이다가 3.2%, 대체로 건강한 편이다가 35.4%, 보통이다가 42.6%, 대체로 건강하지 못하다가 16.2%, 매우 건강하지 못하다가 2.5%로 나타났으며, 현재 가지고 있는 질병별로 고혈압이 32%, 당뇨가 22.2%, 관절염이 25.5%, 비만이 13.4%, 암이 1.6%, 고지혈증이 12.4%, 골다공증이 15.4%, 중풍이 1%, 심장병이 6.5%, 통풍이 1.6%, 기타가 17%로 나타났다.

표 8. 표본의 일반적 특성

		빈도	백분비
연세	60-65세 이하	101	25.2%
	66-70세 이하	145	36.2%
	71-75세 이하	113	28.2%
	76세 이상	42	10.5%
	합계	401	100.0%
성별	남자	162	40.4%
	여자	239	59.6%
	합계	401	100.0%
부부동거 여부	같이 살고 있다	297	74.1%
	혼자살고 있다	104	25.9%
	합계	401	100.0%
최종학력	무학	28	7.0%
	초등학교	67	16.7%
	중학교	111	27.7%
	고등학교	117	29.2%
	대학교 이상	78	19.5%
	합계	401	100.0%
경제생활 상태	매우 어렵다	3	4.3%
	어려운 편이다	8	11.6%
	보통이다	46	66.7%
	여유있는 편이다	12	17.4%
	합계	69	100.0%
한달 용돈	20만원 이하	93	23.2%
	20-30만원 이하	107	26.7%
	30-50만원 이하	98	24.4%
	50-70만원 이하	56	14.0%
	70-90만원 이하	17	4.2%
	90만원 이상	30	7.5%
	합계	401	100.0%

(Table continues)

BMI (구간화됨)	저체중(18.5 미만)	6	1.5%
	정상체중(18.5 - 22.9)	154	38.4%
	과체중(23.0 - 24.9)	108	26.9%
	비만(25.0이상)	133	33.2%
	합계	401	100.0%
건강상태	매우 건강한 편이다	13	3.2%
	대체로 건강한 편이다	142	35.4%
	보통이다	171	42.6%
	대체로 건강하지 못하다	65	16.2%
	매우 건강하지 못하다	10	2.5%
	합계	401	100.0%
현재 가지고 있는 질병(다중응답)	고혈압	98	32.0%
	당뇨	68	22.2%
	관절염	78	25.5%
	비만	41	13.4%
	암	5	1.6%
	고지혈증	38	12.4%
	콜다공증	47	15.4%
	중풍	3	1.0%
	심장병	20	6.5%
	통풍	5	1.6%
	기타	52	17.0%

4. 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용한 군집분석

라이프스타일 군집분석을 위하여 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용하여 군집분석을 실시한 결과 4개의 군집으로 분류되었으며, 제 1군은 자기개발추구군집(107사례), 제 2군은 경제지향군집(59사례), 제 3군은 미용패션군집(59사례), 제 4군은 사교친목군집(136사례)로 분류되었다.

라이프스타일 군집분석을 위하여 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용하여 군집분석을 실시한 결과에 대해 구성변인들이 변별력을 군집 분산분석을 통해 검증한 결과 연세, 성별, 부부동거 여부, 최종학력, 경제생활 상태, 한 달 용돈, BMI, 건강상태, 경제지향 요인, 미용패션 요인, 사교친목 요인, 자기개발 요인, 외모관심도, 신체만족도 등 모든 변인이 99.9% 신뢰수준에서 통계적으로 유의하게 나타나, 구성 변인이 모두 변별력이 있는 것으로 해석할 수 있다. ($p < .001$)

라이프스타일이란 사람들이 생활하는 방식, 그리고 시간과 돈을 사용하는 방식을 말하는데 본 연구에서는 질병을 제외한 질문에서 노인 모두 인구사회학적 특성에 따라 자기개발군, 경제지향군, 미용패션군, 사교친목군의 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 라이프스타일의 결정요인에 대하여 개인의 가족과 준거집단, 사회계층, 문화의 영향을 받는다고 하였다는 McCarthy(1982)의 내용과 일치하는 결과이다.

표 9. 인구사회학적 특성과 라이프스타일을 이용한 군집분석

	군집		오차		F	유의확률
	평균제곱	자유도	평균제곱	자유도		
연세	6.859	3	.852	397	8.046	.000***
성별	4.087	3	.212	397	19.249	.000***
부부동거 여부	5.101	3	.155	397	32.812	.000***
최종학력	90.589	3	.706	397	128.386	.000***
경제생활 상태	16.783	3	.335	397	50.062	.000***
한달 용돈	170.166	3	.833	397	204.306	.000***
BMI (구간화됨)	4.946	3	.739	397	6.691	.000***
건강상태	17.919	3	.574	397	31.192	.000***
경제지향라이프스타일요인	15.992	3	.55	397	29.057	.000***
미용패션라이프스타일요인	24.621	3	.436	397	56.433	.000***
사교친목라이프스타일요인	20.784	3	.501	397	41.455	.000***
자기개발라이프스타일요인	22.576	3	.631	397	35.8	.000***
외모관심도	16.055	3	.449	397	35.725	.000***
신체만족도	5.104	3	.303	397	16.865	.000***

*** : p<.001

5. 라이프스타일유형별 인구사회학적 특성 비교

4개로 나누어진 각 군의 인구사회학적 특징 분포를 알아보기 위해 교차분할 표 분석과 카이스퀘어 검증을 실시한 결과는 아래와 같다.

1) 연령

연세에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=25.326$, $p<.01$)

자기개발군의 경우 66-70세 이하가 30.8%, 71-75세 이하가 35.5%로 나타났으며, 경제지향군의 경우 66-70세 이하가 44.1%, 71-75세 이하가 20.3%로 나타났으며, 미용패션군의 경우 66-70세 이하가 39.4%, 71-75세 이하가 24.2%로, 사교친목군의 경우 66-70세 이하가 34.6%, 71-75세 이하가 28.7% 나타났다.

그룹 간 차이는 있으나 66-70세에서 높은 응답률을 보인 것을 60세부터 노인을 조사하였으나 늦은 퇴직과 자녀의 결혼 등으로 인해 자기 자신에게 투자하고 신경 쓸 수 있는 시간적 여유가 생기는 시기가 아닌가 생각된다. 또한 최근 의학기술의 발달로 노년기가 시작되는 시기가 늦춰지고 있어 70세 후반 현저하게 눈에 띄는 노화현상 때문에 외모에 대한 관심이 증가하는 것으로 추정할 수 있다.

2) 성별

성별에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=50.923$, $p<.001$)

자기개발군의 경우 남자가 15%, 여자가 85%로 나타났으며, 경제지향군의 경

우 남자가 52.5%, 여자가 47.5%로 나타났으며, 미용패션군의 경우 남자가 61.6%, 여자가 38.4%로 나타났으며, 사교친목군의 경우 남자가 39.7%, 여자가 60.3%로 나타났다.

자기개발 추구군 과 사교친목 추구군집의 경우 여성이 남성보다 비율이 높다. 이는 현대의 여성노인들이 자기개발에 대한 욕구와 사회적 활동을 즐기기를 좋아한다는 것을 알 수 있다. 또한 남자노인의 비율이 미용패션군에 더 높다는 것은 미용이 이제 여성의 점유물이 아님을 나타낸다. 이는 향후 미용 산업에서 남성노인의 시장성이 커진다는 것을 의미한다 하겠다.

이시원(2004)에 의하면 외모가 타인에게 자신을 인식시키고 좋은 에너지로 받아들이게 하는 매개체 역할을 하는 것으로 인식함에 따라 과거에 비해 외모관리행동 노력이 커지고 남녀 구분 없이 외모 관리에 과감한 투자를 하고 있다고 한 것과 유사한 결과이다.

3) 부부동거 여부

부부동거 여부에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=79.674$, $p<.001$)

자기개발군의 경우 혼자살고 있다가 57%로 나타났으며, 경제지향군의 경우 같이 살고 있다가 84.7%, 미용패션군의 경우 같이 살고 있다가 93.9%, 사교친목군의 경우 같이 살고 있다가 79.4%로 나타났다.

혼자 살고 있는 자기개발군은 배우자에게 신경 쓰는 시간을 자기발전을 위해 투자하며, 부부가 같이 사는 경우가 건강하다 인식하는 면이 자기개발군보다 높은 점은 노년건강에 부부가 해로하는 것이 긍정적 효과를 가져온다 볼 수 있겠다.

4) 최종학력

최종학력에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=241.231$, $p<.001$)

각 군에서 비율이 높은 학력은 자기개발군의 경우 무학이 25.2%, 초등학교가 45.8%, 중학교가 29%로 나타났으며, 경제지향군의 경우 무학이 중학교가 23.7%, 고등학교가 45.8%로, 미용패션군의 경우 고등학교가 32.3%, 대학교 이상이 42.4%로 나타났으며, 사교친목군의 경우 중학교가 33.1%, 고등학교가 42.6%로 나타났다.

자기 개발 군집의 경우 타 그룹보다 상대적으로 낮은 학력분포를 보이나 꾸준히 자기개발에 대한 노력이 있다는 것을 알 수 있다. 또한 미용에 관심이 있는 미용패션지향군집은 타 그룹 보다 상대적으로 높은 학력분포를 나타내고 있다. 이는 학력이 높을수록 신체 장식 및 의복관심도가 높다고 한 이명희, 이은실(1997)의 연구와 이은실, 안성아(2005) 교육의정도가 높을수록 건강상태가 좋으며 외모관리행동이 높다고 한 것과 유사한 결과이다.

5) 경제생활 상태

경제생활 상태에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=149.511$, $p<.001$)

미용패션군의 경우 어려운 편이다가 2%, 보통이다가 58.6%, 여유 있는 편이다가 36.4%, 매우 여유 있다가 3%로 나타났는데, 이는 상대적으로 삶의 여유가 있는 미용패션군이 외모관심도와 신체만족도가 타 그룹 보다 높게 나왔으며 그로인한 미용인식과 미용관리행동도 높게 나왔다.

6) 한 달 용돈

한 달 용돈에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=313.593$, $p<.001$)

자기개발군의 경우 20만원 이하가 51.4%, 경제지향군의 경우 50-70만원 이하가 47.5%, 미용패션군의 경우 30-50만원 이하가 39.4%, 50-70만원 이하가 27.3%로 나타났으며, 사교친목군의 경우 20-30만원 이하가 47.8%로 나타났다.

7) BMI

BMI에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=32.175$, $p<.001$)

자기개발군의 경우 정상체중(18.5 - 22.9)이 55.1%, 과체중(23.0 - 24.9)이 17.8%, 비만(25.0이상)이 24.3%로 나타났으며, 경제지향군의 경우 정상체중 23.7%, 과체중 22.0%, 비만 50.8%, 미용패션군의 경우 정상체중 32.3%, 과체중 31.3%, 비만36.4%, 사교친목군의 경우 정상체중 36%, 과체중이 33.1%, 비만이 30.1%로 나타났다.

노인의 경우 비만비율이 높게 나왔으며, 비만이 노년건강에 위험요소 이기에 노인 미용 산업에서는 비만관리 비율을 높여 나가야 할 것이다.

8) 건강상태

건강상태에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=88.257$, $p<.001$)

자기개발군의 경우 대체로 건강한 편이다가 15%, 보통이다가 49.5%로 나타났으며, 경제지향군의 경우 대체로 건강한 편이다가 33.9%, 보통이다가 44.1%, 미용패션군의 경우 대체로 건강한 편이다가 64.6%, 보통이다가 24.2%, 사교친

목군의 경우 대체로 건강한 편이다가 30.9%, 보통이다가 50%로 나타났다.

건강에 대한 자신감이 있는 미용패션군에서 외모관심도와 신체 만족도가 높게 나오는 것은 건강이 아름다움을 추구하는 것에 있어 기초가 된다는 것을 보여준다.

