

안 홍 석 교수지도  
석사학위청구논문

성인 여성의 라이프스타일에 따른 피부  
관리 및 체형관리 실태 조사 연구

-A Study on the control of obesity and  
the skin care of female adults according  
to the lifestyle-

2005

성신여자대학교 문화산업대학원  
문화산업학과  
피부비만관리학 전공  
홍 연 숙

# 성인 여성의 라이프스타일에 따른 피부 관리 및 체형관리 실태 조사 연구

안 홍 석 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2005년 5월

성신여자대학교 문화산업대학원  
문화산업학과 피부비만관리학전공  
홍연숙

안 홍 석 교수지도  
석사학위 청구논문

성인 여성의 라이프스타일에 따른 피부  
관리 및 체형관리 실태 조사 연구

2005

성신여자대학교 문화산업대학원  
문화산업학과 피부비만관리학전공  
홍 연 숙







# 인 준 서

홍연숙의 석사학위 논문을 인준함.

심사위원\_\_\_\_\_인

심사위원\_\_\_\_\_인

심사위원\_\_\_\_\_인

성신여자대학원 문화산업대학원



## 감사의 글

기대 반 두려움 반으로 시작했던 대학원 석사과정에서 배운 것도 많았고 얻은 것도 많았습니다. 교수님들과 동기들과 함께 연구하고 공부하며 지내 온 시간이 어느덧 2년 반이 흘러 이제 결실을 맺게 되었습니다. 오늘에 이르기까지 많은 관심과 아낌없는 도움을 주신 모든 분들께 이 글을 빌어 감사하는 마음을 전하고자 합니다.

우선 세계 공부할 기회를 주시고 끊임없는 지도와 격려로 힘이 되어 주신 안홍석 교수님께 감사를 드립니다. 저의 부족한 학업에 많은 도움을 주신 교수님들과 본 논문을 심사해 주신 김명숙 교수님, 배현숙 교수님께도 감사를 드립니다.

2년 반동안 처음부터 마지막까지 늘 받기만했고 제가 여기까지 올 수 있도록 가슴으로 도와준 우리 동기들 강신욱 이사님, 김인향 선생님, 이순희 원장님, 이동욱 선생님, 정영자 원장님, 최성임 원장님, 한말란 원장님, 허은영 매니저님께 진심으로 감사드리고 부족한 선배임에도 불구하고 제 질문에 적극 동참해 주신 후배 여러분 곽은희 선생님, 최미숙 원장님, 한영란 원장님, 손영희 원장님께 감사의 마음을 전합니다.

그 누구보다도 걱정하시고 염려해주신 아버지, 어머니께 감사를 드리고 내가 힘들고 지칠 때마다 격려해주고 큰 울타리가 되어준 사랑하는 나의 남편에게 더없이 큰 고마움을 전합니다.

## < 논문개요 >

사회가 다변화되고 생활수준이 향상되면서 신체적인 건강과 외적인 아름다움에 대한 기대와 욕구가 높아졌고, 많은 여성들의 사회 진출과 자신의 주체성이 강조되는 사회적 분위기는 피부관리와 체형에 대한 관심을 증가시켰다. 현대의 여러 사회 환경적 요소들을 고려할 때 피부비만관리는 대중화되었고, 외모를 관리하여 자신감을 높이려는 가치관은 긍정적인 개념으로 받아 들여지고 있다. 그결과 국내의 피부비만관리실은 비약적인 발전을 하였다.

그러나 이러한 비약적인 발전에도 불구하고 지금 많은 피부비만관리실들이 생성하고 소멸하는 위협적인 시장환경이 조성되었고, 게다가 경제 불황과 맞물려 고전을 면치 못하는 실정이 되었다. 그러므로 고객이 어떤 동기, 태도, 기대, 욕구에 의해서 관리실을 선택하는가를 파악하여야 하고 다양한 유형의 고객관리를 위하여 국내의 피부비만관리실은 더욱 개성화, 전문화, 차별화되어야 한다.

본 연구는 피부비만관리실에서 관리를 받고 있는 고객들의 일반적인 특성과 피부상태, 비만상태, 심리적상태, 사회생활 및 대인관계 등을 포함한 라이프스타일을 파악함으로써 고객을 관리함에 있어 좀 더 적극적이고 과학적인 자료를 얻고자 하였다.

본 연구를 위해 설문지를 작성하여 서울, 경기 지역의 피부비만관리실을 이용하는 성인 여성 500명을 대상으로 자료를 수집하였고 이 중 429부를 분석에 사용하였다. 설문을 통해 응답자의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 피부비만관리실의 이용실태, 서비스에 대한 고객의 견해 등을 조사하였고 라이프스타일을 분석하여 군집간의 차이를 파악하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 응답자의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 관리실의 이용실태 및 서비스에 대한 견해 등을 살펴 보면 다음과 같다.

첫째, 관리실을 이용하는 고객은 20대부터 40대까지의 연령이 90.9%로 가장 많았고, 월평균 소득은 150만원 미만이 전체의 약 1/4가량을 차지하였다. 월평균 자기관리 지출비는 10-30만원 미만이 50%, 직업은 전문직 여성의 비율이 37.9%로 가장 높았다.

둘째, 마사지를 이용하여 체형을 관리하는 응답자는 42.2%로 다소 낮았고, 자기관리나 화장 및 외모에 관심을 보이는 응답자는 82.7%로 상당히 많았다. 관리실에서 제품을 구입하는 구입율은 22.7%로 생각보다 다소 낮았고, 국내의 화장품 이용에 비해 외국의 화장품 이용 빈도가 90.2%로 월등하게 높게 나타났다.

셋째, 병원부설 관리실보다 일반 피부미용 관리실을 더 전문성있게 생각하는 응답자는 36.4%로 높은 빈도를 차지하였다. 이용기간은 6개월 미만이 33.5%, 생각날 때 가끔 이용한다는 응답자가 33.4%를 차지한 것으로 보아 관리실을 불규칙적으로 이용하는 고객이 많다는 것을 의미하고 관리실의 제품과 기기를 신뢰하지 못하는 고객도 전체의 약 1/4가량으로 상당히 많았다. 응답자 전체의 약 1/2이 경락마사지 관리를 가장 선호하고 있었고 연령층에 중년 여성이 차지하는 빈도가 높아 피부와 비만의 문제점에 탄력부족 및 주름이 43.4%, 복부 및 허리는 47.9%를 응답하였다.

넷째, 서비스의 불만족으로 관리실을 옮긴다는 응답자는 전체의 1/2이고, 관리실의 지속적인 이용 여부는 계속 이용하겠다는 응답자가 43.8% 밖에 되지 않았다. 관리실에 대한 만족도는 조금 만족한다 또는 전혀 만족하지 않는다는 응답이 33.3%나 되었고 관리나 서비스가 불만족스러울 때 말없이 관리실을 옮기거나 주변의 다른 사람들에게 얘기한다는 응답자가 30%였다.

2. 라이프스타일을 분석하여 5개의 최적 군집으로 나누었고 군집1은 전통적 계획소비형, 군집2는 진보적 계획소비형, 군집3은 소극적 유행추구형, 군집4는 활동적 유행추구형, 군집5는 보수적 유행무관심형이라 명명하였다.

군집간의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 관리실의 이용실태 및 서비스에 대한 견해 등은 다음과 같다.

첫째, 소극적이지만 유행을 추구하고 싶어하는 군집은 150만원 미만의 저소득형이 다소 많이 나타났으나 450만원 이상의 고소득형도 많이 나타나는 상반된 군집의 양상을 보였고, 이 군집은 월평균 자기관리 지출비가 10-20만원 미만이 44.5%를 차지했다. 상대적으로 활동적 유행추구형의 군집은 월평균 자기관리 지출비로 50만원 이상 사용한다는 응답자가 37.5%로 소극적 유행추구형에 비해 3배나 높게 나타났다.

둘째, 체형관리법으로는 각 군이 대체로 마사지를 이용한다는 응답이 많았고 그 중 소극적 유행추구형이 55.6%, 활동적 유행추구형 62.5%로 가장 높았다. 각 군집별 관리실 이용 빈도에는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 나타났는데 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 군집은 생각날 때 가끔 관리실을 이용하는 집단이 높게 나타난 것으로 보아 소비에 민감한 군집임을 알 수 있다.

셋째, 군집별 관리실 이동 횟수는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 나타났다. 관리실을 한번도 옮긴적이 없고 꾸준히 한 관리실을 이용한 집단은 전통적 계획소비형이 41.8%, 소극적 유행추구형이 50%로 많았고, 관리실을 10번 이상 옮긴 군집은 보수적 유행무관심형의 군에서 높게 나타났다. 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 두 군집은 한번도 관리실을 옮긴적이 없거나 1-3번 옮긴 응답자가 전체를 차지한 것으로 볼 때 관리실 이동율이 낮은 군집이라 할 수 있다. 관리실 이동 이유는 다섯 개의 모든 군에서 서비스의 불만족이 많았고 특히 소극적 유행추구형의 군집은 응답자 전원이 서비스 불만족을 이동의 이유로 응답했다.

넷째, 군집간의 관리실 이용 만족도는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )를 나타냈는데 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 두 군의 응답자는 군전체가 만족한다는 응답을 하였고 만족도가 낮은 군은 전통적 계획소비형의 군집과 진보적 계획소비형의 군집이었다. 만족도가 가장 높은 군은 활동적 유행추구형으로 그 군의 62.5%가 매우 만족한다는 응답을 하였다.

다섯째, 관리실 발생된 트러블을 전혀 이해하지 못하는 군은 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 집단에서만 나타났다. 활동적 유행추구형의 경우 응답자 전원이 관리실에서 트러블을 완화시켜 준다고 응답하였고 관리실의 지속적 이용 여부에도 응답자 전원이 계속 이용하겠다는 응답을 하였다. 서비스의 불만족 시 말없이 관리실을 옮긴다는 응답은 진보적 계획소비형의 군집이 29.8%, 활동적 유행추구형의 군집이 37.5%로 각각 응답자의 1/3 가량이 말없이 관리실을 옮기는 것으로 나타났다. 이는 진보적이고 활동적인 성향이 강한 유형의 고객들이 다른 관리실로 옮기는 경향이 강하다는 것을 의미한다. 활동적 유행추구형의 경우는 지속적인 관리실 이용에도 높은 빈도를 나타낸 반면 서비스 불만족 시에도 민감하고 즉각적인 반응을 보이는 군집이라 하겠다.

# 목 차

## 국문요약

I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구목적	2
II. 이론적 배경	4
1. 라이프스타일	4
1) 라이프스타일의 개념	4
2) 라이프스타일의 구성요소	6
3) 라이프스타일의 분석방법	8
2. 피부	12
1) 피부의 개요 및 특성	12
2) 피부의 측정방법 및 분석기기	13
3. 비만	16
1) 비만의 정의와 종류	16
2) 비만의 원인	17
4. 피부 및 체형관리 요법	19
1) 스웨디쉬마사지	19
2) 경락마사지	19
3) 반사마사지	19

4) 림프드레나취	20
5) 이온토포레시스	20
6) 근육자극 전류기기	21
7) 감응전류기기	21
8) 초음파 요법	21
9) 고주파기기	22
10) 아로마테라피	22
11) 프레소테라피	23
12) 광선테라피	23
13) 팔사요법	24
<b>III. 연구방법</b>	<b>25</b>
1. 연구대상 및 기간	25
2. 조사방법	25
3. 조사도구 및 구성	25
4. 자료처리 및 분석	27
<b>IV. 연구결과 및 고찰</b>	<b>31</b>
1. 인구통계학적 특성	31
2. 피부 및 비만 관리행동	33
3. 피부비만관리실의 이용 실태	35
4. 관리실의 서비스에 대한 견해	38
5. 군집간 월평균 가계소득	41
6. 군집간 자기관리 지출비	42
7. 군집간 미용 체형 관리법	43
8. 군집간 관리실 이용 빈도	44

9. 군집간 관리실 이동 횟수.....	45
10. 군집간 피부의 문제점.....	47
11. 군집간 체형상 문제점.....	48
12. 군집간 관리실 이동 이유.....	49
13. 군집간 관리실 이용시 만족도.....	50
14. 군집간 관리과정 시 발생된 트러블의 이해도.....	51
15. 군집간 관리실의 지속적 이용 여부.....	52
16. 군집간 관리나 서비스의 불만족 시 대처 행동.....	53
<b>V. 결론 및 제언.....</b>	<b>55</b>
1. 연구결과 요약.....	55
2. 연구의 제한점.....	58
3. 미래의 연구방향.....	59
참고문헌	
Abstract	
부록(설문지)	

## 표 목 차

<표-1> 라이프스타일의 구성요소.....	8
<표-2> 라이프스타일의 분석방법의 분류.....	9
<표-3> 피부상태별 반응 색상.....	15
<표-4> 설문지 구성.....	26
<표-5> 라이프스타일 요인분석.....	28
<표-6> 라이프스타일 군집분석.....	30
<표-7> 인구통계학적 특성.....	32
<표-8> 피부 및 비만 관리행동.....	34
<표-9> 피부비만관리실의 이용 실태.....	37
<표-10> 관리실의 서비스에 대한 견해.....	40
<표-11> 군집간 월평균 가계소득.....	41
<표-12> 군집간 자기관리 지출비.....	42
<표-13> 군집간 미용 체형 관리법.....	43
<표-14> 군집간 관리실 이용 빈도.....	44
<표-15> 군집간 관리실 이동 횟수.....	46
<표-16> 군집간 피부의 문제점.....	47
<표-17> 군집간 체형상 문제점.....	48
<표-18> 군집간 관리실 이용 이유.....	49
<표-19> 군집간 관리실 이용시 만족도.....	50
<표-20> 군집간 관리과정 시 발생된 트러블에 대한 이해도.....	51
<표-21> 군집간 관리실의 지속적 이용 여부.....	52
<표-22> 군집간 관리나 서비스의 불만족 시 대처 행동.....	54

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

피부의 관리란 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜서, 아름답고 건강하며 보다 젊어 보이는 피부 상태를 유지하는 것을 말하며 (Eckstein, 1988), 비만관리란 신체에 과도하게 축적된 지방을 분해하여 배출시키는 것을 돕는 과정이다. 그러므로 피부와 비만관리는 노화에 대한 성공적이고 적극적인 대처 과정이라 할 수 있다. 이와 같이 피부의 건강상태와 신체의 건강상태를 유지하는 피부비만관리 행위는 결국 최적의 건강 상태를 향한 움직임으로, 생활 방식 또는 삶의 양식 변화라는 속성을 가진 건강 증진 행위의 범주에 속한다고 할 수 있다(최은영, 1998).

과거의 여성들과 달리 현대 여성들은 독립적이고 사교적이며 연령과 관계없이 직업을 가지고 싶어 하기 때문에 자신을 관리하고 투자하는데 주저하지 않는다. 사회가 다변화되고 생활수준이 향상되면서, 신체적인 건강과 외적인 아름다움에 대한 기대와 욕구가 높아졌고, 스킨케어(skin care)와 비만에 대한 관심이 증가하였다(장경자, 2000). 또한 생활 수준의 향상에 의한 소비 풍조 증대와 여성의 사회활동의 확대에 의해 피부관리와 비만관리의 중요성이 증가되어 왔다. 그 결과 국민소득 1만 달러 시대를 맞이하면서 최근에 들어와 국내 피부비만관리 업소가 약 15만여 곳에 이르는 실정으로 비약적인 발전을 하였다. 그러나 이러한 비약적인 발전에도 불구하고 많은 피부비만관리실이 생성하고 소멸하는 기회와 위협이 큰 시장환경을 조성하고 있다. 많은 피부비만관리 업소는 치열한 경쟁환경에서 관리실을 찾는 다양한 계층과 욕구를 가진 고객의 요구에 적극 대응하기 위해 더욱 전문화, 개성화, 차별화되어야 할 시점에 있는 것이다. 피부비만관리실이 계속 성장 발전하기 위해서는 관리실

경영에 있어서도 체계적인 경영전략을 통하여 위협요소를 줄이고 시장기회를 선점하여야 한다(원운경, 2003). 하지만 고객이 어떤 동기, 태도, 기대, 욕구에 의하여 선택행동을 하는가를 파악하기란 그리 쉬운 일이 아니며 고객들 또한 이용목적이나 자신의 심리적 변수에 의존하여 자신에게 맞는 업소를 찾기 위한 선택행동을 하기위한 노력을 끊임없이 하여야 한다. 오늘날 서비스 판매 분야에서 소비자 행동을 이해하기 위한 주요한 과제로 등장하는 라이프스타일의 중요성은 인간의 행위와 서비스 판매 전략개발에 있어서 중요한 정보를 제공한다고 할 수 있으며, 인간의 욕구와 태도에 영향을 미치는 기본적인 요인이 되고 구매행동에 계속적으로 영향을 미친다는 점에서 단순한 생활양식의 연구에 그치는 것이 아니라 다면적인 생활현상을 넓게 포함하는 개념으로 채용되고 있다(이형경, 1993). 현대사회는 계속적으로 복잡화되고 다양화됨에 따라 소비자들의 라이프스타일의 변화도 더불어 급격히 변화하고 있다. 따라서 기존의 이론들은 소비자의 행동을 예측함으로써 상업적인 판매활동으로 연결시켜왔다. 하지만 피부미용서비스 분야에서는 연구가 미비한 현실이다(원운경, 2003).

따라서 라이프스타일에 따른 고객의 변화를 추적 연구하여 그에 따른 관리실에서의 서비스전략이 시급하다고 할 수 있겠다.

