

이 은 혜 교수지도
석사학위 청구논문

성인여성의 라이프스타일에 따른
미용·외모관리 행동에 관한 연구

2013

성신여자대학교 생애복지대학원
건강복지학과 피부비만관리전공
차 혜 림

성인여성의 라이프스타일에 따른
미용·외모관리 행동에 관한 연구

이은혜 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2012年 11月

성신여자대학교 생애복지대학원
건강복지학과 피부비만관리전공
차혜림

인 준 서

차혜림의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

성신여자대학교 생애복지대학원

논문개요

현대사회는 매스미디어의 발달 때문에 이상적인 신체 이미지를 끊임없이 제시하여 어떤 이미지를 강요하거나 자신과 타인과의 비교 대상의 기준을 제공하게 되는데, 이는 자기존중감과 관련이 되어 외모향상 및 자기 존중감의 향상을 위한 노력으로 이어진다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 20~40대 성인여성을 대상으로 라이프스타일 유형에 따른 미용 관리에 대한 인식을 알아보고 헤어 관리, 피부 관리, 메이크업관리, 체형 관리, 미용 성형관리에 관한 전반적인 외모관리 행동을 살펴보기 위해 2012년 4월 24일부터 5월 31일까지 무기명 자기기입식 설문지(Self-administrated Questionnaire)를 사용하였다. 수집된 자료 분석은 IBM SPSS Statistics 20.0 for Windows를 사용하였으며 그래프는 Microsoft Office Excel 2010과 한글 오피스 2010 SE를 이용하여 작성하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 평균연령은 33.54세로 20대(185명, 33.6%)가 가장 높았고 30대(184명, 33.4%), 40대(182명, 33.0%)순으로 나타났다. 혼인은 미혼(309명, 56.1%)이 기혼(237명, 43.0%)보다 높게 조사되었다. 학력은 대학교 졸업(254명, 46.1%), 대학원 이상(110명, 20.0%)으로 대졸 이상의 학력자가 364명(66.1%)으로 고학력으로 나타났으며, 직업은 전문직 여성(153명, 27.8%)의 경우가 가장 높게 나타났으며 다음으로 전업주부(129명, 23.4%), 학생(111명, 20.1%)으로 조사되었다.

2. 라이프스타일 유형을 4개의 집단으로 저소비추구, 과소비추구, 합리적추구, 유행추구로 가정하고 분석을 하였다. 브랜드 인식도에서는 평균 2.81점으로 20대>30대, 40대의 순으로 조사되었으며($p<0.01$), 연예인의 미용 관심도의 경우 평균이 2.88점으로 20대>30대>40대 순으로 나타났다($p<0.001$). 고가제품 선호의 경우는 평균 3.08점으로 각각 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순을 보였다($p<0.001$). 규칙적인 운동은 평균이 2.68점으로 과소비추구>저소비추구, 합리적추구, 유행추구 집단 순서를 나타내었다($p<0.001$).

3. 피부에 관한 관심의 경우 전체 평균 3.5점으로 20대, 40대>30대순으로 조사되었으며($p<0.05$), 좋은 피부의 중요도에서는 전체 평균 4.12점으로 20대>30대, 40대 순으로 나타났다($p<0.01$). 클렌징의 중요성은 전체 평균 3.58점, 다이어트 경험의 전체 평균은 3.59점으로 과소비추구>유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순서로 조사되었으며($p<0.001$), 미용성형의 긍정성의 전체 평균은 3.68점으로 과소비추구, 유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순을 보였다($p<0.001$).

4. 헤어 관리에 관한 외모관리 행동에서 헤어스타일의 변화 계기에서는 헤어스타일 정리(215명, 39%)가 저소비추구>유행추구>과소비추구, 합리적추구 집단 순으로 가장 높게 조사되었으며($p<0.001$), 미용실은 좋은 서비스와 디자이너의 기술력, 저렴한 가격 모두 헤어숍 선택에서 가장 중요한 요인임을 알 수 있었다. 피부 관리에 관한 외모관리 행동에서는 주관적 피부유형에서는 복합성 피부(207명, 37.6%)로 생각하는 경우 30대>20대>40대로 가장 많이 조사되었으며($p<0.001$), 피부를 관리하는 방법에서는 개인관리(233명, 42.3%)가 20대>30대>40대의 순으로 높은 비율을 보였다($p<0.001$).

메이크업의 외모관리 행동에서 추구하는 이미지는 자연적이고 청순한 이미지(209명, 37.9%)가 30대>20대>40대의 순으로 가장 높게 나타났으며 ($p<0.001$), 평소화장의 항목에서는 전체화장을 한다(194명, 35.2%)가 과소비추구>유행추구>저소비추구>합리적추구 집단 순을 보였다($p<0.001$).

체형 관리에 관한 외모관리 행동에서는 가장 고민부위로 복부(285명, 51.7%)가 40대>30대>20대로 가장 높게 나타났으며($p<0.001$), 체형 관리 시 동반되는 후유증은 후유증 무경험자(176명, 32.7%), 스트레스 78명(14.2%)으로 20대>30대>40대의 순으로 나타났다.

미용성형에 관한 외모관리 행동에서는 미용성형을 경험했거나 원하는 미용성형부위로는 눈 성형(162명, 29.4%)이 가장 높은 비율로, 40대>20대>30대의 순으로 조사되었으며($p<0.001$), 성인 여성들은 미용성형에 대해 자신이 원하면 할 수 있는 수술로 긍정적으로 인식하고 있다.

그러므로 본 연구에서는 현대 여성들의 미용에 대한 소비자 행태에 대해서 알아보고 연령별 라이프스타일에 따른 미용관리에 대한 인식, 그들의 전반적인 외모관리 행동에 관한 실태를 알아봄으로써 정확한 지식과 정보를 제공함과 동시에 올바른 외모관리 행동을 갖게 하려는데 교육적 의미가 있다.

목 차

논문 개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구 문제	4
II. 이론적 배경	5
1. 라이프스타일과 소비 행동	5
1) 라이프스타일의 개요	5
2) 라이프스타일과 소비자 행동	8
2. 여성의 외모관리 행동	11
1) 헤어 관리 (Hair Treatment)	15
2) 피부 관리 (Skin Care)	16
3) 메이크업 (Make Up)	17
4) 체형관리 (Body Care)	18
5) 미용성형 (Cosmetic Surgery)	19
III. 연구 방법	20
1. 조사 대상 및 자료 수집	20
2. 조사 내용 및 방법	20
3. 자료처리 및 분석방법	21

IV. 연구결과	23
1. 조사대상자의 일반적 특성	23
2. 조사대상자의 생활습관	25
3. 라이프스타일에 따른 미용관리	27
1) 연령별 라이프스타일 및 미용관리 행동	30
2) 그룹별 라이프스타일 및 미용관리 행동	34
4. 외모 관리 행동	38
1) 연령별 외모관리 행동	38
2) 그룹별 외모관리 행동	39
V. 고찰	70
VI. 결론 및 요약	78

참고 문헌

ABSTRACT(영문초록)

부 록

표 목 차

표1.	라이프스타일 관련 선행연구	8
표2.	외모관리와 관련 선행연구	13
표3.	설문지 구성 및 측정방식	22
표4.	조사대상자의 일반적 특성	25
표5.	조사대상자의 생활습관	26
표6.	라이프스타일 구성요인	28
표7.	집단 분류	29
표8.	연령별 라이프스타일	31
표9.	연령별 미용관리 행동	33
표10.	라이프스타일(그룹별분석)	35
표11.	라이프스타일에 따른 미용관리 행동	37
표12.	연령별 헤어 관리행동	38
표13.	연령별 헤어숍 선택 및 소비행태	40
표14.	연령별 주관적 피부유형 문제점 개선	42
표15.	연령별 피부 관리 소비행태	44
표16.	연령별 메이크업 행동	46
표17.	연령별 메이크업 소비행태	48
표18.	연령별 체형관리 행동	50
표19.	연령별 체형관리방법 및 소비행태	52
표20.	연령별 미용성형 행동	54
표21.	라이프스타일에 따른 헤어 관리 행동	55
표22.	라이프스타일에 따른 헤어숍 선택 및 소비행태	57
표23.	라이프스타일에 따른 주관적 피부유형 문제점 개선	58
표24.	라이프스타일에 따른 피부 관리 소비행태	59
표25.	라이프스타일에 따른 메이크업 행동	61
표26.	라이프스타일에 따른 메이크업 소비행태	63

표27. 라이프스타일에 따른 체형 관리 행동	65
표28. 라이프스타일에 따른 체형관리 방법 및 소비행태	67
표29. 라이프스타일에 따른 미용성형 행동	69

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

라이프스타일은 사회 전체의 행동패턴을 알 수 있으므로 이를 통한 개개인의 세부 시장별 차이를 밝힐 수 있어 마케팅에서 더욱이 중요시하고 있다. 또한 빠르게 변화하는 현대사회는 다양한 라이프스타일과 함께 존재하며 새로운 문화를 만들어 내며, 특히 미용산업은 매스미디어의 확산과 함께 문화적으로 유행을 추구하고자 하는 소비심리가 높게 나타나는 분야 중 하나다.

여성의 사회적 진출의 따른 경제적 성장과 가치관의 변화는 현대의 사회에 있어 다양한 생활양식의 변화와 문화 전반에 걸쳐 빠르게 진화하고 있으며 소비의 주체와 소비시장 대부분을 여성들이 차지하고 있다. 또한 여성의 고학력화와 자아 존중 및 생활 방식의 변화는 신체 내적인 건강뿐 아니라 신체의 외적인 건강과 미에 관심이 집중되기 시작했다(김승아, 2008).

현대인들은 지속해서 끊임없이 변화하고 있는 미의 기준 속에서 자신의 외모에 대한 태도와 현실을 지각하고 신체적, 정신적, 물리적으로 시간과 비용을 투자하여 결점이나 외모에 대한 열등감을 극복하기 위해 다양한 외모관리 행동을 지향하고 있다(서은혜, 2011). 아름다운 외모가 미덕이 되어버린 현대 사회 속에서, 우리는 이 시대가 만들어 놓은 미적 기대치에 부응하기 위해 부단히 노력하고 있다. 보기 좋은 외모를 가진 사람들이 취업, 연애, 결혼 등 삶의 중요한 순간마다 유리한 위치를 선점하게 되면서 '외모는 곧 능력'이라는 인식이 팽배하게 되었다(안채리, 2011). 여성들에 있어 외모를 가꾸는 것은 선택이 아닌 필수로서 여성들에 삶에 있어서 외모에 대한 관리와 투자는 점점 더 그 의미가 커지고 있으며, 현대 여성들이 살고 있는 사회는 의식구조나 행동양

식이 급격하게 변화되고 행동패턴이 다양화, 개성화되면서 라이프스타일의 중요성이 현대사회에서 점점 더 높아지고 있다. 또한 개인의 라이프스타일은 가치관이나 활동영역, 관심분야, 생활태도 등에 의해 구체화한 생활양식으로 시대적 사항이나 집단의 특성에 따라 다르게 나타난다(박주현, 2010). 특히 현대사회의 매스미디어 확산과 그 영향으로 미디어이미지는 어떤 이미지를 강요하거나 강제로 이루어지는 비교를 제공하는데, 매스미디어나 준거집단을 통한 외모는 자기존중감과 관련이 되며 외모향상 및 자기 존중감의 향상을 위한 노력으로 이어진다(Rudd & Lennon, 1994). 여성들이 꿈꾸는 이상적 신체형은 개인의 기호가 아닌 사회, 문화적 맥락에 의해 결정되며, 방송, 광고매체를 주축으로 날씬한 이미지는 여성들의 가장 중요한 조건 중의 하나로 대두하고 있는데, 개인의 신체를 보는 방법이나 신체에 대한 만족도 또한 그 시대의 사회, 문화적 기준에 의해 크게 영향을 받는다(Kaiser, 1990).

헤어 관리는 인간의 미적 가치관에 따라 창조된 외적 조형물로서 미적 가치와 함께 상징적 가치와 실용적 가치며, 인간의 얼굴 이미지나 헤어스타일 등 외적인 모습이 각 개인에게 주는 주된 의미로서 사회생활, 자아 존중감, 대인관계, 행동 양식 등에 매우 중요한 역할을 한다(공영희, 2012).

피부 관리의 경우, 오늘날 웰빙 시대를 맞이하여 건강한 피부는 현대인이라면 누구나 지대한 관심을 보이는 영역으로 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 한 완전히 유지시켜 미용상의 문제점 등을 방지하고, 젊고 아름다운 깨끗한 피부를 가꾸기 위해(김수진, 2008) 자신의 시간과 노력을 투자하는 사람들이 점차 증가하고 있다.

메이크업의 경우에서도 외모관리 행동의 미용형태 중 중요한 부분으로 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하며 시대의 흐름과 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다. 메이크업은 자신이 지닌 장점을 살리고 단점을 보완하여 개성을 최대한 돋보이게 하는 아름다움의 표현방법이며 각 개인이

지니고 있는 개성에 따라 얼굴 모양의 결점을 커버하고 장점을 돋보이게 하여 좀 더 아름답게 가꾸어 주는 것이라 할 수 있다(윤소영, 2007).

마른 체형이 아름답고 키가 크고 날씬하면 좋다는 고정관념이 지배적인 현대 사회에서 원래 질병의 예방과 치료를 위한 식이요법의 의미를 가지고 있던 다이어트는 여성들이 행하는 외모 관리의 영역으로서 자리를 잡고 있으며(이주영, 2012), 이와 함께 사회현상에 부합하기 위해 현대 여성의 두드러진 미적 행위의 특징으로 주어진 외모에 대한 콤플렉스를 인체의 변형을 통해 해결하려는 미용성형수술에 대한 행동 또한 높게 나타난다(이민영, 2009).

그러므로 본 연구에서는 현대 여성들의 미용에 대한 소비자 행태에 대해서 알아보고 연령별 라이프스타일에 따른 미용관리에 대한 인식, 그들의 전반적인 외모관리 행동에 관한 실태를 알아봄으로써 정확한 지식과 정보를 제공함과 동시에 올바른 외모관리 행동을 갖게 하려는데 교육적 의미가 있다. 또한 향후 미용 관련 소비시장의 마케팅 자료로서 효율적인 마케팅 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구 문제

본 연구는 20~40대 성인여성을 대상으로 라이프스타일 유형에 따른 미용 관리에 대한 인식을 알아보고 헤어 관리, 피부 관리, 메이크업관리, 체형관리, 미용성형관리에 관한 전반적인 외모관리 행동을 살펴봄으로써 앞으로의 이들의 올바른 지식과 정보를 제공함과 동시에 미용 소비시장의 여성 마케팅자료로서 미용 소비시장의 활성화 방안의 기초자료로 활용되고자 한다.

연구문제 1. 조사대상자의 일반적인 특성을 알아본다.

연구문제 2. 조사대상자의 생활습관을 알아본다.

연구문제 3. 라이프스타일에 따른 미용관리에 대해 분석한다.

연구문제 4. 외모관리행동에 대해서 분석한다.

II. 이론적 배경

1. 라이프스타일과 소비 행동

1) 라이프스타일의 개요

라이프스타일(Lifestyle)이라는 용어에 대해 독일의 사회학자 Marx Weber (1968)는 인생관이라는 단어를 사용하면서 생활양식, 생활태도와 함께 재화의 소비양식, 직업, 교육의 패턴에 의해 형성되는 계층으로서 지위 그룹을 형성한다고 설명하고 있으며, 정신분석학자인 Adler(1969)는 개인행동을 예측할 수 있는 열쇠로서 라이프스타일을 정의하여 개인별 독특성을 강조하여, 과거 생활양식에 대한 대처 경험, 생활과제의 독자적 해결방법, 미래에 대한 목표 지향적 노력 중에서 개인의 통일성과 일관성을 정의하였다. 또한 Lazer(1963)는 라이프스타일을 “전체 사회 속에서 특정 문화나 집단을 다른 문화나 집단과 뚜렷이 구분 지을 수 있는 문화, 상징, 생활의식이나 행동 양식 등의 총화”라고 규정하였다. 그리고 ‘소비양태는 한 집단의 라이프스타일을 반영하기 때문에 소비자 행동을 이해하고 설명하며 예측하는데 라이프스타일이 중요한 개념으로 작용’한다고 하였다. Wind 등(1974)과 Engel 등(1982)은 라이프스타일을 인간이 살아가는 총체적 생활방식으로, 소비자 행동에 영향을 주는 중요한 특성의 하나이며, 개인의 문화, 사회계급, 준거집단, 가족 등의 영향을 받아 습득하는 개인의 가치 체계나 개성에서 파생된 것이라고 하였다.

일반적으로 소비자를 이해하는 데 있어 많이 사용되어온 것이 인구통계학적 특성이나 사회경제적 특성, 지리적 특성과 같이 구체적으로 구분되는 것

이다. 그러나 시장 환경이 복잡해지면서 인구통계학적 특성만으로 소비자를 이해하는데 충분하지 않기 때문에 라이프스타일이라는 개념을 도입하게 되었다(이영철, 1997). 이와 같이 라이프스타일의 개념은 사회학자와 심리학자들 사이에서 각각 다른 각도로 정의되었지만, 다음과 같은 공통된 의미를 모색할 수 있다. 즉, 라이프스타일이란 개인 또는 집단의 통합 기능을 뜻하며 독자성, 창조성, 가치관, 목표 지향성을 의미함과 동시에 각각의 기호 및 선호와 그것에 상응하는 선택을 위해 스스로 생활을 능동적이고 주체적으로 형성하고자 하는 행동 주체라는 것이다(현진, 2012).

라이프스타일의 개념을 바탕으로 하여 특성을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 라이프스타일은 생활의 구조적 측면인 생활의식, 행동, 가치관, 태도 등의 복합체이며(Haold W 등, 1978), 둘째, 생활자의 구매소유, 이용 패턴, 지출배분, 시간배분, 생활공간 이용 패턴 등의 분석을 통해 파악할 수 있고(Lazer W. V, 1963), 셋째, 라이프스타일은 다차원적인질 양적인 표현이며(Levy S. J. 1963), 넷째, 라이프스타일은 특정 개인으로부터 사회 전체에 이르기까지 여러 계층에 걸쳐 조사 분석할 수 있다(윤성호, 2001). 다섯째, 또한 생활자의 라이프스타일은 몇 개의 유형으로 분류할 수 있으며(Engel J. E, 1978), 여섯째, 라이프스타일은 환경변화에 적응해서 생활자가 스스로 변화시켜 나가는 반면, 환경변화로부터 영향을 최대한 축소시켜 종래의 라이프스타일 유형에 따라 강도가 달라진다(김동기, 1993).

일곱째, 스타일이란 그것을 구성하고 표현하는 생활유형에 따른 주관적 의미와 가치를 가질 뿐 아니라 그 생활자의 스타일을 공유하는 집단에 대해서는 객관적인 의미와 가치를 갖는 생활의 표현양식이다(Alpert L 등, 1965).

라이프스타일은 사회 전체의 행동패턴을 알 수 있으므로 이를 통한 개개인의 세부 시장별 차이를 밝힐 수 있어 마케팅에서 더욱이 중요시하고 있다.

또한 빠르게 변화하는 현대사회는 다양한 라이프스타일과 함께 존재하며 새로운 문화를 만들어 내며, 특히 미용 산업은 매스미디어의 확산과 함께 문화적으로 유행을 추구하고자 하는 소비심리가 높게 나타나는 분야 중 하나이다. 라이프스타일과 개성은 소비자의 구매동기에 영향을 미치며, 구매동기는 소비자의 제품평가 기준에 영향을 미치고, 소비자의 평가기준은 제품에 대한 신념과 태도에 영향을 미쳐서 궁극적으로 제품의 구매의향과 제품선택에 영향을 미친다(김영주, 2001).

라이프스타일은 마케팅에서 중요시되지만 고정된 것이 아니며 개인의 가치나 태도, 신념 및 사회 문화적 환경의 변화로 변화될 수 있기 때문에 표적 소비자들의 라이프스타일을 수시로 분석하고 평가해야 한다(이상현 등, 2005). 또한 라이프스타일 분석을 통해 각 세분화된 시장별 차이점을 밝힐 수 있음은 물론 그 사회의 행동 패턴을 알 수 있기 때문에 소비자의 사고와 행동에 대한 명확한 자료 수집이 가능하기 때문이다(김미리, 2012).

2) 라이프스타일과 소비자 행동

여성들에 있어 외모를 가꾸는 것은 선택이 아닌 필수로서 여성들에 삶에 있어서 외모에 대한 관리와 투자는 점점 더 그 의미가 커지고 있으며, 현대 여성들이 살고 있는 사회는 의식구조나 행동양식이 급격하게 변화되고 행동패턴이 다양화, 개성화되면서 라이프스타일의 중요성이 현대사회에서 점점 더 높아지고 있으며, 개인의 라이프스타일은 가치관이나 활동영역, 관심분야, 생활태도 등에 의해 구체화한 생활양식으로 시대적 사항이나 집단의 특성에 따라 다르게 나타난다(박주현, 2010). 또한 소비자 라이프스타일의 변화는 다시 소비 스타일을 변화시키기 때문에 시대가 변화함에 따라 소비자의 의식이 변화하고 소비자의 구매 행동도 변화하게 된다. 라이프스타일이 변화할 때 그것은 대체로 새로운 소비 관련 문제를 야기하고 새로운 의사결정을 촉구하므로 라이프스타일과 소비자의 의사결정은 일방적인 영향관계가 아닌 순환적인 영향관계를 나타낸다(김희숙, 2009).

라이프스타일에 따른 외모관심도에 중점으로 한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 김민정(2010)의 연구에서는 라이프스타일과 연관 지어 외모관리 소비 행동에 미치는 영향을 알아본 결과 모든 집단에서 외모 가치를 수용함에 있어 외모지상주의 성향을 가지고 있다고 보고 하였으며, 김창현(2011)은 남성의 패션 라이프 성향이 적극적인 개성을 추구할수록 성공적인 사회생활을 위하여 외모에 대한 더욱 관심이 많으며, 외모관리 행동에 있어서도 더욱 적극적으로 노력한다고 하였다. 허윤희(2011)는 현재 노년층을 중심으로 외모관리를 연구한 결과 노인의 각 라이프스타일 유형마다 외모관리 프로그램에 다르게 접근해야 한다고 보고하였으며, 박옥련과 박주현(2009)은 여성의 신체만족도와 외모에 대한 태도에 대해 연구에서는 모든 집단에서 마른 체형을

이상형으로 생각하고 있으며 유행추구형의 모든 면에서 관심을 두었고, 보수전통집단은 피부 관리에 신경을 쓴다고 보고하였다.

라이프스타일에 따른 화장품구매행태에 대하여 한인선(2012)은 20대 남성들은 화장품을 접할 수 있는 노출빈도나 생활습관에 따라 많은 영향을 받으며 화장품에 대한 인식이 다르게 변한다고 보고하였으며, 이재은(2011)의 연구에서는 여대생들은 자신에게 맞는 피부타입을 정확히 알아내기 위해 다양한 정보수집과 경험을 하려는 특징과 함께 본인이 쓰던 제품이 떨어졌을 경우나 실제적인 정보를 바탕으로 화장품을 구매한다고 하였다. 또한 김희숙(2009)은 남성들 대부분이 화장품에 대한 지식이 아직 부족하지만, 예전과 비교하면 화장품에 관한 관심이 상당히 높아졌다고 하였다.

