

소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구

홍성임

인 준 서

홍성임의 석사학위논문을 인준함

심사위원 _____ ①

심사위원 _____ ①

심사위원 _____ ①

성신여자대학교 아트·디자인대학원

소득에 따른 중년층의 외모관리에
관한 연구

김 정 희 지도교수

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2007년 5월

성신여자대학교 아트·디자인대학원

메이크업·스타일리스트전공

홍 성 임

김 정 희 지도교수
석사학위 청구논문

소득에 따른 중년층의 외모관리에
관한 연구

2007

성신여자대학교 아트·디자인대학원

메이크업·스타일리스트전공

홍 성 임

논문개요

본 연구는 중년층의 건강 상태 및 뷰티 문화에 대한 관심도를 알아보고 특히 소득에 따른 중년층의 외모관리행동의 특성과 관련성을 규명하고 이에 따른 소비형태를 파악하여 중년층의 뷰티 산업에 대한 관심도 및 선호도를 제시하여 앞으로 중년세대의 외모관리행동 및 뷰티 관련 산업에 보다 효율적으로 수행 될 수 있도록 도움이 되고자 시도되었다

중년층의 외모관리에 관한 관심 및 실태를 알아보기 위해 서울 및 인천, 강원 지역에 거주하는 소득에 따른 중년세대 40대 초반~70대 후반 이상의 여성(69.4%), 남성(30.6%)을 중심으로 조사대상 408명을 기준으로 하여 설문조사를 실시하였으며 본 연구의 자료처리는 성별, 연령, 한달 평균 수입에 대해서는 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고, 현재 노후대책 상황과 건강, 자아 정체성, 뷰티산업에 관한 문항과 헤어, 메이크업, 피부, 네일에 관한 관심 및 선호에 관한 문항에 대해서는 연령 및 경제적 능력에 따른 차이를 알아보기 위해서 교차분석(Cross Tabulation)을 실시하였으며, 다중응답 문항에 대해서는 다중응답 교차분석(Multiple Response Cross Tables)을 실시하였다. 모든 통계처리는 SPSSWIN 프로그램(Ver. 12.0)을 이용하여 처리하였다.

본 연구의 조사 내용은 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구로써 연령과 평균 수입에 따른 노후대책에 관한 지출, 관심분야, 이미지 만족도, 건강 관리법 및 뷰티에 대한 관심과 함께 이에 지출하고 있는 정도를 살펴보고 현재 중년층을 위한 뷰티산업에 대한 생각에 관한 이론적 배경의 고찰을 실시하고 소득에 따른 중년층을 대상으로 한 실증적 연구조사를 진행 했으며 연구 절차에 따라 본 논문을 다음과 같이 구성하였다.

제 1장 서론에서는 연구의 의의와 목적, 연구 조사 내용 및 방법을 제시한다. 제 2장에서는 연구의 목적에서 다루어진 변인들의 이론적 배경을 파악하기

위해 관련 연구를 고찰한다. I에서는 인간의 외모관리 행동과 중년층의 관심 및 가치관의 변화에 대해 알아보고 II에서는 구체적인 연구방법으로 중년층의 외모의 관심 및 실태에 대해 알아보았다. 즉 중년층의 노후대책에 대한 생각 및 계획 조사, 건강에 대한 관리 및 외모관리에 대한 지출도 조사, 중년층의 외모에 대한 만족도 조사 및 선호하는 이미지, 중년층의 외모관리(헤어, 메이크업, 피부, 네일)에 관한 관심 및 선호도 조사하여 중년층의 구체적인 외모관리 유형에 대해 파악한다. III에서는 중년층을 위한 뷰티 산업의 실태 및 전망에 대해 알아 보았으며 제 3장 결론에서는 본 연구에 관한 요약 및 한계점을 알아보고 후속 논문에 대하여 제시해 보았다.

목 차

논문 개요

제 1장. 서론	1
I. 연구의 의의 및 목적	1
II. 연구조사 내용 및 방법	3
제 2장. 이론적 배경	6
I. 인간의 외모관리 행동과 중년층의 가치관 변화	6
1. 외모관리 욕구	6
2. 외모관리 행동유형	12
3. 중년층의 가치관 및 관심의 변화	17
II. 중년층의 외모의 관심 및 실태	22
1. 중년층의 노후대책	22
2. 중년층의 외모관리	28
1) 건강관리	29
2) 이미지관리	36
3) 헤어, 메이크업, 피부, 손과 발 관리	41
III. 중년층을 위한 뷰티 산업의 실태 및 전망	59
1. 중년층을 위한 뷰티산업의 실태	59
2. 중년층의 뷰티산업의 전망	62
제 3장. 결론	66

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

(표 1) 연령에 따른 한달 평균 수입	22
(표 2) 연령에 따른 노후 대책에 따른 생각 비교	24
(표 3) 소득에 따른 노후 대책에 대한 생각 비교	24
(표 4) 연령에 따른 노후 대책에 따른 준비자금 비교	25
(표 5) 소득에 따른 노후 대책에 따른 준비자금 비교	26
(표 6) 연령에 따른 노후 대책 중 가장 관심 분야 비교	27
(표 7) 소득에 따른 노후 대책 중 가장 관심 분야 비교	27
(표 8) 연령에 따른 자신의 건강 상태 비교	29
(표 9) 소득에 따른 자신의 건강 상태 비교	30
(표 10) 연령에 따른 평소 건강 관리 비교	31
(표 11) 소득에 따른 평소 건강 관리 비교	31
(표 12) 연령에 따른 앞으로의 건강 관리 계획 비교	32
(표 13) 소득에 따른 앞으로의 건강 관리 계획 비교	33
(표 14) 연령에 따른 건강 유지 및 아름다움 추구에 가장 많은 지출 부분 비교	34
(표 15) 소득에 따른 건강 유지 및 아름다움 추구에 가장 많은 지출 부분 비교	34
(표 16) 연령에 따른 현재 뷰티 및 문 화 지출비의 지출 정도	35
(표 17) 소득에 따른 현재 뷰티 및 문 화 지출비의 지출 정도	35
(표 18) 연령에 따른 나이가 들어 감에 따라 타인의 시선 정도 비교	36
(표 19) 소득에 따른 나이가 들어 감에 따라 타인의 시선 정도 비교	37
(표 20) 연령에 따른 타인에게 보이고 싶은 이미지 비교	38
(표 21) 소득에 따른 타인에게 보이고 싶은 이미지 비교	38
(표 22) 연령에 따른 외모의 만족도 비교	39

(표 23) 소득에 따른외모의 만족도 비교	39
(표 24) 연령에 따른 타인에게 좋은 이미지로 변화 하기 위한 시간과 비용의 정도 비교	40
(표 25) 소득에 따른 타인에게 좋은 이미지로 변화 하기 위한 시간과 비용의 정도 비교	40
(표 26) 연령에 따른 이. 미용 실의 이용 횟수 비교	41
(표 27) 소득에 따른 이. 미용 실의 이용 횟수 비교	42
(표 28) 연령에 따른 이.미용실의 이용시 평균적 비용 비교	43
(표 29) 소득에 따른 이.미용실의 이용시 평균적 비용 비교	43
(표 30) 연령에 따른 헤어 에서 가장 신경 쓰는 부분 비교	44
(표 31) 소득에 따른 헤어 에서 가장 신경 쓰는 부분 비교	44
(표 32) 연령에 따른 평소 메이크업에 대한 관심 정도 비교	45
(표 33) 소득에 따른 평소 메이크업에 대한 관심 정도 비교	46
(표 34) 연령에 따른 평소 메이크업 할 때 얼굴에서 가장 신경 쓰는 부분 비교	46
(표 35) 소득에 따른 평소 메이크업 할 때 얼굴에서 가장 신경 쓰는 부분 비교	47
(표 36) 연령에 따른 피부가 연령에 비해 건강(젊다)하는가의 생각 비교	47
(표 37) 소득에 따른 연령에 비해 건강(젊다)하는가의 생각 비교	48
(표 38) 연령에 따른 피부 중 가장 고민되는 부분 비교	49
(표 39) 소득에 따른 피부 중 가장 고민되는 부분 비교	49
(표 40) 연령에 따른 건강한 피부관리를 위한 노력정도 비교	50
(표 41) 소득에 따른 건강한 피부관리를 위한 노력정도 비교	51
(표 42) 연령에 따른 과거 또는 현재 피부과리샵의 이용 여부 비교	51
(표 43) 소득에 따른 과거 또는 현재 피부과리샵의 이용 여부 비교	52
(표 44) 연령에 따른 피부관리샵의 이용 횟수 비교	52
(표 45) 소득에 따른 피부관리샵의 이용 횟수 비교	53

(표 46) 연령에 따른 손과 발의 건강 정도 비교	54
(표 47) 소득에 따른 손과 발의 건강 정도 비교	54
(표 48) 연령에 따른 손과 발의 관심에 대한 생각 비교	55
(표 49) 소득에 따른 손과 발의 관심에 대한 생각 비교	56
(표 50) 연령에 따른 손과 발의 관리에 대한 생각 비교	57
(표 51) 소득에 따른 손과 발의 관리에 대한 생각 비교	57
(표 52) 연령에 따른 네일 샵의 서비스 중 가장 중요한 부분 비교	58
(표 53) 소득에 따른 네일 샵의 서비스 중 가장 중요한 부분 비교	58
(표 54) 연령에 따른 뷰티 산업의 관심 분야 비교	60
(표 55) 소득에 따른 뷰티 산업의 관심 분야 비교	60
(표 56) 연령에 따른 현재 중년층을 위한 건강 또는 뷰티 산업 분야의 실태 비교	61
(표 57) 소득에 따른 현재 중년층을 위한 건강 또는 뷰티 산업 분야의 실태 비교	62
(표 58) 연령에 따른 중년층을 뷰티 산업이 활성화시 관심의 정도 비교 ..	63
(표 59) 소득에 따른 중년층을 뷰티 산업이 활성화시 관심의 정도 비교 ...	63
(표 60) 연령에 따른 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 비교	64
(표 61) 소득에 따른 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 비교	65

그림 목차

(그림 1) 연령 및 한달 평균 수입 분포도	23
--------------------------------	----

제1장. 서론

I. 연구의 의의 및 목적

오늘날 사회변화의 큰 흐름 중 하나는 외모에 대한 관심이 날로 더해 간다는 것이다. 풍족하지 못했던 과거에는 의. 식. 주 가 삶의 큰 의미였다면 현대 사회에서는 이보다 자신을 위해 미를 가꾸고 가치를 실현하는 삶을 더 중요시 여기고 있다. 즉 현실에 안주하려 하지 않고 지금보다 더 나은 삶을 위해 자신의 생활패턴까지도 바꾸면서 사는 것이 현실이다. 과거에는 부모님이 주신 소중한 신체를 해하지 않는 것이 효라고 생각하였다면 현대 사회는 사회생활을 하는데 있어서 오히려 자신감을 얻는다는 주장 하에 자신의 외모에 많은 투자를 하고 있다. 건강을 위해 요가. 헬스. 골프. 수영 등의 다양한 운동을 하며 조금 더 아름다워지기 위해서라면 성형 수술까지 마다하지 않는다.

과거에는 외모관리에 대한 행동들이 사치였다면 현대 사회에서는 자아실현을 위한 중요한 요소로 인식 되어가고 있다. 이렇게 현대사회는 미에 관한 관심이 날로 높아져 가고 있다. 하지만 이는 젊은 세대들만의 문제가 아니다. 경제적으로 어려웠던 과거에는 자신을 위해 돈과 시간을 투자한다는 것이 어려운 일이었지만 이제 의.식.주 해결에서 벗어나 경제력을 갖춘 중년층도 미에 대한 관심이 날로 높아져가고 있다.

대부분의 여성들은 40대 후반이 되면 가사와 육아에서 해방이 되며 남성들도 일에 쫓기지 않는 여유를 가지게 된다. 자식중심에서 자아중심으로 생활 패턴이 바뀌게 되면서 앞으로의 중년층들은 자아 실현을 위해 자신의 욕구에 충실해지는 행동들을 볼 수 있다. 특히 의.식.주 해결이 우선이 아닌 중년층은 자식에게 의지 하지 않고 자신을 위해 돈을 쓰며 여유로운 노후를 위해 준비를 하고 있다. 즉 적극적으로 자신만을 위한 생활을 즐기려는 의지가 강해지고 있는 것이다. 인간이 자신을 아름답게 보이고 싶어 하는 것은 본능이다. 태어날

때부터 약점은 감추고 아름다운 곳을 드러내고 싶어 하는 미에 대한 관심은 인간의 본능이다.

일찍이 고령화 사회를 경험해본 적 없는 우리나라는 고령화 사회를 맞이하면서 중년층을 위한 문화에 관심을 가지기 시작했다. 현재 우리나라는 젊은 세대들을 위한 문화 공간, 뷰티 샵은 차고 넘친다. 하지만 중년층을 위한 문화 공간은 부족한 것이 현실이다.

2004년도 설문 조사에 따르면 몇 살 때부터 노인인가 라는 질문에 60대 이상 응답자의 50%이상이 70세 이상 이라고 대답해 눈길을 끌었다.

(통크 족) 경향신문2004.10.01



이는 70세 이상의 자신을 노인이라고 생각하는 관점에서 볼 때 나이는 숫자에 불과한 것이다. 10년 뒤 이러한 생각들은 70세가 아닌 80세, 90세로 생각들은 더 젊어질 것이다.¹⁾ 현재 20대에서 30대의 세대들이 중년층으로 들어서는 시기엔 지금보다 정신연령이 젊을 것이다.

또한 이제까지 소비문화의 주도권이 젊은세대였다면 인구의 노령화와 저출산이 문제시 되고 있는 시점에서 앞으로는 중년층이 소비문화의 주도권을 잡게 될 것이다. 이전의 중년층들은 자식을 위해 자신을 희생하며 살았다면 과거와는 달리 학력, 앞으로의 중년층들은 소득수준의 상승, 자산증가, 가치관 확립의 확실성 자아실현의 욕구가 높아짐에 따라 가치관의 변화도 있을 것이다. 따라

1) 경향신문 2004.10.01 통크 족

서 우리는 중년층의 외적 행동에 관심을 가지고 이들을 위한 뷰티 산업에 많은 관심을 가져야 할 것이다. 나이가 들어감에 따라 미를 잃어버린 자신의 모습을 보며 과거에는 무관심했지만 이제 자신을 돌아 보며 살 수 있는 여유를 가진 이들은 건강, 뷰티 산업에 많은 관심을 가질 것이다. 삶이 윤택해 짐에 따라 건강, 외모관리에 많은 관심을 가지게 될 중년층들을 위한 건강, 뷰티산업이 자리를 잡아야할 시점이다.

따라서 본 연구에서는 현재 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구를 통하여 이들의 산업의 전망을 시사하고 중년층을 위한 건강,뷰티 산업이 발전해야 함을 제시 하고자 한다. 즉 성별, 한달평균 수입에 대해서 빈도분석을 실시하였고 현재 노후대책 상황과 건강, 자아정체성, 뷰티 산업에 관한 문항과 헤어, 메이크업, 피부, 네일 에 관한 관심 및 선호도에 관한 문항에 대해서는 연령 및 경제적 능력에 따른 차이를 알아보기 위하여 교차분석(cross tabulation)을 실시하였으며, 다중 문답 문항에 대해서는 다중문답 교차분석(multiple response cross tables)을 실시하였다. 모든 통계처리는 SPSSWIN 프로그램 (Ver.12.0)을 이용하여 처리하였다. 본 연구가 소득에 따른 중년층을 위한 건강, 뷰티 산업의 활성화를 위하여 기초 자료로 많은 도움이 되길 바란다.

II. 연구조사 내용 및 방법

본 연구는 중년층의 건강 상태 및 외모, 뷰티 산업에 대한 관심도를 알아보고 특히 소득에 따른 중년층의 외모관리행동의 특성과 관련성을 규명하고 이에 따른 소비형태를 파악하여 중년층의 뷰티 산업에 대한 관심도 및 선호도를 제시하여 중년층을 위한 뷰티산업이 나아가야 할 방향을 제시하고자 하는데 의의를 두고 있다. 조사 대상자수는 408명으로써 40세~70세 이상의 남성, 여성 에게 실시하였다. 특히 이들은 중산층 이상의 경제적 능력을 지닌 중년층으로써 노후대책 및 노후생활에 관한 관심을 많이 가지고 있는 사람들

에 한해 조사 되었으며 직업으로는 중소기업 CEO, 교수, 사업가들 위주로 구성되어 설문이 이루어졌고 이외에도 월수입 200~300이상의 중년층을 중심으로 2006년 03월에 설문이 이루어졌다. 설문 조사 내용의 결과에 대한 가설은 다음과 같다.

1. 중년층의 소득에 따라 노후대책에 관심이 다를 것이고 소득이 높을수록 적극성을 가질 것이다.
2. 중년층은 경제적 능력이 향상됨에 따라 자신을 위한 투자를 많이 할 것이다.
 - 중년층의 생활은 의. 식. 주 외에 자신의 외적 이미지를 향상 시키기 위한 것으로 뷰티와 건강, 구체적으로 이들은 건강, 손발관리,메이크업과 피부 관리 , 헤어에 많은 관심을 보일 것이다.
 - 중년층 중 소득에 따른 차이로 자신의 외적, 미적 이미지에 투자하는 정도가 달라질 것이다.
3. 헬스 마케팅이과 뷰티 마케팅은 전반적으로 젊은 세대들을 위한 것으로 이루어져 있는 것이 현실이다. 이제 중년층이 급증하는 현실에 발맞춰 생각할 때 경제적 능력을 가진 중년층만을 위한 마케팅이 필요한 시점이다. 그러므로 앞으로는 이들을 겨냥한 뷰티산업에 보다 더 많은 관심을 가져야 할 것이다.
 - 현재 중년층은 자신들을 위한 뷰티 문화 산업에 대해 많은 불만을 가지고 있을 것이다.
 - 앞으로 중년층을 위한 뷰티 문화 산업이 많이 활성화 되어 보다 더 여유롭고 아름다운 삶을 살기를 원할 것이다.