## 2. 연구목적

피부비만관리에 관심을 적극적으로 갖게 되는 현대의 여러 사회 환경적 요소들을 고려할 때 여성들의 사회 진출이 많아지고 자기 주체성이 강조되는 사회적 분위기는 여성들에게 건강과 미용, 매력유지에 더 많은 관심을 갖게 한다. 또한 미에 대한 견해도 바뀌어 매력 있는 신체를 가진 사람은 특정한 문화에서 긍정적인 사회 심리적 가치를 부여받는 관점에서 미용에 대한 동기를 긍정

적인 자기 개념, 자기 확신, 자기주장을 창출하려는 노력으로 보는 현대적 접근이 시도되고 있다. 피부비만관리는 개인의 주체성, 신체 지각, 사회 환경의 복잡한 상호작용의 결과이며 외모를 관리하여 자신감을 높이고 사회적 가치를 변화시켜 보려는 동기를 주는 결과라 하겠다. 미에 대한 욕구가 증가하고 사회 환경의 외모 요구도가 높아지면서 피부비만관리는 대중화되고 여성들뿐만 아니라 남성들도 피부비만관리를 보편타당하게 받아들이고 있다(나명순, 2004). 하지만 요즘 피부비만관리실 시장현황은 경제 불황과 맞물려 고전을 면치 못하는 실정이다.

본 연구는 라이프스타일과 관련된 선행연구를 바탕으로 피부비만관리실을 찾는 고객들의 라이프스타일의 특성과 그에 따른 피부비만관리 서비스에 대한 선택행동의 특성을 파악하여, 고객 각각의 라이프스타일 변화에 따라 서비스 상품을 어떻게 변화시켜야 하는지에 대한 기초자료를 얻고자 하며, 피부비만관리실 이용고객의 욕구증대와 고객지향적 서비스 전략을 구사할 수 있는 유용한 정보를 제공하려는 목적이 있다. 즉 피부비만관리실에서 관리를 받는 고객들의 일반적인 특성과 피부상태, 비만상태, 심리적상태, 사회생활 및 대인관계등을 포함한 라이프스타일을 파악함으로써 고객 관리 시 적극적이고 과학적인 관리를 위한 기초 자료를 얻고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 라이프스타일

#### 1). 라이프스타일의 개념

라이프스타일은 소비자행동을 묘사하고 예측하기 위한 근거를 제공해 줄 수 있는 심리묘사적 변수의 하나로서, 사람들의 살아가는 방식(a mode of living)이라고 할 수 있는데 구체적으로는 소비자의 생활자원을 자금과 시간이라고 할 때, 라이프스타일이란 “소비자가 그러한 자금과 시간을 어떻게 소비하는가(활동), 자신의 환경 내에서 무엇에 관심을 갖고 있는가(관심), 자신과 주변환경에 관하여 어떠한 의견을 갖고 있는가(의견)의 측면에서 묘사되는 생활양식(유동근, 1997)이라고 정의한다.

라이프스타일의 개념은 사회학, 심리학에서 개인·그룹·계층의 차이를 표현하는 개념으로 발전해 오다가 1960년대 미국 마케팅학회에서 Lazer(1960)에 의해 소개되면서 마케팅에 응용되기 시작하였다(오인숙, 2003). 이 심포지엄에서 Lazer(1963)는 라이프스타일을 체계의 개념으로 보고 “전체 사회 혹은 그 일부분의 생활에 명백하고 특징적인 형태”를 넓은 의미의 라이프스타일로 보았다. 또한 라이프스타일은 문화 혹은 집단의 생활방식을 나타내는 독특한 특성과 관련이 있고 사회내부에 있어 생활의 역동성에서부터 나타나고 발전되는 문화, 가치, 자원, 상징, 허용, 승인 등과 같은 영향력의 결과라고 하였다. 즉 라이프스타일의 개념을 마케팅에 도입한 Lazer(1963)는 라이프스타일이란, 시스템적 사고이고, 사회전체 또는 사회의 어떤 부분이 지니고 있는 특별한, 혹은 타인과 구별되어지는 특징적인 생활양식으로, 소비자가 구매하는 재화나 서비스가 소비되어지는 방법을 반영하는 것이라고 하였다(Lazer, 1963).

Levy(1963)는 “개인의 라이프스타일은 많은 생활자원의 결합 또는 개개인의

활동이 암시하는 하부상징(Sub-Symbol)으로부터 합성된 상징이다.”라고 하였고(Levy, 1963), 또한 Alpert(1965)도 라이프스타일이란 “개인의 생활방법을 매일 매일 방향 짓고 종합하는 결과”라고 하였다(Alpert, 1965).

Engel, Blackwell, Kollat(1978)는 라이프스타일이란, 사람의 생활 혹은 시간과 돈을 소비하는 유형으로 소비자 행동에 영향을 주는 중요한 인적특성이며, 개인의 문화, 사회계층, 준거집단, 가족 등의 영향을 받아 습득한 것이지만 구체적으로는 개인의 가치체계나 개성의 파생물이라고 정의하였고, 이상의 개념들보다 좀 더 구체화된 개념을 보면, 개인의 삶을 영위하는데 소비하는 시간과 돈의 사용 패턴이며, 개인의 활동·관심거리·의견 등에 의해 구체화되어 가는 생활양식이라고 정의할 수 있다(Assael, 1984).

김동기는 현실적으로 이용 가능한 측면에서 라이프스타일을 사람들의 생활과 시간, 돈의 소비 패턴으로 정의하였고(김동기, 1993), 이형경은 라이프스타일이란 태도, 가치의식, 의견, 흥미, 관심 및 잠재적 행동과의 통합된 시스템이라 하였다(이형경, 1993). 공유미는 남과 다른 한 개인이 살아가는 생활 방식으로 그 주변환경에 영향을 미칠 뿐만 아니라 소비행동을 결정하는 것이라 정의하였으며(공유미, 1999) 이지영은 라이프스타일이 특정개인이나 집단의 활동, 관심, 의견과 문화, 사회계층, 준거집단 및 인구통계적 특성 등을 반영하며 구매의사결정과정에서 추구효익 등을 통해 최종적으로 제품 및 상표선택 결정에 영향을 미치므로 사회전체 또는 사회일부계층의 특징적인 생활양식이라 하였다(이지영, 1998).

이렇게 라이프스타일의 개념이 분석의 목적과 관심의 수준에 따라 연구하는 학자들 간에 다소 차이를 보이며 사용되어 왔지만 이중에는 공통적인 의미가 포함되어 있다. 즉 라이프스타일이란 사회전체 또는 사회일부계층의 특징적인 생활양식(Mode of life)이라고 할 수 있다(김동기, 1993). 또한 어떤 개인의 태도, 관심 및 의견 등 그 자신이 이 세상에서 살아가는 생활 패턴이며 이는 그가 전인(wholeman)으로서 환경과 어떻게 상호 작용하는가를 나타내어 주

는 것이다(김원수, 1984).

상기와 같이 많은 학자들이 각각의 견해에 의해 라이프스타일을 여러 측면에서 정의하고 있고, 이는 각 학자들의 관심과 연구목적에 맞게 라이프스타일의 특정부분을 부각시키고 있기 때문인 것으로 보인다. 이처럼 라이프스타일은 오늘날 소비활동의 주체적인 입장에서 소비자들을 구분 짓고, 분류하는 하나의 방식으로서 기존의 지역적, 인구통계학적 및 행동적 구분 방식이 아닌 심리적 분류방식으로 동질적인 태도와 관심사 및 의견 또는 신념으로 구성되고 할 수 있다(윤승원, 2003).

소비활동에서 라이프스타일이 중요한 의미를 가지게 되는 이유는 한 개인이나 한 가족보다 특정 집단이 같은 생활패턴을 가지고 있다는 것이다. 그 집단에 소속한 구성원의 라이프스타일은 해당집단의 라이프스타일이 되는 것이며, 동시에 집단의 독특한 라이프스타일은 구성원들이 의식적이건 무의식적이건 따르는 일종의 규범의 역할을 하게 된다(최영락, 1997).

결론적으로 라이프스타일은 인간 행동에 전체적으로 나타나는 차별적인 행동양식으로 환경적 요인 및 개인적 요인의 복합작용에 의한 결과물이며 개인의 소비에 의해 결정되는 소비결정요소의 역할을 한다. 따라서 소비자의 사고와 행동에 대해 다른 연구에서 얻을 수 있는 것보다 더 이해가 쉽고 분명한 자료를 획득할 수 있다는 점에서 그 중요성이 있는 것이다. 라이프스타일(생활양식)이란 개인이 삶을 살아가는 방식을 말하며, 이것은 보통 그가 어떤 활동(Activities)을하고, 어떤 분야에 관심(Interests)을 갖고 있고, 어떤 의견(Opinions)을 갖고 있는 가를 통해서 알 수 있다(박찬민, 2004).

## 2). 라이프스타일 구성요소

라이프스타일의 구성요소는 연구자와 연구목적 그리고 연구자의 주관에 의존하기 때문에 추가되는 자원이 많아지고 내용의 범위가 확장되어 왔다. 라이프스타일의 구성요소는 넓게는 인간의 활동, 관심, 태도, 개성, 흥미, 신념 및 가

치관 등을 포함한다(윤성호, 2001).

일반적으로 라이프스타일을 구성하는 변수들은 첫째, 인간이 소비자로서 소비하는 제품 및 서비스, 둘째, 소비자의 활동, 관심, 의견, 셋째, 소비자의 개성 및 자아개념, 넷째, 특정제품에 대한 태도, 다섯째, 가치관계 등으로 매우 다양하고 또한 광범위하다(Schiffman and Seslie, 1983).

그러나 실질적인 연구에서 일반적으로 많이 사용되고 있는 AIO 항목들은 다음과 같다(Reynolds and Darden, 1974).

첫째, 활동(Activity) - 매체의 시청, 쇼핑, 신제품이나 서비스에 대한 이웃과의 대화 등과 같은 명백한 행동으로 이는 쉽게 관찰될 수 있다. 그러나 그러한 행동의 이유는 직접적으로 측정하기 어렵다.

둘째, 관심(Interest) - 어떤 물건, 사건 또는 화제에 대하여 특별하고 연속적인 주의를 가짐에 따라 발생하는 흥미의 정도를 말한다.

셋째, 의견(Opinion) - 어떤 문제가 제기하는 자극적인 상황에 대한 반응으로서 개인이 구두나 문자로 제시하는 응답을 의미한다.

이상의 라이프스타일의 구성항목들은 타인의 의도에 대한 신념, 미래사건의 예측, 보상이나 처벌의 평가와 같은 해석, 기대, 평가 등을 기술한 것이다.

이러한 정의에 따르는 A.I.O 항목을 이용하여 생활양식에 대한 조사를 할 때 소득, 가족생활주기(family life cycle), 교육수준과 같은 인구통계적 변수를 포함시키면 더욱 유용한 정보를 얻을 수 있다(윤성호, 2001).

한편 플러머(Joseph T. Plummer)는 여기에 인구통계학적 변수들을 포함하여 라이프스타일 분석에 포함되는 전형적인 변수들을 <표-1>과 같이 정리하고 있다(Plummer, 1974).

<표-1> 라이프스타일 구성요소

활동(Activity)	관심(Interest)	의견(Opinion)	인구통계적 특성
일	가족	자기 자신	연령
취미	가정	사회적문제	교육수준
사회적 사건	직장	정치	소득
휴가(방학)	사회(지역사회)	사업	직업
오락	레크레이션	경제	가족규모
클럽활동	패션(유행)	교육	주거지
지역사회활동	음식	제품	지리
쇼핑	매체(매스컴)	미래	도시규모
스포츠	성취	문화	생활주기단위

### 3). 라이프스타일 분석방법

라이프스타일 분석방법은 먼저 거시적(Macro)분석과 미시적(Micro)분석으로 나누어지고 다시 객관적 데이터와 주관적 데이터 등으로 나누어 분석하고 있다.

거시적 차원의 분석은 주로 객관적 자료에 의해 사회전체 또는 특정 지역사회의 생활에 있어서 라이프스타일의 전체적인 추세 내지 동향을 파악하려는 데 그 목적이 있고 반면, 미시적 차원의 분석은 심리적인 면을 이용하여 사람들의 가치관이나 생활욕구패턴 자체를 측정하고 분석하여(김동기, 1993) 개개 생활자의 라이프스타일 특징분석보다는 군별 특징을 분류, 분석하는데 목적이 있다. 즉 미시적 분석은 라이프스타일의 새로운 동향을 잘 나타내주는 유형은 어떤 생활자이고, 반면 라이프스타일 경향에 불감증을 나타내는 유형은 어떤 생활자인가를 분할해주는 데 목적이 있다.

<표-2> 라이프스타일 분석방법의 분류

	객관적 자료에 의한 분석방법	주관적 자료에 의한 분석방법
거시적 수준	1) 사회지표분석 2) 생활의 질 지표분석 3) 인구 통계학적 요인 추세분석	1) 사회심리와 소비수요분석 2) 사회적 경향의 모니터분석 3) 사회동향 예측분석
미시적 수준	1) 인구통계학적 및 사회경제학적 요인에 의한 세분화분석 2) 생활제 보유 및 사용패턴의 분석	1) 사이코 그래픽법 2) AIO 분석방법 3) 생활시스템법 4) 퍼듀대학 소비조사 프로젝트

(1) 사이코그래픽 분석(Psychographic approach)

사이코그래픽스(Psychographics)조사는 심리적(Psychological)이라는 말과 인구 통계적(Demographic)이라는 말을 혼합하여 만든 것으로 다양한 상황, 욕구 및 자극 하에서 소비자들이 구매하는 성향을 측정하는 것이라고 정의할 수 있다(Bernstein, 1978).

주로 개인의 심리적 경향과 욕구 패턴에 관한 것으로 AIO 조사보다 더 광범위한 개인의 특정적 변수들, 예컨대 개성, 가치, 신념 등을 사용하여 외적 행동의 내적 배경을 파악하고 라이프스타일의 유형을 분류하는데 활용하고 있고 협의의 의미로는 AIO 변수 군에 추가하여 성격적, 기질적 특징을 표현하는 개성 변수 군을 많이 사용하는 분석법을 의미한다(오인숙, 2003).

(2) AIO 분석(AIO approach)

AIO분석방법은 Wells와 Tigert(1971)에 의해 전개된 분석법으로 라이프스타일을 활동(Activities), 관심(Interest), 의견(Opinion) 및 인구통계학적 특성으로 파악하려는 방법이다. 여기서 활동은 노동과 여가시간을 어떻게 보내

고 있는가 하는 문제이고, 관심은 여러 가지 생활환경 중에서 무엇에 흥미를 가지고 있는가하는 문제이며, 의견은 사회적, 개인적 문제에 관하여 어떠한 입장을 취하고 있는가 하는 측면을 의미한다(Wells and Tigert, 1971).

AIO분석방법은 소비자들의 일상생활, 주변사건에 대한 관심 및 사회적, 개인적 문제들에 관한 의견들을 양적 방법으로 측정하려는 방법이고, AIO분석의 목적은 특정상품의 사용자와 비사용자의 차이 혹은 다량 사용자와 소량 사용자 간의 차이를 활동, 관심, 의견의 차원에서 밝혀내는데 있다.

### (3) 사회적 경향분석(Social Trend approach)

미국의 심리학자 Yankelovich에 의해 고안된 방법으로 거시적인 관점에서 사회전체의 특징적인 라이프스타일 경향을 밝히고자 한다. 거시적 분석방법의 가장 대표적인 것이 양켈로비치(Yankelovich Monitor ; 1970년대이래 매년 전국적인 규모로 미국인의 라이프스타일에 관한 시계열조사)조사이다. 즉, 사회전체에 어떤 추세들이 있고, 각 추세가 어느 정도 강하며 어느 층에 더욱 현저히 나타나는가를 확인해 낸다. 이 연구는 보통 시계열로 조사를 실시하여 변화를 추적해 나가는 데 특징이 있다. 즉, 어떤 경향에 비해서 어느 정도 크며, 얼마나 사람에게 영향을 주는가, 전체계층에서 어느 층에 그 경향이 현저히 나타나는가, 그 경향을 어느 만큼 급속히 진행되는가를 밝히는 방법이다 (Yankelovich, 1972).

### (4) 사회 심리와 소비자 수요분석

라이프스타일 변수들은 사람들이 그들의 일상생활을 어떻게 영위해 나가는가를 묘사하려는 것으로 심리적 변수들은 그들이 왜 그렇게 하는가를 설명하려는 것이다.

라이프스타일 연구는 심리적 변수들에는 다소 관심이 적은 반면 태도와 활동에 더 큰 비중을 두고 있어서 라이프스타일에 관련된 변수는 사이코그래픽스

의 관련항목과 중복되는 경향이 있다. 또한 라이프스타일 연구는 이와 아울러 태도 또는 활동으로 분류 할 수 없는 인구통계적 변수들을 고려해야 한다는 점을 의미하기도 한다(이종엽, 2003).

Wells(1974)는 인구통계적 특성의 차이가 존재하지 않는 곳에서도 라이프스타일의 차이는 발견되었다고 지적하면서 양자간에는 부분적인 관계는 존재하나 전면적인 상관관계는 없다고 하였다(Wells, 1974).

#### (5) 피듀대학 분석

피듀대학의 페시미어(Pessemier) 등에 의해서 연구되는 방법으로서 활동(activity)과 태도(attitude)에 중점을 두어 라이프스타일을 조사하는 것이다. 이 분석방법은 이론적 지향성이 강하고 일반적 라이프스타일과 구체적 라이프스타일의 두 스타일을 모두 포괄하는 개념이다(Hustad and Pessemier, 1974).

#### (6) 생활시스템 분석법(Life Style Approach)

주로 일본에서 연구 사용되고 있는 방법으로서 생활현상에 관한 모형을 구성하고 이를 기반으로 시장을 세분화하는 것으로서, 생활시스템 모형에 따라 생활구조, 생활의식 및 생활행동의 세 차원에 걸친 다수를 조작적으로 변환하여 라이프스타일을 분석하는 방법이다(이종엽, 2003).