9) 질병

질병에 따라 라이프스타일 유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. ($\chi^2=63.739$, $p>.05$)

표10. 라이프스타일유형별 인구사회학적 특성

		라이프스타일 유형				빈도(%)
		자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	
전체		107(100)	59(100)	99(100)	136(100)	
연세	60-65세 이하	15(14)	17(28.8)	30(30.3)	39(28.7)	$\chi^2=25.326$ $p=.003^{**}$
	66-70세 이하	33(30.8)	26(44.1)	39(39.4)	47(34.6)	
	71-75세 이하	38(35.5)	12(20.3)	24(24.2)	39(28.7)	
	76세 이상	21(19.6)	4(6.8)	6(6.1)	11(8.1)	
성별	남자	16(15)	31(52.5)	61(61.6)	54(39.7)	$\chi^2=50.923$ $p=.000^{***}$
	여자	91(85)	28(47.5)	38(38.4)	82(60.3)	
부부동거	같이 살고 있다	46(43)	50(84.7)	93(93.9)	108(79.4)	$\chi^2=79.674$
여부	혼자 살고 있다	61(57)	9(15.3)	6(6.1)	28(20.6)	$p=.000^{***}$
최종학력	무학	27(25.2)	1(1.7)	0(0)	0(0)	$\chi^2=241.23$ 1 $p=.000^{***}$
	초등학교	49(45.8)	6(10.2)	4(4)	8(5.9)	
	중학교	31(29)	14(23.7)	21(21.2)	45(33.1)	
	고등학교	0(0)	27(45.8)	32(32.3)	58(42.6)	
	대학교 이상	0(0)	11(18.6)	42(42.4)	25(18.4)	
경제생활 상태	매우 어렵다	14(13.1)	0(0)	0(0)	0(0)	$\chi^2=149.51$ 1 $p=.000^{***}$
	어려운 편이다	32(29.9)	3(5.1)	2(2)	23(16.9)	
	보통이다	58(54.2)	41(69.5)	58(58.6)	110(80.9)	
	여유있는 편이다	3(2.8)	15(25.4)	36(36.4)	3(2.2)	
	매우 여유있다	0(0)	0(0)	3(3)	0(0)	

(Table continues)

한 달 용돈	20만원 이하	55(51.4)	0(0)	0(0)	38(27.9)	$\chi^2=313.59$ 3 p=.000***
	20-30만원 이하	37(34.6)	0(0)	5(5.1)	65(47.8)	
	30-50만원 이하	14(13.1)	12(20.3)	39(39.4)	33(24.3)	
	50-70만원 이하	1(0.9)	28(47.5)	27(27.3)	0(0)	
	70-90만원 이하	0(0)	6(10.2)	11(11.1)	0(0)	
	90만원 이상	0(0)	13(22)	17(17.2)	0(0)	
BMI (구간화됨)	저체중(18.5 미만)	3(2.8)	2(3.4)	0(0)	1(0.7)	$\chi^2=32.175$ p=.000***
	정상체중(18.5 - 22.9)	59(55.1)	14(23.7)	32(32.3)	49(36)	
	과체중(23.0 - 24.9)	19(17.8)	13(22)	31(31.3)	45(33.1)	
	비만(25.0이상)	26(24.3)	30(50.8)	36(36.4)	41(30.1)	
건강상태	매우 건강한 편이다	1(0.9)	0(0)	8(8.1)	4(2.9)	$\chi^2=88.257$ p=.000***
	대체로 건강한 편이다	16(15)	20(33.9)	64(64.6)	42(30.9)	
	보통이다	53(49.5)	26(44.1)	24(24.2)	68(50)	
	대체로 건강하지 못하다	31(29)	12(20.3)	3(3)	19(14)	
	매우 건강하지 못하다	6(5.6)	1(1.7)	0(0)	3(2.2)	
질병	고혈압	30(31.3)	16(38.1)	17(23.9)	35(36.1)	$\chi^2=63.739$ p=.000***
	당뇨	21(21.9)	7(16.7)	6(8.5)	12(12.4)	
	관절염	25(26)	1(2.4)	6(8.5)	18(18.6)	
	비만	7(7.3)	2(4.8)	9(12.7)	2(2.1)	
	암	0(0)	0(0)	0(0)	3(3.1)	
	고지혈증	0(0)	4(9.5)	11(15.5)	5(5.2)	
	골다공증	3(3.1)	4(9.5)	4(5.6)	4(4.1)	
	중풍	1(1)	0(0)	1(1.4)	0(0)	
	심장병	2(2.1)	1(2.4)	1(1.4)	3(3.1)	
	통풍	0(0)	0(0)	1(1.4)	1(1)	
	기타	7(7.3)	7(16.7)	15(21.1)	14(14.4)	

*** : p<0.001, ** : p<0.01

6. 라이프스타일유형별 외모관심도 비교

라이프스타일 군집별로 외모관심도에 차이가 있는지 여부를 분산분석에 의해 검증하였으며 그 결과는 아래와 같다.

1) “나는 평소에 외모에 관심이 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.4점, 경제지향군이 2.71점, 미용패션군이

3.58점, 사교친목군이 2.9점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=20.529, p<.001)

2) “나는 외모는 능력을 평가하는 조건 중에 하나라고 생각 한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.36점, 경제지향군이 2.59점, 미용패션군이 3.51점, 사교친목군이 2.74점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=22.169, p<.001)

3) “외모는 다른 사람에게 대접 받는 중요한 이유가 될 수 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.39점, 경제지향군이 2.93점, 미용패션군이 3.78점, 사교친목군이 3.13점으로 나타났다.

라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=13.943, p<.001)

4) “나는 차리고 나가지 않으면 무시나 차별을 받는다고 느낀다.”

질문의 평균에서 자기개발추구군집이 3.08점, 경제지향군집이 2.02점, 미용패션지향군집이 3.21점, 사교친목추구군집이 2.6점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=22.571, p<.001)

5) 외모관심도

외모관심도의 평균에서 자기개발군이 3.31점, 경제지향군이 2.56점, 미용패션군이 3.52점, 사교친목군이 2.84점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=35.725, p<.001)

따라서 미용과 패션에 관심이 높고, 자기를 개발하고 사회활동에 관심이 큰 그룹일수록 외모관심도가 높다는 것을 알 수 있다.

정희용(1987) Ryan(1966) 은 사회 활동이 많고 자아를 긍정적으로 지각하는 노인일수록 외모에 대한 관심도가 높았다고 하였고, 문혜경, 유태순(2003), 박미애(1987), 이원진(2003), 정희용(1987)에 따르면 노년여성들이 사회적 활동이 많을수록 외모관심도가 화장 등의 관리행동을 통해 사회적 관계의 적극성을 증대한다고 한 것과 유사한 결과를 가진다.

표 11. 라이프스타일유형별 외모관심도 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 평소에 외모에 관심이 있다.	3.40±.90 ^a	2.71±.85 ^a	3.58±.76 ^b	2.90±.86 ^b	20529	.000***
나는 외모는 능력을 평가하는 조건 중에 하나라고 생각 한다.	3.36±.92 ^b	2.59±.99 ^a	3.51±.89 ^b	2.74±.93 ^a	22169	.000***
외모는 다른 사람에게 대접 받는 중요한 이유가 될 수 있다.	3.39±.98 ^b	2.93±1.03 ^a	3.78±.78 ^c	3.13±.91 ^{ab}	13943	.001**
나는 차리고 나가지 않으면 무시나 차별을 받는다고 느낀다.	3.08±.99 ^c	2.02±.90 ^a	3.21±1.05 ^c	2.60±1.00 ^b	22571	.055
외모관심도	3.31±.69 ^b	2.56±.67 ^a	3.52±.67 ^b	2.84±.65 ^a	35725	.000***

*** : p<.001

Means with same letter in the same row are not significantly different.

7. 라이프스타일유형별 신체만족도

라이프스타일 군집별로 신체만족도에 차이가 있는지 여부를 분산분석(one-way ANOVA)에 의해 검증하였으며 그 결과는 아래와 같다.

1) 전체적 외모

질문의 평균에서 자기개발군이 3.4점, 경제지향군이 2.85점, 미용패션군이 3.46점, 사교친목추진이 3.03점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=14.356, p<.001)

2) 얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 조화)

질문의 평균에서 자기개발군이 3.19점, 경제지향군이 2.9점, 미용패션군이 3.53점, 사교친목군이 3.09점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=13.558, p<.001)

3) 헤어(머리색, 머릿결, 머리모양)

질문의 평균에서 자기개발군이 3.19점, 경제지향군이 3점, 미용패션군이 3.4점, 사교친목군이 2.85점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=12.561, p<.001)

4) 피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소 침착등)

질문의 평균에서 자기개발군이 3.03점, 경제지향군이 3점, 미용패션군이 3.36점, 사교친목군이 2.96점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.924, p<.01)

5) 체형(키, 몸피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소 침착등)의 경우 라이프스타일유형에 따라 무게, 상, 하체의 조화, 근육의 힘)

질문의 평균에서 자기개발군이 3.03점, 경제지향군이 2.75점, 미용패션군이 3.29점, 사교친목군이 2.84점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는

통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=7.126$, $p<.001$)

6) 신체만족도

신체만족도의 평균에서 자기개발군이 3.17점, 경제지향군이 2.90점, 미용패션군이 3.41점, 사교친목군이 2.95점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=16.865$, $p<.001$)

신체만족도와 외모관심도가 비례하여 나타났다. 외모관심도가 높은 그룹은 신체만족도가 높았고 외모관심도가 낮은 그룹은 신체만족도 또한 낮았다.

이는 외모관심정도가 높을수록 신체의 미적요구 수준이 높아지고 이상적 외모를 가꾸기 위한 노력을 통해 (외모관리행동) 신체만족도를 높인다고 설명할 수 있겠다.

박주현(2010)은 신체만족도가 높은 집단에서는 피부관리, 의복스타일이 높게 나타난다 했고, 60세 이상 여성의 외모관심도를 연구한 이은실, 안승아 (2005)는 신체가 건강한 노인이 외모에 대한 관심이 높고 화장과 장식 행동을 더 많이 한다고 한 것과 유사한 결과라 할 수 있겠다.

표 12. 라이프스타일유형별 신체만족도 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 전체적 외모						
생김새에 만족하는 편이다	3.40±.85 ^b	2.85±.78 ^a	3.46±.68 ^b	3.03±.62 ^a	14.356	.000***
얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 조화)	3.19±.78 ^b	2.90±.71 ^a	3.53±.63 ^c	3.09±.54 ^{ab}	13.558	.000***
헤어(머리색, 머릿결, 머리모양)	3.19±.75 ^{bc}	3.00±.72 ^{ab}	3.40±.68 ^c	2.85±.71 ^a	12.561	.000***
피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소침착등)	3.03±.86 ^a	3.00±.74 ^a	3.36±.81 ^b	2.96±.69 ^a	5.924	.001**
체형(키, 몸무게, 상, 하체의 조화, 근육의 힘)	3.03±.97 ^{ab}	2.75±.86 ^a	3.29±.82 ^b	2.84±.80 ^a	7.126	.000***
신체만족도	3.17±.62 ^b	2.90±.59 ^a	3.41±.52 ^c	2.95±.50 ^{ab}	16.865	.000***

*** : p<.001, ** : p<.01

Means with same letter in the same row are not significantly different.

8. 라이프스타일유형별 외모관리 행동 비교

라이프스타일 군집별로 외모관리 행동에 차이가 있는지 여부를 분산분석에 의해 검증하였으며 그 결과는 아래와 같다.

1) 라이프스타일 4유형의 헤어 관리행동 차이 비교

(1) 외모관리행동(헤어)“나는 머리가 지저분해 보이지 않도록 자주 다듬는다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.36점, 경제지향군이 3.02점, 미용패션군이 3.88점, 사교친목군이 3.33점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=12.584, p<.001$)

(2) 외모관리행동(헤어)“나는 머리염색, 커트, 퍼머 등 머리모양에 신경을 많이 쓴다.”

질문의 평균에서 자기개발추구군집이 3.35점, 경제지향군집이 2.83점, 미용패션지향군집이 3.74점, 사교친목추구군집이 3.18점으로 나타났다. 라이프스타일 유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=12.546, p<.001$)

(3) 외모관리행동(헤어) “나는 머리에 영양제, 무스, 헤어젤 등을 바른다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.61점, 경제지향군이 2.41점, 미용패션군이 2.98점, 사교친목군이 2.35점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=6.623, p<.001$)

(4) 외모관리행동(헤어) “나는 정기적으로 헤어샵을 이용한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.67점, 경제지향군이 2.32점, 미용패션군이 2.67점, 사교친목군이 2.55점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는

통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=1.528, p>.05)

(5) 외모관리행동(헤어) “나는 두피관리를 받는다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.09점, 경제지향군이 1.61점, 미용패션군이 1.88점, 사교친목군이 1.61점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.743, p<.01)

표 13. 라이프스타일유형별 외모관리 행동(헤어) 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 머리가 지저분해 보이지 않도록 자주 다듬는다. 나는 머리염색, 커트, 퍼머등 머리모양에 신경을 많이 쓴다. 나는 머리에 영양제, 무스, 헤어젤등을 바른다. 나는 정기적으로 헤어샵을 이용한다. 나는 두피관리를 받는다.	3.36±1.04 ^a	3.02±1.01 ^a	3.88±.79 ^b	3.33±.86 ^a	12.584	.000***
	3.35±1.21 ^{bc}	2.83±.99 ^a	3.74±.71 ^c	3.18±.85 ^{ab}	12.546	.000***
	2.61±1.14 ^{ab}	2.41±1.02 ^a	2.98±1.20 ^b	2.35±1.10 ^a	6.623	.000***
	2.67±1.15	2.32±1.07	2.67±1.11	2.55±1.11	1.528	.207
	2.09±1.15 ^b	1.61±.83 ^a	1.88±1.09 ^a	1.61±.83 ^a	5.743	.001**

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

2) 라이프스타일 4유형의 피부 관리행동 차이 비교

(1) 외모관리행동(피부) “나는 피부 관리를 받기위해 피부 관리실이나 병원에 다닌 적이 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2점, 경제지향군이 1.75점, 미용패션군이 1.91점, 사교친목군이 1.53점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.952, p<.01)

(2) 외모관리행동(피부) “나는 피부미용을 위해 화장품에 신경을 많이 쓴다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.6점, 경제지향군이 2.05점, 미용패션군이 2.9점, 사교친목군이 2.16점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=13.417, p<.001)

(3) 외모관리행동(피부) “나는 집에서 마사지나 팩을 하는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.57점, 경제지향군이 1.61점, 미용패션군이 2.28점, 사교친목군이 1.86점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=13.326, p<.001)

(4) 외모관리행동(피부) “나는 고가의 화장품 구매를 하는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.23점, 경제지향군이 1.69점, 미용패션군이 2.37점, 사교친목군이 1.77점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=9.463, p<.001)

(5) 외모관리행동(피부) “나는 과일등 피부에 좋은 음식을 섭취하는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.28점, 경제지향군이 2.53점, 미용패션군이 3.29점, 사교친목군이 2.71점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=10.485, p<.001)

표 14. 라이프스타일유형별 외모관리 행동(피부) 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 피부관리를 받기 위해 피부관리실이나 병원에 다닌 적이 있다.	2.00±1.02 ^b	1.75±.98 ^{ab}	1.91±.92 ^{ab}	1.53±.84 ^a	5.952	.001**
나는 피부미용을 위해 화장품에 신경을 많이 쓴다.	2.60±1.09 ^b	2.05±1.12 ^a	2.90±1.03 ^b	2.16±.95 ^a	13.417	.000***
나는 집에서 마사지나 팩을 하는 편이다.	2.57±1.28 ^c	1.61±.91 ^a	2.28±1.08 ^{bc}	1.86±1.05 ^{ab}	13.326	.000***
나는 고가의 화장품 구매를 하는 편이다.	2.23±1.17 ^b	1.69±.79 ^a	2.37±1.19 ^b	1.77±.96 ^a	9.463	.000***
나는 과일등 피부에 좋은 음식을 섭취하는 편이다.	3.28±1.29 ^b	2.53±.97 ^a	3.29±1.23 ^b	2.71±1.04 ^a	10.485	.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.0

Means with same letter in the same row are not significantly different.