본 연구의 조사 내용은 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구로써 연령과 평균 수입에 따른 노후대책에 관한 지출, 관심분야, 이미지 만족도, 건강 관리법 및 뷰티에 대한 관심과 함께 이에 지출하고 있는 정도를 살펴보고 현

재 중년층을 위한 뷰티산업에 대한 생각에 관한 이론적 배경의 고찰을 실시하고 소득에 따른 중년층을 대상으로한 실증적 연구조사를 진행하였다.

제 2장. 이론적 배경

I. 인간의 외모관리 행동과 실버세대

1. 외모관리 욕구

외모는 우리가 타인을 지각할 때 단서로 사용하는 신체적 특성으로 체격, 얼굴 모습, 의복, 화장, 안경과 같은 액세서리, 건강상태, 채취등을 포함한다.²⁾ 외모는 대인관계에서 중요한 역할을 하며 특히 처음 만나는 사람의 외모는 인상형성에 중요한 영향을 미친다. 외모는 자기에 대한 정보를 타인에게 전달하는 시각적 상징인 개인의 외모는 자기 확립과 발전의 중요한 요소로서 개인생활에 많은 영향을 미친다. 따라서 외모향상은 자기향상을 목표로 하는 다양한 욕구를 동시에 충족 시키고 자아 존중감을 높일 수 있다는 점에서 그 가치는 더욱 의미를 가진다고 할 수 있다.³⁾

인간의 행동에는 그 행동을 일으키게 하는 인간 본질 속의 원인이 있는데, 그 원인을 일반적으로 욕구(needs)라고 표현하고 있다. 욕구는 생활체의 생리적·심리적 기구(機構)에 생기는 부족상태를 보충하고 과잉상태를 배제하려는 생리적·심리적 과정이다. 사회복지에서 욕구(need)는 대단히 중요하다. 사회복지제도의 목적이 사회적 욕구의 충족에 있기 때문이다. 욕구는 요구(want)와 유사하다. 그러나 양자는 서로 다르다. 요구가 필요한 무엇이 있으나 충족되지 못할 때 생기는 개인의 인지 또는 정서상태라면, 욕구는 무엇인가를 필요로 하는 사람의 요구에 대해 제삼자가 판단한 결과를 말한다. 다시 말해 요구는 결핍된 상태인데 비해 욕구는 전문가의 판단에 의해 사회적으로 인정된 상

2) 황인정 (1993) Freedman, et.al.

3) 최연숙 (2000) 정신간호학회지. Vol.9 P.3

태를 말한다는 것이다.⁴⁾

Gates(1980: 110)는 욕구는 주체와 객체를 구별하며, 욕구 주체로는 빈민, 아동, 노인, 장애인과 같은 사회적 약자를, 객체로는 의식주, 의료, 재활, 취업, 교육, 양로 등과 같은 재화와 서비스를 들었다.⁵⁾

Kettner 등(1999: 37-39)은 욕구의 특성을 분석했는데, 이들에 의하면, 욕구는 탄력적이고 상대적이며, 정치사회적 환경변화에 따라 달라지고, 자원의 정도나 기술발전에 의해서도 변화한다.⁶⁾

욕구는 몇 개의 유형으로 구분된다. 가장 고전적인 욕구 유형이 저명한 사회심리학자 Maslow(1954)의 욕구 5단계이다.⁷⁾ 그에 의하면 인간의 욕구를 말하며, 사회적 또는 소속욕구는 타인과 친밀한 관계를 유지하거나 정서적 만족을 추구하는 욕구를 의미하고, 자아존중욕구는 자신을 존중하고픈 욕구를, 자아실현요구는 인간의 잠재력을 최대한 발휘하고 이상을 실현 하려는 욕구를 뜻한다. 이러한 5개 욕구는 위계적인 관계에 있다. 즉 전 단계의 욕구가 충족되어야 다음 단계의 욕구가 발생한다는 것이다. 이는 생리적 욕구, 안전욕구, 사회적 또는 소속욕구, 자아존중욕구, 자아실현욕구 등 5개 단계로 구성되어 있다. 즉 제 1단계의 생리적 욕구가 충족되면 제 2단계의 안정과 안전(safety needs)에 대한 욕구가 형성되며 이것이 만족되면 제 3단계인 사회적 친화욕구(social affiliation needs)가 형성된다. 그리고 충분한 존경의 욕구가 만족되면 마지막으로 자기 실현적 욕구(self actualization needs)에 대한 집념이 형성 된다.⁸⁾ 이 관계를 도표로 나타내면 (표1)과 같다.

4) Reid, W.1978.The Task centerde system. N. Y. : Columbia Univ.

5) Gates, B. L. 1980. Social Program Administration. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

6) Keetter, P. M. et al. 1999. Designing and Managing Programs, Thousand Oaks, CA : Sage

7) Maslow, A. H(1954). Motivation and Personality, New York: Harper and RowPublication p.82~92,안범희(2002).성격심리학.서울:도서출판하우. p150~177재인용

8) Oewn, R. G(1998). Organizational behavior in education. Boston: Allyn and Bacon

(표1) Maslow 의 욕구 이론

5단계	자 기 실 현 잠재적 가능성 실현, 자율 발전, 자기 지향적 개발
4단계	존 경 자기존경, 타인에 의한 인정
3단계	사회적 친화 사랑, 소속, 타인의 수용
2단계	안정과 안전 신체적 안정, 재정적 안정
2단계	기본적 생리욕구 음식, 물, 거처, 성, 공기

상식적으로 생각하면 노인도 인간이기 때문에 일반적인 욕구를 다 가지고 있다고 해야 옳을 것이다. 그러나 노인의 특성, 즉 환경변화에 대한 생리적 적응력이 감퇴된 존재로서 경제적 능력의 저하, 건강상태의 결함, 정서적 불안정 등이 감퇴된 존재로서 경제적 능력의 저하, 건강상태의 결함, 정서적 불안정 등 사회적·경제적·심리적으로 약화된 상태에 있는 사람이라는 점⁹⁾을 고려하면 노인의 욕구는 일반인의 욕구와 다르다는 것을 인정하는 것이 합리적이다. 이렇게 볼 때 노인은 Maslow의 욕구 5단계 중에서 낮은 단계인 생리적 욕구가 가장 높은 단계인 자아실현 욕구보다 더 크다고 할 수 있다. Havighurst와 그의 동료들에¹⁰⁾ 의해 주장된 활동 이론(activity theory)을 기본적으로 성공적인 노년기를 위하여 새로운사회 활동 영역을 찾아 활발히 수행 해야 한다는 것이다. 이론과 상반된 위치에 있으며, 노인의 사회 활동 참여정도와 생활 만족도는 긍정적 상관 관계가 있다는 것이다. 즉 노인의 사회적 활동의 참여 정도가 높을수록 노인의 심리적 만족감 또는 생활 만족도가 높다는 것이다. 이 주

9) 장인협 외 (2002) 장기요양 보호 대상 노인의 수발 실태 및 복지욕구. 한국보건사회 연구원

10) R. S. Cavin, ; E. W. Burgess, ; R. J. Havighurst ; & H. Goldhamer, Personal Adjustment in Old Age (Chicago :Science Reserch Associates, 1949

장은 생물학적 측면과 건강의 불가피한 변화를 제외하고는 노인은 근본적으로 중년층과 같은 심리적 및 사회적 욕구를 지니고 있다고 설명한다.¹¹⁾

Lemon¹²⁾과 그의 동료들은 활동 이론을 공식적으로 명료하게 제시하였으며 이 이론의 메커니즘은 활동 참여->역할 지지->긍정적인 자아유지->높은 생활 만족도라는 인과적인 방법으로 설명하고 있다.

그리고 노인은 통상사회적 약자로서 가족이나 사회의 보호를 받아야 하는 존재로 인식된다는 점에서 Bradshaw¹³⁾가 말한 규범적 욕구가 강할 수밖에 없다. 이처럼 노인의 욕구를 추상적으로 말할 수밖에 없는 이유는 서구의 사회복지학자나 사회과학자들이 이에 관한 이론이나 유형을 분석·제시하지않고 있기 때문이다. 반면에 국내의 노인복지학자인 현외성 교수¹⁴⁾는 노인욕구를 상당히 분석적으로 제시하고 있다.

(표2) 노인욕구 노인문제 노인복지대책

노인욕구	노인문제	노인복지대책
생리적 욕구 안전의 욕구	빈곤문제건강의 악화, 질병, 장애	소득보장, 주거보장노인복지서비스 보건의료보장
사회적(사랑의) 욕구 자아존중(존경)의 욕구	역할상실문제	노인복지서비스
자아실현의 욕구	소외와 고독문제	노인복지서비스

(자료: 현외성 외, 2001:2.5)

11) R. J. Havighurst;B. L. Neugarten;&S.S. Tobin, "Disengagement Pattern of aging" Middle Age & Aging,(Chicago; University of Chicago Press. 1968,p. 191.

12) Lemon ,B .W:Bengtson, V.L.& Perter, J.A. "An Exploration of the Activity Theory of Aging: Activiry Types and Life Satisfaction among In-Movers to a Retirement Community", Journal of Gerontorogy 27, 1972.

13) Bradshaw, J . 1977."The Concept of Social Need". in Planning for Social Welfare. N.Gilbert& H.Spect. eds. Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall

14) 현외성 외(2001) 노인케어론. 양서원

(표2) 에서 보듯이 생리적 욕구와 안전의 욕구는 노인의 빈곤문제와 건강 관련 문제와 연관되고 그 대책은 노인 소득보장, 주거보장 및 보건의료보장이 된다. 사회적 욕구 및 자아존중의 욕구는 노인의 역할상실 문제와 연결되고 그 대책은 노인복지 서비스가 된다. 자아실현의 욕구는 노인의 소외와 고독문제에 연결되고 그 대책은 노인복지서비스이다.

(표3) 노인욕구와 실버 서비스

노인 욕 구	실 버 서 비 스	주요 노인 현황
식 품 욕 구	식사배달 서비스	노인가구 노인 단독가구
주 거 욕 구	유료 양료 시설 노인 주택 노인 촌락 3세대 주택 등	자녀와 별거 자녀와 동거
보건 진료 욕구	노인 병원 요양 시설 복지기구/서비스 기호용품/서비스 자가복지/서비스	치매 노인 화상 노인
노동 욕 구	고용 촉진 서비스	건강한 노인
금 융 욕 구	자 산 자금 신탁 개인 연금	소득 유지
교양 · 레저 욕구	여 행 노인 교육 자원 봉사 게이트 볼 등	건강한 노인

이상과 같은 노인의 욕구적인 특성 등을 종합적으로 검토하면, 노인욕구는 대략 경제적 욕구, 건강관련(케어욕구 포함), 정서적 욕구, 주거 및 여가환경 관련 욕구, 가족관련 욕구 등으로 정리할 수 있을 것이다. 여기에 최근 들어 고령화가 진행되면서 쟁점으로 건강관련(케어욕구 포함)욕구의 증가이다. 단순히 오래사는 것에 대한 욕구가 아닌 아름답고 건강하게 오래 사는것을 중요시 여긴다는 말이다. 이렇게 외적이미지를 중요시 여기는 실버세대들이 많아지면서 이슈로 떠오른 것중에 하나가 노인의 미적 욕구이다. 인간이면 누구나 아름다워지고 싶고 아름다워 보이고 싶은 욕구가 있다.

사람들은 노인들의 외모, 특히 신체적 매력이 거의 중요하지 않을 거라고 생각한다. 나이가 들어감에 따라 매력을 잃어가므로 노인의 매력은 실제로 문제가 되지 않는다.일반적으로 노인들은 신체 매력이 없기때문에 성적인 면에서 바람직하지 못하다고 생각한다.¹⁵⁾

노화가 진행될 수록 젊음과 아름다움을 원하며 나이보다 젊어 보이고 싶어하는 것은 모든 여성들의 당연한 심리이다. 나이가 들수록 자신감을 가지고 행동 할 수있고 사람들로 부터 호의적으로 보이는 것이 중요하다. 또한 여성들이 지적 역량을 확보하고 그에 따라 사회에서의 위치가 중요해 짐에 따라 여성 특유의 세련된 감성을 표출하여 매력적으로 인정받고 싶어하는 심리가 높아지고 있다. 급격하게 변화하는 사회구조와 경제 성장으로 인한 생활 수준의 향상으로 보다 건강하고 즐거운 삶을 향유하려는 인간의 소망과 더불어 아름다워지려는 노인의 여성들의 욕망은 지속되고 있다. 노인 여성들의 대인접촉이 활발해지고 전문화 가속화 됨에 따라 자신의 이미지를 표현할 기회가 많아지고 외모에 대한 관심도 높아졌다.

동남 보건대학¹⁶⁾의 노인을 대상으로 그들이 갖고 있는 노인의 외모에 대한 견해를 파악한 결과 5개의 유형으로 구조화 되었음을 알 수 있었다. 그 중에서 제4유형은 가꿈형으로 외모는 많은 것을 나타내므로 노인이 되어도 꾸며

15) Jean Ann Geaham, Ph. D. Albert M. Kligaman, M., Ph.D 김용숙,이지영,박효원공역:화장치료심리학.신장출판.p165

16) 金蓮淑 李暢恩 (2002) 노인의 외모에대한 주관성 연구. 학술저널 論文集-東南保健大學

야 하며 이렇게 꾸미는 사람이 건강관리도 잘하다고 보았다. 제 5유형은 활동형으로 노인들은 자신을 위해 당연히 가꾸고 관리해야 하며 생활의 활력소를 만들기위해 활동을 배우고 즐겨야 한다는 견해로 본다. 이는 노인의 외모에 대한 유형별 특성으로 노인의 외모가 어떻든 간에 한 인간으로서 노인의 자아를 존중해 주어야 하며 노인의 외모가꾸기를 위해 사회적으로 많은 관심들이 필요하다는 것을 확인할 수 있었다. 하지만 노인들이 현재 자신들의 모습을 부정하고 있는 것은 아니다. 제 1,2,3유형을 보면 다음과 같다. 제 1유형은 자아존중형으로 얼굴의 주름과 흰머리는 인생의 귀하고 아름다운 것으로 받아들이며 노인은 인생의 선도자로서 당당함을 느끼는 것으로 늙음 그자체를 인생의 연륜으로 보고 존경하고 고귀하게 여기는 것으로 사료된다. 제 2유형은 수동형으로 연령이 모두 60대 이후이다. 자녀나 다른 사람이 돌보아 주는 것을 원하고 있다. 제 3유형은 수용형으로 노인은 연륜 그 자체이고 삶의 과정속에서 지혜가 쌓이기 때문에 그 자체 만으로 아름답다고 생각하고 삶전체를 받아들이는 것으로 본다. 이는 노인들이 자아의 존중감을 갖고 있는 동시에 자신들이 가지고 있는 외모가꾸기에 대한 욕구를 표출하고 있음을 보여 주고있다. 앞으로의 실버세대들은 보다더 높은 자아 존중감을 형성할 것이며 이를 가꾸기 위한 외모관리 행동들이 나타날 것이다.

2. 외모관리 행동 유형

외모관리 행동이란 다른 사람들에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위하여 여러 도구, 즉 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등을 사용하는 것을 의미하며 이 도구를 "정체성 도구" 라고 한다.¹⁷⁾ 즉 다른 사람에게 자신의 모습을 나타내 보일때 자신이 기대 하는대로 보이도록 하기위해서 신체 관리를 비롯하여 여러가지 도구 등을 이용하여 자신의 이미지를 관리하는 것이다.

17) (Gaffman,1965) 김정애, 김용숙 2002 : "여고생의 신체 만족도와 외모관리 행동 연구에 관한 연구" 한국 가정과 교육 학회지 Vol.14 No.1

Kaiser는 사회적 기준안에서 자신의 외모를 평가하고 이상적인 신체 모습과의 차이를 좁혀 나가기 위해 헤어, 메이크업, 피부관리, 손발 관리등 다양한 외모관리행동을 추구하는바, 이를 통해 자신을 변화 시키고 향상 시키는 동기가 된다고 했다.¹⁸⁾

(1) 헤어스타일(hair style)

인간의 미적 탐구는 동서양을 막론하고 시대를 추월하여 존재하고 있으며, 원시시대 부터 모발을 가다듬는 것은 신체 보호의 기능 이외에 주술적이며 심미적인 기능을 지닌 인간의 종합적 표현 수단역의 역할을 하였다. 옛부터 우리 조상들은 머리를 소중하게 다루는 것이 부모에게 효를 다하는 것이라고 여겼으며 모발을 가꾼 모양만 보아도 그 사람의 지위, 신분, 혼인의 유무등을 알 수 있었으므로 헤어스타일은 사회적인 현상을 나타내는 한 부분을 차지하고 있었다.¹⁹⁾

이집트인들도 사회적인 신분에 따라 모발을 가꾼 모양이 달랐으며 종교적인 의식과 청결함을 사랑하는 국민성으로 인해 머리를 짧게 깎았고, 직사광선을 피하기 위해 남녀를 막론하고 리넨, 섬유양모, 인모, 등으로 만든 가발을 사용했다. 그러나 부모의 상중에는 머리와 수염을 자라는 대로 그냥 두어 슬픔을 표시하였다. 사회적 신분에 따라 노예들은 머리를 자르지 않았고, 때로는 자신의 머리카락을 잘라 단발형 가발을 만들어 썼으며 승려들은 깎은 머리형태를 그대로 드러내고 가발이나 머리쓰개를 쓰지 않았다.²⁰⁾

헤어스타일에 대한 연구를 보면 문영보, 이인자 연구 결과 헤어스타일은 지적 인상형성에 주 효과는 없을지라도 외모 변인과 상호 작용하여 지적 인상형성에 약간의 영향을 주었다고 하였다.²¹⁾

18) Kaiser, S. B. (1985). The social psychology of clothing and personal adornment. New York: Macmillan Publishing Co. (1997). The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context. 2nd, New York: Macmillan Publishing Co.

