



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

이 은 혜 교수지도
석사학위 청구논문

두피·모발 관리의 이용실태,
제품구매속성 및 만족도에 관한 연구

2013

성신여자대학교 생애복지대학원
건강복지학과 피부비만관리학전공
김 지 현

두피·모발 관리의 이용실태,
제품구매속성 및 만족도에 관한 연구

이 은 혜 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2013年 5月

성신여자대학교 생애복지대학원
건강복지학과 피부비만관리학전공
김 지 현

인 준 서

김지현의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

성신여자대학교 생애복지대학원

논문개요

본 연구는 두피·모발 관리실 이용실태와 제품 구매 속성에 따른 만족도를 알아보고 두피·모발 관리의 문제점과 효과를 파악하고 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 방안을 모색하고 중요성을 인식하여 두피·모발의 효과적이고 체계적인 프로그램 개발에 필요한 자료를 제공하고자 하는데 목적을 두고 있다.

첫째, 조사대상자의 주관적 판단에 의한 두피 유형은 건성 두피(31.7%)가 가장 많이 나타났으며($p<0.001$) 20대와 30대는 지성두피가 가장 많았고 40대와 50대는 건성두피가 가장 많았으며, 염색의 횟수는 1년에 5~10회(27.3%)가 가장 많았으며($p<0.001$), 퍼머넌트의 횟수는 1년에 1~2회(34.7%)가 가장 많이 나타났다. 일일 자외선 노출 시간은 2~3시간(38.3%)이 가장 많았으며($p<0.001$), 린스와 트리트먼트를 사용하지 않는 이유는 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 가장 많았으나 유의한 차이는 없었다. 모발의 상태는 전체 4점에서 평균 2.27점으로 보통으로 나타났으며 연령이 낮을수록 손상된 편이었고($p<0.05$), 린스의 사용여부는 전체 4점에서 평균 2.80점으로 보통 이상으로 나타났으며 트리트먼트의 사용여부는 평균 2.11점으로 보통 정도로 나타났다($p<0.05$).

둘째, 두피·모발 관리에 대한 정보는 전문가의 추천(35.0%)이 가장 많이 나타났으며($p<0.01$), 두피·모발 관리를 받는 장소로는 미용실(37.2%)이 가장 많이 나타났다($p<0.05$). 두피·모발 관리를 받는 목적은 모발강화(35.4%)가 가장 많이 조사되었고($p<0.001$) 관리하는 장소를 선택하는 이유는 시술자의 기술(38.9%)이 가장 높게 나타났으나 두피·모발 관리 실태를 보면 월 1회 정도 관리를 받으며 1회 관리 시 10~30분(47.7%) 소요가 가장 많이 나타났다($p<0.01$).

셋째, 두피·모발 화장품의 정보의 경우 전문가(30.3%)가 가장 높게 조사되었으며($p<0.001$), 두피·모발 화장품의 구매 장소는 미용실(35.2%)이 가장 높게 나타났다. 모발 세정제는 일반샴푸(40.7%)가($p<0.001$), 모발 세정제 구매 시 고려 항목은 효과와 기능성(59.6%)이 가장 많이 나타났다($p<0.05$). 한편 두피, 탈모 관리제품은 샴푸(40.8%)($p<0.001$), 두피, 탈모 관리 제품의 구매 비용은 2~3만원(40.8%)이 가장 높게 나타났으며($p<0.05$), 헤어 스타일링 제품의 경우 헤어 에센스(63.6%)의 사용이 가장 많았으며($p<0.05$), 헤어 스타일링제의 구매 비용은 1~2만원(54.0%)이 가장 많이 나타났다($p<0.001$).

넷째, 두피, 모발 관리의 필요성은 전체 5점에서 평균 3.37점으로 보통이었으며, 두피, 모발 세정제의 만족도는 전체 5점에서 평균 3.24점으로 보통으로 나타났으며, 연령이 높을수록 소득이 높을수록 만족도가 높았다($p<0.01$). 두피, 탈모 관리 제품의 만족도는 전체 5점에서 평균 2.91점으로 보통이상으로 조사되었고 30대와 50대의 경우 만족한다고 나타났으며, 소득이 높을수록 두피·탈모 관리 제품의 만족도는 높았다($p<0.001$). 두피, 모발관리를 계속 받을 의향의 경우 평균 3.34점으로 보통이었으며, 소득이 높을수록 긍정적인 반응을 보여 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

다섯째, 모발 세정제의 개선점은 효능(42.9%)이 가장 많았고($p<0.01$), 두피, 탈모 관리 제품의 개선점도 효능(41.0%)이 가장 많이 나타났다($p<0.05$). 헤어 스타일링 제품의 개선점도 효능(39.6%)이 가장 많이 나타나($p<0.01$) 두피·모발 화장품은 고객들이 효능을 우선으로 생각하는 것으로 나타났다. 두피·모발 관리실의 문제점은 높은 가격(46.7%)로 가장 높게 조사되었으며($p<0.001$), 1회 관리 시 적정 비용으로는 5만원(39.3%)이 가장 많이 나타났고($p<0.05$), 두피·모발 관리실 선택 시 중요한 항목은 전문제품의 사용(42.5%)이 가장 많았으며($p<0.001$), 두피·모발 관리실이 발전하기 위해 필요한 사항은 전문프로그램 개발(44.0%)로 가장 높게 나타났다($p<0.05$).

그러므로 본 연구는 대중에게 두피·모발 관리의 올바른 정보를 제공하여 두피, 모발 관리실의 대중화에 초점을 맞추며, 합리적인 가격과 전문제품의 사용, 전문적인 프로그램이 필요하다고 생각되며, 관리기기에 의존하기 보다는 관리실만의 독자적인 프로그램 개발로 비싼 관리 가격의 적정성을 갖추는 것이 앞으로 두피, 모발 관리실의 발전에 도움이 될 것이라 사료된다.

목 차

논문 개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성과 목적	1
2. 연구 문제	4
II. 이론적 배경	5
1. 두피·모발의 정의	5
2. 두피의 유형	6
3. 모발 손상의 원인	9
4. 두피·모발관리	10
5. 두피·모발관리 프로그램	11
6. 두피·모발 화장품	15
III. 연구 방법	18
1. 조사 대상과 기간	18
2. 조사 내용 및 방법	18
3. 자료 분석	19
IV. 연구결과	21
1. 조사대상자의 일반적 특성	21
2. 두피·모발 건강 생활 습관	23
1) 두피·모발 건강 생활 습관	23
2) 모발 상태와 린스 및 트리트먼트 사용 실태	28
3. 두피·모발 관리 실태	30
1) 두피·모발 관리의 선택과 목적	30
2) 두피·모발 관리 실태	34
4. 두피, 모발 화장품 구매속성의 정보 출처 및 구매처	38
1) 두피·모발 화장품 구매속성의 정보출처 및 구매처	38
2) 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태	42
3) 두피·탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태	46

4) 헤어스타일링 제품의 종류와 구매 형태	50
5. 두피, 모발 관리의 만족도와 필요점	54
1) 두피·모발 관리의 만족도	54
2) 두피·모발 화장품의 개선점과 만족도	58
3) 두피·모발 관리의 개선점과 필요점	62
V. 고찰	67
VI. 결론 및 요약	78

참고 문헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

<Table 1> 설문 의 구성 및 분석	20
<Table 2> 조사 대상자의 일반적 사항	22
<Table 3> 연령에 따른 두피·모발 건강 생활 습관	25
<Table 4> 소득에 따른 두피·모발 건강 생활 습관	27
<Table 5> 연령에 따른 모발상태와 린스, 트리트먼트의 사용실태 ..	28
<Table 6> 소득에 따른 모발상태와 린스, 트리트먼트의 사용실태 ..	29
<Table 7> 연령에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적 ...	31
<Table 8> 소득에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적 ...	33
<Table 9> 연령에 따른 두피·모발 관리 실태	35
<Table 10> 소득에 따른 두피·모발 관리 실태	37
<Table 11> 연령에 따른 두피·모발 화장품의 정보출처 및 구매처 ..	39
<Table 12> 소득에 따른 두피·모발 화장품의 정보출처 및 구매처 ..	41
<Table 13> 연령에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태 ...	43
<Table 14> 소득에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태 ...	45
<Table 15> 연령에 따른 탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태 ...	47
<Table 16> 소득에 따른 탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태 ...	49
<Table 17> 연령에 따른 헤어 스타일링제품의 종류와 구매 행태 ...	51
<Table 18> 소득에 따른 헤어 스타일링제품의 종류와 구매 행태 ...	53
<Table 19> 연령에 따른 두피·모발 관리의 만족도	55
<Table 20> 소득에 따른 두피·모발 관리의 만족도	57
<Table 21> 연령에 따른 두피·모발 화장품 개선점과 만족도	59
<Table 22> 소득에 따른 두피·모발 화장품 개선점과 만족도	61
<Table 23> 연령에 따른 두피·모발 관리의 개선점과 필요점 ...	64
<Table 24> 소득에 따른 두피·모발 관리의 개선점과 필요점 ...	66

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

인간은 끊임없이 변화하는 사회적 미의 기준에 자신의 신체나 외모에 대한 자각을 하며 오늘날 외모지상주의가 사회 전반에 팽배하여 외모에 대한 관심이 증가하고 있다. 경제 성장을 통해 물질적인 기반을 갖춘 덕택에 연령과 성별을 불문하고 자신을 꾸미는 일에 많은 관심을 보이고 있으며 그로 인해 미용 관련 업소의 규모와 숫자는 커지고 있으며 미용 산업은 날로 발전하고 있다.

환경오염과 과도한 스트레스, 식생활의 변화로 인한 우리 몸의 불균형에서 오는 두피와 모발의 여러 가지 문제점 때문에 고민하는 사람들이 증가하고 있다. 또한 그 연령층도 점차 낮아지고 있는 추세를 보이고 있으며, 예전보다 잦아진 폼, 염색 등에 의해 모발의 건강이 더욱 악화되어 문제성 두피 및 탈모 증상까지 증가되고 있다(위수영 등, 2010).

세월이 흐름에 따라 신체기능의 노화가 진행되어 피부가 건조해지고 주름이 생기는 것처럼 두피에도 노화가 진행되고 있다. 노화 현상과 더불어 스트레스에 민감하게 반응하는 두피는 비듬이나 문제성 두피 등 탈모 증상까지 유발하기도 한다. 건강한 모발을 위해서는 모발 생성의 근원이 되는 두피의 청결과 건강을 위한 다양한 두피 및 모발 관리가 선행되어야 하며 일상적인 샴푸나 두피 스케일링, 트리트먼트를 하고 기타 기기로 모발 손상의 문제를 개선하는 특수 두피 관리가 필요하다(국경미 등, 2010). 현대 사회에서는 헤어스타일로서의 외모 가꾸기 뿐 아니라 건강한 모발과 두피상태를 유지하기 위한 관리의 중요성으로 대두되고 있으며 미용실 등의 관리실이나 병·의원에서 전문적으로 행해지기도 하지만 개인이 제품을 이용해 손쉽게 모발·두피의 손상 예방 및 관리를 할 수 있는 자가 관리를 하기도 한다(배인선 등, 2011).

최근 미용실로 유통되는 두피·모발 관련 브랜드들이 두피전문제품들을 출시하고 있다. 두피제품들이 늘어나면서 이들을 올바르게 사용할 수 있는 전문가의 필요성도 커지고 있다. 개인의 개성이나 취향을 중시하는 소비문화도 두피·모발관리의 전망을 더욱 밝게 하고 있다. 두피관리는 단순히 외모를 아름답게 관리하는 것뿐만 아니라 잘못된 생활습관이나 영양 상태까지 파악해 전체적인 두피건강에 도움을 주고 있다. 또한 두피관리전문센터가 늘어나면서 자연스럽게 두피관리에 대한 관심도 커지고 있는 실정이다(김근수 등, 2011).

두피·모발에 관련된 연구를 살펴보면 김명우(2007)는 ‘전업주부들의 두피·모발 관리에 관한 인식 및 태도’ 연구에서 전업주부들이 두피·모발 관리에 관심이 있지만 소극적인 태도를 보이므로 전업주부를 고려한 가격과 관리시스템과 서비스가 이루어져 적극적인 태도로 관리할 수 있게 해야 한다고 보고 했다. 위수영(2010)은 두피·모발관리실 고객의 이용실태와 만족도, 오정선(2011)은 여대생의 두피, 모발에 대한 인식 및 모발관리 형태, 김근우 등(2011)은 ‘모발·두피 관리의 인식과 실태에 대한 조사’ 배인선(2011)은 ‘성인 여성의 외모관리행동과 모발·두피관리 성향이 제품 구매활동에 미치는 영향’연구에서 제품구매활동에 외모관리행동과 모발·두피 관리 성향이 비교적 중요한 변수로 작용한다고 보고 했다. 박연아(2011)는 ‘두피·모발 특성 및 헤어 제품사용 실태에 관한 연구’ 또한 이진희(2011)는 Scalp & Hair Treatment (두피, 모발관리)와 Alopecia(탈모)에 대한 인식 및 실태에 관한 연구를 하였다.

이와 같이 최근에 모발·두피관리의 필요성과 인식에 관한 연구가 활발하게 진행되고 있으나 제품구매 속성 및 만족도에 관한 연구는 여전히 부족한 현실이다.

그러므로 본 연구에서는 두피·모발 관리의 실태와 제품의 구매 속성 및 만족도에 관해 알아봄으로써 성장하고 있는 두피·모발 시장의 개선 방안을 모색하고 향후 발전 방안을 연구하고 정보를 공급하고자 하는데 목적이 있다.

2. 연구 문제

본 연구는 20대 이상 60세 미만의 성인 남, 여를 대상으로 두피·모발 관리의 이용 실태와 제품구매속성 및 만족도에 관하여 알아보고자 하였다.

본 연구의 목적은 다음과 같다.

연구문제 1. 조사대상자의 일반적인 특성에 대해 알아본다.

연구문제 2. 조사대상자의 두피·모발 관리 생활 습관에 대해 알아본다.

연구문제 3. 조사대상자의 두피·모발 관리 실태에 대해 알아본다.

연구문제 4. 조사대상자의 두피·모발화장품 구매 속성에 대해 알아본다.

연구문제 5. 두피·모발 관리의 만족도에 대해 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 두피, 모발의 정의

인체를 덮고 있는 피부 조직은 각 부위에 따라 얼굴, 손등, 손바닥등과 같이 다양한 명칭으로 구분되어지며 그 중 두부를 보호하고 있는 부분의 피부 조직을 두피라 한다(이진희, 2011). 두피는 두부표면을 둘러싸고 있어 외부의 물리적 자극이나 화학적인 변화를 완충시켜 두부 내부를 유지 하고 보호하는 부분이다. 두부를 보호하고 있는 두피는 모근부와 한선(소한선)이 발달되어 있으며, 뇌를 외부의 충격이나 압박으로부터 보호하고, 인체의 중금속을 체외로 배출하는 모발의 생성에 관여한다. 건강한 모발을 생성하기 위한 바탕이 되는 두피는 인체 조직 중 다른 어떤 부분보다도 모낭과 혈관이 풍부하고 신경 분포도 조밀하며 섬세한 구조를 가지고 있다(임순녀 등, 2011).

모발은 포유류 특유의 부속기관으로 단단하게 밀착된 각화세포로 이루어진 고품의 원추섬유이다. 털이 난 부위에 따라 두발, 수염, 액모, 음모, 체모 등으로 구분 된다. 모발은 피부의 표피에서 생기며 손바닥, 발바닥, 입술 등의 점막을 제외한 몸 전체에 나 있다. 또한 모발은 다양한 색과 형태, 크기를 갖고 있으며 굵기에 따라 경모와 연모로 나누어지고 경모는 길이에 따라 장모와 단모로 구분 된다. 모발은 태양광선으로부터 두피를 보호하며 한랭, 마찰을 막아주는 신체보호의 역할을 하고 모낭의 지각 신경체는 촉각을 전달하며, 땀이나 신체에 유해한 중금속인 비소, 수능 등을 체외로 배출하는 기능과 제2차 성장에 관여하며 장식의 역할이 있다(강현지, 2010).

2. 두피의 유형

1) 정상 두피

두피 표면이 맑은 청백색을 띄면서 투명도가 높으며, 두피에 각질이 없고 깨끗하며 모발 주위의 모공이 완전히 열려 있는 상태를 관찰 할 수 있다. 이러한 정상 두피는 한 개의 모공에 2~3개의 모발이 건강하게 자리 잡고 있으며 모발의 굵기가 거의 일정한 굵기로 되어 있고 투명한 반사 빛을 보인다. 잦은 염색과 퍼머넌트 혹은 환경오염과 스트레스로 인하여 현대인들에게서는 더 이상 정상 두피를 발견하기 힘들다(정숙희 등, 2008).

2) 건성 두피

건성 두피는 수분 부족과 피지분비의 이상으로 피지가 부족해서 일어나는 현상으로 두피에 각질이 하얗게 쌓여 있고 떨어진 각질에 의해 모공 주변이 막혀 있으며 두피가 불규칙하게 갈라져 보이는 유형이다. 노화된 각질이 두텁게 쌓여 있어 탁하거나 얼룩져 보이기도 하지만 전체적으로는 정상 두피에 가까운 살색이나 청백색의 톤을 띄고 있다(한국두피모발연구학회, 2008).

3) 지성 두피

과다한 피지분비와 노화각질의 영향에 따른 피지 산화물의 누적이 원인이다. 지성두피는 하얀 비듬이 많이 보일 수 있는데 이것은 피지가 과잉으로 분비되어 각질이나 비듬을 둘러싸고 있는 것이다(김영숙 등, 2013) 많은 피지분비로 인하여 모공이 커지고, 커진 모공이 다시 이물질과 피지 산화물의 잔류로 막혀서 피부 조직이 두꺼워지고 축축하며 끈적거림과 악취가 나는 경우도 있다. 이런 상태가 만성화되면 비듬, 지루성 피부염과 탈모로 이어질 수 있다(임은진 등, 2012).

4) 예민성 두피

두피의 조직이 얇고 섬세하며, 붉은 빛을 띤다. 두피가 얇아 혈관이 비춰지며 심한 경우 염증이 발생하기도 한다. 각질의 탈락이 빠르게 이루어져 두피를 보호하고 있는 각질의 양이 현저하게 적고 피지의 분비량도 함께 감소되어 예민한 경우를 말한다(김정임, 2008).

5) 비듬성 두피

비듬균의 번식으로 비듬이 쌓이고 가려움이 동반되는 두피이며 비듬은 두피의 노화 각질이 탈락된 것이다. 각질세포가 새로운 세포에 의해 밀려 올라와 두피 표면에서 각질화되어 두피로부터 떨어져 나오지 못하고 쌓여있는 상태로 오래 될 경우 비강성 탈모증을 유발하고 피지와 분해산화물과의 혼합물인 비듬성 두피의 경우 피지 분지 상태에 따라 건성, 지성, 혼합성 등으로 구분되어 진다(고경순, 윤복연, 2009).

6) 탈모 진행형 두피

탈모가 있는 두피는 피지가 과도하게 분비되고 두피가 경직되어 딱딱하고 비듬과 가려움증을 동반하고 있으며, 증세가 더욱 악화된다. 또 모발이 점점 가늘어지고 힘이 없어진다. 하나의 모공에 모발이 2~3개 정도 존재해야 정상인데 반해, 탈모가 있는 두피는 하나의 모공에 1개의 모발만이 존재하거나 빈 모공의 상태로 함몰되어 있는 경우가 있다(정숙희 등, 2008).

평균적인 모발의 탈모 수는 동양인의 경우 1일 탈모량이 70~80개 이상, 서양인의 경우 1일 탈모량이 100~120개 이상일 때를 탈모현상이라 한다(김영숙 등, 2013).

3. 모발 손상의 원인

모발 손상이란 일반적으로 큐티클 사이에 빈 공간이 생겨서 큐티클 층이 들뜨거나 파괴되어 층의 수가 적어지거나 큐티클 층 사이의 결합력이 약해져서 큐티클 층이 서로 떨어지는 현상을 의미한다(김준경, 2011).

첫째, 생리적인 요인으로는 유전, 스트레스, 영양부족, 호르몬 등의 영향을 들 수 있는데 특히 심한 편식과 다이어트로 인한 영양분의 결핍 때문에 자연적으로 모발의 성장과 기능이 약화되는 영양소 결핍에 의한 손상이 크다.

둘째, 물리적인 요인으로는 올바르게 씻지 못한 샴푸, 타월드라이, 젖은 상태에서 아이론 또는 블로우 드라이 사용, 전기 세팅 등은 모발을 건조하게 하여 모발 손상이 더 쉽게 일어나고 일상적으로는 미용적 측면에서 적합하지 못한 브러쉬의 사용과 모발 표면의 기계적 마찰, 잘못된 커트 등을 들 수 있다(김미현, 2012).

셋째, 화학적인 요인으로는 오버 프로세싱(Over Processing), 강한 텐션(Tention), 잘못된 밴딩(Banding) 등의 퍼머넌트나 각종 스타일링제가 원인이 되어, 염색, 탈색에 의한 손상은 과산화수소의 농도가 강할 경우 알칼리성에 의해 모발 결합력이 약화되어 발생된다.

넷째, 환경적인 요인으로는 태양광선의 영향이 크며 자외선은 열을 발생시켜 모발 케라틴의 측쇄결합에 영향을 주고 열변성을 받게 하며, 자외선은 모발 손상에 치명적이어서 시스템을 감소시킬 수 있다. 장시간 자외선 노출은 단백질 변화를 일으켜 케라틴의 변성은 일으킨다(김혜란 등, 2011).

4. 두피·모발 관리 방법

두피관리는 두피에 쌓여 있는 노폐물을 제거하여 두피를 청결하게 하고 두피에 필요한 영양분을 공급하여 두피의 신진대사와 산소 공급이 원활히 이루어지도록 함으로써 염증, 지루성, 비듬성 두피 등 문제성 두피를 예방 및 개선하고 저질의 모발 생성을 막고 건강하고 윤기 있는 모발로 성장할 수 있도록 두피를 관리하는 것이다(현애자, 2004). 두피에 쌓여 있는 노폐물은 모발의 성장을 억제하고 장기간 쌓여 있어 두피가 불결할 경우 세균감염과 산소공급 부족으로 탈모 현상까지 유발 할 수 있으므로 두피 관리에 세심한 주의가 필요하다. 두피관리의 목적은 두피의 노화 각질 및 더러움을 제거하고 두피에 혈액순환을 원활히 하여 탈모 방지 및 모발의 성장에 도움을 준다.(김미현, 2012).