## 2. 피부

### 1). 피부의 개요 및 특성

피부는 신체의 외부로 덮고 있는 하나의 막으로서 여러 가지 외부 환경으로부터 받게 되는 물리 화학적인 영향, 즉 일광과 온도의 변화, 습기, 먼지 등 우리 신체에 영향을 주는 것으로부터 우리 몸을 보호하여 이물질에 대한 방어, 보호물질의 분비, 체액의 보존, 체온조절, vit D 생산, 재생 및 분비물 배출의 기능을 하는 동시에 우리 신체 내부 상태를 밖으로 표현해 주는 역할을 한다(김천상 등, 1992).

피부는 인체를 구성하는 기관 중 가장 넓은 면적을 차지하며, 가장 겉면에 존재하는 기관으로서 표피, 진피, 피하조직으로 구성되어 있다.

피부표면은 육안으로 보면 단순하고 평평한 구조를 가진 듯하나, 현미경으로 관찰하면 무수히 복잡한 그물 모양의 구조로 되어 있다. 이들 표면 중 낮은 흠으로 되어있는 곳은 피부소구라 하고 높은 곳은 소릉이라 한다. 피부결은 소릉과 소구의 차이에 의해 결정되는데, 피부결이 섬세하다는 것은 소릉이 낮고 소구가 얁아 소릉과 소구의 차이가 작으며, 형태가 가지런하여 섬세한 그물모양을 하고 있는 상태를 말한다. 반대로 피부결이 거칠다는 것은 소릉이 높고 소구가 얁아 소릉과 소구의 차이가 크며 커다란 그물모양을 하고 있는 상태를 말한다(김명숙, 2001). 즉 소릉과 소구의 차이가 심할수록 거칠며 피부노화가 빠르게 나타나며, 이 하나하나를 피하, 즉 살결이라 한다.

피부를 분류하는 인자로는 피지량, 피부 pH, 피부색, 피부 중화능, 피부형태, 등이 있다(김수정, 2001). 피부의 pH는 피부표면의 pH를 의미하며, 건조한 상태의 피부표면은 pH가 측정되지 않는다. 건강한 피부의 pH는 4-6.5의 약산성으로 피부표면의 세균 및 지균의 발육을 억제하는 기능을 가지고 있다. (하혜정, 1999; Braun-Falco and Korting, 1986).

피부를 관리함에 있어서 중요시 여기는 부분은 피부 표면의 각질층이다. 각질층의 적절한 수분 함유나 수분 부족은 피부의 외관적인 물리적 상태에 영향을 미치고 피부의 과각화에도 영향을 미쳐 거칠고 잔주름이 많은 피부가 된다 (Spence, 1990). 그러므로 피부는 각질층에 존재하는 수분으로 탄력성과 유연성이 유지되며 (Obata and Tagami, 1989), 각질층의 탄력성이 유지되려면 10% 이상의 수분함유가 필수적이다. 건조한 피부는 표피상부의 수분함량이 정상 이하로 떨어지고, 이에 따라 피부표면이 거칠고, 주름이 발생되며, 각질 세포가 탈락되는 임상 양상을 보인다 (강호정, 1993). 피부의 수분 보유 능력과 흡습성은 인체 부위별로 다르며, 피부보습은 각질층 하부로부터의 수분확산, 각질층의 천연보습인자, 세포간 지질, 피지에 의한 내적 인자와 대기환경, 상대습도, 보습기제와 같은 외적인자에 의하여 영향을 받는다 (김광옥과 이정란, 1998).

## 2) 피부의 측정 방법 및 분석기기

### (1) 피부의 측정 방법

#### ① 비침습적 피부 측정법

피부에서의 전기전도도 및 정전용량을 이용한 피부수분 측정법 (Moss, 1996), 피부에서 외부로 손실되는 경피수분손실량 측정법, 광학적 반사원리를 이용한 피부표면지질 측정법 (Cunliffe, 1980), 초음파를 이용한 피부두께 측정법 (Olsen, 1995), 반사계 광광도를 이용한 피부색 측정법 (Fullerton and Serup, 1997), 음압을 이용한 피부탄력성 측정법 등이 알려져 있다. (Berardesca, 1995).

#### ② 각질층 수분측정

각질층 수분측정 방법에는 흡·탈착 수분의 중량 측정법과 각질에서의 결합수와 자유수의 양을 직접 측정하는 differential scanning calorimetry, 그리고

피부의 탄성률 및 신장률을 측정하는 방법 등이 있다. 또한 피부의 전기적 성질을 이용한 측정법(Tagami, 1989), 피부의 손실된 수분(trans epidermal water loss : TEWL)을 이용한 측정방법이 있다.

### ③ 피부표면 pH의 측정

피부표면의 pH의 측정은 비색법과 전기측정법을 이용하며, 지시약을 이용한 비색법은 간단하지만 정밀하지는 않다. 전기적 측정법은 수소전극, 산화금속전극, 유리전극 등을 이용하여 pH를 측정한다. 피부색과 색소침착의 측정은 색소침착 등급을 눈으로 판명하거나 색차계와 분광 측정계를 이용한다. 최근에는 고해상력의 전하결합소자(charge coupled device : CD) 카메라를 이용하여 색소침착 부위의 이차원화상을 구하고, 그 화상의 색소침착 부위를 추출하여 형태 및 색의 명도를 수치화하는 방법이 가능하다(강수경, 2004).

### ④ 피부표면의 형상측정

소릉(hill)과 소구(furrow)로 이루어진 피부표면은 피부결을 결정하는데 일반적으로 실리콘수지를 이용하여 피부표면의 주형(negative replica)을 뜨고 적당히 확대하여 상세하게 관찰할 수 있다(권경옥 등, 1997).

### ⑤ 피부주름 측정

주름의 측정은 점수 평가, 모사판(replica) 표면 도면화, 모사판을 화상 해석하는 방법, 공집점 광학현미경, 주사현미경(SEM) 화상 계측 등의 방법이 있다(강수경, 2004).

## (2) 피부분석 기기

### ① 우드램프(Wood lamp)

자외선을 이용한 광학 피부분석기로서 피부표피의 색소침착, 여드름, 피지, 염증, 민감상태, 보습상태가 다양한 색상으로 나타나며 이를 관찰하여 피부유형을 파악한다.

측정할 때에는 고객과의 거리를 5-6cm 정도 떨어진 위치에서 행한다.

<표-3> 피부상태별 반응색상

피부상태	반응색상
정상부위	청백색
건성, 수분부족부위	밝은 보라
민감, 모세혈관확장부위	짙은 보라
두꺼운 각질화부위	백색
피지, 면포, 지루성부위	오렌지
산화된 피지, 흰 여드름	담황색
비립종	노란색
색소침착부위	암갈색

② 확대경

육안의 3.5-5배 가량 확대되어 보이며, 잔주름, 색소침착, 면포 등 육안으로 판별할 수 없었던 피부상태를 명확히 판별할 수 있다. 특히 여드름성 피부관리 시에는 필수적으로 사용되는 기구로 관리실에서 꼭 필요한 기구이다.

③ 피부분석기(Derma scope, Skin scope)

피부표면의 조직, 두피와 모발상태를 30-800배 가량 확대하여 분석할 수 있는 기기이다. 일반적으로 피부와 두피의 상태는 80배율, 두피의 모공, 모근, 모발의 큐티클 상태는 200-300배율, 모발의 큐티클 상태를 더욱 정확하게 판단하여야 할 때는 800배율의 렌즈를 사용하여 확대, 분석한다. 모니터를 통해 상태를 관찰하고 필요한 영상을 프린터를 통해 사진으로 출력해 낼 수 있다. 관리 전과 관리 후의 상태를 바로 사진으로 비교하여 볼 수 있어 변화된 모습을 신속하게 판별해 낼 수 있는 장점이 있다.

④ 유분 · 수분 pH측정기

피부표면에 기기의 도자를 접촉시키면 피부표면의 유분 및 수분과 pH 정도가 수치로 나타나는데 피부부위별로 기준치에 의해 그 정도를 판독한다. 세안 후 3시간이 지난 후 측정하는 것이 정확하다(김명숙, 2001).

### 3. 비만

#### 1). 비만의 정의와 비만의 종류

비만(obesity)의 단어는 ob(over)와 edere(to eat)의 어원에서 유래되었으며 (배진아, 2004) 비만이란 상대적이거나 절대적으로 체지방의 과다한 축적으로 정의된다.

비만은 섭취한 열량 중에서 소모되고 남은 부분이 체내에 지방으로 축적되는 현상을 말하는 것으로 일반적으로 섭취한 에너지는 기초대사에 60-70%, 운동과 행동에 15-20%, 그리고 음식물의 소화, 흡수, 대사 등에 10% 정도가 소비된다. 이들 소비에너지보다 많은 에너지를 섭취하면 여분의 에너지는 중성지방으로 전환되어 지방조직에 축적되는 것이다. 그러므로 체중이 많이 나가는 것(과체중) 이라기보다는 체중에서 차지하는 체지방의 비율이 높은 것을 말한다(이정옥, 2004).

영양전문가들은 체내지방 축적으로 인해 바람직한 체중(desirable weight)의 20% 이상으로 체중이 증가했을 때 비만이라고 한다. 그리고 바람직한 체중보다 1-19% 더 나가는 경우에는 과체중이라 한다. 예외로는 많은 운동 선수들처럼 근육이 발달해 생긴 과잉 체중(excessive weight)도 있다.

그래서 비만이라는 용어는 더욱 자세한 정의가 필요하다. 바람직한 체중보다 20-40% 사이의 증가된 체중일 때, 경증 비만(mild obesity; 모든 비만인들 90% 정도 해당)이라 규정하고 바람직한 체중보다 41-99% 이상 체중이 더 나가는 경우에는 중등도(moderate obesity) 비만(비만인의 약9%), 100% 또는 그 이상되는 체중일 경우 심각한(severe), 중증(gross)의 병적(morbid obesity) 비만(비만인의 약1%이하)이라고 부른다(주왕기 등, 2004).

비만은 서구에서 이미 보편화된 영양문제로 인식되고 있으며, 최근 우리나라는 사회경제적발전으로 인한 식생활의 서구화와 신체활동량의 감소로 인해 체

중과 비만이 각 연령층에서 증가하고 있다.

비만은 유전적, 환경적 심리적, 대사적, 사회경제적 요인 등으로 발생되며, 과도하게 체내지방이 축적되면 대사장애를 포함한 신체기능의 이상으로 동맥경화증, 고혈압, 당뇨병 등 만성퇴행성 질환을 증가시키고 이로 인한 사망률도 높은 것으로 보고되고 있어(이홍규, 1990) 만성질환과 연관성이 높기 때문에 중요한 건강문제로 대두되고 있다.

## 2). 비만의 원인

비만의 원인은 불분명하고 복잡하다고 하나, 대사와 조절의 내분비 기능에 영향을 미치는 유전적 요인과 환경적 요인에 의해 발생된다.

비만은 특별한 질환없이 과식과 운동부족 등 생활양식에 의해 발생하는 단순성 비만과 유전적, 내분비계질환 및 신경학적 이상에 의해 발생하는 증후성 비만으로 분류하기도 하는데, 비만인의 약 95%는 단순성 비만인 것으로 보고 있다(김영설, 1990).

### (1) 내분비(내인성) 비만

섭취된 음식물은 대변, 소변, 발한, 호흡과 같은 배설기를 이용하여 체외로 배설되어야 한다. 이러한 과정을 거치지 않으면 몸 속에 들어 있는 물질은 다른 곳으로 나갈 수가 없으므로 체내에 축적된다. 이렇게 배설기의 작용이 잘 이루어지지 않아서 일어나는 질병이 주로 비만의 원인이 된다(신동학 등, 1994).

사실 오늘날에는 내분비선의 문제보다는 기본적으로 무기질 대사율이 감소되고 열량을 태우는 것을 방해하는 갑상선 기능의 저하가 내인성 비만의 원인으로 보는 견해가 많다.

## (2) 유전적 원인

20세기 후반 동안, 잘못된 유전적 기전(mechanism) 문제는 비만을 포함해 체중조절의 초점이 되어왔다. 비만에 관여하는 정상적 유전자들은 공복감과 포만감에 대한 중요한 정보를 알게 되어 건강한 체중을 유지하는 방식에 있어서 섭식, 열량 소비 및 지방 축적에 대해 알 수 있다. 그러나 유전에 의한 것이든 영양장애로 인한 것이든, 잘못된 유전자가 존재할 때 사람의 체중은 증가하는 경향이 있다.

비만 유전이론의 핵심은 음식 섭취를 멈추는 데 중요한 역할을 하는 단백질 렙틴(leptin)의 생산과 인식에 관여된 잘못된 유전자들을 최근에 발견한 데 있다(주왕기 등, 2004).

## (3) 식습관

식품 기호와 식습관은 가족에게 많은 영향을 받는다. 예를 들면 식사시간 사이사이 고당분 또는 고지방의 간식을 먹는것, 많은 양을 먹는것, 여러번 먹는 것, 고열량 식사를 섭취하는 것 등으로 잘못된 식습관이다.

## (4) 비활동성(기초대사율 감소)

신체의 기초생리적 과정을 유지하는 데 필요한 에너지 요구량은 나이가 들어감에 따라 꾸준히 줄어든다. 이 변화는 사람의 노화현상에서 일어나는 근육조직의 손실을 반영하는 것이다. 단기적으로 봤을 때 체중을 유지할 필요는 거의 없지만 장기적인 관점에서 만약 체중을 조절하지 않으면 시간이 지날수록 체중증가는 문제가 될 것이다.

체중관리 전문가들에게 현대사회에서의 비만의 가장 큰 원인이 무엇인지 물어보면 대부분 비활동성을 지적한다. 좌식생활(sedentary lifestyle), 일터의 자동화, 가정의 가사 노동을 줄여주는 기구들, TV시청과 운동을 싫어하는 일반적인 특성들이 이런 비활동성의 몇가지 원인이다(주왕기 등, 2004).

## 4. 피부 및 체형관리 요법

### 1). 스웨디쉬마사지(Swedish Massage)

피부미용분야에서 보편적으로 널리 사용되고 있으며 이 마사지법은 근육계를 근거로 하고 있으며 피부에 적절한 화장품을 바르고 손으로 피부표면을 쓰다듬고, 문지르고, 마찰하고, 두드리는 등 다양한 수기법을 가하여 피부 내부의 근육계, 신경계, 순환계까지 영향을 미치는 마사지로서 피부에 탄력성 부여, 긴장완화, 혈액순환, 근육강화, 신경이완 등의 다양한 효과를 갖는다.

### 2). 경락마사지(Meridian)

경락선이나 경혈점에 손가락, 손, 팔꿈치, 발 무릎 등의 신체부위를 이용하여 가압하고 문질러서 경락을 자극함으로써 기혈의 순행을 촉진시켜 인체의 혈액순환을 개선하고 신진대사를 촉진하여 건조하고 노화되고 탄력이 없는 피부에 영양을 공급하여 건강하고 균형있는 용모를 유지하게 한다. 인체에 기와 에너지를 부여하는 마사지로 각종 질병을 치료할 뿐만아니라 질병에 대한 방어능력을 키워 인체의 저항력을 증강시키고 정신을 맑게 해준다(조병각 등, 2000).

### 3). 반사마사지(Reflexology)

인체의 모든 신체기관이 귀, 눈, 손바닥, 발바닥에 반사점을 가지고 있으며 특정한 반사대(점)를 지압하거나 마사지 해 줌으로써 그 반사대와 상응 일치하는 내부 장기에 야기되는 스트레스, 통증, 생리적, 신체적 불균형을 경감시켜 항상성(homeostasis)을 유지시켜 주고 신체의 에너지 흐름을 원활하게 하고 생리기능을 정상화시키는 효과가 있다(김광욱 등, 2004).

#### 4). 림프드레나주(Lymphdrainage)

림프계는 혈관계와 유사하며 혈관계 중 정맥계에 해당되는 부속순환계이다. 림프드레나주는 림프계에 근거를 두며 림프관과 림프절부위를 일정한 속도와 압, 리듬으로 마사지하여 정체되어 있는 조직액과 림프가 원활히 순환, 배출되도록 도와주는 마사지방법으로 림프순환이 촉진되어 조직액의 배수가 촉진되고 림프계의 식균작용, 면역작용 등이 강화되어 인체에 저항력을 증진시키는 효과를 준다(Wittlinger, 1987). 림프마사지는 여드름, 습진, 부종, 모세혈관확장증 등 문제성 피부증상관리에 효과적으로 적용되며 또한 지방세포내에 축적물을 배설시키는데 영향을 주어 셀룰라이트(cellulite)관리에도 효과적으로 사용된다(Rudolf Weyergans, 1994).

#### 5). 이온토포레시스(Iontophoresis)

갈바닉 전류를 이용하여 이온화되는 물질을 피부에 침투시켜 피하지방을 분해한다. 갈바닉 전류는 직류 중 시간의 변화에도 전류의 방향과 크기가 일정하게 유지되는 평류전류로 전류 중 화학적 효과가 가장 큰 전류이다. 갈바닉 전류는 인체내에 침투되어 지속적이며 규칙적으로 흐름으로서 인체조직 전체에 퍼져 결국 모든 조직이 활성화된다. 즉 세포와 세포간 사이에 최상의 신진대사작용이 일어나고 혈액과 림프액의 흐름이 촉진되는 것이다. 직류로 인해 인체내의 이온이 함께 이동하는 현상이 일어나며 또한 전하를 갖고 있지 않은 활성물질들이 세포막으로 투과가 촉진된다.