3) 라이프스타일 4유형의 체형 관리행동 차이 비교

(1) 외모관리행동(체형) “나는 몸무게를 자주 체크한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.34점, 경제지향군이 2.68점, 미용패션군이 3.68점, 사교친목군이 3.15점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=11.694, p<.001)

2) 외모관리행동(체형) “나는 몸매 관리를 위해 정기적 운동을 한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.3점, 경제지향군이 2.92점, 미용패션군이 3.51점, 사교친목군이 2.81점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=8.164, p<.001)

3) 외모관리행동(체형) “나는 몸매 관리를 위해 다이어트를 해본 적이 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.39점, 경제지향군이 2.05점, 미용패션군이 2.76점, 사교친목군이 2.1점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=6.676, p<.001)

4) 외모관리행동(체형) “나는 체형관리실이나 병원에 다니고 싶다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.39점, 경제지향군이 1.75점, 미용패션군이 2.33점, 사교친목군이 1.85점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=6.939, p<.001)

5) 외모관리행동(체형) “나는 스포츠 센터 등에 다니고 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.48점, 경제지향군이 2.19점, 미용패션군이 2.78점, 사교친목군이 2.18점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=4.629, p<.01)

표 15. 라이프스타일유형별 외모관리 행동(체형) 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 몸무게를 자주 체크한다.	3.34±1.16 ^{bc}	2.68±1.09 ^a	3.68±.98 ^c	3.15±1.03 ^b	11.694	.000***
나는 몸매 관리를 위해 정기적 운동을 한다.	3.30±1.28 ^{bc}	2.92±.95 ^{ab}	3.51±1.11 ^c	2.81±1.22 ^a	8.164	.000***
나는 몸매 관리를 위해 다이어트를 해본적이 있다.	2.39±1.23 ^{ab}	2.05±1.22 ^a	2.76±1.26 ^b	2.10±1.22 ^a	6.676	.000***
나는 체형관리실이나 병원에 다니고 싶다.	2.39±1.43 ^c	1.75±1.01 ^a	2.33±1.23 ^{bc}	1.85±1.10 ^{ab}	6.939	.000***
나는 스포츠 센터등에 다니고 있다.	2.48±1.25 ^{ab}	2.19±1.27 ^a	2.78±1.46 ^b	2.18±1.29 ^a	4.629	.003**

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

4) 라이프스타일 4유형의 의복 관리행동 차이 비교

(1) 외모관리행동(의복) “나는 옷차림에 신경을 쓰는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.23점, 경제지향군이 2.73점, 미용패션군이 3.7점, 사교친목군이 2.83점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=17.853, p<.001)

(2) 외모관리행동(의복) “나는 패션소품의 역할이 중요하다고 생각한다.” (모자, 가방, 구두, 액세서리등)

질문의 평균에서 자기개발군이 2.97점, 경제지향군이 2.54점, 미용패션군이 3.41점, 사교친목군이 2.74점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=9.663, p<.001)

(3) 외모관리행동(의복) “나는 최신 의상 한 두 벌은 있다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3점, 경제지향군이 2.68점, 미용패션군이 3.18점, 사교친목군이 2.56점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=6.802, p<.001)

(4) 외모관리행동(의복) “나는 내가 가장 예뻐 보이는 옷을 사려고 노력한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.28점, 경제지향군이 2.8점, 미용패션군이 3.33점, 사교친목군이 2.7점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=8.483, p<.001)

(5) 외모관리행동(의복) “나는 속옷에도 신경을 쓰는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.9점, 경제지향군이 2.66점, 미용패션군이 3.22점, 사교친목군이 2.68점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.997, p<.01)

(6) 외모관리행동(의복) “나는 예쁜 옷보다 편한 옷이 좋다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 3.5점, 경제지향군이 3.37점, 미용패션군이 3.57점, 사교친목군이 3.39점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=0.773, p>.05)

표 16 . 라이프스타일유형별 외모관리 행동(의복) 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 옷차림에 신경을 쓰는 편이다.	3.23±1.16 ^b	2.73±.94 ^a	3.70±.81 ^c	2.83±1.04 ^{ab}	17.853	.000***
나는 패션소품의 역할이 중요하다고 생각한다. (모자, 가방, 구두, 액세서리등)	2.97±1.19 ^{ab}	2.54±1.13 ^a	3.41±1.13 ^b	2.74±1.10 ^a	9.663	.000***
나는 최신 의상 한 두벌은 있다.	3.00±1.15 ^b	2.68±.99 ^a	3.18±1.16 ^b	2.56±1.19 ^a	6.802	.000***
나는 내가 가장 예뻐보이는 옷을 사려고 노력한다.	3.28±1.12 ^b	2.80±1.16 ^a	3.33±1.08 ^b	2.70±1.23 ^a	8.483	.000***
나는 속옷에도 신경을 쓰는 편이다.	2.90±1.13 ^{ab}	2.66±1.14 ^a	3.22±.99 ^b	2.68±1.00 ^a	5.997	.001**
나는 예쁜 옷보다 편한 옷이 좋다.	3.50±1.18	3.37±.83	3.57±.96	3.39±1.02	.773	.509

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

5) 라이프스타일 4유형의 미용성형 관리행동 차이 비교

(1) 외모관리행동(미용성형) “나는 더 나은 외모를 위해 성형수술도 생각해 본다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.38점, 경제지향군이 1.71점, 미용패션군이 2.18점, 사교친목군이 1.85점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=6.263, p<.001)

(2) 외모관리행동(미용성형) “미용 성형을 위해 병원에 가는 것에 긍정적이다.(쌍꺼풀, 보톡스등)”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.52점, 경제지향군이 1.83점, 미용패션군이 2.39점, 사교친목군이 1.89점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=8.461, p<.001)

(3) 외모관리행동(미용성형) “나는 레이저 시술로 검버섯, 주름 등을 없애거나 없앨 계획이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.58점, 경제지향군이 1.92점, 미용패션군이 2.57점, 사교친목군이 2.13점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.148, p<.01)

(4) 외모관리행동(미용성형) “나는 눈썹문신도 좋다고 생각한다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.42점, 경제지향군이 2.14점, 미용패션군이 2.29점, 사교친목군이 2점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=2.671, p<.05)

(5) 외모관리행동(미용성형) “내가 미용성형을 했다면 주변에 적극적으로 알리는 편이다.”

질문의 평균에서 자기개발군이 2.45점, 경제지향군이 2.02점, 미용패션군이

2.16점, 사교친목군이 1.81점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=6.274, p<.001)

표 17. 라이프스타일유형별 외모관리 행동(미용성형) 비교

	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
나는 더 나은 외모를 위해 성형수술도 생각해 본다.	2.38±1.30 ^b	1.71±.97 ^a	2.18±1.22 ^{ab}	1.85±1.13 ^a	6.263	.000***
미용 성형을 위해 병원에 가는 것에 긍정적이다.(쌍꺼풀, 보톡스등)	2.52±1.40 ^b	1.83±.95 ^a	2.39±1.18 ^b	1.89±1.11 ^a	8.461	.000***
나는 레이저 시술로 검버섯, 주름등을 없애거나 없앨 계획이다.	2.58±1.51 ^b	1.92±.93 ^a	2.57±1.38 ^b	2.13±1.34 ^{ab}	5.148	.002**
나는 눈썹문신도 좋다고 생각한다.	2.42±1.23 ^b	2.14±1.04 ^{ab}	2.29±1.26 ^{ab}	2.00±1.22 ^a	2.671	.047*
내가 미용성형을 했다면 주변에 적극적으로 알리는 편이다.	2.45±1.23 ^b	2.02±1.25 ^{ab}	2.16±1.21 ^{ab}	1.81±1.02 ^a	6.274	.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

결과적으로 외모관심도와 신체만족도가 높게 나타나는 두 그룹 미용패션지향 군집과 자기개발군집에서 헤어, 피부, 체형, 의복, 미용 성형을 통해 외모를 더 나아지도록 노력하는 것이 가장 높다는 것을 알 수 있다. 김윤등(2008)은 신체만족도는 외모관리행동과 정적으로 유의한 관계가 있다 하였다.

이현옥, 구양순(2009)은 외모에 대한 관심이 많은 여대생일수록 이상적인 외모를 유지하기 위해 다양한 외모관리행동의 경험이 많다고 하였다.

최성주등(2000)의 외모관리행동에 관한연구에서 다른 사람과 외모를 비교

하고 다른 사람보다 외모가 더 나아지게 하기위해 노력한다 하였고, 이경희(1991)는 생활수준의 향상으로 외모에 관심이 많아짐에 따라 미용성형수술을 원하는 여성들이 증가한다 하였다. 홍병숙, 조유현(2006)은 중 노년의 여성의 외모관심도가 높을수록 외모관리에 적극적이며 피부 관리에 관심이 많을수록 화장품브랜드에 충성도가 높다고 하였다. 황윤정등(2003)은 외모관심도가 높을수록 미용성형행동이 높고, 신체만족도가 높으면 직접적인 변형(미용성형행동)은 낮으나 간접적 도구(화장)를 이용한 표현 변화에 관심이 높다 하였다.

신주동등(2008)은 중요시하는 신체 이미지와 성형수술, 향수사용, 헤어 염색, 화장 등의 외모관리행동은 관련성이 있어 외모에 대한 관심이 많고 신체 자신감이 높은 여대생일수록 외모관리 행동을 한다고 하였다.

문혜경등(2003)은 외모관심도가 높은 집단이 낮은 집단보다 유행성과 흥미성을 더욱 추구하는 것으로 나타났으며 외모관심도가 낮은 집단보다 화장도가 높았다.

이승자등(2011)은 여성의 외모관심도가 높을수록 피부관리행동에 적극적이라 하였고, 정지영등(2006)은 남녀 고등학생의 신체만족도와 외모관심도가 높은 집단은 모든 외모관리 행동을 적극적으로 한다고 하였다. 박주현(2010)는 외모관심이 높을수록 외모 관리행동을 더 많이 한다고 하였고, 라이프스타일에 따라서도 헤어, 화장, 피부, 성형, 의복관리태도에 유의한 차이를 나타 낸 것과 그 결과가 비슷하다. 송지영, 이난희, 이유미(2009)에 따르면 외모관리행동중 피부관리 행동은 신체만족도에 긍정적 영향을 미쳐 만족감이 높아진다고 하였다.