라이프스타일에 따른 피부 관리 연구에서 임윤희(2011)는 조사대상자의 대부분이 현재 자기 피부에 만족하지 않았으며, 전체 약 55% 정도가 현재 피부 관리를 자기만의 방법으로 관리한다고 하였으며, 김승아(2008)는 라이프스타일에 따라 피부건강관리에 대한 지식과 태도가 조금씩 다르게 나타났다고 보고하였다<표 1>.

<표 1>

라이프스타일 관련 선행연구

분류	연구자 (연도)	연구대상	주제
외모 관심 도	김민정 (2012)	20~30대 직장남성	라이프스타일에 따른 미혼 직장남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비 행동
	김창현 (2011)	20~40대 남성	남성의 패션 라이프스타일 유형별 외모관심도와 외모관리행동 연구
	허윤희 (2011)	60대 이상 노인	노인의 라이프스타일 유형별 외모관리에 관한 연구
	박옥련, 박주현 (2009)	10~50대 여성	여성의 라이프스타일 집단에 따른 외모관심도에 관한 연구
	김하민 (2009)	남, 여 고등학생	청소년기의 라이프스타일과 외모관심도에 따른 외모관리 행동에 관한 연구
화장 품 구매 형태	한인선 (2012)	20대 남성	20대 남성의 성격유형과 라이프스타일에 따른 화장품 사용실태에 관한 연구
	이재은 (2011)	20대 여성	라이프스타일에 따른 젊은 여성의 화장품 구매형태
	김수연, 남미우 (2010)	20~30대 직장남성	직장남성의 라이프스타일에 따른 피부지식도 및 화장품 구매 행동에 대한 연구
	김희숙 (2009)	30~50대 직장남성	직장남성의 라이프스타일에 따른 피부지식도 및 화장품구매 행태에 대한 연구
피부 관리	임윤희 (2011)	40~50대 여성	40-50대 여성의 라이프스타일에 따른 피부 및 체형관리행동
	김승아 (2008)	20~60대 여성	여성의 라이프스타일에 따른 피부 건강관리에 대한 지식 및 태도

2. 여성의 외모관리 행동

여성의 외모가 ‘타고나는 것’이라고 생각했던 과거의 개념과는 달리, 오늘날 여성의 외모는 명백히 만들어지고 관리되는 것이라는 사회, 문화적 관념과 그를 뒷받침하는 제도들이 형성되면서 사람들의 외모관리에 대한 요구와 기대를 점차 증대시키는 결과를 가져왔다(신현옥 등, 2008). Kaiser(1990)는 외모관리를 일컬어 ‘개인 각자가 다른 사람들과의 상호관계를 통해 자신의 역할을 연기하면서 자기표현(self-presentation)을 해나가는 과정’이라고 정의하였다.

사람들은 낯선 사람과의 첫 대면 시 얼굴형, 피부색, 체격, 의복 스타일과 같은 가시적 대상과 정서나 성격 특성, 태도 등과 같은 내부 상태까지도 판단하는 경향이 있는데 외모는 타인과의 상호 작용이 일어나지 않는 상태에서 인상을 형성하는 데 영향을 주는 중요한 변인으로 작용한다(김경호, 2008).

현대인들은 지속적으로 끊임없이 변화하고 있는 미의 기준 속에서 자신의 외모에 대한 태도와 현실을 지각하고 신체적, 정신적, 물리적으로 시간과 비용을 투자하여 결점이나 외모에 대한 열등감을 극복하기 위해 다양한 외모관리 행동을 지향하고 있다(서은혜, 2011).

아름다운 외모가 미덕이 되어버린 현대 사회 속에서, 우리는 이 시대가 만들어 놓은 미적 기대치에 부응하기 위해 부단히 노력하고 있다. 보기 좋은 외모를 가진 사람들이 취업, 연애, 결혼 등 삶의 중요한 순간마다 유리한 위치를 선점하게 되면서 ‘외모는 곧 능력’이라는 인식이 팽배하게 되었다(안채리, 2011). 현대인들에게 사회생활의 필수적인 요소로 인지되고 있으며 자기만족과 대인관계의 밀접한 관계가 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 즉, 노력을 통한 긍정적인 외모관리는 자아개념과 대인관계를 형성하는데도 자기 스스로 긍정적인 자세를 갖게 해준다. 이러한 경향 때문에 자신의 외모에 대한 욕구와

관심이 날이 갈수록 고조되고 있다(박주현, 2010).

헤어 관리와 관련된 선행 연구를 보면 공영희(2012)는 갱년기의 중년여성들의 헤어스타일이 자아 존중감과 신체 만족도에 영향을 미친다고 하였으며, 백미리(2012)는 헤어 관리가 여성의 자아존중감 향상과 스트레스 감소에 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 오명식(2012)의 연구에서는 헤어의 길이의 변화와 웨이브가 있고 없음에 따라 세대별로 느끼는 이미지와 선호스타일이 다르다고 하였고 보고하였다.

피부 관리와 관련된 선행 연구를 보면 이채원(2012)은 안면 피부 관리가 항공사 승무원들의 외적 이미지에 대한 만족도를 높여준다고 하였으며, 서순희(2012)는 중년여성의 피부 관리 필요성은 노화피부에 관한 인식 차이와 관계없이 높게 나타난다고 보고하였다. 또한 지윤아(2012)의 연구에서는 여드름피부는 외관상의 이미지를 부정적으로 연출시키기 때문에 자신 감상실과 대인관계의 악영향에 영향을 미친다고 하였고, 박봉선(2012)은 일상의 건강생활습관은 안면 피부건강상태에 지대한 영향을 미친다고 하였다.

메이크업과 관련된 선행 연구에서 이윤진(2011)은 색의 명암, 선, 착시 효과를 일으킴으로써 이미지메이크업 기법에 따라 이미지의 변신이 가능하다고 하였고, 자신의 외모가 사회경쟁력이라는 인식 속에 남성메이크업에 대한 긍정적인 인식은 높게 유지되거나 증가한다 하였다(임소연, 2011). 그리고 김영숙(2011)은 남성의 대부분이 여성의 메이크업 이미지에 따라 심리적·감정적 변화를 느낀다고 하였으며, 메이크업 이미지는 인상형성, 감성적 표현, 형태적 변화 요소 등에 의해 개인의 이미지가 달라질 수 있으며 시각적 자극물에 대한 인간의 주관적인 해석이라고 하였다(이상은, 2012).

체형 관리와 관련된 선행 연구에서 박인혜(2010)는 사회적 체형불안은 신체적 만족, 신체적 매력, 신체적 정서, 신체적 자기개념, 신체적 자기표현과 밀접한 관계가 있다고 하였으며, 하미향(2012)은 신체이미지는 생각, 느낌, 기억이 포

함되어 있어 자기 자신뿐만 아니라 타인과의 관계를 형성할 때도 영향을 준다고 보고하였다. 또한 김인혜(2010)는 사회적으로 만연된 날씬함에 대한 집착이 자신의 체형에 대한 타인의 평가를 걱정하게 하는 사회현상을 발생시킨다고 보고하였다.

미용성형과 관련된 선행 연구를 보면 정재경(2007)의 연구에서는 나이가 낮고 미혼일수록 외모에 관심이 많아, 미용성형 시술에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났으나, 김화숙(2011)은 미용성형 시술에 대한 관심도가 다양한 경제력의 차이에도 불구하고 일반화되고 있음을 보고하였다. 한편, 허은숙(2011)의 대학병원 간호사들을 대상으로 한 연구에서 간호사들은 직업상 좋은 이미지를 위해 미용에 긍정적이며 관심도 많고 직업생활에 긍정적인 영향을 위해 미용성형을 시술한다 하였으며, 비만이나 과체중으로 지방을 흡입하기 위해 성형을 하려는 것이 아니라 아름다워지기 위해 성형을 한다고 하였다(박소영, 2011) <표 2>.

<표 2>

외모관리와 관련 선행연구

분류	연구자(연도)	주제
헤어 관리	공영희 (2012)	중년여성의 헤어스타일이 자아존중감 및 신체만족도에 미치는 영향
	오명식 (2012)	보브스타일 선호도 및 이미지에 관한 연구
	백미리 (2012)	미용 관리가 여성의 스트레스 및 자아존중감에 미치는 영향
피부 관리	이채원 (2012)	안면 피부 관리가 항공사 여승무원들의 외적 이미지에 미치는 영향: A항공사를 중심으로
	서순희 (2012)	중년여성의 노화피부 인식정도와 노화피부 개선을 위한 화장품 사용습관에 관한 연구
	지윤아 (2012)	에센셜오일의 브랜딩이 여드름피부에 미치는 효능
메이 크업 관리	이상은 (2012)	아이섀도 색채와 질감표현에 따른 메이크업 이미지 지각효과
	이윤진 (2011)	뷰티 이미지메이크업 시술시 색도변화와 감성적 표현에 관한 연구
	김영숙 (2011)	20~30대 남성이 선호하는 여성의 메이크업 이미지와 색채에 관한 연구
체형 관리	하미향 (2012)	신체활동에 참가하는 중년 여성의 신체 이미지 인식
	박인혜 (2010)	중년여성의 사회적 체형불안과 운동동기 및 지속의도의 구조적 관계
	김인혜 (2010)	사회문화적 영향, 신체불만족, 대처방식 및 이분법적 사고가 폭식행동과 절식행동에 미치는 영향
미용 성형	김화숙 (2011)	성인남녀의 외모와 미용성형수술에 관한 인식 및 관심도
	허은숙 (2011)	대학병원 간호사들의 미용성형에 대한 인식 특성
	박소영 (2011)	미용체형 성형수술 지원자들의 행동특성 및

1) 헤어 관리 (Hair Treatment)

헤어는 여러 가지 신체적 외모 변인 중의 하나로 생활 수준의 향상과 문화의 발달로 개성 표현의 수단인 동시에 시대, 지역, 민족, 개인에 따라 의복이나 장신구 등과 함께 다양하게 발달해 왔다(홍성희, 2008). 과거의 헤어스타일은 그 사람의 계급, 지위, 결혼 여부 등을 알 수 있었기에 신분에 따른 부와 권력을 의미하였으나, 오늘날에는 단순히 신분을 나타내거나 인체를 치장하는 기능을 넘어 자신의 단점을 보완하고 장점을 돋보이게 하여 자신감을 불어넣어 주는 등의 심리적인 기능뿐만 아니라(강경애, 2007), 하나의 의미로서 자신의 외부환경과 내면의 가치체계를 표현하는 중요한 커뮤니케이션의 수단이 되고 있으므로 개인의 이미지와 개성을 나타내는 의미적인 측면도 있다(김현정, 2011). 헤어의 변화에서 오는 자기 자신의 자신감은 우위를 판단할 수 없을 만큼 이미지 변화에 영향을 주는데, 그만큼 헤어스타일은 얼굴의 인상뿐만 아니라 이미지 전체를 결정할 만큼 매우 중요한 요소이기 때문이다(이수정, 2011). 헤어는 인간의 신체 일부이지만 다양하나 변화가 가능한 유일한 부분이며 헤어스타일은 얼굴을 강조하고 인상을 결정해 주는 중요한 부분으로서 신체의 장·단점을 살려 보다 자신에게 어울리는 이미지를 연출하기 위한 수단이 되기 때문에(하관수, 2012) 보다 좋은 이미지를 연출하기 위해 헤어스타일을 변화시키려는 경향이 있어 여성의 아름다움을 연출하고자 함에 빠질 수 없는 부분인 것이다(서화순, 2010). 헤어 관리에는 염색, 펌, 드라이, 코팅, 두피 또는 모발 마사지 등의 여러 가지 행동들이 있으며, 가꾸기 위해 관리하는 목적과 아름다워지고자 하는 외모지향적인 목적을 하고 있다(김진아, 2011).

2) 피부 관리 (Skin Care)

피부 관리란 신체의 피부를 아름답게 유지·보호·개선하기 위하여 질환적 피부를 제외한 정상적인 피부를 분석하고 화장품, 미용기기, 손을 이용하여 분석 결과에 적합한 관리(제모, 눈썹손질, 클렌징, 각질제거, 팩, 피부마사지 등)를 하는 행위를 말하며 신체의 범위는 얼굴, 목, 어깨, 복부, 팔, 손, 다리, 발이며, 미용기기의 정의로는 미용의 목적으로 사용이 허가된 기기를 말하며 피부마사지의 정의는 미용의 목적으로 피부 연한 조직의 표면층이 가볍게 마찰하는 것이라고 정의하고 있다(김남연, 2010).

피부 관리는 외면적으로는 자신의 외모, 내면적으로는 자신의 개성에 대해 긍정적인 사고를 하고 건강하고 자연스러운 아름다움을 표현할 수 있는 생활방식을 포함하는 개념으로 피부가 지닌 기능을 가능한 완전하게 유지해서 아름답고 건강한 피부상태를 유지하는 것이며(김민지, 2008), 건강한 피부의 조건으로는 피부표면에 적당한 수분이 있고 매끈하며 부드럽고 탄력, 윤기와 광택이 있어야 한다(윤소영, 2007). 건강한 피부를 위해서는 정신적 안정, 적당한 운동과 영양섭취, 적절한 휴식 등으로 신체의 건강을 유지하면서 자외선으로부터 피부를 보호, 올바른 화장품 사용과 관리로 유지할 수 있기 때문에 피부 관리는 외모관리에 중요한 요인이라 할 수 있다. 건강하고 아름다운 피부를 가진 사람은 매력적이고 품위와 능력이 있어 보이며 아름다운 외모를 가진 사람을 봤을 때 내적인 특성까지도 긍정적인 이미지로 판단하는 경향이 있다. 최근 현대인들은 웰빙 시대를 맞이하여 건강과 아름다움에 대한 기대와 욕구가 더욱 강해졌으며 경제적 수준 향상 때문에 피부건강에 관한 관심이 꾸준히 증가하고 있다(김명숙, 2012).

3) 메이크업 (Make Up)

메이크업이란 우리말로 화장(化粧)을 의미하며 얼굴 또는 신체 일부분에 색(色)을 부여하고 미화시켜 외형을 아름답게 추구하는 행위일 뿐 아니라 본래의 타고난 얼굴을 내적 감각과 외적 표현으로 창조하는 것을 의미한다(권구정, 2009). 메이크업은 인간이 가지는 가장 기본적인 욕구 중 하나이며, 아름다워지고 싶은 ‘미적 욕구’를 충족하는 것을 기본으로 한다(김귀정 등, 2007). 외적 메이크업은 예의와 신분, 직업 표현과 같은 무언의 시각 언어로서 의사 전달을 하며, 심리적으로 가치관과 정신적인 면을 반영하여 표현된다고 할 수 있으며, 시대의 흐름과 문화를 반영하면서 그 의미도 변화되어 가고 있다(이화순 등, 2010). 과거에는 결점을 보완하는데 주안점을 두었다면 현재에는 오히려 외모의 개성을 살리는 것에 더 비중을 두고 있다. 이처럼 메이크업은 자신이 외모에서 개성 있는 부분을 최대한 살릴 수 있는 자기표현 수단이다(김명숙, 2012). 시대가 변함에 따라 미의 기준도 바뀌면서 얼굴을 아름답게 하는 화장은 인간관계에서 남에게 자신을 적극 표현하고 자신감을 가지게 하고, 다른 사람으로부터 인정을 받고 호감을 주고 심리적으로 안정감과 삶의 의욕 감을 가지게 해준다(오별, 2012).

여성에 있어서 메이크업의 의미는 단순히 외형의 아름다운 화장을 의미하는 것이 아니라 스스로 외모의 조화 때문인 마음의 기쁨 감정 속에서 타인과 자아를 인식하여 만족과 자신감을 얻기 때문에(홍종우, 2011), 오늘날 여성들은 자신의 외모를 가꾸는데 적극적인 시간과 비용을 투자하고 있다.

4) 체형 관리 (Body Care)

잘 먹는 게 주요 목적이었던 과거에 비해 어떻게 하면 좀 더 남들에게 아름다운 외모를 보여줄 수 있는가에 관한 관심이 높아지고 있는 상황에서 현대인에게 다이어트는 하나의 중요한 과제가 되었다(안채리, 2011). 생활 수준의 향상과 함께 건강에 관한 관심이 고조되면서 과체중이나 비만에 대한 경계심이 높아져 체형 관리에 관한 정보와 방법을 찾는 소비자들이 늘어나고 있다(채유진, 2011).

TV 등의 대중 매체를 통해 끊임없이 보이는 날씬하고 마른 체형의 이상적인 신체 이미지는 여성들에게 무의식적인 압력으로 작용하여 사회적 비교 과정을 통해 자신의 체형을 실제보다 뚱뚱한 것으로 잘못 지각하여 자신을 스스로 매력 없는 여성으로 여기게 한다. 그 결과 부정적인 자아 이미지를 갖게 하며 또한 마른 체형이 이상적이며 아름다운 이미지로 인식되고 있기 때문에 많은 여성은 건강보다 외모관리 목적으로 체형 관리를 하고 있다(이주영, 2012). 체형 관리의 대표적인 운동이었던 헬스나 에어로빅 등은 단기간에 살을 빼기 어렵고, 시간을 두고 장기적으로 꾸준히 관리하는 불편함이 있지만, 요즘 많이 생겨난 전문 체형관리실, 비만관리실 등을 통해 단기간에 힘을 들이지 않고 살을 뺄 수 있는 체형 관리가 일반화되어 가고 있으나, 잘못된 체형 관리는 건강에 악영향을 줄 수 있기 때문에, 신체에 대한 올바른 지식과 전문적인 관리방법을 기본으로 하여 건강하고 아름다운 체형을 유지하기 위해 노력해야 한다.

5) 미용성형 (Cosmetic Surgery)

미용성형은 사전적 의미로 미용목적으로 얼굴이나 체형을 수술하는 것을 말하며 신체적 또는 후천적으로 피부와 그 밑에 있는 근과 골격에 결손 또는 변형이 있을 때 그 형태는 물론 기능을 개선해주는 외과의 한 분야로 외견상 보기 싫다는 인체의 부분 손상이나 기형의 교정 또는 미용을 위해 하는 외과적 수술, 정신적 작용이 주가 되어 행해지는 수술이라고 정의한다(강진성, 1988).

아름다움에 대한 심리적인 욕구와 노력으로 미용을 위해 병원에서 시술하는 모든 행위로서 쌍꺼풀, 코 높임 등의 얼굴 성형과 가슴, 복부 등의 신체 부위 성형, 지방흡입, 기미, 주근깨, 박피 레이저, 기타 주사요법 등을 모두를 포함한다(변선주, 2011). 다른 수술과는 달리 미용성형의 목적은 외모향상을 위한 것으로 정신적인 안정과 만족을 구하여 심리적인 측면의 개선을 촉진하는 데에 있기 때문에 신체와 외모에 대한 만족감 및 자아 존중감을 높이는 데 중요한 역할을 하고 있다. 즉, 불만족스러운 외모를 미용성형을 통해 외모에 변화를 주었을 때, 오늘날 미용성형에 대한 인식의 변화가 자아존중감에도 변화를 준다는 것이다(윤소영, 2007). 최근 생활 수준의 향상과 삶의 가치기준의 다양화 때문에 신체의 아름다움을 일종의 능력이나 자본의 영역 중 하나라는 인식이 증가하면서 성형수술에 대한 거부감이 적어지고 개인적인 아름다움이 투자의 대상, 즉 인적 자본의 일부라고 인식함에 따라 미용을 목적으로 하는 성형수술은 전 세계적으로 급증하는 추세를 보이고 있으며(최미혜, 2007), 많은 현대인이 끊임없이 변화하는 미의 기준 속에서 자신의 경쟁력을 높이기 위한 노력으로 결점이나 외모에 대한 콤플렉스를 극복하기 위하여 다양한 외모관리 행동을 지향하는데 도움이 되고 있다(이정아, 2009).

Ⅲ. 연구 방법

1. 조사 대상 및 자료 수집

본 연구는 성인여성의 라이프스타일에 따른 미용·외모관리 행동에 관한 연구를 알아보기 위해 설문을 시행하였다.

2012년 4월 24일부터 5월 31일까지 20~40대 성인여성을 대상으로 사전 동의를 거친 뒤 설문 조사를 시행하였다.

조사 양식은 무기명 자기기입식 설문지(Self-administrated Questionnaire)를 사용하였다. 설문지는 총 600부를 배포 및 회수하였으며 자료 정리(Data Cleaning)를 거쳐서 무응답 또는 불성실 등 비정상적인 49부를 제외하여 551부를 최종분석에 사용하였다. 회수율은 91.83%이다.

2. 조사 내용 및 방법

조사방법으로 설문지는 김수빈(2008), 안미숙(2011), 이재은(2011), 윤소영(2007), 박주현(2010) 등의 설문을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 작성하였으며 일반적인 특성 10문항, 라이프스타일요인 20문항, 미용관리 행동(인식도) 20문항, 외모관리행동연구 29문항으로 총 4개 영역의 79문항으로 구성하였다.

3. 자료 처리 및 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료 분석은 IBM SPSS Statistics 20.0 for Windows 를 사용하였으며 그래프는 Microsoft Office Excel 2010과 한글오피스 2010 SE 를 이용하여 작성하였다.

구체적인 설문지 구성 및 자료 분석은 다음과 같다<표 3>. 공통으로 일반적 사항을 기초로 설문하였다. 전체설문의 기본 사항은 빈도(Frequency), 백분율(Percent), 평균(Average), 표준 편차(Standard Deviation)를 나타내었다.

모든 변수는 나이와 라이프스타일에 따른 4개의 집단을 가지고 분석하였다. 라이프스타일의 점수를 가지고 요인분석(Varimax Rotation-Factor Analysis)을 실시한 뒤 신뢰도분석(Cronbach's a)을 거친 뒤 군집분석(K-Means cluster analysis)으로 4개의 집단을 나누었다.

라이프스타일 및 미용관리 행동은 일원변량분석(One Way ANOVA)을 실시하였으며 유의하게 나타난 결과에 대해서는 다중비교검정(Duncan's Multiple range test)의 기법으로 집단 간의 차이를 분석-사후검정하였다.

외모관리 행동은 교차분석(Chi-Square)을 시행하였다.

<표 3> 설문지 구성 및 측정방식

조사 항목	내 용	문항수	설문방식	측정방식
I. 일반적 사항	연령, 소득, 수면시간, 흡연, 음주, 운동, 수분섭취량	7	수기	빈도분석 (N/Percent)
	혼인, 학력, 직업	3	객관식	빈도분석 (N/Percent)
II. 라이프 스타일	라이프스타일	20	5점 척도 (Likert)	요인분석 (Varimax-Factor Analysis) 신뢰도분석 (Cronbach's a) 군집분석 (K-Means cluster analysis) 일원변량분석 (One Way ANOVA), 사후검정 (Duncan's Multiple Range Test)
III. 미용관리 행동	미용관리 행동	20	5점 척도 (Likert)	일원변량분석 (One Way ANOVA), 사후검정 (Duncan's Multiple Range Test)
IV. 외모 관리 행동	1. 헤어 관리 행동	5	객관식	교차분석 (Chi-Square)
		1	수기	
	2. 피부 관리 행동	5	객관식	교차분석 (Chi-Square)
		1	수기	
	3. 메이크업 관리 행동	5	객관식	교차분석 (Chi-Square)
		1	수기	
	4. 체형 관리 행동	5	객관식	교차분석 (Chi-Square)
		1	수기	
	5. 미용 성형 행동	5	객관식	교차분석 (Chi-Square)
	총 문항	-	79	

n=551(100%)

IV. 연구결과

1. 조사 대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <표 4>와 같다.