19) 광형심 (1999) 모발 미용학

20) 정홍숙 (1981) 서양 복식 문화사, 교문사 개정판

21) 문영보, 이인자(1993) 외모변인이 지적 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구, 한국복식학

또한 짧은 머리는 개성적 이미지에, 중간 머리와 긴 머리는 세련된 이미지에 영향을 주는 것으로 나타났다. 짧은 머리는 현대적, 도시적, 적극적인 얼굴 이미지를 나타냈으며, 긴 머리는 여성적, 자연스러운 얼굴 이미지를 나타냈다고 하였다. 헤어스타일은 인간의 삶을 풍요롭게 하는 생활문화이다. 특히 미용예술로서 모발관리는 살아 있는 예술적인 소재를 통해 이미지를 변화시키는 헤어스타일로 최근 유행 이라는 말이 필요 없을 정도로 다양한 스타일이 공존하고 있으며 선진화된 미용 문화의 도약을 보여주고 있다. 특히 모발은 개인적인 장식으로서의 역할을 하는데 헤어스타일에 따라 개인의 이미지에 많은 영향을 미치며 여성의 아름다움을 연출하고자 함께 있어 모발을 건강하게 관리하는 측면을 간과할 수 없다. 더구나 인간의 아름다움을 추구하기 위한 수단이라는 중요한 기능을 갖고 시대의 흐름에 따라 변화와 발전을 계속해 온 헤어스타일은 의상, 메이크업과 함께 패션 경향을 결정하는 주요 요소가 되고 개성의 강조와 유행의 물결속에 새로운 머리 예술을 선도하고 있다.²²⁾

(2) 메이크업(make-up)

메이크업은 사전적인 의미로 '제작하다, 보완하다'라는 뜻이고 화장품은 영어로 코스메틱(Cosmetic)인데, 이는그리스 어인 코스메티코스(Cosmetics)에서 유래된 말로 '잘 정리하고 감싼다.'는 뜻이다. 따라서 화장품이란 인간을 잘 정돈하여 조화롭게 꾸미는 도구를 말하는 것이다. 과거에는 '화장' 이라고 하면 '얼굴에 치장하는 행위' 라고 일반적인 개념만 생각했다.²³⁾

메이크업이란 단어는 16세기 까지는 셰익스 피어의 희곡 중에 '페인팅(painting)'이란 말로 잠시 언급 되기도 하였지만, 이시기에는 메이크업 색상이 다양하지 않았고 대중적이지 못했다. 17세기에 이르러 영국 시인 리처드

회, 20호 p.17-40

22) 최연희 (1999) 모발 손상 원인과 모발관리에 관한 연구, 김천과학대학 논문지 학술저널 p.245-259

최귀자 (2000) 미용실 고객의 모발에 대한 인식도 조사, 保健福祉研究 학술저널 p.91-118

23) 오세희의 (2005) 스타일 메이크업. 성안당

크라슈의 시에서 "메이크업이란 여성의 매력을 최대한 높여주는 행위"라 하여 최초로 메이크업이라는 단어를 사용 하였다. 그러나 이 단어는 대중으로 확산되지 못하였고, 20세기, 할리우드 전성 시대로 가서 맥스 팩터(Max Factor)가 '메이크업'이란 말을 대중화 시켰다. 즉 메이크업은 자신의 결점을 커버하고 자기 자신의 개성을 더욱 돋보이게 하여 한층 더 자신의 결점을 높이는 행위라 정의한다. 과거에는 결점을 커버하는데 주안점을 두었다면 현재에는 오히려 자신의 개성을 장점으로 살리는 것에 큰 비중을 두고 있다.²⁴⁾

현재에 있어서는 화장, 즉 메이크업은 단순히 결점 커버라는 고정관념에서 벗어나 많은 변화를 가지고 오고 있다. 현대에 이르러 메이크업은 주제에 따라 여러 기법으로 재료 등에 구속 받지 않고 인간의 육체에 새로움을 추구하여 인체를 디자인한다는 뜻으로 그 방법이 다양하여 눈, 코, 입의 형태 뿐만 아니라 새로운 시점에서 내적 정신과 외적 감각으로 창조되는 것으로 정의 하고 있다. 또한 조형의 현대화 등 미를 둘러싼 거대한 문화가 형성 되면서, 이를 전달하는 잡지, 영화와 같은 대중 매체의 발달은 20세기 들어와 화장 문화를 새롭게 정의 하는데 있어서 중요한 요인이 되었다. 특히 대중매체의 증가는 이상적인 미에 대한 형실을 반영하며 변화 시키는데 결정적인 영향력을 갖고 메이크업의 패션화에 중요한 수단이 되었으며 현대 시대는 전체적으로 통일된 이미지로 빠르게 변화 하면서 메이크업도 복식적인 특성에 따라 전체적인 조화를 이루어 완성된 하나의 이미지를 표현 하는 토탈 패션의 개념으로 나타나고 있다.

(3) 피부 관리(skin care)

오늘날 생활 수준의 향상과 더불어 여성들의 미에 대한 욕구도 높아짐에 따라 미용 분야도 새롭게 인식되어 고도로 발전하고 있는 산업사회의 한 영역으로 커다란 부분을 차지하고 있다. 근래에 이르러 피부관리학은 미용의 한 부분으로 미의 본질 및 형태를 다루는 학문으로 발전하고 있다.²⁵⁾

24) 강경화 (1998) 메이크업 총론.서울: APC

우리 신체의 일부분 피부의 건강은 대단히 중요하며, 개인 각자가 나름대로 잘 관리해야 한다. 특히 여자에게는 피부건강과 미용이 모든 다른 신체 부위의 건강보다 더욱 중요하다고 볼 수있으며 누구나 곱고 싱싱하고 아름다운 피부를 갖고 싶어한다. 그래서 여성들은 얼굴에 있는 결점을 감추고 남에게 자신을 돋보게 하기위한 노력을 게을리 하지 않으며 젊음을 유지하고 아름다움을 계속 추구하기 위해 피부미용과 관련된 화장품을 누구나 애용하고 있다.²⁶⁾

그리스 시대에는 향장품에 과학적인 원리를 도입하게 되었고 히포크라테스의 피부병 연구와 식이요법, 마사지, 햇빛, 목욕 등이 피부를 건강하게 유지시켜 준다는 주장은 현대 미용에 기여도가 크다.²⁷⁾

피부관리란 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜서 아름답고 건강하며 보다 젊어 보이는 피부상태가 되도록 유지관리 하는 것을 말하며, 노화에 대한 성공적이고 적극적인 대처과정이다.²⁸⁾

피부건강관리를 피부건강에 대한관심이 높을수록 피부관련 지식 수준이 높고, 피부건강관리 실태에도 영향을 주고 있음으로 피부관련 지식 수준을 향상시켜 올바른 피부건강관리 행위를 높일 수 있도록 효과적인 피부건강관리교육 프로그램의 연구가 지속적으로 필요할 것으로 생각되며 이를 위하여 관련단체와 전문가가 적극 노력해야 할 것이다.

(4) 네일아트 (nail art)

매니큐어(manicure)라는 말은 장식화된 덕처럼 색상을 의미하는 것이 아니라 네일의 관리를 의미한다. 매니큐어라는 말은 라틴어의 마누스(manus: 손)와 큐라(cure:관리)에서 파생된 단어와 네일모양정리,큐티클(cuticle)정리, 손 마사지, 컬러링(coloring)등을 포함한 총괄적인 손의 관리를 뜻한다. 아름다운 대상들 속에서 자연의 경치뿐만 아니라 예술작품, 아름다운 목소리, 아름다운 사

25) 김종대, 전성경, 최현숙(1994) 피부관리학.고문사

26) 조영옥(1993) 여성과 화장품. 건강소식

27) 김희숙 등(1996) 메이크업과 패션. 수문사

28) Eckstein, R. A, biokosenetic, Linde Eckstein KG, 1998

고, 아름다운 신체 등 미 자체에도 다양한 종류가 있다고 할 수 있다. 오늘날 급속한 산업의 발달과 경제의 성장에 따른 생활 문화의 향상으로 인해 인체 예술에 대한 인간의 관심이 높아지면서 네일이 각광을 받고 있다.²⁹⁾ BC3000년경에 고대 이집트의 높은 지위의 남녀들의 관복에서 나오는 헤나(henna)라고 하는 붉은 색을 손톱에 물들여지기 시작했다. 헤나는 관목에서 빨간색과 오렌지 색을 추출하여 미이라의 네일에 색을 입히거나 제사와 관련하여 사용하기도 하였다. 특히 중국은 입술 연지를 만드는 홍화의 재배가 유행하여 네일에도 연지를 발라 조홍 이라 하였다. 화려한 역사에 걸맞게 금색이나 은색 또는 검정이나 흑적색 등 시대별로 다양한 색상과 밀랍이나 난백을 사용함으로써 미적감각과 특권층 신분을 맘껏 누릴 수 있었다.³⁰⁾

이후 그리스 로마시대, 근대, 현대를 지나면서 다양한 네일 제품들이 개발되고, 에나멜 산업이 본격화 되면서 네일에 화이트에서 블랙까지 그 사이의 모든 색상들은 네일의 개성이며 자기 표현이 되고 있다. 네일은 1800년대부터 일반 대중화가 되면서 다양한 제품의 출현과 디자인이 활성화 되면서 산업화되기 시작했다. 신기술이 개발되면서 네일 시장이 급성장하고 있었다.³¹⁾ 이처럼 과거에는 아름다움과 위엄, 계급 표시, 종교적인 측면이 강하게 반영된 반면 현대의 네일아트는 외형적 아름다움을 추구하는 행위일뿐만 아니라 미의식 속에 자아를 하나의 개성적인 이미지로 창출해가고 있다. 이는 아름다워지고자 하는 여인이면 누구나 네일아트를 하고, 미와 지성과 관능의 표현 수단이 된 것이다.

3. 중년층의 가치관 및 관심의 변화

가족, 가정 이라는 울타리 안에서 벗어나면 큰일이라도 나는 줄 알았던 중년층의 가치관이 바뀌고 있다. 일주일에 사흘은 수영, 헬스, 골프 등을 배우고 지금의 나이보다 어려 보이기 위한 관리를 하고 주말엔 여행을 다니는 중년층이

29) 안현순, 박건(2000) 손톱 장식의 이론과 실제. 청구 문화사

30) 안현순, 박건(2000) 손톱 장식의 이론과 실제. 청구 문화사

31) 김영미 외 2인 (1999) NAIL TECHNOLOGY. 고문사

늘어나고 있다. 인터넷은 쉬운데 난이도가 있는 프로그램을 직접 하기위해 문화센터나 학원을 다니는 중년층이 늘어나고 있다.³²⁾

1940~1949년도에 태어난 1세대로써 이제 은퇴할 정년의 나이를 먹은 세대를 BABY BOOMER 세대라고 말한다. 이 BABY BOOMER 세대는 어느 정도의 자산이 있을 뿐만 아니라 이전의 중년층과는 달리 자아실현과 자아의 가치관을 중요시 여기는 세대이다. BABY BOOMER 세대를 공략으로 마케팅을 계획하는 캐나다는 이들의 연령 뿐 아니라 가치관, 소비문화의 선호도에 따른 특성에 따라 실버산업을 추진 중이다. 이들 BABY BOOMER 들은 주택구입, 자녀 교육 등의 지출이 줄어드는 반면 연금, 퇴직금, 투자 소득 등으로 가처분 소득이 증가해 자신들의 구매 욕구를 바탕으로 뛰어난 소비능력을 지닌다고 밝혔다. 또한 그들은 새로운 기술이나 제품, 서비스 등에 상당히 개방적이며 능동적인 자세를 가지고 있으며 제품이나 서비스의 외양에 대해서도 많은 관심을 가지고 있다고 말했다.³³⁾ 이는 캐나다뿐만이 아니라 일본, 미국, 유럽 전 세계적으로 BABY BOOMER를 중심으로 소비문화산업이 바뀔 것이다. 이렇게 어느 정도의 소비성향을 지니고 있는 BABY BOOMER 세대들, 나이는 들었지만 독립적이고 왕성한 사회활동 욕구가 강한 뉴 실버세대가 한국사회에도 등장한 것이다.³⁴⁾

(표 4) 캐나다 베이비붐어 세대

베이비붐어	출생 시기	현재 연령대	추정 인구	은퇴 시기
1 세대	1940~1949	57~66	3 2 0 만	현재
2 세대	1949~1959	47~57	4 6 0 만	10 년대
3 세대	1959~1966	40~47	3 1 0 만	향후 15~20년

자료원 : ACNielsen

32) 이의훈 김숙웅 저 (2004) 21세기시장서선점을 위한 실버마케팅 .형설 출판사

33) 오영택 토론토 무역관(2006.4.2)"캐나다 베이비 부머를 공략하라" Canadian Retailer, Environics Analytics 및 무역관 보유자료

34) 오영택 토론토 무역관(2006.4.2)"캐나다 베이비 부머를 공략하라" Canadian Retailer, Environics Analytics 및 무역관 보유자료

뉴 실버세대는 원래 서구에서 제 2차 세계대전 이후에 태어난 베이비붐 세대 (1946~64년생)가 고령화하면서 전통적인 노인 상에서 벗어나는 모습을 보이는 용어다. 한국노인 인력 개발원에서 조사한 것에 의하면 한국의 뉴 실버세대는 기존의 노년세대와 한국의 베이비붐 세대(1955~63년생, 43~51세)사이의 세대이지만 앞으로 베이비붐 세대가 노년층이 되었을 때를 생각한다면 이들의 가치관엔 더 많은 변화가 있을 것이다. 이들은 긍정적인 사고로 여유를 즐기며 다양한 취미 활동을 하고 있다. 시대 변화에 둔감하고 새로운 것을 익히는데 거부감이 강한 전통적인 노인의 이미지와는 상당히 달랐다. 이들은 정년 퇴직 이후에도 경제적 활동을 하길 원한다는 응답이 74.2% 였으며 자녀와의 관계에서도 아플지라도 ,배우자가 사망한 후에도 독립적인 태도를 갖겠다는 응답이 53%나 되었으며 재산상속을 하지 않겠다는 응답도 65.0%나 되었다.³⁵⁾ 우리나라 고령자들은 얼마 전만 하여도 대부분 자녀들에 의해 가정에서 부양되었다. 여태껏 벌여놓은 당신들의 돈을 자식들에게 물려준 후 자녀들이 주는 용돈에 의지하며 자신을 위한 물품조차도 자녀들에 의해 구입되었다.

(표 5)

실 버 세 대		뉴 실 버 세 대
완고한, 보수적	이 미 지	밝고 유연함, 합리적, 긍정적
검소하고 소박, 한정된 취미생활	삶 의 태 도	여유와 즐거움, 다양한 취미생활
자녀에게 의존	독 립 성	자녀와 동거 거부
무계획, 자녀 용돈 등에 의존	노 후 설 계	계획된 노후설계로 독립 추구
세대간 단절, 변화에 대한 거부	가 치 관	변화에 개방적, 다른 세대와 소통
일에 재미, 여가는 수단	레 저 관	여가 자체가 목적
상속해 줘야 한다는 의사의 강함	자 산 처 분	자신을위해 쓰다 남으면 상속, 환원
경로당에서 노인끼리 교류	대 인 관 계	동호회 활동 등 폭 넓은 대인관계
자 녀 중 심	생 활	부부중심, 참살이

자료:신한은행

35) 동아일보 2006. 07.27

하지만 가족 제도가 바뀌고 여성의 사회활동의 참여증가로 가족을 부양하는 것이 힘들어 짐에 따라 경제력을 가지고 있는 노인들이 자식들에게 의지하기 보다는 독립된 생활을 즐기려는 경향이 강해지고 있다. 또한 안정된 노후생활을 위한 저축 및 국민 연금이 증가되는 추세이며 개인의 가치관 역시 서구화됨에 따라 고령자들의 능동적인 소비가 크게 늘어나고 있는 것이 현실이다. 실제로 한국소비자보호원이 지난해 말 조사한 자료에 의하면 고령자들이 각종 상품을 직접 구매하는 비율이 증가하고 있는 것으로 나타났다.³⁶⁾ 지난 91년 19% 정도에 머물렀던 의류의 직접 구매 비율이 99년에는 45%로 증가하였으며, 식품은 20%에서 38%로, 약품은 31%에서 69%로 각각 늘어났다. 또한 주택, 통장, 연금 증서 등 각종 재산 관리를 고령자 본인이 하는 비율이 80% 이상으로 조사되었으며, 실버상품 이용 희망 율도 높게 나타났다. 즉 노인전문병원 이용 희망 율이 70%로 나타났으며, 가정봉사원이 49%, 실버용품 전문상점이 53%, 단기보호시설이 42% 등으로 조사되었다.³⁷⁾

이렇게 중년층들의 소비 패턴 및 가치관은 앞으로 더 많은 변화를 가져 올 것이며 이는 실버 비즈니스 성장의 토대가 될 것으로 보인다. 실버 비즈니스 수요가 증가 하면서 기본 의·식·주는 물론 이거니와 서비스업까지 앞으로 많은 변화와 관심을 보여야 할 때라고 본다. 하지만 모든 실버세대들에게 질 높은 의·식·주 및 서비스를 제공 할 수는 없다. 이를 전적으로 정부에게 맡긴다는 것은 한계가 있다고 본다. 그래서 이제 실버산업에도 정부가 아닌 민간산업이 크게 작용 될 것이다. 그렇다면 이제 실버산업도 하나의 큰 마케팅으로써 소비자를 우선으로 생각하며 서비스의 질을 높여야 할 것이다.³⁸⁾

저소득의 중년층이 아닌 중산층 이상의 고소득을 가진 중년층들의 구매력을 볼때 이제 실버산업도 질을 높여야 한다고 본다. 향후 우리나라의 실버비즈니스가 어떻게 전개될 것인가는 미국, 일본 등 이미 고령화 사회에 진입해 있는 선진국들을 통해 엿볼 수 있다. 고령화 사회를 지나 곧 고령사회를 맞이할

36) 배재성(2000.02.02) LG경제 연구원, 고령화 시대의 실버 비즈니스

37) 배재성(2000.02.02) LG경제 연구원, 고령화 시대의 실버 비즈니스

38) 이의훈 김숙웅 저 (2004) 21세기시장서선점을 위한 실버마케팅 .형설 출판사

선진국의 경우 실버비즈니스는 이미 오래 전부터 활성화되어 있으며, 고령층이 하나의 거대한 소비 세력으로 자리 잡고 있다. 실버세대가 경제적 자립을 통해 TONK(Two Only, No Kids)족으로 부상하며, 소비 트렌드를 좌우하는 새로운 소비주체로 자리매김하고 있다.³⁹⁾

지난 98년 말 현재 우리나라의 유료 노인복지시설은 유료양로원 16개소, 유료요양원 4개소, 유료 노인복지주택 1개소 등 총 21개소에 그치고 있다. 우리나라의 고령인구 비중이 낮아 기업들이 사업 참여를 관망한 데다, 지난 97년의 외환위기로 실버시장에 대한 투자 열기가 크게 위축되었기 때문이다. 또한 실버상품 전문 인터넷 쇼핑몰 등장하여 새로운 관심을 끌고 있다. 실버용품을 전문으로 하는 쇼핑몰 등이 새롭게 등장하여 패션, 건강식품, 의료기구 말고도 실버 세대 들 간의 문화를 온라인으로 즐길 수 있는 새로운 공간이 생긴 것이다. 아직은 이 쇼핑몰이 대중화 되지 않았지만 소비력이 점차 증가 되고 있는 추세라고 한다. 이렇게 우리나라의 실버비즈니스는 이제 확산단계에 들어서고 있으며, 고령인구의 증가에 따라 그 전개속도는 더욱 빨라질 것으로 예상된다.⁴⁰⁾

39) 동아일보 2006. 07.27

40) 배재성(2000.02.02) LG경제 연구원, 고령화 시대의 실버 비즈니스

II. 중년층의 외모의 관심 및 실태

1. 중년층의 노후대책

중년층은 현재 자신들의 노후에 대하여 어느 정도를 준비하고 있으며 소득에 따른 노후대책의 관심도는 어느정도 이며 중년층의 변화된 가치관과 외모에 대한 관심의 증가는 어느정도 인지 알아보았다.