9. 라이프스타일유형별 외모관리비용 비교

(1) 외모관리비용(헤어관리)

외모관리비용(헤어관리)의 평균에서 자기개발군이 5.61점, 경제지향군이 6.57점, 미용패션군이 6.41점, 사교친목군이 5.59점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=3.885, $p<.01$)

(2) 외모관리비용(피부관리)

외모관리비용(피부관리)의 평균에서 자기개발군이 5.93점, 경제지향군이 6.53점, 미용패션군이 6.46점, 사교친목군이 5.42점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=3.781, $p<.05$)

(3) 외모관리비용(체형관리)

외모관리비용(체형관리)의 평균에서 자기개발군이 5.58점, 경제지향군이 6.14점, 미용패션군이 7.05점, 사교친목군이 5.66점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=5.334, $p<.01$)

(4) 외모관리비용(의복구입)

외모관리비용(의복구입)의 평균에서 자기개발군이 7.43점, 경제지향군이 8.77점, 미용패션군이 10.86점, 사교친목군이 7.56점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=13.144, $p<.001$)

(5) 외모관리비용(미용성형)

외모관리비용(미용성형)의 평균에서 자기개발군이 5.49점, 경제지향군이 6.4

점, 미용패션군이 7.02점, 사교친목군이 5.83점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=4.63$, $p<.01$)

(6) 외모관리비용(전체)

외모관리비용(전체)의 평균에서 자기개발군이 30.05점, 경제지향군이 34.41점, 미용패션군이 37.8점, 사교친목군이 30.06점으로 나타났다. 라이프스타일유형에 따라 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($F=10.306$, $p<.001$)

외모관리비용은 제일 많이 쓰는 그룹은 미용패션지향군집이며 외모관심도와 외모관리행동이 높은 그룹일수록 외모관리비용 또한 높다고 할 수 있겠다. 김선희(2003)는 외모관심도, 신체만족도, 외모관리행동은 모두 상류층 집단에서 높게 나타나 경제적 여유가 많고 사회적 지위가 높은 집단이 적극적인 외모관리행동을 함으로써 신체만족도가 높다고 하였다. 강남순(2011)은 대학생의 신체만족도는 전반적인 외모관리행동에 정(+)적인 영향을 미치고 미용소비행동에도 정(+)적인 영향을 미친다고 하였다. 박수진, 박길순(2008)은 경제적인 능력을 갖춘 젊은 남성들이 외모관리에 관심이 많다고 하였다.

그러나, 두 번째로 외모관리비용이 높게 나온 경제지향그룹인 경우 상대적으로 낮은 외모관심도와 신체만족도를 나타냈으나 다른 군집과 비교하여 상대적으로 안정된 경제기반을 가지고 있었다. 이는 외모관심도와 신체만족도가 낮다하여 외모를 가꾸는 비용 또한 낮지 않음을 의미하며 경제지향군집은 꼭 써야 할 외모관리비용은 지출하는 그룹이라 설명 할 수 있겠다. 이는 노인 미용 시장 마케팅 시 외모관심도와 신체만족도가 높은 그룹에만 맞출 것이 아니라 실질적 경제력이 있는 그룹을 위한 미용 상품 개발의 필요성을 보여준다 하겠다. 각 그룹별 외모관리 비용은 1순위는 모두 의복이 차지하였다. 이는 일상에

서 쉽고 편하게 자신의 개성을 표현하고 옷을 통해 자신의 장점과 단점을 보완 할 수 있기 때문이다.

이것은 사회활동에서 노인들이 새로운 친구를 사귀는 데 필요한 도구로 의복의 중요성을 인식한다고 한 임치경(1984)과 ,Baum& Boxley(1983)의 노인들은 나이가 들어감에 따라 나타나는 원하지 않는 신체적 변화를 감추며 젊어 보이기 위해 의복을 활용한다고 한 것과, 그리고 Chowdhary(1988)의 나이가 들어감에 따라 외모는 주어진 대상이기 보다는 만들어 가는 대상이므로 적절한 의복착용은 노인의 외모와 자존심을 고양시킨다고 한 것과 같은 결과를 보여준다.

그러나 2순위에선 그룹 간 차이가 확연히 나타나는데 자기개발추구군집은 피부 관리 비용이 경제지향군집은 헤어관리비용, 미용패션지향군집은 체형관리, 사교친목추구군집은 미용성형비용을 높게 쓰는 것으로 나타났다. 결과적으로 그룹 간 관심분야가 다르고 외모관리비용도 다르게 쓰인다는 것을 미용마케팅에서 참고해야 할 것이다.

표 18. 라이프스타일유형별 외모관리비용 비교

외모관리비용	자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	F	유의확률
헤어관리	5.61±1.91 ^a	6.57±4.20 ^b	6.41±2.75 ^b	5.59±1.67 ^a	3.884	.009**
피부관리	5.93±2.32 ^a	6.53±4.20 ^b	6.46±3.27 ^b	5.42±1.41 ^a	3.781	.011*
체형관리	5.58±1.70 ^a	6.14±3.55 ^{ab}	7.05±4.12 ^b	5.66±2.48 ^a	5.334	.001**
의복구입	7.43±3.78 ^a	8.77±5.14 ^a	10.86±5.43 ^b	7.56±3.95 ^a	13.144	.000***
미용성형	5.49±1.66 ^a	6.40±3.72 ^{ab}	7.02±4.38 ^b	5.83±2.71 ^{ab}	4.63	.003**
전체	30.05±8.25 ^a	34.41±17.29 ^{ab}	37.80±14.40 ^b	30.06±9.53 ^a	10.306	.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

10. 라이프스타일유형별 외모관리행동점수와 관리비용 차이비교

외모관리행동 점수 차이는 다변량 분산분석(MANOVA)을 통해 분석 하였다.

1) 자기개발군

(1) 외모관리행동점수

자기개발군의 외모관리행동점수 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=8.162, p<.001)

외모관리행동점수의 평균에서 헤어관리행동이 2.82점, 피부관리행동이 2.54점, 체형관리행동이 2.78점, 의복구입행동이 3.08점, 미용성형행동이 2.47점으로 나타났다.

(2) 외모관리비용

자기개발군의 외모관리비용 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=12.156, p<.001)

외모관리비용의 평균에서 헤어관리행동이 5.61점, 피부관리행동이 5.93점, 체형관리행동이 5.58점, 의복구입행동이 7.43점, 미용성형행동이 5.49점으로 나타났다.

표19. 자기개발군에 따른 관리행동점수와 관리비용 차이비교

	헤어관리	피부관리	체형관리	의복구입	미용성형	F	유의확률
외모 관리 행동 점수	2.82±0.78 ^{ab}	2.54±0.82 ^a	2.78±0.88 ^{ab}	3.08±0.82 ^b	2.47±1.05 ^a	8.162	0.000***
외모 관리 비용	5.61±1.91 ^a	5.93±2.32 ^a	5.58±1.70 ^a	7.43±3.78 ^b	5.49±1.66 ^a	12.156	0.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

2) 경제지향군집

(1) 외모관리행동점수

경제지향군의 따라 외모관리행동점수 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=11.335, p<.001)

외모관리행동점수의 평균에서 헤어관리행동이 2.44점, 피부관리행동이 1.93점, 체형관리행동이 2.32점, 의복구입행동이 2.68점, 미용성형행동이 1.92점으로 나타났다.

(2) 외모관리비용

경제지향군의 따라 외모관리비용 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=3.828, p<.01)

외모관리비용의 평균에서 헤어관리행동이 6.57점, 피부관리행동이 6.53점, 체형관리행동이 6.14점, 의복구입행동이 8.77점, 미용성형행동이 6.40점으로 나타났다.

표 20. 경제지향군에 따른 관리행동점수와 관리비용 차이비교

	헤어관리	피부관리	체형관리	의복구입	미용성형	F	유의확률
외모 관리 행동 점수	2.44±0.72 ^b	1.93±0.64 ^a	2.32±0.71 ^{ab}	2.68±0.83 ^b	1.92±0.86 ^a	11.335	0.000***
외모 관리 비용	6.57±4.20 ^{ab}	6.53±4.20 ^{ab}	6.14±3.55 ^a	8.77±5.14 ^b	6.40±3.72 ^{ab}	3.828	0.005**

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

3) 미용패션군

(1) 외모관리행동점수

미용패션군의 외모관리행동점수 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=24.719, p<.001)

외모관리행동점수의 평균에서 헤어관리행동이 3.03점, 피부관리행동이 2.55점, 체형관리행동이 3.01점, 의복구입행동이 3.37점, 미용성형행동이 2.32점으로 나타났다.

(2) 외모관리비용

미용패션군의 외모관리비용 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=20.557, p<.001)

외모관리비용의 평균에서 헤어관리행동이 6.41점, 피부관리행동이 6.46점, 체형관리행동이 7.05점, 의복구입행동이 10.8점, 미용성형행동이 7.02점으로 나타났다.

표 21. 미용패션군에 따른 관리행동점수와 관리비용 차이비교

	헤어관리	피부관리	체형관리	의복구입	미용성형	F	유의확률
외모 관리 행동 점수	3.03±0.66 ^b	2.55±0.80 ^a	3.01±0.90 ^b	3.37±0.82 ^b	2.32±0.97 ^a	24.719	0.000***
외모 관리 비용	6.41±2.75 ^a	6.46±3.27 ^a	7.05±4.12 ^a	10.86±5.43 ^b	7.02±4.38 ^a	20.557	0.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

4) 사교친목군

(1) 외모관리행동점수

사교친목군의 외모관리행동점수 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=25.644, p<.001)

외모관리행동점수의 평균에서 헤어관리행동이 2.60점, 피부관리행동이 2.01점, 체형관리행동이 2.41점, 의복구입행동이 2.70점, 미용성형행동이 1.93점으로 나타났다.

(2) 외모관리비용

사교친목군에 따라 외모관리비용 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. (F=15.394, p<.001)

외모관리비용의 평균에서 헤어관리행동이 5.59점, 피부관리행동이 5.42점, 체형관리행동이 5.66점, 의복구입행동이 7.56점, 미용성형행동이 5.83점으로 나타났다.

표 22. 사교친목군에 따른 관리행동점수와 관리비용 차이비교

	헤어관리	피부관리	체형관리	의복구입	미용성형	F	유의확률
외모 관리 행동 점수	2.60±0.62 ^b	2.01±0.73 ^a	2.41±0.78 ^b	2.70±0.86 ^b	1.93±0.96 ^a	25.644	0.000***
외모 관리 비용	5.59±1.67 ^a	5.42±1.41 ^a	5.66±2.48 ^a	7.56±3.95 ^b	5.83±2.71 ^a	15.394	0.000***

*** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

Means with same letter in the same row are not significantly different.

라이프스타일 군별 외모관리행동의 순위는 의복, 헤어, 체형, 피부, 미용성형 순으로 나타났다.(경제지향군에서만 미용성형과 피부 순위가 다르다). 이는 노인들이 외적 이미지를 위해 신경을 쓰는 외모관리행동은 거의 비슷한 양상을

지닌다고 할 수 있다. 하지만 실제로 외모관리를 위해 사용되는 외모관리 비용은 군집별 차이를 나타냈다. 결과적으로 노인의 외모 이미지에 있어서 외모관리행동은 노인들이 생각하는 외모의 전체적인 이미지를 표현한다면 외모관리 비용은 군집별 더욱 신경 써서 나타내고자 하는 개성으로 표현 할 수 있겠다.

11. 라이프스타일유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교

라이프스타일 군집별로 외모관리행동참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향의 차이가 있는지 여부를 카이스퀘어 검정(χ^2 test)에 의해 검증하였으며 그 결과는 아래와 같다.

1) 외모관리 행동 시 참고하는 부분

외모관리 행동 시 참고하는 부분에 따라 라이프스타일유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=26.054$, $p<.05$)

자기개발군의 경우 친구, 가족의 의견이 38.3%, 경제지향군의 경우 친구, 가족의 의견이 33.9%, 미용패션군의 경우 TV, 인터넷, 잡지 등이 32.3%, 사교친목군의 경우 친구, 가족의 의견이 25%, 나타났다.

라이프스타일에 따라 외모관리 정보원에 차이가 있다는 결론을 내릴 수 있다. 이는 박주현(2010)의 라이프스타일에 따라 외모관리 정보원에 차이가 있다와 유사한 결과를 가진다.

2) 외모관리 행동 시 가장 큰 제약 요인

외모관리 행동 시 가장 큰 제약 요인에 따라 라이프스타일유형에 차이는 통

계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($\chi^2=45.332$, $p<.001$)

자기개발군은 돈 부족이 63.6%, 시간부족이 12.1%, 관심부족이 11.2%, 경제지향군의 경우 돈 부족이 39%, 시간부족이 10.2%, 관심부족이 42.4%, 미용패션군의 경우 돈 부족이 39.4%, 시간부족이 17.2%, 관심부족이 20.2%, 사교친목군의 경우 돈 부족이 49.3%, 시간부족이 12.5%, 관심부족이 24.3%로 나타났다.