모발은 표피세포가 변화한 것으로 각화 세포이므로 스스로 손상을 치유할 능력이 없다. 그러므로 모발 손상이 더 이상 진행되지 않도록 외부로부터 보호하고 손상요인을 체크하여 이후 정상 모발이 손상되지 않도록 주의해야 한다. 모발관리 방법으로는 첫째, 물리적 방법으로 브러시, 스티머, 적외선 온열, 두피 마사지 등을 이용하여 두피에 자극을 주어 두피와 모발의 혈행을 촉진시켜 생리기능을 향상시키므로 모발이 자연스럽게 개선된다(김혜란 등, 2011). 둘째, 화학적 방법으로 양모제를 이용하여 두피의 생리기능을 정상으로 유지시키며 건강한 모발을 유지하기 위해 트리트먼트를 사용하여 모간부의 보습, 영양 상태를 관리해 준다. 모발관리는 손상된 부위에 수분과 유분을 공급해 비듬 등의 균으로부터 보호, 살균해 준다(김미현, 2012).

5. 두피·모발 관리 프로그램

두피·모발 관리 시 고객의 두피와 모발 상태를 파악하고 정확하게 진단해야 하며 관리에 들어가기 전에 사용할 기계와 소품들은 잘 정리하고 청결하게 해야 하며 고객의 두피 타입과 관리 과정에 맞는 제품을 선별한다. 제품의 지식과 모발과 두피에 대한 지식을 습득하여 올바르게 전달하고 관리해야 하며 고객의 상태를 확인하여 고객 차트에 기록하고 전화나 이메일, 문자를 통해 사후 서비스를 기록하여 정확한 관리를 해야 한다(한국두피모발관리사협회, 2011).

1) 두피 진단

고객카드 작성 내용을 바탕으로 진단을 한다. 진단은 우선 1차적으로 눈으로 두피 상태를 보고, 증상을 물어보며 손으로 만져볼 수 있으며(강현지, 2010), 두피 분석을 위한 도구로는 확대경과 두피 진단기가 있다. 이러한 두피 진단기로는 모니터를 통해 고객도 자신의 두피 상태를 직접 볼 수 있으므로 상담을 하는데 있어 고객과 함께 문제점을 인식하고 해결할 뿐만 아니라 공감대를 형성하고 두피 관리의 필요성을 스스로 느끼게 할 수 있다(정숙희 등, 2008).

2) 브러싱

브러싱은 모든 두피관리의 가장 기본적인 단계다. 샴푸 전의 모발과 두피에 부착된 먼지, 비듬 등을 제거해 샴푸를 용이하게 하고 두피를 자극하여 피비분비를 촉진해 모발 끝까지 고르게 피지가 분포되어 건조함을 막고 윤기를 주는 역할을 한다(김혜란 등, 2011).

3) 스케일링

스케일링은 두피와 각질 기타오염물을 깨끗하게 제거하는 기술이다. 두피 관리에 있어서 기본이 되는 관리로 모공 주변 및 두피에 존재하는 이물질과 노폐물 등을 제거 하는 것이 두피 스케일링이라 할 수 있다. 매일 샴푸를 해도 모공 주변에 쌓이는 잔여물과 각질을 효과적으로 제거하기 위한 것이며 외부로부터 2차적으로 영양분 흡수를 높이기 위해서 필수적이라 해도 과언이 아니다(김주섭 등, 2013). 모공을 열어주고 모근의 모모세포까지 스케일링을 하는데 5분 자연방치 시킨다. 두피의 진정과 노폐물 제거로 두피를 청결하게 하고 비듬균을 억제하여 깨끗하고 건강한 두피를 만든다. 노화각질층 제거, 비듬균세정, 피지분비물조정, 가려움증 중단, 모근자극으로 발모촉진을 시킨다(김영숙 등, 2013).

4) 샴푸

샴푸는 수분공급과 모발의 손질이 용이하게 해 준다. 모근을 자극하여 발모 촉진, 탈모예방, 가려움증 방지, 비듬방지, 모세혈관을 원활하게 해 준다. 두피와 모발 상태에 따라 적절한 샴푸를 선택하여 샴푸테크닉을 적용시킨다. 현장에서는 각질만을 너무 제거하기에 문제성 두피가 되기도 한다. 각질과 피지가 적당히 있어야 두피와 모발에 대한 보호의 기능을 하게 된다. 샴푸만 잘해도 탈모예방이 가능하다(김영숙 등, 2013).

5) 두피 마사지

탈모를 예방하기 위해서는 두피와 모발의 혈액순환을 촉진해 주는 것이 중요하므로 두피 마사지를 효율적으로 활용해야 한다. 이때 두피에 직접 마사지는 것도 중요하지만 두피로 가는 혈행을 원활히 해주는 것 역시 중요하다. 긴장된 어깨와 목, 상박의 근육을 이완시켜 궁극적으로 두피 근육으로 가는 혈행을 도와주는 단계다(김혜란 등, 2011).

6) 영양(헤어토닉) 공급

두피의 경우 욱모제나 피지 조절, 비듬 치료를 위해 앰플 투여하게 된다. 욱모제는 모모세포의 세포분열을 촉진시키도록 영양 공급을 한다. 헤어 스티머나 원적외선 기기 등을 사용하면 더욱 효과적이다. 현 두피 상태에 적합한 제품을 각종 기기를 이용하여 모세혈관을 확장 및 혈액순환을 좋게 하여 두피의 문제점을 개선시켜 두피 및 모발에 영양 공급을 하는 단계이다(정숙희 등, 2008).

7) 홈 케어 및 사후 관리

홈 케어 및 사후 관리 단계는 관리실에서 관리를 받은 두피와 모발관리가 집에서든 꾸준히 이어지도록 고객에게 인식시키고 스스로 사후 관리를 하게 하는 것이 매우 중요하다. 고객이 홈 케어의 중요성을 인지 할 수 있도록 고객의 생활 습관, 두피타입에 맞는 제품을 선정하고 교육하여 충분한 설명과 제품 사용법을 알려준다. 이를 통해 두피와 모발을 건강하게 유지 시키며 심신을 안정시키고 스트레스를 해소하여 두피, 모발 개선과 탈모 예방 등 많은 효과를 볼 수 있다(한국두피모발관리사협회, 2011).

4. 두피, 모발 화장품

모발 화장품에는 두피와 모발에 존재하는 피지, 땀, 비듬, 각질, 먼지, 화장품 잔여물 등을 세정하는 세정제품, 모발을 보호, 재생, 육모 등의 트리트먼트 제품과 헤어 염출을 위한 스타일링 제품이 있다(조정혜 등, 2003).

1) 헤어샴푸 (Hair Shampoo)

샴푸란 “머리를 씻는다” 라는 사전적인 의미로 모발 및 두피를 세정하여 비듬과 가려움을 덜어주며, 건강하게 유지시키기 위해 사용되는 모발 화장품을 말한다(하병조, 2010). 샴푸는 모발과 두피 위의 피지, 땀의 노폐물, 과잉각질(비듬)과 먼지 등 외부에서 부착된 물질, 두발용 화장품의 잔여물 등을 제거하는 화장품이지만 오염을 충분히 없애면서도 두발에 필요한 피지를 지나치게 제거하지 않는 적당한 세정력을 필요로 한다(김주덕 등, 2011).

2) 헤어린스 (Hair Rinse)

린스는 “헹구다”는 의미로 샴푸에 의해 감소되어진 모발의 유분을 공급하여 모발에 유연성과 자연스러운 윤기를 준다. 따라서 헤어린스는 모발에 유연성을 주어 빗이나 브러시가 잘되게 하여 모발에 자연스러운 광택을 주는 컨디셔닝 효과를 목적으로 샴푸 후 헹굴 때 사용한다(하병조, 2010). 샴푸 후에 모발에 남아있는 금속성 피막과 비누의 불용성 알칼리성분을 제거하여 모발이 엉키는 등의 모발 손상을 방지한다(김주덕 등, 2011).

3) 헤어트리트먼트(Hair Treatment)

헤어트리트먼트의 주요성분으로 모발에 유분과 수분을 공급해주는 컨디셔닝 성분이 사용 된다(하병조, 2010). 트리트먼트는 두피용과 모발용으로 구분되기도 한다. 두피 트리트먼트의 기능은 두피에 필요한 유분과 수분을 보충함과 동시에 비듬과 가려움 등을 억제하여 두피의 건강을 유지하고 그 생리 기능을 높여준다. 모발 트리트먼트의 경우 모발의 손상을 예방하고, 손상된 모발 표면을 보충하여 모발 손상이 진행되지 않도록 하는 것을 목적으로 한다. 최근에는 린스 대신 트리트먼트 제를 샴푸 후에 사용하기도 한다(최경임 등, 2009). 헤어팩은 모발을 손질하기 쉽게 하고 손상모를 회복시키기 위해 사용하는 유화형태의 제품으로 대부분 씻어내는 타입이다. 구성성분은 헤어린스와 유사 하나 다량의 컨디셔닝 성분이 함유되어 집중적인 트리트먼트 효과를 나타낸다(김주덕 등, 2011).

4) 헤어 스타일링 (Hair Styling)

헤어 스타일링은 모발에 윤기와 촉촉함을 부여하여 머리 모양을 정돈하기 쉽게 하고 유지시키는 화장품이다(이성옥 등, 2011). 모발을 물리적으로 원하는 형태로 만들어 주는 스타일링과 형태를 고정시켜 주는 세팅기능을 목적으로 하는 헤어스타일링 제품은 수분, 유분, 광택, 향 등이 첨가되어 모발을 보호하고 헤어스타일을 정돈시킨다. 그 종류로는 유성 헤어오일과 폼마드, 에멀전 타입의 헤어 크림과 세트로션, 헤어스프레이 등이 있으며 최근에는 리퀴드, 에어로졸, 왁스 타입 등의 다양한 형태로 나오고 있다(김경영 등, 2013).

5) 양모제(Hair Tonic)

두피에 청량감을 주어 쾌적함을 주는 두피용 제품이다. 살균력이 있어 두피나 모발을 청결히 하고 시원한 느낌과 쾌적함을 준다. 두피에 매뉴얼 테크닉을 시술해주면 혈액순환을 촉진시키고 유효성분들이 비듬과 가려움을 제거하고 모근을 튼튼하게 해준다. 탈모방지나 육모 등의 효과를 기대하여 사용되는 제품도 있으나 청량감을 주는 두발용 향수로써 사용되는 헤어토닉은 화장품으로 취급되지만, 탈모방지나 육모 등의 목적으로 사용되는 헤어토닉은 의약부외품으로 취급된다(김경영 등, 2013).

Ⅲ. 연구 방법

1. 조사 대상과 기간

본 연구는 20대 이상 60대 미만의 울산광역시에 거주하는 성인을 대상으로 두피·모발관리의 생활습관, 이용 실태와 제품구매 속성 및 만족도를 알아보기 위해 설문을 실시하였다. 조사기간은 2013년 3월 13일부터 4월10일까지 28일간 울산광역시 소재의 미용실과 전문 두피 관리실 등을 방문하여 이용 고객들을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 설문지는 총 400부를 배포 하여, 386부 회수 하였으며 자료 정리를 거쳐서 무응답이나 불성실한 20부를 제외하여 366부를 최종분석에 사용하였다. 회수율은 91.5%이다.

2. 조사 내용 및 방법

조사내용은 위수영(2008), 박연아(2011), 이진희(2011) 등의 설문을 참고하여 본 연구자가 수정, 보완하여 작성하였으며 설문의 구성과 분석은 아래의 <Table 1>과 같다.

3. 자료 분석

본 연구에서 수집된 자료 분석은 BM SPSS Statistics 21.0 for Windows 를 사용하였다.

구체적인 분석방법은 <Table 1>과 같다. 공통적으로 일반적 사항을 기초로 설문하였다. 전체설문의 기본 사항은 빈도(Frequency), 백분율(Percent), 평균(Average), 표준 편차(Standard Deviation)를 나타내었다.

모든 변수는 연령과 소득에 따른 기준으로 2방향(Two-Track)으로 분석을 실시하였다.

<Table 1> 설문 의 구성 및 분석

조사 항목	내 용	문 항 수	설문방 식	분석방식
일반적 특성	성별, 학력, 혼인, 직업	4	객관식	빈도분석(N/Percent)
	연령, 소득	2	주관식	빈도분석(N/Percent)
생활습관	생활습관	5	객관식	교차분석(Chi-Square)
		2	주관식	
		3	4점척도 (Likeret)	일원변량분석 (One Way ANOVA)
				집단분류검증 (Duncan's Multiple Test)
관리실태	관리실태	5	객관식	교차분석(Chi-Square)
		3	주관식	
구매속성	구매속성	15	객관식	교차분석(Chi-Square)
만족도	만족도	6	5점척도 (Likeret)	일원변량분석 (One Way ANOVA) 집단분류검증 (Duncan's Multiple Test)
		10	객관식	교차분석(Chi-Square)
		2	주관식	교차분석(Chi-Square)
총 문항	-	57	-	-

n=366(100%)

IV. 연구 결과

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사 대상자의 일반적인 특성은 <Table 2>와 같다.

조사 대상자는 남성이 27.6%(110명), 여성이 67.7%(270명)로 조사되었으며, 연령의 경우 평균 연령은 37.11세로 비교적 높게 나타났으며, 이는 30~40대 연령층이 약 49.7% 가령을 차지함에 따른 결과로 인하여 개별적인 변수로는 20~29세 (114명, 31.1%)가 가장 높게 나타났다.

학력의 경우 대학교 재학(141명, 38.5%)과 고등학교 졸업(132명, 36.0%) 순으로 나타났으며 전문대학 졸업의 경우도 (80명, 21.9%)로 조사되었다.

혼인의 경우 기혼(200명, 54.6%) 상태가 가장 많았으며 미혼(149명, 40.7%) 상태로 이는 주로 주부층이 많이 차지하고 있지만 최근 결혼적령기가 늦어짐에 따라 기혼과 미혼의 차이가 크지 않은 결과로 볼 수 있다.

직업의 경우 전업주부(82명, 22.4%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 학생(68명, 18.6%), 전문직(65명, 17.8%), 서비스직(59명, 16.1%) 순으로 조사되었다.

소득의 경우 평균 소득은 275.31만원으로 230만원~400만원의 소득자가 32.5%(119명)로 가장 많았으며 이는 30~40대 연령층이 많음에 따른 결과로 볼 수 있다.

<Table 2> 조사대상자의 일반적 사항

	세부사항	빈도(N)	백분율(%)	평균(Mean)	표준편차(SD)
성별	남	110	27.6	-	-
	여	270	67.7		
연령	20~29세	114	31.1	37.11	10.801
	30~39세	90	24.6		
	40~49세	92	25.1		
	50~59세	70	19.1		
학력	고등(졸)	132	36.0	-	-
	전문(졸)	80	21.9		
	대학(재)	141	38.5		
	대학원(재)	13	3.6		
혼인 여부	기혼	200	54.6	-	-
	미혼	149	40.7		
	기타	17	4.6		
직업	학생	68	18.6	-	-
	전업주부	82	22.4		
	사무직	35	9.6		
	서비스직	59	16.1		
	기술직	29	7.9		
	전문직	65	17.8		
	무직	28	7.6		
소득	100만원 이하	97	26.5	275.31	252.991
	120~200만원	94	25.7		
	230~400만원	119	32.5		
	500만원 이상	56	15.3		

n=366(100%)

N / Percent

2. 두피·모발 건강 생활 습관

1) 두피·모발 건강 생활 습관

연령에 따른 두피·모발 건강 생활 습관은 <Table 3>과 같다.

연령에 따른 두피 유형의 경우 건성 두피가 116명(31.7%)로 가장 많았고 다음으로 지성 두피(97명, 26.5%)가 많았으며, 예민성 두피(76명, 20.8%), 비듬성 두피(41명, 11.2%), 탈모 두피(36명, 9.8%) 순으로 나타났다. 20대와 30대는 지성 두피가 가장 많았고 40대와 60대 미만에서는 건성 두피가 가장 많았으며 연령에 따라 두피 유형은 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

린스를 사용하지 않는 이유는 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 60명(58.3%)으로 많이 나타났으며, 연령별 분석 결과 전체 연령이 필요성을 느끼지 못하였다는 응답이 가장 많은 것으로 연령에 따라 유의 하였다($p<0.05$).

한 달 동안 염색의 횟수에서는 5~10회가 100명(27.3%)으로 많았으며, 20~29세는 1~2회가 많으며, 30~60세 미만의 연령에서 5~10회가 많은 것으로 나타남에 따라 염색의 횟수는 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

퍼머넌트의 횟수에서는 한 달에 1~2회가 127명(34.7%)으로 가장 많았으며, 3~4회(105명, 28.7%), 5회 이상(82명, 22.4%), 0회(52명, 14.2%) 순으로 나타났다. 연령별 분석 결과 20대와 30대, 40대의 경우 1~2회가 가장 많이 조사되었으며, 50~59세는 3~4회가 가장 많이 조사되어 파마의 횟수는 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

자외선 노출 시간을 보면 2~3시간이 140명(38.3%)으로 가장 많이 나타났으며 1~2시간(96명, 26.2%), 3시간 이상(65명, 17.8%), 1시간미만(58명, 15.8%), 잘 모르겠다(7명, 1.9%) 순으로 나타났다. 연령별 분석 결과 20대와 30대는 2~3시간 자외선 노출이 가장 많았고 40~49세는 1~2시간이 50~59세는 2~3시간이 가장 많이 나타남에 따라 연령에 따른 자외선 노출 시간은 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

<Table 3> 연령에 따른 두피·모발건강 생활습관

		20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	전체	χ ² /p
		(n=114)	(n=90)	(n=92)	(n=70)	(n=366)	
두피 유형	건성	18 (15.8)	25 (27.8)	38 (41.3)	35 (50.0)	116(31.7)	58.719 / .000 (***)
	지성	49 (34.0)	26 (28.9)	16 (17.4)	6 (8.6)	97 (26.5)	
	예민성	26 (22.8)	18 (20.0)	20 (21.7)	12 (17.1)	76 (20.8)	
	비듬성	18 (15.8)	7 (7.8)	10 (10.9)	6 (8.6)	41 (11.2)	
	탈모	3 (2.6)	14 (15.6)	8 (8.7)	11 (15.7)	36 (9.8)	
린스 미사용 (n=124)	잘몰라서	3 (15.0)	2 (8.3)	4 (14.3)	9 (29.0)	18 (17.5)	17.740 / .038 (*)
	효과없을것	5 (25.0)	4 (16.7)	6 (21.4)	6 (19.4)	21 (20.4)	
	경제적이유	-	4 (16.7)	-	-	4 (3.9)	
	필요성없음	12 (60.0)	14 (58.3)	18 (64.3)	16 (51.6)	60 (58.3)	
염색 횟수	0회	15 (13.2)	16 (17.8)	23 (25.0)	9 (12.9)	63 (17.2)	81.347 / .000 (***)
	1~2회	46 (40.4)	18 (20.0)	16 (17.4)	7 (10.0)	87 (23.8)	
	3~4회	34 (29.8)	16 (17.8)	22 (23.9)	6 (8.6)	78 (21.3)	
	5~10회	18 (15.8)	28 (31.1)	26 (28.3)	28 (40.0)	100(27.3)	
	11회이상	1 (0.9)	12 (13.3)	5 (5.4)	20 (28.6)	38 (10.4)	
피머 횟수	0회	17 (14.9)	15 (16.7)	15 (16.3)	5 (7.1)	52 (14.2)	48.052 / .000 (***)
	1~2회	55 (48.2)	33 (36.7)	30 (32.6)	9 (12.9)	127(34.7)	
	3~4회	28 (24.6)	24 (26.7)	28 (30.4)	25 (35.7)	105(28.7)	
	5회 이상	14 (12.3)	18 (20.0)	19 (20.7)	31 (44.3)	82 (22.4)	
트리트 미사용 (n=160)	잘몰라서	14 (41.2)	15 (32.6)	12 (26.7)	17 (48.6)	58 (36.2)	8.986 / .439
	효과없을것	6 (17.6)	3 (6.5)	6 (13.3)	2 (5.7)	17 (10.6)	
	경제적이유	1 (2.9)	1 (2.2)	1 (2.2)	1 (2.9)	4 (2.5)	
	필요성없음	13 (38.2)	27 (58.7)	26 (57.8)	15 (42.9)	81 (50.6)	
모발 건조 방법	드라이-온	39 (34.2)	29 (32.2)	39 (42.4)	29 (41.4)	136(37.2)	7.043 / .633
	드라이-냉	5 (4.4)	9 (10.0)	6 (6.5)	5 (7.1)	25 (6.8)	
	드라이-온냉	45 (39.5)	29 (32.2)	26 (28.3)	20 (28.6)	120(32.8)	
	자연건조	25 (21.9)	23 (25.6)	21 (22.8)	16 (22.9)	85 (23.2)	
자외선 노출 시간	1시간미만	3 (2.6)	14 (15.6)	21 (22.8)	20 (28.6)	58 (15.8)	40.366 / .000 (***)
	1~2시간	27 (23.7)	27 (30.0)	29 (31.5)	13 (18.6)	96 (26.2)	
	2~3시간	53 (46.5)	36 (40.0)	24 (26.1)	27 (38.6)	140(38.3)	
	3시간이상	29 (25.4)	10 (11.1)	16 (17.4)	10 (14.3)	65 (17.8)	
	잘모르겠다	2 (1.8)	3 (3.3)	2 (2.2)	-	7 (1.9)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 건강 생활 습관은 <Table 4>와 같다.

두피·모발 건강 생활 습관을 분석한 결과 두피의 유형의 경우 건성 두피가 116명(31.7%)으로 많았으며, 100만 원 미만 소득자의 경우 지성 두피가 가장 많이 나타났으며 120~500만 원 이상 소득자의 경우 건성 두피가 가장 많은 것으로 나타난 것으로 보아 소득에 따른 두피 유형은 유의한 차이를 보였다 ($p<0.01$).