갈바닉 전류의 또 다른 특성은 인체 내부에 침투되는 과정에서 인체 외부의 활성물질 이온을 동반할 수 있다는 것이다. 이들은 조직에서 인체내의 전해질과 합성되어 전기적 관리의 효과를 완성시킨다. 이러한 과정을 이온화과정(Iontophoresis)이라 한다. 피부관리시에는 이온화될 수 있는 고농축 활성물질을 갈바닉 전류를 이용하여 이온화과정을 통해 흡수시킴으로써 피부 깊은 층까지 활성물질이 도달하여 피부미용학적 효과를 달성시킨다(김명숙, 2001)

#### 6). 근육자극 전류기(Electro Muscle Stimulation)

인간의 근육이 40-80Hz의 주파수대에서 최대로 반응한다는 원리를 이용한 방법으로 여러 종류의 근육 자극기가 있으며, 한 개의 단자만을 가지는 단순한 형태와 여러 가지 제어가 가능한 여러 개의 단자를 이용하여 신체에 전기적인 파동(Pulse)을 가하는 방법을 사용하고 있다. 이렇게 가해진 전기적 파동은 운동신경(Motor Nerve)을 자극시켜서 결국 근육의 수축을 유발하게 된다. 근육은 수축과 이완을 반복하게 됨으로써 활동적인 운동을 하게 된다. 따라서 이러한 관리법들은 결과적으로 근육의 힘과 결을 향상시키는 효과를 가져오게 한다(이정옥, 2004).

#### 7). 감응전류기기(유도전류기기, Faradic current machine)

전류의 세기와 방향이 시간의 흐름에 따라 주기적으로 변하는 교류의 일종이다. 교류중에도 전류의 세기와 방향이 정형파전류와는 달리 비대칭적으로 변하는 전류로서 주로 중주파나 저주파를 사용하여 신경이나 근육의 전기적자극에 이용한다. 감응전류기기는 갈바니 전류와 같은 화학적 효과는 없으며 기계적 효과를 발생시킬 수 있는 것으로 근육층이 정상화됨으로서 위에 있는 피부층이 긍정적인 영향을 받도록 한 일종의 간접요법기기이다(김명숙, 2001).

#### 8). 초음파 요법(Ultrasonotherapy)

조직에 대한 마이크로 마사지 효과를 주는데 혈관 확장과 조직에 대한 투과성을 최고로 높이게 된다. 즉, 지방세포와 조직간의 물질대사의 균형을 정상화시켜 주고 투과성 상승으로 인해 유동성이 생긴 지방들이 순환계로 배출되고 제거가 쉬워지게 한다(이정옥, 2004).

#### 9). 고주파기기(High frequency machine)

주파수는 1초 동안에 일어나는 전기적 자극의 수를 의미하며, 저주파·중주파 고주파로 구분한다. 주파수가 1000Hz 이하를 저주파, 1000-10만Hz 이하를 중주파, 10만Hz 이상을 고주파라 한다. 고주파기기는 높은 주파수의 전기를 특수한 유리방전관에 흐르게 하여 방전관이 피부에 접근할 때 자색광선이 발색하도록 하는 기기인데 방전관은 유리의 금속으로 되어 있고 전기가 통할 때 방출되는 자색섬광은 자외선과 전혀 다른 것으로 유리관이 네온가스를 포함하고 있다면 오렌지-레드(orange-red)색을 발한다. 유리방전관의 모양은 긴 관형, 말굽형, 롤러형, 표고버섯형, 빗형 등 다양하여 얼굴, 목, 전신, 발, 모발 등 사용부위에 따라 적당한 모양을 선택한다(김명숙, 2001).

#### 10). 아로마테라피(Aromatherapy)

아로마테라피는 향이 나는 식물인 허브의 꽃, 열매, 줄기, 잎, 뿌리 등에서 추출한 휘발성 향유인 에센셜 오일을 이용해 마사지, 흡입, 목욕 등의 방법으로 심신을 건강하게 유지하는 요법이다. 모든 오일은 공통적으로 소독 및 방부 효과를 갖고 있으며 100% 순수 자연 성분으로 생명력을 가지고 있다. 식물에서 추출되는 향유의 양은 전체 식물의 양에 비해 극히 미량이며, 마사지를 시 피부로 통과한 향유 성분은 장기에 영향을 주고, 휘발되는 향은 후각신경을 통해 감정 상태에 영향을 미쳐 육체적, 정신적 효과를 나타낸다. 마사지를 받으면 오일은 서서히 피부에 스며들고 피부의 각 층을 통과하는데, 희석한 캐리어 오일로 인해 더 넓은 부위로 확산되면서 새로운 세포가 생성되고 노폐물이 배출되는 과정이 촉진되어 피부가 생명력을 갖게 된다. 에센셜 오일은 표피층을 통과하여 진피층의 모세혈관과 임파선을 통과한 후 몸 전체로 퍼지는데, 이렇게 몸에 흡수되는 데 약 20분 정도가 소요된다(오홍근 등, 2002).

### 11). 프레스테라피(Pressotherapy)

순환을 촉진하는 방법으로 특히 다리 등의 하체 부위에서의 정맥 순환을 개선하기 위하여 널리 사용하는 방법이다. 공기압축이 부위별로 순차적으로 일어나며 개인별로 압력조절이 가능하다(이정옥, 2004).

### 12). 광선테라피(Light therapy)

광선테라피는 광선에 의한 트리트먼트를 의미한다. 피부미용에 이용되는 광선에는 가시광선, 자외선, 적외선 등의 3가지가 있다.

자외선은 자외선등(lamp)을 이용하여 여드름, 건선, 백납 등의 피부병을 치료하는데 자외선을 피부에 조사할 때에는 피부 외의 장애물로 인해 피부내로 침투되기 힘들 수 있으므로 자외선 조사 전에 피부를 완전히 세척하는 것이 좋다. 자외선등(lamp)의 조사시간은 피부유형에 따라 틀리나, 처음에는 짧은 노출로 시작하여 차츰 시간을 늘려 나가는 것이 좋다. 너무 가까운 거리에서 조사하거나 오랫동안 광선에 노출시키면 물집 등 화상을 발생시키며 세포를 파괴시켜 피부에 심각한 피해를 줄 수 있으므로 유의한다. 또한 눈에 조사되지 않도록 주의하며 얼굴에 조사할 경우에는 보안경을 착용한다.

적외선은 인체에 유익한 열을 발생시키며 신체조직속으로 침투하여 혈액순환, 신진대사촉진, 피지분비증가, 신경이완 등의 효과를 발생시킨다. 적외선을 이용한 피부미용기기로는 적외선등(lamp), 원적외선, 마사지기, 원적외선사우나, 원적외선비만기기 등이 있다. 적외선등(lamp)은 적외선을 발생시키기 위해서 특별한 유리 전구를 사용하는데 조사 시 고객으로부터 약 80cm 이상 간격을 두고 사용하며 눈은 아이패드를 두껍게 하여 보호한다.

가시광선을 이용한 기기는 색상필터를 이용하여 390-650nm의 가시광선 파장에 해당되는 인공광선을 방출시키는 기기이다. 색상필터를 인체에 적용시키기 위해 개발된 광선기기는 칼라테라피(Colortherapy)기라 한다. 피부미용분야에서는 여드름, 상처, 홍반, 습진, 탄력부족 피부, 셀룰라이트 등의 피부증상

에 맞게 적합한 색상의 광선을 적용시켜 피부 및 체형개선효과를 증진시키는데 목적이 있다(김명숙, 2001).

### 13). 팔사요법

팔사요법은 피부표면의 표피층에 직접적인 영향을 주어 반흔조직을 형성시켜서 지방과 한선의 기능을 개선시키며 지방분비물을 제거하는 역할을 한다. 즉 팔사요법은 피부를 자극시켜 피부의 온도를 증가시키는 것으로 직접적인 기계적 효과와 간접적인 혈관운동의 작용으로 나타난다. 또한 피부의 근원조직이 유착증을 보이고 반흔조직이 형성되면 마찰운동과 신장력을 사용하여 기계적으로 유착조직을 늦추고 반흔조직을 부드럽게 하여 더 좋은 피부미용 효과를 얻을 수 있다(이정옥, 2004).

### Ⅲ .연구 방법

#### 1. 연구대상 및 기간

본 연구는 서울과 경기지역의 피부관리실을 이용하는 고객중 협조가 가능한 고객을 표본으로 선정하였다. 본 연구의 설문조사는 2005년 2월 20일부터 4월 10일까지로하여 총 500부의 설문지를 배포하였다. 회수된 설문지중에서 응답이 중복되거나 분석에 부적당한 부수를 제외하고 429부를 최종 분석자료로 사용하였다.

#### 2. 조사방법

피부·비만관리실을 조사자가 직접 방문하여 관리실을 이용하는 여성고객들에게 설문지를 배부하고 설문지의 목적과 작성요령을 간단하게 설명한 후 자기기입식으로 기입하게 하였으며 즉시 회수하거나 또는 선배부 후회수하는 형식으로 조사하였다.

#### 3. 조사도구 및 구성

본 연구의 설문은 라이프스타일 요인분석, 인구통계학적 일반사항, 피부비만 관리행동, 피부비만 관리실 이용실태, 관리실의 서비스에 대한 견해 등의 영역으로 구분하였으며 총 126문항으로 구성하였다.

라이프스타일 조사 설문 도구는 연구자가 국내의 선행 연구에서 관련 문항을 발췌하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였고, 피부비만 관리행동, 관리실 이

용실태, 서비스에 대한 견해 등의 설문 도구는 연구자가 직접 구성하였다.  
 본 연구를 위한 설문은 총 5개의 분야로 구성되었는데 세부적 사항은 아래  
 <표-4>와 같다.

<표-4> 설문지 구성

설문 내용	문항구성
I. 인구통계학적 일반사항	6문항
II. 평소에 하고 있는 피부 및 비만 관리 행동 및 미용행동	11문항
III. 피부비만 관리실의 이용실태	11문항
IV. 피부비만 관리실의 서비스에 대한 견해	10문항
V. 라이프스타일 요인 분석 사항	
1. 의생활 분석요인	12문항
2. 식생활 분석요인	10문항
3. 주생활 분석요인	7문항
4. 여가 문화생활 및 쇼핑형태 분석요인	16문항
5. 성격유형 분석요인	20문항
6. 가치관 분석요인	23문항
총문항	126문항

## 4. 자료처리 및 분석

### 1) 자료 분석 방법

자료의 통계처리는 SAS 8.0을 이용하여 분석하였다.

측정도구의 신뢰도를 검증하기 위하여 라이프스타일의 Cronbach's  $\alpha$ 를 산출하였다.

대상자의 인구통계적 특성, 피부·비만 관리행동 및 미용행동, 피부비만관리실의 이용 실태, 관리실 서비스에 대한 견해를 파악하기 위해 빈도, 백분율로 표시하였다.

조사 대상자들의 라이프스타일 유형을 알아보기 위해 요인분석을 이용하였고, 추출된 요인들은 의미있는 집단으로 묶기 위해 군집분석을 실시하였다.

라이프 스타일에 의해 분류된 집단간에 있어 군집에 따른 인구통계학적 특성, 피부 및 비만 관리행동, 피부비만관리실의 이용실태, 관리실 서비스에 대한 견해 등의 차이를 알아보기 위해  $\chi^2$ -test를 실시하였으며,  $p < 0.05$  수준에서 유의성을 검증하였다.

### 2) 라이프 스타일 요인분석 및 요인과 군집간의 관계

총 88개의 설문 문항에 대한 응답을 기준으로 요인을 추출하기 위해 varimax의 방법을 이용하여 변수를 회전한 결과 eigen value(아이겐값) = 1을 기준으로 하였을 경우 총 26개의 요인으로 묶이며 <표-5> 이 때 설명력은 68.90%이다,

지나치게 많은 요인의 도출과 요인과 변수 간의 상관관계가 다소 모호하여 50% 정도의 설명력을 보이는 8개 수준의 요인 추출 결과 아래와 같이 변수와 요인간의 관계가 나타났다. 이 때 요인의 변수에 대한 설명력은 34.57%였다.

<표-5> 라이프스타일 요인분석

요인	문항내용	요인부하량
요인 1 활동적 리더쉽	50. 내가 속한 집단에서 지도자가 되기를 원한다.	0.62
	58. 나는 새로운 사람과 만나는 것을 좋아한다.	0.66
	60. 매사에 자신감을 갖고 일한다.	0.67
	77. 사는 방식에 있어 남과 달라보이고 싶다	0.69
	87. 내 생각을 남에게 정확하게 말하는 편이다.	
고유치 : 8.24 설명변량백분율: 9.37 누적변량백분율: 9.37		
요인 2 자아 실현	53. 맞벌이 부부의 경우 집안 일은 공동으로 해야 한다.	0.72
	54. 취업시 남녀에게 공동으로 기회가 주어져야한다고 생각한다.	0.58
	83. 여성들의 사회진출은 바람직하다.	0.70
고유치 : 5.29 설명변량백분율: 6.01 누적변량백분율: 15.38		
요인 3 유행 추구	1. 옷을 입을 때 항상 화장과 액세서리 등 전체적인 코디를 고려한다.	0.66
	2. 옷은 자주 바뀌 입으며 변화를 준다.	0.66
	3. 새로운 패션이나 유행은 빨리 받아들이는 편이다.	0.68
	고유치 : 3.95 설명변량백분율: 4.49 누적변량백분율: 19.87	
요인 4 계획적 소비	36. 쇼핑 전에 쇼핑목록을 미리 작성하는 편이다.	0.32
	38. 쿠폰이나 적립금은 자주 이용하는 편이다.	0.46
	39. 백화점보다는 재래시장, 동네슈퍼, 도매 시장을 이용하는 편이다.	0.56
	고유치 : 3.29 설명변량백분율: 3.74 누적변량백분율: 23.61	
요인 5 목표 지향	43. 나는 인내심이 강한 편이다.	0.70
	44. 나는 목표가 정해지면 노력하는 편이다.	0.55
	45. 어떤 일에 대해 사전 준비를 하는 편이다.	0.59
	고유치 : 3.10 설명변량백분율: 3.52 누적변량백분율: 27.13	
요인 6 개성 추구	22. 요리 하기를 좋아한다.	0.60
	25. 방 안의 가구, 장식물 등의 자리를 자주 바꾸는 편이다.	0.47
	26. 집 안을 더 잘 꾸미기 위해 신경을 쓰는 편이다.	0.37
	고유치 : 2.61 설명변량백분율: 2.96 누적변량백분율: 30.09	
요인 7 소극적 내향형	47. 보다 나은 보수나 대우가 약속된다면 직장을 옮기는 것이 좋다.	0.39
	48. 비교적 사소한 일에 걱정을 많이 하는 편이다.	0.43
	76. 말없이 사색하는 시간을 자주 갖는다.	0.40
	고유치 : 2.03 설명변량백분율: 2.31 누적변량백분율: 32.40	
요인 8 내재적 전통형	59. 여성은 담배를 피우면 안된다고 생각한다.	0.19
	67. 여성은 결혼 전까지 순결한 편이 좋다고 생각한다.	0.31
	81. TV 뉴스나 신문을 매일 본다.	0.50
	고유치 : 1.91 설명변량백분율: 2.17 누적변량백분율: 34.57	

군집분석은 ward의 거리 척도 방법을 이용하여 계층적 군집분석의 결과와 F-검정법의 결과를 이용한 결과 최적 군집 수는 5개로 나타났다.

5개의 군집 수에 따라 k-means cluster를 실행하여 아래와 같은 결과를 도출할 수 있었다.

각 군집에 속하는 사람은 군집 1은 200명, 군집 2는 153명, 군집3은 9명, 군집4는 8명, 군집5는 59명이었다.

군집1의 경우 내재적 전통형, 소극적 내향형, 계획적 소비형 등의 요인과 관계가 높아 전통적 계획소비형이라 명명하였고 군집2는 목표지향, 개성추구, 계획적 소비 등의 요인과 관계가 높아 진보적 계획소비형이라 명명하였으며 군집3은 소극적 내향형, 자아실현, 유행추구 등의 요인과 관계가 높아 소극(내향적) 유행추구형이라 명명하였고 군집4는 활동적 리더쉽, 유행추구, 개성추구, 자아실현 등의 요인과 관계가 높아 활동적 유행추구형이라 명명하였으며 군집5는 유행추구, 개성추구 등의 요인과 관계가 낮고 소극적 내향형, 내재적 전통형과 다소 관계가 높아 보수적 유행무관심형으로 명명하였다.<표-6>

<표-6> 라이프스타일 군집분석

	군집명					F	P
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
요인 1. 활동적 리더쉽	0.74	0.71	0.53	0.94	0.53	16.77	<0.001
요인 2. 자아 실현	0.78	0.67	0.79	0.81	0.78	23.00	<0.001
요인 3. 유행추구	0.75	0.77	0.78	0.83	0.63	11.25	<0.001
요인 4. 계획적 소비	0.54	0.64	0.25	0.75	0.24	30.50	<0.001
요인 5. 목표지향	0.69	0.78	0.72	0.51	0.42	15.17	<0.001
요인 6. 개성추구	0.54	0.67	0.07	0.67	0.48	96.59	<0.001
요인 7. 소극적 내향형	0.55	0.51	0.65	0.08	0.33	14.84	<0.001
요인 8. 내재적 전통형	0.48	0.46	0.37	-1.79	0.42	11.72	<0.001
size	200	153	9	8	59		

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 인구통계학적 특성

응답자는 피부비만 관리실을 이용하는 성인 여성으로 총 429명 이었으며 20대, 30대, 40대가 주로 관리실을 자주 이용하였으며, 그 중 30대가 37.38%로 가장 많은 피부비만관리를 받고 있다.

최종학력은 고등학교, 전문대학교, 대학교 졸업이 각각 25.70%, 31.77%, 31.31%로 고른 분포를 나타냈고 초·중학교졸은 전체의 1.17% 밖에 차지하지 않았다.