(1) 인구 통계학적 특성

인구 통계학적 특성을 보면 <표1>에서 보는 것과 같이 남자 30.6%, 여자 69.4%로 여자가 많았으며, 연령은 55~59세가 35.8%로 가장 많았고, 45~49세 27.2%, 60~64세 19.1%, 65~69세 12.7%, 50~54세 4.4%, 70세이상 0.7% 순으로 나타났다. 한달평균수입은 300~390만원이 35.5%가 가장 많았으며, 200~300만원 24.5%, 400~490만원 15.9%, 500~590만원 12.3% 순으로 나타났다.<그림1>

표1. 연령에따른한달평균수입

N=408

특 성	구 분	N	%
성 별	남 자	125	30.6
	여 자	283	69.4
연 령	45 ~ 49세	111	27.2
	50 ~ 54세	18	4.4
	55 ~ 59세	146	35.8
	60 ~ 64세	78	19.1
	65 ~ 69세	52	12.7
	70세 이상	3	0.7
한달 평균 수입	200 ~ 290만원	100	24.5
	300 ~ 390만원	145	35.5
	400 ~ 490만원	65	15.9
	500 ~ 590만원	50	12.3
	기 타	48	11.8

(2) 노후 대책에 대한 생각

중년층의 노후 대책에 대한 생각을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표2>에서 보는 것과 같이 40대후반, 60대초반은 조금 생각한다가 각각 37.8%, 35.9% 많이 생각한다가 각각 32.4%, 34.6%로 많이 나타났으며, 50대초반, 70세이상은 항상 생각한다가 각각 61.1%, 66.7%로 가장 많이 나타났고, 50대후반은 많이 생각한다가 43.2%로 나타나 다른 세대 비해 40대초반이 노후에 대한 생각을 적게 하였으며, 50대초반과 70세 이상이 생각을 많이 하는 것을 알 수 있었다.

소득에 따른 비교에서는 <표3>에서 보는 것과 같이 평균 월수입이 200만원대가 조금 생각한다 37.8% 가장 많이 나타난 반면에 300만원대, 400만원대는 많이 생각한다가 각각 46.2%, 53.8%로 나타났고, 500만원대는 항상 생각한다가 52.0%로 가장 많이 나타나 수입이 많을 수록 노후 대책에 대한 생각을 많이 하는 것을 알 수 있었다.

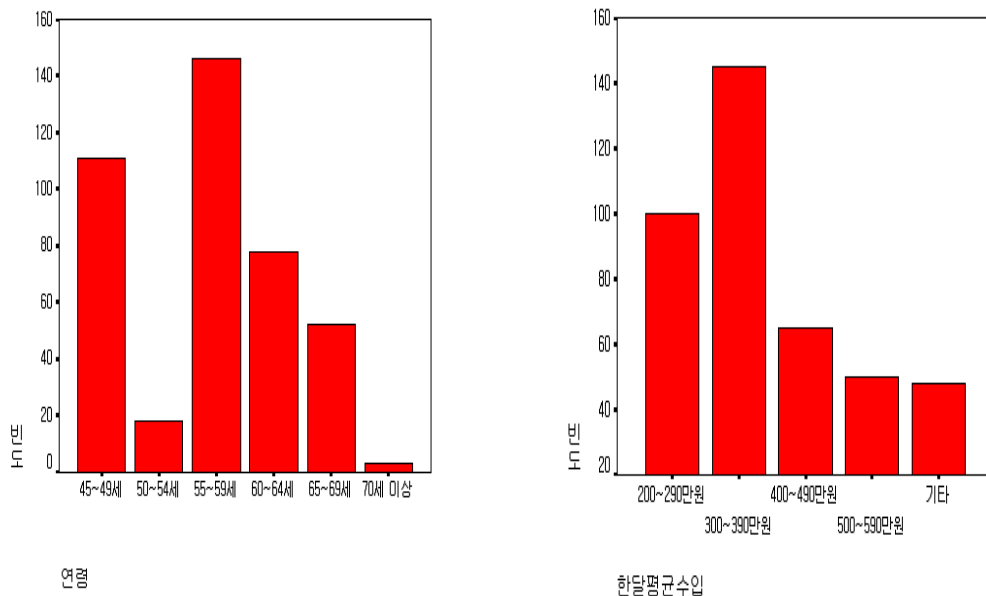


그림1. 연령 및 한달 평균 수입 분포도

표2. 연령에 따른 노후 대책에 대한 생각 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54 세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	거의 생각하지 않는다	8	7.2	-	-	-	-	1	1.3	2	3.8	1
조금 생각한다	42	37.8	2	11.1	40	27.4	28	35.9	14	26.9	-	-
많이 생각한다	36	32.4	5	27.8	63	43.2	27	34.6	30	57.7	-	-
항상 생각한다	21	18.9	11	61.1	40	27.4	21	26.9	5	9.6	2	66.7
기 타	4	3.6	-	-	3	2.1	1	1.3	1	1.9	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표3. 소득에 따른 노후 대책에 대한 생각 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	기 타
	N	%	N	%	N	%	N	%		
거의 생각하지 않는다	5	5.0	3	2.1	-	-	-	-	4	8.3
조금 생각한다	39	39.0	45	31.0	18	27.7	6	12.0	18	37.5
많이 생각한다	28	28.0	67	46.2	35	53.8	18	36.0	13	27.1
항상 생각한다	25	25.0	29	20.0	12	18.5	26	52.0	8	16.7
기 타	3	3.0	1	0.7	-	-	-	-	5	10.4
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(3) 노후대책의 준비 자금

노후 대책의 준비 자금을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표4>에서 보는 것

과 같이 모든 연령대에서 매달 200~300만원이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 40대후반은, 60대초반은 300~400만원이었고, 50대초반과 70세이상은 기타로 나타났다. 70세이상을 제외하고는 40대후반과 50대초반에 비해 50대후반이상에서 노후 준비 자금을 더 많이 준비하는 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표5>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관없이 매달 200~300만원이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 200만원대는 기타, 300만원대는 매달 300~400 16.6%, 500만원대 매달 400~500만원 24.0%로 나타났다. 소득이 높을 수록 조금 많이 노후대책 자금을 준비하고 있었다.

표4. 연령에 따른 노후대책의 준비 자금 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
매달 200 ~ 300만원	44	39.6	13	72.2	68	46.6	43	55.1	27	51.9	2	66.7
매달 300 ~ 400만원	31	27.9	1	5.6	20	13.7	21	26.9	9	17.3	-	-
매달 400 ~ 500만원	11	9.9	-	-	21	14.4	5	6.4	6	11.5	-	-
매달 500 ~ 600만원	-	-	-	-	7	4.8	-	-	4	7.7	-	-
기 타	25	22.5	4	22.2	30	21.5	9	11.5	6	11.5	1	33.3
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표5. 소득에 따른 노후대책의 준비 자금 비교

N=408

구분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
매달 200 ~ 300만원	58	58.0	82	56.6	28	43.1	20	40.0	9	18.8
매달 300 ~ 400만원	7	7.0	24	16.6	28	43.1	10	20.0	13	27.1
매달 400 ~ 500만원	7	7.0	14	9.7	6	9.2	12	24.0	4	8.3
매달 500 ~ 600만원	-	-	4	2.8	-	-	6	12.0	1	2.1
기타	28	28.0	21	14.5	3	4.6	2	4.0	21	43.8
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(4) 노후 대책 중 가장 관심 분야

노후 대책 중 가장 관심 분야를 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표6>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 건강이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 40대후반 식이 19.5%, 50대후반, 60대초반은 주가 각각 23.1%, 16.3%이고, 60대후반은 의생활과 뷰티분야 19.2%로 나타나 의식주보다는 건강을 더 생각하는 것을 알 수 있었으며, 60대후반에서 뷰티분야에 관심이 많은 것을 알 수 있었다.

소득에 따른 비교에서는 <표7>에서 보는 것과 같이 소득에 상관없이 모두 건강에서 가장 많은 관심이 있었으며, 다음으로는 월수입 200만원대, 300만원대에서 주가 각각 26.0%, 17.4%로 나타났으며, 400만원대는 식이 17.1%이며, 500만원대는 식과 주가 각각 5.6%로 나타나 소득이 높아도 뷰티 분야 보다는 건강에 관심이 가장 많았다.

표6. 연령에 따른 노후 대책 중 가장 관심 분야 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
의생활 및 뷰티분야	9	7.0	-	-	4	2.7	9	11.3	10	19.2	-	-
식	25	19.5	-	-	3	2.0	2	2.5	1	1.9	-	-
주	7	5.5	-	-	34	23.1	13	16.3	7	13.5	-	-
건 강	81	63.3	18	100.0	104	70.7	53	66.3	34	65.4	3	100.0
기 타	6	4.7	-	-	2	1.4	3	3.8	-	-	-	-
계	128	100	18	100	147	100	80	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 428)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표7. 소득에 따른 노후 대책 중 가장 관심 분야 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기	타
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
의생활 및 뷰티분야	2	2.0	24	16.1	3	3.9	2	3.7	1	2.0
식	8	8.0	7	4.7	13	17.1	3	5.6	-	-
주	26	26.0	26	17.4	4	5.3	3	5.6	2	4.1
건 강	63	63.0	89	59.7	56	73.7	45	83.3	40	81.6
기 타	1	1.0	3	2.0	-	-	1	1.9	6	12.2
계	100	100.0	149	100.0	76	100.0	54	100.0	49	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 428)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

2. 중년층의 건강 및 외모관리

1982년 광고 대행사인 Doly, Bernbach에 의해 진행된 연구에서 노인들에게 그들 자신을 어떻게 묘사하는지에 대해 질문했다. 50~59세의 노인들중 77%는 "성숙(mature)"하다 라고 하였고 ,61%는 "중년"이라고 보았다. 60~64세는 다수(57%)가 "연장자"라고 하였고, 대부분(70%)은 "자신은 성숙하다" 라고 했다. 50~59세의 소수(9%)만이 "고개를 넘었다"고 하였고, 10%는 "내려가는 중"이라고 하였으며 .4%는 "늙었다"고 하였다. 60~64세 노인에서는 이 용어를 쓰는 비율이 각각 10%, 15%, 8%로 나타났다. 우리나라의 경우 한국 마케팅연구원 자료에 의하면,⁴¹⁾ 노인들 중 50%가 자신이 노인이라고 생각했고, 약 30%는 생각해본 일이 없는 것으로 나타났다.⁴²⁾ 이 경향은 긍정적인 방식으로 나이를 묘사하려는 노력이 증가 했음에도 불구하고, 전통적으로 젊음을 지향하는 사회에서 노령화와 노년에 대해 깊게 내재된 분노를 반영하는 것처럼 보였다.

이렇게 젊은 사람들과 비교해봤을 때, 노인들은 다른 지향을 가지고 있다.⁴³⁾ 이런 이를 통해 노인들의 심리학적인 측면에 더 넓은 통찰력을 가져야 한다. 특히 외향적인 것에 대한 가치관들이 전혀 다를 것 이라는 생각들을 하게 된다. 하지만 연구결과는 전혀 그렇지 않았다. 오히려 세월이 흐름에 따라 당신들의 변하는 모습에 안타까움을 느끼며 경제적 능력이 되는 한 자신들의 모습을 가꾸려는 의지들이 강함을 알 수 있었다. 젊은층, 특히 베이비붐 시대의 젊은이들 사이에서는 젊게 보이려는 노력과 지키려는 노력이 증대되고 있다. 노년층은 젊은층 만큼이나 젊다는 것이 더 나은 것이라 믿는다. 오늘날 젊음을 유지하는 것은 사람들의 주요한 집착이 되어 버렸다. 주요한 기술적 · 사회학적 · 의학적인 발전은 Jordan 과 그의 동료들이 젊음을 다양한 연령집단간에 스타일과 라이프 스타일의 혼합이라고 언급한 것에 기여하고 있다.⁴⁴⁾

41) 실버마케팅 연구소 자료 (2002)

42) 이의훈 김숙웅 저 (2004) 21세기시장서선점을 위한 실버마케팅. 형설출판사 p.191

43) 이의훈 김숙웅 저 (2004) 21세기시장서선점을 위한 실버마케팅. 형설출판사 p.191

44) Jordan, Manning, Case, Taylor and McGrath, Inc. The 55+ Marker: The

1) 건강관리

(1) 자신의 건강 상태

자신의 건강 상태를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표8>에서 보는 것과 같이 40대후반에서는 보통이다, 건강하다가 각각 33.3%로 많이 나타났으며, 그저 그렇다도 32.4%나 많았고, 50대초반, 후반과 60대초반에서는 보통이다가 각각 55.6%, 47.3%, 55.1%로 가장 많이 나타났다. 60대이상은 건강하다가 36.5%, 보통이다 34.6%로 나타났으며, 70세이상은 모두 보통이다로 나타나 40대후반에는 그저 그렇다가 많이 나타났지만 오히려 나이가 많을수록 보통이상의 건강 상태가 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표9>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 300만원대는 보통이다가 각각 42.0%, 49.7%로 가장 많이 나타났으며, 400만원대는 그저 그렇다가 44.6%로 가장 많았고, 500만원대는 건강하다가 46.0%로 가장 많이 나타나 가장 많은 수입인 500만원대가 건강한 것으로 나타났다. 소득이 많을 수록 건강한 것으로 보아 경제적 여유가 있는 중년층이 건강관리를 잘하고 있음을 알 수 있었다.

표8. 연령에 따른 자신의 건강 상태 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
건강하지 않다	1	0.9	2	11.1	5	3.4	1	1.3	2	3.8	-	-
그저 그렇다	36	32.4	3	16.7	36	24.7	29	37.2	10	19.2	-	-
보통이다	37	33.3	10	55.6	69	47.3	43	55.1	18	34.6	3	100.0
건강하다	37	33.3	3	16.7	36	24.7	4	5.1	19	36.5	-	-
기 타	-	-	-	-	-	-	1	1.3	3	5.8	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

Marketing opportunities of the 1980s. New York: Jordan, Case, and McGrath, 1991

표9. 소득에 따른 자신의 건강 상태 비교

N=408

구분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
건강하지 않다	5	5.0	-	-	3	4.6	2	4.0	1	2.1
그저 그렇다	32	32.0	38	26.2	29	44.6	7	14.0	8	16.7
보통이다	42	42.0	72	49.7	23	35.4	18	36.0	25	52.1
건강하다	21	21.0	34	23.4	10	15.4	23	46.0	11	22.9
기 타	-	-	1	0.7	-	-	-	-	3	6.3
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(2) 평소 건강 관리

평소 건강 관리를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표10>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 운동이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 40대후반, 50대초반, 50대후반, 건강식품 복용이 나타났고, 60대후반은 요가 또는 명상으로 나타나 60대후반은 운동 및 요가, 명상 등으로 건강관리를 하는 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표11>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 운동이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 200만원대, 300만원대는 건강 식품 복용이 각각 28.4%, 17.1%로 나타났고, 소득이 많을수록 500만원대는 요가 또는 명상이 13.2%로 나타났다. 따라서 건강관리를 위해 건강 식품을 복용하는 것보다 운동 및 요가, 명상등으로 건강 관리를 하고자 하는 중년층이 늘어나고 있음을 알 수 있었다.

표10. 연령에 따른 평소 건강 관리 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
전혀 하지 않는다	10	8.4	3	16.7	14	9.4	9	11.3	3	5.7	1	33.3
건강식품 복용	15	12.6	4	22.2	30	20.1	25	31.3	2	3.8	-	-
운동	75	63.0	9	50.0	81	54.4	36	45.0	39	73.6	2	66.7
요가 또는 명상	14	11.8	-	-	16	10.7	2	2.5	7	13.2	-	-
기 타	5	4.2	2	11.1	8	5.4	8	10.0	2	3.8	-	-
계	119	100	18	100	149	100	80	100	53	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표11. 소득에 따른 평소 건강 관리 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기	타
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
전혀 하지 않는다	19	18.6	9	6.2	11	15.7	1	1.9	-	-
건강식품 복용	29	28.4	25	17.1	9	12.9	5	9.3	8	16.0
운동	51	50.0	85	58.2	40	57.1	37	68.5	29	58.0
요가 또는 명상	2	2.0	17	11.6	5	7.1	7	13.0	8	16.0
기 타	1	10	10	6.8	5	7.1	4	7.4	5	10.0
계	102	100.0	146	100.0	70	100.0	54	100.0	50	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

(3) 앞으로의 건강 관리 계획

앞으로의 건강 관리 계획을 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표 12>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 운동이 가장 많이 나타났으며 다음으로는 40대후반은, 60대초반은 건강식품 복용이었고, 60대후반은 요가 또는 명상으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표13>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 운동이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 200만원대, 300만원대는 건강 식품 복용이 각각 15.8%, 13.6%로 나타났고, 경제력이 많은 400만원대와 500만원대는 요가 또는 명상으로 나타나 소득이 높을수록 건강식품 복용보다는 운동과 요가 또는 명상 등으로 앞으로의 건강 관리를 희망하는 것으로 나타났다. 따라서 중년층을 위한 요가 또는 명상의 프로그램이 대중화 될 수 있도록 관심을 가져야 한다.