린스를 사용하지 않는 이유는 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 60명(58.3%)으로 가장 많이 나타났으며, 효과가 없을 것 같다(21명, 20.4%), 잘 모르겠다(18명, 17.5%), 경제적인 이유(4명, 3.9%) 순으로 나타났다. 소득별로 분석한 결과 전체 소득별 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 가장 많은 것으로 보아 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

염색의 횟수에서는 한 달에 5~10회가 100명(27.3%)으로 가장 많았으며, 1~2회(87명, 23.8%), 3~4회(78명, 21.3%), 0회(63명, 17.2%), 11회 이상(38명, 10.4%) 순으로 나타났다. 100만원 미만의 경우 1~2회가 가장 많았고 120~500만 원 이상은 5~10회 응답이 가장 많은 것으로 보아 소득에 따른 염색의 횟수는 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

<Table 4> 소득에 따른 두피·모발 건강 생활 습관

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p
두피 유형	건성	17 (17.5)	33 (35.1)	44 (37.0)	22 (39.3)	116(31.7)	32.671 / .001 (**)
	지성	34 (35.1)	28 (29.8)	24 (20.2)	11 (19.6)	97(26.5)	
	예민성	29 (29.9)	12 (12.8)	24 (20.2)	11 (19.6)	76(20.8)	
	비듬성	13 (13.4)	13 (13.8)	13 (10.9)	2 (3.6)	41(11.2)	
	탈모	4 (4.1)	8 (8.5)	14 (11.8)	10 (17.9)	36 (9.8)	
린스 미사용 (n=124)	잘몰라서	6 (24.0)	2 (8.3)	3 (10.3)	7 (28.0)	18 (17.5)	16.78 / .050 (*)
	효과없을것	3 (12.0)	6 (25.0)	10 (34.5)	2 (8.0)	21 (20.4)	
	경제적이유	3 (12.0)	1 (4.2)	-	-	4 (3.9)	
	필요성없음	13 (5.2)	15 (62.5)	16 (55.2)	16 (64.0)	60 (58.3)	
염색 횟수	0회	18 (18.6)	18 (19.1)	20 (16.8)	7 (12.5)	63 (17.2)	39.228 / .000 (***)
	1~2회	38 (39.2)	19 (20.2)	22 (18.5)	8 (14.3)	87 (23.8)	
	3~4회	26 (26.8)	20 (21.3)	20 (16.8)	12 (21.4)	78 (21.3)	
	5~10회	13 (13.4)	23 (24.5)	42 (35.3)	22 (39.3)	100(27.3)	
	11회이상	2 (2.1)	14 (14.9)	15 (12.6)	7 (12.5)	38 (10.4)	
피머 횟수	0회	15 (15.5)	10 (10.6)	19 (16.0)	8 (14.3)	52 (14.2)	18.108 / .034
	1~2회	47 (48.5)	33 (35.1)	33 (27.7)	14 (25.0)	127(34.7)	
	3~4회	24 (24.7)	26 (27.7)	36 (30.3)	19 (33.9)	105(28.7)	
	5회 이상	11 (11.3)	25 (26.6)	31 (26.1)	15 (26.8)	82 (22.4)	
트리트 미사용 (n=160)	잘몰라서	17 (45.9)	12 (30.8)	17 (33.3)	12 (36.4)	58 (36.2)	11.462 / .245
	효과없을것	6 (16.2)	6 (15.4)	4 (7.8)	1 (3.0)	17 (10.6)	
	경제적이유	2 (5.4)	1 (2.6)	-	1 (3.0)	4 (2.5)	
	필요성없음	12 (32.4)	20 (51.3)	30 (58.8)	19 (57.6)	81 (50.6)	
모발 건조 방법	드라이-온	33 (34.0)	37 (39.4)	45 (37.8)	21 (37.5)	136(37.2)	9.355 / .405
	드라이-냉	8 (8.2)	3 (3.2)	12 (10.1)	2 (3.6)	25 (6.8)	
	드라이-온냉	37 (38.1)	34 (36.2)	32 (26.9)	17 (30.4)	120(32.8)	
	자연건조	19 (19.6)	20 (21.3)	30 (25.2)	16 (28.6)	85 (23.2)	
자외선 노출 시간	1시간미만	9 (9.3)	16 (17.0)	19 (16.0)	14 (25.0)	58 (15.8)	15.427 / .219
	1~2시간	24 (24.7)	29 (30.9)	35 (29.4)	8 (14.3)	96 (26.2)	
	2~3시간	40 (41.2)	29 (30.9)	45 (37.8)	26 (46.4)	140(38.3)	
	3시간이상	22 (22.7)	18 (19.1)	18 (15.1)	7 (12.5)	65 (17.8)	
	기타	2 (2.1)	2 (2.1)	2 (1.7)	1 (1.8)	7 (1.9)	

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

Chi-Square

2) 모발 상태와 린스 및 트리트먼트 사용 실태

연령에 따른 모발상태와 린스, 트리트먼트 사용실태는 <Table 5>와 같다.

모발 상태에 대해 살펴본 결과 4점 만점 중 전체 평균 2.27±0.77점으로 모발 상태는 보통정도로 나타났다. 30대가 모발 상태가 가장 손상된 편으로 나왔으며, 연령에 따라 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

린스의 사용 실태에 대해 살펴본 결과 보통이상으로 나타났으며 전 연령이 비슷한 결과를 보이지만 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

트리트먼트의 사용 유무에 대해 살펴본 결과 4점 만점 중 전체 평균 2.11±0.93점으로 보통정도로 나타났다. 30대와 40대에서 가끔 사용하는 것으로 보이며 20대와 50대의 경우 트리트먼트를 자주 사용하는 것으로 조사되었으며 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

<Table 5> 연령에 따른 모발 상태와 린스 및 트리트먼트의 사용 실태

	20-29세 (n=114) M ± SD	30-39세 (n=90) M ± SD	40-49세 (n=92) M ± SD	50-59세 (n=70) M ± SD	TOTAL (n=366) M ± SD	F / p
모발상태	2.20±0.84 ^b	2.08±0.81 ^c	2.47±0.73 ^a	2.36±0.66 ^a	2.27±0.77	0.842 / .047 (*)
린스-사용	2.74±1.09	2.80±1.09	2.86±1.18	2.84±1.17	2.80±1.13	0.233 / .874 1.387
트리트먼트-사용	2.30±0.99 ^a	1.89±0.94 ^b	1.99±0.89 ^b	2.25±0.84 ^a	2.11±0.93	1.009 / .009 (*)

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

One Way ANOVA & Duncan's Multiple Test

소득에 따른 모발상태와 린스, 트리트먼트 사용실태는 <Table 6>과 같다.

모발 상태에 대해 살펴본 결과 보통정도로 나타났다. 120~200만원의 소득이 손상된 편으로 나왔으며 소득이 높을수록 건강한 편에 속하며 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

린스의 사용 실태에 대해 살펴본 결과 4점 만점 중 전체 평균 2.80±1.13으로 보통이상으로 나타났으며 소득에 따른 린스의 사용 유무의 경우 120~400만원의 경우 자주 사용하는 것으로 나타났으며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다(p<0.05).

트리트먼트의 사용 유무에 대해 살펴본 결과 보통정도로 나타났다. 소득이 높을수록 적게 사용하는 결과를 보였지만 유의한 차이는 보이지 않았다.

<Table 6> 소득에 따른 모발 상태와 린스 및 트리트먼트의 사용 실태

	100미만 (n=97) M ± SD	120-200 (n=94) M ± SD	230-400 (n=119) M ± SD	500이상 (n=56) M ± SD	TOTAL (n=366) M ± SD	F / p
모발상태	2.33±0.87 ^a	2.10±0.76 ^c	2.26±0.73 ^b	2.43±0.72 ^a	2.27±0.77	0.587 / .034 (*)
린스사용	2.68±1.08 ^b	2.82±1.16 ^a	3.01±1.10 ^a	2.61±1.19 ^b	2.80±1.13	0.816 / .042 (*)
트리트먼트 사용	2.16±0.97	2.14±0.94	2.11±0.90	1.98±0.90	2.11±0.93	0.488 / .691

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

One Way ANOVA & Duncan's Multiple Test

3. 두피·모발 관리 실태

1) 두피·모발 관리의 선택과 목적

연령에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적은 <Table 7>과 같다.

두피·모발 관리의 선택과 목적을 분석 결과 정보를 얻는 경로의 경우 전문가 추천이 128명(35.0%)으로 가장 많았고 주위추천(65명, 17.8%), 인터넷(56명, 15.3%), TV광고(48명, 13.1%), 기타(37명, 10.1%), 신문, 잡지(32명, 8.7%) 순으로 나타났다. 전 연령이 전부 전문가 추천이 가장 많았으며 20대는 다른 연령에 비해 인터넷에서 정보를 얻는다는 응답이 많았고 40대 이상은 다른 연령에 비해 주위 추천으로 정보를 얻는다고 응답했으며, 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

관리 장소의 경우 미용실이 136명(37.2%)으로 많이 나타났고 전 연령이 미용실 응답이 가장 많았으며 연령이 낮을수록 전문 클리닉이 연령이 높을수록 미용실이 적절하다고 인식하였으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

관리 목적은 모발 강화가 70명(35.4%)으로 가장 높게 나타났고 비듬개선(48명, 24.2%), 기타(40명, 20.2%), 발모효과(19명, 9.6%), 염증개선(12명, 6.1%), 지루성 개선(9명, 4.5%) 순으로 나타났다. 20대의 경우 비듬개선이 가장 많이 나타났는데 이는 20대가 지성두피가 가장 많이 나온 것과 유의하다 볼 수 있으며 30대~60대 미만은 모발강화가 가장 높게 나타났다. 연령에 따른 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

<Table 7> 연령에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
정보 출처	인터넷	28 (24.6)	13 (14.4)	10 (10.9)	5 (7.1)	56(15.3)	33.982 / .003 (**)
	신문,잡지	10 (8.8)	13 (14.4)	6 (6.5)	3 (4.3)	32 (8.7)	
	TV광고	15 (13.2)	11 (12.2)	13 (14.1)	9 (12.9)	48(13.1)	
	전문가	42 (36.8)	35 (38.9)	28 (30.4)	23 (32.9)	128(35.0)	
	주위추천	11 (9.6)	12 (13.3)	22 (23.9)	20 (28.6)	65 (17.8)	
	기타	8 (7.0)	6 (6.7)	13 (14.1)	10 (14.3)	37 (10.1)	
관리 장소	전문클리닉	10 (8.8)	13 (14.4)	5 (5.4)	3 (4.3)	31 (8.5)	20.057 / .046 (*)
	전문병원	1 (0.9)	2 (2.2)	-	-	3 (0.8)	
	미용실	35 (30.7)	31 (34.4)	38 (41.3)	32 (45.7)	136 (37.2)	
	피부관리실	-	-	-	-	-	
	홈케어	15 (13.2)	5 (5.6)	4 (4.3)	4 (5.7)	28 (7.7)	
	안받는다	53 (46.5)	39 (43.3)	45 (48.9)	31 (44.3)	168 (45.9)	
선택 이유 (n=198)	적절한가격	4 (6.6)	8 (15.7)	5 (10.6)	4 (10.3)	21 (10.6)	22.213 / .102
	시술자기술	19 (31.1)	15 (29.4)	26 (55.3)	17 (43.6)	77 (38.9)	
	인지도	6 (9.8)	9 (17.6)	6 (12.8)	7 (17.9)	28 (14.1)	
	주변권유	26 (42.6)	16 (31.4)	5 (10.6)	7 (17.9)	54 (27.3)	
	서비스	4 (6.6)	2 (3.9)	4 (8.5)	3 (7.7)	13 (6.6)	
	위치	2 (3.3)	1 (2.0)	1 (2.1)	1 (2.6)	5 (2.5)	
목적 (n=198)	비듬개선	27 (43.5)	13 (25.5)	4 (8.7)	4 (10.3)	48 (24.2)	57.971 / .000 (***)
	지루성개선	5 (8.1)	3 (5.9)	1 (2.2)	-	9 (4.5)	
	발모효과	1 (1.6)	10 (19.6)	3 (6.5)	5 (12.8)	19 (9.6)	
	모발강화	7 (11.3)	16 (31.4)	25 (54.3)	22 (56.4)	70 (35.4)	
	염증개선	7 (11.3)	2 (3.9)	2 (4.3)	1 (2.6)	12 (6.1)	
	기타	15 (24.2)	7 (13.7)	11 (23.9)	7 (17.9)	40 (20.2)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적은 <Table 8>과 같다.

관리 장소의 경우 미용실이 136명(37.2%)으로 가장 많이 나타났고 전문 클리닉(31명, 8.5%), 홈케어(28명, 7.7%), 병원(3명, 0.8%) 순으로 나타났으며 관리를 받지 않는 사람이 168명(45.9%)으로 나타났다. 전 소득이 전부 미용실이라는 응답이 가장 많았으며, 120~400만원의 소득자의 경우 미용실이라는 응답이 대부분이며 소득이 낮을수록 관리를 받지 않는 경향을 볼 수 있으며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

관리 장소의 선택이유에서 보면 시술자의 기술이 77명(38.9%)으로 가장 높았으며 주변의 권유(54명, 27.3%), 인지도(28명, 14.1%), 적절한 가격(21명, 10.6%), 서비스(13명, 6.6%), 위치(5명, 2.5%) 순으로 나타났다. 100만원 미만의 소득자의 경우 시술자의 기술과 주변권유가 가장 많이 나타났고 120~500만 원 이상의 소득자의 경우 전부 시술자의 기술이 가장 많았으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

관리 목적은 모발 강화가 70명(35.4%)으로 높게 조사되었으며 100만원 미만 소득자의 경우 기타가 가장 많았으며, 120만원~400만원 소득자의 경우 비듬 개선이 가장 많이 나타났고, 500만 원 이상의 소득자의 경우 모발강화가 가장 많이 조사되어 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

<Table 8> 소득에 따른 두피·모발 관리의 선택과 목적

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	X ² /p
정보 출처	인터넷	26 (26.8)	12 (12.8)	13 (10.9)	5 (8.9)	56 (15.3)	22.362 / .099
	신문,잡지	7 (7.2)	11 (11.7)	9 (7.6)	5 (8.9)	32 (8.7)	
	TV광고	14 (14.4)	10 (10.6)	16 (13.4)	8 (14.3)	48 (13.1)	
	전문가	28 (28.9)	35 (37.2)	44 (37.0)	21 (37.5)	128 (35.0)	
	주위추천	11 (11.3)	21 (22.3)	24 (20.2)	9 (16.1)	65 (17.8)	
	기타	11 (11.3)	5 (5.3)	13 (10.9)	8 (14.3)	37 (10.1)	
관리 장소	전문클리닉	10 (10.3)	4 (4.3)	13 (10.9)	4 (7.1)	31 (8.5)	23.498 / .024 (*)
	전문병원	-	3 (3.2)	-	-	3 (0.8)	
	미용실	23 (23.7)	42 (44.7)	47 (39.5)	24 (42.9)	136 (37.2)	
	피부관리실	-	-	-	-	-	
	홈케어	11 (11.3)	6 (6.4)	7 (5.9)	4 (7.1)	28 (7.7)	
	안맡는다	53 (54.6)	39 (41.5)	52 (43.7)	24 (42.9)	168 (45.9)	
선택 이유 (n=198)	적절한가격	6 (13.6)	6 (10.9)	5 (7.5)	4 (12.5)	21 (10.6)	19.554 / .190
	시술기술	16 (36.4)	26 (47.3)	23 (34.3)	12 (37.5)	77 (38.9)	
	인지도	2 (4.5)	4 (7.3)	14 (20.9)	8 (25.0)	28 (14.1)	
	주변권유	16 (36.4)	14 (25.5)	18 (26.9)	6 (18.8)	54 (27.3)	
	서비스	2 (4.5)	3 (5.5)	7 (10.4)	1 (3.1)	13 (6.6)	
	위치	2 (4.5)	2 (3.6)	-	1 (3.1)	5 (2.5)	
목적 (n=198)	비듬개선	11 (24.4)	19 (34.5)	14 (20.9)	4 (12.9)	48 (24.2)	29.878 / .012 (*)
	지루성개선	4 (8.9)	2 (3.6)	2 (3.0)	1 (3.2)	9 (4.5)	
	발모효과	2 (4.4)	2 (3.6)	9 (13.4)	6 (19.4)	19 (9.6)	
	모발강화	10 (22.2)	15 (27.3)	28 (41.8)	17 (54.8)	70 (35.4)	
	염증개선	5 (11.1)	4 (7.3)	3 (4.5)	-	12 (6.1)	
	기타	13 (28.9)	13 (23.6)	11 (16.4)	3 (9.7)	40 (20.2)	

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

Chi-Square

2) 두피·모발 관리 실태

연령에 따른 두피·모발 관리 실태는 <Table 9>와 같다.

두피·모발 관리 비용에 대해 살펴보면 전 연령이 모두 4~6만원이 가장 높게 나타났으나 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

소요시간의 경우 10~30분이 95명(47.7%)으로 가장 많이 나타났으며 40~60분(72명, 36.2%), 90분 이상(32명, 16.1%) 순으로 나타났다. 20~29세는 10~30분이 가장 많이 조사되었고 30~39세는 10~30분과 40~60분이 똑같이 조사되었으며 40~49세는 10~30분이 가장 많이 나타났다. 50~59세는 40~60분이 가장 많이 나타나 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$).

한 달에 관리를 받는 횟수의 경우 138명(69.7%)으로 1회가 가장 많이 나타났다. 2회(29명, 14.6%), 3~4회(21명, 10.6%), 5회 이상(10명, 5.1%) 순으로 나타났다. 전 연령에서 월 1회 관리가 가장 많이 나타났으며 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

두피 모발관리를 받지 않는 고객들을 대상으로 관리를 받지 않는 이유에 대해 살펴본 결과 20대와 30대의 경우 경제적인 부담이 가장 높게 나타났으며, 40대와 50대는 현 상태에 만족한다는 응답이 많았으나 유의한 차이는 없었다.

<Table 9> 연령에 따른 두피·모발 관리 실태

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
관리 비용 (n=198)	1~3만원	16 (25.8)	11 (21.6)	15 (31.9)	9 (23.7)	51 (25.8)	
	4~6만원	21 (33.9)	17 (33.3)	19 (40.4)	18 (47.4)	75 (37.9)	7.585
	7~8만원	10 (16.1)	6 (11.8)	4 (8.5)	2 (5.3)	22 (11.1)	/ .576
	10만원이상	15 (24.2)	17 (33.3)	9 (19.1)	9 (23.7)	50 (25.3)	
소요 시간 (n=198)	10~30분	37 (59.7)	22 (43.1)	25 (53.2)	11 (28.2)	95 (47.7)	18.974
	40~60분	22 (35.5)	22 (43.1)	12 (25.5)	16 (41.0)	72 (36.2)	/ .004
	90분이상	3 (4.8)	7 (13.7)	10 (21.3)	12 (30.8)	32 (16.1)	(**)
월평균 횟수 (n=198)	1회	50 (80.6)	29 (58.0)	31 (67.4)	28 (71.8)	138(69.7)	
	2회	5 (8.1)	12 (24.0)	8 (17.0)	4 (10.3)	29 (14.6)	9.745
	3~4회	5 (8.1)	7 (14.0)	5 (10.9)	4 (10.3)	21 (10.6)	/ .372
	5회이상	2 (3.2)	2 (4.0)	3 (6.5)	4 (10.3)	10 (5.1)	
안받는 이유 (n=168)	현상대만족	15 (28.3)	8 (20.5)	17 (37.8)	10 (32.3)	50 (29.8)	
	시간적부담	3 (5.7)	7 (17.9)	8 (17.8)	8 (25.8)	26 (15.5)	
	경제적부담	24 (45.3)	14 (35.9)	9 (20.0)	4 (12.9)	51 (30.4)	
	위치불편함	-	-	-	-	-	24.116
	신뢰성부족	2 (3.8)	3 (7.7)	5 (11.1)	4 (12.9)	14 (8.3)	/ .151
	심리불편함	2 (3.8)	1 (2.6)	2 (4.4)	2 (6.5)	7 (4.2)	
	청결문제	-	1 (2.6)	-	1 (3.2)	2 (1.2)	
기타	7 (13.2)	5 (12.8)	4 (8.9)	2 (6.5)	18 (10.7)		

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

Chi-Square

소득에 따른 두피, 모발 관리 실태는 <Table 10>과 같다.

두피, 모발 관리 비용에 대해 살펴보면 4~6만원이 75명(37.9%)으로 가장 많이 나타났으며, 1~3만원(51명, 25.8%), 10만원 이상(50명, 25.3%), 7~8만원(22명, 11.1%) 순으로 나타났다. 100만원 미만 소득자의 경우 1~3만원이 가장 많이 나타났고 120~500만 원 이상의 소득자의 경우 4~6만원이 가장 높게 나타났으나 유의한 차이는 보이지 않았다.

소요시간의 경우 10~30분이 95명(47.7%)으로 많이 나타났으며 100만원 미만~200만원 소득자의 경우 10~30분이 가장 많이 나타났으며, 230~500만원 이상 소득자의 경우 40~60분이 가장 많이 나타났다. 소득이 높을수록 전문적인 관리를 받으므로 시간이 많이 걸리는 것으로 사료되며 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피 모발관리를 받지 않는 고객들을 대상으로 관리를 받지 않는 이유에 대해 살펴본 결과 경제적인 부담이 51명(30.4%)으로 가장 높게 나타났으며 현 상태에 만족(50명, 29.8%), 시간적 부담(26명, 15.5%), 기타(18명, 10.7%), 신뢰성 부족(14명, 8.3%), 심리적 불편함(7명, 4.2%), 청결문제(2명, 1.2%) 순으로 나타났다. 100만원 미만~200만원 소득자의 경우 경제적인 부담이 가장 많이 나타났으며 230~500만 원 이상 소득자의 경우 현 상태에 만족한다는 응답이 가장 많이 나타나며 소득별로 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

<Table 10> 소득에 따른 두피, 모발 관리 실태

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p
관리 비용 (n=198)	1~3만원	17(37.8)	13(23.6)	13(19.4)	8(25.8)	51(25.8)	5.488 / .273
	4~6만원	13(28.9)	24(43.6)	25(37.3)	13(41.9)	75(37.9)	
	7~8만원	4(8.9)	8(14.5)	8(11.9)	2(6.5)	22(11.1)	
	10만원이상	11(24.4)	10(18.2)	21(31.3)	8(25.8)	50(25.3)	
소요 시간 (n=198)	10~30분	26(57.8)	32(58.2)	26(38.8)	11(34.4)	95(47.7)	9.081
	40~60분	15(33.3)	16(29.1)	29(43.3)	12(37.5)	72(36.2)	/.042
	90분이상	4(8.9)	7(12.7)	12(17.9)	9(28.1)	32(16.1)	(*)
월평균 횟수 (n=198)	1회	36(80.0)	38(70.4)	42(62.7)	22(68.8)	138(69.7)	8.281 / .191
	2회	2(4.4)	9(16.7)	15(22.4)	3(9.4)	29(14.6)	
	3~4회	6(13.3)	4(7.4)	7(10.4)	4(12.5)	21(10.6)	
	5회이상	1(2.2)	3(5.6)	3(4.5)	3(9.4)	10(5.1)	
안받는 이유 (n=168)	만족	15(28.3)	11(28.2)	16(30.8)	8(33.3)	50(29.8)	22.283 / .010 (**)
	시간적부담	5(9.4)	5(12.8)	15(28.8)	1(4.2)	26(15.5)	
	경제적부담	23(43.4)	13(33.3)	10(19.2)	5(20.8)	51(30.4)	
	위치불편함	-	-	-	-	-	
	신뢰성부족	2(3.8)	2(5.1)	6(11.5)	4(16.7)	14(8.3)	
	심리불편함	1(1.9)	2(5.1)	2(3.8)	2(8.3)	7(4.2)	
	청결문제	-	1(2.6)	1(1.9)	-	2(1.2)	
기타	7(13.2)	5(12.8)	2(3.8)	4(16.7)	18(10.7)		

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

Chi-Square

4. 두피·모발 화장품 구매속성의 정보출처 및 구매처

1) 두피·모발 화장품 구매속성의 정보출처 및 구매처

연령에 따른 두피·모발 화장품 구매 속성은 <Table 11>과 같다.