월평균 가계소득은 150만원 이상-350만원 미만이 49.18%로 절반가량 차지하였고 고소득 층인 450만원 이상인 경우가 18.27%의 비중을 차지한 반면 저소득 층인 150만원 미만이 22.72%로 다소 많은 비중을 나타냈다. 이는 기혼자의 월평균 가계소득과 미혼자 간의 월평균 가계소득의 차이에서 오는 양상이라 사료된다.

월평균 자기관리 지출비는 10만원 이상-30만원 미만이 50.24%로 절반이상 차지하였고 50만원 이상은 21.23%를 나타냈다.

직업은 회사원 및 판매원, 자영업, 전업주부가 각각 19.44%, 13.11%, 24.83%를 나타냈고 전문직은 37.94%로 높은 비중을 차지한 반면 학생은 4.68%로 낮은 비중을 보였다.

결혼여부는 미혼이 36.53%, 기혼이 57.38%, 독신이 6.09%였다.

<표-7> 인구통계학적 특성

변수	내용	빈도(n)	백분율(%)
연령	20대	114	26.64
	30대	160	37.38
	40대	115	26.87
	50대	3	7.71
	60대	6	1.40
	계	398	
최종학력	초, 중학교졸	5	1.17
	고등학교졸	110	25.70
	전문대학교졸	136	31.77
	대학교졸	134	31.31
	대학원이상	43	10.05
	계	398	
월평균가계소득	150만원 미만	97	22.72
	150만원 이상-250만원 미만	103	24.12
	250만원 이상-350만원 미만	107	25.06
	350만원 이상-450만원 미만	42	9.83
	450만원 이상	78	18.27
	계	397	
월평균 자기관리 지출비	10만원 이상-20만원 미만	104	24.53
	20만원 이상-30만원 미만	109	25.71
	30만원 이상-40만원 미만	71	16.75
	40만원 이상-50만원 미만	50	11.78
	50만원 이상	90	21.23
	계	395	
직업	학생	20	4.68
	회사원 및 판매원	83	19.44
	전업주부	106	24.83
	자영업	56	13.11
	전문직	162	37.94
	계	388	
결혼여부	미혼	156	36.53
	기혼	245	57.38
	독신	26	6.09
	계	388	

## 2. 피부 및 비만 관리행동(미용행동)

응답자들의 미용 체형 관리법은 마사지와 운동이 각각 42.15%, 33.96%로 나타났고 피부 트러블과 체형관리에 대한 식이조절은 조절하는 응답자가 53.63%, 조절하지 않는 응답자가 46.37%를 나타냈다.

피부관리나 체형관리의 이유는 자기만족과 건강이 각각 57.94%, 30.37%로 전체의 거의 대부분의 빈도를 차지하였고 관리실에서 충고해준 홈케어를 지켜서 행하는 응답자가 64.41%를 차지했다.

화장품 구입처는 백화점이 28.10%로 가장 많은 빈도를 차지했고 관리실이 22.72%, 화장품 할인점이 25.53%로 관리실에서 관리는 받지만 제품 구입율은 다소 낮은 비중을 차지하였다.

피부타입은 지성이 11.45%, 건성이 25.93%로 중년 여성의 빈도가 높은 만큼 지성피부타입 보다는 건성의 피부타입의 비중이 높았고 복합성 피부타입이 가장 많은 34.81%를 나타냈다. 관리방법과 화장으로 외모를 보완할 수 있는지를 묻는 질문에는 보완할 수 있다는 응답이 82.67%를 나타내 자기관리나 화장 및 외모에 관심을 보이는 응답자가 많은 빈도로 나타났다.

화장품 구매시 가장 고려하는 점은 제품의 질이 71.50%로 가장 높은 빈도를 나타냈고 외제 화장품 이용은 가끔 사용한다가 50%, 주로 사용한다가 33.65%, 반드시 사용한다가 6.54%, 사용하지 않는다가 9.81%로 외국 화장품 이용 빈도가 90.19%의 빈도를 나타내 관리실 이용 고객들은 국내 화장품보다 외국 화장품을 월등하게 더 선호하고 있다.

응답자 집에서 스스로 행하는 마사지는 가끔한다가 61.18%로 가장 높은 빈도를 나타냈고 자신의 외모의 만족도는 만족한다가 51.64%, 아주 만족한다가 2.56%로 응답자 전체의 절반 이상이 자신의 외모에 만족하고 있다.

<표-8> 피부 및 비만 관리행동

변수	내용	빈도(n)	백분율(%)
미용 체형 관리법	운동	145	33.96
	마사지(관리실 이용)	180	42.15
	절식(단식)	29	6.79
	약물 및 의료행위	9	2.11
	찜질, 사우나	64	14.99
	계	388	
피부관리나 체형관리의 이유	건강	130	30.37
	이성(남자친구, 배우자)	28	6.53
	자기만족(자신감)	248	57.94
	사회적 인식	22	5.14
	계	389	
홈케어시행 여부	전혀 하지않음	23	5.39
	하지않음	129	30.21
	함	252	59.01
	충실하게 함	23	5.39
	계	388	
화장품 구입처	백화점	120	28.10
	관리실	97	22.72
	인터넷	41	9.60
	화장품 할인점	109	25.53
	방문판매	60	14.05
	계	388	
피부타입	건성	111	25.93
	중성	56	13.09
	지성	49	11.45
	복합성	149	34.81
	민감성(예민성)	63	14.72
	계	389	
자신의 관리법과 화장으로 외모를 보완할 수 있는지 여부	전혀 그렇지 않다	8	1.87
	그렇지 않다	66	15.46
	그렇다	288	67.45
	매우 그렇다	65	15.22
	계	388	
화장품 구매시 고려하는 점	제품의 질	306	71.50
	가격	25	5.84
	브랜드나 모델의 이미지	40	9.35
	구전이나 권유	48	11.21
	용기(케이스)나 향	9	2.10
	계	389	
외제 화장품 이용빈도	전혀 사용하지 않음	42	9.81
	가끔 사용	214	50.00
	주로 사용	144	33.65
	반드시 사용	28	6.54
	계	389	

### 3. 피부 비만 관리실의 이용 실태

응답자가 병원부설 관리실보다 피부비만 전문 관리실을 이용하는 이유는 전문성이 있어서 36.39%, 서비스가 좋아서 27%, 권유를 받아서 15.28%, 문제점이 개선되어서 12.64%, 가격이 저렴해서 8.69%의 순으로 나타났다.

관리실 이용 빈도는 주 1-2회가 35.05%로 가장 많았고 한달에 2-3회가 그 다음으로 많았다. 생각날 때 가끔 이용한다는 응답자가 33.41%를 차지한 것으로 보아 관리실을 불규칙적으로 이용하는 고객이 많다는 것을 의미한다. 관리실을 이용해온 기간은 6개월 미만인 33.49%로 가장 많은 비중을 차지했고 약 1년이 23.42%, 약 2년이 12.41%, 약 3년이 8.20%, 3년 이상이 22.48%의 순으로 나타났다.

기능성 화장품의 신뢰도와 기능성 기기의 신뢰도는 신뢰한다가 각각 77.81%, 81.31%로 나타나 관리실을 찾는 고객들이 보편적으로 기능성 화장품과 기기를 신뢰하고 있지만 신뢰하지 않는다는 응답도 각각 22.19%, 18.69%로 비교적 높은 빈도이다. 이는 관리를 받고 있으면서도 제품과 기기를 신뢰하지 못하는 고객들이 상당히 많다는 것을 의미한다.

관리실을 이용하는 응답자들이 선호하는 마사지는 경락마사지, 림프마사지, 기기관리마사지, 아로마마사지, 일반마사지의 경우 각각 45.09%, 9.82%, 11.45%, 15.65%, 17.99%로 나타났는데 관리실을 이용하는 고객들이 경락마사지 관리를 가장 선호하고 있음을 알 수 있다.

관리실을 옮긴 경험은 한번도 없다 37.09%, 1-3번 51.64%, 4-10번 미만 10.57%, 10번 이상 0.70%로 나타났다.

피부의 문제점은 탄력부족 및 주름이 43.44%로 가장 높았고 기미 및 주근깨 17.41%, 여드름 및 지성 16.71%, 건성 및 각질 13.13%, 예민 9.31%로 각각 비슷한 빈도를 나타냈고 체형의 문제점은 복부 및 허리가 47.86%로 가장 높

있고 그 다음은 하체(허벅지, 종아리)가 22.38%, 팔뚝 5.95% 얼굴축소 및 얼굴형 5.71%, 가슴 4.05%였다. 응답자중 중년 여성이 차지하는 빈도가 높아 탄력부족 및 주름과 복부 및 허리의 문제점을 응답한 응답자가 많았다.

<표-9> 피부비만관리실의 이용실태

변수	내용	빈도(n)	백분율(%)
병원부설 관리실보다 피부비만 전문 관리실을 이용하는 이유	전문성이 있어서	155	36.39
	가격이 저렴해서	37	8.69
	서비스가 좋아서	115	27.00
	권유를 받아서	65	15.28
	나의 문제점이 개선되어서	54	12.64
	계	387	
관리실 이용 빈도	주 3회 이상	11	2.57
	주 1-2회	150	35.05
	한달에 2-3회	87	20.33
	한달에 1회	37	8.64
	생각날 때 가끔	143	33.41
	계	389	
관리실 이용 기간	6개월 미만	143	33.49
	약 1년	100	23.42
	약 2년-3년	88	20.61
	3년 이상	96	22.48
	계	388	
본인 피부의 문제점	기미 및 주근깨	73	17.41
	탄력부족 및 주름	182	43.44
	여드름 및 지성	70	16.71
	건성 및 각질	55	13.13
	에민 피부	39	9.31
	계	380	
본인 체형상 문제점	복부 및 허리	201	47.86
	팔뚝	25	5.95
	하체(허벅지, 종아리)	94	22.38
	가슴	17	4.05
	얼굴축소 및 얼굴형	24	5.71
	전체(신체 모두)	59	14.05
	계	381	
선호하는 마사지	경락 마사지	193	45.09
	림프 마사지	42	9.82
	기기 관리 마사지	49	11.45
	아로마 마사지	67	15.65
	일반 마사지	77	17.99
	계	389	
관리실을 옮긴 경험	한번도 없다	158	37.09
	1-3번	220	51.64
	4-6번	39	9.15
	7-9번	6	1.42
	10번 이상	3	0.70
	계	387	

#### 4. 관리실의 서비스에 대한 견해

응답자가 관리실을 옮기고 싶을 때는 서비스가 만족스럽지 못해서가 49.06%로 가장 높았고 비싸서가 15.57%, 얼굴이나 신체에 트러블이 생겨서가 14.62%, 마사지의 테크닉이 마음에 안들어서가 13.92%이다. 이것은 서비스가 좋아서 관리실을 이용한다는 고객의 빈도가 높았기 때문에 관리실을 옮기고 싶은 이유의 1/2가량이 서비스의 불만족으로 나타난 것이다.

응답자의 문제점에 대한 관리사의 이해도는 이해하고 있음이 78.27%, 잘 이해하지 못함이 21.10%로 나타났고 응답자의 문제점에 대한 관리사의 설명은 설명해준다 75.47%, 조금 설명해준다 23.13%, 전혀 설명하지 않는다 1.40%로 나타났다. 빈도를 보면 관리사가 본인들의 문제점에 대해 잘 이해하지 못하고 설명해주지 않는다는 응답이 다소 높았다.

현재 이용하고 있는 관리실에 대한 만족도는 매우 만족 15.02% 대체로 만족 51.64%, 조금 만족 30.99%, 전혀 만족하지 않음이 2.35%이고 관리실을 계속 이용하겠냐는 질문에는 계속 이용하겠다 43.79%, 가끔 이용하겠다 30.84%, 잘 모르겠다 22.57%, 이용하지 않겠다 2.80%의 빈도를 나타냈다. 관리실을 계속 이용하겠냐는 질문에 가끔 이용하겠다 라는 응답과 잘 모르겠다는 응답이 53.50%로 상당히 높은 빈도이기 때문에 유동성 있는 고객층이 많다는 것을 알 수 있다.

관리시 얼굴이나 신체에 트러블이 생겼을 때 관리실에서 문제점을 완화시켜 주냐는 질문에 완화시킴 82.46%, 완화시키지 못함 17.54%로 나타났고 관리나 서비스의 불만족시 대응방법은 말없이 관리실을 옮긴다 23.60%, 불만족을 원장에게 말한다 35.75%, 관리사에게 말한다 25%, 주변의 다른 사람들에게 말한다 6.54%, 다른 관리를 해달라고 요구한다 7.24%, 그냥 방치하고 참는다 1.87%이다. 이러한 응답을 보면 불만족을 원장이나 관리사에게 말하는

60.75%의 응답자를 제외한 나머지의 고객은 현재의 관리실을 이용하지 않을  
빈도가 높다는 것을 알수있다.

<표-10> 관리실의 서비스에 대한 견해

변수	내용	빈도(n)	백분율(%)
관리실을 옮기고 싶을 때	테크닉이 맘에 안들어서	59	13.92
	트러블이 생겨서	62	14.62
	비위생적이라서	29	6.83
	비싸서	66	15.57
	서비스가 만족스럽지 못해서	208	49.06
	계	385	
나의 문제점에 대한 관리사의 이해도	전혀 이해하고 있지 못함	3	0.70
	별로 이해하고 있지 못함	90	21.03
	이해하고 있음	301	70.33
	매우 잘 이해하고 있음	34	7.94
	계	389	
관리에 대한 설명	전혀 설명하지 않음	6	1.40
	조금 설명	99	23.13
	대체로 설명해줌	221	51.64
	자세히 설명해줌	102	23.83
	계	389	
현재 이용하고 있는 관리실에 대한 만족도	전혀 만족하지 않음	10	2.35
	조금 만족	132	30.99
	대체로 만족	220	51.64
	매우 만족	64	15.02
	계	387	
관리실의 지속적인 이용 여부	이용하지 않겠다	12	2.80
	가끔 이용하겠다	132	30.84
	잘 모르겠다	97	22.57
	계속 꾸준히 잘 이용하겠다	187	43.79
	계	389	
관리실 추천 여부	추천하지 않겠다	85	19.86
	추천하겠다	280	65.42
	적극 추천하겠다	63	14.72
	계	389	
관리시 트러블이 생겼을 때 관리실의 문제점 완화정도	전혀 완화하지 못함	7	1.66
	완화하지 못함	68	15.88
	완화시킴	307	71.72
	잘 완화시킴	45	10.74
	계	389	
관리나 서비스 불만족 시 대처 방안	말없이 관리실을 옮김	101	23.60
	불만족을 원장에게 말함	153	35.75
	불만족을 관리사에게 말함	107	25.00
	주변의 사람들에게 말함	28	6.54
	다른 관리를 해달라고 요구	31	7.24
	그냥 방치하고 참음	8	1.87
	계	389	

## 5. 군집간 월평균 가계소득

군집간 유의한 차이를 보이지 않았으나 소극적이지만 유행을 추구하고 싶어 하는 군집은 소득 150만원 미만이 그 군의 44.45%로 높게 나타났으나 450만원 이상의 고소득 층도 33.33%로 다소 많이 나타나는 상반된 군집의 양상을 보이는데 이는 기혼자와 미혼자의 월평균 가계소득의 차이에서 오는 양상이라 사료된다. 전통적 계획소비형, 진보적 계획소비형, 보수적 유행무관심형의 군집은 가계소득이 적은 집단부터 많은 집단까지 비교적 고른 분포이다

<표-11> 군집간 월평균 가계소득

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
150만원 미만 (%)	41 (20.30)	31 (20.66)	4 (44.45)	3 (37.50)	18 (31.04)	97	p=0.1874
150이상-250만원 미만 (%)	47 (23.27)	42 (28.00)	0 (0)	1 (12.50)	13 (22.41)	103	
250이상-350만원 미만 (%)	56 (27.22)	37 (24.67)	1 (11.11)	1 (12.50)	12 (20.69)	107	
350이상-450만원 미만 (%)	20 (9.90)	13 (8.67)	1 (11.11)	3 (37.50)	5 (8.62)	42	
450만원 이상 (%)	38 (18.81)	27 (18.00)	3 (33.33)	0 (0)	10 (17.24)	78	
Column Total	202 (100)	150 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	427	

## 6. 군집간 월평균 자기관리 지출비

군집간 유의한 차이를 보이지 않았으나 소극적 유행추구형의 군집은 월평균 자기관리 지출비로 10-20만원 미만을 지출하는 응답자가 그 군의 44.45%로 약 1/2가량을 차지해 다른 군에 비해 다소 낮았고 상대적으로 활동적 유행추구형의 군집은 월평균 자기관리 지출비로 50만원 이상을 지출하는 응답자가 그 군의 37.50%를 차지해 높은 것으로 나타났다. 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 두 군집과 보수적 외모무관심형의 군집은 자기관리 지출비가 적은 집단부터 많은 집단까지 비교적 고루 분포되어 있다.