표12. 연령에 따른 앞으로의 건강 관리 계획 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
특별한 계획 없다	6	5.0	-	-	11	7.4	10	12.5	4	7.5	-	-
건강식품 복용	8	6.7	1	5.6	23	15.4	18	22.5	2	3.8	-	-
운동	97	81.5	16	88.9	101	67.8	33	41.3	38	71.7	3	100.0
요가 또는 명상	7	5.9	-	-	11	7.4	18	22.5	8	15.1	-	-
기 타	1	0.8	1	5.6	3	2.0	1	1.3	1	1.9	-	-
계	119	100	18	100	149	100	80	100	53	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표13. 소득에 따른 앞으로의 건강 관리 계획 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
특별한 계획 없다	2	2.0	19	12.9	3	4.2	6	11.8	1	2.0
건강식품 복용	16	15.8	20	13.6	7	9.7	1	2.0	8	15.7
운동	77	76.2	87	59.2	48	66.7	41	80.4	35	68.6
요가 또는 명상	3	3.0	19	12.9	13	18.1	2	3.9	7	13.7
기 타	3	3.0	2	1.4	1	1.4	1	2.0	-	-
계	101	100.0	147	100.0	72	100.0	51	100.0	51	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

(4) 건강 유지 및 아름다움 추구에 가장 많은 지출 부분

건강 유지 및 아름다움을 추구하는데 가장 많은 지출 부분을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표14>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 건강관리 또는 운동이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 50대후반는 헤어였고 그 외 다른 연령대는 메이크업, 피부관리로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표15>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 건강관리 또는 운동이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 200만원대는 메이크업, 피부관리와 헤어가 각각 19.0%였으며, 300만원대, 400만원대는 메이크업, 피부관리가 각각 22.1%, 15.4%였고, 500만원대는 손과 발관리가 10.0%로 나타났다.

표14. 연령에 따른 건강 유지 및 아름다움 추구에 가장 많은 지출 부분 비교

N=408

구분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
건강관리 또는 운동	84	75.7	9	50.0	102	69.9	51	65.4	33	63.5	1	33.3
메이크업, 피부관리	10	9.0	3	16.7	16	11.0	21	26.9	14	26.9	2	66.7
헤어	6	5.4	1	5.6	18	12.3	1	1.3	3	5.8	-	-
손과 발관리	6	5.4	2	11.1	8	5.5	1	1.3	-	-	-	-
기타	5	4.5	3	16.7	2	1.4	4	5.1	2	3.8	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표15. 소득에 따른 건강 유지 및 아름다움 추구에 가장 많은 지출 부분 비교

N=408

구분	200~290		300~390		400~490		500~590		기	타
	N	%	N	%	N	%	N	%		
건강관리 또는 운동	56	56.0	99	68.3	49	75.4	39	78.0	37	77.1
메이크업, 피부관리	19	19.0	32	22.1	10	15.4	3	6.0	2	4.2
헤어	19	19.0	2	1.4	3	4.6	2	4.0	3	6.3
손과 발관리	2	2.0	7	4.8	2	3.1	5	10.0	1	2.1
기타	4	4.0	5	3.4	1	1.5	1	2.0	5	10.4
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(5) 현재 뷰티 및 문화 지출비의 지출 정도

(예 ; 의류, 화장품, 네일, 피부관리, 미용실, 헬스, 골프, 수영, 건강식품 등)

현재 의, 식, 주 등 기본적인 생활비 외에 뷰티 및 문화지출비에 매달 지출 정도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표16>에서 보는 것과 같이 40대후반, 50대후반, 60대초반, 70세이상에서는 30만원이하가 각각 52.3%, 54.8%, 61.5%, 100.0%로 가장 많았으며, 50대초반과 60대후반은 30~80만원이

44.4%, 57.7%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표17>에서 보는 것과 같이 500만원대가 30~80만원이 32.0%로 가장 많은 것을 제외하고는 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 30만원이하가 각각 74.0%, 49.0%, 53.8%로 가장 많이 나타났다.

표16. 연령에 따른 현재 뷰티 및 문화 지출비의 지출 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
30만원이하	58	52.3	7	38.9	80	54.8	48	61.5	5	9.6	3	100.0
30 ~ 80만원	30	27.0	8	44.4	28	19.2	10	12.8	30	57.7	-	-
80 ~ 150만원	5	4.5	1	5.6	12	8.2	2	2.6	4	7.7	-	-
150만원이상	3	2.7	-	-	4	2.7	11	14.1	5	9.6	-	-
기 타	-	-	2	11.1	22	15.1	7	9.0	8	15.4	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표17. 소득에 따른 현재 뷰티 및 문화 지출비의 지출 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기	타
	N	%	N	%	N	%	N	%		
30만원이하	74	74.0	71	49.0	35	53.8	15	30.0	6	12.5
30 ~ 80만원	10	10.0	49	33.8	23	35.4	16	32.0	8	16.7
80 ~ 150만원	1	1.0	5	3.4	4	6.2	9	18.0	5	10.4
150만원이상	-	-	5	3.4	2	3.1	5	10.0	11	22.9
기 타	15	15.0	15	10.3	1	1.5	5	10.0	18	37.5
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

2) 이미지 관리

(1) 나이가 들어감에 따라 타인의 시선 정도

나이가 들어감에 따른 타인에게 느끼는 시선 정도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표18>에서 보는 것과 같이 4대후반, 50대초반, 50대후반, 60대초반, 70세이상에서는 조금 신경 쓰인다가 각각 58.6%, 55.6%, 45.9%, 59.0%, 66.7%로 가장 많이 나타났으며, 60대후반에서는 신경을 많이 쓴다가 44.2%로 나타나 70세 이상보다 60대후반에서 타인의 시선을 많이 신경쓰는 것을 알 수 있었다.

소득에 따른 비교에서는 <표19>에서 보는 것과 같이 200만원대, 300만원대, 400만원대는 조금 신경 쓰인다가 각각 69.0%, 43.4%, 56.9%로 가장 많이 나타났으며, 500만원대는 많이 신경 쓴다가 54.0%로 많이 나타나 경제력이 큰 500만원대에서 타인의 시선을 많이 쓰는 것을 알 수 있었다.

표18. 연령에 따른 나이가 들어감에 따라 타인의 시선 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
신경 쓰지 않는다	7	6.3	1	5.6	5	3.4	2	2.6	15	28.8	-	-
조금 신경 쓰인다	65	58.6	10	55.6	67	45.9	46	59.0	10	19.2	2	66.7
보 통 이 다	15	13.5	1	5.6	32	21.9	26	33.3	4	7.7	1	33.3
신경을 많이 쓴다	23	20.7	6	23.8	42	28.8	4	5.1	23	44.2	-	-
기 타	1	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표19 소득에 따른 나이가 들어감에 따라 타인의 시선 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
신경 쓰지 않는다	7	7.0	15	10.3	1	1.5	2	4.0	5	10.4
조금 신경 쓰인다	69	69.0	63	43.4	37	56.9	11	22.0	20	41.7
보 통 이 다	14	14.0	30	20.7	10	15.4	10	20.0	15	31.3
신경을 많이 쓴다	10	10.0	37	25.5	17	26.2	27	54.0	7	14.6
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(2) 타인에게 보이고 싶은 이미지

타인에게 보이고 싶은 이미지를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표20>에서 보는 것과 같이 60대초반을 제외한 연령대에서 부드러운 이미지가 가장 많이 나타났으며, 60대초반은 중후한 이미지가 56.4%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표21>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입 200만원대, 400만원대, 500만원대에서 부드러운 이미지가 각각 62.0%, 60.0%, 56.0%로 가장 많았으며, 300만원대는 중후한 이미지가 48.3%로 부드러운 이미지 47.6%보다 조금 더 많았다. 따라서 부드러운 이미지와 중후한 이미지를 선호하는 것을 알 수 있었다.

표20. 연령에 따른 타인에게 보이고 싶은 이미지 비교

N=408

구	분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
부드러운 이미지		73	65.8	14	77.8	78	53.4	29	37.2	25	48.1	2	65.8
중후한 이미지		32	28.8	-	-	56	38.4	44	56.4	24	46.2	-	-
동안의 이미지		4	3.6	3	16.7	8	5.5	-	-	2	3.8	-	-
화려한 이미지		1	0.9	1	5.6	3	2.1	1	1.3	-	-	-	-
기	타	1	0.9	-	-	1	0.7	4	5.1	1	1.9	1	33.3
계		111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표21. 소득에 따른 타인에게 보이고 싶은 이미지 비교

N=408

구	분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
부드러운 이미지		62	62.0	69	47.6	39	60.0	28	56.0	23	47.9
중후한 이미지		34	34.0	70	48.3	18	27.7	18	36.0	16	33.3
동안의 이미지		2	2.0	2	1.4	8	12.3	4	8.0	1	2.1
화려한 이미지		1	1.0	3	2.1	-	-	-	-	2	4.2
기	타	1	1.0	1	0.7	-	-	-	-	6	12.5
계		100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(3) 외모의 만족도

외모의 만족도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표22>에서 보는 것과 같이 40대후반, 50대초반, 50대후반, 60대초반은 보통이다가 각각 51.4%, 50.0%, 50.7%, 70.5%로 가장 많이 나타났으며, 60대후반은 조금 만족한다가 55.8%, 70세이상은 만족하지 못한다가 66.7%로 가장 많이 나타나 나이

가 많아질수록 외모의 만족도는 떨어지는 것을 알 수 있었다.

소득에 따른 비교에서는 <표23>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 보통이다가 가장 많이 나타났다.

표22. 연령에 따른 외모의 만족도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
만족하지 못한다	21	18.9	3	16.7	32	21.9	5	6.4	1	1.9	2	66.7
조금 만족한다	30	27.0	6	33.3	34	23.3	17	21.8	29	55.8	-	-
보 통 이 다	57	51.4	9	50.0	74	50.7	55	70.5	21	40.4	1	33.3
많이 만족한다	2	1.8	-	-	5	3.4	1	1.3	1	1.9	-	-
기 타	1	0.9	-	-	1	0.7	-	-	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	79	100	52	100	3	100

표23. 소득에 따른 외모의 만족도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
만족하지 못한다	19	19.0	13	9.0	15	23.1	10	20.0	7	14.6
조금 만족한다	29	29.0	42	29.0	20	30.8	10	20.0	15	31.3
보 통 이 다	49	49.0	86	59.3	30	46.2	27	54.0	25	52.1
많이 만족한다	2	2.0	4	2.8	-	-	2	4.0	1	2.1
기 타	1	1.0	-	-	-	-	1	2.0	-	-
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(4) 타인에게 좋은 이미지로 변화하기 위한 시간과 비용의 정도

타인에게 좋은 이미지로 변화하기 위한 시간과 비용의 정도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표24>에서 보는 것과 같이 70세이상인 보통이다 66.7%로

가장 많은 것을 제외하고는 그 외 연령대에서는 조금 노력한다가 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표25>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 조금 노력한다가 각각 59.0%, 57.9%, 72.3%로 가장 많이 나타났으며, 500만원대는 조금 노력한다와 많이 노력한다가 각각 36.0%로 나타나 경제력이 좋은 500만원대에서 다른 연령대에 비해 많이 노력한다의 퍼센트가 높게 나타났다.

표24. 연령에 따른 타인에게 좋은 이미지로 변화하기 위한 시간과 비용의 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
노력하지 않는다	11	9.9	-	-	3	2.1	5	6.4	1	1.9	1	33.3
조금 노력한다	63	56.8	10	55.6	98	67.1	42	53.8	29	55.8	-	-
보통이다	25	22.5	8	44.4	33	22.6	27	34.6	6	11.5	2	66.7
많이 노력한다	12	10.8	-	-	12	8.2	2	2.6	16	30.8	-	-
기타	-	-	-	-	-	-	2	2.6	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표25. 소득에 따른 타인에게 좋은 이미지로 변화하기 위한 시간과 비용(노력)의 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
노력하지 않는다	10	10.	4	2.8	5	7.7	1	2.0	1	2.1
조금 노력한다	59	59.0	84	57.9	47	72.3	18	36.0	34	70.8
보 통 이 다	26	26.0	42	29.0	11	16.9	13	26.0	9	18.8
많이 노력한다	5	5.0	14	9.7	2	3.1	18	36.0	3	6.3
기 타	-	-	1	0.7	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

3) 헤어, 메이크업, 피부, 손과 발 관리

(1) 이·미용실의 이용 횟수

이, 미용실 이용 횟수를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표26>에서 보는 것과 같이 40대후반과 60대초반, 70세이상은 두달에 한번이 각각 40.5%, 37.2%, 66.7%로 가장 많이 나타났고, 50대초반, 50대후반, 60대후반은 한달에 한번이 각각 50.0%, 47.9%, 71.2%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표27>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 400만원대에서는 두달에 한번에 각각 53.0%, 52.3%로 가장 많이 나타났으며, 300만원대, 500만원대에서는 한달에 한번이 각각 51.7%, 52.0%로 가장 많이 나타났다. 소득에 상관없이 중년층들의 이·미용 이용 횟수가 많지 않은 것으로 보아 중년층의 헤어는 트렌드에 영향을 받지 않는 것으로 추측된다.

표26. 연령에 따른 이·미용실의 이용 횟수 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
세 달에 1번	17	15.3	5	27.8	18	12.3	11	14.1	8	15.4	-	-
두 달에 1번	45	40.5	3	16.7	48	32.9	29	37.2	5	9.6	2	66.7
한달에 1번	39	35.1	9	50.0	70	47.9	26	33.3	37	71.2	1	33.3
일주일에 1번	5	4.5	-	-	7	4.8	11	14.1	1	1.9	-	-
기 타	5	4.5	1	5.6	3	2.1	1	1.3	1	1.9	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표27. 소득에 따른 이·미용실의 이용 횟수 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
세 달에 1번	13	13.0	33	22.8	3	4.6	2	4.0	8	16.7
두 달에 1번	53	53.0	22	15.2	34	52.3	14	28.0	9	18.8
한달에 1번	30	30.0	75	51.7	25	38.5	26	52.0	26	54.2
일주일에 1번	2	2.0	14	9.7	2	3.1	4	8.0	2	4.2
기 타	2	2.0	1	0.7	1	1.5	4	8.0	3	6.3
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(2) 이·미용실의 이용시 평균적 비용

이, 미용실의 이용시 평균적인 비용을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표28>에서 보는 것과 같이 연령에 상관없이 만원~오만원이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 40대후반은 만원이하, 오만원~십만원이 각각 17.1%, 50대초반은 오만원~십만원 33.3%, 50대후반과 60대초반, 70세이상은 만원이하가 26.7%, 25.6%, 33.3%로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표29>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입과 상관없이 만원~오만원이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 200만원이 오만원~십만원으로 나타났고 300만원대, 400만원대, 500만원대에서는 만원이하가 나타나 미, 미용실 이용시 평균적 비용은 많지 않는 것으로 나타났다.

표28. 연령에 따른 이·미용실의 이용시 평균적 비용 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
만 원 이 하	19	17.1	4	22.2	39	26.7	20	25.6	26	50.0	1	33.3
만 원 ~ 오만원	71	64.0	8	44.4	81	55.5	38	48.7	23	44.2	2	66.7
오만원 ~ 십만원	19	17.1	6	33.3	24	16.4	19	24.4	2	3.8	-	-
십만원 이상	1	0.9	-	-	2	1.4	-	-	-	-	-	-
기 타	1	0.9	-	-	-	-	1	1.3	1	1.9	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표29. 소득에 따른 이·미용실의 이용시 평균적 비용 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
만 원 이 하	21	21.0	32	22.1	14	21.5	14	28.0	28	58.3
만 원 ~ 오만원	49	49.0	89	61.4	40	61.5	30	60.0	15	31.3
오만원 ~ 십만원	27	27.0	24	16.6	10	15.4	5	10.0	4	8.3
십만원 이상	1	1.0	-	-	1	1.5	1	2.0	-	-
기 타	2	2.0	-	-	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(3) 헤어에서 가장 신경 쓰는 부분

헤어에서 가장 신경 쓰는 부분을 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표30>에서 보는 것과 같이 40대후반은 스타일 연출(파머)이 47.0%로 가장 많이 나타났고, 50대초반, 50대후반, 60대초반, 60대후반은 흰머리(염색)가 42.1%, 51.3%, 51.9%, 59.6%로 가장 많이 나타나 50대이후부터는 흰머리가 신경이 많은 쓰이는 부분인 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표31>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 300만원대에서는 흰머리가 각각 48.6%, 51.4%로 가장 많이 나타났으며, 400만원대는 탈모가 44.9%, 500만원대는 스타일 연출이 36.5%로 가장 많이 나타나 소득에 따라 헤어에 신경쓰는 부분이 다르게 나타났다.