조사대상자의 평균 연령의 경우, 전체평균은 33.54세로 조사되었다. 20대(185명, 33.6%)가 가장 높았고, 30대(184명, 33.4%), 40대(182명, 33.0%) 순으로 큰 차이를 보이지 않았다. 혼인 여부의 경우 미혼(309명, 56.1%)이 기혼(237명, 43.0%)보다 높게 조사되었다. 학력의 경우 대학교 졸업(254명, 46.1%), 대학원 이상(110명, 20.0%)으로 대졸이상의 학력자가 364명(66.1%)로 고학력으로 나타났다. 또한 고등학교 졸업(175명, 31.8%)과 중학교 졸업 이하(8명, 1.5%) 순으로 조사되었다. 본 연구에서는 성인여성을 대상으로 조사되었기 때문에 직업의 경우 전문직여성(153명, 27.8%)의 경우가 가장 높게 나타났으며 다음으로 전업주부(129명, 23.4%), 학생(111명, 20.1%), 서비스직(83명, 15.1%), 사무직(70명, 12.7%), 자영업(5명, 0.9%)의 순으로 나타났다. 월 소득의 경우 전체평균 223.57만원으로 조사되었으며, 100~200만원(230명, 41.7%)이 가장 높게 나타났으며, 200~300만원(102명, 18.5%), 50만원 이하(77명, 14.0%), 300~500만원(69명, 12.5%), 50~100만원(59명, 10.7%), 500만원 이상(14명, 2.5%)의 순으로 나타났다.

<표 4> 조사대상자의 일반적 특성

	세부사항	빈도(N)	백분율(%)	평균(Mean)	표준편차(SD)
연령	20대	185	33.6	33.54	8.971
	30대	184	33.4		
	40대	182	33.0		
혼인 여부	기혼	237	43.0	-	-
	미혼	309	56.1		
	기타	5	0.9		
학력	중학교 졸업 이하	8	1.5	-	-
	고등학교 졸업	175	31.8		
	대학교 졸업	254	46.1		
	대학원이상	110	20.0		
	기타	4	0.7		
직업	학생	111	20.1	-	-
	전업주부	129	23.4		
	전문직	153	27.8		
	사무직	70	12.7		
	서비스직	83	15.1		
	자영업	5	0.9		
월 소득	50만원이하	77	14.0	223.57	296.705
	60~100만원	59	10.7		
	100~200만원	230	41.7		
	200~300만원	102	18.5		
	300~500만원	69	12.5		
	500만원이상	14	2.5		
n=551(100%)				N / Percent	

2. 조사대상자의 생활습관

조사대상자의 생활습관을 살펴보면 <표 5>와 같다.

조사대상자의 전체 평균 수면시간은 6.811시간으로 대부분 5~6시간(163명, 29.6%), 6~7시간(164명, 29.8%)에 집중되어있으며, 7~8시간(106명, 19.2%) 5시간 미만(72명, 13.1%), 8시간 이상(46명, 8.3%)으로 조사되었는데 이는 전반적으로 봤을 때 평균수면시간이 일일권장 8시간보다 부족한 것으로 나타났다. 흡연의 경우 전체적으로 대다수의 조사대상자들은 비 흡연(492명, 89.2%)을 하는 것으로 나타났다. 흡연자(59명, 10.7%)의 경우 평균 흡연기간이 11.339개월을 나타냈으며, 하루의 8.81개비의 흡연량을 나타냈다. 음주 횟수를 봤을 때 전체 평균 1.936회로 주 1~2회(207명, 37.6%)로 술자리가 가장 높았으며, 주 3~4회(72명, 13.1%), 주 5~6회(16명, 2.9%) 순으로 나타났다. 음주량은 맥주 500ml를 기준으로 전체 평균 2.191잔으로 나타났으며, 1~2잔(145명, 26.3%)이 가장 높고 3~4잔(85명, 15.4%), 5~10잔(46명, 8.3%), 10잔 이상(21명, 3.8%)으로 조사되었다. 한편 운동 횟수와 운동량은 전체평균 2.819회, 47.61분이며, 주 2~3회(153명, 27.8%), 30~40분(115명, 20.9%)이 가장 높게 나타났다. 또한 주 1회 미만이(75명, 13.6%), 50~60분(110명, 20%), 4~5회(50명, 9.1%), 10~20분(39명, 7.1%), 6~7회(21명, 3.8%), 60~120분(35명, 6.3%) 순으로 조사되었다. 수분섭취량의 경우 200ml를 기준으로 전체평균 5.13잔으로 5~6잔(167명, 30.3%), 3~4잔(149명, 27%), 1~2잔(110명, 20%) 순으로 70%이상이 1일 적정 수분섭취 수분섭취량인 1500~2000ml에 미치지 못하고 있으며, 7~10잔(69명, 12.5%), 10잔 이상(56명, 10.2%)으로 조사되었다.

<표 5> 조사대상자의 생활습관

	세부사항	빈도(N)	백분율(%)	평균 (Mean)	표준편차 (SD)
평균 수면 (n=551)	5시간미만	72	13.1	6.811	1.3076
	5~6시간	163	29.6		
	6~7시간	164	29.8		
	7~8시간	106	19.2		
흡연 (n=551)	8시간이상	46	8.3	11.339	11.867
	비흡연자	492	89.2		
음주횟수 (n=295)	흡연자	59	10.7	8.81	0.32
	주 1~2회	207	37.6		
	주 3~4회	72	13.1		
음주량 (n=299)	주 5~6회	16	2.9	1.936	1.2006
	1~2잔	145	26.3		
	3~4잔	85	15.4		
	5~10잔	46	8.3		
운동횟수 (n=299)	10잔이상	21	3.8	2.191	1.465
	1회미만	75	13.6		
	2~3회	153	27.8		
	4~5회	50	9.1		
운동량 (n=299)	6~7회	21	3.8	2.819	1.616
	10~20분	39	7.1		
	30~40분	115	20.9		
수분 섭취량 (n=551)	50~60분	110	20.0	47.61	27.39
	60~120분	35	6.3		
	1~2잔	110	20.0		
수분 섭취량 (n=551)	3~4잔	149	27.0	5.13	5.066
	5~6잔	167	30.3		
	7~10잔	69	12.5		
	10잔이상	56	10.2		

N / Percent

3. 라이프스타일에 따른 미용관리

본 논문의 핵심주제인 라이프스타일의 변수를 가지고 요인분석-신뢰도분석을 실시하였다.

라이프스타일 구성요인으로는 과시욕구형, 유행추구형, 외향적추구형, 건강추구형, 평등적사고형 다섯 가지 유형을 Varimax-Factor Analysis & Cronbach's a 로 분석한 결과 신뢰도 분석에서 과시욕구형(0.736), 유행추구형(0.817), 평등적사고형(0.709)이 신뢰도분석에서 0.700 이상의 결과를 나타내나 군집분석에서 사용되었으나 외향적추구형(0.682)과 건강추구형(0.302)은 0.700이하의 결과를 나타내서 신뢰도가 떨어져서 군집분석에 사용되지 않았다<표 6>.

<표 6> 라이프스타일 구성요인

요인명	항목내용	요인 부하량	Cronbach's a
과시 욕구형	값이 비싸더라도 수입제품을 선택하는 편이다.	0.531	0.736
	부담이 되더라도 유명브랜드를 구입하는 편이다.	0.672	
	유명상표에 더 신뢰감이 간다.	0.695	
	제품은 비쌀수록 품질도 좋다고 생각한다.	0.578	
	행복하게 살기 위해서는 우선 물질적으로 풍족해야한다.	0.384	
	TV, 잡지 등의 패션정보에 관심이 많은 편이다.	0.551	
유행 추구형	새로운 상품이 나오면 친구보다도 먼저 사는 일이 흔하다.	0.680	0.817
	제품 브랜드를 남들보다 더 많이 아는 편이다.	0.656	
	나는 연예인들이 사용하는 화장품과 그들의 화장에 관심을 갖고 보는 편이다.	0.645	
	마음에 드는 제품이 있으면 곧 사용하지 않아도 구입한다.	0.453	
	휴일에 집에 있기 보다는 외출하기를 좋아한다.	0.455	
	서클이나 모임에 적극 참여한다.	0.586	
외향적 추구형	내가 속한 집단의 리더가 되기를 원한다.	0.680	0.682
	나는 어떤 일이든 잘 해낼 수 있는 자신감이 있다.	0.532	
	음식을 먹을 때 영양가를 고려해 섭취하려고 노력한다.	0.585	
	항상 칼로리를 계산하며 먹는다.	0.608	
	인스턴트식품을 자주 먹는다.	0.433	
	건강이나 미용을 위해서 운동을 규칙적으로 한다.	0.489	
건강 추구형	취업 시 남녀에게 동등한 기회가 주어져야 한다고 생각한다.	0.642	0.302
	남자도 가사를 도와주어야 한다고 생각한다.	0.752	
평등적 사고형			0.709

Varimax-Factor Analysis & Cronbach's a

<표 6>의 결과로 나타난 과시욕구, 유행추구, 평등적 사고를 집단분류로 나눈 결과 4개의 집단으로 최적화되었으며 매우 유의한 결과가 나타났다.

본 연구에서는 4개의 집단을 저소비추구, 과소비추구, 합리적추구, 유행추구로 명명하여 분석을 하였다<표 7>.

<표 7> 집단 분류

	저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=83)	유행추구 (n=197)	F	p
과시욕구형	2.51	3.14	2.75	2.66	36.508	.000(***)
유행추구형	2.63	3.71	2.98	3.16	83.536	.000(***)
평등적사고형	4.20	4.54	3.00	4.55	211.154	.000(***)

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

K-Means cluster analysis

1) 연령별 라이프스타일 및 미용관리 행동

(1) 연령별 라이프스타일

연령별 라이프스타일 조사 결과 <표 8>과 같다.

유명상표 신뢰에서는 전체 평균이 3.15점으로 20대>30대>40대 순으로 조사되었으며($p<0.05$), 대중매체 패션 관련 관심은 전체 평균이 3.42점으로 나타나 20대>30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$). 새로운 상품구매는 전체 평균이 2.6점으로 20대>30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 브랜드 인식도에서는 전체 평균 2.81점으로 20대>30대, 40대의 순으로 조사되었으며($p<0.01$), 연예인의 미용관심도는 전체 평균이 2.88점으로 20대>30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 나타냈다($p<0.001$). 관심 상품 구매는 전체 평균 2.56점으로 20대>30대>40대 순서로($p<0.01$), 휴일에 외출은 전체 평균이 3.29점으로 각각 20대>30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 한편 식품섭취 시 영양가고려에서는 전체 평균이 3.06점($p<0.001$), 식품 섭취 시 칼로리 계산은 전체 평균 2.31점으로($p<0.01$), 각각 40대>30대>20대 순으로 조사되었으나, 인스턴트 식품섭취는 전체 평균이 2.95점으로 20대, 30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$). 규칙적인 운동의 전체 평균은 2.68점이며 40대>20대, 30대 순으로 조사되었고($p<0.001$), 취업 시 남녀 평등기회는 전체 평균 4.12점으로 20대, 30대>40대 순으로 집단 간의 다소 유의한 결과가 나타났으며($p<0.05$), 남성의 가사참여는 전체 평균이 4.34점으로 20대>30대, 40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

<표 8> 연령별 라이프스타일

	20대(n=185) Mean ± SD	30대(n=184) Mean ± SD	40대(n=182) Mean ± SD	전체(n=551) Mean ± SD	F	p
고가수입제품선호	2.56 ± 1.00 ^a	2.53 ± 0.98 ^a	2.36 ± 1.06 ^a	2.48 ± 1.01	1.932	.146
유명브랜드구입	2.62 ± 1.01 ^a	2.68 ± 0.91 ^a	2.51 ± 1.07 ^a	2.60 ± 1.00	1.431	.240
유명상표신뢰	3.30 ± 1.03 ^a	3.15 ± 0.95 ^b	2.99 ± 1.05 ^c	3.15 ± 1.02	4.067	.018(**)
고가제품선호	3.16 ± 1.07 ^a	3.06 ± 0.95 ^a	3.02 ± 1.04 ^a	3.08 ± 1.02	0.900	.407
물질적풍요의필요성	3.62 ± 1.04 ^a	3.58 ± 1.01 ^a	3.42 ± 0.99 ^a	3.54 ± 1.02	1.944	.144
대중매체패션관련관심	3.85 ± 0.90 ^a	3.38 ± 0.90 ^b	3.01 ± 1.00 ^c	3.42 ± 0.99	36.704	.000(***)
새로운상품구매	2.83 ± 1.01 ^a	2.59 ± 0.93 ^b	2.37 ± 0.99 ^c	2.60 ± 0.99	10.047	.000(***)
브랜드인식도	2.98 ± 0.99 ^a	2.78 ± 0.90 ^b	2.68 ± 0.96 ^b	2.81 ± 0.96	4.925	.008(**)
연예인의미용관심도	3.32 ± 1.03 ^a	2.84 ± 1.02 ^b	2.47 ± 1.02 ^c	2.88 ± 1.08	31.345	.000(***)
관심상품구입	2.74 ± 1.16 ^a	2.58 ± 1.08 ^b	2.36 ± 1.11 ^c	2.56 ± 1.13	5.354	.005(**)
휴일에 외출	3.59 ± 1.07 ^a	3.32 ± 1.08 ^b	2.97 ± 1.00 ^c	3.29 ± 1.08	15.894	.000(***)
서클모임참여	2.94 ± 0.97 ^a	2.86 ± 0.94 ^a	3.02 ± 0.98 ^a	2.94 ± 0.96	1.304	.272
소속의리더를원함	2.89 ± 1.00 ^a	2.78 ± 0.91 ^a	2.87 ± 0.94 ^a	2.85 ± 0.95	0.739	.478
자신감여부	3.48 ± 0.79 ^a	3.43 ± 0.75 ^a	3.45 ± 0.86 ^a	3.45 ± 0.80	0.121	.886
식품섭취시영양가고려	2.92 ± 0.98 ^c	2.93 ± 0.96 ^b	3.32 ± 0.89 ^a	3.06 ± 0.96	10.341	.000(***)
식품섭취시칼로리계산	2.17 ± 1.08 ^c	2.24 ± 1.00 ^b	2.52 ± 0.99 ^a	2.31 ± 1.03	5.729	.003(**)
인스턴트식품섭취	3.16 ± 0.91 ^a	3.16 ± 0.87 ^a	2.52 ± 0.93 ^b	2.95 ± 0.95	29.872	.000(***)
규칙적인운동	2.54 ± 1.08 ^b	2.50 ± 0.98 ^b	3.02 ± 1.09 ^a	2.68 ± 1.07	13.570	.000(***)
취업시남녀평등기회	4.28 ± 0.78 ^a	4.05 ± 0.88 ^a	4.03 ± 0.89 ^b	4.12 ± 0.86	4.637	.010(**)
남성의가사참여	4.52 ± 0.70 ^a	4.33 ± 0.80 ^b	4.17 ± 0.84 ^b	4.34 ± 0.80	8.987	.000(***)
전체 평균	3.17 ± 0.46 ^a	3.03 ± 0.41 ^b	2.95 ± 0.49 ^b	3.05 ± 0.46	11.116	.000(***)

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

One Way ANOVA & Duncan

(2) 연령별 미용관리 행동

연령별 미용관리 행동을 조사한 결과 <표 9>와 같다.

모발상태 만족의 항목에서는 전체 평균이 2.79점으로 30대, 40대>20대 순으로 집단 간의 유의한 차이를 보였다($p<0.01$). 피부에 관한 관심의 경우 전체 평균 3.5점으로 20대, 40대>30대순으로 조사되었으며($p<0.05$), 좋은 피부의 중요도에서는 전체 평균 4.12점으로 20대>30대, 40대 순으로 나타났으며($p<0.01$), 피부문제 고민에서는 전체 평균은 2.9점으로 20대>30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$). 한편 나만의 화장법에서는 전체 평균 3.44점으로($p<0.01$), 화장에 관한 관심은 전체 평균 3.53점으로 각각 20대>30대, 40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 다이어트의 경험에서는 전체 평균 3.59점으로 20대, 30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이가 나타났으며($p<0.001$), 사우나, 찜질방 방문여부의 경우 40대>20대>30대 순으로 전체 평균이 2.32점이었으며, 보정속옷 착용경험은 전체 평균 2.42점으로 각각 40대>30대>20대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이로 조사되었다($p<0.001$). 또한 미용성형의 긍정성은 전체 평균이 3.68점으로 20대, 30대>40대 순으로 집단 간의 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$).

<표 9> 연령별 미용관리 행동

	20대(n=185) Mean ± SD	30대(n=184) Mean ± SD	40대(n=182) Mean ± SD	전체(n=551) Mean ± SD	F	p
모발상태만족	2.59 ± 1.01 ^b	2.81 ± 0.94 ^a	2.97 ± 0.91 ^a	2.79 ± 0.97	7.391	.001(**)
헤어스타일중요성	4.21 ± 0.71 ^a	4.12 ± 0.67 ^a	4.04 ± 0.72 ^b	4.12 ± 0.70	2.761	.064
유행헤어스타일관심	2.99 ± 0.93 ^a	2.91 ± 0.96 ^a	2.91 ± 0.89 ^a	2.94 ± 0.92	.418	.659
피부에대한관심	3.63 ± 0.88 ^a	3.40 ± 0.91 ^b	3.46 ± 0.90 ^a	3.50 ± 0.90	3.286	.038(*)
좋은피부의중요도	4.28 ± 0.68 ^a	4.08 ± 0.79 ^b	4.01 ± 0.81 ^b	4.12 ± 0.77	6.339	.002(**)
마사지·팩효과	3.84 ± 0.77 ^a	3.73 ± 0.77 ^a	3.88 ± 0.81 ^a	3.82 ± 0.79	1.824	.162
피부문제제고민	3.19 ± 1.07 ^a	2.88 ± 0.97 ^b	2.64 ± 0.94 ^c	2.90 ± 1.03	14.071	.000(***)
피부타입제품선택	4.15 ± 0.69 ^a	3.97 ± 0.73 ^b	3.96 ± 0.82 ^b	4.03 ± 0.75	3.951	.020(*)
화장한얼굴의만족도	3.74 ± 1.06 ^a	3.66 ± 0.92 ^a	3.59 ± 0.95 ^a	3.67 ± 0.98	1.027	.359
기능성화장품사용	3.75 ± 1.01 ^a	3.73 ± 0.98 ^a	3.79 ± 0.91 ^a	3.75 ± 0.97	0.204	.816
피부결점보완화장	4.00 ± 0.86 ^a	3.89 ± 0.77 ^b	3.75 ± 0.74 ^c	3.88 ± 0.80	4.639	.010(*)
나의화장법	3.61 ± 0.86 ^a	3.42 ± 0.92 ^b	3.31 ± 0.91 ^b	3.44 ± 0.90	5.138	.006(**)
화장에대한관심	3.76 ± 0.85 ^a	3.49 ± 0.87 ^b	3.34 ± 0.94 ^b	3.53 ± 0.91	10.501	.000(***)
최신유행,색조화장여부	2.88 ± 1.03 ^a	2.75 ± 1.06 ^a	2.76 ± 0.91 ^a	2.80 ± 1.00	0.865	.422
클렌징중요성	3.59 ± 0.89 ^a	3.52 ± 0.85 ^a	3.65 ± 0.87 ^a	3.58 ± 0.87	1.044	.353
다이어트경험	3.82 ± 1.18 ^a	3.60 ± 1.12 ^a	3.33 ± 1.11 ^b	3.59 ± 1.15	8.559	.000(***)
다이어트식품구입	3.02 ± 1.42 ^a	3.08 ± 1.31 ^a	3.01 ± 1.21 ^a	3.03 ± 1.31	0.178	.837
사우나찜질방방문여부	2.12 ± 1.01 ^b	2.26 ± 1.06 ^b	2.60 ± 1.16 ^a	2.32 ± 1.09	9.525	.000(***)
보정속옷착용경험	2.09 ± 1.22 ^c	2.41 ± 1.20 ^b	2.75 ± 1.21 ^a	2.42 ± 1.24	13.323	.000(***)
미용성형의긍정성	3.85 ± 0.91 ^a	3.74 ± 0.82 ^a	3.45 ± 0.94 ^b	3.68 ± 0.91	9.929	.000(***)
전체평균	3.45 ± 0.44 ^a	3.37 ± 0.42 ^b	3.35 ± 0.45 ^c	3.39 ± 0.44	2.574	.047(*)

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

One Way ANOVA & Duncan

2) 그룹별 라이프스타일 및 미용관리 행동

(1) 라이프스타일

그룹별 라이프스타일 조사 결과 <표 10>과 같다.

고가 수입제품 선호에서는 전체 평균 2.48점, 유명상표 신뢰는 전체 평균 3.15점, 고가제품 선호의 경우 전체 평균 3.08점으로 각각 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 대중매체 패션 관련 관심의 문항에서는 전체 평균 3.42점으로 과소비추구>유행추구>합리적추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이로 조사되었으며($p<0.001$), 새로운 상품구매의 전체 평균은 2.6점으로 과소비추구>합리적추구>유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 또한 브랜드 인식도의 전체 평균은 2.81점, 연예인의 미용관심도에서는 전체 평균 2.88점으로 각각 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이로 조사되었다($p<0.001$). 서클 모임참여의 전체 평균 2.94점과 소속의 리더를 원함의 경우 전체 평균 2.85점으로 각각 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 식품섭취 시 영양가 고려는 전체 평균 3.06점으로 과소비추구>저소비추구, 합리적추구, 유행추구 집단 순으로 조사되었으며($p<0.001$), 규칙적인 운동은 전체 평균이 2.68점으로 과소비추구>저소비추구, 합리적추구, 유행추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 나타내었다($p<0.001$). 한편, 남성의 가사참여 경우는 전체 평균 4.34점으로 과소비추구, 유행추구>합리적추구>저소비추구 집단의 순으로 매우 유의한 차이로 조사되었다($p<0.001$).