<표-12> 군집간 월평균 자기관리 지출비

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 외모무관심형		
10-20만원 미만 (%)	50 (24.88)	34 (22.82)	4 (44.45)	2 (25.00)	14 (24.56)	107	p=0.630
20이상-30만원 미만 (%)	44 (21.89)	47 (31.54)	1 (11.11)	1 (12.50)	16 (28.07)	109	
30이상-40만원 미만 (%)	31 (15.42)	24 (16.11)	2 (22.22)	2 (25.00)	12 (21.05)	71	
40이상-50만원 미만 (%)	28 (13.93)	14 (9.40)	1 (11.11)	0 (0)	7 (12.28)	50	
50만원 이상 (%)	48 (23.88)	30 (20.13)	1 (11.11)	3 (37.50)	8 (14.04)	90	
Column Total	201 (100)	149 (100)	9 (100)	8 (100)	57 (100)	424	

## 7. 군집간 미용 체형 관리법

군집간 유의한 차이가 없었으며 다섯 개의 군 모두가 관리실을 이용한 마사지로 체형을 관리하는 집단이 많았다. 그 중에 유행추구형의 두 군집이 각각 55.56%, 62.50%로 다른 군에 비해 관리실 이용이 더 높게 나타났다. 소극적 유행추구형의 군집은 약물이나 의료행위, 찜질이나 사우나로 체형을 관리하는 응답자가 전혀 없었고 활동적 유행추구형의 군집은 절식, 약물이나 의료행위로 체형을 관리하는 응답자가 없었다.

<표-13> 군집간 미용 체형 관리법

	군집명					Row Total	p=0.9673
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
운동 (%)	65 (32.34)	56 (37.09)	3 (33.33)	2 (25.00)	19 (32.76)	145	
마사지(관리실 이용) (%)	85 (42.29)	60 (39.73)	5 (55.56)	5 (62.50)	25 (43.10)	180	
절식(단식) (%)	14 (6.96)	9 (5.96)	1 (11.11)	0 (0)	5 (8.62)	29	
약물 및 의료행위 (%)	3 (1.49)	5 (3.31)	0 (0)	0 (0)	1 (1.72)	9	
찜질, 사우나 (%)	34 (16.92)	21 (13.91)	0 (0)	1 (12.50)	8 (13.80)	64	
Column Total (100)	201 (100)	151 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	427	

## 8. 군집간 관리실 이용 빈도

각 군집별 관리실 이용 빈도에는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 있는 것으로 나타났다. 전통적 계획소비와 진보적 계획소비형의 군집은 생각날 때 가끔 관리실을 이용하는 집단이 다른 군보다 높게 나타난 것으로 보아 소비에 민감하고 계획적인 지출을 하는 집단이며 소극적 유행추구형, 활동적 유행추구형, 보수적 유행무관심형의 군집은 주 1-2회 관리실을 이용하는 집단이 비교적 높게 나타났다. 활동적 유행추구형의 군집은 한 달에 2-3회, 한달에 1회 등의 월단위 관리는 받지 않은 것으로 나타났다.

<표-14> 군집간 관리실 이용 빈도

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
주 3회 이상 (%)	3 ( 1.48)	5 (3.31)	1 (11.11)	1 (12.50)	1 ( 1.72)	11	p=0.0479
주 1-2회 (%)	65 (32.18)	46 (30.46)	4 (44.45)	5 (62.50)	30 (51.73)	150	
한 달에 2-3회 (%)	37 (18.32)	39 (25.83)	1 (11.11)	0 (0)	10 (17.24)	87	
한달에 1회 (%)	21 (10.40)	13 (8.61)	0 (0)	0 (0)	3 (5.17)	37	
생각날 때 가끔 (%)	76 (37.62)	48 (31.79)	3 (33.33)	2 (25.00)	14 (24.14)	143	
Column Total	202 (100)	151 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	428	

## 9. 군집간 관리실 이동 횟수

각 군집별 관리실 이동 횟수에는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 나타났다. 관리실을 한번도 옮긴적이 없고 꾸준히 한 곳만 이용한 집단은 전통적 계획소비형과 소극적 유행추구형의 군집이 각각의 41.79%, 50%로 많았고 보수적 유행무관심형의 군은 1-3번 옮긴 집단이 44.83%로 가장 많았지만 10번 이상 옮긴 집단도 다섯 개의 군중 가장 높게 나타났다. 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형에 속하는 집단은 4-10번 이상 관리실을 옮긴 응답자는 한 명도 나타나지 않은 것으로 보아 유행추구형의 두 군이 비교적 관리실을 옮겨 다니지 않고 꾸준히 이용하는 것으로 사료된다. 다섯 개의 군 각각에서 1-3번 관리실을 옮긴 집단이 가장 높게 나타났으며 그 중 활동적 유행추구형의 군집은 그 군의 75%를 차지해 두드러지게 많았다.

<표-15> 군집간 관리실 이동 횟수

	군집명					Row Total	p=0.0495
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
한번도 없다 (%)	84 (41.79)	51 (33.78)	4 (50.00)	2 (25.00)	17 (29.31)	158	
1-3번 (%)	98 (48.76)	86 (56.95)	4 (50.00)	6 (75.00)	26 (44.83)	220	
4-6번 (%)	14 (6.96)	13 (8.61)	0 (0)	0 (0)	12 (20.69)	39	
7-9번 (%)	4 (1.99)	1 (0.66)	0 (0)	0 (0)	1 (1.72)	6	
10번 이상 (%)	1 (0.50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (3.45)	3	
Column Total	201 (100)	151 (100)	8 (100)	8 (100)	58 (100)	426	

## 10. 군집간 피부의 문제점

중년 여성 집단의 빈도가 높아 피부의 문제점은 다섯 개의군 모두 탄력부족 및 주름의 문제점을 가진 집단이 많았다. 기미 및 주근깨는 진보적 계획소비형보다 전통적 계획소비형의 집단이 다소 높았고 여드름 및 지성피부의 문제점은 유행추구형의 두 군이 각각의 33.33%, 37.50%로 다른 군에 비해 높았다. 활동적 유행추구형의 군집에는 건성 및 각질과 예민피부는 나타나지 않았다. 각 군집간 유의적인 차이는 없었다.

<표-16> 군집간 피부의 문제점

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
기미 및 주근깨 (%)	41 (20.92)	22 (14.77)	1 (11.11)	1 (12.50)	8 (14.04)	73	p=0.154
탄력부족 및 주름 (%)	83 (42.35)	71 (47.65)	3 (33.33)	4 (50.00)	21 (36.84)	182	
여드름 및 지성 (%)	26 (13.26)	21 (14.09)	3 (33.33)	3 (37.50)	17 (29.82)	70	
건성 및 각질 (%)	26 (13.26)	24 (16.11)	1 (11.11)	0 (0)	4 (7.02)	55	
예민피부 (%)	20 (10.21)	11 (7.38)	1 (11.11)	0 (0)	7 (12.28)	39	
Column Total	196 (100)	149 (100)	9 (100)	8 (100)	57 (100)	419	

## 11. 군집간 체형상 문제점

전통적 계획소비형, 진보적 계획소비형, 보수적 유행무관심형의 군집은 각각 48%, 47.97%, 52.64%가 체형상 문제점을 복부 및 허리라고 응답해 각각의 군 전체에서 절반가량을 차지하였고 활동적 유행추구형은 하체의 문제점을 42.86%의 고객이 응답해 복부 및 허리보다 하체의 문제가 더 많은 부분을 차지했다. 소극적 유행추구형은 체형상의 문제점을 50%가 전체적인 문제가 있다고 응답했다. 각 군집간의 유의한 차이는 없었다.

<표-17> 군집간 체형상 문제점

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
복부 및 허리	96	71	2	2	30	201	p=0.4997
(%)	(48.00)	(47.97)	(25.00)	(28.58)	(52.64)		
팔뚝	12	8	0	0	5	25	
(%)	( 6.00)	(5.41)	(0)	(0)	(8.77)		
하체(허벅지, 종아리)	43	34	2	3	12	94	
(%)	(21.50)	(22.97)	(25.00)	(42.86)	(21.05)		
가슴	7	7	0	0	3	17	
(%)	(3.50)	(4.73)	(0)	(0)	(5.26)		
얼굴축소 및 얼굴형	15	8	0	1	0	24	
(%)	(7.50)	(5.41)	(0)	(14.28)	(0)		
전체적	27	20	4	1	7	59	
(%)	(13.50)	(13.51)	(50.00)	(14.28)	(12.28)		
Column Total	200	148	8	7	57	420	
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)		

## 12. 군집간 관리실 이동 이유

각 군집별 관리실 이동 이유는 서비스가 만족스럽지 못해서 다른 관리실을 이용한다는 집단이 많았다. 특히 유행추구형의 두 군집이 가장 높게 나타났고 소극적 유행추구형의 군집은 응답자 전체가 서비스가 만족스럽지 못해서 관리실을 옮긴다고 응답하였다. 트러블이 생겨서 관리실을 옮긴다는 집단은 보수적 유행무관심형이 그 군의 1/4(24.14%)을 차지해 가장 많았고 비싸서 관리실을 옮긴다는 집단은 계획적소비형의 두 군집이 가장 높았다.각 군집별 유의한 차이는 나타나지 않았다.

<표-18> 군집간 관리실 이동 이유

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
테크닉 부족 (%)	25 (12.38)	25 (16.78)	0 (0)	1 (12.50)	8 (13.79)	59	p=0.2319
트러블이 생겨서 (%)	26 (12.87)	21 (14.10)	0 (0)	1 (12.50)	14 (24.14)	62	
비위생적 (%)	16 (7.92)	11 (7.38)	0 (0)	0 (0)	2 (3.45)	29	
비싸서 (%)	39 (19.31)	20 (13.42)	0 (0)	0 (0)	7 (12.07)	66	
서비스 불만족 (%)	96 (47.52)	72 (48.32)	7 (100)	6 (75.00)	27 (46.55)	208	
Column Total (100)	202 (100)	149 (100)	7 (100)	8 (100)	58 (100)	424	

### 13. 군집간 관리실 이용시 만족도

각 군집간의 관리실 이용 만족도는 유의적인 차이(p<0.05)가 있는 것으로 나타났다. 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 두 군의 응답자 모두는 만족한다는 응답을 하였고 특히 활동적 유행추구형의 군집은 62.5%가 매우 만족한다는 응답을 하였다. 만족도가 낮은 집단은 전통적 계획소비형의 군집과 진보적 계획소비형의 군집에 다소 많이 나타났고 전혀 만족하지 않는다는 응답은 보수적 유행무관심형의 군집이 가장 많았다.

<표-19> 군집간 관리실 이용시 만족도

	군집명					Row Total	p=0.0091
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
전혀 만족하지 않음 (%)	3 (1.49)	4 (2.68)	0 (0)	0 (0)	3 (5.17)	10	
조금 만족 (%)	70 (34.65)	4 (32.89)	0 (0)	0 (0)	13 (22.41)	132	
대체로 만족 (%)	102 (50.49)	76 (51.01)	6 (66.67)	3 (37.50)	33 (56.90)	220	
매우 만족 (%)	27 (13.37)	20 (13.42)	3 (33.33)	5 (62.50)	9 (15.52)	64	
Column Total	202 (110)	149 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	426	

## 14. 군집간 관리과정 시 발생된 트러블에 대한 이해도

관리실에서 관리를 받았을 때 가끔 얼굴이나 신체에 나타나는 트러블을 관리실에서 얼마나 잘 완화시켜주냐는 응답은 각 군집간의 유의적인 차이는 보이지 않았다. 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 군집은 응답자 전체가 완화시킨다는 응답을 하였다. 전혀 완화시켜 주지 못한다는 응답은 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 집단에서만 나타난 것으로 보아 계획적인 소비를 하는 집단일수록 관리시 트러블에 대해 민감한 반응을 보인다고 생각된다.

<표-20> 군집간 관리과정 시 발생된 트러블에 대한 이해도

	군집명					Row Total	p=0.5864
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
전혀 완화하지 못함 (%)	3 (1.48)	4 ( 2.67)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	7	
완화시키지 못함 (%)	39 (19.31)	19 (12.67)	0 (0)	0 (0)	10 (17.24)	68	
완화시킴 (%)	142 (70.30)	107 (71.33)	7 (77.78)	8 (100)	43 (74.14)	307	
잘 완화시킴 (%)	18 (8.91)	20 (13.33)	2 (22.22)	0 (0)	5 (8.62)	45	
Column Total	202 (100)	150 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	427	

## 15. 군집간 관리실의 지속적 이용 여부

각 군집간의 유의적인 차이를 나타내지는 않았지만 계속적으로 잘 이용하겠다는 응답은 소극적 유행추구와 활동적 유행추구의 군집에서 각각 66.67%, 87.50%로 매우 높게 나타났고 이 두 군집에서는 이용하지 않겠다는 응답은 한 명도 없었다. 이것은 유행을 추구하는 두 군의 집단이 꾸준히 관리실을 이용하려는 고객충임을 나타낸다. 잘 모르겠다는 응답은 전통적 계획소비형과 보수적 유행무관심형의 군집에서 많은 것으로 보아 언제든지 변수로 작용할 수 있는 군집이라 사료된다.

<표-21> 군집간 관리실의 지속적 이용 여부

	군집명					Row Total	
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
이용하지 않겠다 (%)	6 (2.97)	4 (2.65)	0 (0)	0 (0)	2 (3.45)	12	p=0.244
가끔 이용하겠다 (%)	66 (32.67)	49 (32.45)	2 (22.22)	1 (12.50)	14 (24.14)	132	
잘 모르겠다 (%)	53 (26.24)	27 (17.88)	1 (11.11)	0 (0)	16 (27.58)	97	
계속 이용하겠다 (%)	77 (38.12)	71 (47.02)	6 (66.67)	7 (87.50)	26 (44.83)	187	
Column Total	202 (100)	151 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	428	

## 16. 군집간 관리나 서비스의 불만족 시 대처 행동

각 군간의 유의적인 차이는 보이지 않았다. 관리나 서비스가 불만족스러울 때 네 개의 각 군은 불만족을 원장에게 말한다는 집단이 많았는데 활동적 유행추구형의 군집에서는 불만족을 원장에게 말한다는 응답자가 한 명도 없었다. 활동적 유행추구형은 불만족을 관리사에게 말하거나 말없이 관리실을 옮긴다는 응답이 많았다. 서비스 불만족 시 진보적 계획소비형 군집의 29.80%, 활동적 유행추구형 군집의 37.50%가 말없이 관리실을 옮긴다는 응답을 한 것으로 보아 진보적이고 활동적인 성향이 강한 유형의 고객들이 말없이 다른 관리실로 옮기는 군집이라 하겠다.

<표-22> 군집간 관리나 서비스의 불만족 시 대처 행동

	군집명					Row Total	p=0.2932
	전통적 계획소비형	진보적 계획소비형	소극적 유행추구형	활동적 유행추구형	보수적 유행무관심형		
말없이 관리실을 옮긴다 (%)	40 (19.80)	45 (29.80)	1 (11.11)	3 (37.50)	12 (20.69)	101	
불만족을 원장에게 말함 (%)	76 (37.62)	49 (32.45)	3 (33.33)	0 (0)	25 (43.10)	153	
불만족을 관리사에게 말함 (%)	53 (26.24)	34 (22.52)	4 (44.45)	4 (50.00)	12 (20.69)	107	
주변사람들에게 이야기함 (%)	15 (7.43)	9 (5.96)	0 (0)	0 (0)	4 (6.90)	28	
다른 관리를 요구 (%)	17 (8.42)	8 (5.30)	1 (11.11)	1 (12.50)	4 (6.90)	31	
그냥 방치함 (%)	1 (0.49)	6 (3.97)	0 (0)	0 (0)	1 (1.72)	8	
Column Total	202 (100)	151 (100)	9 (100)	8 (100)	58 (100)	428	

## V. 결론 및 제언

### 1. 연구의 요약 및 결론

본 연구는 피부비만관리실을 이용하는 성인 여성을 대상으로 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 피부비만관리실의 이용실태, 고객이 느끼는 관리실의 서비스에 대한 견해 등을 파악하고자 하였고 이들 대상들의 라이프스타일을 분석하여 군집간의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 이용실태, 서비스에 대한 견해 등을 조사하였다.

연구를 위해 설문지를 작성하여 서울, 경기도에 거주하는 성인 여성 500명을 대상으로 자료를 수집하였고 이 중 429부를 분석에 사용하였다.

연구결과를 토대로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있었다.

1. 응답자의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 관리실의 이용실태 및 서비스에 대한 견해 등을 살펴 보면 다음과 같다.

첫째, 관리실을 이용하는 고객은 20대부터 40대까지의 연령이 90.9%로 가장 많았고, 월평균 소득은 150만원 미만이 전체의 약 1/4가량을 차지하였다. 월평균 자기관리 지출비는 10-30만원 미만이 50%, 직업은 전문직 여성의 비율이 37.9%로 가장 높았다.

둘째, 마사지를 이용하여 체형을 관리하는 응답자는 42.2%로 다소 낮았고, 자기관리나 화장 및 외모에 관심을 보이는 응답자는 82.7%로 상당히 많았다. 관리실에서 제품을 구입하는 구입율은 22.72%로 생각보다 다소 낮았고, 국내

화장품 이용에 비해 외국 화장품 이용 빈도가 90.2%로 월등하게 높게 나타났다.

셋째, 병원부설 관리실보다 일반 피부미용 관리실을 더 전문성있게 생각하는 응답자는 36.4%로 높은 빈도를 차지했고 이용기간은 6개월 미만이 33.5%, 생각날 때 가끔 이용한다는 응답자가 33.4%를 차지한 것으로 보아 관리실을 불규칙적으로 이용하는 고객이 많다는 것을 의미하고, 관리실의 제품과 기기를 신뢰하지 못하는 고객도 전체의 약 1/4가량으로 상당히 많았다. 응답자 전체의 약1/2이 경락마사지 관리를 가장 선호하고 있었고 연령대에 중년 여성이 차지하는 빈도가 높아 피부와 비만의 문제점에 대해 탄력부족 및 주름이 43.4%, 복부 및 허리가47.9%를 차지하였다.

넷째, 서비스의 불만족으로 관리실을 옮긴다는 응답자는 전체의 1/2이고, 관리실의 지속적인 이용 여부는 계속 이용하겠다는 응답자가 43.8% 밖에 없었다. 관리실에 대한 만족도는 전혀 만족하지 않거나 조금 만족한다는 응답이 33.3%나 되었고 관리나 서비스가 불만족스러울 때 말없이 관리실을 옮기거나 주변의 다른 사람들에게 얘기한다는 응답자가 30%였다.