표30. 연령에 따른 헤어에서 가장 신경 쓰는 부분 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
탈 모	28	24.3	3	15.8	24	15.6	9	11.4	1	1.9	-	-
흰머리(염색)	20	17.4	8	42.1	79	51.3	41	51.9	31	59.6	1	33.3
스타일 연출(퍼머)	54	47.0	7	36.8	43	27.9	17	21.5	19	36.5	2	66.7
클리닉(머릿결)	13	11.3	1	5.3	8	5.2	12	15.2	1	1.9	-	-
계	115	100	19	100	154	100	79	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표31. 경제적 능력에 따른 헤어에서 가장 신경 쓰는 부분 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
탈 모	4	3.7	11	7.5	31	44.9	14	26.9	5	10.4
흰머리(염색)	52	48.6	75	51.4	17	24.6	15	28.8	21	43.8
스타일 연출(퍼머)	45	42.1	54	37.0	17	24.6	19	36.5	7	14.6
클리닉(머릿결)	6	5.6	6	4.1	4	5.8	4	7.7	15	31.3
계	107	100.0	146	100.0	69	100.0	52	100.0	48	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

(4) 평소 메이크업에 대한 관심 정도

평소 메이크업에 대한 관심 정도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표32>에서 보는 것과 같이 40대후반, 50대후반, 60대초반, 70세이상은 관심이 조금 있다가 각각 58.6%, 46.6%, 56.4%, 66.7%로 가장 많이 나타났으며, 50대초반은 보통이다가 38.9%, 60대후반은 많은 관심을 가진다가 32.7%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표33>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 관심이 조금 있다가 각각 55.0%, 40.0%, 73.8%가 가장 많이 나타났으며, 500만원대에서는 보통이다 48.0%로 가장 많이 나타나 소득이 많은 500만원대에서 좀 더 관심이 있는 것으로 나타났다.

표32. 연령에 따른 평소 메이크업에 대한 관심 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심이 없다	7	6.3	2	11.1	5	3.4	9	11.5	7	13.5	-	-
관심이 조금 있다	65	58.6	2	11.1	68	46.6	44	56.4	11	21.2	2	66.7
보 통 이 다	27	24.3	7	38.9	50	34.2	24	30.8	16	30.8	1	33.3
많은 관심을 가진다	12	10.8	5	27.8	23	15.8	1	1.3	17	32.7	-	-
기 타	-	-	2	11.1	-	-	-	-	1	1.9	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표33. 소득에 따른 평소 메이크업에 대한 관심 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심이 없다	13	13.0	7	4.8	1	1.5	4	8.0	5	10.4
관심이 조금 있다	55	55.0	58	40.0	48	73.8	12	24.0	19	39.6
보 통 이 다	24	24.0	45	31.0	12	18.5	24	48.0	20	41.7
많은 관심을 가진다	6	6.0	35	24.1	4	6.2	10	20.0	3	6.3
기 타	2	2.0	-	-	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(5) 평소 메이크업할 때 얼굴에서 가장 신경쓰는 부분

평소 메이크업을 할 때 얼굴에서 가장 신경쓰는 부분을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표34>에서 보는 것과 같이 40대후반과 50대초반, 50대후반, 70세 이상에서는 피부 톤에서 각각 55.9%, 44.4%, 41.8%, 66.7%로 가장 많이 나타났으며, 60대초반과 60대후반에서는 특별히 없다 각각 44.9%, 36.5%가 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표35>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 피부 톤이 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 특별히 없다가 나타나 피부 톤이 가장 신경쓰는 부분으로 나타났다.

표34. 연령에 따른 평소 메이크업할 때 얼굴에서 가장 신경쓰는 부분 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
피 부 톤	62	55.9	8	44.4	61	41.8	34	43.6	12	23.1	2	66.7
눈 부 위	18	16.2	4	22.2	30	20.5	1	1.3	13	25.0	-	-
입 술	2	1.8	1	5.6	12	8.2	5	6.4	3	5.8	-	-
특별히 없다	24	21.6	2	11.1	40	27.4	35	44.9	19	36.5	-	-
기 타	5	4.5	3	16.7	3	2.1	3	3.8	5	9.6	1	33.3
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표35. 소득에 따른 평소 메이크업할 때 얼굴에서 가장 신경쓰는 부분 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
피 부 툰	42	42.0	53	36.6	46	70.8	27	54.0	11	22.9
눈 부 위	20	20.0	34	23.4	6	9.2	2	4.0	4	8.3
입 술	1	1.0	18	12.4	1	1.5	1	2.0	2	4.2
특별히 없다	31	31.0	39	26.9	11	16.9	16	32.0	23	47.9
기 타	6	6.0	1	0.7	65	1.5	4	8.0	8	16.7
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(6) 피부가 연령에 비해 건강(젊다)하는가의 생각

피부가 연령에 비해 건강하는가를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표36>에서 보는 것과 같이 70세이상 아니다 66.7%를 제외하고는 그 외 다른 세대는 보통이다가 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표37>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 보통이다가 가장 많이 나타났다.

표36. 연령에 따른 피부가 연령에 비해 건강(젊다)하는가의 생각 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
아 니 다	8	8.0	7	4.8	8	12.3	6	12.0	3	6.3
조금 그렇다	22	22.0	29	20.0	10	15.4	5	10.0	3	6.3
보 통 이 다	54	54.0	83	57.2	35	53.8	26	52.0	34	70.8
건강하다고 생각한다	16	16.0	26	17.9	12	18.5	13	26.0	8	16.7
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

표37. 소득에 따른 피부가 연령에 비해 건강(젊다)하는가의 생각 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	아 니 다	5	4.5	3	16.7	14	9.6	1	1.3	7	13.5	2
조금 그렇다	22	19.8	4	22.2	20	13.7	21	26.9	2	3.8	-	-
보 통 이 다	69	62.2	10	55.6	90	61.6	38	48.7	24	46.2	1	33.3
건강하다고 생각한다	15	13.5	1	5.6	22	15.1	18	23.1	19	36.5	-	-
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

(7) 피부 중 가장 고민되는 부분

피부 중 가장 고민이 되는 부분을 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표38>에서 보는 것과 같이 40대후반과 50대후반, 60대초반, 60대후반은 주름으로 각각 45.9%, 52.0%, 55.7%, 53.8%로 가장 많이 나타났으며, 50대초반은 피부의 칙칙함이 42.1%, 70세이상은 기미, 주근깨가 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표39>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 300만원대에서는 피부색이 칙칙함이 각각 48.6%, 42.1%로 가장 많았으며, 400만원대는 주름이 44.9%, 500만원대는 기미, 주근깨로 가장 많이 나타났다..

표38. 연령에 따른 피부 중 가장 고민되는 부분 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
주 름	56	45.9	5	26.3	77	52.0	44	55.7	28	53.8	1	33.3
피부색이 칙칙함	28	23.0	8	42.1	33	22.3	9	11.4	4	7.7	-	-
기미, 주근깨	15	12.3	3	15.8	30	20.3	24	30.4	7	13.5	2	66.7
피부 당김	5	4.1	1	5.3	5	3.4	1	1.3	13	25.0	-	-
기 타	18	14.8	2	10.5	3	2.0	1	1.3	-	-	-	-
계	122	100	19	100	148	100	52	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 423)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표39. 소득에 따른 피부 중 가장 고민되는 부분 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
주 름	4	3.7	11	7.5	31	44.9	14	26.9	5	10.4
피부색이 칙칙함	52	48.6	75	51.4	17	24.6	15	28.8	21	43.8
기미, 주근깨	45	42.1	54	37.0	17	24.6	19	36.5	7	14.6
피부 당김	6	5.6	6	4.1	4	5.8	4	7.7	15	31.3
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	107	100.0	146	100.0	52	100.0	52	100.0	48	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 422)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

(8) 건강한 피부 관리를 위한 노력 정도

건강한 피부관리를 위한 노력 정도를 연령에 따른 비교에서는 <표40>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 조금한다가 가장 많이 나타났다. 다음으로는 40대 후반, 50대 초반, 50대 후반은 보통이다, 60대 초반은 전혀 하지 않는다, 60대 후반은 많이 한대로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표41>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관없이 조금한다가 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 보통이다가 각각 19.0, 23.4%, 15.4%, 40.0%로 나타나 소득이 많은 500만원대에서 좀 더 노력하는 것을 알 수 있었다.

표40. 연령에 따른 건강한 피부 관리를 위한 노력 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	전혀 하지 않는다	7	6.3	1	5.6	7	4.8	13	16.7	1	1.9	-
조금 한다	72	64.9	9	50.0	86	58.9	44	56.4	35	67.3	3	100.0
보통이다	29	26.1	5	27.8	48	32.9	9	11.5	5	9.6	-	-
많이 한다	1	0.9	3	16.7	5	3.4	11	14.1	6	11.5	-	-
기타	2	1.8	-	-	-	-	1	1.3	5	9.6	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표41. 소득에 따른 건강한 피부 관리를 위한 노력 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
전혀 하지 않는다	6	6.0	5	3.4	2	3.1	3	6.0	13	27.1
조금 한다	64	64.0	90	62.1	51	78.5	22	44.0	22	45.8
보통이다	19	19.0	34	23.4	10	15.4	20	40.0	13	27.1
많이 한다	10	10.0	11	7.6	2	3.1	3	6.0	-	-
기 타	1	1.0	5	3.4	-	-	2	4.0	-	-
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(9) 과거 또는 현재 피부 관리샵의 이용 여부

과거 또는 현재 피부 관리샵을 다니고 있는가를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표42>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 예라고 응답한 퍼센트가 월등히 많이 나타나 대부분 피부 관리샵을 이용한 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표43>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관없이 대부분 피부관리 샵을 이용한적 있거나 이용하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 모든 중년층이 피부관리에 관심이 많은 것을 알 수 있었다.

표42. 연령에 따른 과거 또는 현재 피부 관리샵의 이용 여부 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
예	97	87.4	16	88.9	123	84.2	66	84.6	21	40.4	3	100.0
아니오	4	12.6	2	11.1	23	15.8	12	15.4	31	59.6	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표43. 소득에 따른 과거 또는 현재 피부 관리샵의 이용 여부 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
예	85	85.0	110	75.9	53	81.5	39	78.0	39	81.3
아니오	15	15.0	35	24.1	12	18.5	11	22.0	9	18.8
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(10) 피부관리 샵의 이용 횟수

피부관리 샵의 이용 횟수를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표44>에서 보는 것과 같이 40대후반과 50대초반, 50대후반은 기타를 제외하고는 한달에 한번이 각각 26.1%, 27.8%, 28.8%로 가장 많이 나타났고, 60대초반, 60대후반은 기타를 제외하고는 28.2%, 36.5%로 가장 많이 나타났다. 70세이상은 한달에 한번이 가장 많았다.

소득에 따른 비교에서는 <표45>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입과 상관없이 기타를 제외하고는 한달에 1번이 가장 많이 나타났다.

표44. 연령에 따른 피부관리 샵의 이용 횟수 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
한달에 1번	29	26.1	5	27.8	42	28.8	9	11.5	10	19.2	2	66.7
한달에 2번	3	2.7	-	-	16	11.0	22	28.2	19	36.5	-	-
일주일에 1번	12	10.8	1	5.6	5	3.4	13	16.7	2	3.8	-	-
일주일에 2번	-	-	1	5.6	-	-	-	-	-	-	-	-
기 타	67	60.4	11	61.1	83	56.8	34	43.6	21	40.4	1	33.3
계	116	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표45. 소득에 따른 피부관리 샵의 이용 횟수 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
한달에 1번	16	16.0	46	31.7	17	26.2	13	26.0	5	10.4
한달에 2번	8	8.0	36	24.8	3	4.6	9	18.0	4	8.3
일주일에 1번	12	12.0	10	6.9	6	9.2	1	2.0	4	8.3
일주일에 2번	1	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-
기 타	63	63.0	53	36.6	39	60.0	27	54.0	35	72.9
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(11) 손과 발의 건강 정도

손과 발의 건강 정도를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표46>에서 보는 것과 같이 40대후반과 50대초반, 60대초반, 60대후반, 70세이상은 조금 그렇다가 각각 43.2%, 38.9%, 48.7%, 63.5%, 66.7로 가장 많이 나타났으며, 50대후반은 그저 그렇다가 32.9%로 가장 많이 나타났다. 건강하다에서도 50대후반은 29.5%로 다른 연령에 비해 높게 나타나 손과 발의 건강 정도는 50대후반에서 건강한 것으로 생각하고 있었다.

소득에 따른 비교에서는 <표47>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대, 500만원대에서 그저 그렇다가 각각 42.0%, 40.0%로 가장 많이 나타났으며, 300만원대, 400만원대는 조금 그렇다가 각각 52.4%, 43.1%로 가장 많이 나타났다.

표46. 연령에 따른 손과 발의 건강 정도 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
건강하지 않다	9	8.1	3	16.7	11	7.5	2	2.6	3	5.8	-	-
조금 그렇다	48	43.2	7	38.9	43	29.5	38	48.7	33	63.5	2	66.7
그저 그렇다	40	36.0	4	22.2	48	32.9	29	37.2	8	15.4	1	33.3
건강하다	13	11.7	4	22.2	43	29.5	8	10.3	8	15.4	-	-
기 타	1	0.9	-	-	1	0.7	1	1.3	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표47. 소득에 따른 손과 발의 건강 정도 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
건강하지 않다	6	6.0	6	4.1	8	12.3	3	6.0	5	10.4
조금 그렇다	39	39.0	76	52.4	28	43.1	13	26.0	15	31.3
그저 그렇다	42	42.0	32	22.1	17	26.2	20	40.0	19	39.6
건강하다	12	12.0	30	20.7	12	18.5	14	28.0	8	16.7
기 타	1	1.0	1	0.7	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(12) 손과 발의 관리(네일케어, 네일 아트, 발마사지 등)에 대한 생각

손과 발의 관리에 대한 생각을 보면 연령에 따른 비교에서는 <표48>에서 보는 것과 같이 40대후반과 50대초반, 50대후반, 70세이상"조금 관심이 있다"가 각각 48.6%, 38.9%, 37.7%, 100.0%로 가장 많이 나타났으며, 60대초반은 보통이다 47.4%, 60대후반은 관심이 많다 36.5%로 가장 많이 나타나 60대 연령층에서 손과 발의 관리에 대해 관심이 많은 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표49>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 500만원대는 보통이다가 각각 41.0%, 32.0%로 가장 많았으며, 300만원, 400만원대에서는 조금 관심이 있다가 각각 39.3%, 43.1%로 가장 많이 나타났다.

표48. 연령에 따른 손과 발의 관심에 대한 생각 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심이 없다	14	12.6	-	-	23	15.8	10	12.8	2	3.8	-	-
조금 관심이 있다	54	48.6	7	38.9	55	37.7	26	33.3	17	32.7	3	100.0
보통이다	34	30.6	6	33.3	47	32.2	37	47.4	14	26.9	-	-
관심이 많다	7	6.3	5	27.8	19	13.0	4	5.1	19	36.5	-	-
기 타	2	1.8	-	-	2	1.4	1	1.3	-	-	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표49. 소득에 따른 손과 발의 관심에 대한 생각 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심이 없다	17	17.0	9	6.2	12	18.5	3	6.0	8	16.7
조금 관심이 있다	38	38.0	57	39.3	28	43.1	14	28.0	25	52.1
보 통 이 다	41	41.0	56	38.6	15	23.1	16	32.0	10	20.8
관심이 많다	3	3.0	21	14.5	10	15.4	15	30.1	5	10.4
기 타	1	1.0	2	1.4	-	-	2	4.0	-	-
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(13) 네일 샵의 이용 여부

네일 샵의 이용했거나 다니고 있는가를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표 50>에서 보는 것과 같이 모든 연령대에서 예라고 응답한 퍼센트가 월등히 많이 나타나 대부분 네일 샵을 이용한 것으로 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표51>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 대부분 네일 샵을 이용한적 있거나 이용하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 모든 중년층이 네일 관리에 관심이 많은 것을 알 수 있었다.

표50. 연령에 따른 손과 발의 관리에 대한 생각 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
예	104	93.7	18	100.0	137	93.8	75	96.2	33	63.5	3	100.0
아니오	7	6.3	-	-	9	6.2	3	3.8	19	36.5	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표51. 소득에 따른 손과 발의 관리에 대한 생각 비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
예	98	90.0	128	88.3	59	90.8	43	86.0	42	87.5
아니오	2	2.0	17	11.7	6	9.2	7	14.0	6	12.5
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

(14) 네일 샵의 서비스 중 가장 중요한 부분

네일 샵의 서비스 중 가장 중요하다고 생각하는 부분을 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표52>에서 보는 것과 같이 70세이상 각질제거 66.7%를 제외하고는 모든 연령대에서 발마시지가 각각 67.0%, 65.0%, 47.9%, 74.4%, 42.3%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표53>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관 없이 발마시지가 가장 많이 나타났다. 따라서 중년층은 대부분 발마시지를 중요하다고 생각하고 있었다.

표52. 연령에 따른 네일 샵의 서비스 중 가장 중요한 부분 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
매니큐어(손톱)	12	10.4	-	-	20	13.7	1	1.3	10	19.2	-	-
페디큐어(발톱)	-	-	-	-	1	0.7	-	-	-	-	-	-
각질제거	14	12.2	6	30.0	45	30.8	14	17.9	14	26.9	2	66.7
발마사지	77	67.0	13	65.0	70	47.9	58	74.4	22	42.3	1	33.3
기타	12	10.4	-	-	10	6.8	5	6.4	6	11.5	-	-
계	115	100	20	100	146	100	78	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 414)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표53. 경제적 능력에 따른 네일 샵의 서비스 중 가장 중요한 부분 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
매니큐어(손톱)	13	12.7	13	8.9	12	17.6	-	-	5	10.4
페디큐어(발톱)	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.1
각질제거	13	12.7	58	39.7	5	7.4	9	18.0	10	20.8
발마사지	63	61.8	69	47.3	50	73.5	35	70.0	24	50.0
기타	13	12.7	6	4.1	1	1.5	6	12.0	8	16.7
계	102	100.0	146	100.0	68	100.0	50	100.0	48	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 414)

* 408 valid cases ; 0 missing cas

Ⅲ. 중년층을 위한 뷰티 산업의 실태 및 전망

1. 중년층을 위한 뷰티산업의 실태

건강하고 아름답게 살고 싶은 욕구는 모든 이들이 살아가는 삶의 지향점 일지도 모른다. 하지만 중년층의 외모관리에 관한 욕구들은 젊은세대들의 욕구로 인해 관심 밖에 있는 것이 현실이다. 외모관리를 위한 모든 것들의 중심은 젊은 세대들의 모습에 맞추어 돌아가고 있다. 소득에 따른 중년층들은 외적 이미지를 향상 시키기 위해 분명 소비를 할 것이고, 그들의 라이프 스타일에 따라 원하는 외모관리 형태도 다를 것이다. 소득에 따른 중년층의 외모관리 및 외모관리 행동유형의 실태를 통해 건강, 뷰티 실버 산업의 발전 가능성을 가늠해 본다.