<표 10> 라이프스타일(그룹별분석)

	저소비추구 (n=138) Mean ± SD	과소비추구 (n=133) Mean ± SD	합리적추구 (n=82) Mean ± SD	유행추구 (n=197) Mean ± SD	전체(n=551) Mean ± SD	F	p
고가수입제품선호	1.71 ± 0.72 ^c	3.22 ± 0.88 ^a	2.61 ± 1.03 ^b	2.48 ± 0.88 ^b	2.48 ± 1.01	68.299	.000(***)
유명브랜드구입	1.75 ± 0.72 ^c	3.50 ± 0.76 ^a	2.72 ± 0.87 ^b	2.55 ± 0.81 ^b	2.60 ± 1.00	112.993	.000(***)
유명상표인식	2.42 ± 1.01 ^c	3.90 ± 0.68 ^a	3.02 ± 0.87 ^b	3.20 ± 0.89 ^b	3.15 ± 1.02	65.350	.000(***)
고가제품선호	2.59 ± 1.06 ^c	3.69 ± 0.88 ^a	3.02 ± 0.87 ^b	3.03 ± 0.94 ^b	3.08 ± 1.02	30.83	.000(***)
물질적풍요의필요성	3.11 ± 1.08 ^c	4.07 ± 0.88 ^a	3.22 ± 1.05 ^c	3.63 ± 0.91 ^b	3.54 ± 1.02	26.625	.000(***)
대중매체패션관련관심	2.60 ± 0.89 ^d	4.11 ± 0.69 ^a	3.18 ± 1.02 ^c	3.61 ± 0.79 ^b	3.42 ± 0.99	80.886	.000(***)
새로운상품구매	1.66 ± 0.65 ^d	3.53 ± 0.76 ^a	2.83 ± 0.82 ^b	2.52 ± 0.75 ^c	2.60 ± 0.99	146.718	.000(***)
브랜드인식도	1.94 ± 0.78 ^c	3.67 ± 0.69 ^a	2.95 ± 0.88 ^b	2.80 ± 0.68 ^b	2.81 ± 0.96	122.358	.000(***)
연예인의 미용관심도	1.88 ± 0.81 ^c	3.77 ± 0.76 ^a	2.95 ± 1.05 ^b	2.95 ± 0.84 ^b	2.88 ± 1.08	111.027	.000(***)
관심상품구입	1.61 ± 0.70 ^c	3.48 ± 0.97 ^a	2.73 ± 1.00 ^b	2.53 ± 0.98 ^b	2.56 ± 1.13	93.818	.000(***)
휴일에의출	2.57 ± 0.95 ^d	3.92 ± 0.84 ^a	3.17 ± 1.00 ^c	3.43 ± 1.04 ^b	3.29 ± 1.08	45.512	.000(***)
서클모임참여	2.51 ± 0.90 ^c	3.60 ± 0.82 ^a	2.78 ± 0.91 ^b	2.86 ± 0.89 ^b	2.94 ± 0.96	37.093	.000(***)
소속의리더를원함	2.34 ± 0.81 ^c	3.42 ± 0.92 ^a	2.80 ± 0.85 ^b	2.83 ± 0.90 ^b	2.85 ± 0.95	34.579	.000(***)
자신감여부	3.12 ± 0.82 ^c	3.91 ± 0.65 ^a	3.17 ± 0.78 ^c	3.50 ± 0.72 ^b	3.45 ± 0.80	29.845	.000(***)
식품섭취시영양가고려	2.78 ± 0.94 ^b	3.57 ± 0.90 ^a	3.00 ± 0.90 ^b	2.93 ± 0.91 ^b	3.06 ± 0.96	19.418	.000(***)
식품섭취시칼로리계산	2.01 ± 0.91 ^c	2.95 ± 1.11 ^a	2.40 ± 0.95 ^b	2.05 ± 0.90 ^c	2.31 ± 1.03	28.666	.000(***)
인스턴트식품섭취	2.71 ± 0.98 ^b	3.02 ± 0.98 ^a	2.87 ± 0.92 ^a	3.11 ± 0.90 ^a	2.95 ± 0.95	5.446	.001(**)
규칙적인운동	2.52 ± 1.15 ^b	3.04 ± 1.13 ^a	2.72 ± 0.86 ^b	2.55 ± 1.01 ^b	2.68 ± 1.07	7.175	.000(***)
취업시남녀평등기회	4.08 ± 0.66 ^c	4.46 ± 0.69 ^a	2.82 ± 0.75 ^b	4.46 ± 0.55 ^a	4.12 ± 0.86	140.662	.000(***)
남성의가사참여	4.32 ± 0.68 ^c	4.62 ± 0.53 ^a	3.18 ± 0.89 ^b	4.64 ± 0.49 ^a	4.34 ± 0.80	118.838	.000(***)
전체평균	2.51 ± 0.23 ^d	3.67 ± 0.22 ^a	2.90 ± 0.31 ^c	3.08 ± 0.17 ^b	3.05 ± 0.46	596.524	.000(***)

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

One Way ANOVA & Duncan

(2) 라이프스타일에 따른 미용관리 행동

라이프스타일에 따른 미용관리 행동을 조사한 결과 <표 11>과 같다.

유행 헤어스타일 관심에서는 전체 평균 2.94점으로 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 반면 피부에 관한 관심은 전체 평균 3.5점으로 과소비추구>유행추구>합리적추구>저소비추구 집단 순으로 조사되었으며, 마사지·팩 효과에서는 전체 평균 3.82점으로 저소비추구, 과소비추구, 유행추구>합리적추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 피부타입 제품선택은 전체 평균 4.03점과 화장한 얼굴의 만족도의 전체 평균 3.67점은 각각 과소비추구, 유행추구>저소비추구>합리적추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 나타내었다($p<0.001$). 또한 기능성 화장품사용의 전체 평균은 3.75점, 피부결점 보완화장은 전체 평균 3.88점으로 각각 과소비추구>유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 최신유행·색조화장 여부의 전체 평균 2.8점으로 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$). 클렌징 중요성의 전체 평균 3.58점과 다이어트경험의 전체 평균은 3.59점으로 각각 과소비추구>유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순서로 조사되었으며($p<0.001$), 다이어트 식품구매의 전체 평균 3.03점과 사우나·찜질방 방문 여부의 전체 평균은 2.32점으로 각각 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순으로 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 미용성형의 긍정성의 전체 평균은 3.68점으로 과소비추구, 유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단으로 매우 유의한 차이가 나타났다($p<0.001$).

<표 11> 라이프스타일에 따른 미용관리 행동

	저소비추구 (n=138) Mean ± SD	과소비추구 (n=133) Mean ± SD	합리적추구 (n=82) Mean ± SD	유행추구 (n=197) Mean ± SD	전체(n=551) Mean ± SD	F	p
모발상태만족	2.77 ± 0.95 ^b	2.98 ± 0.97 ^a	2.57 ± 1.01 ^c	2.77 ± 0.94 ^b	2.79 ± 0.97	3.115	.026(*)
헤어스타일중요성	4.05 ± 0.70 ^f	4.23 ± 0.63 ^a	3.74 ± 0.84 ^b	4.26 ± 0.62 ^a	4.12 ± 0.70	12.711	.000(***)
유행헤어스타일관심	2.37 ± 0.82 ^e	3.62 ± 0.79 ^a	2.91 ± 0.75 ^b	2.89 ± 0.85 ^b	2.94 ± 0.92	52.512	.000(***)
피부에 대한관심	2.94 ± 0.88 ^d	4.00 ± 0.74 ^a	3.34 ± 0.83 ^c	3.61 ± 0.82 ^b	3.50 ± 0.90	39.888	.000(***)
좋은피부의중요도	3.90 ± 0.81 ^b	4.33 ± 0.64 ^a	3.78 ± 0.95 ^b	4.28 ± 0.64 ^a	4.12 ± 0.77	16.561	.000(***)
마사지·팩효과	3.80 ± 0.72 ^a	3.99 ± 0.83 ^a	3.48 ± 0.93 ^b	3.85 ± 0.70 ^a	3.82 ± 0.79	7.696	.000(***)
피부문제고민	2.81 ± 0.99 ^b	3.20 ± 1.08 ^a	2.71 ± 0.96 ^b	2.86 ± 1.02 ^b	2.90 ± 1.03	5.178	.002(**)
피부타입제품선택	3.89 ± 0.70 ^b	4.26 ± 0.64 ^a	3.56 ± 0.93 ^c	4.16 ± 0.66 ^a	4.03 ± 0.75	19.880	.000(***)
화장한얼굴의만족도	3.55 ± 0.95 ^b	3.89 ± 0.95 ^a	3.23 ± 1.04 ^c	3.78 ± 0.93 ^a	3.67 ± 0.98	9.408	.000(***)
기능성화장품사용	3.40 ± 0.99 ^f	4.23 ± 0.84 ^a	3.48 ± 0.97 ^c	3.81 ± 0.89 ^b	3.75 ± 0.97	21.369	.000(***)
피부결점보완화장	3.63 ± 0.79 ^f	4.20 ± 0.71 ^a	3.60 ± 0.84 ^c	3.95 ± 0.75 ^b	3.88 ± 0.80	16.865	.000(***)
나의화장법	2.89 ± 0.87 ^c	3.92 ± 0.76 ^a	3.44 ± 0.91 ^b	3.52 ± 0.80 ^b	3.44 ± 0.90	35.233	.000(***)
화장에 대한관심	2.86 ± 0.90 ^f	4.07 ± 0.75 ^a	3.48 ± 0.74 ^b	3.67 ± 0.77 ^b	3.53 ± 0.91	55.128	.000(***)
최신유행,색조화장여부	2.22 ± 0.79 ^f	3.38 ± 0.96 ^a	2.90 ± 0.89 ^b	2.77 ± 0.97 ^b	2.80 ± 1.00	36.898	.000(***)
클렌징중요성	3.39 ± 0.89 ^f	3.86 ± 0.86 ^a	3.39 ± 0.76 ^c	3.61 ± 0.86 ^b	3.58 ± 0.87	8.623	.000(***)
다이어트경험	3.27 ± 1.23 ^c	4.01 ± 0.94 ^a	3.23 ± 1.11 ^c	3.67 ± 1.14 ^b	3.59 ± 1.15	12.983	.000(***)
다이어트식품구입	2.65 ± 1.33 ^c	3.56 ± 1.19 ^a	2.80 ± 1.15 ^b	3.04 ± 1.34 ^b	3.03 ± 1.31	12.566	.000(***)
사우나찜질방방문여부	2.14 ± 1.11 ^b	2.74 ± 1.21 ^a	2.40 ± 1.07 ^b	2.14 ± 0.92 ^b	2.32 ± 1.09	10.287	.000(***)
보정속옷착용경험	2.27 ± 1.23 ^c	2.71 ± 1.30 ^a	2.50 ± 1.22 ^b	2.29 ± 1.18 ^c	2.42 ± 1.24	3.969	.000(***)
미용성형의긍정성	3.37 ± 0.97 ^b	4.01 ± 0.81 ^a	3.35 ± 0.94 ^b	3.81 ± 0.79 ^a	3.68 ± 0.91	17.558	.000(***)
전체평균	3.10 ± 0.41 ^c	3.75 ± 0.36 ^a	3.19 ± 0.36 ^c	3.43 ± 0.35 ^b	3.39 ± 0.44	78.890	.000(***)

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

One Way ANOVA & Duncan

4. 외모 관리 행동

1) 연령별 외모관리 행동

(1) 연령별 헤어 관리 행동

연령별 헤어 관리 행동은 <표 12>와 같다.

헤어스타일에 변화를 주게 된 계기에서 유의한 결과가 나타났다($p < 0.01$). 헤어스타일에 변화를 주게 된 계기는 정리하기 위해서 215명(39.0%), 계절변화 188명(34.1%)으로 가장 높게 조사되었다. 이를 종합적으로 살펴볼 때 정리하기 위해서는 경우 40대>30대>20대 순으로 가장 높았으며, 계절변화는 20대>40대>30대 순으로 가장 높았다.

<표 12> 연령별 헤어 관리 행동

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p
헤어 스타일 연출시 고려 부분	얼굴형에맞게	23 (4.2)	27 (4.9)	24 (4.4)	74 (13.4)	12.167	.432
	어울리는이미지	119 (21.6)	113 (20.5)	119 (21.6)	351 (63.7)		
	유행에따라	7 (1.3)	6 (1.1)	5 (0.9)	18 (3.3)		
	기분에 따라	6 (1.1)	13 (2.4)	7 (1.3)	26 (4.7)		
	좋아하는스타일	25 (4.5)	21 (3.8)	26 (4.7)	72 (13.1)		
	없음	5 (0.9)	6 (0.8)	1 (0.2)	10 (1.8)		
헤어 스타일 변화 계기	유행에 맞게	8 (1.5)	11 (2.0)	7 (1.3)	26 (4.7)	23.715	.008 (**)
	계절변화	74 (13.4)	54 (9.8)	60 (10.9)	188 (34.1)		
	정리하기위해서	56 (10.2)	72 (13.1)	87 (15.8)	215 (39.0)		
	스트레스해소	24 (4.4)	34 (6.2)	21 (3.8)	79 (14.3)		
	미디어매체	11 (2.0)	6 (1.1)	3 (0.5)	20 (3.6)		
	지인권유	12 (2.2)	7 (1.3)	4 (0.7)	23 (4.2)		

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

Chi-Square

(2) 연령별 헤어숍 선택 및 소비행태

연령별 헤어숍 선택 및 소비행태는 <표 13>과 같다.

헤어숍 방문 횟수와 방문 목적에서 다소 유의한 결과가 나타났다($p < 0.05$). 헤어숍 방문 목적으로는 커트 209명(37.9%)와 펌 186명(33.8%), 염색 118명(21.4%) 순으로 높게 조사되었다. 커트는 30대 > 20대, 40대로 높았으며, 펌은 40대 > 30대 > 20대의 순으로, 염색은 20대 > 30대 > 40대의 순으로 높았다. 이 외에 건강한 모발을 위한 클리닉 케어 23명(4.2%)으로 20대, 40대 > 30대 순으로 조사되었으며, 두피관리 15명(2.7%)으로 40대 > 30대 > 20대 순으로 탈모 예방 차원 때문으로 보인다. 반면 방문하지 않는 응답도 5명(1%)으로 20대 > 30대 순으로 현재 헤어업종에 종사하는 응답자로 보인다.

헤어숍 방문 시 지출비용에서는 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$).

헤어숍 방문 시 지출비용은 5만원 이하 180명(32.7%)의 경우 20대, 40대 > 30대 순으로 상대적으로 경제력이 낮은 연령에서 높게 나타났으며, 11~20만원 사이 159명(28.9%)의 경우 30대 > 20대 > 40대로 경제력이 있는 20대 후반과 30대 직장인에게서 높게 나타난 것으로 보인다. 그 밖에 21~30만원 39명(7.1%)은 30대 > 40대 > 20대 순과 30만원 이상 26명(4.7%) 또한 30대 > 20대 > 40대로 매우 유의한 차이로 조사되었다.

<표 13> 연령별 헤어숍 선택 및 소비행태

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p
헤어 숍 선택 시 영향	유명헤어숍	19 (3.4)	15 (2.7)	11 (2.0)	45 (8.2)	15.711	.108
	유명디자이너	20 (3.6)	20 (3.6)	34 (6.2)	74 (13.4)		
	서비스좋음	51 (9.3)	45 (8.2)	38 (6.9)	134 (24.3)		
	가격이저렴함	19 (3.4)	22 (4.0)	14 (2.5)	55 (10.0)		
	가까운거리	30 (5.4)	31 (5.6)	44 (8.0)	105 (19.1)		
	지인추천	46 (98.3)	51 (9.3)	41 (7.4)	138 (25.0)		
헤어 숍 방문 횟수	1주1회이상	2 (0.4)	3 (0.5)	4 (0.7)	9 (1.6)	29.660	.041 (*)
	2주	5 (0.9)	5 (0.9)	13 (2.4)	23 (4.2)		
	1달	43 (7.8)	47 (8.5)	62 (11.3)	152 (27.6)		
	2달	45 (8.2)	46 (8.3)	51 (9.3)	142 (25.8)		
	3달	32 (5.8)	29 (5.3)	28 (5.1)	89 (16.2)		
	4달	18 (3.3)	13 (2.4)	6 (1.1)	37 (6.7)		
	5~6달	29 (5.3)	29 (5.3)	16 (2.9)	74 (13.4)		
	1년이상	8 (1.5)	10 (1.8)	2 (0.4)	20 (3.6)		
헤어 숍 방문 목적	방문안함	3 (0.6)	2 (0.4)	-	5 (1.0)	17.919	.046 (*)
	커트	67 (12.2)	75 (13.6)	67 (12.2)	209 (37.9)		
	펌	56 (10.2)	64 (11.6)	66 (12.0)	186 (33.8)		
	염색	51 (9.3)	37 (6.7)	30 (5.4)	118 (21.4)		
	두피관리	2 (0.4)	3 (0.5)	10 (1.8)	15 (2.7)		
	클리닉케어	9 (1.6)	5 (0.9)	9 (1.7)	23 (4.2)		
헤어 숍 방문 시 지출 비용	5만원이하	67 (12.2)	46 (8.3)	67 (12.2)	180 (32.7)	34.796	.000 (***)
	6-10만원	46 (8.3)	40 (7.3)	61 (11.1)	147 (26.7)		
	11-20만원	58 (10.5)	60 (10.9)	41 (7.4)	159 (28.9)		
	21-30만원	9 (1.6)	20 (3.6)	10 (1.8)	39 (7.1)		
	30만원이상	5 (0.9)	18 (3.3)	3 (0.5)	26 (4.7)		

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

Chi-Square

(3) 연령별 주관적 피부유형 문제점 개선

연령별 주관적 피부유형 문제점 개선을 보면 <표 14>와 같다.

주관적 피부유형은 복합성 피부를 가지고 있다고 답변한 인원이 207명 (37.6%), 건성 피부가 146명(26.5%)순으로 조사되었다($p < 0.001$). 복합성 피부는 30대>20대>40대 순으로 높게 나타났으며, 건성 피부는 40대>20대>30대 순으로 높은 비율을 보였다. 이는 젊은 층일수록 인스턴트식품 섭취 및 노동 비율이 높아 호르몬으로 인한 피부트러블이 높게 나타나는 것으로 보이며, 연령이 높을수록 노화로 인한 건성 피부가 된다고 생각하는 것으로 보인다. 한편 주관적 피부 문제점은 민감, 예민한 피부로 인한 고민이 141명(25.6%), 기미, 주근깨, 검버섯 때문인 고민이 125명(22.7%)로 가장 높은 비율을 보였다($p < 0.001$). 민감, 예민성 피부로 인한 고민의 경우 30대>20대>40대의 순으로 나타났고, 기미, 주근깨, 검버섯은 40대>30대>20대 순으로 조사되었다. 이외에도 여드름 때문인 고민 97명(17.6%), 주름살 96명(17.4%), 피부 톤 (12.7%), 문제가 없다고 밝힌 22명(4%)의 순으로 피부에 대한 고민을 하는 것으로 나타났다. 또한 피부를 관리하는 이유로는 피부노화를 방지하기 위해 191명(34.7%), 피부를 윤택하고 부드럽게 하려고 190명(34.5%)으로 가장 높은 비율을 보였다($p < 0.001$). 피부노화를 방지하기 위해 피부 관리를 한다고 밝힌 경우 40대>30대>20대의 순으로 나타났으며, 피부를 윤택하고 부드럽게 하기 위해 피부 관리를 한다고 밝힌 경우 20대>30대>40대의 순으로 조사되었는데 이는 40대의 경우 피부노화 현상을 막기 위한 예방차원의 목적으로, 20대의 경우 자신의 피부를 유지 차원의 목적으로 관리하고 있는 것을 보인다.

<표 14> 연령별 주관적 피부유형 문제점 개선

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	X ²	p
주관 적 피부 유형	건성	43 (7.8)	36 (6.5)	67 (12.2)	146 (26.5)	33.416	.000 (***)
	중성	13 (2.4)	30 (5.4)	33 (6.0)	76 (13.8)		
	지성	33 (6.0)	29 (5.3)	21 (3.8)	83 (15.1)		
	복합성	80 (14.5)	76 (13.8)	51 (9.3)	207 (37.6)		
	민감성	16 (2.9)	13 (2.4)	10 (1.8)	39 (7.1)		
주관 적 피부 문제 점	여드름	53 (9.6)	35 (6.4)	9 (1.6)	97 (17.6)	91.736	.000 (***)
	기미,주근깨	31 (5.6)	44 (8.0)	50 (9.1)	125 (22.7)		
	민감,예민	53 (9.6)	54 (9.8)	34 (6.2)	141 (25.6)		
	피부톤	28 (5.1)	24 (4.4)	18 (3.3)	70 (12.7)		
	주름살	13 (2.4)	23 (4.2)	60 (10.9)	96 (17.4)		
	문제없음	7 (1.4)	4 (0.7)	11 (2.1)	22 (4.0)		
	안함	8 (1.5)	7 (1.3)	20 (3.6)	35 (6.4)		
관리 이유	부드럽게	85 (15.4)	72 (13.1)	33 (6.0)	190 (34.5)	94.390	.000 (***)
	화장잘받게	36 (6.5)	18 (3.3)	16 (2.9)	70 (12.7)		
	화이트닝	18 (3.3)	17 (3.1)	13 (2.4)	48 (8.7)		
	안티에이징	28 (5.1)	65 (11.8)	98 (17.8)	191 (34.7)		
	기타	10 (1.8)	5 (0.9)	2 (0.4)	17 (3.1)		

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

Chi-Square

(4) 연령별 피부 관리 소비행태

연령별 피부 관리 소비행태를 보면 <표 15>와 같다.

피부를 관리하는 방법으로 개인관리가 233명(42.3%), 피부 관리실 방문 116명(21.1%)이 높은 비율을 차지하였다($p < 0.001$). 개인관리는 20대>30대>40대의 순으로 높은 비율을 나타내었고, 피부 관리실 방문은 40대>30대>20대의 순으로 높은 비율을 차지하였다. 이는 나이가 어린 젊은 층에서 개인관리가 높게 나타났으며 상대적으로 피부 관리실은 40대 이상 경제력이 있는 높은 연령층에서 나타난 것으로 보인다. 이외에도 특별한 관리를 하지 않는다고 밝힌 106명(19.2%), 피부과·병원방문 96명(17.4%)의 순으로 그 뒤를 이었다($p < 0.001$). 특별한 관리를 하지 않는다고 밝힌 경우 40대>30대>20대의 순이었으며, 병원을 찾는 경우 30대>20대>40대의 순으로 높은 비율을 차지하였다. 이는 40%에 가까운 사람들이 피부 관리실(21.1%)이나 피부과·병원(17.4%) 등 전문적인 피부 관리를 받고 있다는 것을 보여주고 있다. 또한 40대의 경우 특별한 피부 관리를 하고 있지 않다고 답변한 비율이 8.1%로 가장 많았지만, 관리 방법은 피부과·병원보다는 피부 관리실을 통한 피부 관리를 더욱더 선호하는 것으로 나타났다.

<표 15> 연령별 피부 관리 소비행태

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p
관리 방법	병원방문	34 (6.2)	40 (7.3)	22 (4.0)	96 (17.4)	34.216	.000 (***)
	관리실방문	22 (4.0)	43 (7.8)	51 (9.3)	116 (21.1)		
	개인관리	101 (18.3)	68 (12.3)	64 (11.6)	233 (42.3)		
	없음	28 (5.1)	33 (6.0)	45 (8.1)	106 (19.2)		
월 관리 횟수	1회	22 (4.0)	31 (5.6)	18 (3.3)	71 (12.9)	26.890	.008 (**)
	2회	44 (8.0)	42 (7.6)	35 (6.4)	121 (22.0)		
	3회	29 (5.3)	21 (3.8)	23 (4.2)	73 (13.2)		
	4회	18 (3.3)	28 (5.1)	39 (7.1)	85 (15.4)		
	5회	16 (2.9)	9 (1.6)	8 (1.5)	33 (6.0)		
	안함	56 (10.2)	53 (9.6)	59 (10.7)	168 (30.4)		
	없음	55 (10.0)	38 (6.9)	52 (9.4)	145 (26.3)		
	10만원미만	64 (11.6)	55 (10.0)	45 (8.2)	164 (29.8)		
월 지출 비용	10-20만원	33 (6.0)	46 (8.3)	36 (6.5)	115 (20.9)	26.516	.003 (**)
	20-30만원	14 (2.5)	19 (3.4)	28 (5.1)	61 (11.1)		
	30-50만원	15 (2.7)	21 (3.8)	8 (1.5)	44 (8.0)		
	50-100만원	4 (0.7)	5 (0.9)	13 (2.4)	22 (4.0)		

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

Chi-Square

(5) 연령별 메이크업 행동

연령별 메이크업 행동 결과를 봤을 때 <표 16>과 같다.