3) 외모 관리 센터 이용의향 여부

외모 관리 센터 이용의향 여부에 따라 라이프스타일유형에 차이는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. ($\chi^2=20.931$, $p>.05$)

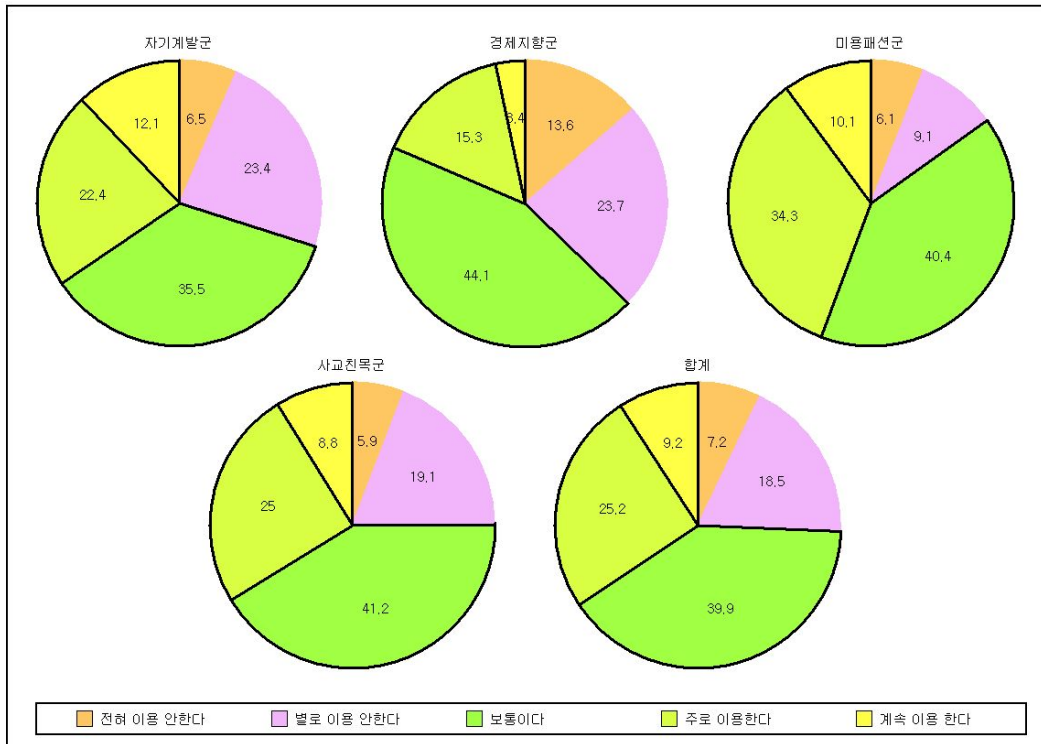


그림 3. 라이프스타일 유형별 외모관리센터 이용의향여부

표 23. 라이프스타일유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향 비교 카이스퀘어 검정

		라이프스타일 유형					
		자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	합계	
외모관리 행동 시 참고하는 부분	TV, 인터넷, 잡지 등 친구, 가족의 의견	23(21.5)	7(11.9)	32(32.3)	28(20.6)	90(22.4)	$\chi^2=26.054$ $p=.037^*$
	전문가, 전문서적의 평이나 의견	3(2.8)	4(6.8)	7(7.1)	5(3.7)	19(4.7)	
	판매사원 자신의 주관적 판단	3(2.8)	1(1.7)	0(0)	3(2.2)	7(1.7)	
	기타	30(28)	20(33.9)	35(35.4)	49(36)	134(33.4)	
	합계	7(6.5)	7(11.9)	7(7.1)	17(12.5)	38(9.5)	
		107(100)	59(100)	99(100)	136(100)	401(100)	
외모관리 행동 시 가장 큰 제약 요인	시설부족	5(4.7)	0(0)	4(4)	1(0.7)	10(2.5)	$\chi^2=45.332$ $p=.000^{***}$
	돈 부족	68(63.6)	23(39)	39(39.4)	67(49.3)	197(49.1)	
	시간부족	13(12.1)	6(10.2)	17(17.2)	17(12.5)	53(13.2)	
	관심부족	12(11.2)	25(42.4)	20(20.2)	33(24.3)	90(22.4)	
	정보부족	4(3.7)	1(1.7)	12(12.1)	5(3.7)	22(5.5)	
	기타	5(4.7)	4(6.8)	7(7.1)	13(9.6)	29(7.2)	
	107(100)	59(100)	99(100)	136(100)	401(100)		
외모관리 센터 이용의향 여부	전혀 이용 안한다	7(6.5)	8(13.6)	6(6.1)	8(5.9)	29(7.2)	$\chi^2=20.931$ $p=.051$
	별로 이용 안한다	25(23.4)	14(23.7)	9(9.1)	26(19.1)	74(18.5)	
	보통이다	38(35.5)	26(44.1)	40(40.4)	56(41.2)	160(39.9)	
	주로 이용 한다	24(22.4)	9(15.3)	34(34.3)	34(25)	101(25.2)	
	계속 이용 한다	13(12.1)	2(3.4)	10(10.1)	12(8.8)	37(9.2)	
	합계	107(100)	59(100)	99(100)	136(100)	401(100)	

*** : $p<0.001$, ** : $p<0.01$

외모관리센터란 기존에 노인들이 외모관리를 하려면 헤어, 피부, 체형 등의 관리실을 여러 곳을 직접 찾아가야 했고, 정보 채널도 적고 젊은 세대와 같이 이용하며 노인의 특성에 맞게 개발된 미용서비스를 충분히 받기에는 부족한 부분이 있었다. 김은애(2007)에 의하면 실버세대를 위한 공간의 필요성에 대해 같이 대화를 나누는 친구를 만들고, 비슷한 세대와의 평안함을 우선순위에 두고 있다. 이와 같이 노인의 신체적, 심리적 특징을 알고 노인들의 외모관심도에 깊은 이해와 단순히 외모관리에서 끝나지 않고 건강 상담과 운동관리, 문화센터 등의 서비스를 같이 하는 노인들의 공간이라 할 수 있겠다.

외모 만족도에 따른 염색 실태에서 외모에 대한 만족도가 높을수록 염색장소는 집에서 보다는 미용실을 이용하는 것으로 조사되었고, 1회 평균염색비용도 외모의 만족도가 높을수록 금액이 증가하는 것으로 조사되었다는 김근자(2010)의 연구를 지지하고 있다. 즉, 노인들도 고소득자가 증가하는 추세에 맞춰 이제는 외모관리행동을 혼자 집에서 하지 않고, 미용실과 체형관리실 등을 이용하는 노령인구가 증가할 것으로 여겨진다. 이들을 위한 전문 샵이 필요하며, 차별화된 서비스 품질의 개선 등이 준비되어야 할 것이다.

12. 라이프스타일유형별 외모관리센터 포함희망 프로그램 비교

라이프스타일 군집별로 외모관리센터 포함희망 프로그램의 응답분포를 다중 응답분석에 의해 분석하였으며 그 결과는 아래와 같다.

자기개발군의 경우 건강상담이 57%, 운동관리가 35.5%, 피부관리가 15.9%, 체형관리가 14%, 헤어관리가 9.3%, 문화센터가 7.5%, 외모 코디네이션 서비스가 1.9%, 기타가 0.9%순으로 높게 나타났으며, 경제지향군의 경우 건강상담가 59.3%, 운동관리가 40.7%, 체형관리가 15.3%, 문화센터가 13.6%, 피부관리가 6.8%, 기타가 6.8%, 헤어관리가 5.1%, 외모 코디네이션 서비스가 1.7% 순으로 높게 나타났다. 그리고 미용패션군의 경우 건강상담가 57.6%, 운동관리가 36.4%, 문화센터가 30.3%, 피부관리가 17.2%, 체형관리가 15.2%, 헤어관리가 10.1%, 외모 코디네이션 서비스가 1%, 기타가 0% 순으로 높게 나타났으며, 사교친목군의 경우 건강상담이 44.1%, 운동관리가 39%, 문화센터가 20.6%, 피부관리가 16.2%, 체형관리가 11.8%, 헤어관리가 10.3%, 기타가 6.6%, 외모 코디네이션 서비스가 1.5% 순으로 높게 나타났다.

라이프스타일 군집별로 외모관리센터 포함 희망 프로그램의 응답분포를 다중응답분석에 의해 분석한 결과 모든 군집에서 가장 높은 희망 프로그램은 건강 상담으로 나타났으며 다음으로는 운동 관리와 문화센터, 외모관리행동(체형, 헤어, 피부)순으로 나타났으나, 경제지향군집의 경우에는 운동관리, 외모관리행동(체형, 헤어, 피부), 문화센터 순으로 나타났다.

이러한 연구결과는 노인들이 건강에 대해 관심이 가장 높고 자신들의 건강을 관리하기 위하여 건강관리시설들을 이용하기를 원한다 하겠다.

이신숙(1998)의 연구에서는 이러한 시설이용을 통한 건강관리의 경향은 평소 지식 습득을 위해 공부를 계속하고 있고, 취미 등 어느 활동을 꾸준히 함

으로써 자신을 개발하려는 자기 개발적 요소가 높은 노인에게서 많이 나타난다고 하였다. 이는 외모관리센터가 노인들의 다양한 욕구를 다양하게 포함 할 수 있는 프로그램을 개발하여야 함을 의미한다 하겠다.

표 24. 라이프스타일유형별 외모관리센터 포함희망 프로그램 비교

		라이프스타일 유형				
		자기개발	경제지향	미용패션	사교친목	합계
외모관리센터 포함 희망 프로그램 (다중응답)	헤어관리	10(9.3)	3(5.1)	10(10.1)	14(10.3)	37(9.2)
	피부관리	17(15.9)	4(6.8)	17(17.2)	22(16.2)	60(15)
	체형관리	15(14)	9(15.3)	15(15.2)	16(11.8)	55(13.7)
	건강상담	61(57)	35(59.3)	57(57.6)	60(44.1)	213(53.1)
	운동관리	38(35.5)	24(40.7)	36(36.4)	53(39)	151(37.7)
	문화센터	8(7.5)	8(13.6)	30(30.3)	28(20.6)	74(18.5)
	외모 코디네이션 서비스	2(1.9)	1(1.7)	1(1)	2(1.5)	6(1.5)
	기타	1(0.9)	4(6.8)	0(0)	9(6.6)	14(3.5)

13. 라이프스타일유형과 외모관심도, 외모관리센터 이용의사 상관분석

라이프스타일 유형이 외모관심도와 외모관리센터 이용의사와 상관성이 있는지를 분석하였으며 그 결과 라이프스타일은 외모관심도에 영향을 미치며, 외모관심도는 외모관리센터 이용의사에 영향을 미친다는 사실이 입증되었다. 이상의 결과를 도출하기 위해 상관분석을 실시하였다.

1) 외모관심도

라이프스타일유형과 외모관심도 사이의 상관관계를 분석한 결과 경제지향 라이프스타일 요인 ($r=.271$), 미용패션지향 라이프스타일 요인 ($r=.523$), 사교친목지향 라이프스타일 요인 ($r=.359$), 자기개발추구 라이프스타일 요인 ($r=.265$) 사이에는 95% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

2) 외모관리센터 이용의사

라이프스타일유형과 외모관리센터 이용의사 사이의 상관관계를 분석한 결과 경제지향 라이프스타일 요인 ($r=.163$), 미용패션지향 라이프스타일 요인 ($r=.265$), 사교친목지향 라이프스타일 요인 ($r=.173$), 외모관심도 ($r=.285$)사이에는 95% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

표 25.라이프스타일유형과 외모관심도, 외모관리센터 이용의사 상관분석

	경제지향 라이프스타일 요인	미용패션 라이프스타일 요인	사교친목 라이프스타일 요인	자기개발 라이프스타일 요인	외모관심도	외모 관리 센터 이용의향 여부
경제지향 라이프스타일 요인	1					
미용패션 라이프스타일 요인	.270(**)	1				
사교친목 라이프스타일 요인	.399(**)	.377(**)	1			
자기개발 라이프스타일 요인	.259(**)	.261(**)	.419(**)	1		
외모관심도	.271(**)	.523(**)	.359(**)	.265(**)	1	
외모 관리 센터 이용의향 여부	.163(**)	.265(**)	.173(**)	0.04	.285(**)	1

** : $p < 0.01$

V. 결론 및 제언

본 연구는 노인들의 라이프스타일의 유형별로 외모관심도를 알아봄으로써 노인들을 라이프스타일에 따라 유형을 분류하고, 분류된 집단들의 외모관리 행동 특성을 분석하였다. 연구대상자는 서울 경기지역에 살고 있는 60세 이상의 노인을 대상으로 하였으며, 총 500부의 설문지를 배포하여 수거된 405부 중 불성실 응답자 4부를 제외하고 성실하게 응답한 401부를 최종 분석 자료로 이용하였다. 분석방법은 사회과학분야 통계프로그램인 spss win 12.0 패키지를 이용한 통계분석 중 조사자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석, 조사 자료의 신뢰성을 검증하기 위한 신뢰도 검증, 타당성을 검증하기 위한 요인분석, 라이프스타일 집단 분류를 위한 군집분석, 라이프스타일 집단과 인구 사회학적 요인에 따른 외모관리행동 차이검증을 위한 분산분석 등을 수행하였다. 그리고 라이프스타일유형별 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센타 이용의향 비교를 위해서는 카이스퀘어 검정을 실시하였으며, 라이프스타일 군집별로 외모관리센타 포함희망 프로그램의 차이여부를 위해서는 분산분석, 상관분석 등을 수행하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 라이프스타일 군집은 자기개발군집, 경제지향군집, 미용패션군집, 사교친목군집으로 나뉜다. 라이프스타일 군집과 외모관심도, 신체만족도의 신뢰도와 타당도가 입증 되었다.
2. 4개로 나누어진 군집의 인구사회학적 특징 분포를 알아보기 위해 교차 분할 표 분석과 카이스퀘어 검증을 실시한 결과 연령은 66세 이상의 비중이

높았고, 성별의 경우 자기개발과 사교친목 라이프스타일군은 여성의 비율이 경제지향과 미용패션 라이프스타일군은 남성의 비율이 높았다. 부부동거 여부에서는 자기개발 라이프스타일이 혼자 사는 경우가 높았으며, 다른 군집은 같이 사는 경우가 높았다. 자기개발과 사교친목의 경우는 상대적으로 낮은 학력과 경제 생활 상태, 건강상태를 가졌으며, 경제지향과 미용패션 라이프스타일군은 고학력과 높은 경제 생활 상태, 좋은 건강상태를 유지하고 있었다. BMI의 경우 과체중, 비만의 경우가 4 그룹 모두 높았다. (연령 $p < .01$, 그 외 $p < .001$)

3. 라이프스타일 군집별로 **외모관심도와 신체만족도**는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ($p < .001$) 미용패션 > 자기개발 > 사교친목 > 경제지향 순으로 높았다.