연령에 따른 두피·모발 화장품 구매 속성을 살펴본 결과 정보 출처의 경우 전문가가 111명(30.3%)으로 가장 많았으며, TV광고(67명, 18.3%), 주위추천(66명, 18.0%), 인터넷(64명, 17.55), 기타(32명, 8.7%), 신문, 잡지(26명, 7.1%) 순으로 나타났다. 20~29세의 경우 다른 연령과 다르게 인터넷에서 정보를 얻는 다는 응답이 가장 많았으며 30~60대 미만의 경우 전문가에게 추천을 받는다는 응답이 가장 많이 나타났으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다 ($p<0.001$).

두피·모발 화장품의 구매 장소를 보면 미용실이 129명(35.2%)으로 높게 나타났다. 20대와 50대는 화장품 전문점에서 두피·모발 화장품을 많이 구매하는 것으로 보이며, 30대와 40대는 미용실에서 많이 구매하는 것으로 나타났다. 그러나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

<Table 11> 연령에 따른 두피·모발 화장품의 정보출처 및 구매처

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
정보 출처	인터넷	34 (29.8)	12 (13.3)	13 (14.1)	5 (7.1)	64 (17.5)	41.077 / .000 (***)
	신문잡지	7 (6.1)	12 (13.3)	7 (7.6)	-	26 (7.1)	
	TV광고	22 (19.3)	16 (17.8)	16 (17.4)	13 (18.6)	67 (18.3)	
	전문가	33 (28.9)	28 (31.1)	24 (26.1)	26 (37.1)	111 (30.3)	
	주위추천	11 (9.6)	16 (17.8)	19 (20.7)	20 (28.6)	66 (18.0)	
	기타	7 (6.1)	6 (6.7)	13 (14.1)	6 (8.6)	32 (8.7)	
구매 처	슈퍼,마트	17 (14.9)	18 (20.0)	16 (17.4)	12 (17.1)	63 (17.2)	15.457 / .419
	화장품점	37 (32.5)	18 (20.0)	20 (21.7)	23 (32.9)	98 (26.8)	
	인터넷,홈쇼핑	8 (7.0)	16 (17.8)	15 (16.3)	11 (15.7)	50 (13.7)	
	미용실	44 (38.6)	32 (35.6)	33 (35.9)	20 (28.6)	129 (35.2)	
	잘 모른다	8 (7.0)	6 (6.7)	8 (8.7)	4 (5.7)	26 (7.1)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 화장품 구매속성의 정보출처 및 구매처는 <Table 12>와 같다.

소득에 따른 두피·모발 화장품 구매속성의 정보출처 및 구매처를 살펴본 결과 정보 출처의 경우 전문가가 111명(30.3%)으로 많았으며, 100만원 미만 소득자의 경우 인터넷에서 두피·모발 화장품의 정보를 많이 얻고 있으며 120~500만 원 이상 소득자의 경우 전문가에게 추천을 받는 것으로 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

두피·모발 화장품의 구매 장소를 보면 미용실이 129명(35.2%)으로 가장 높게 나타났으며, 화장품 전문점(98명, 26.8%), 슈퍼·마트(63명, 17.2%), 인터넷/홈쇼핑(50명, 13.7%), 잘 모른다(26명, 7.1%) 순으로 나타났다. 전 소득별로 미용실에서 구매한다는 응답이 가장 높게 조사되었으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

<Table 12> 소득에 따른 두피·모발 화장품의 정보출처 및 구매처

	100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p	
정보 출처	인터넷	32 (33.0)	11 (11.7)	16 (13.4)	5 (8.9)	64(17.5)	32.013 / .000 (***)
	신문잡지	7 (7.2)	7 (7.4)	10 (8.4)	2 (3.6)	26(7.1)	
	TV광고	20 (20.6)	16 (17.0)	20 (16.8)	11 (19.6)	67(18.3)	
	전문가	19 (19.6)	33 (35.1)	36 (30.3)	23 (41.1)	111(30.3)	
	주위추천	10 (10.3)	20 (21.3)	25 (21.0)	11 (19.6)	66(18.0)	
	기타	9 (9.3)	7 (7.4)	12 (10.1)	4 (7.1)	32(8.7)	
구매처	슈퍼,마트	17 (17.5)	14 (14.9)	24 (20.2)	8 (14.3)	63(17.2)	18.399 / .242
	화장품점	31 (32.0)	20 (21.3)	33 (27.7)	14 (25.0)	98(26.8)	
	인터넷,홈쇼핑	9 (9.3)	12 (12.8)	15 (12.6)	14 (25.0)	50(13.7)	
	미용실	32 (33.0)	42 (44.7)	36 (30.3)	19 (33.9)	129(35.2)	
잘 모른다	8 (8.2)	6 (6.4)	11 (9.2)	1 (1.8)	26(7.1)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

Chi-Square

2) 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태

연령에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태는 <Table 13>과 같다.

연령에 따른 두피·모발 세정제의 종류를 살펴본 결과 사용하는 두피·모발 세정제는 149명(40.7%)으로 일반 샴푸가 가장 많았으며 두피 유형별 샴푸(110명, 30.1%), 탈모 샴푸(47명, 12.8%), 비듬 샴푸(33명, 9.0%), 비누(9명, 2.5%) 순으로 나타났다. 20대, 30대, 50대는 일반 샴푸를 사용한다는 응답이 가장 많았으며, 40대는 두피 유형별 샴푸가 가장 많았다. 또, 연령이 높아질수록 탈모 샴푸 비율이 증가하는 것으로 보아 연령이 높을수록 탈모에 대해 대처하기 시작하는 것으로 사료되며 연령에 따라 두피·모발 세정제의 관계는 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).

한 달 동안 두피·모발 세정제 구매 비용에 관해서 보면 전 연령이 두피·모발 세정제에 1~2만 원 정도 사용한다고 응답하였으며 연령에 따른 유의한 차이가 없었다.

두피·모발 화장품 구매 시 고려하는 항목을 보면 효과와 기능성이 218명(59.6%)으로 가장 많이 나타났으며, 브랜드 이미지(43명, 11.7%), 미용실 권유(42명, 11.5%), 향/색감(34명, 9.3%), 가격(16명, 4.4%), 광고(12명, 3.3%), 용기 디자인(1명, 0.3%) 순으로 나타났다. 전 연령이 효과와 기능성이 가장 중요한 고려 항목이라 응답하였다. 20대는 다른 연령보다 향/색감에서 높은 응답을 보이고 30대는 다른 연령에 비해 브랜드 이미지에 높은 응답을 보였으며, 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

<Table 13> 연령에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 형태

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
모발 세정제	일반샴푸	55 (48.2)	35 (38.9)	31 (33.7)	28 (40.0)	149 (40.7)	53.487 /.000 (***)
	비누	1 (0.9)	2 (2.2)	6 (6.5)	-	9 (2.5)	
	검용샴푸	8 (7.0)	4 (4.4)	3 (3.3)	3 (4.3)	18 (4.9)	
	두피유형샴푸	26 (22.8)	28 (31.1)	35 (38.0)	21 (30.0)	110 (30.1)	
	탈모샴푸	3 (2.6)	13 (14.4)	14 (15.2)	17 (24.3)	47 (12.8)	
	비듬샴푸	21 (18.4)	8 (8.9)	3 (3.3)	1 (1.4)	33 (9.0)	
구매 비용	1만원미만	12 (10.5)	11 (12.2)	10 (10.9)	6 (8.6)	39 (10.7)	19.341 /.081
	1~2만원	65 (57.0)	44 (48.9)	38 (41.3)	26 (37.1)	173 (47.3)	
	2~3만원	32 (28.1)	23 (25.6)	28 (30.4)	27 (38.6)	110 (30.1)	
	3~4만원	4 (3.5)	10 (11.1)	9 (9.8)	7 (10.0)	30 (8.2)	
	5만원이상	1 (0.9)	2 (2.2)	7 (7.6)	4 (5.7)	14 (3.8)	
고려 항목	브랜드이미지	8 (7.0)	19 (21.1)	9 (9.8)	7 (10.0)	43 (11.7)	30.293 /.035 (*)
	효과/기능성	63 (55.3)	47 (52.2)	61 (66.3)	47 (67.1)	218 (59.6)	
	향/색감	16 (14.0)	3 (3.3)	9 (9.8)	6 (8.6)	34 (9.3)	
	가격	4 (3.5)	5 (5.6)	5 (5.4)	2 (2.9)	16 (4.4)	
	용기디자인	-	1 (1.1)	-	-	1 (0.3)	
	광고	7 (6.1)	3 (3.3)	-	2 (2.9)	12 (3.3)	
	미용실권유	16 (14.0)	12 (13.3)	8 (8.7)	6 (8.6)	42 (11.5)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태는 <Table 14>와 같다.

소득에 따른 두피·모발 세정제의 종류를 살펴본 결과 사용하는 두피·모발 세정제는 전 소득별로 일반 샴푸의 사용이 가장 많았으며 일반 샴푸와 비슷하게 두피 유형별 샴푸의 사용도 많았다. 소득이 높을수록 탈모 샴푸의 비중이 높아지며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

한 달 동안 두피·모발 세정제에 구매 비용에 관해서 보면 1~2만원이 173명(47.3%)으로 가장 많이 나타났고 2~3만원(110명, 30.1%), 1만원 미만(39명, 10.7%), 3~4만원(30명, 8.2%), 5만 원 이상(14명, 3.8%) 순으로 나타났다. 전 소득별로 1~2만원이 가장 많이 나타났으며 소득에 따라 두피·모발 세정제 구입비용은 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·모발 화장품 구매 시 고려하는 항목을 보면 전 소득이 효과와 기능성을 고려한다는 응답이 가장 많이 조사되었으며 100만원 미만 소득자의 경우는 다른 고객과 다르게 미용실 권유가 많이 조사되었고, 230~400만원 소득자의 경우는 다른 소득자와는 다르게 브랜드 이미지 응답이 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<Table 14> 소득에 따른 두피·모발 세정제의 종류와 구매 행태

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	X ² /p
모발 세정제	일반샴푸	46 (47.4)	37 (39.4)	46 (38.7)	20 (35.7)	149 (40.7)	36.822 / .001 (**)
	비누	2 (2.1)	-	4 (3.4)	3 (5.4)	9 (2.5)	
	결용샴푸	8 (8.2)	4 (4.3)	5 (4.2)	1 (1.8)	18 (4.9)	
	두피유형샴푸	24 (24.7)	32 (34.0)	40 (33.6)	14 (25.0)	110 (30.1)	
	탈모샴푸	5 (5.2)	8 (8.5)	18 (15.1)	16 (28.6)	47 (12.8)	
	비듬샴푸	12 (12.4)	13 (13.8)	6 (5.0)	2 (3.6)	33 (9.0)	
구매 비용	1만원미만	11 (11.3)	11 (11.7)	13 (10.9)	4 (7.1)	39 (10.7)	26.338 / .010 (*)
	1~2만원	52 (53.6)	46 (48.9)	52 (43.7)	23 (41.1)	173 (47.3)	
	2~3만원	25 (25.8)	28 (29.18)	36 (30.3)	21 (37.5)	110 (30.1)	
	3~4만원	5 (5.2)	8 (8.5)	16 (13.4)	1 (1.8)	30 (8.2)	
	5만원이상	4 (4.1)	1 (1.1)	2 (1.7)	7 (12.5)	14 (3.8)	
고려 항목	브랜드이미지	7 (7.2)	9 (9.6)	22 (18.5)	5 (8.9)	43 (11.7)	21.200 / .269
	효과/기능성	53 (54.6)	61 (64.9)	64 (53.8)	40 (71.4)	218 (59.6)	
	향/색감	13 (13.4)	10 (10.6)	8 (6.7)	3 (5.4)	34 (9.3)	
	가격	6 (6.2)	4 (4.3)	5 (4.2)	1 (1.8)	16 (4.4)	
	용기디자인	1 (1.0)	-	-	-	1 (0.3)	
	광고	4 (4.1)	3 (3.2)	3 (2.5)	2 (3.6)	12 (3.3)	
	미용실권유	13 (13.4)	7 (7.4)	17 (14.3)	5 (8.9)	42 (11.5)	

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

Chi-Square

3) 두피·탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태

연령에 따른 두피·탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태는 <Table 15>와 같다.

두피·탈모 방지 개선 제품의 종류를 살펴본 결과 58명(40.8%)으로 탈모샴푸를 가장 많이 사용하는 것으로 나타났으며 토닉(32명, 22.5%), 트리트먼트(23명, 16.2%), 앰플(16명, 11.5%), 린스(11명, 7.7%), 로션과 바르는 증모제(1명, 0.7%) 순으로 나타났다. 20대와 30대는 토닉사용이 가장 많았고 40대와 50대는 샴푸의 사용이 많이 나타났으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

제품 구매 비용의 경우 58명(40.8%)으로 2~3만원이 많이 나타났으며 20~29세는 1~2만원이 높게 조사되었으며 30~60대 미만의 경우 2~3만원이 많이 나타나 연령별로 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·탈모 방지 개선 제품 구매 시 고려 항목을 보면 전 연령이 효과와 기능성이라는 응답이 가장 많았으며 30대의 경우 다른 연령 보다 미용실 권유 응답이 높게 나타났으며 연령별로 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·탈모 방지 개선 제품을 사용하지 않는 고객들의 이유는 113명(50.4%)으로 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 가장 높게 나타났으며, 귀찮음(47명, 21.0%), 만족 못함(31명, 13.8%), 부작용 걱정(17명, 7.6%), 시간 부족(16명, 7.1%) 순으로 나타났다. 전 연령이 필요성을 느끼지 못한다는 응답이 가장 많았으며 20대와 30대는 다른 연령과 다르게 귀찮다는 응답이 높게 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

<Table 15> 연령에 따른 두피·탈모 관리 제품의 구매 속성

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
사용 탈모 개선 제품 (n=142)	샴푸	7 (21.2)	13 (29.5)	20 (60.6)	18 (56.2)	58 (40.8)	47.185 / .000 (***)
	린스	7 (21.2)	2 (4.5)	-	2 (6.2)	11 (7.7)	
	트리트먼트	8 (24.2)	5 (11.4)	5 (15.2)	5 (15.6)	23 (16.2)	
	토닉	11 (33.3)	16 (36.4)	2 (6.1)	3 (9.4)	32 (22.5)	
	앰플	-	8 (18.2)	5 (15.2)	3 (9.4)	16 (11.3)	
	로션	-	-	1 (3.0)	-	1 (0.7)	
	바르는증모제	-	-	-	1 (3.1)	1 (0.7)	
구매 비용 (n=142)	1만원미만	-	2 (4.5)	-	1 (3.1)	3 (2.1)	25.969 / .011 (*)
	1~2만원	18 (54.5)	12 (27.3)	6 (18.2)	9 (28.1)	45 (31.7)	
	2~3만원	11 (33.3)	19 (43.2)	14 (42.4)	14 (43.8)	58 (40.8)	
	3~4만원	3 (9.1)	11 (25.0)	7 (21.2)	3 (9.4)	24 (16.9)	
	5만원이상	1 (3.0)	-	6 (18.2)	5 (15.6)	12 (8.5)	
고려 항목 (n=142)	브랜드이미지	1 (3.0)	6 (13.6)	1 (3.0)	2 (6.2)	10 (7.0)	29.557 / .014 (*)
	효과/기능성	23 (69.7)	22 (50.0)	28 (84.8)	24 (75.0)	97 (68.3)	
	향/색감	1 (3.0)	-	1 (3.0)	-	2 (1.4)	
	가격	-	-	-	2 (6.2)	2 (1.4)	
	용기디자인	-	-	-	-	-	
	광고	1 (3.0)	-	1 (3.0)	1 (3.1)	3 (2.1)	
	미용실권유	7 (21.2)	16 (36.4)	2 (6.1)	3 (9.4)	28 (19.7)	
미사용 이유 (n=224)	필요성없다	40 (49.4)	24 (52.2)	33 (55.9)	16 (42.1)	113(50.4)	22.670 / .031 (*)
	만족못함	6 (7.4)	5 (10.9)	12 (20.3)	8 (21.1)	31 (13.8)	
	귀찮음	22 (27.2)	13 (28.3)	4 (6.8)	8 (21.2)	47 (21.0)	
	시간없음	4 (4.9)	1 (2.2)	6 (10.2)	5 (13.2)	16 (7.1)	
	부작용걱정	9 (11.1)	3 (6.5)	4 (6.8)	1 (2.6)	17 (7.6)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태는 <Table 16>과 같다.

두피·탈모 관리 제품의 종류를 살펴본 결과 전 소득이 탈모샴푸의 사용이 가장 많이 나타났으며 230~400만원 소득자의 경우 다른 고객과 다르게 토닉의 사용이 많이 나타났으나 소득에 따른 유의한 차이는 보이지 않았다.

제품 구매 비용의 경우 58명(40.8%)으로 2~3만원이 가장 많이 나타났으며 1~2만원(45명, 31.7%), 3~4만원(24명, 16.9%), 5만원 이상(12명, 8.5%), 1만원 미만(3명, 2.1%) 순으로 나타났다. 소득이 낮을수록 1~2만원의 비중이 높았고 소득이 높을수록 2~3만원이 높게 나타났으며 소득에 따른 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·탈모 방지 개선 제품 구매 시 고려 항목을 보면 효과와 기능성이 97명(68.3%)으로 가장 높게 나타났으며 미용실 권유(28명, 19.7%), 브랜드 이미지(10명, 7.0%), 광고(3명, 2.1%), 향/색감, 가격(2명, 1.4%) 순으로 나타났으며 전 소득이 효과와 기능성이 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·탈모 방지 개선 제품을 사용하지 않는 고객들의 이유는 전 소득이 필요성이 없다는 응답이 많았으며 소득이 낮을수록 귀찮다는 응답도 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 차이는 보이지 않았다.

<Table 16>소득에 따른 두피·탈모 관리 제품의 종류와 구매 행태

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	X ² /p
사용 탈모 개선 제품 (n=142)	샴푸	10 (37.0)	12 (38.7)	20 (37.0)	16 (53.3)	58 (40.8)	11.382 / .289
	린스	5 (18.5)	2 (6.5)	3 (5.6)	1 (3.3)	11 (7.7)	
	트리트먼트	5 (18.5)	7 (22.6)	8 (14.8)	3 (10.0)	23 (16.2)	
	토닉	6 (22.2)	8 (25.8)	13 (24.1)	5 (16.7)	32 (22.5)	
	앰플	1 (3.7)	2 (6.5)	8 (14.8)	5 (16.7)	16 (11.3)	
	로션	-	-	1 (1.9)	-	1 (0.7)	
	바르는증모제	-	-	1 (1.9)	-	1 (0.7)	
구매 비용 (n=142)	1만원미만	1 (3.7)	-	1 (1.9)	1 (3.3)	3 (2.1)	12.392 / .029 (*)
	1~2만원	12 (44.4)	13 (41.9)	12 (22.2)	8 (26.7)	45 (31.7)	
	2~3만원	10 (37.0)	13 (41.9)	24 (44.4)	11 (36.7)	58 (40.8)	
	3~4만원	3 (11.1)	4 (12.9)	13 (24.1)	4 (13.3)	24 (16.9)	
	5만원이상	1 (3.7)	1 (3.2)	4 (7.4)	6 (20.0)	12 (8.5)	
고려 항목 (n=142)	브랜드이미지	-	3 (9.7)	4 (7.4)	3 (10.0)	10 (7.0)	15.293 / .032 (*)
	효과/기능성	19 (70.4)	22 (71.0)	37 (68.5)	19 (63.3)	97 (68.3)	
	향/색감	1 (3.7)	-	-	1 (3.3)	2 (1.4)	
	가격	-	-	-	2 (6.7)	2 (1.4)	
	용기디자인	-	-	-	-	-	
	광고	2 (7.4)	-	1 (1.9)	-	3 (2.1)	
	미용실권유	5 (18.5)	6 (19.4)	12 (22.2)	5 (16.7)	28 (19.7)	
미사용 이유 (n=224)	필요성없다	38 (54.3)	28 (44.4)	35 (53.8)	12 (46.2)	113(50.4)	8.811 / .102
	만족못함	5 (7.1)	10 (15.9)	9 (13.8)	7 (26.9)	31 (13.8)	
	귀찮음	19 (27.1)	12 (19.0)	13 (20.0)	3 (11.5)	47 (21.0)	
	시간없음	4 (5.7)	7 (11.1)	4 (6.2)	1 (3.8)	16 (7.1)	
	부작용걱정	4 (5.7)	6 (9.5)	4 (6.2)	3 (11.5)	17 (7.6)	

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

Chi-Square

4) 헤어스타일링 제품의 종류와 구매 행태

연령에 따른 헤어스타일링 제품의 종류와 구매 행태는 <Table 17> 과 같다.