평소 메이크업은 유의한 결과가 나타났다($p < 0.01$). 전체 화장을 한다고 응답한 194명(35.2%)은 20대>40대>30대 순으로 가장 높게 조사되었으며, 기초화장만 하는 경우는 135명(24.5%)으로 40대>30대>20대 순으로, 부분화장이 131명(23.8%)으로 20대>30대>40대 순으로 나타났다. 또한 피부화장만 한다는 경우 81명(14.7%)은 30대>40대>20대로 조사되었으며, 화장하지 않는 경우도 10명(1.9%)으로 20대>30대, 40대 순으로 그 뒤를 이었다.

평소 메이크업 시 추구하는 이미지는 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 자연적이고 청순한 이미지 209명(37.9%)와 세련되고 지적인 이미지 158명(28.7%)가 가장 높게 조사되었는데 자연적이고 청순한 이미지의 경우 30대>20대>40대의 순으로 TV속 연예인들의 영향 때문이라고 볼 수 있겠으며, 마찬가지로 세련되고 지적인 이미지는 40대>30대>20대 순으로 연령이 높을수록 여성 사업 인이나 정치인에게서 영향을 받은 것으로 보인다.

<표 16> 연령별 메이크업 행동

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p			
평소 화장	기초	28 (5.1)	48 (8.7)	59 (10.7)	135 (24.5)	33.269	.001 (**)			
	피부	20 (3.6)	36 (6.5)	25 (4.5)	81 (14.7)					
	부분	48 (8.7)	44 (8.0)	39 (7.1)	131 (23.8)					
	전체	81 (14.7)	55 (10.0)	58 (10.5)	194 (35.2)					
	안함	8 (1.5)	1 (0.2)	1 (0.2)	10 (1.9)					
화장 횟수	1-2회	25 (4.5)	34 (6.2)	37 (6.7)	96 (17.4)	16.478	.036 (*)			
	3-4회	41 (7.4)	48 (8.7)	36 (6.5)	125 (22.7)					
	5-6회	51 (9.3)	47 (8.5)	42 (7.6)	140 (25.4)					
	매일	47 (8.5)	41 (7.4)	33 (6.0)	121 (22.0)					
	거의안함	21 (3.8)	14 (2.5)	34 (6.2)	69 (12.5)					
	세련+지적	44 (8.0)	54 (9.8)	60 (10.9)	158 (28.7)					
	소녀+귀엽	16 (2.9)	5 (0.9)	4 (0.7)	25 (4.5)					
	추구 이미 지	매력+섹시	40 (7.3)	20 (3.6)	16 (2.9)			76 (13.8)	47.313	.000 (***)
		우아+단아	14 (2.5)	21 (3.8)	40 (7.3)			75 (13.6)		
		자연+청순	66 (12.0)	82 (14.9)	61 (11.1)			209 (37.9)		
개성+터프		5 (0.9)	2 (0.4)	1 (0.2)	8 (1.5)					

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

Chi-Square

(6) 연령별 메이크업 소비행태

연령별 메이크업 소비행태를 봤을 때 <표 17>과 같다.

한 달 평균 메이크업 제품 구매는 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 월 평균 1회 미만 210명(38.1%)과 1회 150명(27.2%), 2회 109명(19.8%)가 과반수 이상을 나타냈는데 이는 메이크업 제품은 한번 구매하면 오래 사용할 수 있기 때문에 낮은 구매율을 보이고 있는 것이다. 1회 미만의 경우 40대>30대>20대 순으로 나타났으며, 1회는 40대>20대, 30대 순으로, 2회는 30대>20대>40대 순으로 조사되었다. 또한 3회 이상 46명(8.3%)의 경우 20대>30대>40대 순이었으며, 4회 이상 36명(6.6%)도 20대, 30대>40대 순으로 조사되었다. 이는 20대의 경우 저가제품을 선호하면서 잦은 구매율을 나타내지만 30대, 40대는 고가제품을 선호하기 때문에 상대적으로 낮은 구매율을 보이는 것이다.

<표 17> 연령별 메이크업 소비행태

	20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p	
상표이미지	6 (1.1)	7 (1.3)	4 (0.7)	17 (3.1)			
가격	20 (3.6)	11 (2.0)	19 (3.4)	50 (9.1)			
색상,향기	11 (2.0)	7 (1.3)	5 (0.9)	23 (4.2)			
구매 결정 요인	기능,효과	99 (18.0)	96 (17.4)	90 (16.3)	285 (51.7)	22.607	.067
	피부적합성	47 (8.5)	58 (10.5)	51 (9.3)	156 (28.3)		
	디자인,용기	-	1 (0.2)	3 (0.5)	4 (0.7)		
	광고	2 (0.4)	4 (0.7)	5 (0.9)	11 (2.0)		
	용량	-	-	5 (0.9)	5 (0.9)		
	1회미만	52 (9.4)	69 (12.5)	89 (16.2)	210 (38.1)		
	1회	49 (8.9)	49 (8.9)	52 (9.4)	150 (27.2)		
한달 구매	2회	40 (7.3)	41 (7.4)	28 (5.1)	109 (19.8)	42.434	.000 (***)
	3회	29 (5.3)	10 (1.8)	7 (1.3)	46 (8.3)		
	4회이상	15 (2.7)	15 (2.7)	6 (1.1)	36 (6.6)		
	없음	10 (1.8)	8 (1.5)	18 (3.3)	36 (6.5)		
	5만원이하	103 (18.7)	84 (15.2)	95 (17.2)	282 (51.2)		
지출 비용	6-10만원	13 (2.4)	11 (2.0)	8 (1.5)	32 (5.8)	12.204	.142
	11-20만원	42 (7.6)	57 (10.3)	43 (7.8)	142 (25.8)		
	20만원이상	17 (3.1)	24 (4.4)	18 (3.3)	59 (10.7)		

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

Chi-Square

(7) 연령별 체형 관리 행동

연령별 체형 관리 행동 결과 <표 18>과 같다.

체형 관리를 위해 노력하는 이유에서 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 체형 관리를 위해 노력하는 이유로는 몸매관리 300명(54.4%)와 성인병 예방 139명(25.2%)이 가장 높은 비율을 보였다. 몸매관리를 위하여 체형 관리를 한다고 밝힌 경우 30대>20대>40대의 높은 순으로 조사되었고, 성인병 예방을 위한 몸매관리는 40대>30대>20대의 높은 순 이었다. 이는 20, 30대의 경우 미디어 매체 영향 때문에 날씬한 몸매에 대한 압박감으로 인해 미용의 목적으로 하는 경우가 크지만 40대의 경우 건강, 특히 성인병 등의 질병예방을 위한 목적으로 체형 관리를 하는 것으로 보인다.

또한, 체형 중 가장 고민부위에서도 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 자신의 체형에서 가장 고민부위는 복부 285명(51.7%)으로 40대>30대>20대로 가장 높은 순으로($p < 0.001$), 복부와 반대로 허벅지 169명(30.7%)는 20대>30대>40대의 순으로 조사되었다($p < 0.001$).

이는 나이가 들수록 일반적으로 복부에 살이 붙는 것과 관련되어 연령대가 높아질수록 복부에 대한 고민이 커지는 것으로 보인다. 이외에도 체형 관리의 고민부위로 옆구리 47명(8.5%), 팔 40명(7.3%), 전신 10명(1.9%)의 순으로 조사되었는데, 옆구리의 경우 40대>30대>20대의 순으로 높게 나타났으며, 팔의 경우 20대>30대>40대, 전신은 40대>30대>20대의 순 이었다. 이는 체형은 연령이 높을수록 비교적 같은 부분에서 공통으로 고민을 하는 것으로 보인다.

<표 18> 연령별 체형 관리 행동

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	χ^2	p
체형 관리 행동	없음	11 (2.0)	14 (2.5)	12 (2.2)	37 (6.7)	36.991	.012 (*)
	운동	77 (14.0)	67 (12.2)	99 (18.9)	243 (44.1)		
	슬리밍제품	7 (1.3)	10 (1.8)	9 (1.6)	26 (4.7)		
	다이어트 약	13 (2.4)	21 (3.8)	10 (1.8)	44 (8.0)		
	수술	23 (4.2)	15 (2.7)	4 (0.7)	42 (7.6)		
	단식	3 (0.5)	3 (0.5)	5 (0.9)	11 (2.0)		
	다이어트기기	2 (0.4)	8 (1.5)	3 (0.5)	13 (2.4)		
	체형관리실	46 (8.3)	46 (8.3)	40 (7.3)	132 (24.0)		
	식이조절	3 (0.6)	-	-	3 (0.6)		
	성인병예방	21 (3.8)	24 (4.4)	94 (17.1)	139 (25.2)		
노력 이유	주변시선의식	38 (6.9)	26 (4.7)	13 (2.4)	77 (14.0)	117.119	.000 (***)
	몸매관리	111 (20.1)	120 (21.8)	69 (12.5)	300 (54.4)		
	취업	2 (0.4)	1 (0.2)	2 (0.4)	5 (0.9)		
	이성교제	10 (1.8)	3 (0.5)	1 (0.2)	14 (2.5)		
	사회분위기	3 (0.5)	10 (1.8)	3 (0.5)	16 (2.9)		
	팔	20 (3.6)	9 (1.6)	11 (2.0)	40 (7.3)		
고민 부위	허벅지	75 (13.6)	71 (12.9)	23 (4.2)	169 (30.7)	62.659	.000 (***)
	복부	77 (14.0)	84 (15.2)	124 (22.5)	285 (51.7)		
	옆구리	10 (1.8)	14 (2.5)	23 (4.2)	47 (8.5)		
	전신	3 (0.6)	6 (1.1)	1 (0.2)	10 (1.9)		

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

Chi-Square

(8) 연령별 체형 관리 방법 및 소비행태

연령별 체형 관리방법 및 소비행태는 <표 19>와 같다.

후유증은 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$).

체형 관리 시 동반되는 후유증 경험을 설문한 결과 후유증 무경험자 176명 (32.7%)으로 20대>30대>40대의 순으로 가장 높게 조사되었으며, 스트레스 78명(14.2%), 어지럼증 73명(13.2%), 전신 무력함 72명(13.1%) 순으로 높은 비율을 차지하였다. 스트레스는 20대>30대>40대의 순으로 젊은 층일수록 체형 관리에 예민하기 때문으로 보인다. 어지럼증은 40대>30대>20대의 순으로 높게 나타났으며, 전신 무력감은 30대>20대>40대의 순으로 조사되었다.

<표 19> 연령별 체형 관리방법 및 소비행태

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	X ²	p
단기 간 효과	병원	33 (6.0)	47 (8.5)	27 (4.9)	107 (20.1)	24.468	.080
	피부 관리실	33 (6.0)	31 (5.6)	23 (4.2)	87 (15.8)		
	한의원	13 (2.4)	11 (2.0)	11 (2.0)	35 (6.4)		
	헬스, 수영장	75 (13.6)	74 (13.4)	85 (15.4)	234 (42.5)		
	단식원	25 (4.5)	19 (3.4)	24 (4.4)	68 (12.3)		
	반신욕	6 (1.1)	2 (0.4)	12 (2.2)	20 (3.5)		
	어지럼증	19 (3.4)	26 (4.7)	28 (5.1)	73 (13.2)		
	전신부력함	22 (4.0)	29 (5.3)	21 (3.8)	72 (13.1)		
후유 증	의욕상실	13 (2.4)	22 (4.0)	14 (2.5)	49 (8.9)	87.101	.000 (***)
	식욕부진	11 (2.0)	8 (1.5)	20 (3.6)	39 (7.1)		
	변비, 설사	15 (2.7)	15 (2.7)	10 (1.8)	40 (7.3)		
	메스꺼움 등	8 (1.5)	9 (1.6)	3 (0.5)	20 (3.6)		
	스트레스	36 (6.5)	24 (4.4)	18 (3.3)	78 (14.2)		
	무경험	61 (11.0)	51 (9.2)	68 (12.3)	176 (32.7)		
	없다	88 (16.0)	69 (12.5)	62 (11.3)	219 (39.7)		
	5만원 이하	34 (6.2)	43 (7.8)	51 (9.3)	128 (23.2)		
지출 비용	6-10만원	35 (6.4)	43 (7.8)	44 (8.0)	122 (22.1)	10.557	.228
	11-30만원	19 (3.4)	19 (3.4)	19 (3.4)	57 (10.3)		
	30만원 이상	9 (1.6)	10 (1.8)	6 (1.1)	25 (4.5)		

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

Chi-Square

(9) 연령별 미용성형 행동

연령별 미용성형 행동의 결과 <표 20>과 같다.

미용성형에 관한 인식에서 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 미용성형에 대한 인식결과 성형을 자신이 원하면 할 수 있는 수술 297명(53.9%), 하면 도움이 되는 수술 103명(18.7%) 순으로 높은 비율을 나타내는데 이는 미용성형을 부정적인 인식보다는 자기만족감을 상승시켜주는 수단으로서 미용성형에 대해 긍정적으로 바라보고 있는 것으로 보인다. 성형을 자신이 원하면 할 수 있는 수술의 경우 20대>30대>40대의 순으로 높은 순으로 나타났으며 반대로 하면 도움이 되는 수술의 경우는 40대>30대>20대의 순으로 조사되었다. 종합해 본다면 연령이 높아질수록 미용성형을 부정적으로 인식하는 사람이 많다는 것과 연령이 적을수록 미용성형을 부정적으로 바라보기 보다는 미용성형에 대한 긍정적인 시각을 가지고 있다는 것으로 보인다.

미용성형을 경험함(원하는)에서 매우 유의한 결과가 나타났다($p < 0.001$). 미용성형을 경험했거나 원하는 미용성형부위로는 눈 162명(29.4%)과 코 119명(21.6%)가 가장 높은 비율을 차지하였다. 이는 미용성형을 경험한(원하는) 사람 중 대부분이 얼굴 미용에 관심이 많다는 것으로 보인다. 미용성형을 경험했거나 원하는 부위로 눈은 선택한 경우 40대>20대>30대의 순으로 조사되었으며, 코 성형을 경험한(원하는) 경우는 20대>30대>40대의 순으로 나타났다. 성형부위의 경우 연령에 따른 차이는 존재하지 않으며 개인의 기호에 따라 경험한(원하는) 성형부위는 달라지는 것으로 보인다.

<표 20> 연령별 미용성형 행동

		20대 (n=185)	30대 (n=184)	40대 (n=182)	전체 (n=551)	X ²	p
경험	있음	77 (14.0)	72 (13.1)	73 (13.2)	222 (40.3)	4.178	.653
	없음	108 (19.6)	112 (20.4)	109 (19.8)	329 (59.7)		
성형 이런	도움이되는	27 (4.9)	33 (6.0)	43 (7.8)	103 (18.7)	44.317	.000 (***)
	자신이원함	120 (21.8)	112 (20.3)	65 (11.8)	297 (53.9)		
	필요한사람만	28 (5.1)	24 (4.4)	45 (8.2)	97 (17.6)		
	필요없는수술	6 (1.1)	10 (1.8)	25 (4.5)	41 (7.4)		
	허영심,사치성	4 (0.7)	5 (0.9)	4 (0.7)	13 (2.4)		
성형 이유	타인시선	23 (4.2)	27 (4.9)	18 (3.3)	68 (12.3)	19.685	.140
	이미지UP	25 (4.5)	35 (6.4)	44 (8.0)	104 (18.9)		
	외모kompl렉스	77 (14.0)	57 (10.3)	52 (9.4)	186 (33.8)		
	자기만족	53 (9.6)	60 (10.9)	65 (11.8)	178 (32.3)		
	장래영향	3 (0.5)	1 (0.2)	1 (0.2)	5 (0.9)		
	잘 모르겠다	4 (0.7)	4 (0.7)	2 (0.4)	10 (1.9)		
	없음	8 (1.5)	7 (1.3)	8 (1.5)	23 (4.2)		
	눈	57 (10.3)	45 (8.2)	60 (10.9)	162 (29.4)		
	코	49 (8.9)	46 (8.3)	24 (4.4)	119 (21.6)		
	입술	2 (0.4)	4 (0.7)	3 (0.5)	9 (1.6)		
성형 부위	유방	7 (1.3)	14 (2.5)	12 (2.2)	33 (6.0)	39.661	.002 (**)
	지방흡입	8 (1.5)	8 (1.5)	18 (3.3)	34 (6.2)		
	안면윤곽	17 (3.1)	21 (3.8)	7 (1.3)	45 (8.2)		
	치아성형	19 (3.4)	10 (1.8)	13 (2.4)	42 (7.6)		
	문신	7 (1.3)	5 (0.9)	11 (2.0)	23 (4.2)		
	피부성형	11 (2.0)	24 (4.4)	26 (4.7)	61 (11.1)		
	뿔뿔히박힘	56 (10.2)	49 (8.9)	46 (8.3)	151 (27.4)		
사실 여부	주변사람만	41 (7.4)	39 (7.1)	42 (7.6)	122 (22.1)	8.067	.427
	물어보는사람	62 (11.3)	67 (12.2)	52 (9.4)	181 (32.8)		
	알리지않음	23 (4.2)	24 (4.4)	37 (6.7)	84 (15.2)		
	절대로안알림	3 (0.5)	5 (0.9)	5 (0.9)	13 (2.4)		

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

Chi-Square

2) 그룹별 외모 관리 행동

(1) 라이프스타일에 따른 헤어 관리 행동

라이프스타일에 따른 헤어 관리 행동은 <표 21>과 같다. 헤어스타일 연출 시 고려부분에서 과반 이상이 어울리는 스타일을 찾고 있으며(351명, 63.7%), 저소비추구, 과소비추구, 합리적추구, 유행추구 모든 집단에서도 최상위를 차지하고 있다($p < 0.05$). 또한 헤어스타일의 변화계기에서는 헤어스타일 정리를 위해서(215명, 39%)가 저소비추구>유행추구>과소비추구, 합리적추구 집단 순으로 가장 높게 조사되었으며, 계절의 변화에 따라(188명, 34.1%)가 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단순으로 나타났다($p < 0.001$).

<표 21> 라이프스타일에 따른 헤어 관리 행동

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	χ^2	p
헤어 스타일 연출 시 고려 부분	얼굴형에 맞게	21 (3.9)	16 (2.9)	12 (2.2)	27 (4.9)	77 (13.9)	32.551	.019 (*)
	어울리는 이미지	86 (15.6)	82 (14.9)	47 (8.5)	136(24.7)	351(63.7)		
	유행에 따라	1 (0.2)	7 (1.3)	5 (0.9)	5 (0.9)	18 (3.3)		
	기분에 따라	3 (0.5)	7 (1.3)	6 (1.1)	10 (1.8)	26 (4.7)		
	좋아하는 스타일	22 (4.0)	20 (3.6)	12 (2.2)	18 (3.3)	72 (13.1)		
	없음	5 (0.9)	1 (0.2)	-	1 (0.2)	7 (1.3)		
헤어 스타일 의 변화 계기	유행에 맞게	-	12 (2.2)	8 (1.5)	6 (1.1)	26 (4.7)	63.234	.000 (***)
	계절변화	32 (5.8)	60 (10.9)	27 (4.9)	69 (12.5)	188(34.1)		
	정리하기 위해서	83 (15.1)	26 (4.7)	26 (4.7)	80 (14.5)	215(39.0)		
	스트레스 해소	17 (3.1)	21 (3.8)	14 (2.5)	27 (4.9)	79 (14.3)		
	미디어 매체	2 (0.4)	7 (1.3)	5 (0.9)	6 (1.1)	20 (3.6)		
	지인 권유	5 (0.9)	7 (1.3)	2 (0.4)	9 (1.6)	23 (4.2)		

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

Chi-Square

(2) 라이프스타일에 따른 헤어숍 선택 및 소비행태

라이프스타일에 따른 헤어숍 선택 및 소비행태는 <표 22>와 같다.

헤어숍 선택 시 영향 부분에서 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 지인의 추천(138명, 25%)과 서비스가 좋은 곳(134명, 24.3%)이 과반이상을 차지하였다. 지인의 추천에서는 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순으로 조사되었으며, 서비스가 좋은 곳은 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서로 나타났다. 헤어숍 방문횟수 역시 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 한 달 만에 방문(152명, 27.6%)이 과소비추구>유행추구>저소비추구>합리적추구 집단 순으로 가장 높게 조사되었으며, 두 달 만에 방문(142명, 25.8%)이 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 높게 응답되었다. 한편 헤어숍 방문 목적의 부분에서도 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 커트(209명, 37.9%)와 펌(186명, 33.8%)이 방문목적으로 가장 높게 조사되었으며 각각 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 나타났다. 또한 염색(118명, 21.4%)이 그 뒤를 이었으며 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순으로 조사되었다. 헤어숍 방문 시 지출비용 부분에서 매우 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 5만원 미만(180명, 32.7%)이 가장 높은 비율을 차지하였으며 저소비추구, 유행추구>합리적추구>과소비추구 집단 순으로, 11~20만원(159명, 28.9%)이 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서로 나타났으며, 5~10만원(147명, 26.7%)이 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단으로 조사되었다.

<표 22> 라이프스타일에 따른 헤어숍 선택 및 소비행태

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	χ^2	p
헤어 숍 선택 시 영향	유명헤어숍	3 (0.5)	20 (3.6)	9 (1.6)	13 (2.4)	45 (8.2)	87.524	.000 (***)
	유명디자이너	11 (2.0)	27 (4.9)	23 (4.2)	13 (2.4)	74 (13.4)		
	서비스좋은	25 (4.5)	37 (6.7)	14 (2.5)	58 (10.5)	134(24.3)		
	가격이저렴함	17 (3.1)	11 (2.0)	6 (1.1)	21 (3.8)	55 (10.0)		
	가까운거리	49 (8.9)	7 (1.3)	15 (2.7)	34 (6.2)	105(19.1)		
헤어 숍 방문 횟수	지인추천	34 (6.2)	31 (5.6)	15 (2.7)	58 (10.5)	138(25.0)	65.782	.000 (***)
	1주1회이상	1 (0.2)	3 (0.5)	4 (0.7)	1 (0.2)	9 (1.6)		
	2주	-	11 (2.0)	6 (1.1)	6 (1.1)	9 (1.6)		
	1달	27 (4.9)	53 (9.6)	26 (4.7)	46 (8.3)	152(27.6)		
	2달	45 (8.2)	32 (5.8)	19 (3.4)	46 (8.3)	142(25.8)		
	3달	29 (5.3)	13 (2.4)	13 (2.4)	34 (6.2)	89 (16.2)		
	4달	9 (1.6)	9 (1.6)	3 (0.5)	16 (2.9)	37 (6.7)		
	5~6달	18 (3.3)	12 (2.2)	6 (1.1)	38 (6.9)	74 (13.4)		
	1년이상	9 (1.6)	-	3 (0.5)	8 (1.5)	20 (3.6)		
	방문안함	-	-	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)		
헤어 숍 방문 목적	커트	60 (10.9)	39 (7.1)	29 (5.3)	81 (14.7)	209(37.9)	41.807	.000 (***)
	펌	51 (9.3)	44 (8.0)	25 (4.5)	66 (12.0)	186(33.8)		
	염색	26 (4.7)	29 (5.3)	20 (3.6)	43 (7.8)	118(21.4)		
	두피관리	2 (0.4)	6 (1.1)	6 (1.1)	1 (0.2)	15 (2.7)		
	클리닉케어	-	15 (2.7)	2 (0.4)	6 (1.1)	23 (4.2)		
헤어 숍 방문 시 지출 비용	5만원미만	68 (12.3)	21 (3.8)	23 (4.2)	68 (12.3)	180(32.7)	53.497	.000 (***)
	5-10만원	38 (6.9)	34 (6.2)	20 (3.6)	55 (10.0)	147(26.7)		
	11-20만원	28 (5.1)	53 (9.6)	22 (4.0)	56 (10.2)	159(28.9)		
	21-30만원	3 (0.5)	15 (2.7)	10 (1.8)	11 (2.0)	39 (7.1)		
	30만원이상	2 (0.4)	10 (1.8)	7 (1.3)	7 (1.3)	26 (4.7)		

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

Chi-Square

(3) 라이프스타일에 따른 주관적 피부유형 문제점 개선

라이프스타일에 따른 주관적 피부유형 문제점 개선은 <표 23>과 같다.