4. 라이프스타일 군집별로 **외모관리 행동(헤어, 피부, 체형, 의복, 미용성형)**에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 미용패션 > 자기개발 > 사교친목 > 경제지향 순으로 모든항목에서 미용패션군이 외모관리행동에 적극적이라 할수 있다.

5. 라이프스타일 군집별 **외모관리비용(헤어 $p < .01$, 피부 $p < .05$, 체형 $p < .01$, 의복 $p < .001$, 미용성형 $p < .01$)**은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 외모관리비용이 높은 라이프스타일 군은 미용패션군과 경제지향군이었다. 미용패션군의 경우는 외모관심도와 외모관리행동 모두 높았지만, 경제지향군은 외모관심도와 외모관리행동이 모두 낮은 반면 외모관리비용이 높았다. 이는 경제지향군이 외모관리 시 쓸 곳은 쓰는 소비 형태를 보여준다 하겠다.

6. 라이프스타일 군집별로 외모관리행동 참고사항, 제약요인, 외모관리센터 이용의향의 차이가 있는지 여부를 분산분석에 의해 검증한 결과 외모관리 행동

시 참고하는 부분으로 친구, 가족 의견과 주관적 판단, TV, 인터넷 등의 경로를 통해 라이프스타일별 차이가 나타났다.($p<.05$)

외모관리 행동 시 가장 큰 제약 요인은 ($p<.001$)통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 경제지향 라이프스타일군은 다른 라이프스타일 군집들이 돈 부족을 1순위로 한 것과는 다르게 관심부족이 요인으로 나타났다. 이는 경제력이 있는 경제지향군에게 알맞은 정보제공과 지속적인 마케팅을 통해 관심을 유도한다면 노인 미용시장의 새로운 소비층으로 성장시킬 수 있다는 것을 보여준다.

외모관리센터 이용 의향 여부에서는 노인들이 긍정적인 반응을 보였고 라이프스타일 요인 간 통계적으로 임계치에($p<.051$) 있는 것으로 나타났다.

7. 라이프스타일은 외모관심도에 영향을 미치며, 외모관심도는 외모관리센터 이용의사에 영향을 미친다는 것을 알수 있다.($p<.01$).

라이프스타일 유형별 외모관심도 미용패션, 사교친목, 경제지향, 자기개발순으로 영향을 미치며, 외모관심도로 외모관리센터 이용의사에는 미용패션, 사교친목, 경제개발 순으로 영향을 미쳤다.

8. 라이프스타일 군집별로 외모관리센터 포함희망 프로그램의 차이여부를 분산분석에 의해 검증한 결과 각 군집별 우선 3순위까지가 자기개발군의 경우 건강상담, 운동관리, 피부관리 순으로 나타났으며, 경제지향군의 경우 건강상담, 운동관리, 체형관리 순으로 나타났다. 그리고 미용패션군과 사교친목군의 경우 건강상담, 운동관리와 문화센터 순으로 나타났다.

이는 각 노인 라이프스타일 별로 외모관리 프로그램을 다르게 접근해야 함을 의미한다. 자기개발군의 경우 피부프로그램을, 경제지향군은 체형관리 프로그램을 우선 순위에 두어야 할것으로 사료된다. 미용패션지향군집과 사교친목 추구군집의 경우는 운동과 다양한 문화센터 프로그램을 우선순위로 두고 있

다.

9. 라이프스타일요인별 특징을 살펴보면 모든 군 안에서 가장 많은 외모관심도와 지출비용은 의복이 차지하였다. 노인들은 의복을 통해 외모관리를 하는 비중이 높았다. 그 외 각 군집별특징을 살펴보면, 자기개발군의 경우, 혼자 살며 여성의 비율이 높고 교육수준은 낮은 편이고 경제생활수준도 어렵다고 느끼며 건강 상태도 좋지 못 하다. 그러나 자기를 개발하는 것에 가장 적극적인 그룹 이었다. 외모관심도와 신체만족도는 두번째로 높은 군집이었으나 전체 외모관리비용에서는 낮은 수준이었다. 군 안에서는 피부에 외모관리비용을 많이 지출하는 특징이 있었다. 그러므로 경제 생활 상태에 맞는 저렴한 피부 관리 프로그램이나 교육프로그램 개발이 필요하다고 본다.

경제지향군의 경우, 부부 함께 살며 고졸학력비율이 높은 고학력 교육수준을 가지고 건강상태나 경제생활수준도 좋은 편이다. 또한 가장 비만율이 높은 군집이기도 하다. 비만관리와 체형관리 프로그램이 필요하다. 외모관심도나 신체만족도는 제일 낮은 군집이지만 외모 관리비용은 미용패션군을 이어 두번째로 높게 나타났다. 이는 외모에 타 군집보다 관심이 낮다하여 사용하는 비용조차 낮지 않음을 의미한다. 그러므로 미용에 필요한 지출은 할 수 있는 실질적 경제력이 있는 소비층으로 관심을 유발 할 수 있는 마케팅과 상품개발이 필요 하겠다. 군 안에서는 헤어에 대한 관심과 관리비용을 많이 사용하는 것으로 나타났다.

사교친목군의 경우, 부부 함께 사는 비율과 여성노인비율이 높았다. 중, 고등 학력의 비율이 높고, 경제생활상태는 보통이며, 건강은 건강한편으로 인식하고 있으나 역시 과체중과 비만율이 높게 나왔다. 외모

관심도와 신체만족도, 외모관리비용도 세번째 이나 사교성이 높은 집단의 특징처럼 외모관리센터 이용여부에는 대한 의사는 미용패션군의 뒤를 이었다. 군집 안에서는 미용성형에 비용을 많이 쓰는 것으로 나타났다.

미용패션군의 경우, 부부가 함께 사는 경우가 많고, 높은 학력과 남성비율이 높게 나타났다. 여성이 흔히 미용에 더 관심이 높을 것이라는 일반적 생각과는 다른 결과가 나왔다. 그러므로 향후 미용시장에서 남성노인에 관한 연구의 필요성이 대두된다고 할 수 있다. 미용패션군은 경제생활상태도 여유 있는 편이며, 건강상태에 대한 자신감도 높았다. 외모관심도와 신체만족도도 가장 높았고, 그에 따른 외모관리행동도 적극적이며 외모관리 비용도 많이 사용하였다. 군집 안에서는 체형에 관한 비용이 높았다. 이렇듯 라이프스타일 유형마다 특징이 다르게 나타났으며, 이는 마케팅에서는 상당히 큰 의미를 갖는다. 또한 각 라이프스타일별로 차별화된 접근의 필요성도 대두되었다.

본 연구의 연구 대상이 되는 60세 이상 실버 세대 표본을 수집함에 있어 조사대상 지역이 서울 경기 중심으로 이루어 졌으므로, 연구의 결과를 실버 세대 전체를 일반화 시켜 해석 하는 데는 다소 무리가 있었다. 따라서 앞으로의 연구에서는 표본을 선정함에 있어 지역별, 소득별, 최종 학력별, 직업별로의 연구 대상자가 골고루 확보될 수 있도록 하는 연구가 필요하다고 본다.

앞에서 살펴본 바와 같이 현재까지는 실버 세대의 외모관심도와 신체만족도 관련 연구가 미비한 실정이다. 지금의 40-60세의 중장년층은 사회, 경제,

문화면에서 이전세대와 현재 젊은 세대 사이에 끼인 세대로써 이른바 386 세대라 불리는 나이층이 중심을 이루고 있는데, 그들의 의식구조는 이전세대의 보수적인 면과 현재 젊은 세대의 개인적인 면을 함께 공유하고 있다. 이런 의식구조의 중장년의 노후는 현재 실버 세대와는 다른 의식구조를 가질 것이고, 미용에 관한 접근법도 다를 것이다. 향후 실버 세대의 달라진 가치관과 라이프스타일을 반영한 실버 세대의 전문실버뷰티 시장에 대한 연구와 다양하고 세분화된 실버 세대들의 외모 만족 욕구에 대한 만족도를 높일 수 있는 다양한 방안이 모색 되어야 하겠다. 따라서, 실버 세대들이 건강하고 아름답게 나이들 수 있는데 필요한 미용법 개발과 그들을 대상으로 한 뷰티 시장의 개발과 문제점에 대한 심층 연구가 다각적으로 이루어져야 하겠다.

또한, 연구 결과 연구 대상자들의 일반적 특성 가운데 인구사회학적 통계 분포와 관련되어 있는 특성들이 외모관심도 요인에 통계적으로 유의미한 결과를 나타내었다. 이는 사회적 상호작용 시 외모를 통해 긍정적인 반응을 유도해 낸다는 선행연구 결과와 일치한다고 할 수 있다. 하지만 이렇듯 외모관심도는 증가하는 반면, 사회경제적 여건은 오히려 낮아지는 현상으로 인해 노인들의 욕구 불만족이나 우울증 야기 등의 문제점이 우려되고 있다. 그러므로 노인복지 차원에서 노인의 외모를 관리해 주는 프로그램들이 다양한 측면에서 연구, 개발되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 강남순 (2011). 대학생의 신체만족도가 외모관리행동 및 미용소비행동에 미치는 영향, 대한피부미용학회지 제9권 1호. pp 63-80
2. 강영숙 (2007). 대학생들의 신체만족도와 자아존중감이 직업 선택시 미치는 영향, 대구한의대학교 대학원. 박사학위논문
3. 강혜원. 김양진 (1992). 의복 및 신체만족도와 학업성취도가 사회적 자아존중감에 미치는 영향, 한국의류학회지 제16권 2호. pp197-211
4. 고애란 (2000). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향연구, 한국의류학회지 제24권 4호. pp 457-486
5. 고애란. 진병호. 심정은(2000) 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향요인 연구-연령, 지역차이와 심리적 특성 변인들의 상대적 영향력- 한국의류학회지 제24권 4호 pp.475-486
6. 고정민. 정연승 (2002). 고령화 사회의 도래에 따른 기회와 위협, 삼성경제연구소 연구보고서
7. 권재일 (2011). 노인의 라이프스타일이 건강과 삶의 만족도에 미치는 영향, 대구한의대학교 대학원. 박사학위논문
8. 김정원 (2000). 우리나라 직장인들의 라이프스타일 유형에 관한연구: 서울 지역 직장인들을 중심으로. 이화여자대학교 경영대학원 석사학위논문.
9. 김경란. 류황건 (2007). 노인 소비자 시장과 노인 미용산업 개발 가능성에 관한 연구, The Kosin Journal of Health Sciences, Vol. 13 .pp107-116
10. 김경호 (2004). 저출산 고령화 사회의 노인복지, 사회연구(1), 한국사회조사연구소. pp 27-52

11. 김두섭 (2001). 변화하는 노인의 삶과 노인복지 . 한양대학교 출판부
12. 김선희 (2003). 신체이미지와 라이프스타일에 대한 연구, Journal of the Korean Society of Costume, Vol. 53, No.1. pp. 87-98
13. 김성연. 권치명. 황성원. 이현철. 이정형 (2010). 고령친화산업과 관련한 노인 라이프스타일의 요인 및 군집분석. Journal of the Korean Data Analysis Society, Vol. 12, No. 1, pp. 159-169
14. 김숙용. 이의훈 (2007). 실버산업의 이해, 형설출판사
15. 김순심. 김선화 (1990). 여대생의 생활양식에 따른 의복행동에 관한연구, 한국농촌생활과학회지. 제 10권 2호. pp15-27
16. 김승아 (2008). 여성의 라이프스타일에 따른 피부건강관리에 대한 지식 및 태도. 건국대학교 산업대학원
17. 김윤. 황성진 (2008) 사회문화적 압력과 대상화된 신체의식이 성인여성의 외모관리행동에 미치는 영향. Journal of the Korean Society of Costume, Vol. 58, No.10. pp. 112-122
18. 김은경 (2011). 실버세대 여성의 피부미용 및 미용성형에 관한 인식 및 행태, 대구한의대학교 보건대학원. 석사 학위 논문
19. 김은애 (2007). 고령화 시대에 대비한 실버 케어 전문 산업의 요구 조사. 숙대 원격 대학원, 향장미용전공 석사학위 논문
20. 김은주 (2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
21. 김재숙, 이미숙(2001) TV 미디어가 청소년 신체 이미지에 미치는 영향, 한국의류학회지 제 25권 5호. pp 957-968
22. 김정실 (2007). 뉴실버여성 소비자의 지각 연령에 따른 의복구매 행동 연구. 라이프스타일과 쇼핑성향. 숙대 원격대학원 석사학위 논문.