헤어스타일링 제품의 종류를 보면 헤어 에센스가 159명(63.6%)으로 가장 많았으며 왁스(59명, 23.6%), 스프레이(17명, 6.8%), 젤(11명, 4.4%), 무스(4명, 1.6%) 순으로 나타났다. 전 연령이 헤어 에센스 사용이 가장 많았으며 20대와 30대의 경우 다른 연령보다 왁스 사용이 많은 것을 볼 수 있으며 연령에 따른 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

헤어스타일링 제품 구매 비용의 경우 1~2만원이 135명(54.0%)으로 가장 많이 나타났으며, 2~3만원(57명, 22.8%), 1만원 미만(35명, 14.0%), 3~4만원(12명, 4.8%), 5만원 이상(11명, 4.4%) 순으로 나타났다. 전 연령이 1~2만원이 가장 높게 나타났지만 20대는 다른 연령에 비해 1만원 미만이 높게 나타났으며 연령에 따른 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).

헤어스타일링 제품 구매 시 고려하는 항목의 경우 142명(56.8%)으로 효과와 기능성이 가장 많이 나타났고 미용실 권유(42명, 16.8%), 향/색감(35명, 14.0%), 브랜드 이미지(13명, 5.2%), 가격(12명, 4.8%), 광고(6명, 2.4%) 순으로 나타났다. 20대는 다른 연령에 비해 미용실 권유와 향/색감이 높게 나타나 내적인 요소와 외적인 요소 모두 중시하는 것으로 볼 수 있으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

<Table 17>연령에 따른 헤어 스타일링 제품의 종류와 구매 행태

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
헤어 스타일 링계 (n=250)	스프레이	4 (5.0)	2 (2.7)	4 (8.3)	7 (14.6)	17 (6.8)	23.970 / .021 (*)
	무스	2 (2.5)	1 (1.4)	1 (2.1)	-	4 (1.6)	
	클레이즈	-	-	-	-	-	
	젤	2 (2.5)	4 (5.4)	4 (8.3)	1 (2.1)	11 (4.4)	
	왁스	18 (22.5)	28 (37.8)	5 (10.4)	8 (16.7)	59 (23.6)	
	헤어에센스	54 (67.5)	39 (52.7)	34 (70.8)	32 (66.7)	159 (63.6)	
구매 비용 (n=250)	1만원미만	15 (18.8)	8 (10.8)	6 (12.5)	6 (12.5)	35 (14.0)	44.336 / .000 (***)
	1~2만원	48 (60.0)	48 (64.9)	18 (37.5)	21 (43.8)	135 (54.0)	
	2~3만원	14 (17.5)	16 (21.6)	11 (22.9)	16 (33.3)	57 (22.8)	
	3~4만원	2 (2.5)	1 (1.4)	9 (18.8)	-	12 (4.8)	
	5만원이상	1 (1.2)	1 (1.4)	4 (8.3)	5 (10.4)	11 (4.4)	
고려 항목 (n=250)	브랜드이미지	2 (2.5)	7 (9.5)	3 (6.2)	1 (2.1)	13 (5.2)	24.943 / .050 (*)
	효과/기능성	35 (43.8)	42 (56.8)	34 (70.8)	31 (64.6)	142 (56.8)	
	향/색감	17 (21.2)	8 (10.8)	3 (6.2)	7 (14.6)	35 (14.0)	
	가격	4 (5.0)	4 (5.4)	2 (4.2)	2 (4.2)	12 (4.8)	
	용기디자인	-	-	-	-	-	
	광고	2 (2.5)	4 (5.4)	-	-	6 (2.4)	
	미용실권유	20 (25.0)	9 (12.2)	6 (12.5)	7 (14.6)	42 (16.8)	
미사용 이유 (n=116)	필요성없다	15 (44.1)	6 (37.5)	22 (50.0)	9 (40.9)	52 (44.8)	9.975 / .618
	만족못함	3 (8.8)	2 (12.5)	6 (13.6)	2 (9.1)	13 (11.2)	
	귀찮음	10 (29.4)	7 (43.8)	7 (15.9)	4 (18.2)	28 (24.1)	
	시간없음	1 (2.9)	1 (6.2)	3 (6.8)	2 (9.1)	7 (6.0)	
	부작용우려	5 (14.7)	-	6 (13.6)	5 (22.7)	16 (13.8)	

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

Chi-Square

소득에 따른 헤어스타일링 제품의 종류와 구매 행태는 <Table 18>과 같다. 헤어스타일링 제품의 종류를 보면 전 소득별로 헤어에센스 사용이 가장 많았으며 230~400만원 소득자의 경우 왁스의 사용 비율이 높았으나 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

헤어스타일링 제품 구매 비용의 경우 소득별로는 제품 구매 시 드는 비용이 1~2만원이 가장 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 차이는 보이지 않았다.

헤어스타일링 제품 구매 시 고려하는 항목의 경우 제품 구매 시 고려하는 항목으로는 효과와 기능성이라는 응답이 전 소득별로 가장 많았으며 소득이 낮을수록 미용실 권유라는 응답이 많았으나 유의한 차이는 보이지 않았다.

헤어스타일링 제품을 사용하지 않는 고객의 경우 사용하지 않는 이유가 52명(44.8%)으로 필요성이 없다고 가장 많이 응답하였으며 귀찮은(28명, 24.1%), 부작용의 우려(16명, 13.85), 만족 못함(13명, 11.2%) 순으로 나타났다. 필요성을 느끼지 못했다는 응답이 다른 이유 보다 많은 응답이 나왔으나 소득에 따른 유의한 차이는 보이지 않았다.

<Table 18> 소득에 따른 헤어스타일링 제품의 종류와 구매 행태

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p
헤어 스타일 링제 (n=250)	스프레이	3 (4.6)	4 (6.2)	7 (8.4)	3 (7.9)	17 (6.8)	10.285 / .591
	무스	3 (4.6)	-	-	1 (2.6)	4 (1.6)	
	클레이즈	-	-	-	-	-	
	젤	3 (4.6)	4 (6.2)	4 (4.8)	-	11 (4.4)	
	왁스	13 (20.0)	15 (23.4)	22 (26.5)	9 (23.7)	59 (23.6)	
	헤어에센스	43 (66.2)	41 (64.1)	50 (60.2)	25 (65.8)	159 (63.6)	
구매 비용 (n=250)	1만원미만	14 (21.5)	10 (15.6)	6 (7.2)	5 (13.2)	35 (14.0)	17.688 / .126
	1~2만원	34 (52.3)	33 (51.6)	52 (62.7)	16 (42.1)	135 (54.0)	
	2~3만원	14 (21.5)	15 (23.4)	19 (22.9)	9 (23.7)	57 (22.8)	
	3~4만원	2 (3.1)	4 (6.2)	3 (3.6)	3 (7.9)	12 (4.8)	
	5만원이상	1 (1.5)	2 (3.1)	3 (3.6)	5 (13.2)	11 (4.4)	
고려 항목 (n=250)	브랜드이미지	2 (3.1)	4 (6.2)	6 (7.1)	1 (2.6)	13 (5.2)	11.150 / .742
	효과/기능성	31 (47.7)	35 (54.7)	51 (61.4)	25 (65.8)	142 (56.8)	
	향/색감	12 (18.5)	10 (15.6)	8 (9.6)	5 (13.2)	35 (14.0)	
	가격	5 (7.7)	3 (4.7)	3 (3.6)	1 (2.6)	12 (4.8)	
	용기디자인	-	-	-	-	-	
	광고	1 (1.5)	1 (1.6)	2 (2.4)	2 (5.3)	6 (2.4)	
	미용실권유	14 (21.5)	11 (17.2)	13 (15.7)	4 (10.5)	42 (16.8)	
미사용 이유 (n=116)	필요성없다	13 (40.6)	15 (50.0)	16 (44.4)	8 (44.4)	52 (44.8)	4.412 / .572
	만족못함	4 (12.5)	4 (13.3)	3 (8.3)	2 (11.1)	13 (11.2)	
	귀찮음	9 (28.1)	6 (20.0)	9 (25.0)	4 (22.2)	28 (24.1)	
	시간없음	2 (6.2)	-	3 (8.3)	2 (11.1)	7 (6.0)	
	부작용우려	4 (12.5)	5 (16.7)	5 (13.9)	2 (11.1)	16 (13.8)	

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

Chi-Square

5. 두피·모발 관리의 만족도

1) 두피·모발 관리의 만족도

연령에 따른 두피·모발 관리의 만족도는 <Table 19>와 같다.

두피·모발 클리닉의 필요성의 경우 보통이상으로 나타났으며, 50대>30대>40대>20대 순으로 집단 간의 차이가 있었으나 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

두피·모발 클리닉을 이용하는 고객들의 만족도를 살펴본 결과 연령에 따른 분석 결과 만족도는 보통이상으로 20대>30대>50>40대 순으로 집단 간의 차이가 있었으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

두피·모발 화장품의 만족도를 살펴본 결과 세정제는 전체 평균 3.24±0.58점으로 보통이상으로 조사되었으며 연령이 낮을수록 만족도가 떨어지는 것을 볼 수 있으며 유의한 차이를 보였다(p<0.01).

두피·탈모 방지 개선 제품의 경우 전체 평균 2.91±0.87점으로 보통에 해당하였으며 다른 연령보다 20대의 만족도가 떨어지며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다(p<0.001).

헤어 스타일링 제품의 경우 보통이상에 해당하였으며 40대>30대, 50대>20대 순으로 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

두피·모발 클리닉을 계속 받을 의사는 전체 평균 3.34±0.82점으로 보통이상에 해당하였으며 연령이 높을수록 긍정적인 응답을 하였으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

<Table 19> 연령에 따른 두피·모발 관리의 만족도

	20~29세 (n=114) M ± SD	30~39세 (n=90) M ± SD	40~49세 (n=92) M ± SD	50~59세 (n=70) M ± SD	TOTAL (n=366) M ± SD	F / p
필요성	3.31 ± 0.83	3.39 ± 0.90	3.38 ± 0.94	3.44 ± 0.79	3.37 ± 0.87	0.386 / .763
만족						
경험자 (n=235)	3.58 ± 0.65	3.57 ± 0.91	3.46 ± 0.72	3.52 ± 0.69	3.54 ± 0.75	0.346 / .792
세정제 만족	3.13 ± 0.60 ^b	3.17 ± 0.60 ^b	3.35 ± 0.52 ^a	3.39 ± 0.57 ^a	3.24 ± 0.58	4.365 / .005 (**)
탈모개 선만족	2.49 ± 0.98 ^b	3.00 ± 0.80 ^a	3.12 ± 0.70 ^a	3.20 ± 0.73 ^a	2.91 ± 0.87	14.830 / .000 (***)
스타일 링만족	3.13 ± 0.86	3.24 ± 0.73	3.24 ± 0.68	3.26 ± 0.60	3.21 ± 0.74	0.623 / .601
계속받 을의사	3.20 ± 0.84	3.40 ± 0.80	3.42 ± 0.85	3.40 ± 0.78	3.34 ± 0.82	1.657 / .176

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

One Way ANOVA & Duncan's Multiple Test

소득에 따른 두피·모발 관리의 만족도 <Table 20>과 같다.

두피·모발 클리닉의 필요성의 경우 전체 평균 3.37 ± 0.87 점으로 보통에 해당되었으며 500만원 이상>230~400만원>120~200만원>100만원미만 순으로 소득이 높을수록 만족도도 높았으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

두피·모발 클리닉을 이용하는 고객들의 만족도를 살펴본 결과 소득에 따른 분석 결과 만족도는 전체 평균 3.54 ± 0.75 점으로 필요하다에 해당하였으며 230~400만원>500만원 이상>100만원 미만>120~200만원 순으로 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

두피·모발 화장품의 만족도를 살펴본 결과 보통이상에 해당되며 소득이 낮을수록 만족도가 떨어지며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

두피·탈모 방지 개선 제품의 경우 보통으로 나타났으며 소득이 낮을수록 만족도가 떨어지며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).

헤어 스타일링 제품의 만족도를 살펴본 결과 전체 평균 3.21 ± 0.74 점으로 보통에 해당하였으나 소득에 따른 유의한 차이는 없었다.

두피·모발 클리닉을 계속 받을 의사는 전체 평균 3.34 ± 0.82 점으로 보통에 해당하였으며 소득이 높을수록 긍정적인 응답을 하였으며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$).

<Table 20> 소득에 따른 두피 · 모발 관리의 만족도

	100미만 (n=97) M ± SD	120~200 (n=94) M ± SD	230~400 (n=119) M ± SD	500이상 (n=56) M ± SD	TOTAL (n=366) M ± SD	F / p
필요성	3.23 ± 0.94 ^b	3.31 ± 0.81 ^b	3.44 ± 0.82 ^a	3.60 ± 0.89 ^a	3.37 ± 0.87	2.583 / .049 (*)
만족 경험자 (n=235)	3.38 ± 0.70 ^b	3.42 ± 0.82 ^b	3.74 ± 0.66 ^a	3.56 ± 0.80 ^a	3.54 ± 0.75	3.264 / .022 (*)
세정제 만족	3.13 ± 0.70 ^b	3.26 ± 0.50 ^b	3.24 ± 0.54 ^b	3.43 ± 0.53 ^a	3.24 ± 0.58	3.061 / .028 (*)
탈모개선 만족	2.55 ± 0.97 ^c	2.88 ± 0.86 ^b	3.09 ± 0.75 ^b	3.20 ± 0.72 ^a	2.91 ± 0.87	10.009 / .000 (***)
스타일링 만족	3.09 ± 0.85	3.19 ± 0.70	3.33 ± 0.65	3.20 ± 0.77	3.21 ± 0.74	1.827 / .142
계속받을 의사	3.12 ± 0.97 ^b	3.37 ± 0.70 ^a	3.39 ± 0.78 ^a	3.57 ± 0.78 ^a	3.34 ± 0.82	3.973 / .008 (**)

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

One Way ANOVA & Duncan's Multiple Test

2) 두피·모발 화장품의 개선점과 만족도

연령에 따른 두피·모발 화장품의 개선점과 만족도는 <Table 21>과 같다.

두피·모발 세정제가 개선 할 점은 효능이 157명(42.9%)으로 가장 높게 나타났으며 가격(67명, 18.3%), 향(61명, 16.7%), 질감(60명, 16.4%), 편리성(21명, 5.7%) 순으로 나타났다. 전 연령이 효능이 가장 높게 나타났으며 20~29세는 향을 개선해야 한다는 응답이 두 번째로 많았으며 30~60대 미만은 가격이 두 번째로 많은 응답을 보이며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

두피·탈모 방지 개선 제품의 개선 할 점은 150명(41.0%)으로 효능이 가장 높게 나타났고 가격(110명, 30.1%), 편리성(46명, 12.6%), 향(35명, 9.6%), 질감(25명, 6.8%) 순으로 나타났다. 전 연령이 효능이 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

헤어스타일링 제품의 만족하는 이유의 경우 전 연령이 효능이 가장 높게 나타났고 20대와 30대의 경우 다른 연령에 비해 향에 만족한다는 이유가 많이 조사되었으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

헤어스타일링 제품의 개선점의 경우 효능이 145명(39.6%)으로 가장 높게 나타났고 향(75명, 20.5%), 질감(58명, 15.8%), 가격(55명, 15.0%), 편리성(33명, 9.0%) 순으로 나타났다. 전 연령이 효능이 가장 높게 나타났으며 20대와 30대는 향에도 만족도가 높게 조사되었으며 만족도와 비슷한 결과를 보이며 만족하는 만큼 더 개선되길 바라는 것으로 사료되며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

<Table 21> 연령에 따라 두피·모발 화장품의 개선점과 만족도

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
모발	가격	17 (14.9)	6 (6.7)	8 (8.7)	6 (8.6)	37 (10.1)	15.211 / .230
두피	효능	77 (67.5)	60 (66.7)	62 (67.4)	42 (60.0)	241 (65.8)	
세정제	향	10 (8.8)	10 (11.1)	7 (7.6)	8 (11.4)	35 (9.6)	
만족	편리성	8 (7.0)	9 (10.0)	9 (9.8)	5 (7.1)	31 (8.5)	
이유	질감	2 (1.8)	5 (5.6)	6 (6.5)	9 (12.9)	22 (6.0)	
모발	가격	22 (19.3)	18 (20.0)	14 (15.2)	13 (18.6)	67 (18.3)	29.219 / .004 (**)
세정제	효능	42 (36.8)	38 (42.2)	45 (48.9)	32 (45.7)	157 (42.9)	
개선점	향	32 (28.1)	9 (10.0)	10 (10.9)	10 (14.3)	61 (16.7)	
	편리성	-	8 (8.9)	10 (10.9)	3 (4.3)	21 (5.7)	
	질감	18 (15.8)	17 (18.9)	13 (14.1)	12 (17.1)	60 (16.4)	
두피	가격	24 (21.1)	16 (17.8)	21 (22.8)	18 (15.7)	79 (21.6)	16.954 / .151
탈모	효능	65 (57.0)	59 (65.6)	59 (64.1)	43 (61.4)	226 (61.7)	
방지제	향	7 (6.1)	5 (5.6)	-	1 (1.4)	13 (3.6)	
만족	편리성	14 (12.3)	7 (7.8)	7 (7.6)	2 (2.9)	30 (8.2)	
사유	질감	4 (3.5)	3 (3.3)	5 (5.4)	6 (8.6)	18 (4.9)	
두피	가격	33 (28.9)	33 (36.7)	23 (25.0)	21 (30.0)	110 (30.1)	25.472 / .013 (*)
탈모	효능	45 (39.5)	37 (41.1)	41 (44.6)	27 (38.6)	150 (41.0)	
방지제	향	15 (13.2)	5 (5.6)	9 (9.8)	6 (8.6)	35 (9.6)	
개선점	편리성	16 (14.0)	14 (15.6)	12 (13.0)	4 (5.7)	46 (12.6)	
	질감	5 (4.4)	1 (1.1)	7 (7.6)	12 (17.1)	25 (6.8)	
헤어	가격	9 (7.9)	5 (5.6)	11 (12.0)	6 (8.6)	31 (8.5)	26.809 / .000 (***)
스타일	효능	86 (75.4)	57 (63.3)	56 (60.9)	44 (62.9)	243 (66.4)	
링제	향	12 (10.5)	14 (15.6)	4 (4.3)	7 (10.0)	37 (10.1)	
만족	편리성	3 (2.6)	8 (8.9)	10 (10.9)	2 (2.9)	23 (6.3)	
사유	질감	4 (3.5)	6 (6.7)	11 (12.0)	11 (15.7)	32 (8.7)	
헤어	가격	14 (12.3)	13 (14.4)	13 (14.1)	15 (21.4)	55 (15.0)	27.730 / .006 (**)
스타일	효능	39 (34.2)	33 (36.7)	45 (48.9)	28 (40.0)	145 (39.6)	
링제	향	31 (27.2)	21 (23.3)	9 (9.8)	14 (20.0)	75 (20.5)	
만족	편리성	5 (4.4)	7 (7.8)	15 (16.3)	6 (8.6)	33 (9.0)	
개선점	질감	25 (21.9)	16 (17.8)	10 (10.9)	7 (10.0)	58 (15.8)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 화장품의 개선점과 만족도는 <Table 22>와 같다.

두피·모발 화장품의 개선점과 만족도에 대해 살펴본 결과 두피·모발 세정제를 만족하는 이유의 경우 효능이 241명(65.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 가격(37명, 10.1%), 향(35명, 9.6%), 편리성(31명, 8.5%), 질감(22명, 6.0%) 순으로 나타났다. 전 소득별로 효능이 가장 높게 나타났지만 유의한 차이는 없었다.

두피·탈모 방지 개선 제품을 만족하는 이유의 경우 226명(61.7%)으로 효능이 가장 높게 나타났으며 가격(79명, 21.6%), 편리성(30명, 8.2%), 질감(18명, 4.6%), 향(13명, 3.6%) 순으로 나타났다. 전 소득이 효능이 가장 높게 나타났지만 유의한 차이는 보이지 않았다.

헤어스타일링 제품을 만족도하는 이유의 경우 효능이 243명(66.4%)으로 가장 높게 나타났으며 향(37명, 10.1%), 질감(32명, 8.7%), 가격(31명, 8.55), 편리성(23명, 6.3%) 순으로 나타났다. 전 소득이 효능이 가장 높게 나타났고 100만원 미만~200만원 소득자의 경우 다른 소득과 다르게 가격에서 높게 나타났으며 소득에 따라 유의한 차이가 보였다($p < 0.01$).

<Table 22> 소득에 따른 두피 · 모발 화장품의 개선점과 만족도

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p
두피	가격	12 (12.4)	8 (8.5)	12 (10.1)	5 (8.9)	37 (10.1)	
모발	효능	64 (66.0)	59 (62.8)	85 (71.4)	33 (58.9)	241 (65.8)	
세정제	향	10 (10.3)	9 (9.6)	10 (8.4)	6 (10.7)	35 (9.6)	7.582
만족	편리성	8 (8.2)	11 (11.7)	7 (5.9)	5 (8.9)	31 (8.5)	/ .371
이유	질감	3 (3.1)	7 (7.4)	5 (4.2)	7 (12.5)	22 (6.0)	
두피	가격	22 (22.7)	19 (20.2)	18 (15.1)	8 (14.3)	67 (18.3)	
모발	효능	39 (40.2)	41 (43.6)	51 (42.9)	26 (46.4)	157 (42.9)	5.215
세정제	향	20 (20.6)	15 (16.0)	19 (16.0)	7 (12.5)	61 (16.7)	/ .378
개선점	편리성	3 (3.1)	6 (6.4)	9 (7.6)	3 (5.4)	21 (5.7)	
	질감	13 (13.4)	13 (13.8)	22 (18.5)	12 (21.4)	60 (16.4)	
두피	가격	20 (20.6)	20 (21.3)	27 (22.7)	12 (21.4)	79 (21.6)	
탈모	효능	57 (58.8)	56 (59.6)	76 (63.9)	37 (66.1)	226 (61.7)	7.411
방지제	향	3 (3.1)	4 (4.3)	4 (3.4)	2 (3.6)	13 (3.6)	/ .299
만족	편리성	13 (13.4)	9 (9.6)	5 (4.2)	3 (5.4)	30 (8.2)	
사유	질감	4 (4.1)	5 (5.3)	7 (5.9)	2 (3.6)	18 (4.9)	
두피	가격	28 (28.9)	31 (33.0)	40 (33.6)	11 (19.6)	110 (30.1)	
탈모	효능	44 (45.4)	34 (36.2)	46 (38.7)	26 (46.4)	150 (41.0)	7.282
방지제	향	8 (8.2)	12 (12.8)	10 (8.4)	5 (8.9)	35 (9.6)	/ .479
개선점	편리성	12 (12.4)	12 (12.8)	15 (12.6)	7 (12.5)	46 (12.6)	
	질감	5 (5.2)	5 (5.3)	8 (6.7)	7 (12.5)	25 (6.8)	
헤어	가격	12 (12.4)	11 (11.7)	3 (2.5)	5 (8.9)	31 (8.5)	
스타일	효능	65 (67.0)	62 (66.0)	84 (70.6)	32 (57.1)	243 (66.4)	5.282
링제	향	9 (9.3)	8 (8.5)	15 (12.6)	5 (8.9)	37 (10.1)	/ .005
만족	편리성	6 (6.2)	8 (8.5)	5 (4.2)	4 (7.1)	23 (6.3)	(**)
사유	질감	5 (5.2)	5 (5.3)	12 (10.1)	10 (17.9)	32 (8.7)	
헤어	가격	16 (16.5)	15 (16.0)	7 (14.3)	7 (12.5)	55 (15.0)	
스타일	효능	41 (42.3)	38 (40.4)	46 (38.7)	20 (35.7)	145 (39.6)	3.821
링제	향	19 (19.6)	16 (17.0)	27 (22.7)	13 (23.2)	75 (20.5)	/ .282
개선점	편리성	4 (4.1)	9 (9.6)	12 (10.1)	8 (14.3)	33 (9.0)	
	질감	17 (17.5)	16 (17.0)	17 (14.3)	8 (14.3)	58 (15.8)	

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

Chi-Square

3) 두피·모발 관리실의 개선점과 필요점

연령에 따른 두피·모발 관리실의 개선점과 필요점은 <Table 23>과 같다.