현재 건강 또는 뷰티 산업분야가 중년층을 겨냥하여 이루어지고 있는가에 대한 결과는 표(56)에서 "70세 이상은 전혀 이루어 지지 않고 있다." 라고 대답했으며 소득이 높을 수록 긍정적인 답변이 나타났으며 모든 중년층은 건강 산업에 많은 관심을 보였으며 외모에 자신이 없었던 70세 이상에서 메이크업과 피부관리 산업에 두드러진 관심을 보였다.

뷰티산업분야에서 가장 관심있는 분야를 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표54>에서 보는 것과 같이 70세 이상이 피부관리와 메이크업이 66.7%로 가장 많은 것을 제외하고는 그 외 연령대에서는 건강유지 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표55>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입에 상관없이 건강유지가 가장 많이 나타났다. 다음으로는 피부관리와 메이크업으로 나타나 건강유지, 피부관리와 메이크업에 관심이 많은 것으로 나타났다.

표54. 연령에 따른 뷰티산업의 관심 분야 비교

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
헤어 스타일	23	14.6	5	12.8	38	20.9	9	8.9	10	19.2	-	-
피부관리와 메이크업	51	32.5	10	25.6	22	12.1	29	28.7	7	13.5	2	66.7
건강유지	77	49.0	16	41.0	117	64.3	53	52.5	35	67.3	1	33.3
손과 발관리	6	3.8	8	20.5	5	2.7	10	9.9	-	-	-	-
기 타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	157	100	39	100	182	100	101	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 534)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

표55. 소득에 따른 뷰티산업의 관심 분야 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
헤어 스타일	23	17.6	35	18.0	1	11.6	8	14.3	8	13.8
피부관리와 메이크업	27	20.6	46	23.7	30	31.6	11	19.6	7	12.1
건강유지	79	60.3	97	50.0	47	49.5	37	66.1	39	67.2
손과 발관리	2	1.5	16	8.2	7	7.4	-	-	4	6.9
기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	131	100.0	194	100.0	95	100.0	56	100.0	58	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 534)

* 408 valid cases ; 0 missing cases

현재 건강 또는 뷰티산업분야가 중년층을 겨냥하여 이루어지는가를 보면 연령에 따른 비교에서는 <표56>에서 보는 것과 같이 40대후반, 50대초반, 50대 후반, 60대초반에서는 조금 이루어지고 있다가 각각 38.7%, 38.9%, 43.2%, 34.6%로 가장 많이 나타났으며, 60대후반은 보통이다가 51.9%, 70세이상은 전혀 아니다가 66.7%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표57>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 조금 이루어지고 있다가 각각 42.0%, 45.5%, 49.2%로 가장 많이 나타났으며, 500만원대는 보통이다가 각각 42.0%로 가장 많이 나타났다.

표56. 연령에 따른 현재 중년층을 위한 건강 또는 뷰티산업분야의 실태 비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
전혀 아니다	35	31.5	4	22.2	32	21.9	25	32.1	2	3.8	2	66.7
조금 이루어지고 있다	43	38.7	7	38.9	63	43.2	27	34.6	22	42.3	-	-
보통이다	28	25.2	4	22.2	38	26.0	18	23.1	27	51.9	-	-
많이 이루어지고 있다	3	2.7	3	16.7	11	7.5	4	5.1	1	1.9	-	-
기 타	2	1.8	-	-	2	1.4	4	5.1	-	-	1	33.3
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표57. 소득에 따른 현재 중년층을 위한 건강 또는 뷰티산업분야의 실태비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
전혀 아니다	27	27.0	29	20.0	11	16.9	14	28.0	19	39.6
조금 이루어지고 있다	42	42.0	66	45.5	32	49.2	13	26.0	9	18.8
보통이다	25	25.0	41	28.3	13	20.0	21	42.0	15	31.3
많이 이루어지고 있다	2	2.0	8	5.5	9	13.8	2	4.0	1	2.1
기 타	4	4.0	1	0.7	-	-	-	-	4	8.3
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

2. 중년층의 뷰티산업 전망

중년층을 위한 뷰티산업이 활성화 된다는 것에 얼마나 많은 관심이 있는지에 대한 것에서 표(59)에서 보듯이 500만원 이상이 24%로 소득이 높을 수록 뷰티산업에 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다. 그렇다면 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분은 무엇인가에 대한 답변으로 40대 후반과 60대후반은 질적 서비스가 43.1%, 56.7% 가 가장 많이 나타났으며 50대~70대 후반까지는 중년층의 문화공간이 각각 36.8~66.7%로 높게 나타났다.

표58. 연령에 따른 중년층을 위한 뷰티 산업이 활성화시 관심의 정도비교

N=408

구 분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심 없다	13	11.7	-	-	5	3.4	21	26.9	6	11.5	2	66.7
조금 관심이 있다	60	54.1	7	38.9	73	50.0	43	55.1	21	40.4	-	-
보통이다	27	24.3	6	33.3	48	32.9	7	9.0	11	21.2	1	33.3
관심이 많다	9	8.1	5	27.8	18	12.3	6	7.7	7	13.5	-	-
기 타	2	1.8	-	-	2	1.4	1	1.3	7	13.5	-	-
계	111	100	18	100	146	100	78	100	52	100	3	100

표59. 소득에 따른 중년층을 위한 뷰티 산업이 활성화시 관심의

정도비교

N=408

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
관심 없다	25	25.0	15	10.3	3	4.6	-	-	4	8.3
조금 관심이 있다	44	44.0	76	52.4	39	60.0	20	40.0	25	52.1
보통이다	20	20.0	38	26.2	15	23.1	18	36.0	9	18.8
관심이 많다	7	7.0	9	6.2	8	12.3	12	24.0	9	18.8
기 타	4	4.0	7	4.8	-	-	-	-	1	2.1
계	100	100.0	145	100.0	65	100.0	50	100.0	48	100.0

또한 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업이 발전에 있어서 중요한 부분을 보면 다중응답으로 연령에 따른 비교에서는 <표60>에서 보는 것과 같이 40대후반과 60대초반은 중년층을 겨냥한 질적 서비스가 각각 43.1%, 56.4%가 가장 많이 나타났으며, 50대초반, 50대후반, 60대후반, 70세이상은 중년층의 문화공간이 각각 36.8%, 36.7%, 38.5%, 66.7%로 가장 많이 나타났다.

소득에 따른 비교에서는 <표61>에서 보는 것과 같이 월평균 월수입이 200만원대와 500만원대에서 중년층의 문화공간이 각각 51.0%, 58.0%로 가장 많이 나타났으며, 300만원대, 400만원대에서는 중년층을 겨냥한 질적 서비스가 각각 37.7%, 53.5%로 가장 많이 나타났다.

표60. 연령에 따른 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 비교

구분	45~49세		50~54세		55~59세		60~64세		65~69세		70세이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
중년층을 겨냥한 질적 서비스	50	43.1	4	21.1	35	23.8	44	56.4	13	25.0	-	-
중년층간에 친목도모	10	8.6	3	15.8	22	15.0	7	9.0	17	32.7	-	-
중년층을 위한 정보교류	7	6.0	5	26.3	36	24.5	3	3.8	1	1.9	1	33.3
중년층의 문화공간	49	42.2	7	36.8	54	36.7	22	28.2	20	38.5	2	66.7
기타	-	-	-	-	-	-	2	2.6	1	1.9	-	-
계	116	100	19	100	147	100	78	100	52	100	3	100

* Percent and totals based on responses(total responses ; 415)

* 408 valid cases ; 3 missing cases

표61. 소득에 따른 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분 비교

구 분	200~290		300~390		400~490		500~590		기 타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
중년층을 겨냥한 질적 서비스	21	21.0	55	37.7	38	53.5	12	24.0	20	41.7
중년층간의 친목도모	10	10.0	30	20.5	5	7.0	5	10.0	9	18.8
중년층 위한 정보교류	17	17.0	19	13.0	8	11.3	4	8.0	5	10.4
중년층의 문화공간	51	51.0	42	28.8	20	28.2	29	58.0	12	25.0
기 타	1	1.0	-	-	-	-	-	-	2	4.2
계	100	100.0	146	100.0	71	100.0	50	100.0	48	100.0

* Percent and totals based on responses(total responses ; 415)

* 408 valid cases ;3missing cases

IV. 결 론

고령화가 된다는 것은 노인 개인의 문제이자 사회전체의 문제이다. 고령화된 사회란 일반적으로 노인들이 전체 사회에서 차지하는 비중이 다른 집단보다 상대적으로 높은 사회를 말한다. 이러한 고령사회는 단순히 노인이 많다는 의미보다는 노인 인구의 비중이 증가하면서 사회.경제적인 구조에 있어서도 많은 변화를 수반하는 것을 의미한다. 전세계적으로 노인인구는 급증하고 있으며 보유 재산의 정도도 선진국을 중심으로 꾸준히 증대하고 있다. 그 이유는 시장의 절대크기가 증가하고 있고 구매력 역시 증대하고 있는 것을 의미하기 때문이다. 그러나 한편으로는 선진국의 기업들조차 실버시장을 제대로 공략하지 못하고 있다. 그 이유는 실버시장의 중요성이 최근 들어 기업들에 의해 받아들여지고 있으나 정작 중요한 실버 시장에 대한 이해가 부족하여 적절하게 대처하지 못하거나 잘못 대처하고 있기 때문이다.

일반적인 중년층들의 욕구가 상대적으로 젊은 세대들과 같거나 유사하다면 구태여 중년층을 대상으로 차별화 하여 마케팅하는 것은 무의미하다. 중년층들이 차별화 마케팅의 대상이 되는 조건 중에 하나는 중년층의 소비자들에게 특정 욕구들이 존재하기 때문이다. 하지만 특정 욕구라고 해서 젊은세대들이 가지지 못한 욕구를 가졌다는 것이 아니다. 건강하고 아름답게 살고 싶은 욕구는 모든 이들이 살아가는 삶의 지향점 일지도 모른다. 특히 소득에 따른 경제적 여유가 있는 중년층들이 등장함에 따라 이들의 소비욕구에 모두들 촉각을 곤두서고 있다. 우리나라 경제성장의 주역이었던 전후 세대가 곧 은퇴를 시작하거나 이미 시작하였기 때문에 늘어날 중년층의 높은 가처분 소득과 다양한 라이프 스타일로 인하여 젊은 세대뿐만 아니라 기존 노인 세대와도 다른 서비스를 요구할 것으로 보여진다. 고소득의 중년층들은 외적 이미지를 향상 시키기 위해 분명 소비를 할 것이고, 그들의 라이프 스타일에 따라 원하는 외모관리 형태도 다를것이다. 소득에 따른 중년층의 외모관리의 관심 및 실태를 통해 건강,

뷰티 실버 산업의 발전 가능성을 알아보았다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 중년층의 연령에 따라 노후 대책에 대한 생각을 알아보면 40초반이 다른 연령대에 비해 적게 한다고 하였으며, 50대 초반과 70세 이상이 생각을 많이 하는 것으로 나타났고 소득에 따른 결과는 월 수입 500만원대가 항상 생각 한다 (52.0%)로 가장 많이 나타나 수입이 많을수록 노후 대책에 대한 생각을 많이 하는 것으로 알 수 있었다. 결과적으로 노후 대책의 준비자금은 50대 후반이상에서 더 많이 준비하는 것으로 나타났으며 소득이 많을 수록 노후 대책 자금을 더 많이 준비 하는 것으로 나타났다. 또한 노후 대책 중 가장 관심있는 분야로는 모든 연령대에서 건강이라고 하였으나 60대 후반에서는 뷰티 분야, 외모관리에도 관심이 많은 것을 알 수 있었다. 또한 소득에 상관 없이 뷰티, 외모관리에 관심을 가지고 있지만 건강에 더 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 중년층의 평소 건강관리를 보면 운동을 가장 많이 선호 했으며 60대 후반으로 갈수록 요가와 명상을 선호했고 월 소득 200~300만원대는 건강 식품 복용이 28.4%로 나타났으나 경제력이 가장 높은 500만원대에서는 요가 또는 명상에 더 많은 관심을 나타냈으며 앞으로의 건강관리도 건강식품 복용 보다는 요가와 명상 등으로 건강관리를 하고 싶다는 의지를 표출해 이들을 위한 프로그램들이 요구된다. 또한 외모관리에 대한 지출 중에서도 모든 연령대에서 건강 관리 또는 운동이 가장 많았으며 50대 후반 에서는 헤어였고 그외 다른 연령대는 메이크업, 피부관리로 나타났다. 소득에 따른 비교에서는 월 평균 수입에 상관 없이 건강관리, 운동이 가장 많았으며 500만 원대는 손과 발관리가 10.0%로 나타나 소득이 높을수록 중년층들의 손과 발에 대한 관심이 많이 있음을 알 수 있었다. 또한 뷰티, 외모관리 및 문화 지출비의 정도를 보면 월소득 500만원 대가 30~80만원 32.0%로 가장 많이 나타났으며 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 30만원이하로 74.0%, 49.0%, 538.0%로 나타나 소득이 많을수록 뷰티, 외모관리 및 문화 지출비가 생활비의 10% 이상을 차지하는

것으로 나타났다.

셋째, 외모에 대한 만족도 조사 및 선호하는 이미지를 알아보면 연령대에 따라 60대 후반에서 신경을 많이 쓴다(44.2%) 가장 많이 나타났으며 소득에 따른 비교에서는 월소득 500만 원대가 (54.0%) 많이 신경 쓰는 것으로 나타나 소득이 높을수록 타인의 시선에 많은 신경을 쓴다는 것을 알 수 있었다. 또한 타인에게 보이고 싶은 이미지에 관한 결과는 60대 초반을 제외한 연령대에서는 부드러운 이미지가 가장 많았고 60대 초반은 중후한 이미지가 (56.4%) 가장 많이 나타남을 알 수 있었다. 소득에 따른 비교에서 보면 200만 원대, 400만 원대, 500만 원대 에서는 부드러운 이미지가 각각 62.0%, 60.0%, 56.0%로 가장 많았으며, 300 만원대는 중후한 이미지가 48.3%로 부드러운 이미지 47.6% 보다 조금 더 많았다. 따라서 중년층은 부드러운 이미지와 중후한 이미지를 선호 한다는 것을 알 수 있었다. 또한 외모에 대한 만족도를 보면 50대, 60대 초반까지는 보통 이다 라는 답변을 했고 60대 후반으로는 조금 만족한다, 70대 이상은 만족 못한다가 66.7%로 가장 많이 나타나 나이가 많아질수록 외모에 대한 만족도는 떨어지는 것을 알 수 있었고 타인에게 좋은 이미지로 변화 하기위한 시간과 비용의 정도를 알아본 결과 자신의 외모에 만족 못한다는 70대 이상이 가장 많이 노력하는 것으로 (66.7%) 나타난것을 제외하고는 그 외 연령대는 조금 노력한다가 가장 많이 나타났다. 소득에 따른 비교에서는 월수입 200만원대, 300만원대, 400만원대에서는 조금 노력한다가 각각 59.0%, 57.9%, 72.3%로 가장 많이 나타났으며 500만원대는 조금 노력한다와 많이 노력한다가 각각 36.0%로 나타나 경제력이 좋은 500만원대에서 다른 연령대에 비해 많이 노력 한다로 높게 나타났다.

넷째, 중년층들이 외모를 가꾸기 위한 외모관리 행동에는 헤어, 메이크업, 피부관리,손 과발 관리로 나뉘어지는데 자신의 외모에 만족하지 못한다던 70대 이상이 피부관리와 메이크업이 66.7%로 가장 많은 관심을 보였으며 월수입에 상관없이 피부와 메이크업에 많은 관심이 있는 것으로 나타났다. 피부의 고민 중

70세 이상이 기미와 주근깨로 가장 많았고 대부분의 연령대에서 피부톤과 기미, 주근깨로 고민을 하고 있었으며 대부분 피부관리 샵을 이용한 적이 있거나 이용하고 있다는 것으로 나타나 모든 중년층들이 피부관리에 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있었다. 메이크업 역시 피부를 화사하게 보일 수 있도록 피부톤에 관심이 많은 것으로 나타났으며 소득이 높을 수록 메이크업에 신경을 쓰는 것으로 나타났다. 헤어의 관심도 및 실태조사를 알아보면 대부분 한달에 한번은 이, 미용실을 간다고 답했으며 연령과 소득에 상관없이 평균적 비용은 만원~오만원 정도로 많지 않은 것으로 나타났으며 40대 후반은 스타일 연출 47.0%, 50대 이후부터는 흰머리에 많은 신경을 쓰는 것으로 나타났으며 월소득이 높을수록 헤어에 신경 쓰는 부분이 많은 것으로 나타났다. 또한 손과 발에 대한 관심도 많았는데 대부분 손과 발이 건강하다고 생각하고 있었으며 이를 건강하게 유지 하기 위한 관심도 역시 높았다. 그래서 손과 발 관리를 위해 샵을 이용했다는 응답의 퍼센트가 월등히 많이 나타나 대부분 네일 샵을 이용하는 것으로 나타났으며 네일 샵의 서비스 중 발마사지에 가장 관심이 있는 것을 알 수 있었다.

다섯째, 현재 건강 또는 뷰티 산업분야가 중년층을 겨냥하여 이루어지고 있는가에 대한 결과는 70세 이상은 전혀 이루어 지지 않고 있다 라고 대답했으며 경제적 능력이 높을 수록 긍정적인 답변이 나타났으며 중년층을 위한 뷰티산업이 활성화 된다는 것에 얼마나 많은 관심이 있는지에 대한 것에서 역시 소득이 높을 수록 많은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다. 그렇다면 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업의 발전에 있어서 중요한 부분은 무엇인가에 대한 답변으로 40대 후반과 60대후반은 질적 서비스가 43.1%, 56.7% 가 가장 많이 나타났으며 50대~70대 후반까지는 중년층의 문화공간이 각각 36.8~66.7%로 높게 나타났다. 또한 소득에 따른 비교에서 역시 질적 서비스와 중년층간의 문화적 공간을 갖춘 뷰티산업의 발전이 있었으면 좋겠다는 응답이 많은 퍼센트를 차지함을 알 수 있었다.