2. 라이프스타일을 분석하여 군집간의 인구통계학적 특성, 피부비만관리 행동, 관리실의 이용실태 및 서비스에 대한 견해 등은 다음과 같다.

첫째, 소극적이지만 유행을 추구하고 싶어하는 군집은 150만원 미만의 저소득형이 다소 많이 나타났으나 450만원 이상의 고소득형도 많이 나타나는 상반된 군집의 양상을 보였고, 월평균 자기관리 지출비가 10-20만원 미만이 44.5%를 차지해 낮았다. 또한 이 군은 약물이나 의료행위, 찜질이나 사우나를 이용하여 체형을 관리하는 응답자가 한 명도 없었다. 상대적으로 활동적 유행

추구형의 군집은 월평균 자기관리 지출비로 50만원 이상 사용한다는 응답자가 37.5%로 소극적 유행추구형에 비해 3배나 높게 나타났고 절식을 이용하여 체형을 관리하는 응답자가 전혀 없었다.

둘째, 체형관리법으로는 각 군이 대체로 마사지를 이용한다는 응답이 많았고 그 중 소극적 유행추구형이 55.6%, 활동적 유행추구형 62.5%로 가장 높았다. 각 군집별 관리실 이용 빈도에는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 나타났는데 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 군집은 생각날 때 가끔 관리실을 이용하는 집단이 높게 나타난 것으로 보아 소비에 민감한 군집임을 알 수 있다.

셋째, 군집별 관리실 이동 횟수는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )가 나타났다. 관리실을 한번도 옮긴적이 없고 꾸준히 한 관리실을 이용한 집단은 전통적 계획소비형이 41.8%, 소극적 유행추구형이 50%로 많았고, 관리실을 10번 이상 옮긴 군집은 보수적 유행무관심형의 군에서 높게 나타났다. 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 두 군집은 한번도 관리실을 옮긴적이 없거나 1-3번 옮긴 응답자가 전체를 차지한 것으로 볼 때 관리실 이동율이 낮은 군집이다. 관리실 이동 이유는 다섯 개의 모든 군에서 서비스의 불만족이 많았고 특히 소극적 유행추구형의 군집은 응답자 전원이 서비스 불만족을 이동의 이유로 응답했다.

넷째, 군집간의 관리실 이용 만족도는 유의적인 차이( $p < 0.05$ )를 나타냈는데 소극적 유행추구형과 활동적 유행추구형의 두 군의 응답자는 모두 만족한다는 응답을 하였고 만족도가 낮은 군은 전통적 계획소비형의 군집과 진보적 계획소비형의 집단에 다소 많이 나타났다. 만족도가 가장 높은 군은 활동적 유행추구형으로 그 군의 62.5%가 매우 만족한다는 응답을 하였다.

다섯째, 관리시 발생된 트러블을 전혀 이해하지 못하는 군은 전통적 계획소비형과 진보적 계획소비형의 집단에서만 나타난 것을 보면 계획적인 소비를 하는 집단일수록 관리시 트러블에 대해 민감한 반응을 보이는 군이다. 활동적 유행추구형의 경우 응답자 전원이 관리실에서 트러블을 완화시켜 준다고 하였고 관리실의 지속적 이용 여부에도 응답자 전원이 계속 이용하겠다는 응답을 하였다. 서비스의 불만족 시 말없이 관리실을 옮긴다는 응답은 진보적 계획소비형의 군집이 29.8%, 활동적 유행추구형의 군집이 37.5%로 각각 응답자의 1/3 가량이 말없이 관리실을 옮기는 것으로 보아 진보적이고 활동적인 성향이 강한 유형의 고객들이 다른 관리실로 옮기는 경향이 강하다는 것을 의미한다. 활동적 유행추구형의 경우 지속적인 관리실 이용에도 높은 빈도를 나타낸 반면 서비스 불만족 시에도 민감하고 즉각적인 반응을 보이는 군집이라 하겠다.

## 2. 연구의 제한점

첫째, 본 연구는 설문지를 이용한 조사방법을 사용하였으므로 고객과의 상담을 통한 관리실의 이용에 대한 심리적인 측면을 관찰하는 질적인 조사에는 한계가 있었다.

둘째, 본 연구는 고가의 서비스를 판매하는 관리실과 저가의 서비스를 판매하는 관리실을 이용하는 고객을 양분하여 조사가 이루어지지 않았고 전혀 다른 서비스가 제공되어지는 관리실을 평준화하여 조사가 이루어졌다.

셋째, 피부만 관리 받는 고객과 비만을 관리 받는 고객을 각각 나누어 조사가 이루어지지 않고 통합하여 조사되었다.

넷째, 예비조사를 통하여 설문지 문항의 신뢰도를 측정하여 본 조사의 문항을 구성하지 않았기 때문에 문항수는 많았지만 요인 분석의 유의적 상관관계를 찾기가 어려웠고 각 군집의 인원수에도 큰 차이점이 있었다.

### **3. 미래의 연구방향**

첫째, 관리실 이용자와 비이용자 간의 라이프스타일 분석을 통하여 그 차이점을 활동, 관심, 의견의 차원에서 밝혀내 관리실 비이용자들의 유형 및 특성 등에 관한 종합적인 연구가 필요하다고 생각한다.

둘째, 병원부설 관리실을 이용하는 고객과 일반 피부비만관리실을 이용하는 고객을 두 그룹으로 나누어 각 그룹의 인구통계학적 분석과 라이프스타일 분석을 통하여 두 그룹의 특징을 파악하고 분류하여 고객의 유형과 서비스의 문제점 및 개선점 등에 관한 조사 연구가 이루어져야 하겠다.

## 참고문헌

### <국내문헌>

- 강수경. “중년 여성의 안면피부상태와 관련요인”, 조선대학교, 보건대학원, 박사학위논문. 2004
- 강호정. “사람피부에서 수중용매의 표면지질 제거능력 비교”, 대한피부과학회지. 31(6) : 890-895, 1993
- 공유미. “화장품 구매행동에 관한 연구 20-30대 여성의 라이프스타일 중심으로-”, 청주대학교 대학원, 석사학위논문. 1999
- 권경옥, 권영두, 김상진, 김주덕, 박성순, 이화순. <신화장품학>, 서울 : 동화기술. 43-48, 1997
- 김경희. “한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리·화장행동·구매행동 비교”, 경희대학교 대학원, 박사학위논문. 2002
- 김광옥, 강성례, 강수경, 국지연, 김귀정, 김문주, 이명숙, 이시경, 임유성, 장경자, 장정현, 정은영, 조소은, 하명희. <발관리학>, 서울 : 수문사. 53-55, 2004
- 김광옥, 이정란. “여성들의 자아존중감과 피부관리습관에 따른 피부건강상태”, 한국미용학회지. 4(1) : 85-129, 1998
- 김동기. <현대마케팅원론>, 서울 : 박영사. 1993
- 김명숙. <피부관리학>, 서울 : 현문사. 2001
- 김봉인. “중년여성의 피부건강관리에 대한 태도와 실천행위에 관한 연구”, 한국미용학회지. 5(1) : 123-166, 1999
- 김수정. “여성의 피부형과 피지 분비에 관한 연구”, 중앙대학교, 석사학위논문. 2001

- 김영설. “비만증 분류 및 평가”, 한국영양학회지. 23(5) : 337-340, 1990
- 김원수. <마케팅 정보시스템론>, 서울 : 박영사. 1984
- 김정희, 정원정. “여대생들의 피부유형에 따른 식이섭취 실태조사 및 혈장 생화학적 성분분석,” 대한지역사회영양학회지. 4(1) : 20-29, 1999
- 김천상, 전인기, 김영표. “한국인 피부표면지질에 관한 연구”, 대한피부학회지. 30(1) : 1-7, 1992
- 나명순. “피부 관리 고객의 부정적 심리 상태와의 관련성”, 대한반사미용학회지. 1(1) : 31-32, 2004
- 박찬민. “요가프로그램 참여자의 라이프스타일 유형에 따른 참여동기”, 연세대학교, 사회체육대학원, 석사학위논문. 2004
- 배진아. “비만처치 프로그램이 비만 중년여성의 신체조성, 혈중지질 및 자아존중감에 미치는 영향”, 한국체육대학교, 사회체육대학원, 석사학위논문. 2004
- 신동학, 김수정, 박세환, 서영성, 배철영. “비만의 유병률과 질환과의 관계,” 가정의학회지. 15(1) : 401-410, 1994
- 오인숙. “여성의 라이프스타일별 다이어트 실천 유형분석”, 충북대학교, 경영대학원. 2003
- 오홍근, 강성심, 권혁미, 김명숙, 김문주, 김봉인, 김선옥, 김춘자, 김해남, 박미령, 송인영, 오유경, 이승자, 이해영, 장문정, 장태수, 정은영. <아로마테라피>, 서울 : 훈민사. 11-38, 2002
- 유동근. <소비자행동론>, 예지각. 184, 1997
- 윤성호. “라이프스타일에 따른 패밀리레스토랑 선택속성에 관한 연구”, 동아대학, 경영대학원. 2001
- 윤승원. “스포츠 참가자의 라이프스타일특성과 서비스 만족의 관계”, 전북대학교, 교육대학원. 2003
- 원윤경. “라이프스타일에 따른 피부관리실 선택행동에 관한 연구”, 대

- 한피부미용학회지. 1(3) : 103-104, 2003
- 이정옥. “여성의 비만관리에 대한 의식과 영향 요인”, 대구한의대학교, 보건대학원, 석사학위논문. 2004
- 이종엽. “건강보조식품 소비자의 라이프스타일에 관한 연구”, 단국대학교, 산업경영대학원. 2003
- 이지영. “여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동”, 전북대학교 대학원, 석사학위논문. 1998
- 이형경. “라이프스타일에 따른 마케팅전략에 관한 실증적 연구”, 덕성여자대학교 대학원, 석사학위논문. 1993
- 이홍규. “비만과 관련된 질환”, 한국영양학회지. 23(5) : 341-346, 1990
- 장경자. “20대 초반 여성의 안면 부위별 피부 표면 유·수분에 관한 연구”, 연세대학교, 보건대학원. 2000
- 조병각, 최경임, 최영순, 김순옥. <경락미용학>, 뷰티프라자. 2000
- 주왕기, 김형춘, 주진형. <건강학>, 서울 : 라이프사이언스. 119-121, 2004
- 최영락. “국산승용차소비자의 라이프스타일에 관한 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문. 1997
- 최은영. “건강증진 모델(HMP)에 기초한 여성의 피부관리 행위에 영향을 미치는 요인 분석”, 연세대학교, 보건대학원. 1998
- 하혜정. “항 요법이 혈액투석 환자의 피부건조와 소양증에 미치는 효과”, 대한간호학회지. 29(6) : 1284-1293, 1999

## <국외문헌>

- Alpert L. & Gatty R. : Product Positioning by Behavioral Life-Styles.  
Journal of Marketing 33 : 65-69, 1965
- Assael H. : Consumer Behavior and Marketing Action(2nd ed.),  
Boston. Kent Publishing Company, 1984.
- Berardesca E. Elisner P. Wlihelm K.P. Maibach, H.I.  
: Bioengineering of the skin, Florida. CRC Press, : 53-64,  
1995.
- Bernstein Peter W. Psychographics : Is it the Elusive 'Perfect  
Marketing Tool'? : TWA Ambassador, (April), : 25-27, 1978.
- Braun-Falco O. Korting H.C. : Der normal pH-wert der menschlichen  
haut. Der Hautarzt. 37 : 126-129, 1986.
- Cunliffe W.J. Kearney J.N. Simpson N.B. : A modified photometric  
technique for measuring sebum excretion rate. J. Invest.  
Dermatol. 75(5) : 394-398, 1980.
- Eckstein R.A. : Biocometics. Dermascope : 25-28, 1988.
- Engel J. E. Blackwell R. D. & Kollat D. T. : Consumer behavior, 3rd  
ed., Hinsdale, Illinois. The Dryden Press, 1978.
- Fred Reynolds and William Darden. : Construing Life Style and  
Psychographics, in William D. Wells, de., Life Style and  
Psychographics, Chicago. American Marketing Association,  
: 87, 1974
- Fullerton A. Serup J. : Site, gender and age variation in normal skin  
color on the back and the forearm : tristimulus color meter

- measurements. *Skin Research and Technology*. 3 : 49-52, 1997.
- Hustad T. P & Pessemier E. A. : The Development and Application of Psychographic Life Style and Associated Activity and Measures, in W. D. Wells, ed. : 33-70, 1974.
- Joseph T Plummer. : The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, Vol.38, January, 1974.
- Lazer W. V. : Life Style Concepts and Marketing. in *Toward Scientific Marketing*, American Marketing Association, : 130-139, 1963.
- Leon Schiffman & Seslie L. Kanuk. : *Consumer Behavior*, 2nd ed, EnglewoodCliffs, Nes Jersey. Prentice-Hall, Inc. : 112, 1983.
- Levy S J. : Symbolism and Life-Style : *Toward Scientific Marketing*, ed. S. A. Greyser, Chicage. AMA. : 140-150, 1963.
- Moss J. : The effect of 3 moisture on skin surface hydration. *Skin Research and Technology*. 2 : 32-36, 1996.
- Obata M. Tagami H. : Electrical determination of water content and concentration profile in a simulation model of in vivo stratum corneum. *J. Invest. Dermatol.* 92 : 854-859, 1989.
- Olsen L. D. Takiwaki H. Serup J. : High-frequency ultrasound characterization of normal skin. *Research and Technology*. 1 : 74-80, 1995.
- Rudolf Weyergans. : *Aktiv gegen Cellulite*. humboldt, 1994.
- Spencer T. S. : *Biology of Dry Skin Inc* : 45-50, 1990.
- Tagami H. : Impedance measurement for evaluation of the hydration

- state of the skin surface. In cutaneous investigation in health and disease : New York: Marcel Dekker : 79, 1989
- Wells W. D. : Seven Questions about Life Style and Psychographics, Enviroment of Marketing Management. ed. R. J. Holloway & R. S. Hancock, N Y : John wiley & Sons, Inc. : 223-227, 1974.
- Wells W. D. and Tigert D. J. : Activities, Interests, and Opinion. Journal of Advertising Research, August : 27-35, 1971.
- Wittlinger H. G. : Einfuhurung in die manuelle lymphdrainagenach Dr Vodder. Haug Verlag, Heidelberg, 1987.
- Yankelovich Monitor. 1972, Daniel Yankelovich Inc., New York, 1973.

## ABSTRACT

A Study on the control of obesity and the skin care of female adult  
according to the lifestyle

Yeon Sook, Hong

Skin Care and Obesity Management Major

Department of Cultural Industry

Graduate School of Cultural Industry

Sungsin Women's University

As the society becomes diversified with the living standard improved, there is a heightened expectation and desire for physical health and external beauty, and with the social atmosphere that has more women advancing to the society while the self-reliance is emphasized, there is a growing interest on skin management and obesity. Considering the environmental elements of the contemporary society, the skin and obesity control has become popular and the value to heighten social confidence by managing and turning the appearance has been generally accepted as a positive concept.

As a result, the domestic skin and obesity management offices have made remarkable progress. However, in spite of such a remarkable development, many skin and obesity control clinics have been come and go in the market environment presenting the opportunities and

threats at the same time. And, the declining economic downfall added to make the market even more vulnerable. Therefore, it is even more dire demand for individualization, specialization and differentiation to make aggressive response to customers who are in diverse classes and needs. The understanding of what motivation, attitude, expectation and desire that customers bring would be a critical factor. This study is aimed at obtaining more aggressive and scientific data when by finding out the lifestyle that includes the general features of customers, their skin condition, obesity condition, psychological condition, social life and personal relationship from the customers who have been cared by the skin and obesity control clinics.

For this study, the questionnaires were drafted, and collected the data from 500 adult women in the Seoul and Gyeonggi area who visit skin and obesity control clinics, and 429 copies of questionnaires were used in analysis. Through the questionnaires, the survey was made on the respondents for population statistical characteristics, behavior on skin and obesity management, status of use of skin and obesity control clinic, opinions of customers for services, and the survey that uses the differences of groups formulated through the analysis of the lifestyle has been made.

Based on the research result, the following conclusions were drawn.

The following is the population statistical characteristics of respondents, behavior on skin and obesity management, status of use

of skin and obesity control clinic, opinions of customers for services.

First, the customers who use the control clinic are the most with 90.9% for 20s to 40s, approximately 1/4 of them has 1.5 million won or less of monthly income, about 50% has the monthly expenses for self-management for 100,000-300,000 and 37.9% of them has the professional occupation.

Second, the respondents who use the massage to care for body were slightly lower at 42.2%, and the respondent who displayed the interest on self-management, cosmetics and appearance was substantially higher at 82.7%, and the purchase rate to buy the products at the control clinic was lower than expected at 22.72%, and the frequency of using foreign cosmetic products compared to the use of domestic cosmetics product showed much higher at 90.2%.

Third, the respondents who think that the general beauty care control clinic is more professional than the control clinic annexed to a hospital was high at 36.4%, and the use period is less than 6 months for 33.5%, and respondents who use it as pleased basis for 33.4%. This means that there are many customers who use the control clinics irregularly, and customers who do not fully trust on the products and equipments of the control clinics were about 1/4 which is substantially higher than expected. About 1/2 of entire respondents prefer the massage management with the middle aged women taking substantial frequency that their problems in skin and obesity were the lack of

elasticity and wrinkles for 43.4%, and abdomen and waist for 47.9%.