23. 김종욱 (2010). 중년여성의 자기에성향에 따른 신체만족도와 관계, 대구한의대학교 대학원 박사학위논문
24. 김해운 (1978) 현대사회 변화와 노인문제에 관한연구, 경희대학교육원, 석사학위논문
25. 남윤자. 정재은 (1999). 20대 여성의 신체만족도 및 이상형에 관한연구, 한국의류학회지 제 23권 1호, pp159-169.
26. 류현혜. 유태순 (2007). 노년 여성의 자아의식과 외모관리행동과의 관계. Journal of the Korean Society of Costume, vol.57 No.9, pp.97-109
27. 문상식. 남정자 (2001). 우리나라 65세 이상 노인의 건강수준 “한국노년학”
28. 문숙재(1999). 도시노인의 라이프스타일에 따른 건강 및 경제실태 분석. 대한가정학회지. 제 37권 7호
29. 문혜경. 유태순(2003) 자아존중감, 외모관심도와 의복태도 및 화장도에 관한 연구. Journal of the Korean Society of Costume. vol.53 No.4, pp.101-112
30. 박미애 (1987). 노년여성의 신체적 자아 및 생활만족도와 의복태도와의 관계: 서울 시내 노인학교를 중심으로, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
31. 박수진. 박길순 (2008) 남성의 외모관리 행동에 대한 태도 및 인식. 복식문화연구. 제16권 제 3호. pp.533-546
32. 박옥련. 박주현 (2009). 여성의 라이프스타일 집단에 따른 외모관심도에 관한 연구. 한국생활과학회지. 제 18권 6호, pp1257-1266
33. 박원근 (2006). 실버산업 프로그램의 선호도에 관한연구, 광운대학교 석사학위논문
34. 박주현 (2010). 여성의 라이프스타일 유형별 외모관리 행동연구. 경성대학교 대학원 박사학위논문

35. 박주현, 박옥련 (2009). 여성의 외모관심도에 따른 신체만족도 및 외모관리 태도 연구. 한국인체예술학회 제 10권 2호. pp 115-126
36. 서란숙 (2000). 실버여성전용 화장품에 대한 요구도 조사연구. 대경대학교 석사학위논문.
37. 서진교, 박장근 (2009). 생활체육참여 여성노인 라이프스타일의 집단적 특징에 따른 참여만족 및 서비스 만족의 차이. 한국여성체육학회지. 제 23권 제 3호. pp. 103-117.
38. 서화숙, 송정아 (2004). 여대생의 신체적 특성에 따른 신체 만족도 및 의복 만족도, 외모 관리 행동에 관한 연구, 한국의류산업학회지. 제 6권 3호. pp 329-335
39. 송기숙 (2007). 노인의 자아존중감 영향요인, 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
40. 송순영 (2006). 소비자 연구. 한국소비자보호원, 제 30호 pp.29-61
41. 송지영, 이난희, 이유미 (2009) 미디어 이용에 따른 외모관리행동이 신체만족도와 자아존중감에 미치는 영향. 한국인체예술학회지. 제10권 1호, pp 91-104
42. 신주동, 최종명 (2008). 여대생의 신체 만족도와 이미지에 따른 외모관리행동과 장신구 착용. 복식문화연구 제 16권 제 2호. pp 305-318.
43. 안혜임, 김혜선 (2009). 노인소비자의 라이프스타일 유형에 따른 실버상품 수요에 관한 연구. 한국가정관리학회지. 제 27권 2호, pp 45-61
44. 이경희 (1991). 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자기존중감에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
45. 이명희 (1987). 기혼여성의 외모만족도와 의복행동 및 신체만족도에 관한 연구. 성신여자대학교 생활문화연구소. 제1권, pp 177-193.

46. 이명희. 이은실. (1997). 인구통계학적 변인에 따른 노년여성의 외모관심과 자신감에 관한 연구. 한국의류학회지. 제 21권 6호, pp 1072-1081
47. 이영숙. 김용숙. 류국현 (2001). 한국노인과 중국노인의 라이프스타일 비교. Journal of the Korea Gerontological Society. 제 21권 2호, pp.53-69
제 8권 4호, pp.670-686
48. 이영운 (1982). 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관관계, 한국의류학회지. 제 6권 2호, pp.17-24
49. 이영희 (1995). 의복 및 신체만족도의 상관연구. 이화여자대학교 석사학위 논문.
50. 이현옥. 구양순 (2009). 사회적 자기효능감, 외모관심, 외모만족, 외모관리 행동에 관한 계층적 연구, 한국의류산업학회지 제11권 2호 pp.271-277
51. 이옥희 (1996). 노년 여성의 의복관여도와 정보원 사용과의 관계(전주, 이리시내 50-70대 여성을 중심으로). 대학가정학회지. 제 34권 2호, pp99-116
52. 이원진 (2003). 노인여성의 화장이 심리적복지감에 미치는 영향, 대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문
53. 이유중 (2010). 노인의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리행동에 관한연구. 대구한의대 대학원 박사학위논문
54. 이은실. 안성아 (2005). 노년기 여성의 자아통합감과 인구통계적 특성, 건강 및 외모행동과의 관련 연구. 대한가정학회지. 제43권 12호.
55. 이인수 (2006). 21세기 노인복지론. 서울대왕사. pp 30-36
56. 이승자. 박용(2011)여성의 연령에 따른 외모관심도와 피부인식 및 피부관리행동. 한국인체미용예술학회 제12권 1호. pp 101-112
57. 이시원 (2004) 공적 사적 자기의식에 따른 바디이미지와 외모관리행동에 관한 연구. 성신여대 조형대학원 석사학위논문

58. 이형석 (2006). 실증연구방법. 한경사
59. 이훈영 (2008). 이훈영교수의 연구조사방법론. 청람
60. 임희경. 최인려 (2010). 중, 노년층여성의 라이프스타일에 따른 외모 관리 효과에 관한 연구(피부 관리 효과를 중심으로), 복식문화연구학회지 제 18권 4호, pp 670-686
61. 임치경 (1984). 노년기 여성의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계-서울시 내 노인학교를 중심으로- 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
62. 유문무 (2006). 일본의 실버산업과 한국의 고령친화산업의 전망과 과제, 한국아시아학회. 제8권 2호, pp.85-111
63. 장양례 (2006). 노인여행자 라이프스타일과 관광지 선택 행동연구, 관광정책학연구. 제 12권 1호, pp 177-202
64. 전태숙 (2002). 우리나라 실버산업의 발전 과제. 명지대학교 지방자치 대학원 석사학위 논문.
65. 정지영. 신혜원 (2006) 남녀 고등학생의 신체만족도와 외모관심도에 따른 외모관리행동 및 의복추구혜택. 한국가정과교육학회지, Vol 18.No 4. pp.13-23
66. 정희용 (1987). 노년기여성의 자아지각과 의복 관심과의 상관연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
67. 조안진 (2011). 한국 실버 여성의 뷰티 관심도와 향후전망, 성신여자대학교 아트·디자인 대학원 석사학위논문.
68. 조선명 (2000). 외모에 대한 사회, 문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문
69. 조은주 (2009). 노인여가활동과 라이프스타일 및 삶의 질의 관계, 경상대학교 대학원. 박사학위논문

70. 조인미 (2010). 라이프스타일에 따른 피트니스센터 내 비만관리를 위한 뷰티샵 운영과 서비스 마케팅믹스 전략이 고객 서비스 만족의 관계, 경희대학교육대학원 박사학위논문.
71. 지병태, 석정자, 신두만, 정종현, 김주원 (2010). 노인들의 라이프스타일에 따른 건강운동 효과 분석. *Korean Journal of Health and Promotion*. Vol.27 NO. 2, pp 69-78
72. 최성재 (2006). 노인복지학. 서울대학교 출판부. pp46-51
73. 최성주. 임숙자 (2000) 의복만족의 과장과 결정요인, 한국의류학회지 제 95권. pp 928*939
74. 최진미 (1997). 50-60대 여성들의 라이프스타일에 다양성과 의복구매행동, 서울대학교 석사학위 논문.
75. 최혜령. 정순희 (2001). 노인과 실버산업. pp 87-119.
76. 통계청 (2009). 장래인구추계결과. 서울:통계청 <http://www.nso.go.kr>
77. 통계청 (2010). 인구주택총조사
78. 현용진, 이학식 (1999). 마케팅. 법문사. pp 151-153.
79. 홍병숙. 조유현 (2007). 중.노년 여성의 외모관심도가 화장품 구매의도 및 브랜드 충성도에 미치는 영향, 대한가정학회지. 제44권 12호, pp1-7
80. 홍병숙. 조유현 (2008). 실버여성의 웰빙성향과 외모관심도가 화장품 구매형태 및 충성도에 미치는 영향. 태평양 학술문화재단 총서 제 15집, pp 197-233
81. 황윤정. 조기자. 유태순(2003) 외모관심도, 신체만족도, 자아존중감에 따른 미용성형행동연구. *Journal of Fashion Business*, Vol.7, No.4. pp.17-25.
82. Baum, S., & Boxley, R. (1983). Age Identification in the Elderly. *the Gerontologist*, 23, 532-537

83. Breen L. B. (1976). *Aging and the field of Medicine*. New York: Wiley.
84. Cash, T. F. & Pruzinsky, T. (1990). *Body Image: Development, Devise and Change*. N.Y.: The Guilford Press, 198-252
85. Cash, T. F. & Pruzinsky, T. (2000). 바디이미지. 임숙자, 이승희, 이미현, 신호정 (역). 서울:교문사.
86. Chowdhary, U., (1988). Self-esteem, Age Identification, and Media Exposure of the Elderly and Their Relationship to Fashionability. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1), 23-30
87. Erikson E. H. (1963). *Childhood and Society (2nd ed)* New York: W.W. Norton & Co
88. Plumer J. T. (1974). The Concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38, pp35-58.
89. Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and apperance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), 152-162
90. Solomon, M. R. (1994). *Consumer behavior(2nd ed)*. Needham heights. MA : Allyn and Bacon.

ABSTRACT

A Study on Appearance Management by type of Elderly's Lifestyle

Heo, yun-hoe

Major in Skin Care and Obesity Management

Graduate School of Cultural Industry

Sungshin Women's University

The aging modern society has introduced new social issues such as an aging workforce, dampened consumption, and increased demand for social welfare, but it has also resulted in the emergence of a new market for the so-called silver generation. Meanwhile, the beauty industry has made rapid headways in recent decades, but has been overlooking the research on senior population. Thus, there is a need to conduct studies on the lifestyles of the elderly and their interest in appearances and grooming.

Research into lifestyles involves observation on consumer behaviors, as well as an exploration of psychological variables such as attitudes or personal values. Thus, it is crucial to analyze the seniors' lifestyles based on subdivided consumer groups, and explore the correlation between the specific lifestyles and the group's mode of life and consumption behaviors. Subdividing the senior population into different groups using lifestyles as a

core variable and gaining a better understanding on these groups is an effective approach that can be used to nurture the silver industry and develop products targeting these groups based on their studied characteristics.

Existing lifestyle research on the senior population focuses on social welfare, and few studies have been conducted on beauty-related areas. As we face an increasingly rapidly aging society, the study on senior population lifestyles with a focus on beauty management can serve as a significant preliminary data for further studies on the silver industry.

Participants to this study were senior citizens aged above 60 years living in the Seoul and Gyeonggi province region. A total of 500 surveys were distributed, of which 405 were retrieved. After excluding 4 of the surveys due to lack of sincerity, a total of 401 surveys were used as the raw data for analysis. The SPSS Win 12.0 package, a statistical analysis program for social sciences, was used to process the data. Analysis methods used includes: frequency analysis to gain a better grasp on the survey participants' characteristics; credibility test to verify the reliability of the data; factorial analysis to confirm the validity of data; cluster analysis for categorization of lifestyle groups; one-way ANOVA (analysis of variance) to confirm differences in actual beauty management practices based on lifestyle and demographic factors; and chi squared test to compare each groups' main point of reference, constraints, and intention of using a beauty center based on each lifestyle. Furthermore, one-way ANOVA and correlation analysis was used to examine the difference in attitude towards

programs that include the use of beauty center based on each group.

The results of this study can be summarized as follows:

1. Lifestyle groups were divided into self-development group, economically-oriented group, beauty and fashion group, and social fellowship group. The reliability and validity of the lifestyle groups, their interest in appearances, and satisfaction with their bodies were also verified.

2. A cross-tabulation analysis and chi squared test was conducted on the four lifestyle groups so as to gain a deeper understanding on the social and demographic characteristics of each group. The results showed that senior citizens over 66 years of age seized the largest share of participants. For gender, women took the majority in self development and social fellowship groups, while men recorded higher shares in economically oriented and beauty and fashion groups. Self-development group members tended to live alone, while other groups had a higher share of married participants. Self development and social fellowship groups had lower educational backgrounds, economic standing, and health, while the economically oriented and beauty and fashion groups had higher education, economic standing, and health. In terms of BMI, all four groups showed high percentages in overweight and obesity (age $p < .01$, others $p < .001$)

3. There was a noticeable pattern in the 'interest in appearances' among the different lifestyle groups ($p < .001$), in the order of beauty and fashion > self-development > social fellowship > economically oriented groups where the beauty and fashion group showed the highest interest.