관리의유의 항목에서 유의한 차이를 보였는데(p<0.01), 부드럽게(190명, 34.5%), 안티에이징(191명, 34.7%)이 가장 높게 측정되었다. 부드럽게의 문항에서는 저소비추구>유행추구>과소비추구>합리적추구 그룹 순으로 안티에이징의 경우는 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구의 그룹 순으로 조사되었다.

<표 23> 라이프스타일에 따른 주관적 피부유형 문제점 개선

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	χ^2	p
주관 적 피부 유형	건성	48 (8.7)	28 (5.1)	25 (4.5)	45 (8.2)	146 (26.5)	25.395	.045 (*)
	중성	20 (3.6)	20 (3.6)	17 (3.1)	19 (3.4)	76 (13.8)		
	지성	20 (3.6)	24 (4.4)	8 (1.5)	31 (5.6)	83 (15.1)		
	복합성	46 (8.3)	50 (9.1)	25 (4.5)	86 (15.6)	207 (37.6)		
	민감성	5 (0.9)	11 (2.0)	7 (1.3)	16 (2.9)	39 (7.1)		
주관 적 피부 문제 점	여드름	22 (4.0)	27 (4.9)	9 (1.7)	43 (7.8)	101 (18.3)	39.794	.008 (**)
	기미,주근깨	29 (5.3)	27 (4.9)	21 (3.8)	48 (8.7)	125 (22.7)		
	민감,예민	29 (5.3)	45 (8.2)	24 (4.4)	43 (7.8)	141 (25.6)		
	피부톤	17 (3.1)	15 (2.7)	6 (1.1)	32 (5.8)	70 (12.7)		
	주름살	39 (7.1)	15 (2.7)	18 (3.3)	24 (4.4)	96 (17.4)		
	문제없음	3 (0.5)	4 (0.7)	4 (0.7)	7 (1.3)	18 (3.3)		
관리 이유	안함	17 (3.1)	2 (0.4)	7 (1.3)	9 (1.6)	35 (6.4)	45.393	.002 (**)
	부드럽게	41 (7.4)	40 (7.3)	33 (6.0)	76 (13.8)	190 (34.5)		
	화장잘받게	13 (2.4)	19 (3.4)	15 (2.7)	23 (4.2)	70 (12.7)		
	화이트닝	5 (0.9)	14 (2.5)	4 (0.7)	25 (4.5)	48 (8.7)		
	안티에이징	59 (10.7)	55 (10.0)	21 (3.8)	56 (10.2)	191 (34.7)		
	기타	-	1 (0.2)	-	1 (0.2)	2 (0.4)		

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

Chi-Square

(4) 라이프스타일에 따른 피부 관리 소비행태

라이프스타일에 따른 피부 관리 소비행태를 보면 <표 24>와 같다.

월 지출비용에서 매우 유의한 차이로 조사되었다(p<0.001). 10만원 미만(164명, 29.8%)이 가장 높게 측정되었으며 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 그룹 순서로 나타났다. 반면 지출비용이 없다(145명, 26.3%)는 응답도 많은 양을 차지하였으며 유행추구>저소비추구>과소비추구, 합리적추구 집단 순서로 그 뒤를 이었다.

<표 24> 라이프스타일에 따른 피부 관리 소비행태

	저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	X ²	p
관리 방법	병원방문	10 (1.8)	40 (7.3)	11 (2.0)	35 (6.4)	96 (17.4)	60.675 (***)
	관리실방문	21 (3.8)	37 (6.7)	27 (4.9)	31 (5.6)	116 (21.1)	
	개인관리	65 (11.8)	41 (7.4)	27 (4.9)	100 (18.1)	233 (42.3)	
	없음	43 (7.8)	15 (2.7)	17 (3.1)	31 (5.6)	106 (19.2)	
월 관리 횟수	1회	13 (2.4)	18 (3.3)	9 (1.6)	31 (5.6)	71 (12.9)	43.477 (**)
	2회	27 (4.9)	34 (6.2)	16 (2.9)	44 (8.0)	121 (22.0)	
	3회	15 (2.7)	23 (4.2)	11 (2.0)	24 (4.4)	73 (13.2)	
	4회	14 (2.5)	29 (5.3)	16 (2.9)	26 (4.7)	85 (15.4)	
	5회	7 (1.3)	9 (1.6)	3 (0.5)	14 (2.5)	33 (6.0)	
	안함	9 (1.6)	2 (0.4)	1 (0.2)	2 (0.4)	14 (2.5)	
	없음	52 (9.4)	19 (3.4)	19 (3.4)	55 (10.0)	145 (26.3)	
월 지출 비용	10만원미만	46 (8.3)	35 (6.4)	22 (4.0)	61 (11.1)	164 (29.8)	48.455 (***)
	10-20만원	27 (4.9)	29 (5.3)	15 (2.7)	44 (8.0)	115 (20.9)	
	20-30만원	8 (1.5)	25 (4.5)	13 (2.4)	15 (2.7)	61 (11.1)	
	30-50만원	3 (0.5)	14 (2.5)	9 (1.6)	18 (3.3)	44 (8.0)	
	50-100만원	3 (0.5)	11 (2.0)	4 (0.7)	4 (0.7)	22 (4.0)	

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

Chi-Square

(5) 라이프스타일에 따른 메이크업 행동

라이프스타일에 따른 메이크업 행동은 <표 25>와 같다.

평소 화장의 항목에서 매우 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 전체화장을 한다(194명, 35.2%)의 문항이 가장 높게 조사되었으며, 반면 기초화장만 한다(138명, 24.5%)는 응답이 그 뒤를 이었다. 그룹별로 봤을 때 전체화장은 과소비추구>유행추구>저소비추구>합리적추구 집단 순을 보였으며, 기초화장은 저소비추구>유행추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 조사되었다. 부분화장을 한다(131명, 23.8%)고 응답한 문항은 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순 이였으며, 피부화장만 한다(81명, 14.7%)는 경우는 유행추구>저소비추구>합리적추구>과소비추구 집단 순서로 조사되었다.

주 평균 화장횟수에서는 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.01$).

5~6회(140명, 25.4%)와 매일 한다(140명, 25.4%)는 응답이 가장 높게 측정되었으며, 3~4회(125명, 22.7%)가 그 뒤를 이었다. 그룹별로 봤을 때는 세 항목 모두 각각 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서로 조사되었다.

<표 25> 라이프스타일에 따른 메이크업 행동

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	X ²	p
평소 화장	기초	45 (8.2)	28 (5.1)	27 (4.9)	35 (6.4)	135 (24.5)		
	피부	23 (4.2)	8 (1.5)	12 (2.2)	38 (6.9)	81 (14.7)		
	부분	28 (5.1)	31 (5.6)	14 (2.5)	58 (10.5)	131 (23.8)	49.954	.000 (***)
	전체	39 (7.1)	65 (11.8)	27 (4.9)	63 (11.4)	194 (35.2)		
	안함	-	-	2 (0.4)	-	2 (0.4)		
화장 횟수	1-2회	32 (5.8)	16 (2.9)	13 (2.4)	35 (6.4)	96 (17.4)		
	3-4회	27 (4.9)	28 (5.1)	20 (3.6)	50 (9.1)	125 (22.7)		
	5-6회	29 (5.3)	42 (7.6)	18 (3.3)	51 (9.3)	140 (25.4)	27.885	.006 (**)
	매일	22 (4.0)	37 (6.7)	18 (3.3)	51 (9.3)	140 (25.4)		
	거의안함	29 (5.3)	10 (1.8)	13 (2.4)	17 (3.1)	69 (12.5)		
추구 이미 지	세련+지적	33 (6.0)	45 (8.2)	18 (3.3)	62 (11.3)	158 (28.7)		
	소녀+귀엽	2 (0.4)	4 (0.7)	4 (0.7)	15 (2.7)	25 (4.5)		
	매력+섹시	6 (1.1)	26 (4.7)	16 (2.9)	28 (5.1)	76 (13.8)	40.585	.000 (***)
	우아+단아	28 (5.1)	17 (3.1)	10 (1.8)	20 (3.6)	75 (13.6)		
	자연+청순	67 (12.2)	40 (7.3)	32 (5.8)	70 (12.7)	209 (37.9)		
	개성+터프	3 (0.5)	1 (0.2)	2 (0.4)	2 (0.4)	8 (1.5)		

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

Chi-Square

(6) 라이프스타일에 따른 메이크업 소비행태

라이프스타일에 따른 메이크업 소비행태는 <표 26>과 같다.

제품구매 결정요인에서 다소 유의한 차이를 보였는데($p < 0.05$), 기능 및 효과(285명, 51.7%)가 과반이상으로 높게 조사되었으며 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순으로 나타났다. 또한 피부 적합성(156명, 28.3%)의 항목에서는 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 조사되었다.

지출비용에서는 매우 유의한 차이를 나타냈는데($p < 0.001$), 5만원 이하(282명, 51.2%)가 과반이상을 차지하였으며, 11~20만원(142명, 25.8%) 역시 높은 응답률을 보였다. 그룹별로 봤을 때 5만원 미만의 항목에서는 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구의 순서로 나타났으며, 11~20만원에서는 유행추구>과소비추구>합리적추구>저소비추구 집단 순으로 조사되었다.

<표 26> 라이프스타일에 따른 메이크업 소비행태

	저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	X ²	p	
상표이미지	3 (0.5)	6 (1.1)	5 (0.9)	3 (0.5)	17 (3.1)			
가격	19 (3.4)	10 (1.8)	9 (1.6)	12 (2.2)	50 (9.1)			
색상,향기	7 (1.3)	9 (1.6)	1 (0.2)	6 (1.1)	23 (4.2)			
구매 결정 요인	기능,효과	66 (12.0)	70 (12.7)	42 (7.6)	107 (19.4)	285 (51.7)	33.079	.045 (*)
	피부적합성	41 (7.4)	31 (5.6)	21 (3.8)	63 (11.4)	156 (28.3)		
디자인,용기	1 (0.2)	-	1 (0.2)	2 (0.4)	4 (0.7)			
광고	-	7 (1.3)	2 (0.4)	2 (0.4)	11 (2.0)			
용량	2 (0.4)	-	1 (0.2)	2 (0.4)	5 (0.9)			
1회미만	84 (15.2)	22 (4.0)	29 (5.3)	75 (13.6)	210 (38.1)			
한달 구매	1회	38 (6.9)	30 (5.4)	26 (4.7)	56 (10.2)	150 (27.2)		
	2회	10 (1.8)	44 (8.0)	16 (2.9)	39 (7.1)	109 (19.8)	93.325	.000 (***)
	3회	3 (0.5)	24 (4.4)	5 (0.9)	14 (2.5)	46 (8.3)		
	4회이상	4 (0.7)	13 (2.4)	6 (1.1)	13 (2.4)	36 (6.6)		
	없음	18 (3.3)	3 (0.5)	5 (0.9)	10 (1.8)	36 (6.5)		
5만원이하	91 (16.5)	45 (8.2)	30 (5.4)	116 (21.1)	282 (51.2)			
지출 비용	6-10만원	6 (1.1)	11 (2.0)	6 (1.1)	9 (1.6)	32 (5.8)	75.653	.000 (***)
	11-20만원	18 (3.3)	47 (8.5)	26 (4.7)	51 (9.3)	142 (25.8)		
	20만원이상	6 (1.1)	27 (4.9)	15 (2.7)	11 (2.0)	59 (10.7)		

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

Chi-Square

(7) 라이프스타일에 따른 체형 관리 행동

라이프스타일에 따른 체형 관리 행동은 <표 27>과 같다.

체형 관리를 위해 하는 행동의 항목에서 유의한 차이를 나타내었다($p < 0.01$).

가장 높은 응답률을 문항은 운동(243명, 44.1%)이었으며 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구의 집단 순으로 조사되었으며, 체형관리실(132명, 24%)이 그룹별 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 순서를 보였다. 다이어트약 복용(44명, 8%)과 수술(42명, 7.6%)이 그 뒤를 이었다. 집단별로 봤을 때 다이어트약 복용은 과소비추구>유행추구>합리적추구>저소비추구 집단 순이었으며, 수술의 경우는 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구의 집단 순서를 보였다.

노력이유의 항목에서도 유의한 차이를 나타내었다($p < 0.01$).

몸매관리(300명, 54.4%)의 항목에서 과반수이상의 높은 응답률을 차지하였으며 그룹별로 봤을 때 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구의 순서를 보였다. 또한 성인병 예방(138명, 25.2%)에서는 저소비추구>유행추구>합리적추구>과소비추구 집단의 순서였으며, 주변시선의 의식(77명, 14%)은 유행추구>과소비추구>저소비추구, 합리적추구 집단의 순을 보였다.

<표 27> 라이프스타일에 따른 체형 관리 행동

	저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	X ²	p
체형 관리 행동	없음	13 (2.4)	5 (0.9)	6 (1.1)	13 (2.4)	37 (6.7)	55.440 .003 (**)
	운동	79 (14.3)	45 (8.2)	35 (6.4)	84 (15.2)	243 (44.1)	
	슬리밍제품	4 (0.7)	9 (1.6)	3 (0.5)	10 (1.8)	26 (4.7)	
	다이어트약	8 (1.5)	14 (2.5)	10 (1.8)	12 (2.2)	44 (8.0)	
	수술	5 (0.9)	8 (1.5)	4 (0.7)	25 (4.5)	42 (7.6)	
	단식	3 (0.5)	5 (0.9)	2 (0.4)	1 (0.2)	11 (2.0)	
	다이어트기기	-	6 (1.1)	3 (0.5)	4 (0.7)	13 (2.4)	
	체형관리실	27 (4.9)	39 (7.1)	18 (3.3)	48 (8.7)	132 (24.0)	
	식이조절	-	2 (0.4)	1 (0.2)	-	3 (0.6)	
	성인병예방	58 (10.5)	22 (4.0)	25 (4.5)	34 (6.2)	139 (25.2)	
노력 이유	주변사선의식	13 (2.4)	22 (4.0)	13 (2.4)	29 (5.3)	77 (14.0)	39.496 .001 (**)
	몸매관리	63 (11.4)	77 (14.0)	39 (7.1)	121 (22.0)	300 (54.4)	
	취업	1 (0.2)	3 (0.5)	-	1 (0.2)	5 (0.9)	
	이성교제	2 (0.4)	5 (0.9)	2 (0.4)	5 (0.9)	14 (2.5)	
	사회분위기	2 (0.4)	4 (0.7)	3 (0.5)	7 (1.3)	16 (2.9)	
고민 부위	팔	8 (1.5)	12 (2.2)	4 (0.7)	16 (2.9)	40 (7.3)	29.726 .040 (*)
	허벅지	34 (6.2)	41 (7.4)	26 (4.7)	68 (12.3)	169 (30.7)	
	복부	81 (14.7)	61 (11.1)	40 (7.3)	103 (18.7)	285 (51.7)	
	옆구리	14 (2.5)	16 (2.9)	8 (1.5)	9 (1.6)	47 (8.5)	
	전신	2 (0.4)	3 (0.6)	4 (0.7)	1 (0.2)	10 (1.9)	

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

Chi-Square

(8) 라이프스타일에 따른 체형 관리 방법 및 소비행태

라이프스타일에 따른 체형 관리 방법 및 소비행태는 <표 28>과 같다.

단기간 효과의 항목에서 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.01$). 헬스와 수영장(234명, 42.5%)이 가장 높게 측정되었으며 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 조사되었다. 병원(107명, 20.1%)과 피부관리실(87명, 15.8%)이 그 뒤를 이었으며, 그룹별로 봤을 때 병원은 유행추구>과소비추구>합리적추구>저소비추구 집단 순서로, 피부관리실은 과소비추구>유행추구>합리적추구>저소비추구 집단 순 이었다.

후유증에서 매우 유의한 차이를 나타내었는데($p < 0.001$), 무경험(176명, 32.7%)의 응답이 최상위를 차지하였으며, 그다음으로는 스트레스(78명, 14.2%)가 차지하였다. 그룹별로 봤을 때에는 무경험은 저소비추구>유행추구>합리적추구>과소비추구 순서였으며, 스트레스가 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서로 조사되었다. 또한 어지럼증(73명, 13.2%)과 전신 무력함(72명, 13.1%)로 근사한 차이로 뒤를 이었는데 그룹별로는 어지럼증이 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 순 이었으며, 전신 무력함이 유행추구>과소비추구>합리적추구>저소비추구 순서로 조사되었다.

지출비용에서는 유의한 차이를 나타내었다($p < 0.01$). 체형 관리의 지출비용이 없다(219명, 39.7%)와 5만원 이하(128명, 23.2%)가 가장 높은 비율을 차지하였으며, 각각 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단의 순서를 보였으며, 6~10만원(122명, 22.1%)이 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구의 집단 순서로 조사되었다.

<표 28> 라이프스타일에 따른 체형 관리 방법 및 소비행태

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	χ^2	p
	병원	17 (3.1)	29 (5.3)	18 (3.3)	42 (7.6)	107 (20.1)		
	피부관리실	14 (2.5)	29 (5.3)	19 (3.4)	25 (4.5)	87 (15.8)		
단기 간 효과	한의원	6 (1.1)	6 (1.1)	9 (1.6)	14 (2.5)	35 (6.4)	43.852	.008 (**)
	헬스수영장	76 (13.8)	49 (8.9)	28 (5.1)	81 (14.7)	234 (42.5)		
	단식원	23 (4.2)	14 (2.5)	4 (0.7)	27 (4.9)	68 (12.3)		
	반신욕	3 (0.5)	4 (0.7)	3 (0.5)	7 (1.3)	20 (3.5)		
	어지럼증	20 (3.6)	17 (3.1)	11 (2.0)	25 (4.5)	73 (13.2)		
	진신무력함	4 (0.7)	23 (4.2)	12 (2.2)	33 (6.0)	72 (13.1)		
	의욕상실	9 (1.6)	10 (1.8)	11 (2.0)	19 (3.4)	49 (8.9)		
후유 증	식욕부진	11 (2.0)	12 (2.2)	3 (0.5)	13 (2.4)	39 (7.1)	53.866	.000 (***)
	변비, 설사	8 (1.5)	10 (1.8)	3 (0.5)	19 (3.4)	40 (7.3)		
	메스꺼움등	4 (0.7)	7 (1.3)	4 (0.7)	5 (0.9)	20 (3.6)		
	스트레스	16 (2.9)	26 (4.7)	9 (1.6)	27 (4.9)	78 (14.2)		
	무경험	67 (12.1)	28 (5.0)	29 (5.2)	56 (10.1)	176 (32.7)		
	없다	65 (11.8)	40 (7.3)	29 (5.3)	85 (15.4)	219 (39.7)		
지출 비용	5만원이하	39 (7.1)	32 (5.8)	11 (2.0)	46 (8.3)	128 (23.2)		
	6-10만원	26 (4.7)	32 (5.8)	22 (4.0)	42 (7.6)	122 (22.1)	31.034	.002 (**)
	11-30만원	7 (1.3)	21 (3.8)	12 (2.2)	17 (3.1)	57 (10.3)		
	30만원이상	2 (0.4)	8 (1.5)	8 (1.5)	7 (1.3)	25 (4.5)		

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

Chi-Square

(9) 라이프스타일에 따른 미용성형 행동

라이프스타일에 따른 미용성형 행동의 결과 <표 29>와 같다.

미용성형의 경험의 여부의 항목에서 매우 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$).

경험이 없다(329명, 59.7%)고 응답한 사람이 많았으며 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순으로 나타났고, 경험이 있는(222명, 40.3%) 응답은 유행추구>과소비추구>합리적추구>저소비추구 집단 순으로 조사되었다.

미용성형에 대한 인식에서도 매우 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$).

자신이 원하면 할 수 있다(297명, 53.9%)고 응답한 항목이 과반수이상을 차지하였으며, 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서를 보였다.

또한 도움이 되는 수술(103명, 18.7%)과 필요한 사람이 꼭 해야 하는 수술(97명, 17.6%)이 뒤를 이었다. 집단 순으로는 도움이 되는 수술이 저소비추구, 유행추구>과소비추구>합리적추구 집단 순 이었으며, 필요한 사람이 꼭 해야 하는 수술은 유행추구>과소비추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순서로 조사되었다.