Forth, the respondents who move to other control clinic for dissatisfaction of service were 1/2, and the respondents who would continue to use the service for only 43.4%. The responses that they were not satisfied or slightly satisfied for the control clinics were 33.3%, and about 30% of the respondents would move to other control clinic or talk about the dissatisfaction on management or service.

1. Analysis of the life style, population statistical characteristics for groups, behavior on skin and obesity management, status of use of skin and obesity control clinic, opinions of customers for services are as follows.

First, the group that has the majority of people who are passive but desired to follow the fashion is the low income type with 1.5 million won or less, but the high income group with 4.5 million also showed great interest that this is the contrasting phenomenon. And 44.5% of respondents spend the average self-management expenses of 100,000-200,000 won. On the other hand, the active group to follow the fashion spends 500,000 won or more for self-management expenses for 37.5% of respondents, a three times higher than passive fashion followers.

Second, for the body management method, the highest response was to use massage, and the passive fashion follower type and active

fashion following type were the highest with 55.6% and 62.5%, respectively. In the frequency of using the control clinics for each group, there was a noticeable difference of ( $p < 0.05$ ), and this indicates that the traditional planned consumption type and the progressive planned consumption type are sensitive to consumption that they use the control clinics less frequently.

Third, the frequency of moving the management office for each group was shown for noticeable difference ( $p < 0.05$ ). The groups that never been moved around the control clinic and steadily use only one control clinic were highest for traditional planned consumption type for 41.8% and passive fashion follower type for 50%, and the group that moved the control clinic for 10 times or more was shown to be higher in the group of conservative fashion insensitive type. The passive fashion following type and the active fashion following type has the low control clinic moving group since majority of them never sought another control clinic or moved only 1-3 times. The reasons for changing the control clinic showed dissatisfaction of service in all five groups, and in particular, the passive fashion following type group responded the cause of movement in service dissatisfaction group.

Forth, the satisfaction in using the control clinic for each group showed noticeable difference ( $p < 0.05$ ) that the passive fashion following type and the active fashion following type responded that they were all satisfied, and the groups with low degree of satisfaction

were in the traditional planned consumption type and the progressive planned consumption type groups. The group with the highest satisfaction was the active fashion following type that 62.5% of the group responded that they were very satisfied.

Fifth, the groups that did not understand the trouble from the management were displayed only from the traditional planned consumption type and the progressive planned consumption type groups. For the active fashion following type group, all respondents said that the control clinic would moderate the trouble and all respondents agreed to use the control clinic continuously. The responds to move the control clinic when the service is dissatisfied were 29.8% for the progressive planned consumption type group, 37.5% in active fashion following type group that about 1/3 of them move the control clinic without much to say. This means that the customers with the strong tendency in progressive and active classes. For the case of active fashion following type group, it showed high frequency of continuing use of control clinic while they also showed sensitive and immediate response if the service is dissatisfactory.

## 부 록

### <설문지>

#### I 인구통계학적 사항

##### 1. 연령

- ① 20대                      ② 30대                      ③ 40대                      ④ 50대                      ⑤ 60대

##### 2. 최종학력

- ① 초,중학교졸    ② 고등학교졸    ③ 전문대학교졸    ④ 대학교졸    ⑤ 대학원이상

##### 3. 월평균 가계소득

- ① 150만원미만    ② 150이상-250미만    ③ 250이상-350미만    ④ 350이상-450미만  
⑤ 450만원 이상

##### 4. 월평균 자기관리 지출비(관리실이용, 화장품, 의류 패션유지비 등)

- ① 10-20만원 미만    ② 20이상-30미만    ③ 30이상-40미만    ④ 40이상-50미만  
⑤ 50만원 이상

##### 5. 직업

- ① 학생    ② 회사원 및 판매원    ③ 전업주부    ④ 자영업    ⑤ 전문직

##### 6. 결혼여부

- ① 미혼                      ② 기혼                      ③ 독신 (싱글)

## II 평소에 하고 있는 피부 비만 관리행동 및 미용행동

1. 현재 가장 즐기는 미용 체형 관리법은?

- ① 운동    ② 마사지(관리실 이용)    ③ 절식(단식)    ④ 약물 및 의료행위
- ⑤ 찜질, 사우나

2. 평소 몸매관리 및 피부 트러블을 생각해서 식이(음식물 섭취)를 조절합니까?

- ① 전혀 하지 않는다    ② 하지 않는다    ③ 조절한다    ④ 반드시 조절한다

3. 본인이 피부관리나 체형관리에 신경을 쓰는 이유는?

- ① 건강(웰빙) 때문에    ② 이성(남자친구, 배우자)때문에    ③ 자기만족(자신감)
- ④ 사회적 인식

4. 관리실에서 충고해 준 홈 케어(집에서의 관리)를 지켜서 행합니까?

- ① 전혀 지키지 않는다    ② 지키지 않는다    ③ 지켜서 행한다
- ④ 충실히 지켜서 행한다

5. 본인이 주로 쓰고 있는 화장품의 구입처는?

- ① 백화점 구매    ② 관리실 구매    ③ 인터넷 구매    ④ 화장품 할인점 구매
- ⑤ 방문판매 구매

6. 얼굴의 피부타입은 어디에 속한다고 생각합니까?

- ① 건성    ② 중성    ③ 지성    ④ 복합성    ⑤ 민감성(예민성)

7. 자신의 관리방법과 화장으로 외모를 보완할 수 있다고 생각합니까?

- ① 전혀 그렇지 않다    ② 그렇지 않다    ③ 그렇다    ④ 매우 그렇다

8. 화장품 구매시 가장 고려하는 점은?

- ① 제품의 질    ② 가격    ③ 브랜드나 모델의 이미지    ④ 구전이나 권유
- ⑤ 용기(케이스)나 향

9. 외제 화장품 이용 빈도?

- ① 전혀 사용하지 않는다                      ② 가끔 사용한다                      ③ 주로 사용한다
- ④ 반드시 사용한다

10. 관리실에서 관리하는 것 외에 집에서 본인도 마사지를 합니까?

- ① 전혀 하지 않는다    ② 가끔 한다    ③ 주로 하는 편이다    ④ 거의 매일 한다

11. 자신의 외모에 어느 정도 만족하십니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다    ② 만족하지 않는다    ③ 만족한다    ④ 아주 만족한다

### Ⅲ 피부 비만 관리실의 이용 실태

1. 병원 부설 관리실보다 피부 비만 전문관리실을 이용하는 이유는?

- ① 전문성이 있어서                      ② 가격이 저렴해서                      ③ 서비스가 좋아서
- ④ 권유(입소문)를 받아서    ⑤ 나의 문제점이 개선되어서

2. 관리실 이용 빈도(횟수)는?

- ① 주 3회 이상                      ② 주 1 - 2회                      ③ 한달에 2 - 3회                      ④ 한달에 1회
- ⑤ 생각날 때 가끔

3. 관리실을 이용해온 기간은?

- ① 6개월 미만                      ② 약 1년                      ③ 약 2년                      ④ 약 3년                      ⑤ 3년 이상

4. 기능성 화장품(주름개선, 미백, 노화예방, 지방분해)을 어느 정도 신뢰합니까?

- ① 전혀 신뢰하지 않는다 ② 신뢰하지 않는다 ③ 신뢰한다 ④ 매우 신뢰한다

5. 기능성 기기(저.중.고주파 기기 및 관리실 각종 미용기기)를 어느 정도 신뢰합니까?

- ① 전혀 신뢰하지 않는다 ② 신뢰하지 않는다 ③ 신뢰한다 ④ 매우 신뢰한다

6. 어떤 관리를 할 것인지 결정할 때 원장(실장, 관리자)의 권유를 어느 정도 수용합니까?

- ① 수용하지 않는다 ② 고려한다 ③ 수용하는 편이다 ④ 전적으로 수용한다

7. 내가 현재 받고 있는 관리에 대해 어느 정도 알고 있는가?

- ① 전혀 모른다 ② 모른다 ③ 알고 있다 ④ 매우 잘 알고 있다

8. 선호하는 마사지?

- ① 경락 마사지 ② 림프 마사지 ③ 기기 관리 마사지 ④ 아로마 마사지  
⑤ 일반 마사지

9. 관리실을 옮겨 보신 경험이 있습니까?

- ① 한번도 없다 ② 1-3번 옮겼다 ③ 4-6번 옮겼다 ④ 7-9번 옮겼다  
⑤ 10번이상 옮겼다

10. 본인 피부의 가장 큰 문제점은? (피부의 고민이 없으신 분은 답을 안하셔도 됩니다)

- ① 기미 및 주근깨 ② 탄력부족 및 주름 ③ 여드름 및 지성 ④ 건성 및 각질

⑤ 예민 피부

11. 본인의 체형상 가장 큰 문제점은? (체형상 고민이 없으신 분은 답을 안하셔도 됩니다)

- ① 복부(배) 및 허리      ② 팔뚝      ③ 하체(허벅지, 종아리)      ④ 가슴  
⑤ 얼굴축소 및 얼굴형      ⑥ 전체적(모두)

#### IV 관리실 서비스에 대한 견해

1. 관리실을 옮기고 싶을 때는?

- ① 테크닉이 맘에 안들어서      ② 트러블이 생겨서      ③ 비위생적이라서  
④ 비싸서      ⑤ 서비스가 만족스럽지 못해서

2. 관리실의 제품과 서비스를 얼마나 믿고 있습니까?

- ① 전혀 믿지 않는다      ② 믿지 않는다      ③ 믿는다      ④ 매우 믿는다

3. 다른 고객들과 차별대우를 받고 있다고 느끼신 적이 있습니까?

- ① 전혀 못느꼈다      ② 가끔 느꼈다      ③ 주로 그런 느낌이다      ④ 매우 느꼈다

4. 나를 관리해주는 관리사는 나의 문제점에 대해 잘 이해하고 있다고 생각합니까?

- ① 전혀 이해하지 못한다      ② 별로 이해하지 못한다      ③ 이해      ④ 매우 이해한다

5. 관리사는 관리시 내가 궁금한 점을 잘 이해할 수 있게 설명을 해줍니까?

- ① 전혀 설명 안한다      ② 조금 설명한다      ③ 대체로 설명해 주는 편이다  
④ 자세히 설명해준다

6. 현재 이용하시는 관리실의 만족도는 어느 정도입니까?

- ① 전혀 만족 못한다 ② 조금 만족한다 ③ 대체로 만족한다 ④ 매우 만족한다

7. 앞으로도 관리실을 계속 이용할 것입니까?

- ① 이용하지 않겠다 ② 가끔 이용하겠다 ③ 잘 모르겠다 ④ 계속 꾸준히 이용하겠다

8. 현재 이용하시는 관리실을 다른 사람들에게 추천하고 싶습니까?

- ① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 그렇다 ④ 매우 그렇다

9. 관리시 트러블이 생겼을 때 관리실에서 문제점을 어느 정도 완화시켜 주니까?

- ① 전혀 완화시키지 못한다 ② 완화시키지 못한다 ③ 완화시킨다  
④ 잘 완화시킨다

10. 관리나 서비스가 불만족스러울때 어떻게 하십니까?

- ① 말없이 관리실을 옮긴다 ② 불만족을 원장에게 말한다  
③ 불만족을 관리사에게 말한다 ④ 다른 관리를 해달라고 요구한다  
⑤ 그냥 방치하고 참는다

<라이프스타일 요인분석 설문지>

	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다
1. 옷을 입을 때 항상 화장과 액세서리 등 코디를 고려한다.				
2. 옷은 자주 바뀌 입으며 변화를 준다.				
3. 새로운 패션이나 유행은 빨리 받아 들이는 편이다.				
4. 옷을 살 때 편안함 보다 패션에 중점을 두고 산다.				
5. 장신구는 값비싼 것을 지녀야 품위가 살아난다				
6. 때로는 과감한 옷차림 등으로 이미지를 바꾸기도 한다.				
7. 옷치장에 돈을 많이 들이는 편이다.				
8. 옷과 구두 등의 취향에 나만의 독특한 개성이 있다.				
9. 좋아하는 상표의 제품은 제일기간에 관계없이 구매한다.				
10. 외출시 가능하면 꼭 화장을 하는 편이다.				
11. 편안한 캐주얼 복장을 즐겨 입는다.				
12. 유행이 지난 옷은 입지 않는다.				
13. 식생활에 돈을 아끼지 않는다.				
14 .비만을 고려한 식생활을 한다.				
15. 값이 비싸더라도 분위기가 좋으면 외식을 자주한다.				
16. 건강식품, 자연식품, 무공해식품을 자주 이용하는 편이다.				
17. 밥을 먹어야 제대로 식사한 느낌이 든다.				
18. 양식보다 한식을 좋아한다.				
19. 인스턴트 식품을 잘 먹는 편이다.				
20. 조리가 다 된 음식(백화점,슈퍼에서 파는)을 자주 이용한다.				
21. 식료품을 한번에 사서 저장해 놓고 이용한다.				
22. 요리하기를 좋아한다.				
23. 가전 제품들은 전기가 적게 드는 것을 사는 편이다.				
24. 아파트보다 단독 주택에 살고 싶다.				
25. 방안의 가구, 장식물 등의 자리를 자주 바꾸는 편이다.				
26. 집안을 더 잘 꾸미기 위해 신경을 쓰는 편이다.				
27. 거리가 다소 멀더라도 복잡하지 않은 곳에서 살고 싶다.				
28. 온돌보다 침대가 더 좋다.				
29. 호화스러운 가구나 생활기구를 많이 갖고 싶다.				
30. 현재 나의 여가생활에 만족하는 편이다.				
31. 값싼 상품이라도 여러 상점의 가격을 비교하는 편이다.				
32. 한번 구입한 경험이 있는 상표는 계속 구입하는 편이다.				
33. 스포츠는 관람보다는 직접 참가하여 즐기기를 좋아한다.				
34. 광고로부터 얻는 정보는 내가 물건을 살 때 도움을 준다.				
35. 현금보다 카드로 지불하는 경우가 많다.				
36. 쇼핑 전에 쇼핑목록을 미리 작성하는 편이다.				
37. 가족이 함께 모여서 놀러가는 경우가 많다.				
38. 쿠폰이나 적립금은 자주 이용하는 편이다.				
39. 백화점보다는 재래(도매)시장, 동네슈퍼를 이용하는 편이다.				
40. 관심있는 분야의 전문서적이거나 잡지를 자주 읽는 편이다.				
41. 같은 값이면 국산보다 외제가 더 좋다.				
42. 수입을 늘리려고 일을 더하기 보다 여가시간을 더 원한다.				

43. 나는 인내심이 강한 편이다.				
44. 나는 목표가 정해지면 노력하는 편이다.				
45. 어떤일에 대해 사전준비를 하는 편이다.				
46. 나는 쾌활하고 자유분방한 사람이다.				
47. 보다넓은 보수나 대우가 약속된다면 직장을 옮기는것이 좋다.				
48. 비교적 사소한 일에 걱정을 많이 하는 편이다.				
49. 가능하면 전래의 고유한 생활문화나 습관을 보존하고 싶다.				
50. 내가 속한 집단에서 지도자가 되기를 원한다.				
51. 내가 사는 지역에서 일어나는 일들을 잘 알고 있는 편이다.				
52. 시설만 좋으면 부모님을 양로원에 모셔도 좋다고 생각한다.				
53. 맞벌이 부부의 경우 집안 일은 공동으로 해야 한다.				
54. 취업시 남자에게 공동의 기회가 주어져야 한다고 생각한다.				
55. 가정의 평화를 위해서는 남자의 권한이 더 커져야 한다.				
56. 남자가 외도를 해도 자녀들이 있으면 참고 살아야 한다.				
57. 결혼하면 분가하는 것이 좋다고 생각한다.				
58. 나는 새로운 사람과 만나는 것을 좋아한다.				
59. 여성은 담배를 피우면 안된다고 생각한다.				
60. 매사에 자신감을 갖고 일한다.				
61. 나는 한가한 시간에 혼자 있기를 좋아한다.				
62. 주식이나 부동산 투자 등 재테크에 관심이 많다.				
63. 명예있는 직업보다는 돈을 많이 버는 직업을 택하고 싶다.				
64. 친구들과 술을 마시면서 스트레스를 푼다.				
65. 사랑한다면 동거도 가능하다.				
66. 나는 모임에 적극적으로 참여하는 편이다.				
67. 여성은 결혼전까지 순결한 편이 좋다고 생각한다.				
68. 인터넷은 생활에 매우 유익하다.				
69. 때로는 혼자서의 여행도 필요하다.				
70. 집은 없어도 승용차는 필수적이다.				
71. 남들과 어울리는 것을 매우 좋아하는 편이다.				
72. 노후에 자식에게 의존하지 않고 독립된 생활을 하고 싶다.				
73. 여성해방운동은 바람직한 것이라고 생각한다.				
74. 자녀들의 적성은 본인에게 맡겨두는 것이 좋다고 생각한다.				
75. 투자를 할 때는 높은 수익보다는 안전성이 더 중요하다.				
76. 말없이 사색하는 시간을 자주 갖는다.				
77. 사는 방식에 있어 남과 달라보이고 싶다.				
78. 미래의 행복도 중요하지만 현재의 행복이 더 중요하다.				
79. 가계부를 늘 쓴다(매일 지출 계획을 세운다)				
80. 새로운 것에 대한 호기심이 강하다.				
81. TV뉴스나 신문을 매일 본다.				
82. 가스, 전기는 평소 부지런히 끄는 편이다.				
83. 여성들의 사회진출은 바람직하다.				
84. 결혼을 해도 직업을 가지는게 바람직하다.				
85. 주변인들과 사회문제를 진지하게 토론한 적이 많다.				
86. 사회문제가 내문제라고 생각할 때가 많다.				
87. 내생각을 남에게 정확하게 말하는 편이다.				
88. 나에 대한 다른 사람의 평가는 그다지 신경쓰지 않는다.				

.