4. There was a meaningful pattern in 'satisfaction with one's own physique' and the lifestyle groups ($p < .001$) in the order of beauty and fashion > self-development > social fellowship > economically oriented groups.

5. The 'grooming behavior (hair, skincare, body, apparel, cosmetic surgery)' showed a statistically meaningful distinction for each group, in the order of beauty and fashion > self-development > social fellowship > economically oriented groups. Thus, the beauty and fashion groups were the most active in beauty management in all categories.

6. The 'grooming expenses (**hair** $p < .01$, **skincare** $p < .05$, **body** $p < .01$, **apparel** $p < .001$, **cosmetic surgery** $p < .01$) also showed statistically significant variances among the different groups. The beauty and fashion and economically-oriented groups had higher expenses, but while the beauty and fashion group had high interest in both appearances and grooming behavior, the economically-oriented group had low interest in appearances and grooming behavior but had high grooming expenses. This sheds better light on the consumption behaviors of the economically-oriented groups, as they are willing to spend on essential grooming activities regardless of their interest levels.

Plus, We can observe that the elderly's tendency of grooming behavior is similar with other groups in the order of Apparel > Hair > Body Shape > Skin Care > Plastic Surgery, but the actual cost for appearance care was shown differently among groups. Generally, elderly group paid the most for clothing, but self-development group paid the second most for skin,

social fellowship group for plastic surgery, economically oriented group for hair and beauty and fashion group for body shape.

7. An analysis of variances for each lifestyle group on references, constraints, and intention to use the beauty center revealed that each group differed as to who they consult primarily for beauty advice (friends, family and subjective opinions, TV, and internet) ($p < .05$).

There was a statistically meaningful variance among groups with regards to the constraints in grooming activities; whereas all other groups listed high costs as the primary constraint, the economically-oriented group listed lack of interest ($p < .001$). This implies that providing customized information and employing effective marketing activities targeting the economically-oriented group can help expand the senior consumption base. With regards to the intention to use the beauty center, most senior participants showed a positive reaction and the statistically critical value was ($p < .051$) for the different lifestyle groups.

8. Lifestyle had a noticeable impact on the interest in appearances, and the interest in appearances had a clear impact on intentions to use the beauty center. ($p < .01$)

By lifestyle, interest in appearances was highest in the beauty and fashion group, followed by the social fellowship, economically oriented, and self-development groups. The impact of the interest in appearance on the intention to use the beauty center was highest in the beauty and fashion group, followed by the social fellowship and economically-oriented groups.

This study demonstrated that the new silver generation held values and

lifestyles that are different from those of the conventional elderly population, and consequently more diversified needs for beauty and grooming services. In view of these trends, it is crucial to conduct more in-depth research on the newly emerging silver beauty market to discover various methods on how to heighten the satisfaction of each silver consumer group and how to address their needs to improve on their appearance. As you can see in this result of the study, lifestyles of elderly was shown various characteristics by type, which means differentiated marketing is needed when approaching elderly's consuming market. Based on this, professional silver-beauty market and continuous ongoing study and appearance care program should be developed which reflect future silver generation's changed values and lifestyles.

본 설문지는 성신여자대학교 대학원 “노인의 라이프스타일 유형별 외모관리에 관한 연구”라는 제목의 석사 논문을 위한 설문 조사서입니다.

각 질문에는 옳고 그른 답이 없으니 평소에 생각하시던 대로 응대 해 주시면 됩니다.

수집된 자료는 통계법 제 8조 및 제 9조의 규정에 따라 연구목적 이외의 다른 용도로 사용되지 않으며 무기명으로 작성되어 개인에 대한 사항은 익명으로 처리됩니다.

바쁘신 중에 설문에 응해 주신데 대하여 진심으로 감사드립니다.

2011년 4월

성신여자대학교 문화산업대학원

지도교수: 배현숙

연구자 :허윤희

Q1. 다음은 귀하의 인구통계학적 특성과 일반적인 사항에 관련된 질문입니다.
질문을 읽고 해당되는 곳에 ✓표 해주시기 바랍니다.

1. 어르신의 연세는 어떻게 되십니까?

- ①60-65세 ②65-70세 ③70-75세 ④75-80세 ⑤80세이상

2. 어르신의 성별은 어떻게 되십니까?

- ①남자 ②여자

3. 어르신의 부부동거 여부에 대한 질문입니다.

- ①같이 살고 있다 ②혼자살고 있다

4. 어르신께서는 어디까지 교육을 받으셨습니까?

- ①무학 ②초등학교 ③중학교 ④고등학교 ⑤대학교 이상

5. 어르신께서는 누구와 살고 계십니까?

- ①홀로 ②부부 ③결혼한 자녀와 ④미혼자녀와 ⑤가까운 친구나 친지

6. 어르신의 건강상태는 어떠 하십니까?

- ①매우건강한편이다 ②대체로 건강한 편이다 ③보통이다
④대체로 건강하지 못하다 ⑤매우 건강하지 못하다

7. 어르신의 주 소득원은 무엇입니까?

- ①본인 또는 배우자의 근로소득 ②자녀로부터 보조
③예금, 연금, 건물 등의 월세 ④정부생활보조금 ⑤기타

9. 어르신의 한달 용돈은 어떻게 되십니까?

- ①20만원이하 ②20-30만원 ③30-50만원 ④50-70만원 ⑤70-90만원 ⑥90만원
이상

10. 어르신의 경제생활 상태는 어떠하십니까?

- ①매우어렵다 ②어려운 편이다 ③보통이다 ④여유있는 편이다
- ⑤매우 여유있다

11. 어르신의 키와 몸무게는 어떻게 되십니까?

- ①키()cm ②몸무게 ()Kg

12. 어르신께서 가장오랫동안 종사 하셨던 직업은 무엇입니까?

- ①전문직(의사, 변호사, 교직, 고급 기술직)
- ②관리직, 회사원(공무원 은행원)
- ③생산근로직(운수업종포함)
- ④서비스업 종업원(숙박, 이용원, 음식점등)
- ⑤자영업자(사업, 상업, 공업)
- ⑥농수산업 종사자(농업, 임업, 과수, 축산, 원예)
- ⑦주부
- ⑧기타

13. 어르신이 현재 가지고 있는 질병은 무엇입니까? (중복체크 가능)

- ①고혈압 ②당뇨 ③관절염 ④비만 ⑤암 ⑥고지혈증 ⑦골다공증
- ⑧중풍 ⑨심장병 ⑩통풍 ⑪기타

Q2. 다음은 귀하의 라이프스타일에 대한 질문입니다. 귀하와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 ✓ 표시 해주시기 바랍니다.

문항	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
남들 보기에 내 모습은 항상 멋있게 보여야 한다.	①	②	③	④	⑤
나를 꾸미는데 들어가는 돈은 아깝지 않다.	①	②	③	④	⑤
자신을 표현하는 수단으로 패션을 중시한다.	①	②	③	④	⑤
나는 아름다워지기 위한 노력에 적극적이다.	①	②	③	④	⑤
되도록 유명상품 제품을 먼저 구입한다.	①	②	③	④	⑤
비싼 제품은 그 만큼에 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 다른사람보다 새로운 상품을 먼저 구입해야 한다.	①	②	③	④	⑤
평상시에도 지식습득을 위해 공부한다.(PC나 전화로 정보 서비스를 자주 이용한다.)	①	②	③	④	⑤
교양강좌나 문화센터에 다닌다.	①	②	③	④	⑤
매사에 관심이 많아, 남보다 변화나 새로운 것을 잘 받아 들인다.	①	②	③	④	⑤
아무리 바빠도 나를 위해 시간을 투자한다.(여가, 취미, 자기개발등)	①	②	③	④	⑤
가족도 중요하지만 나를 먼저 생각해야 한다.	①	②	③	④	⑤
쾌활하고 친구들과 어울리는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤
계, 동창회, 노인회등 친목모임이 잦은 편이다.	①	②	③	④	⑤
나는 사회 문제나 사회정책에 관심이 많고, 참여하는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
유행에 따르는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
패션에 관한 기사나 잡지를 즐겨 본다.	①	②	③	④	⑤
현대의 젊은이는 너무 자유분방하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
남자가 집안일을 해도 괜찮다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
가족이 최고라고 생각해서 가족모임을 자주한다.	①	②	③	④	⑤
결혼은 꼭 해야하고 이혼은 어떠한 경우라도 안된다.	①	②	③	④	⑤
아들은 꼭 있어야 하고 조상을 모셔야 한다.	①	②	③	④	⑤
유행보다는 편안하고 오래가는 것들이 좋다.	①	②	③	④	⑤
나는 어떤 물건이든 계획성 있게 구입한다.	①	②	③	④	⑤
작은 상품이라도 구입시 가격을 잘 살펴본다.	①	②	③	④	⑤
세일기간 할인매장을 이용하여 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

건강에 신경을 많이 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
정기적으로 하는 운동을 하고 규칙적인 생활을 한다.	①	②	③	④	⑤
건강을 고려한 식생활을 한다.	①	②	③	④	⑤
남는 시간에 주로 TV시청을 한다.	①	②	③	④	⑤
정기적으로 건강검진을 한다	①	②	③	④	⑤

Q3. 다음은 외모에 관한 귀하의 관심정도를 묻는 문항입니다. 해당 사항에 ✓ 표 해주시기 바랍니다.

문항	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
나는 평소에 외모에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 외모는 능력을 평가하는 조건 중이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
외모는 다른 사람에게 대접 받는 중요한 이유가 될 수 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 차리고 나가지 않으면 무시나 차별을 받는다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
나는 외모에 대한 남들의 평가에 신경 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
우리 사회에서 외모로 인한 차별은 존재한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

Q4. 다음은 신체 만족도를 묻는 문항입니다. 해당 사항에 √표 해주시기 바랍니다

문항	매우 불만이다	불만이다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
나는 전체적 외모 생김새에 만족하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
얼굴(얼굴 생김새, 눈, 코, 입의 조화)	①	②	③	④	⑤
헤어(머리색, 머릿결, 머리모양)	①	②	③	④	⑤
피부(피부색, 주름, 검버섯등의 색소침착등)	①	②	③	④	⑤
체형(키, 몸무게, 상, 하체의 조화, 근육의 힘)	①	②	③	④	⑤

Q5. 어르신께서 평상시 외모를 위해 가장 신경 쓰시는 것부터 순서대로 나열하십시오.

①헤어 ②피부 ③체형 ④의복구입 ⑤미용성형 ⑥기타

(- - - - -)

Q6. 다음은 일상생활에서 외모만족도를 높이기 위한 외모관리 행동을 알아보는 문항입니다.

어르신과 가장 가깝다고 생각되는 곳에 √표시 해주시기 바랍니다.

1. 외모 관리 행동

문항		전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
헤어	나는 머리가 지지분해 보이지 않도록 자주 다듬는다.	①	②	③	④	⑤
	나는 머리염색, 커트, 퍼머등 머리모양에 신경을 많이 쓴다.	①	②	③	④	⑤
	나는 머리에 영양제, 무스, 헤어젤등을 바른다.	①	②	③	④	⑤
	나는 정기적으로 헤어샵을 이용한다.	①	②	③	④	⑤
	나는 두피관리를 받는다.	①	②	③	④	⑤

피부	나는 피부관리를 받기위해 피부관리실이나 병원에 다닌 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
	나는 피부미용을 위해 화장품에 신경을 많이 쓴다.	①	②	③	④	⑤
	나는 집에서 마사지나 팩을 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	나는 고가의 화장품 구매를 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	나는 과일등 피부에 좋은 음식을 섭취하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
체형	나는 몸무게를 자주 체크한다.	①	②	③	④	⑤
	나는 몸매 관리를 위해 정기적 운동을 한다.	①	②	③	④	⑤
	나는 몸매 관리를 위해 다이어트를 해본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
	나는 체형관리실이나 병원에 다니고 싶다.	①	②	③	④	⑤
	나는 스포츠 센터등에 다니고 있다.	①	②	③	④	⑤
의복	나는 옷차림에 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	나는 패션소품의 역할이 중요하다고 생각한다. (모자, 가방, 구두, 액세서리등)	①	②	③	④	⑤
	나는 최신 의상 한 두벌은 있다.	①	②	③	④	⑤
	나는 내가 가장 예뻐보이는 옷을 사려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	나는 속옷에도 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	나는 예쁜 옷보다 편한 옷이 좋다.	①	②	③	④	⑤
미용성형	나는 더 나은 외모를 위해 성형수술도 생각해 본다.	①	②	③	④	⑤
	미용 성형을 위해 병원에 가는 것에 긍정적이다.(쌍꺼풀, 보톡스등)	①	②	③	④	⑤
	나는 레이저 시술로 검버섯, 주름등을 없애거나 없앨 계획이다.	①	②	③	④	⑤
	나는 눈썹문신도 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	내가 미용성형을 했다면 주변에 적극적으로 알리는 편이다.	①	②	③	④	⑤