두피, 모발 관리를 받는 장소의 선택 이유는 130명(35.5%)으로 시술자의 기술이 가장 많이 나타났으며, 주변 권유(86명, 23.5%), 인지도(73명, 19.9%), 적절한 가격(40명, 10.9%), 서비스(29명, 7.9%), 위치(8명, 2.2%) 순으로 나타났다. 20대~40대는 시술자의 기술이 가장 많이 나타났으며 50-59세는 인지도가 가장 많이 나타났으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·모발 관리를 받는 관리실의 문제점은 높은 가격이 171명(46.7%)으로 가장 많이 나타났으며, 시설부족(88명, 24.0%), 관리사의 기술 부족(63명, 17.2%), 부족한 서비스(41명, 11.2%), 위생문제(3명, 0.8%) 순으로 나타났다. 전 연령이 높은 가격이 문제점이라고 응답하였으며 20대의 경우 다른 연령과 다르게 시설부족이라는 응답이 많았다. 30~60대 미만은 관리사의 기술부족이 두 번째로 많은 것으로 보아 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

두피·모발 관리의 적정 비용에 대한 인식에서는 144명(39.3%)으로 5만원이 가장 많이 나타났고 3~4만원(104명, 28.4%), 1~2만원(79명, 21.6%), 6~10만원(31명, 8.5%), 15만원 이상(8명, 2.2%) 순으로 나타났다. 30대~60대 미만의 경우 1회 관리 시 5만원이 적당하다고 인식하였고 연령이 낮은 20대의 경우 3~4만원이 적당하다고 인식하였으며, 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

관리 시 중요하게 생각하는 요소는 154명(42.5%)으로 전문제품 사용을 가장 중요하게 생각한다고 인식하였고 관리사의 기술(101명, 27.9%), 최신장비(53명, 14.6%), 가격의 적정성(37명, 10.2%), 관리실 서비스(17명, 4.7%) 순으로 나타났다. 20대와 30대, 50대의 경우 전문제품의 사용을 가장 중요하다고 인식하였고 40대는 관리사의 기술이 중요하다고 인식하며 연령에 따른 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

두피·모발 클리닉 발전에 필요한 요소는 전 연령이 전문 프로그램 도입이

필요하다고 인식하였으며, 20대는 가격의 적정성이 필요하다는 인식이 다른 연령 보다 많았으나 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

<Table 23> 연령에 따른 두피·모발 관리실의 개선점과 필요점

		20~29세 (n=114)	30~39세 (n=90)	40~49세 (n=92)	50~59세 (n=70)	전체 (n=366)	χ^2/p
선택 이유	적절한가격	10 (8.8)	12 (13.3)	11 (12.0)	7 (10.0)	40 (10.9)	25.508 / .044 (*)
	시술자기술	41 (36.0)	39 (43.3)	33 (35.9)	17 (24.3)	130 (35.5)	
	인지도	21 (18.4)	17 (18.9)	15 (16.3)	20 (28.6)	73 (19.9)	
	주변권유 서비스	34 (29.8)	19 (21.1)	17 (18.5)	16 (22.9)	86 (23.5)	
	위치	6 (5.3)	1 (1.1)	14 (15.2)	8 (11.4)	29 (7.9)	
관리실 문제점	기술부족	2 (1.8)	2 (2.2)	2 (2.2)	2 (2.9)	8 (2.2)	35.124 / .000 (***)
	높은가격	10 (8.8)	17 (18.9)	22 (23.9)	14 (20.0)	63 (17.2)	
	시설부족	52 (45.6)	41 (45.6)	46 (50.0)	32 (45.7)	171 (46.7)	
	위생문제	44 (38.6)	17 (18.9)	13 (14.1)	14 (20.0)	88 (24.0)	
적정 관리 시간	부족한서비스	-	3 (3.3)	-	-	3 (0.8)	8.748 / .461
	5~25분	8 (7.0)	12 (13.3)	11 (12.0)	10 (14.3)	41 (11.2)	
	30~40분	9 (7.9)	8 (8.9)	12 (13.0)	7 (10.0)	36 (9.8)	
	45~60분	42 (36.8)	29 (32.2)	36 (39.1)	25 935.7)	132 (36.1)	
	90분이상	35 (30.7)	35 (38.9)	33 (35.9)	28 (40.0)	131 (35.8)	
적정 비용	1~2만원	28 (24.6)	18 (20.0)	11 (12.0)	10 (14.3)	67 (18.3)	25.150 / .014 (*)
	3~4만원	25 (21.9)	8 (8.9)	22 (23.9)	24 (34.3)	79 (21.6)	
	5만원	40 (35.1)	32 (35.6)	19 (20.7)	13 (18.6)	104 (28.4)	
	6~10만원	38 (33.3)	40 (44.4)	40 (43.5)	26 (37.1)	144 (39.3)	
	15만원이상	9 (7.9)	9 (10.0)	9 (9.8)	4 (5.7)	31 (8.5)	
중요 생각	관리사기술	2 (1.8)	1 (1.1)	2 (2.2)	3 (4.3)	8 (2.2)	27.650 / .000 (***)
	최신장비	28 (25.2)	16 (17.8)	40 (43.5)	17 (24.6)	101 (27.9)	
	전문품사용 가격적정성	21 (18.9)	18 (20.0)	6 (6.5)	8 (11.6)	53 (14.6)	
	관리실서비스	52 (46.8)	39 (43.3)	31 (33.7)	32 (46.4)	154 (42.5)	
모발 발전 필요점	마케팅,홍보	6 (5.4)	13 (14.4)	11 (12.0)	7 (10.1)	37 (10.2)	20.871 / .141
	직원서비스	4 (3.6)	4 (4.4)	4 (4.3)	5 (7.2)	17 (4.7)	
	전문프로그램	19 (16.7)	11 (12.2)	7 (7.6)	7 (10.0)	44 (12.0)	
	가격적정성	11 (9.6)	15 (16.7)	10 (10.9)	15 (21.4)	51 (13.9)	
효율관리시간	전문프로그램	55 (48.2)	37 (41.1)	45 (48.9)	24 (34.3)	161 (44.0)	20.871 / .141
	가격적정성	25 (21.9)	17 (18.9)	18 (19.6)	16 (22.9)	76 (20.8)	
효율관리시간		4 (3.5)	10 (11.1)	12 (13.1)	8 (11.4)	34 (9.3)	

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

Chi-Square

소득에 따른 두피·모발 관리실의 개선점과 필요점은 <Table 24> 와 같다.

두피·모발 관리를 받는 관리실의 문제점은 전체 소득이 높은 가격이 가장 많이 나타났으며, 100만원 미만~400만원 소득자의 경우 시설부족이 두 번째로 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·모발 관리 시 적정 관리 시간의 인식을 살펴본 결과 132명(36.1%)으로 30~40분이 가장 많이 나타났다. 45~60분(131명, 35.8%), 90분 이상(67명, 18.3%), 5~25분(36명, 9.8%) 순으로 나타났다. 100만원 미만과 230~400만원 소득자의 경우 30~40분이 가장 많았고 120~200만원과 500만원 이상 소득자의 경우 45~60분이 높게 조사되어 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

두피·모발 클리닉 발전에 필요한 요소는 전문적인 프로그램 도입이 161명(44.0%)으로 가장 많았으며, 가격의 적정성(76명, 20.8%), 직원의 서비스(51명, 13.9%), 마케팅/홍보(44명, 12.0%), 효율적인 관리 시간(34명, 9.3%) 순으로 나타났다. 전 소득이 전문 프로그램의 도입이 필요하다고 인식하였으며, 소득이 낮을수록 가격의 적정성도 필요하다고 인식하고 있으며 소득이 높을수록 직원의 서비스가 필요하다고 인식하였으며 소득에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

<Table 24> 소득에 따른 두피·모발 관리의 개선점과 필요점

		100미만 (n=97)	120~200 (n=94)	230~400 (n=119)	500이상 (n=56)	전체 (n=366)	χ^2/p
선택 이유	적절한가격	11 (11.3)	9 (9.6)	11 (9.2)	9 (16.1)	40 (10.9)	5.822 / .281
	시술자기술	37 (38.1)	32 (34.0)	40 (33.6)	21 (37.5)	130 (35.5)	
	인지도	14 (14.4)	20 (21.3)	27 (22.7)	12 (21.4)	73 (19.9)	
	주변권유 서비스	26 (26.8)	21 (22.3)	28 (23.5)	11 (19.6)	86 (23.5)	
	위치	7 (7.2)	1 (10.6)	9 (7.6)	3 (5.4)	29 (7.9)	
관리실 문제점	기술부족	2 (2.1)	2 (2.1)	4 (3.4)	-	8 (2.2)	8.921 / .049 (*)
	높은가격	12 (12.4)	14 (14.9)	24 (20.2)	13 (23.2)	63 (17.2)	
	시설부족	52 (53.6)	41 (43.6)	53 (44.5)	25 (44.6)	171 (46.7)	
	위생문제	24 (24.7)	31 (33.0)	24 (20.2)	9 (16.1)	88 (24.0)	
	부족한서비스	1 (1.0)	-	1 (0.8)	1 (1.8)	3 (0.8)	
적정 관리 시간	5~25분	8 (8.2)	8 (8.5)	17 (14.3)	8 (14.3)	41 (11.2)	7.482 / .021 (*)
	30~40분	12 (12.4)	6 (6.4)	10 (8.4)	8 (14.3)	36 (9.8)	
	45~60분	33 (34.0)	36 (38.3)	46 (38.7)	17 (30.4)	132 (36.1)	
	90분이상	27 (27.8)	39 (41.5)	40 (33.6)	25 (44.6)	131 (35.8)	
적정 비용	1~2만원	24 (24.7)	27 (28.7)	36 (30.3)	17 (30.4)	79 (21.6)	9.592 / .133
	3~4만원	27 (27.8)	16 (17.0)	24 (20.2)	12 (21.4)	104 (28.4)	
	5만원	35 (36.1)	45 (47.9)	45 (37.8)	19 (33.9)	144 (39.3)	
	6~10만원	9 (9.3)	6 (6.4)	11 (9.2)	5 (8.9)	31 (8.5)	
	15만원이상	2 (2.1)	-	3 (2.5)	3 (5.4)	8 (2.2)	
중요 생각	관리사기술	26 (27.1)	24 (26.4)	31 (26.1)	20 (35.7)	101 (27.9)	5.281 / .253
	최신장비	17 (17.7)	13 (14.3)	18 (15.1)	5 (8.9)	53 (14.6)	
	전문품사용	40 (41.7)	41 (45.1)	49 (41.2)	24 (42.9)	154 (42.5)	
	가격적정성	8 (8.3)	11 (12.1)	15 (12.6)	3 (5.4)	37 (10.2)	
	관리실서비스	5 (5.2)	2 (2.2)	6 (5.0)	4 (7.1)	17 (4.7)	
모발 발전 필요점	마케팅,홍보	13 (13.4)	14 (14.9)	12 (10.1)	5 (8.9)	44 (12.0)	11.284 / .042 (*)
	직원서비스	14 (14.4)	8 (8.5)	17 (14.3)	12 (21.4)	51 (13.9)	
	전문프로그램	37 (38.1)	48 (51.1)	54 (45.4)	22 (39.3)	161 (44.0)	
	가격적정성	28 (28.9)	16 (17.0)	23 (19.3)	9 (16.1)	76 (20.8)	
	효율관리시간	5 (5.2)	8 (8.5)	13 (10.9)	8 (14.3)	34 (9.3)	

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

Chi-Square

V. 고찰

두피 관리란 두피에 쌓여 있는 노폐물을 제거하여 두피를 청결히 하고 두피에 필요한 영양분을 공급하여 두피의 신진대사와 산소 공급이 원활히 이루어지도록 함으로써 두피에 염증, 지루성, 비듬성 두피 등의 문제성 두피를 예방하고 관리 할 수 있다(정숙희, 2008). 모발 생성의 근원이 되는 두피의 청결과 건강을 위한 다양한 미용적 시술로써, 일상적인 샴푸나 두피 스케일링, 트리트먼트를 포함하며 기타 기기로 두피·모발의 문제를 개선한다(위수영, 2010). 모발은 피부와 다르게 각화세포로 이루어진 원추섬유이므로 스스로 손상을 치유할 능력이 없다. 손상이 더 이상 진행되지 않도록 외부로부터 보호하기 위한 관리가 필요하다(임은진 등, 2012) 또한, 모발의 성장은 신장 기능과 연관관계를 가지고 있다. 간장과 신장의 음혈이 부족하면 두피가 건조하고 두터워지며 탈모 현상까지 나타나게 된다. 이러한 증상을 개선하기 위해 경혈 마사지를 실시하여 두피·모발의 문제를 해소하는데 도움이 되며 노폐물이 체외로 배출되며 면역력을 높여준다(강현지, 2010).

이러한 두피·모발 관리로 문제성 두피를 치료하여 아름다운 모발이 자랄 수 있도록 환경을 조성함으로써 두피와 모발 건강에 도움을 주어 탈모 예방까지 할 수 있다.

첫째, 주관적 판단에 의한 두피 유형은 건성 두피(31.7%)가 가장 많이 나타났으며, 다음으로 지성 두피(26.5%)가 나타났으며($p < 0.001$), 20대와 30대는 지성두피가 많은 반면, 40대와 50대는 건성두피가 가장 많았다. 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서 건성두피가 27.0%로 가장 많이 조사되었으며 지성두피가 26.1%로 조사되어 본 연구의 결과와 유사하였다. 반면, 위수영(2008)의 두피·모발관리실의 이용실태와 만족도 연구에서는 중성두피가 33.8%로 가장 높게 나타나 본 연구와 상이하였다. 또한, 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구와, 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서는 지성두피가 각각 29.8%, 25.0%로 본 연구와 상반된 차이를 보인다. 이는 20대는 왕성한 사회활동으로 인한 스트레스와 호르몬으로 인한 피지선 발달로 지성 두피가 가장 많고 40대 이상은 피지선의 쇠퇴로 인하여 건성 두피가 많이 나타나는 것으로 사료된다.

염색의 횟수는 1년에 5~10회(27.3%)가 가장 많았으며 1~2회(87명, 23.8%), 3~4회(78명, 21.3%) 순으로 조사되었다($p < 0.001$). 반면, 문영심(2010)의 10대~40대 이상을 중심으로 한 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서는 3개월에 1회가 25.8%로 조사되었고 이상미(2008)의 10대~60대를 중심으로 한 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법에 대한 연구에서도 1년에 1~2회가 33.4%로 높게 나타나 본 연구와 차이를 보였다. 이는 본 연구에서 염색의 범위를 헤나, 헤어매니큐어를 포함한 일반 염색 전체를 조사한 결과였으며 본 연구의 대상자가 모발 강화와 새치 염색을 목적으로 하는 40대, 50대 연령층이 많았기 때문이라고 사료된다.

퍼머넌트의 횟수는 1년에 1~2회(34.7%)가 가장 많았고 3~4회(105명, 28.7%), 5회 이상(82명, 22.4%) 순으로 나타났다. 이상미(2008)의 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법에 대한 연구에서 퍼머넌트는 1년에 1~2회가 41.9%로 가장 높게 나타나 본 연구와 일치함을 알 수 있었다.

일일 자외선 노출 시간은 2~3시간(38.3%)이 가장 많이 조사되었고 1~2시간(96명, 26.2%), 3시간 이상(65명, 17.8%)순으로 나타났다($p < 0.001$). 반면, 문영심(2010)의 10대~40대 이상을 중심으로 한 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서는 일일 자외선 노출 시간이 11시간 미만이 46.3%로 가장 많이 나타났으며 다음으로 1~2시간(32.2%), 3시간이상(21.5%) 순으로 조사되어 본 연구와 상이한 차이를 보였다. 이는 본 연구에서는 전업 주부가 전체 조사 대상자의 22.4%로 가장 많이 차지하므로 상대적으로 자외선 노출 시간이 적은 것으로 사료된다.

모발의 상태는 전체 4점에서 평균 2.27점으로 보통정도로 나타났으며 구체적으로 이와 같이 연령이 낮을수록 보통이하로 나타났다($p < 0.05$). 전정애(2008)의 미용관련학과 학생들의 두피·모발 관리에 대한 인식 및 실태 연구에서 모발손상도가 전체 5점에서 평균 2.41로 보통이하로 조사되었으며,곽정심(2012)의 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구에서는 모발 손상정도가 45.3%로 보통이하로 나타나 본 연구와 차이가 있었다. 또한, 이상미(2008)의 10대~60대를 중심으로 한 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법에 관한 연구에서 약간 손상이 31.9%로 가장 많았으며 보통이 27.7%로 나타나 본 연구와 차이를 보였다. 이는 헤어스타일에 대한 표현 연출에 자유로운 20~30대가 잦은 염색과 퍼머넌트로 화학적인 시술을 통한 모발 손상이 많은 반면 본 연구 대상자들의 경우 평균 37.11세로 퍼머넌트 시술이 평균 1년 1~2회 정도를 하기 때문에 차이가 있는 것으로 사료된다.

린스의 사용여부는 전체 4점에서 평균 2.80점으로 보통이상으로 나타났으며 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서도 반드시 사용한다는 응답이 62.0%로 가장 많았으며 두 번째로 가끔 사용한다는 응답이 25.5%로 나타났으며 장지연(2012)의 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구에서 반드시 사용한다는 응답이 41.0%로 가장 많이 조사되어 본 연구를 지지하는 양상을 볼 수 있다.

트리트먼트의 사용여부에서 평균 2.11점으로 보통으로 나타났다. 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서 가끔 사용한다는 응답이 42.3%로 가장 많이 나와 본 연구와 유사한 양상을 보였다.

둘째, 두피·모발 관리에 대한 정보는 전문가의 추천(35.0%)이 가장 많이 나타났다으며, 두 번째로 주위추천(17.8%)이 조사되었다($p < 0.01$). 김정임(2008)의 두피·모발 관리 실태에 관한 연구에서 미용사를 통해 정보를 얻는다는 응답이 27.0%로 가장 많이 나타나 본 연구와 유사하였다. 그러나 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서 보면 주변사람을 통해 얻는 고객이 50.5%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 전문가 33.3%로 높게 나타나 본 연구와 상반된 차이를 보였다. 그러나 김미영(2009)은 두피·탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구에서 TV와 방송 매체에서 정보를 얻는다가 33.8%로 가장 많이 나왔고 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서는 신문/잡지에서 정보를 얻는다는 응답이 26.4%로 가장 높게 나타났고 김지현(2005)의 두피·모발 관리실의 고객만족도와 발전방안에 관한 연구와 윤선영(2010)의 두피·모발관리 시설 형태에 따른 이용실태 및 고객만족도에 관한 연구에서는 인터넷 광고매체를 통해 정보를 얻는다는 응답이 각각 39.4%, 35.4%로 가장 높게 조사되어 본 연구와 차이를 보였다. 이는, 연령이 낮을수록 적극적으로 정보를 얻는 방법으로 인터넷을 이용하며 연령이 높을수록 효과를 중시하기 때문에 주위의 추천이나 전문가 추천으로 정보를 얻는 것으로 볼 수 있으며 본 연구의 설문 대상자 선정의 경우 미용실과 전문 두피 관리실 방문 고객을 중심으로 연구되었기 때문에 전문가 추천으로 정보를 많이 얻는 것을 알 수 있다.

두피·모발 관리를 받는 장소로는 미용실(37.2%)이 가장 많이 나타났으며, 전문 클리닉(31명, 8.5%), 홈케어(28명, 7.7%) 순으로 조사되었다($p < 0.05$). 반면, 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서는 병원에서 관리 받는다는 의견이 50.8%로 가장 많이 조사되어 본 연구와 상이한 차이를 보였다. 그러나 오강수(2006)의 두피 및 모발관리의 인식에 관

한 연구, 전정애(2008)의 미용관련학과 학생들의 두피·모발 관리에 대한 인식 및 실태, 이방실(2009)의 두피·모발에 대한 인식 및 태도에 관한 연구, 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서 두피·모발 관리를 받는 장소로 미용실이 각각 61.9%, 57.9%, 61.7%, 66.9%로 관리 받기 적당하다고 조사되었으며, 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서 미용실에서 두피, 모발관리를 받는다는 응답이 57.3%로 높게 나와 본 연구와 유사하였다. 이는 미용실이 가장 익숙한 곳이라 인식하여 모발 관리를 받기 적당하다고 생각하는 것으로 사료된다.

두피·모발 관리를 받는 목적은 모발강화(35.4%)가 가장 많이 조사되었으며, 비듬개선(48명, 24.25%), 기타(40명, 20.2%), 발모효과(19명, 9.6%) 순으로 나타났다($p < 0.001$). 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서는 지루성 개선이 23.0%, 염증개선이 22.7%로 높게 나와 본 연구와 상반된 차이를 보였다. 반면, 위수영(2008)의 두피·모발관리실의 이용실태와 만족도 연구에서는 관리하는 목적이 모발강화가 33.9%로 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 양상을 보였다. 이는 30대 이상이 되면서 모발의 힘이 없어지며 모발이 가늘어지고 술이 줄어들기 때문에 연령이 높을수록 모발강화에 목적을 두는 것으로 사료된다.