본 연구를 통해 중년층들은 자아 존중감에 대한 욕구와 아름다운 외모관리를

위한 행동의 욕구가 충분함을 알 수 있었다. 이제는 중년층의 외모관리 행동에 대한 유형들을 파악하여 이에 대해 관심을 가져야 할 때이다. 중년층을 위한 노후대책, 이들은 단순한 보살핌을 원하는 것이 아니다. 젊은 세대들과 겉모습이 조금 변화했을 뿐 자아를 사랑하고 자아를 아름답게 꾸미고 싶은 인간의 본능적인 욕구는 똑같은 것이다. 특히 소득에 따른 중년층들이 증가함에 따라 이들의 눈높이에 맞춘 실버 뷰티 마케팅에 대한 대책이 있어야 한다. 경제적 능력에 따른 비교에서 볼 때 수입이 많을 수록 건강, 외모에 대한 욕구와 관심이 높았고 실버 뷰티 산업에 대한 기대가 높았다. 중년층의 경제적 능력에 따라 라이프 스타일과 소비에 관한 욕구가 다른 것이다. 이제 우리는 중년층들의 변화된 가치관과 외모관리에 대한 행동 유형에 따라 뷰티산업이 보다 질적으로 향상되고 중년층들의 문화 공간으로 자리잡아가길 바라는 만큼 뷰티산업에도 새로운 시도와 대책을 모색해 보아야 할 때이다.

본 연구의 결과와 한계점을 고려하여 후속 연구를 제안하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 연구대상은 주로 수도권과 일부 인천, 강원지역에 집중되어 있어 연구결과를 전국의 소득에 따른 중년층의 외모 관리에 관한 연구를 일반화 시키는 데는 다소 무리가 있다고 할 수 있었으며 남녀의 성비가 고르지 못해 좀더 포괄적인 연구대상으로 선정되어야 할 것이다.

둘째, 중년층의 외모관리에 관한 것들을 측정하는데 좀더 구체적인 측면에서 다양한 측정이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 소득에 따른 중년층을 위한 건강, 뷰티 산업에 대한 대책과 전망에 대해 좀 더 구체적으로 제시될 수 있는 연구가 요구된다.

참 고 문 헌

- 강경화 (1998) 메이크업 총론.서울: APC
- 김영미 외 2인 (1999) NAIL TECHNOLOGY. 고문사
- 김용숙,이지영,박효원공역(2004)
Jean Ann Geaham, Ph. D. Albert M. Kligaman,M., Ph.D
:화장치료심리학.신장출판.p165 구. 한국보건사회 연구원 정신간호학
회지. Vol.9 P.3
- 金蓮淑 李暢恩 (2002) 노인의 외모에대한 주관성 연구.학술저널 論文集-東
南 保健大學
- 김정애, 김용숙 2002(Gaffman,1965) : "여고생의 신체 만족도와 외모관리 행동
연구에 관한 연구" 한국 가정과 교육 학회지 Vol.14 No.
- 김종대, 전성경, 최현숙(1994) 피부관리학.고문사
- 곽형심 (1999) 모발 미용학
- 김희숙 등(1996) 메이크업과 패션. 수문사
- 문영보,이인자(1993) 외모변인이 지적 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구,
한국복식학회, 20호 p.17-40
- 안현순, 박건(2000) 손톱 장식의 이론과 실제. 청구 문화사
- 오세희의 (2005) 스타일 메이크업 성안당 p 14~15
- 이의훈 김숙응 저 (2004) 21세기시장서선점을 위한 실버마케팅 .형설 출판사
- 장인협 외 (2002) 장기요양 보호 대상 노인의 수발 실태 및 복지욕구
한국 보건 사회 연구원
- 정홍숙 (1981) 서양 복식 문화사, 교문사 개정판
- 조영옥(1993) 여성과 화장품. 건강소식
- 최귀자 (2000) 미용실 고객의 모발에 대한 인식도 조사, 保健福祉研究 학술
저널 p.91-118
- 최연희 (1999) 모발 손상 원인과 모발관리에 관한 연구, 김천과학대학 논문

지 학술저널 p.245-259

현외성 외(2001) 노인케어론. 양서원

황인정 (1993) Freedman,et.al.

동아일보 2006. 07.27

배재성(2000.02.02) LG경제 연구원, 고령화 시대의 실버 비즈니스

실버마케팅 연구소 자료 (2002)

오영택 토론토 무역관(2006.4.2)"캐나다 베이비 부머를 공략하라"

Canadian Retailer, Environics Analytics 및 무역관 보유자료

Bradshaw, J . 1977."The Concept of Social Need". in Planning for Social Welfare. N.Gilbert& H.Spect. eds. Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall

Breen, L. B.(1960) The ageing individual. In C. Tibbitts(ed.), Handbook of social gerontology.(145~162).

Chicago: Chicago University Press

Eckstein, R. A, biokosenetic, Linde Eckstein KG, 1998

Gates, B. L. 1980. Social Program Administration. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

Jordan, Case, and McGrath, 1991 Jordan, Manning, Case, Taylor and McGrath. Inc. The55 + Marker : Th Marketing opportunities of the 1980s. New York:

Kaiser, S. B. (1985). The social psychology of clothing and personal adornment. New York: Macmillan Publishing Co.

(1997). The social psychology of clothing: Symbolic apperances in context. 2nd, New York: Macmillan Publishing Co.

Keetter, P. M. et al. 1999. Designing and Managing Programs, Thousand Oaks, CA : Sage

- Lemon, B. W.; Bengtson, V. L. & Perter, J. A. "An Exploration of the Activity Theory of Aging: Activity Types and Life Satisfaction among In-Movers to a Retirement Community", *Journal of Gerontology* 27, 1972.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*, New York: Harper and Row Publication p.82~92, 안범희 (2002). *성격심리학*. 서울: 도서출판 하우 .p150~177 재인용
- Owen, R. G. (1998). *Organizational behavior in education*. Boston: Allyn and Bacon
- Reid, W. (1978). *The Task centered system*. N. Y. : Columbia Univ.
- R. J. Havighurst; B. L. Neugarten; & S. S. Tobin, "Disengagement Pattern of aging" *Middle Age & Aging*, (Chicago; University of Chicago Press. 1968), p. 191.
- R. S. Cavin, ; E. W. Burgess, ; R. J. Havighurst ; & H. Goldhamer, *Personality Adjustment in Old Age* (Chicago : Science Research Associates, 1949

ABSTRACT

A Study on the Appearance Management of the Middle-Aged which is based on Income

Hong Sung Im

Major in Make-up. Stylist,

Graduate School of Art.

Design of Sungshin Women's University

This study was tried, so that more efficient performance may be made in the action of appearance action of the middle-aged and the industry related to beauty in the future, by examining the health state of the middle-aged and the interest degree for beauty culture, examining the feature of action of appearance management of the middle-aged which is based on income and relevancy and presenting interest degree and preference degree for the beauty industry of the middle-aged through grasping the consumption form which is based on it.

So as to examine the interest and actual state related to the appearance management of the middle-aged, questionnaire was executed on the basis of 408 persons to be survey subject centering around female(69.4%0 and male(30.6%) over early stage of 40s - latter half of 70s attendant on income who dwell in Seoul, Incheon, and Kwanwon area. And, as for the data handling of this study, frequency analysis was executed for distinction of sex, age, and monthly average

income. And, about question items on the present situation of superannuation countermeasure, health, original form nature of self, and beauty industry and question items on interest and preference for hair, make-up, skin and nail, cross tabulation was executed so as to examine the difference to be based on age and economic ability. And, about the question items of multiple response, multiple response cross tables was executed. As for all the statistical handling, handling was made by using SPSSWIN program(Ver. 12.0).

Survey contents of this study is study on the appearance management of the middle-aged which is based on income. Then, expenditure for superannuation countermeasure which is based on age and average income, interest field, satisfaction degree of image, how to manage health, and interest for beauty and degree expending for it were examined, study of theoretical background for thought about beauty industry for the present middle-aged was executed, positive study survey on the middle-aged which is based on income progressed, and this thesis was constituted in accordance with study procedure as follows: In the introduction of chapter 1, meaning and goal of study and survey contents and method of study were presented. In chapter 2, relevant study was studied so as to grasp the theoretical background of variable factors handled in the goal of study.

In I, action of appearance management of human beings and change of interest and sense of value of the middle-aged were examined. And, in II, interest and actual state of appearance of the middle-aged were examined as concrete study method. That is, concrete type of appearance management of the middle-aged was grasped through survey of thought and plan for the superannuation countermeasure of

the middle-aged, survey of expenditure degree for health management and appearance management, survey of satisfaction degree of the middle-aged for appearance and preferring image, survey of interest and preference degree of the middle-aged for appearance management(hair, make-up, skin, and nail). In III, actual state and prospect of beauty industry for the middle-aged were examined. In the conclusion of chapter 3, summary and uppermost limit for this study were examined, and following thesis was presented.

<부 록>

소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구

안녕하십니까?

본 설문지는 소득에 따른 중년층의 건강과 외모관리 및 뷰티산업에 관한 관심 및 실태에 관하여 알아보기 위한 연구입니다.

본 설문에 대한 응답에는 옳고 그른 것이 없고, **익명으로** 처리될 뿐 아니라 연구 이외의 다른 목적으로는 **절대** 사용되지 않습니다.

또한 질문에 대한 응답 중에 한 문항이라도 빠지면 연구 자료로 활용 될 수 없으므로 빠짐없이 응답하여 주시기 바랍니다.



성신여자대학교 대학원 메이크업·스타일리스트학과

지도교수 : 김 정 희 교수님

연구자 : 홍 성 임

연 락 처 : 011-9957-8338

다음은 귀하의 인구 통계학적 특성 및 현재 노후대책 상황과 건강, 귀하의 자아 정체성, 뷰티산업에 관한 관심에 대한 것을 알고자 하는 문항입니다.

해당되는 문항에 솔직하게 체크해주시면 감사하겠습니다.

**** 해당란에 체크바랍니다.**

남 성 ()

여 성 ()

1. 귀하의 연령은 다음 중 어디에 어떻게 해당되십니까?

- ① 55~59세 ② 60~64세 ③ 65~69세 ④ 70세 이상 ⑤ 기 타

2. 귀하의 가구 한달 평균 수입(연금 및 재테크수입 포함)은 어느 정도 되십니까?

- ① 200~290만원 ② 300~390만원 ③ 400~490만원 ④ 500~590만원 ⑤ 기 타

3. 귀하는 귀하 가구의 노후 대책에 대해 어떻게 생각하고 계십니까?

- ① 거의 생각하지 않는다. ② 조금 생각한다. ③ 많이 생각한다.
④ 항상 생각한다. ⑤ 기 타

4. 평소에 노후대책을 생각하고 계신다면 매달 어느 정도로 생활하기 위해 준비 하시고 계십니까?

- ① 매달 200~300만원 ② 300~400만원 ③ 400~500만원
④ 500~600만원 ⑤ 기 타

5. 귀하는 노후 대책 중 어느 부분에 가장 관심을 가지고 계십니까?

- ① 의생활 및 뷰티분야 ② 식 ③ 주 ④ 건강 ⑤기 타

6. 귀하의 현재 자신의 건강이 어떻다고 생각하십니까?

- ① 건강하지 않다 ② 그저 그렇다 ③ 보통이다. ④ 건강하다 ⑤ 기타

7. 귀하의 건강을 위해 평소 어떠한 관리를 하고 계십니까?

- ① 전혀 하지 않는다. ② 건강식품 복용 ③ 운동
④ 요가 또는 명상 ⑤ 기타

8. 앞으로 건강을 위해서 무엇을 하실 계획이십니까?

- ① 특별한 계획 없다 ② 건강식품 복용 ③ 운동 ④ 요가 또는 명상 ⑤ 기타

9. 귀하의 건강 유지하고 아름다움을 추구하는데 다음 사항 중 어느 부분에 많은 지출을하고 계십니까?

- ① 건강관리 또는 운동 ② 메이크업, 피부관리 ③ 헤어 ④ 손과 발관리
⑤ 기타

10. 귀하의 가구는 현재 의, 식, 주 등 기본적인 생활비 외에 뷰티 및 문화지출비에 매 달 어느 정도 지출하고 계십니까?

(예: 의류, 화장품, 네일, 피부관리, 미용실, 헬스, 골프, 수영, 건강식품 등)

- ① 30만원이하 ② 30만원~80만원 ③ 80~150만원 ④ 150만원이상
⑤ 기타

11. 나이가 들어감에 따라 귀하는 남에게 어떻게 보이는가에 대해 신경이 쓰이십니까?

- ① 신경 쓰지 않는다. ② 조금 신경 쓰인다. ③ 보통이다.
④ 신경을 많이 쓴다. ⑤ 기타

12. 귀하는 남에게 어떤 이미지로 보이길 원하십니까?

- ① 부드러운 이미지 ② 중후한 이미지 ③ 동안의 이미지 ④ 화려한 이미지
- ⑤ 기 타

13. 현재 귀하는 외모에 만족하고 계십니까?

- ① 만족하지 못한다. ② 조금 만족한다. ③ 보통이다.
- ④ 많이 만족한다. ⑤ 기 타

14. 귀하는 남에게 좋은 이미지로 변화하기 위해 시간과 비용을 지출하십니까?

- ① 노력하지 않는다. ② 조금 노력한다. ③ 보통이다.
- ④ 많이 노력한다. ⑤ 기 타

15. 귀하는 뷰티산업분야에서 어느 부분에 가장 관심을 가지고 계십니까?

(모두체크 하세요)

- ① 헤어 스타일 ② 피부관리와 메이크업 ③ 건강유지 ④ 손과 발 ⑤ 기 타

16. 현재 건강 또는 뷰티산업분야가 중년층을 겨냥하여 이루어져 있다고
생각하십니까?

- ① 전혀 아니다. ②조금 이루어지고 있다. ③ 보통이다.
- ④ 많이 이루어지고 있다. ⑤ 기 타

17. 귀하는 중년층을 위한 미용실·네일샵·피부관리샵·건강관리실과 같은 뷰티
산업이 활성화된다면 어느 정도의 관심을 가지시겠습니까?

- ① 관심 없다 ② 조금 관심이 있다. ③보통이다. ④ 관심이 많다
- ⑤ 기타

18. 앞으로 중년층을 겨냥한 건강과 뷰티 산업이 발전하려면 어느 부분이 중요하다고 생각하십니까?

- ① 중년층을 겨냥한 질적 서비스 ② 중년층간 친목도모
- ③ 중년층을 위한 정보교류 ④ 중년층의 문화공간 ⑤ 기 타

다음은 귀하가 현재 헤어, 메이크업, 피부, 네일에 관한 관심 및 선호도에 관한 것을 알아보하고자하는 문항입니다.
해당되는 문항에 솔직하게 체크해주시면 감사하겠습니다.

19. 평소 이·미용실은 얼마나 가십니까?

- ① 세 달에 1번 ② 두 달에 1번 ③ 한달에 1번 ④ 일 주일에 1번
- ⑤ 기 타

20. 이·미용실에 한번 갈 때 평균적으로 어느 정도의 비용을 부담 하십니까?

- ① 만원 이하 ② 만원~오만원 ③ 오만원~십만원 ④ 십만원 이상
- ⑤ 기 타

21. 귀하가 헤어에서 가장 신경이 쓰이는 부분은 어느 것 입니까?

- ① 탈모 ② 흰머리(염색) ③ 스타일 연출(퍼머) ④ 클리닉(머릿결)

22. 귀하는 평소에 메이크업에 대해 어느 정도 관심을 가지고 있습니까?

- ① 관심이 없다 ② 관심이 조금 있다. ③ 보통이다.
- ④ 많은 관심을 가진다. ⑤ 기 타

23. 평소에 메이크업을 할 때 얼굴에서 어느 부분에 가장 신경을 쓰십니까?

- ① 피부 톤 ② 눈 부위 ③ 입술 ④ 특별히 없다. ⑤ 기타

24. 귀하는 귀하의 피부가 연령에 비해 건강하다고(젊다고) 생각하십니까?

- ① 아니다. ② 조금 그렇다 ③ 보통이다. ④ 건강하다고 생각한다.
- ⑤ 기 타

25. 귀하는 귀하의 피부 중 가장 고민되는 부분이 어느 것입니까?

- ① 주름 ② 피부색이 칙칙함 ③ 기미, 주근깨 ④ 피부 당김 ⑤ 기 타

26. 귀하는 건강한 피부관리를 위해 어느정도 노력하십니까?

- ① 전혀 하지 않는다. ② 조금 한다. ③ 보통이다. ④ 많이한다.
- ⑤ 기 타

27. 귀하는 과거 또는 현재 피부 관리샵을 다니고 계십니까?

*예() *아니오()

28. 귀하가 피부관리 샵을 이용하셨거나 현재 피부관리 중 이시라면 어느 정도 다니십니까?

- ① 한 달에 1번 ② 한 달에 2번 ③ 일 주일에 1번 ④ 일 주일에 2번
- ⑤ 기 타

29. 귀하의 손과 발은 건강합니까?

- ① 건강하지 않다 ②조금 그렇다. ③ 그저 그렇다 ④ 건강하다
- ⑤ 기 타

30. 귀하는 손과 발의 관리(네일케어, 네일 아트, 발마사지 등)에 대해 어떻게 생각하고 계십니까?

- ① 관심이 없다. ② 조금 관심이 있다. ③ 보통이다. ④ 관심이 많다. ⑤ 기 타

31. 현재 귀하는 네일 샵을 이용하셨거나 다니고 계십니까?

*예() *아니오()

32. 귀하가 네일 샵에 가서 서비스를 받는다면 다음 사항 중 어느 부분을 가장 중요하다고 생각하십니까?

① 매니큐어(손톱) ② 페디큐어(발톱) ③ 각질제거 ④ 발마사지 ⑤ 기 타

♣ 장시간 설문에 응하여 주셔서 감사합니다.