<표 29> 라이프스타일에 따른 미용성형 행동

		저소비추구 (n=138)	과소비추구 (n=133)	합리적추구 (n=82)	유행추구 (n=197)	전체 (n=551)	χ^2	p
경험	있음	32 (5.8)	67 (12.2)	44 (8.0)	79 (14.3)	222 (40.3)	33.820	.000 (***)
	없음	105 (19.1)	66 (12.0)	38 (6.9)	118 (21.4)	329 (59.7)		
성형 이단	도움이되는	29 (5.3)	28 (5.1)	17 (3.1)	29 (5.3)	103 (18.7)	37.552	.000 (***)
	자신이원함	67 (12.2)	71 (12.9)	34 (6.2)	125 (22.7)	297 (53.9)		
	필요한사람만	18 (3.3)	27 (4.9)	18 (3.3)	34 (6.2)	97 (17.6)		
	필요없는수술	21 (3.8)	6 (1.1)	8 (1.5)	6 (1.1)	41 (7.4)		
성형 이유	허영심,사치성	4 (0.7)	1 (0.2)	5 (0.9)	3 (0.5)	13 (2.4)	18.029	.647
	타인시선	12 (2.2)	18 (3.3)	14 (2.5)	214 (4.4)	68 (12.3)		
	이미지UP	25 (4.5)	32 (5.8)	13 (2.4)	34 (6.2)	104 (18.9)		
	외모복플렉스	48 (8.7)	43 (7.8)	25 (4.5)	70 (12.7)	186 (33.8)		
	자기만족	49 (8.9)	36 (6.5)	27 (4.9)	66 (12.0)	178 (32.3)		
	장래영향	-	2 (0.4)	1 (0.2)	2 (0.4)	5 (0.9)		
	잘 모르겠다	5 (0.9)	2 (0.4)	2 (0.4)	1 (0.2)	10 (1.9)		
	없음	8 (1.5)	3 (0.5)	6 (1.1)	6 (1.1)	23 (4.2)		
	눈	34 (6.2)	44 (8.0)	27 (4.9)	57 (10.3)	162 (29.4)		
	코	25 (4.5)	37 (6.7)	20 (3.6)	37 (6.7)	119 (21.6)		
성형 부위	입술	2 (0.4)	2 (0.4)	4 (0.7)	1 (0.2)	9 (1.6)	40.705	.044 (*)
	유방	6 (1.1)	9 (1.6)	6 (1.1)	12 (2.2)	33 (6.0)		
	지방흡입	10 (1.8)	6 (1.1)	4 (0.7)	14 (2.5)	34 (6.2)		
	안면윤곽	8 (1.5)	10 (1.8)	4 (0.7)	23 (4.2)	45 (8.2)		
	치아성형	17 (3.1)	9 (1.6)	2 (0.4)	14 (2.5)	42 (7.6)		
	문신	6 (1.1)	3 (0.5)	3 (0.5)	11 (2.0)	23 (4.2)		
	피부성형	23 (4.2)	10 (1.8)	6 (1.1)	22 (4.0)	61 (11.1)		
	뿔뿔히발힘	34 (6.2)	34 (6.2)	27 (4.9)	56 (10.2)	151 (27.4)		
	주변사람만	31 (5.6)	31 (5.6)	15 (2.7)	45 (8.2)	122 (22.1)		
	몰어보는사람	44 (8.0)	40 (7.3)	22 (4.0)	75 (13.6)	181 (32.8)		
사실 여부	알리지않음	27 (4.9)	25 (4.5)	14 (2.5)	18 (3.3)	84 (15.2)	15.692	.206
	절대로안알림	3 (0.5)	3 (0.5)	4 (0.7)	3 (0.5)	13 (2.4)		

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

Chi-Square

V. 고찰

외모지상주의 풍토가 지배하는 사회에 살고 있는 여성들은 치열한 경쟁사회에서 살아남기 위한 생존 전략 중 하나로 외모를 꼽을 수 있다. 대다수의 여성들은 외모를 필수라고 생각하고 있으며 상대방의 피부나 몸매를 통해 생활수준도 짐작할 수 있다고 생각한다. 이렇게 사회에 만연하게 퍼져있는 외모에 대한 사람들의 인식은 다른 사람들로 하여금 자신의 외모를 더욱 가꾸게 하는 원동력이 되기도 한다. 여성에게 외모란 자신의 가치를 증명하고 개선하며 과시하는 하나의 상징적인 자원으로(Silverman, 1945), 자신의 외모를 긍정적으로 생각하는 사람은 자신감과 자아존중감이 높으며(Sarwer 등, 1998), 자아존중감이 높은 여성은 자신의 매력에 긍정적인 태도를 보이게 되어(O'Grady, 1989) 보다 적극적인 외모관리 행동을 한다고 하였다. 외모는 타인과의 상호 작용이 일어나지 않는 상태에서 인상을 형성하는 데 영향을 주는 중요한 변인으로(김경호, 2008), 이 시대가 만들어 놓은 미적 기대치에 부응하기 위해(안채리, 2011), 정신적·물질적으로 자신의 외모에 많은 시간과 비용을 투자하며 자신의 경쟁력을 높이기 위한 노력을 하는 것이다(Rudd 등, 2000).

라이프스타일 구성요인으로 과시욕구, 유행추구, 평등적 사고를 집단분류로 나눈 결과 4개의 집단으로 최적화하여 4개의 집단을 저소비추구, 과소비추구, 합리적추구, 유행추구로 명명하여 분석을 하였다. 김경숙(2012)의 연구에서는 라이프스타일 요인을 기준으로 한 집단 구분이 과시소비형, 자기관리형, 자기중심형으로, 박주현(2010)의 연구에서는 경제·실용, 유행추구, 보수·전통으로 분류하였고, 연령이 낮을수록 경제·실용 집단, 유행추구집단 순으로 높게 나타나 합리적추구 요인과 유행추구 요인에서 본 연구와 유사함을 알 수 있었다. 또한 이재은(2011)의 연구에서는 라이프스타일을 기준으

로 한 집단 구분이 평등적사고형, 과시적 사고형, 합리적사고형으로 본 연구의 모든 집단 요인과 유사하였다.

피부에 관한 관심의 경우 전체 평균 3.5점으로 조사되었는데($p < 0.001$), 김현주(2011)의 연구와 이해원(2009)의 연구에서도 피부관리에 대한 관심도가 5점 만점 중 전체 평균이 각각 3.75, 4.19로 관심도가 높게 나타났다. 좋은 피부의 중요도에서는 전체 평균 4.12점 순으로($p < 0.001$), 문희정(2010)의 중년여성의 외모평가와 피부건강관리 태도에 관한 연구에서 피부건강상태가 좋을수록 외모평가에 대해 3.28점으로 유사함을 알 수 있었다. 클렌징의 중요성은 전체 평균 3.58점으로($p < 0.001$), 김명숙(2012)의 시니어 여성의 외모관리 행동 실태 중 클렌징과 클렌징 폼으로 이중 세안을 한다 3.65점으로 높게 나타났다. 다이어트 경험의 전체 평균은 3.59점으로($p < 0.001$), 이경숙(2007)의 성인여성의 외모관심도에서 체중을 줄이기 위해 다이어트 경험이 있다 3.91점으로 조사되어 여성들은 피부 관리와 다이어트에 많은 관심이 있음을 알 수 있었다. 또한 미용성형의 긍정성의 전체 평균은 3.68점 순으로($p < 0.001$), 허은숙(2011)의 대학병원 간호사들의 미용성형에 대해 긍정적으로 생각한다 3.22점이었으나, 장혜영(2012)의 여성공무원들을 대상으로 조사한 연구에서는 그다지 긍정적이지 않음 3.44점으로 조사되어 본 연구와 차이를 나타냈다.

헤어 관리에 관한 외모관리 행동에서 헤어스타일의 변화시기에서는 헤어스타일 정리를 위해서(215명, 39%)와 계절의 변화(188명, 34.1%)순으로 조사되었다($p < 0.001$). 이는 이정희(2005)의 연구에서는 여대생의 헤어스타일 변화 계기에 대해 계절의 변화(45.1%), 지지분해서(29.5%)로 본 연구와는 유사하였으나, 김향원(2011)의 여성의 헤어스타일 변화 시기에서는 기본전환(14.7%)과 정기적인 방문(30.6%)로 본 연구와 다소 차이를 보였다. 이와 같은 결과는 대부분의 여

성은 단정하고 깨끗한 이미지를 추구하기 때문에 한 번씩 헤어스타일 정리를 한다고 볼 수 있겠으며, 심리적인 변화에 따라서도 헤어스타일이 달라질 수 있음을 알 수 있었다. 헤어숍 선택 시 영향 부분에서는 지인의 추천(138명, 25%)과 서비스가 좋은 곳(134명, 24.3%)이 과반수 정도를 차지하였는데 ($p < 0.001$), 석미영(2012)의 연구에서는 취업지원자의 헤어숍 선택 시 고려사항을 보면 디자이너의 기술력(45.6%)과 가격(23.9%)의 순으로 조사되었으며, 김진아(2011)의 미용전공 여대생의 헤어스타일에 관한 연구에서는 좋은 서비스(34.5%)와 저렴한 가격(18.5%)이 높게 보고되어 본 연구 다소 차이를 보였다. 이는 미용실은 좋은 서비스와 디자이너의 기술력, 저렴한 가격 모두 헤어숍 선택에서 가장 중요한 요인임을 알 수 있었다.

헤어숍 방문 목적에서는 커트(209명, 37.9%)와 펌(186명, 33.8%)이 방문목적으로 가장 높게 조사되었다($p < 0.001$). 이광복(2009)의 소비자의 헤어숍 이용태도의 연구에서 주 이용 목적으로 커트(62.6%), 펌(21.2%) 순으로 본 연구와 유사하였으나, 김향원(2011)의 연구에서는 여성이 헤어스타일로 이미지 변신 시 가장 많이 택하는 시술 방법으로 펌(38.2%), 커트(35%)로 보고하여 본 연구와 다소 차이를 보였다. 이는 대부분의 여성이 커트와 펌을 위주로 헤어숍을 방문하는 것을 알 수 있었으며, 심리적 변화에 따라 헤어스타일을 변화시키고 좋은 서비스와 디자이너의 기술력, 저렴한 가격을 가장 중요한 요인으로 생각하고 있음을 알 수 있었다.

주관적 판단에 의한 피부유형은 복합성 피부(207명, 37.6%), 건성 피부(146명, 26.5%)순으로 조사되었다($p < 0.001$). 이는 김수빈(2008)의 여성들의 피부미용에 관한 인식 연구에서 여성들의 피부유형에 대해 살펴본 결과 복합성 피부(29.6%)가 가장 많았던 보고와 일치하였다. 반면 김현주(2011)와 장혜영(2012) 박봉선(2012)의 여성들의 피부유형에 관한 연구 결과에서는 건성 피부가

44.3%, 37.5%, 33.9% 으로 가장 높게 나타나 본 연구와는 차이를 나타냈는데, 이는 연령이 낮을수록 피지분비량에 의한 트러블 피부 때문에 복합성 피부로 생각하며, 연령이 높을수록 피부 진피층의 콜라겐 감소와 표피층의 수분이 감소하여지므로 건성 피부로 생각하는 것으로 보여진다.

피부를 관리하는 방법으로 개인관리가 233명(42.3%), 피부 관리실 방문 116명(21.1%)이 높은 비율을 차지하여($p < 0.001$), 윤소영(2007)의 연구에서 대부분 개인관리(76.2%)와 다음으로 피부 관리실 방문(11.4%)으로 본 연구와 유사하였다. 또한 이혜원(2009)의 연구에서도 여성들의 피부 관리 방법에 대해 개인관리(47.6%)가 가장 높았지만 관리하지 않는 경우(22.3%)도 나타났다. 이는 피부관리는 연령이 낮을수록 생활습관 및 스트레스 때문인 트러블성 피부가, 연령이 높을수록 노화피부가 되지 않기 위한 안티에이징 관리를 위해 전문가의 관리가 필요할 것이므로 관리실을 이용하는 것으로 생각된다. 월 지출비용에서는 10만원이하(164명, 29.8%)가 가장 높게 나타났다($p < 0.001$). 김수빈(2008)의 5만원 이하를 피부 관리에 투자하는 여성이 54.3%로 높게 나타나 본 연구와 일치하였다. 이처럼 여성들은 연령에 따라 복합성 피부와 건성 피부가 가장 많은 것으로 조사되었으며, 피부 관리 방법으로는 개인관리가 대부분을 차지하였으며 그에 따라 피부 관리 비용이 많이 들지 않는 것을 알 수 있었다.

메이크업의 외모관리 행동에서는 추구하는 이미지는 자연적이고 청순한 이미지 209명(37.9%)와 세련되고 지적인 이미지 158명(28.7%)가 가장 높게 조사되었다($p < 0.001$). 이는 윤소영(2007)의 연구에서도 여대생들이 화장할 때 추구하는 이미지가 자연적이고 청순한 이미지(36.7%)와 세련되고 지적인 이미지(23.4%)순 이였고, 김민정(2011) 역시 여대생들은 깨끗하고 청순한 이미지(50.1%)를 가장 선호하였으며, 다음으로 지적인 이미지(26.6%)로 조사되어

본 연구와 유사함을 알 수 있었다. 평소 화장의 항목에서는 전체화장을 한다(194명, 35.2%)의 문항이 가장 높게 조사되었으며, 기초화장만 한다(138명, 24.5%)가 그 뒤를 이었다($p < 0.001$). 이는 김혜종(2009)의 시판 화장품의 구매형태 및 성향에 관한 연구에서 평소 화장 정도는 전체화장(36.9%)과 기초화장(35.3%) 순으로 본 연구와 일치하였으나, 최원석(2009)의 연구에서는 성인여성의 화장 정도를 봤을 때 기초 화장만 한다(48.4%)가 가장 높게 나타났으며, 윤소영(2007)의 연구에서의 여대생들은 부분화장이(30.3%) 가장 높게 조사되어 본 연구와 차이를 나타냈다. 이와 같은 결과는 조사대상자의 직업에 따라 달라지는 것으로 보인다. 지출비용에서는 5만원 이하(282명, 51.2%)가 과반이상을 차지하였으며, 11~20만원(142명, 25.8%) 순으로 조사되었다($p < 0.001$). 이는 장혜영(2012)의 연구에서 여성공무원들은 화장품 월 평균 지출 비용으로 3만원 미만(29.1%), 3~5만원 미만(28.9%)으로 과반이상을 차지해 본 연구와 일치하였으나, 김수진(2009)의 여성소비자들의 화장품 선호도 및 구매의도에 관한 연구에서는 평균 한 달 사용하는 구매비용을 보면 15만원(46.2%), 5~10만원(30.6%)의 순으로 본 연구보다는 높은 지출비용을 나타냈다. 이와 같은 결과는 조사대상자의 수입에 따라 지출비용에서 차이를 내는 것으로 보인다.

체형 관리에 관한 외모관리 행동에서는 가장 고민부위로 복부(285명, 51.7%)와 허벅지 169명(30.7%)로 조사되었다($p < 0.001$). 이는 임윤희(2011)의 40~50대 여성을 대상으로 라이프스타일에 따른 체형관리 행동에서 가장 큰 문제점을 분석한 결과 복부 및 허리(61.9%)로 과반이상을 나타냈으며, 최선미(2011)의 연구 역시 성인여성을 대상으로 비만관리 실태를 조사한 결과 자신의 비만 타입에 대해 복부비만이라고 인식하는 여성(39.7%)이 가장 높게 조사되었다. 이와 같은 결과는 연령이 낮을수록 학생이나 직장인은 앓아 있는 시간이 많으므로 다리나 하체에 살이 찌기 쉬우며, 연령이 높을수록 호르

문의 변화 때문에 복부 지방이 증가하기 때문에 대부분의 성인여성 고민으로 보인다. 체형 관리 시 동반되는 후유증의 경우 후유증 무경험자(176명, 32.7%), 스트레스 78명(14.2%)으로 나타났다($p < 0.001$). 이것은 임성혜(2010)의 젊은 여성의 체형관리 중 동반되는 후유증과 장미숙(2010)의 여성의 체형관리 중 부작용 경험증상 모두 경험한 적 없음이 각각 37.5%, 19.8%로 가장 높게 나타났으며 뒤를 이어 어지럼증이 각각 25%와 14.2%로 조사되어 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다. 이와 같은 결과는 대부분 부작용 증상을 알아차리지 못하거나 약간의 빈혈증상이 나타나는 것으로 보인다. 체형 관리를 위해 하는 행동에서는 운동(243명, 44.1%), 체형관리실(132명, 24%) 순으로 조사되었는데($p < 0.01$), 이는 김민주(2010)의 연구에서는 젊은 여성을 대상으로 비만관리 방법 중 좋았던 방법에 대해 헬스 운동(41.8%)이 가장 높게 조사되었고, 다음으로 피부 비만관리실(27.9%)로 본 연구와 일치하였으며, 최선미(2011)의 연구에서는 성인 여성들이 받아 본 비만 및 체형관리 종류 중 운동(30.5%)이 가장 많았으며, 그다음 식이요법(14.8%)의 순으로 조사되어 본 연구와 유사하였으나, 임윤희(2011)의 중년여성을 대상으로 한 체형관리 행동 연구에서는 관리 안 함(45.5%), 운동요법(31.2%)으로 조사되었고, 홍연숙(2005)의 성인여성의 체형 관리의 연구에서는 마사지(42.15%), 운동(33.96%) 순으로 조사되어 본 연구와 차이를 보였다. 이와 같은 결과는 대부분 여러 가지 운동을 통해 다양한 체형관리를 하며, 전문적이고 체계적인 관리가 필요할 시에는 체형관리실을 이용하는 것으로 보이며, 대부분의 성인 여성들은 체형 중 고민부위로 복부가 가장 신경 쓰인다고 하였으며, 체형관리 시 동반되는 후유증은 거의 나타나지 않지만 약간의 어지럼증과 스트레스 증상을 보였다.

미용성형에 관한 외모관리 행동에서는 미용성형을 경험했거나 원하는 미용성형부위로는 눈 162명(29.4%)과 코 119명(21.6%)이 가장 높은 비율을 차지

하였다($p < 0.001$). 이는 장혜영(2012)의 연구에서는 여성공무원이 눈 성형(61.5%), 코 성형(16.7%)을 가장 많이 하였다 하였고, 윤지연(2007)의 연구에서도 항공사 승무원들은 눈 성형(62.6%)과 코 성형(11.3%)으로 본 연구와 유사하였다. 미용성형에 대한 인식에서는 자신이 원하면 할 수 있다(297명, 53.9%)가 응답자의 과반수이상을 차지하였으며, 도움이 되는 수술(103명, 18.7%)이 뒤를 이었다($p < 0.001$). 이것은 김화숙(2011)의 연구에서의 여성의 미용성형수술에 관한 인식에서 본인이 원하면 할 수 있다(39.3%), 도움이 되거나 필요하다면 해야 한다(30.8%)의 순으로 조사되었으며, 윤소영(2007)의 연구에서는 여대생의 미용성형에 대한 인식을 살펴본 결과 자신이 원하면 할 수 있는 수술(58.6%), 도움이 되는 수술(19.4%)의 순으로 본 연구와 일치하였다. 종합적으로 봤을 때 성인 여성들은 눈 성형과 코 성형을 가장 많이 하고 있으며, 미용성형에 대해 자신이 원하면 할 수 있는 수술로 긍정적으로 인식하고 있다.

그러므로 본 연구에서는 현대 여성들의 미용에 대한 소비자 행태에 대해서 알아보고 연령별 라이프스타일에 따른 미용관리에 대한 인식, 그들의 전반적인 외모관리 행동에 관한 실태를 알아봄으로써 정확한 지식과 정보를 제공함과 동시에 올바른 외모관리 행동을 갖게 하려는데 교육적 의미가 있다.

VI. 결론 및 요약

본 연구는 20세~40세 미만의 성인여성을 대상으로 연령별 라이프스타일 유형에 따른 미용 관리에 대한 인식과 헤어 관리, 피부 관리, 메이크업 관리, 체형 관리, 미용성형 관리에 관한 전반적인 외모관리 행동을 살펴보았다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 평균연령은 33.54세로 20대(185명, 33.6%)가 가장 높았고 30대(184명, 33.4%), 40대(182명, 33.0%) 순으로 나타났다. 혼인은 미혼(309명, 56.1%)이 기혼(237명, 43.0%)보다 높게 조사되었다. 학력의 경우 대학교 졸업(254명, 46.1%), 대학원 이상(110명, 20.0%)으로 대졸 이상의 학력자가 364명(66.1%)으로 고학력으로 나타났으며, 직업은 전문직 여성(153명, 27.8%)의 경우가 가장 높게 나타났으며 다음으로 전업주부(129명, 23.4%), 학생(111명, 20.1%)으로 조사되었다. 또한 월 소득은 전체평균 223.57만원으로 조사되었다.

2. 전체 평균 수면시간은 6.811시간으로 대부분 5~6시간(163명, 29.6%), 6~7시간(164명, 29.8%)에 집중되어 있다. 흡연은 비흡연(492명, 89.2%), 흡연자(59명, 10.7%)로 평균 흡연기간이 11.339개월을 나타냈으며, 하루의 8.81개비의 흡연량을 나타냈다. 음주 횟수를 봤을 때 전체 평균 1.936회로 주 1~2회(207명, 37.6%)로 술자리가 가장 높았으며, 맥주 500ml를 기준으로 전체 평균 2.191잔으로 1~2잔(145명, 26.3%)이 가장 높게 조사되었다. 운동 횟수와 운동량은 전체평균 2.819회, 47.61분이며, 주 2~3회(153명, 27.8%), 30~40분(115명, 20.9%)이 가장 높게 나타났다. 수분섭취량은 200ml를 기준, 전체평균 5.13잔으로 5~6잔(167명, 30.3%), 3~4잔(149명, 27%) 순으로 조사되었다.

3. 라이프스타일 구성요인으로는 과시욕구형, 유행추구형, 외향적추구형, 건강추구형, 평등적사고형 다섯 가지 유형을 분석한 결과 신뢰도 분석에서 과시욕구형, 유행추구형, 평등적사고형만 군집 분석에 사용되었으며, 과시욕구, 유행추구, 평등적 사고를 집단분류로 나눈 결과 4개의 집단으로 최적화하여 4개의 집단을 저소비추구, 과소비추구, 합리적추구, 유행추구로 가정하고 분석을 하였다. 브랜드 인식도에서는 평균 2.81점으로 20대>30대, 40대의 순으로 조사되었으며($p<0.01$), 연예인의 미용관심도는 평균이 2.88점으로 20대>30대>40대 순으로 나타났다($p<0.001$). 식품섭취 시 영양가고려에서는 전체 평균이 3.06점으로 40대>30대>20대 순으로($p<0.001$), 남성의 가사참여는 평균이 4.34점으로 20대>30대, 40대 순으로 조사되었다($p<0.001$). 고가제품 선호의 경우는 평균 3.08점으로 과소비추구>합리적추구, 유행추구>저소비추구 집단 순을 보였다($p<0.001$). 규칙적인 운동은 평균이 2.68점으로 과소비추구> 저소비추구, 합리적추구, 유행추구 집단 순서를 나타내었다($p<0.001$).

4. 피부에 관한 관심의 경우 전체 평균 3.5점으로 20대, 40대>30대순으로 조사되었으며($p<0.05$), 좋은 피부의 중요도에서는 전체 평균 4.12점으로 20대>30대, 40대 순으로 나타났다($p<0.01$). 클렌징의 중요성은 전체 평균 3.58점, 다이어트 경험의 전체 평균은 3.59점으로 과소비추구>유행추구>저소비추구, 합리적 추구 집단의 순서로 조사되었으며($p<0.001$), 미용성형의 긍정성의 전체 평균은 3.68점으로 과소비추구, 유행추구>저소비추구, 합리적추구 집단 순을 보였다($p<0.001$).

5. 헤어 관리에 관한 외모관리 행동에서 헤어스타일의 변화 계기에서는 헤어스타일 정리(215명, 39%)가 저소비추구>유행추구>과소비추구, 합리적추구 집단 순으로 가장 높게 조사되었으며($p<0.001$), 헤어숍 선택 시 영향 부분에서는 지

인의 추천(138명, 25%)이 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순으로 나타났다($p<0.001$). 헤어숍 방문 목적에서는 커트(209명, 37.9%)와 펌(186명, 33.8%)을 하기 위하여 방문하며 각각 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 집단 순서로 나타났다($p<0.001$).

피부 관리에 관한 외모관리 행동에서 주관적 피부유형에서는 복합성 피부(207명, 37.6%)로 생각하는 경우 30대>20대>40대로 가장 많이 조사되었다($p<0.001$). 피부를 관리하는 방법에서는 개인관리(233명, 42.3%)가 20대>30대>40대의 순으로 높은 비율을 보였으며($p<0.001$), 월 지출비용에서는 10만원 이하(164명, 29.8%)로 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구 그룹 순서로 나타났다($p<0.001$).

메이크업의 외모관리 행동에서 추구하는 이미지는 자연적이고 청순한 이미지(209명, 37.9%)가 30대>20대>40대의 순으로 가장 높게 나타났으며($p<0.001$), 평소 화장의 항목에서는 전체화장을 한다(194명, 35.2%)가 과소비추구>유행추구>저소비추구>합리적추구 집단 순을 보였다($p<0.001$). 또한 지출비용에서는 5만원 이하(282명, 51.2%)가 그룹별로 봤을 때 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적 추구의 순서로 조사되었다($p<0.001$).