관리하는 장소를 선택하는 이유는 시술자의 기술(38.9%)이 가장 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었으며, 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서 두피·모발 관리 장소 선택 시 중요하게 생각하는 부분은 관리사의 뛰어난 기술이라는 응답이 45.7%로 가장 많았으며, 윤선영(2010)의 두피·모발관리 시설 형태에 따른 이용실태 및 고객만족도에 관한 연구에서도 관리 장소 선택 이유가 전문성이라는 응답이 44.4%로 많이 나온 결과 본 연구와 유사한 양상을 볼 수 있다.

1회 관리 시 10~30분(47.7%) 소요가 가장 많이 나타났고 40~60분(72명, 36.2%) 순으로 조사되었다($p < 0.01$). 그러나 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서 두피·모발 관리 시술 시 1회 30분

~1시간 미만 소요하는 고객이 51.5%로 가장 많았고 위수영(2008)의 두피·모발관리실의 이용실태와 만족도 연구에서는 30~60분이 47.7%로 가장 많이 조사되어 본 연구와 차이를 보였다. 이는 본 연구에서는 미용실에서 관리 받는다는 응답이 많았던 결과로 보아 미용실과 전문 두피관리실을 중심으로 조사한 연구 결과이며 또한, 관리 시간은 두피, 모발 관리를 헤어시술과 함께 받는 고객이 많기 때문에 시술시간이 길지 않은 것으로 사료된다.

셋째, 두피·모발 화장품의 정보에서도 전문가(30.3%)가 가장 높게 조사되었으며 TV광고(67명, 18.3%), 주위 추천(66명, 18.0%) 순으로 나타났다($p<0.001$), 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서도 미용실에서 정보 수집을 한다는 의견이 32.0%로 가장 많이 나타나 본 연구와 유사한 양상을 보였다.

한편, 두피·모발 화장품의 구매 장소는 미용실(35.2%)이 가장 높게 나타나 두피·모발 화장품 구매 정보와 구매 장소가 주로 미용실의 전문가 추천에 의해 이루어짐을 알 수 있었다. 하성이(2006)의 탈모 두피 관리의 실태 및 고객 만족도에 관한 실증적 연구와 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서도 모발 화장품의 구입처는 미용실이 각각 38.1%, 33.3%로 가장 높게 나타나 본 연구의 결과와 유사한 양상을 보였다.

모발 세정제는 일반샴푸(40.7%)가 가장 많이 조사되었고 다음으로 두피 유형별 샴푸(110명, 30.1%), 탈모 샴푸(47명, 12.8%) 순으로 나타났다($p<0.001$). 이와 같은 결과는 오강수(2006)의 두피 및 모발관리의 인식에 관한 연구, 김정임(2008)의 두피·모발 관리 실태에 관한 연구에서 일반 샴푸가 각각 55.3%, 38.8%, 이상미(2008)의 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법, 김미영(2009)의 두피·탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구에서 일반 샴푸가 각각 61.4%, 49.6%, 이방실(2009)의 두피·모발에 대한 인식 및 태도에 관한 연구, 문영심(2010)의 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구에서 일반 샴푸가 각각 36.5%, 35.6%로 조사되었고, 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment

와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서도 일반 샴푸를 쓰는 비중이 69.8%로 높게 나타난 결과와 유사한 양상을 보이고 있다. 그러나 건강하고 올바른 두피와 모발관리를 위해서는 두피유형에 맞는 기능성 제품 사용이 선행되어야 할 것이라 사료된다.

모발 화장품 구입 시 고려 항목으로는 모발 세정제의 경우 효과와 기능성(59.6%)이 가장 많이 나타났고, 두피, 탈모 관리 제품도 효과와 기능성(68.3%)이 가장 많이 조사되었으며, 헤어스타일링 제품의 경우도 효과와 기능성(56.8%)이 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$). 임이화(2006)의 모발화장품에 대한 소비자 구매행동과 사용실태에 관한 연구에서 모발 화장품 구입 시 고려하는 사항으로 효과가 평균 4.49점으로 가장 많이 고려하는 것으로 나타나 본 연구와 유사한 양상을 볼 수 있다. 반면, 박지선(2009)의 웰빙지향행동이 모발화장품 구매행동에 미치는 영향에서 보면 용기디자인, 주위평가, 샘플 사용을 고려 항목으로 유의한 차이를 보였다. 이는 두피·모발 건강에 대한 인식이 높아지고 있으므로 외적인 요소 보다는 내적인 요소인 효과나 기능에 더 중점을 두고 구입하는 것이라 사료된다.

두피, 탈모 관리제품은 샴푸(40.8%)가 가장 높게 나왔으며 헤어토닉(32명, 22.5%), 트리트먼트(23명, 16.2%) 순으로 조사되었다($p < 0.001$). 20대와 30대는 헤어 토닉 사용이 많은 반면, 40대와 50대는 샴푸의 사용이 많은 것으로 이는 연령이 높을수록 두피 탈모에 대한 고민이 많으며 중요 제품인 샴푸를 적극적으로 사용하는 반면 연령이 낮을수록 예방을 위한 헤어 토닉 사용이 많은 것으로 사료된다. 두피, 탈모 관리 제품의 구매 비용은 2~3만원(40.8%)이 높게 나타났는데($p < 0.05$), 이는 두피, 탈모 관리 제품이 기능성 제품이기 때문에 다른 모발 화장품에 비해 높은 비용을 보이는 것이라 사료된다.

헤어 스타일링 제품의 경우 헤어 에센스(63.6%)가 가장 많이 나타났으며 다음으로 왁스(59명, 23.6%), 스프레이(17명, 6.8%) 순으로 나타났다($p < 0.05$). 이상미(2008)의 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법에서도 에센스/로션이 48.9%로 가장 많이 조사되어 본 연구와 유사하며, 헤어 스타일링제의 구매 비용은 1~2만원(54.0%)이 가장 많이 나타났다($p < 0.001$). 이상미

(2008)의 두피 및 모발관리에 따른 제품구매와 사용방법의 연구에서 1~2만원이 41.3%로 가장 높게 나타나 본 연구와 일치함을 알 수 있었다.

넷째, 두피, 모발 세정제의 만족도는 전체 5점에서 평균 3.24점으로 보통이상으로 나타났으며($p < 0.01$), 두피, 탈모 관리 제품의 만족도에서도 전체 5점에서 평균 2.91점으로 보통이상으로 조사되었다($p < 0.001$).

두피·모발관리를 계속 받을 의향의 경우 전체 5점에서 평균 3.34점으로 보통이상으로 나타났다($p < 0.01$). 위수영(2008)의 두피·모발관리실의 이용실태와 만족도 연구에서는 66.2%로 관리 지속의향이 있다 라고 응답했으며 이경란(2008)의 두피·모발관리에 대한 인식과 실태에 관한 연구에서도 관리 지속의향이 70.0%로 대부분을 차지하였으며 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서 지속적으로 받을 의향이 69.3%로 높게 나타나 본 연구와 유사함을 알 수 있었으나, 장지연(2012)의 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구에서 앞으로 받을 의사가 34.9%로 나타나 본 연구와 차이를 나타냈다.

다섯째, 모발 세정제의 개선점은 효능(42.9%)이 가장 많았고($p < 0.01$), 두피, 탈모 관리 제품의 개선점도 효능(41.0%)이 가장 많이 나타났으며($p < 0.05$), 헤어 스타일링 제품의 개선점도 효능(39.6%)이 가장 많이 나타났다($p < 0.01$). 이는 두피·모발 화장품을 구매 시 고려하는 항목이 효과와 기능성이라는 응답이 많았던 만큼 두피·모발 화장품은 고객들이 효능을 우선으로 생각하지만 아직 부족한 실정으로 사료된다.

두피·모발 관리실의 문제점은 높은 가격(46.7%)로 가장 높게 조사되었으며 시설부족(88명, 24.0%), 관리사의 기술 부족(63명, 17.2%) 순으로 나타났다($p < 0.001$), 이는 관리를 받는 고객들은 대중화 되지 못한 가격을 가장 큰 문제로 보고 있으나 본 연구에서도 볼 수 있듯이 관리를 받지 않는 다는 고객이 45.9%로 보아 아직은 두피·모발 관리에 대한 인식이 부족하다는 것을 알 수 있으며 관련 업체의 지속적인 홍보와 마케팅이 필요 하다고 사료된다.

1회 관리 시 적정 비용으로는 5만원(39.3%)이 가장 많이 나타났고 3~4만원(104명, 28.4%), 1~2만원(79명, 21.6%) 순으로 조사되었다($p < 0.05$). 이와 같은 결과는 위수영(2008)의 두피·모발관리실의 이용실태와 만족도 연구에서 1회 관리 시 3~5만원이 44.6%로 높게 나타났으며, 강현지(2011)의 두피 모발관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구에서도 1회 관리 시 3~5만원이 적당하다는 응답이 53.1%로 조사되어 본 연구와 유사하였다. 그러나 김정임(2008)의 두피·모발 관리 실태에 관한 연구에서 1회 관리 시 3만원 이하가 40.5%로 가장 높았으며 다음으로 3~5만원이 38.4%로 높게 나와 본 연구와 차이를 보였다.

두피·모발 관리실 선택 시 중요한 항목은 전문제품의 사용(42.5%), 관리사의 기술(101명, 27.9%) 순으로 조사되었다($p < 0.001$), 김정임(2008)의 두피·모발 관리 실태에 관한 연구, 장지연(2012)의 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구에서도 전문제품 사용이 중요하다고 인식하는 고객이 각각 46.0%, 44.6%로 가장 많이 조사되어 본 연구와 유사함을 알 수 있었다.

두피·모발 관리실이 발전하기 위해 필요한 사항은 전문프로그램 개발(44.0%), 가격의 적정성(20.8%) 순으로 나타났으며($p < 0.05$), 김지현(2005)의 두피·모발 관리실의 고객만족도와 발전방안에 관한 연구, 이경란(2008)의 두피·모발관리에 대한 인식과 실태에 관한 연구에서 전문적인 프로그램도입이 각각 45.7%, 50.0%로 높게 나타나 본 연구와 유사하였으며, 또한 윤선영(2010)의 두피·모발관리 시설 형태에 따른 이용실태 및 고객만족도, 강현지(2011)의 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구와 이진희(2011)의 Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에 관한 연구에서도 볼 수 있듯이 효과적인 프로그램이 각각 47.2%, 60.8%, 47.4%로 높은 응답을 보여 본 연구와 유사한 양상을 볼 수 있다. 반면, 이방실(2009)의 두피·모발에 대한 인식 및 태도에 관한 연구와 장지연(2012)의 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구에서는 관리 비용의 대중화가 각각 58.7%, 40.0%로 가장 높게 나와 본 연구와 차이를 보였다. 이는 두피·모발관리의 활성화를 위해서는 전문적인 프로그램이 필요하며 효과가 입증된다면

더 많은 매출증대에 영향을 미칠 것으로 보이며 관련 업체의 꾸준한 프로그램 개발이 필요하다고 사료된다.

그러므로 본 연구를 통해 두피·모발 관리실 이용실태와 제품 구매 속성에 따른 만족도를 알아보고 관리 효과를 파악하여 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 방안을 모색하여 두피·모발 건강을 유지하고 증진하기 위한 효과적인 프로그램을 개발하는데 필요한 자료 제공을 목적으로 한다.

VI. 결론 및 요약

본 연구는 20대 이상 60세 미만의 성인 남, 여를 대상으로 두피·모발 관리 실태와 제품 구매 속성 및 만족도에 대해 알아보고자 하였으며 본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자들의 연령층은 20~29세가 141명(31.1%)으로 주요 대상이었으며 평균 연령은 37.11세, 학력은 대학교 재학 중이 141명(38.5%)으로 나타났으며, 혼인 여부의 경우 기혼이 200명(54.6%)이었다. 직업은 전업주부가 82명(22.4%)으로 나타났고 월 평균 소득은 총 평균 275.31만원으로 230~400만원으로 119명(32.5%)으로 조사 되었다.

2. 주관적 판단에 의한 두피 유형의 경우 건성두피가 116명(31.7%)으로 가장 높게 나타났으며 지성(97명, 26.5%), 예민성(76명, 20.8%), 비듬성(76명, 11.2%), 탈모(36명, 9.8%) 두피 순으로 조사되었고 건성두피가 40~49세가 38명(41.3%), 230~400만원 미만의 소득자가 44명(37.0%)으로 가장 높게 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 일 년 동안 염색 횟수의 경우 5~10회가 100명(27.3%)으로 가장 많이 나타났고 1~2회(87명, 23.8%), 3~4회(78명, 21.3%), 0회(63명, 17.2%), 11회 이상(38명, 10.4%) 순으로 조사되었으며, 일 년 동안 5~10회 염색이 50~59세가 28명(40.4%) 가장 높게 나타났으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 파마 횟수의 경우 일 년 동안 1~2회가 127명(34.7%)으로 가장 높게 나타났고 3~4회(105명, 28.7%), 5회 이상(82명, 22.4%), 0회(52명, 14.2%) 순으로 나타났으며 일 년 동안 파마 횟수 1~2회가 20~29세 55명(48.2%)으로 가장 많이 나타나 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 일일 자외선 노출 시간은 2~3시간이 140명(38.3%)으로 가장 많이 나타났고 1~2시간(96명, 26.2%), 3시간 이상(65명, 17.8%), 1시간 미만

(58명, 15.8%) 순으로 나타났으며 연령별로 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 모발상태의 경우 평균 2.27점으로 모발이 손상된 편인 것으로 나타났으며 연령이 낮을수록 모발이 손상된 편으로 조사되었으며 연령별, 소득별 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 린스의 사용유무는 평균 2.80점으로 자주 사용하는 것으로 나타났으며 230~400만원의 소득자의 경우 자주 사용하는 것으로 조사되어 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 트리트먼트의 사용유무는 평균 2.11점으로 가끔 사용하는 것으로 조사되었으며 20~29세가 가끔 사용하는 것으로 나타났으며 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($p<0.05$).

3. 두피·모발관리에 대한 정보를 얻는 장소로는 전문가가 128명(35.0%)으로 가장 많이 나타났고 주위 추천(65명, 17.8%), 인터넷(56명, 15.3%), TV광고(48명, 13.1%) 순으로 나타났으며, 20~29세가 42명(36.8%)로 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.01$). 관리 하는 장소로는 미용실이 136명(37.2%)으로 가장 많이 나타났고 전문클리닉(31명, 8.5%), 홈케어(28명, 7.7%), 병원(3명, 0.8%) 순으로 나타났으며, 40~49세가 38명(41.3%)로 높게 나타났고 230~400만원의 소득자의 경우 47명(39.5%)으로 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 두피·모발 관리를 하는 목적은 모발 강화가 70명(35.4%)으로 가장 높게 조사되었고 비듬개선(48명, 24.2%), 기타(40명, 20.2%), 발모효과(19명, 9.6%), 염증개선(12명, 6.1%), 지루성 개선(9명, 4.5%) 순으로 나타났으며, 연령별로는 40~49세가 25명(56.4%)으로 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 1회 관리 시 소요되는 시간의 경우 10~30분이 95명(47.7%)으로 가장 높게 조사되었고 40~60분(72명, 36.2%), 90분 이상(32명, 16.1%) 순으로 나타났으며, 20~29세가 37명(59.7%)으로 많이 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.01$). 두피·모발 관리를 받지 않는 고객의 이유의 경우 경제적인 부담이 51명(30.4%), 현 상태에 만족(50명, 29.8%), 시간적 부담(26명, 15.5%) 순으로 조사 되었으며 100만원 미만 소득자의 경우 경제적인 부담이 23명

(43.4%)으로 가장 많이 나타나 소득별로 유의한 차이를 보였다($p<0.01$).

4. 두피·모발 화장품을 구매 시 정보 출처의 경우 전문가에게 추천 받는다는 응답이 111명(30.3%)으로 조사되었으며 연령별로는 20~29세가 33명(28.9%), 230~400만원의 소득자가 36명(30.3%)으로 가장 높게 나타나 연령별, 소득별 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 모발 세정제의 경우 일반샴푸가 149명(40.7%), 두피 유형별 샴푸(110명, 30.1%), 탈모샴푸(47명, 12.8%), 비듬샴푸(33명, 9.0%) 순으로 나타났으며 20~19세가 55명(48.2%)으로 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 모발 세정제 구입비용의 경우 1~2만원이 173명(47.3%)이 조사되었으며 100만원 미만의 소득자가 52명(53.6%)로 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 모발 세정제 구매 시 고려하는 항목을 보면 효과와 기능성이 218명(59.6%)으로 나왔으며 연령별로 20~29세가 63명(55.3%)으로 가장 높게 조사되어 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 두피·탈모 관리 제품의 경우 샴푸가 58명(40.8%)으로 가장 많이 조사되었고 토닉(32명, 22.5%), 트리트먼트(23명, 16.2%), 앰플(16명, 11.3%) 순으로 나타났으며, 40~49세가 20명(60.6%)로 가장 많이 나타나 연령별로 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 두피·탈모 관리 제품 구입비용의 경우 2~3만원이 58명(40.8%)으로 조사되었으며 30~39세가 19명(43.2%)으로 가장 많이 나왔고, 230~400만원의 소득자의 경우 24명(44.4%)으로 연령별, 소득별로 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 두피·탈모 관리 제품 구매 시 고려하는 항목은 효과와 기능성이 97명(68.3%)으로 조사되었으며 연령별로는 40~49세가 28명(84.8%)으로 230~400만원의 소득자가 37명(68.5%)으로 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 두피·탈모 관리 제품을 사용하지 않는 이유는 필요성이 없다는 응답이 113명(50.4%)으로 가장 많이 나타났으며 연령별로 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 헤어 스타일링 제품의 경우 헤어 에센스가 159명(63.6%)으로 많이 나타났으며 20~29세가 54명(67.5%)으로 가장 높게 나타나 연령별로 유의

한 차이를 보였다($p < 0.05$). 헤어 스타일링 제품의 구입비용은 1~2만원이 135명(54.0%)으로 연령별로는 30~39세가 48명(64.9%)으로 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$).

5. 두피·모발 세정제의 만족도의 경우 평균 3.24점으로 보통으로 나타났으며 연령이 높을수록 만족도가 높아지는 것을 볼 수 있으며 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 두피·탈모 관리 제품의 경우 평균 2.91점으로 만족하지 못한 대로 조사되었으며 20대가 가장 만족도가 떨어지는 것으로 나타나며 연령과 소득이 높을수록 만족도가 높아지는 것을 볼 수 있어 연령별로 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 두피·모발 관리를 계속 받을 의사의 경우 평균 3.34점으로 소득이 높을수록 긍정적인 응답을 하며 소득별로 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 두피·모발세정제의 개선점은 기능이 157명(42.9%)으로 높게 조사되었으며 40~49세가 45명(48.9%)으로 가장 높게 나타나 연령별로 유의한 차이를 보였다($P < 0.01$). 두피·탈모 관리 제품의 개선점은 기능이 150명(41.0%)으로 20~29세가 45명(39.5%)으로 가장 많이 나타나 연령별로 유의한 차이를 보였다($P < 0.05$). 헤어 스타일링 제품의 만족이유는 기능이 243명(66.4%)으로 20~29세가 86명(75.4%)으로 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($P < 0.001$). 두피·모발 관리를 선택하는 이유의 경우 관리사의 기술이 130명(35.5%)으로 20~29세가 41명(36.0%)으로 가장 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$). 두피·모발 관리실의 문제점은 높은 가격이 171명(46.7%)으로 가장 높게 나타났고 시설부족(88명, 24.0%), 관리사의 기술 부족(63명, 17.2%), 서비스의 부족(41명, 11.2%) 순으로 나타났으며, 연령에 따라 유의한 차이를 보였다($P < 0.001$). 관리실 선택 시 중요하게 생각하는 항목으로는 전문제품 사용이 154명(42.5%) 높게 나타났으며, 20~29세가 52명(46.8%)으로 가장 높게 나타나 연령별로 유의한 차이를 보였다($P < 0.001$).

그러므로 본 연구에서는 두피·모발 관리의 실태와 제품의 구매 속성 및 만족도에 관해 알아봄으로써 성장하고 있는 두피·모발 시장의 개선 방안을 모색하고 향후 발전 방안을 연구하고 정보를 공급하고자 하는데 목적이 있다.