체형 관리에 관한 외모관리 행동에서는 가장 고민부위로 복부(285명, 51.7%)가 40대>30대>20대로 가장 높았으며($p<0.001$), 체형 관리 시 동반되는 후유증은 후유증 무경험자(176명, 32.7%), 스트레스 78명(14.2%)으로 각각 20대>30대>40대의 순으로 나타났다. 체형 관리를 위해 하는 행동의 항목에서는 운동(243명, 44.1%)이 유행추구>저소비추구>과소비추구>합리적추구의 집단 순으로 조사되었다($p<0.01$).

미용성형에 관한 외모관리 행동에서는 미용성형을 경험했거나 원하는 미용성형부위로는 눈 성형 (162명, 29.4%)이 가장 높은 비율로, 40대>20대>30대의 순으로 조사되었다($p<0.001$). 미용성형에 대한 인식에서는 자신이 원하면 할 수 있다(297명, 53.9%)가 응답자의 과반수이상을 차지하였으며, 유행추구>과소비추구>저소비추구>합리적추구 집단 순서를 보였다($p<0.001$).

따라서 본 연구에서는 성인여성의 라이프스타일에 따른 미용·외모관리 행동에 관한 연구를 통해 그들의 올바른 미용·외모관리행태와 여성의 미용마케팅에 활용하고자 한다.

참고 문헌

- 강진성, 성형외과학, 대구: 계명대학교 출판부, 1988
- 권구정, 『MAKE UP ICON』, 청구문화사 서울, 2009
- 김경호, 이미지메이킹의 이론과 실제, 높은 오름, 서울, 2008
- 김귀정, 김향은, 김효정, 노희영, 정혜령, 진유리, 실전메이크업, 청구문화사, 2007
- 김동기, 현대마케팅원론, 서울: 박영사, 1993
- 이영철, 라이프스타일에 따른 시장세분화 및 소비행동분석, 서울: 대흥기획, 1997
- 이화순, 장미순, 조기여, 이운현, 황지호, 『MAKE UP 美學1』, 서울: 경춘사, 2010
- 강경애, 헤어스타일에 따른 직업별 선호도 조사 연구, 미용교육연구, Vol.2, No.1, 2007
- 김남연, 고객의 특성에 따른 피부관리실 고객만족도 연구, 대한피부미용학회지 제8권 제4호, 2010
- 김명숙, 전현진, 강수경, 시니어 여성의 웰빙 인식이 외모관리행동에 미치는 영향, 한국미용학회지, Vol.18 No.3, 2012
- 김수진, 정순희, 여성소비자들의 화장품 선호도 및 구매의도에 관한 연구, 소비자정책교육연구, Vol. 5, No.1, 2009
- 김진아, 김성남, 신체만족도에 따른 헤어스타일 행동에 관한 연구, 대한 피부미용학회지, Vol.8 No.4, 2010

- 남미우, 김수연, 직장남성의 라이프스타일에 따른 피부지식도 및 화장품 구매 행동에 대한 연구, 대한피부미용학회지 Vol.8 No.2, 2010
- 박옥련, 박주현, 여성의 라이프스타일 집단에 따른 외모관심도에 관한 연구, 한국생활과학회지 Vol.18 No.6, 2009
- 백인선, 홍병숙, 직장인의 외모관리에 대한 사회비교가 외모정보활용·외모관리 및 패션상품구매에 미치는 영향관리 및 패션상품구매에 미치는 영향, 한국의류학회 학술대회논문집, Vol. 2007, No.1
- 신현옥, 천혜정, 중학생의 외모에 대한 만족도, 외모에 대한 관심 및 외모 콤플렉스가 외모관리행동에 미치는 영향, 소비자정책교육연구, Vol.4 No.2, 2008
- 안채리, 조찬휘, 임은진, 남자대학교의 신체이미지가 외모관리행동에 미치는 영향, 대한피부미용학회지, Vol.9, No.4, 2011
- 오 별, 김성남, 이중민, 진용미, 청소년의 뷰티관심도와 정보관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향, 한국미용학회지, Vol.18, No.3, 2012
- 이민영, 강경호, 여대생의 미의식에 따른 미용 관리 행동에 관한 연구: 피부관리, 체중조절, 미용성형 행동 중심으로, 한국피부미용향장학회지, Vol.4 No.2, 2009
- 이상현, 유창조, 최성문, 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매행동과 추구가치에 관한 연구, 한국심리학회지, 6(3), 2005
- 이혜원, 김주덕, 여성들의 피부관리에 대한 인식 및 선호도에 관한 연구, 한국미용학회 추계학술발표회, Vol.2009 No.-, 2009
- 최미혜, 김주덕, 연령별로 본 여성의 미의식 및 미용성형수술에 대한 인지도 연구, 한국미용학회지, Vol.13 No.2, 2007
- 현 진, 강신겸, 문화소비성향과 라이프스타일에 따른 문화시설의 관객 세분화, 문화경제연구, Vol.15, No.2, 2012

- 공영희, 중년여성의 헤어스타일이 자아존중감 및 신체만족도에 미치는 영향, 중부대학교 대학원 석사학위논문, 2012
- 김경숙, 여성 라이프스타일의 유형에 따른 헤어스타일 추구혜택과 관심도 및 선호도에 관한 연구, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2012
- 김미리, 소비자의 라이프스타일과 스타마케팅 관심도 및 헤어행동 간의 관련성 연구, 경성대학교 일반대학원 박사학위논문, 2012
- 김민정, 라이프스타일에 따른 미혼 직장남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비 행동, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2012
- 김민주, 20~30대 여성들의 비만관리에 대한 인식과 관리행태 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2010
- 김민지, 외모가 현대 사회의 성공에 미치는 영향에 대한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2008
- 김수빈, 여성들의 피부미용에 대한 인식과 관리에 대한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2008
- 김수진, 여대생의 피부건강관리행동과 식생활행동에 영향을 미치는 외모관심에 대한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2008
- 김승아, 여성의 라이프스타일에 따른 피부건강관리에 대한 지식 및 태도, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2008
- 김영주, 화장품산업의 마케팅전략을 위한 외제화장품 선호집단의 라이프스타일에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2011
- 김향원, 여성의 헤어스타일이 이미지에 미치는 영향에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2011
- 김현정, 여성들의 성격유형에 따른 헤어스타일 선호도에 관한연구, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2011

- 김현주, 여성들의 피부관리에 대한 실태 및 선호도에 관한 연구, 숙명여자대학교, 원격대학원 석사학위논문, 2011
- 김혜중, 시판화장품의 구매 형태 및 성향에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2009
- 김화숙, 성인남녀의 외모와 미용성형수술에 관한 인식 및 관심도, 서경대학교 대학원 석사학위논문, 2011
- 김희숙, 직장남성의 라이프스타일에 따른 피부지식도 및 화장품구매 행태에 대한 연구, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2009
- 문희정, 중년여성의 외모지향성 및 외모평가와 피부건강관리태도에 대한 연구, 충남대학교 의류학과 석사학위논문, 2010
- 박봉선, 여성들의 생활습관과 안면 피부상태와의 관련성 연구, 계명대학교 대학원 박사학위논문, 2012
- 박주현, 여성의 라이프스타일 유형별 외모관리 행동연구, 경성대학교 대학원 박사학위논문, 2010
- 변선주, 미용성형과 피부미용의 효용성 및 인식도 비교분석을 통한 피부미용의 발전방향 연구, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문, 2011
- 서은혜, 자기에 성향, 신체의식과 외모관리행동 및 화장의 심리적 효용의 관계 연구, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문, 2011
- 서화순, 중년여성의 미용관심도와 헤어스타일 선호도 연구, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2010
- 석미영, 취업자원자의 외모관리행동에 대한 지불의사 연구, 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문, 2012
- 안미숙, 안면피부상태의 자가인식에 따른 피부건강관리행동에 관한 연구, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문, 2011

- 윤성호, 라이프스타일에 따른 패밀리 레스토랑 선택속성에 관한 연구, 동아대학교 경영대학원 석사학위논문, 2011
- 윤소영, 여대생의 외모관리에 대한 의식 태도 연구: 헤어, 피부, 화장, 미용성형을 중심으로, 한남대학교 대학원 석사학위논문, 2007
- 윤지연, 항공사 여승무원의 외모관리 행동과 화장품 사용실태, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2007
- 이광복, 헤어숍 인적서비스에 대한 소비자 태도 연구, 경일대학교 대학원 석사학위논문, 2009
- 이수정, 항공사 승무원 지원자들의 미의식과 외모관리행동에 대한 지불의사 연구, 부경대학교 경영대학원 석사학위논문, 2011
- 이재은, 라이프스타일에 따른 젊은 여성의 화장품 구매형태, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문, 2011
- 이경숙, 성인여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동에 관한 연구, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2007
- 이정아, 성형에 대한 인식과 외모 가꾸기의 긍정적 효과와의 관계, 고신대학교 보건대학원 석사학위논문, 2009
- 이정희, 여대생의 헤어라이프스타일에 따른 헤어디자인 선호도, 대구대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2005
- 이주영, 여성의 외모관리행동에 대한 자아존중감과 정보탐색에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2012
- 임성혜, 젊은 여성의 체형인식에 따른 체형관리 행태와 식행동에 관한 연구, 성신여자대학교 석사학위논문, 2010
- 임윤희, 40~50대 여성의 라이프스타일에 따른 피부 및 체형관리행동, 광주여자대학교 대학원 석사학위논문, 2011

- 장미숙, 여성의 외모관리와 체형관리가 자기효능감과 자아존중감에 미치는 영향, 대구한의대학교 대학원 박사학위논문, 2010
- 장혜영, 여성공무원의 외모관리 인식과 관리행동에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2012
- 채유진, 배우자의 외모관리행동이 결혼만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 동덕여자대학교 비만이용향장대학원 석사학위논문, 2011
- 최선미, 성인여성의 비만관리 실태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2011

ABSTRACT

Behavioral Study of Beauty, Appearance Management According to Life style of Adult Women

Cha Hye Rim

Skincare and obesity management major

Health Welfare Department

Graduate School of Lifetime Welfare

Sungshin Women's University

This study aims to figure out the perception of beauty care according to life style of adult women and investigate overall appearance management practices including hair care, skin care, make-up, body shape, plastic surgery.

The average age of surveyed women was 33.54 and their life styles were classified into 4 groups for analysis: pursuit of low consumption group, pursuit of excessive consumption group, pursuit of reasonable consumption group, pursuit of fashion group. In brand awareness, the average was 2.81 in the order of 20s, 30s, 40s ($p < 0.001$). In the interest level in celebrities' beauty care, the average was 2.88 in the order of 20s, 30s, 40s ($p < 0.001$).

In appearance management practices relating to hair care, the motivation for hair style change was tidiness, and this response was the highest in the pursuit of low consumption group, followed by pursuit of fashion group,

excessive consumption group, pursuit of reasonable consumption group in sequence ($p < 0.001$). In appearance management practices relating to skin care, many believed they had combination skin type and this response was the highest in the 30s, followed by 20s, 40s in sequence ($p < 0.001$). In appearance management practices relating to make-up, the most pursued image was natural and innocent image, and this response was the highest in the 30s, followed by 20s, 40s in sequence ($p < 0.001$). In appearance management practices relating to body shape, the most concerned body part was abdomen, and this response was the highest in the 40s, followed by 30s, 20s in sequence ($p < 0.001$). In terms of plastic surgery, the most wanted or experienced part for plastic surgery was eye, and this response was the highest in the 40s. They took the positive view that they can get it if they want to.

Therefore, the educational meaning of this study lies in providing accurate knowledge and information and promoting proper appearance management practices through the investigation of beauty behavior among modern women as consumers and their perception of beauty care according to their lifestyle, their overall appearance management practices.

설문지

안녕하십니까?

본 설문지는 성인여성의 라이프스타일에 따른 미용·외모관리 행동에 관한 연구를 위한 기초자료를 얻고자 작성된 것입니다.

귀하께서 답해주신 질문 조사의 내용은 순수한 학술 목적으로 사용하고자 작성되었습니다.

또한, 개인의 응답내용은 무기명으로 비밀에 대한 보장을 확실하게 약속드립니다.

각 문항을 잘 읽으신 후 평소에 생각하신대로 솔직하게 응답해 주시기 바라며 질문에 대한 응답이 하나라도 빠지면 연구 자료로 사용될 수 없으므로 하나도 빠짐없이 응답해 주시기 바랍니다.

다시 한 번 연구에 협조해 주신데 대하여 진심으로 깊은 감사를 드립니다.

2012년 4월

성신여대 생애복지대학원
건강복지학과 피부 비만관리학 석사과정

연구자 : 차혜림

지도교수 : 이은혜

I. 다음은 일반적 사항에 관한 내용입니다. (해당사항에 V 표시하여 주십시오.)

1. 귀하의 연령은? () 세
2. 귀하의 결혼 유무는?
① 기혼 ② 미혼 ③ 기타
3. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?
① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학교(전문대포함)졸업
④ 대학원이상 ⑤ 기타
4. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
① 학생 ② 전업주부 ③ 전문직 ④ 사무직 ⑤ 서비스직 ⑥ 기타()
5. 귀하의 월 평균 소득은 어떻게 되십니까? () 만원

6. 귀하는 하루 평균 몇 시간 정도 주무십니까? () 시간
7. 귀하가 흡연을 하신다면 흡연기간과 흡연량은 어떻게 되십니까?
 흡연기간 ()개월, 1일 () 개피
8. 귀하가 음주를 하신다면 음주습관은 어떻습니까? (500ml 맥주기준)
 주 () 회, 1회 () 잔
9. 귀하의 운동습관은 어떻습니까? 주 () 회, 1회 () 분
10. 귀하가 식사 외 섭취하는 물의 섭취량은 어떻게 되십니까? (한잔 200ml 기준)
 1일 () 잔

II. 라이프스타일에 관련된 질문입니다. (해당사항에 “V” 표 해 주십시오)

문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 값이 비싸더라도 수입제품을 선택하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 부담이 되더라도 유명브랜드를 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 유명상표에 더 신뢰감이 간다.	①	②	③	④	⑤
4. 제품은 비쌀수록 품질도 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5. 행복하게 살기 위해서는 우선 물질적으로 풍족해야 한다.	①	②	③	④	⑤
6. TV, 잡지 등의 패션정보에 관심이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
7. 새로운 상품이 나오면 친구보다도 먼저 사는 일이 흔하다.	①	②	③	④	⑤
8. 제품 브랜드를 남들보다 더 많이 아는 편이다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 연예인들이 사용하는 화장품과 그들의 화장에 관심을 갖고 보는 편이다.	①	②	③	④	⑤
10. 마음에 드는 제품이 있으면 곧 사용하지 않아도 구입한다.	①	②	③	④	⑤

문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
11. 휴일에 집에 있기 보다는 외출하기를 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
12. 서클이나 모임에 적극 참여한다.	①	②	③	④	⑤
13. 내가 속한 집단의 리더가 되기를 원한다.	①	②	③	④	⑤
14. 나는 어떤 일이든 잘 해낼 수 있는 자신감이 있다.	①	②	③	④	⑤
15. 음식을 먹을 때 영양가를 고려해 섭취하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
16. 항상 칼로리를 계산하며 먹는다.	①	②	③	④	⑤
17. 인스턴트식품을 자주 먹는다.	①	②	③	④	⑤
18. 건강이나 미용을 위해서 운동을 규칙적으로 한다.	①	②	③	④	⑤
19. 취업 시 남녀에게 동등한 기회가 주어져야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
20. 남자도 가사를 도와주어야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 미용관리행동(인식도)들 묻는 문항입니다.(해당사항에 “V” 표 해 주십시오.)

외모관리에 대한 인식과 태도	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나의 모발상태(머리색, 머릿결)에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2. 헤어스타일이 사람의 인상·스타일을 결정짓는데 중요한 역할을 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 최신 유행 헤어스타일에 관심이 많으며, 잘 따라하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4. 피부 관리에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤

외모관리에 대한 인식과 태도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
5. 좋은 피부를 갖는다는 것은 외모관리에 있어 중요한 역할을 한다.	①	②	③	④	⑤
6. 일반적인 마사지·팩을 하면 효과가 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7. 피부문제로 인한 열등감이나 고민을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 나의 피부타입에 맞는 화장품·세안제품을 선택하는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤
9. 화장 안한 얼굴보다 화장한 얼굴이 더 보기 좋다.	①	②	③	④	⑤
10. 기능성 화장품을 꾸준히 사용하고 있다. (썬 크림, 영양크림, 수분크림, 아이크림 등)	①	②	③	④	⑤
11. 피부의 결점을 보완하기 위해서는 피부화장을 하는 것이 필요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
12. 나에게 어울리는 화장법을 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
13. 화장에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
14. 최신 유행 패턴이나 색상으로 색조화장을 즐겨한다.	①	②	③	④	⑤
15. 화장을 할 때보다 지을 때 더욱 신경을 쓴다.	①	②	③	④	⑤
16. 체중을 줄이기 위해 다이어트를 한 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
17. 다이어트를 위한 식품을 산 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
18. 체중 조절을 위해 사우나 또는 찜질방에 자주 간다.	①	②	③	④	⑤
19. 체형을 위해 보정속옷(올인원, 코르셋 등)을 입은 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
20. 미용성형은 성격을 긍정적으로 바꿀 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

IV. 외모관리 행동의 구체적인 방법을 묻는 문항입니다.

[헤어] 헤어 관리 행동에 대한 문항입니다. (해당사항에 한 가지만 V 해주세요.)

- 귀하는 헤어스타일 연출 시 가장 고려하는 부분은 무엇입니까?
① 얼굴형에 맞게 ② 자신에게 어울리는 이미지·스타일로 ③ 유행에 따라
④ 기분에 따라 ⑤ 자신이 가장 좋아하는 스타일로 ⑥ 없음
- 귀하가 헤어숍을 선택하는 데 가장 큰 영향을 주는 것은 무엇입니까?
① 유명 헤어숍 ② 유명 디자이너 ③ 서비스가 좋아서 ④ 가격이 저렴해서
⑤ 거리가 가까워서 ⑥ 주위사람의 추천
- 귀하의 헤어스타일에 변화를 주게 되는 계기는 무엇입니까?
① 유행에 맞추어서 ② 계절의 변화(심리상태) ③ 정리하기 위해서
④ 스트레스 해소를 위해 ⑤ TV, 잡지, 연예인을 보고
⑥ 친구나 주위사람의 권유로
- 귀하는 평균 얼마 만에 한번 헤어숍을 방문하십니까?
① 1주1회 이상 ② 2주 ③ 1달 ④ 2달 ⑤ 3달 ⑥ 4달 ⑦ 5~6달
⑧ 1년 이상 ⑨ 방문하지 않음
- 귀하가 주로 헤어숍을 방문하는 이유는 무엇입니까?
① 커트 ② 펌 ③ 염색 ④ 두피관리 ⑤ 클리닉 케어
- 귀하가 헤어숍 방문 시 월 평균 지출비용은 어떻게 되십니까? () 만원

[피부] 피부 관리 행동에 대한 문항입니다. (해당사항에 한 가지만 V 해주세요.)

- 귀하의 얼굴 피부는 다음 중 어디에 속한다고 생각하십니까? (주관적 판단)
① 건성 ② 중성 ③ 지성 ④ 복합성 ⑤ 민감성
- 귀하는 자신의 피부에 있어서 가장 큰 고민거리가 무엇입니까?
① 여드름 ② 기미, 주근깨, 검버섯 ③ 민감, 예민한 피부 ④ 피부색
⑤ 주름살 ⑥ 문제없음
- 귀하의 피부 관리 방법은 무엇입니까?
① 피부과·병원 방문 ② 피부 관리실 방문 ③ 개인관리 ④ 없음 ⑤ 기타()

[[체형]] 체형 관리 행동에 대한 문항입니다. (해당사항에 한 가지만 V 해주세요.)

1. 귀하가 체형관리를 위해 주로 하는 행동은 무엇입니까?
① 운동 ② 슬리밍 제품(지방분해크림) ③ 다이어트 약(한약, 양약) ④ 수술
⑤ 단식 ⑥ 다이어트 기기관리를 이용 ⑦ 체형관리실 ⑧ 식이조절 ⑨ 기타
2. 귀하가 체형 관리를 위해 노력을 하는 이유는 무엇입니까?
① 건강을 통한 성인병 예방 ② 주변 시선의 의식 ③ 몸매관리 ④ 취업
⑤ 이성교제 ⑥ 사회분위기
3. 귀하는 다음 중 어느 곳이 가장 빠른 시간에 체중감량 효과가 있다고 생각하십니까?
① 병원 ② 피부비만관리실 ③ 한의원 ④ 헬스장·수영장 ⑤ 단식원 ⑥ 반신욕
4. 귀하가 체중관리를 위해 다이어트 후 경험한 증상은 무엇입니까?
① 어지럼증 ② 전신 무력함 ③ 의욕상실 ④ 식욕부진 ⑤ 변비, 설사
⑥ 메스꺼움, 구토 ⑦ 스트레스 ⑧ 경험한 적 없다.
5. 귀하의 체형에서 가장 고민이 되는 부위는 어느 곳입니까?
① 팔 ② 허벅지 ③ 복부 ④ 옆구리
6. 체형관리를 위해 월 평균 지출비용은 어떻게 되십니까? 월 ()만원

[[미용성형]] 미용성형행동에 대한 문항입니다.(해당사항에 한 가지만 V 해주세요.)

1. 귀하께서 미용을 위해 성형을 하신 적이 있습니까?
① 미용성형 경험 있음 ② 미용성형 경험 없음
2. 귀하께서 생각하는 미용 성형이란 무엇입니까?
① 하면 도움이 되는 수술 ② 자신이 원하면 할 수 있는 수술
③ 필요한 사람은 꼭 해야 하는 수술 ④ 별로 필요 없는 수술
⑤ 허영심이나 사치심이 강한 사람만이 하는 필요 없는 수술
3. 귀하가 미용성형을 했다면(한다면) 그 이유는 무엇입니까?
① 남에게 아름답게 보이기 위해 ② 자신의 이미지·개성을 돋보이기 위해
③ 외모에 대한 콤플렉스를 해소하기 위해 ④ 자신의 만족을 위해
⑤ 취업·결혼 등에 큰 영향이 있다고 생각하기 때문 ⑥ 기타 ()

4. 귀하께서 미용을 위해 성형을 했다면(한다면) 어느 부위 입니까?

- ① 눈 성형 ② 코 성형 ③ 입술 성형 ④ 유방 성형 ⑤ 지방흡입술
- ⑥ 안면윤곽교정술 (턱, 이마, 광대뼈 등) ⑦ 치아성형 (미백 · 교정 · 보철 등)
- ⑧ 문신 · 속눈썹 연장술 ⑨ 피부성형(레이저박피, 보톡스, 점제거 등) ⑩ 없음

5. 귀하가 미용성형을 했다면(한다면) 사실여부를 어떻게 인정하십니까?

- ① 몇몇하게 알린다. ② 가까운 주위사람에게만 알린다.
- ③ 물어보는 사람에게만 솔직하게 대답한다. ④ 가급적이면 알리고 싶지 않다.
- ⑤ 절대로 알리지 않고 숨긴다.

-설문에 응해주셔서 감사합니다.-