참고 문헌

- 고경순, 윤복연(2009), 스킨케어 헤어 샴푸 & 컨디셔닝, 훈민사, p.59
- 김경영 등 4명(2013), 화장품학, 메디시언, p.218, p.224
- 김영숙 등 4명(2013), 두피모발관리학, 대경, p.73~75, p.167~168
- 김주덕 등(2011), 최신 화장품학, 광문각, p.162~166
- 김주섭 등 4명(2013), 두피모발관리학, 구민사, p.111~112
- 김혜란 등 6명(2011), New 두피, 모발 관리, 메디시언, p.136, p.142
- 이성옥 등 5명(2011), 최신 화장품 과학, 광문각, p.266
- 임순녀 등 4명(2011), 두피 모발 관리학, 광문각, p.143
- 임은진 등 4명(2012), 두피, 모발 관리, 메디시언, p.118, p.123
- 정숙희 등 4명(2008), Theory & Practice Story Book for TRICOLOGIST,
훈민사, p.50, p.53, p.114, p.143
- 조정혜 등(2003), 헤어 앤 헤어 케어, 훈민사, p.141
- 최경임 등 4명(2009), 화장품학(Cosmetology), 광문각, p.140
- 하병조(2010), 화장품학, 수문사, p.142~166
- 한국두피모발관리사협회(2011), 트리콜로지스트 레벨3, 훈민사, p. 51
- 한국두피모발관리사협회(2011), New두피모발관리학, 군자출판사, p.103~105
- 강영숙(2013), 두피, 모발건강관리에 관한 지식, 인식 및 태도에 관한 연구,
미용산업연구학회지, 1(1), pp.55~64
- 강현지(2010), 두피 모발 관리실의 이용실태 및 만족도에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 국경미, 김춘득(2010), 두피 및 모발관리 후 고객만족도 분석,
코리아뷰티디자인학회지, 6(2), pp.153~161
- 김관욱, 김성남(2011), 탈모요인 자가 인식이 건강관리와 두피, 모발관리에 미
치는 영향, 한국디자인문화학회, 17(2), pp50~60

- 김근수(2011), 예비 미용인에 대한 모발 , 두피관리 및 탈모의 필요성과 인식
에 관한 연구, 미용산업연구학회지, 2(1), pp.13~30
- 김미현(2012), 두피, 모발관리 시 브러싱 효과에 관한 연구,
숙명여자대학교 사회교육대학원, 석사학위논문
- 김정임(2008), 두피 · 모발 관리 실태에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 김준경(2011), 20~30대 남성의 두피, 모발관리실의 이용실태와 고객만족도
연구, 중부대학교 인문산업대학원, 석사학위논문
- 김지현(2005), 두피, 모발관리실의 고객만족도와 발전방안에 관한 연구,
한국 두피, 모발 미용학회지, 1(1), pp.13~30
- 류혜란, 김남연(2010), 두피·모발관리에 대한 인식에 관한 연구,
대한피부미용학회, 8(3), pp.165~173
- 모정희, 송미라(2010), 여성의 두피 및 모발관리 형태가 탈모에 미치는 영향,
한국인체미용예술학회지, 11(3), pp.111~120
- 문영심(2010), 여성의 두피와 모발관리 형태에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 서순옥(2011), 두피토닉과 이세다륜침이 두피, 모발상태에 미치는 영향,
숙명여자대학교 사회교육대학원, 석사학위논문
- 오강수(2007), 두피 및 모발 관리에 대한 인식 조사,
한국패션뷰티학회지, 5(1) pp.34~50
- 임은진, 김혜란(2008), 화장품 시장에서의 두피 모발 화장품에 관한 연구,
한국미용학회지, 14(3), pp.708~716
- 이정란, 임은진(2010), 중년 여성의 특성에 따른 두피, 모발 관리의 인식,
한국미용학회지 16(3), pp.687~699
- 김명우, 김성남(2007), 전업주부들의 두피모발 관리에 대한 인식 및 태도,
한국의류산업학회지, .5(1), pp.34~50

- 박연아(2011), 두피, 모발 특성 및 헤어 제품 사용 실태에 관한 연구,
호남대학교 교육대학원, 석사학위논문
- 박지선(2009), 웰빙 지향 행동이 모발화장품 구매행동에 미치는 영향,
서경대 미용예술대학원, 석사학위논문
- 배인선, 고경숙(2011), 성인 여성의 외모관리행동과 모발, 두피관리 성향이 제
품 구매 활동에 미치는 영향, 한국미용학회지, 17(4),
p.669~679
- 오정선(2011), 여대생들의 두피, 모발에 대한 인식 및 모발 관리 형태,
한국인체미용예술학회지, 12(2), pp.131~142
- 이경란, 김주덕(2008), 두피, 모발관리에 대한 인식과 실태에 관한 연구
-강원, 충북지역 중심으로-, 한국미용학회지, 14(4),
pp.1244~1263
- 이상미(2008), 두피 및 모발 관리에 따른 제품 구매와 사용 방법,
서경대 미용예술대학원, 석사학위논문
- 이진희(2011), Scalp & Hair Treatment와 Alopecia에 대한 인식 및 실태에
관한 연구, 성신여자대학교 문화산업대학원, 석사학위논문
- 이진희(2012), 여성의 모발 화장품에 대한 인식과 사용실태에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 위수영, 임은진(2010), 두피, 모발관리실 고객의 이용실태와 만족도,
대한미용과학회지, 6(1), pp.7~14
- 장지연(2012), 전남 일부지역 대학생들의 두피·모발관리 인식 및 태도에 관
한 연구, 동신대학교 대학원, 석사학위논문
- 현애자(2004), 두피클리닉 이용자의 모발 및 두피관리 실태와 서비스 이용결
정요인, 인제대학교 보건대학원, 석사학위 논문

ABSTRACT

A study examines satisfaction according to scalp & hair care center usage conditions and product purchase attributes

Jea-Hyun, Kim

Skin Care and Obesity Management Major

Graduate School of Lifetime Welfare

Sung-Shin University

This study examines satisfaction according to scalp & hair care center usage conditions and product purchase attributes, grasps problems and effects of scalp & hair care, seeks a plan available for satisfying diverse needs, and recognizes their importance. Thus, the aim is to offer necessary data for developing effective and systematic programs for scalp and hair.

First, scalp type according to subjective judgment was indicated ($p < 0.001$), the largest being dry scalp (31.7%). Oily scalp was largest in the 20s and 30s. Dry scalp was largest in the 40s and 50s. Dyeing frequency was largest ($p < 0.001$) at 5~10 times (27.3%) a year. Perm frequency was indicated to be largest at 1~2 times (34.7%) a year. Time of being exposed daily to ultraviolet rays was largest ($p < 0.001$) at 2~3 hours (38.3%). The most frequent reason cited for not using rinse and treatment was lack of necessity. However, there was no significant difference. Hair condition stood at an average 2.27 points out of 4 points, indicating a tendency to be damaged. Lower age led to a tendency to be damaged ($p < 0.05$). The

appearance of using rinse stood at an average of 2.80 points out of 4 points, showing frequent use. The appearance of using treatment stood at an average of 2.11 points, showing occasional use.

Second, information on scalp & hair care was indicated ($p < 0.01$) to be the largest in expert's recommendation (35.0%). Scalp & hair care was indicated ($p < 0.05$) to be most frequently received in beauty salons (37.2%). The objective of receiving scalp & hair care was surveyed ($p < 0.001$), with hair strengthening (35.4%) the most frequent. In selecting a place to receive care, operator's skill (38.9%) was most highly cited, but had no significant difference. Seeing the actual condition of scalp & hair care, it was indicated ($p < 0.01$) to be the largest in receiving care once a month and taking 10~30 minutes (47.7%) given one-time care.

Third, the information on scalp & hair cosmetics was surveyed ($p < 0.001$) to be the highest among experts (30.3%). Scalp & hair cosmetics purchase was indicated to be the highest in beauty salons (35.2%), but had no significant difference. Hair cleanser was indicated ($p < 0.001$) to be the largest in general shampoo (40.7%). The item considered when buying hair cleanser was most indicated ($p < 0.05$) to be effect and functionality (59.6%). Scalp & hair care product was indicated ($p < 0.001$) to be the highest with shampoo (40.8%). Cost of buying scalp & hair care product was indicated ($p < 0.05$) to be the highest in the 20,000~30,000 won range (40.8%). Hair styling product was indicated ($p < 0.05$) to be the largest in hair essence (63.6%). Cost of buying hair styling product was indicated ($p < 0.001$) to be the largest in the 10,000~20,000 won range (54.0%).

Fourth, necessity of scalp & hair care was indicated to be moderate with an average of 3.37 points out of 5 points, but didn't show a significant difference. Satisfaction with scalp & hair cleanser was indicated to be moderate with an average 3.24 points out of 5 points. Satisfaction was higher ($p < 0.01$) among higher age and income. Satisfaction with scalp & hair care product was surveyed to be moderate with an average 2.91 points out of 5 points. Those in their 30s and 50s were indicated to be satisfied. Higher income led to higher satisfaction ($p < 0.001$) with scalp & hair care products. Intention to continue to receive scalp & hair care was indicated to be moderate with an average of 3.34 points out of 5 points. Higher income led to showing a positive response. Thus, a significant difference was shown ($p < 0.01$).

Fifth, improvement in hair cleanser was the largest ($p < 0.01$) in function (42.9%). Even the improvement in scalp & hair care product was shown ($p < 0.05$) to be largest in function (41.0%). The improvement in hair styling product was also shown ($p < 0.01$) to be the largest in function (39.6%). Thus, as for the scalp & hair cosmetics, customers were indicated to think function preferentially. Problems about scalp & hair care center were surveyed ($p < 0.001$), showing high price to be the highest (46.7%). Optimal cost given one-time care was indicated ($p < 0.05$) to be the largest at 50,000 won (39.3%). Important item given selection of scalp & hair care center was the largest ($p < 0.001$) in the use of the specialized product (42.5%). Necessary matter for being developed a scalp & hair care center was indicated to be the highest ($p < 0.05$) among developing professional programs (44.0%).

This study therefore concludes that a professional program is needed which offers right information on scalp & hair care to people, focuses on popularization of scalp & hair care centers, and uses specialized products in addition to a rational price. Having optimality for expensive care price with development in independent program peculiar to a care center rather than depending on care appliances is considered to be likely conducive to development in scalp & hair care centers in the future.

<부 록>

두피 · 모발관리의 이용실태 , 제품구매 속성 및 만족도에 관한 연구

안녕하십니까? 저는 성신여자대학교 생애복지대학원 석사과정에 재학 중인 학생입니다. 본 설문지는 **두피 · 모발관리의 이용실태 , 제품구매 속성 및 만족도에 관한 연구**라는 주제의 석사 학위 논문의 기초 자료를 얻기 위해 작성되었습니다.

귀하가 응답해 주신 본 설문 조사 결과는 귀중한 자료로 사용되며 조사를 통해 수립된 자료는 익명으로 처리되며 학술적인 연구 목적 이외에는 사용되지 않으므로 귀하께서 솔직하게 질문에 답변해 주시기를 부탁드립니다.

성신여자대학교 생애복지대학원 건강복지학과
피부비만관리학전공 석사 과정
연구자 : 김지현
지도교수 : 이은혜

◆ 다음은 조사대상자의 일반적인 특성에 관한 질문입니다.
질문을 읽고 해당하는 문항에 V표를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은 ?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 ? () 세

3. 귀하의 최종학력은 ?

- ① 고등학교(재학) ② 고등학교(졸업) ③ 전문대학(졸업)
④ 대학교(재)졸업 ⑤ 대학원(재)졸업

4. 귀하의 결혼 여부는 ?

- ① 결혼 ② 미혼 ③ 기타(이혼, 사별)

5. 귀하의 직업은 ?

- ① 학생 ② 주부 ③ 사무직 ④ 판매, 서비스직 ⑤ 기술직
⑥ 전문직 ⑦ 기타

6. 귀하의 월 소득은? () 만원

◆ 다음은 귀하의 두피, 모발 건강 생활 습관에 관한 질문입니다.
질문을 읽고 해당하는 문항에 V표를 해주십시오.
(복수 응답 불가 1개만 응답)

1. 귀하의 두피는 어느 유형입니까 ?

<자가진단>

1. 건성두피

- 이틀정도 샴푸하지 않아도 기름이 끼지 않는다.
- 바람이 불 때 따가움을 느끼거나 두피가 당기는 것을 느낄 정도로 예민
- 마른 비듬이 있다

2. 지성두피

- 샴푸 후 3~4시간만 지나도 두피에 기름이 끼고 냄새가 난다
- 여드름이 많이 난 경험이 있거나 피부타입이 지성이라면 모발도 지성
- 끈적거림과 비듬, 각질이 있다

3. 예민성두피

- 두피가 가렵고 따갑다
- 두피가 붉고 뽀루지가 있고 약한 자극에도 쉽게 붉게 변한다

4. 비듬성두피

- 두피를 긁으면 손톱에 붙어 나온다
- 가려움증이 동반하고 습해지면 염증이 생긴다

5. 탈모 진행형 두피

- 피지가 과도하게 분비된다.
- 두피가 경직되어 딱딱하고 비듬과 가려움증이 동반한다
- 모발이 점점 가늘어지고 힘이 없어진다

① 건성두피 ② 지성두피 ③ 예민성두피 ④ 비듬성 두피 ⑤ 탈모진행형두피

2. 귀하의 모발 상태는 어느 유형입니까 ?

<자가진단>

1. 매우 손상된 상태
 - 끝이 갈라지고 끊어지고 푸석거리고 만지면 바스러지는 모발 상태
2. 손상된 편
 - 모발이 가늘어지고 약하고 뻣뻣한 상태
3. 건강한 편
 - 모발이 부드럽고 윤기가 있는 모발상태
4. 매우건강
 - 염색이나 펌 등의 화학적 시술을 전혀 하지 않은 모발 상태

① 매우 손상된 상태 ② 손상된 편 ③ 건강한 편 ④ 매우건강

3. 귀하는 샴푸 후 헤어 린스를 사용 합니까 ?

- ① 전혀 사용하지 않는다 ② 가끔 사용 한다 ③ 자주 사용 한다
④ 매일 사용 한다

4. 귀하가 린스를 사용하지 않는다면 그 이유는 ? < 안 할 경우 응답 >

- ① 잘 몰라서 ② 효과가 없을 것 같아서 ③ 경제적 이유
④ 필요성을 느끼지 못해서 ⑤ 기타

5. 귀하가 평균적으로 하는 염색(매니큐어, 코팅, 헤나 포함)의 횟수는 ?

1년 ()회

6. 귀하가 평균적으로 하는 퍼머넌트(스트레이트 포함)의 횟수는 ?

1년 ()회

7. 귀하는 헤어트리트먼트를 사용 합니까 ?

- ① 전혀 사용하지 않는다 ② 가끔 사용 한다 ③ 자주 사용 한다
- ④ 매일 사용 한다

8. 귀하가 헤어트리트먼트를 사용하지 않는다면 그 이유는 ?

- ① 잘 몰라서 ② 효과가 없을 것 같아서 ③ 경제적 이유
- ④ 필요성을 느끼지 못해서 ⑤ 기타

9. 귀하는 어떠한 방법으로 모발건조를 하나요 ?

- ① 드라이기 온풍 ② 드라이기 냉풍 ③ 드라이 온, 냉풍 ④ 자연건조

10. 하루 중 자외선 노출 시간은 ?

- ① 1시간미만 ② 1~2시간미만 ③ 2~3시간미만
- ④ 3시간 이상 ⑤ 기타

◆ 다음은 귀하의 두피, 모발 관리 실태에 관한 질문입니다.
질문을 읽고 해당하는 문항에 V표를 해주십시오.
(복수 응답 불가 1개만 응답)

1. 귀하는 두피, 모발 관리에 대한 정보를 얻는 곳은 ?

- ① 인터넷 ② 신문, 잡지 ③ TV광고 ④ 전문가 ⑤ 주위 추천 ⑥ 기타

2. 귀하는 두피, 모발 관리를 어디서 받고 있습니까 ?

- ① 전문 두피, 모발 클리닉 ② 전문 병원 ③ 미용실
- ④ 피부 관리실 ⑤ 홈케어 ⑥ 관리를 받지 않는다 (8번으로)

3. 귀하는 두피, 모발 관리 받을 곳을 선택한 이유는 ?

- ① 적절한 가격 ② 시술자의 기술 ③ 인지도 ④ 주변의 권유 ⑤ 서비스
- ⑥ 위치

4. 귀하가 두피, 모발 관리를 하는 목적은 무엇입니까 ?

- ① 비듬 개선효과 ② 지루성 개선효과 ③ 탈모 효과
- ④ 모발 강화 효과 ⑤ 염증개선 효과 ⑥ 기타

5. 귀하는 두피, 모발 관리를 받는데 드는 비용은 ?

1회 () 만 원 정도

6. 귀하는 두피, 모발 관리를 받는데 소요되는 시간은 ?

() 분 정도

7. 귀하가 두피, 모발 관리를 하는 평균 횟수는 ? 월 () 회 정도

8. 귀하께서 두피, 모발 관리를 받지 않는 이유는 무엇입니까 ?

< 안 할 경우 응답 >

- ① 현 상태에 만족 ② 시간적인 부담 ③ 경제적인 부담 ④ 위치의 불편함
- ⑤ 효과에 대한 신뢰성 부족 ⑥ 심리적인 불편함 ⑦ 청결의 문제 ⑧ 기타

◆ 다음은 두피, 모발 화장품 구매 속성에 관한 질문입니다.

질문을 읽고 해당하는 문항에 V표를 해주십시오.

(복수 응답 불가 1개만 응답)

1. 귀하는 두피, 모발 화장품의 정보를 얻는 곳은 어디입니까 ?

- ① 인터넷 ② 신문, 잡지 ③ TV광고 ④ 전문가 ⑤ 주위 추천 ⑥ 기타

2. 두피, 모발 화장품을 구매하는 곳은 ?

- ① 슈퍼 및 마트 ② 화장품 전문점 ③ 인터넷 또는 홈쇼핑
- ④ 미용실 ⑤ 잘 모른다.

*** 다음은 두피 및 모발 세정제에 관한 질문입니다.**

3. 귀하께서 사용하시는 두피 및 모발 세정제는 ?

- ① 일반 샴푸 ② 비누 ③ 샴푸, 린스 겸용 ④ 두피 유형별 샴푸
- ⑤ 탈모샴푸 ⑥ 비듬샴푸

4. 귀하가 두피 및 모발 세정제에 사용하는 비용 ?

- ① 1만원 미만 ② 1만원 ~ 2만원 ③ 2만원 ~ 3만원
- ④ 3만원 ~ 4만원 ⑤ 5만 원 이상

5. 두피 및 모발 세정제 구매 시 중요하게 고려하는 항목은 ?

- ① 브랜드 이미지 ② 효과/기능성 ③ 향/ 색감 ④ 가격
- ⑤ 용기 디자인 ⑥ 광고 ⑦ 미용실 권유

*** 다음은 두피, 탈모 방지 및 개선제품에 관한 질문입니다.**

(사용하지 않는다면 9번 질문으로)

6. 귀하께서 사용하시는 두피, 탈모 방지 및 개선 제품은 ? < 한 개만 응답 >

- ① 탈모방지샴푸 ② 탈모방지 린스 ③ 탈모방지 트리트먼트 ④ 탈모토닉
- ⑤ 탈모방지 앰플 ⑥ 탈모방지 로션 ⑦ 바르는 증모제 ⑧ 섭취용 증모제
- ⑨기타

7. 귀하가 두피, 탈모 방지 및 개선 제품에 사용하는 비용은 ?

- ① 1만원 미만 ② 1만원 ~ 2만원 ③ 2만원 ~ 3만원
- ④ 3만원 ~ 4만원 ⑤ 5만 원 이상

8. 두피, 탈모 방지 및 개선제품구매 시 중요하게 고려하는 항목은 ?

- ① 브랜드 이미지 ② 효과/기능성 ③ 향/ 색감 ④ 가격
⑤ 용기 디자인 ⑥ 광고 ⑦ 미용실 권유

9. 두피, 탈모 방지 및 개선 제품 사용하지 않는다면 그 이유는 ?

< 사용하지 않는 경우 응답 >

- ① 필요성이 없다 ② 사용감에 만족하지 않는다 ③ 귀찮다
④ 사용할 시간이 없다 ⑤ 모발손상이나 두피 자극이 걱정된다

*** 다음은 헤어 스타일링 제에 관한 질문입니다.**

(사용하지 않는다면 13번 질문으로)

10. 귀하께서 사용하시는 헤어 스타일링 제는 무엇입니까 ?

- ① 스프레이 ② 무스 ③ 클레이즈 ④ 젤 ⑤ 왁스 ⑥ 헤어 에센스

11. 귀하가 헤어 스타일링 제에 사용하는 비용 ?

- ① 1만원 미만 ② 1만원 ~ 2만원 ③ 2만원 ~ 3만원
④ 3만원 ~ 4만원 ⑤ 5만 원 이상

12. 헤어 스타일링 제 구매 시 중요하게 고려하는 항목은 무엇입니까 ?

- ① 브랜드 이미지 ② 효과/기능성 ③ 향/ 색감 ④ 가격
⑤ 용기 디자인 ⑥ 광고 ⑦ 미용실 권유

13. 헤어 스타일링 제를 사용하지 않는 이유는 무엇입니까?

< 사용하지 않는 경우 응답 >

- ① 필요성이 없다 ② 사용감에 만족하지 않는다 ③ 귀찮다.
④ 사용할 시간이 없다 ⑤ 모발손상이나 두피 자극이 걱정된다.

◆ 다음은 만족도와 향후 두피, 모발 관리의 만족도에 관한 질문입니다. 질문을 읽고 해당하는 문항에 V표를 해주십시오.
(복수 응답 불가 1개만 응답)

1. 귀하는 두피 및 모발 관리의 필요성을 느끼니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

2. 귀하는 관리 후 두피, 모발 상태에 만족 하셨습니까 ?

(관리를 받은 경험이 있으신 분)

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

3. 귀하는 두피 및 모발 관리 받을 곳을 선택한 이유는 무엇입니까?

- ① 적절한 가격 ② 시술자의 기술 ③ 인지도 ④ 주변의 권유
⑤ 서비스 ⑥ 위치

4. 현재 두피, 모발 관리실의 문제점이 무엇이라 생각 하십니까 ?

- ① 관리사의 기술 및 지식 부족 ② 높은 가격 ③ 시설 부족
④ 위생문제 ⑤ 부족한 서비스

5. 두피, 모발 관리 시 적절하다고 생각하는 시간은 ? 1회 () 분

6. 두피, 모발 관리를 받을 때 적절하다고 생각하는 비용은 ?

1회 () 만원

7. 두피, 모발 관리를 받을 때 가장 중요하다고 생각하는 것은 ?

- ① 관리사의 기술 ② 최신 시술 장비 ③ 전문 제품 사용
④ 가격의 적정성 ⑤ 관리실의 분위기와 서비스

8. 귀하가 사용하는 두피 및 모발 세정제에 만족하십니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

9. (8번 문항)에서 해당 만족도를 선택한 이유는?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

10. 두피 및 모발세정제가 개선하였으면 하는 점은 ?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

11. 귀하 사용하는 두피 탈모 방지 및 개선 제품에 만족하십니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

12. (11번 문항)에서 해당 만족도를 선택한 이유는?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

13. 두피 탈모 방지 및 개선 제품이 개선하였으면 하는 점은 ?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

14. 귀하가 사용하는 스타일링 제품에 만족하십니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

15. (14번 문항)에서 해당 만족도를 선택한 이유는?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
- ④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

16. 귀하께서 사용하시면서 스타일링 제품이 개선하였으면 하는 점은 ?

- ① 제품의 가격 ② 제품의 효능 ③ 제품의 향
- ④ 제품 사용의 편리성 ⑤ 제품의 질감

17. 앞으로 두피, 모발 관리실이 발전하기 위해 필요한 것은 ?

- ① 마케팅과 홍보 ② 직원의 서비스 ③ 전문적인 프로그램
- ④ 가격의 적정성 ⑤ 효율적인 관리 시간

18. 귀하는 앞으로 두피, 모발 관리를 계속 받을 의사가 있습니까 ?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다