



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

배 현 숙 교수지도
석사학위 청구논문

아로마 에센셜오일의 이용현황 및
선호도에 관한 연구

2012

성신여자대학교 문화산업대학원
문화산업학과 피부비만관리학전공
박 정 민

아로마 에센셜오일의 이용현황 및
선호도에 관한 연구

배 현 속 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2011년 11월

성신여자대학교 문화산업대학원
문화산업학과 피부비만관리학전공

박 정 민

인 준 서

박정민의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

성신여자대학교 문화산업대학원

논문개요

현대사회는 산업화와 정보통신 기술의 비약적인 발달로 인하여, 편안한 문명의 이기를 최대한 이용하고 있다. 이것은 삶의 질을 높이고 생활을 편하게 해주는데 많은 역할을 한 것이 사실이지만, 산업화가 진행될수록 사람들은 오히려 정신적으로 많은 스트레스와 직면하게 되었다. 삶의 질이 높아지면서 사람들은 더 이상 육체적인 편안함을 추구하는 데서 벗어나 정신적인 휴식을 찾아 나서게 된 것이다.

이로 인해 자연친화적인 생활을 지향하는 로하스(Lifestyle Of Health And Sustainability)는 시대적인 필요에 의해 생겨나게 되었고 많은 사람들이 추구하고 있다. 식물에서 추출한 아로마 에센셜오일은 현대의 화학성분을 이용하여 만든 여러 가지 약들의 부작용에서 좀 더 안전하게 사용할 수 있는 자연친화적인 물질이 아닐 수 없다. 식물에 있는 수백개의 성분들이 자연스럽게 조화를 이뤄 식물 스스로를 보호하고 성장하고 치료하는 작용을 이용한 아로마테라피는 현대에서 매우 각광받는 분야가 아닐 수 없다.

이에 본 연구는 설문지를 통하여 수도권지역의 20대에서 60대까지의 일반 여성들을 중심으로 아로마 에센셜오일의 이용현황과 선호도에 관한 연구를, 2011년 4월 11일부터 5월 1일까지 약3주간에 걸쳐 조사하였으며, 아로마 에센셜오일의 인지도와 이용상태, 선호하는 아로마 에센셜오일의 이용과 만족도를 조사하여, 향후 아로마 에센셜오일이 효과적으로 사용 될 수 있도록 도움이 되고자한다.

본 연구의 결과를 분석하여 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성은, 연령별로 30대가 45.5%, 40대 25.8%, 20대 20.3%, 50대 이상 8.5% 순이며, 학력별로는 대졸이 40.8%, 고졸 33.8%, 전문대졸 22.5%, 대학원 이상 3.0% 순으로 나타났다.

결혼 상태는 기혼이 56.8%, 미혼 40%, 기타 3.3%였으며, 직업별로는 사무직이 24.6%, 무직 24.1%, 전문직 20.8%, 기타 14.7%, 서비스직 14.4%, 생산직 1.5% 순이었다.

소득 수준은 200만원~300만원사이가 29.8%로 가장 높았으며, 200만원이하 27.2%, 300만원~400만원사이 19.1%, 400만원~500만원사이 12.7%, 500만원이상 11.2% 순으로 나타났다.

둘째, 아로마 에센셜오일의 인지도를 분석하면, 아로마 에센셜오일에 대해 들어본 적이 있는 여성이 89.9%로 들어본 적이 없는 여성 10.1%보다 많게 나타났으며, 아로마 에센셜오일의 인지정도는 나이가 적은 20~30대에서, 학력이 높을수록, 소득 수준이 300만원이상일수록 잘 인지하고 있었다. 또한 아로마 에센셜오일은 대중매체(45.1%)를 통해서 가장 높게 인지되는 걸로 나타났다.

아로마 에센셜오일의 효능에 대한 인지정도는 보통(41.4%)으로 나타났으며, 아로마 에센셜오일의 효과 중 긴장 완화(77.4%), 심리적 안정(64.7%), 피부 문제 개선효과(72.8%), 향균 작용(55.3%)에 대한 부분만 잘 알고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 아로마 에센셜오일의 이용현황은, 아로마 에센셜오일을 사용

한 여성(81.6%)이 사용하지 않은 여성보다(18.4%)높아 대부분이 사용한 것으로 나타났고, 사용하지 않은 이유는 잘 몰라서(73.2%)가 높게 나타났다.

아로마 에센셜오일의 구매는 전문매장(41.4%)에서 주로 이루어졌고, 구매경로를 택한 이유는 전문매장은 제품을 신뢰할 수 있어서(39.3%), 구입의 편리성은 인터넷(56.5%)과 피부관리실(35%)로 나타났다. 또한 아로마 에센셜오일의 효과(65.4%)가 가장 큰 구매 기준으로 나타났으며, 사용이유는 스트레스 완화(45.9%)를 위해서 사용하는 것으로 나타났다.

넷째, 아로마 에센셜오일의 선호도에서, 선호하는 아로마 제품은 천연비누(31.9%) 가장 높게 나왔고, 방향제(23.2%), 천연화장품(20.0%) 순으로 나타났으며, 가장 선호하는 아로마 에센셜오일은 라벤더(25.9%), 로즈마리(14.1%), 레몬(13.2%) 순이며, 각 아로마 에센셜오일은 스트레스 완화를 위해 사용하는 것으로 나타났고, 선호 이유는 향이 좋아서가 가장 큰 이유로 나타났다.

다섯째, 아로마 에센셜오일을 이용한 피부관리 만족도에서는 대부분 만족(49.7%)하는 것으로 나타났으며, 건강한 생활을 위한 아로마 에센셜오일 관리는 도움이 된다(47.2%)라고 응답했다. 또한 향후 이용 여부에서는 사용할 것이다(52.1%)라는 긍정적인 응답이 높게 나타났다.

아로마 에센셜오일에 대한 인지도나 이용도가 높은 것에 비하여

아로마 에센셜오일의 지식은 기본적인 수준의 알려진 몇 개 정도에 불과 했다. 또한 아로마테라피가 대중화 되어있음에도 불구하고 지식을 요하는 테라피(치료)위주의 아로마 에센셜오일은 선호도가 낮게 나타났고, 스트레스 관리에만 중점적으로 이용되는 현상은 아로마 에센셜오일에 대한 교육이 적절하게 이뤄졌다고 보기에는 힘든 것으로 사료된다. 적절한 교육을 통한 개개인 특성에 맞는 아로마 에센셜오일의 사용은 아로마테라피 본연의 효과를 누려 건강한 삶에 한 발 더 다가가리라 본다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 목적과 필요성	1
2. 연구문제	3
II. 이론적 배경	5
1. 아로마오일의 정의	5
2. 아로마오일의 역사	7
3. 아로마오일의 흡수 경로	9
4. 아로마오일의 주요 구성성분	11
5. 아로마오일의 종류	14
III. 연구방법	22
1. 연구대상 및 기간	22
2. 연구방법	22
3. 연구내용	22
4. 자료처리 및 분석	23
IV. 연구 결과 및 고찰	24

1. 연구대상자의 일반적 특성	24
2. 아로마오일의 인지도 및 지식도	25
3. 아로마오일의 이용현황	32
4. 아로마오일의 만족도 및 선호도	44
V. 결론 및 제언	56
1. 요약 및 결론	56
2. 연구의 한계점 및 제언	59

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

Table 1. The descriptive characteristics of respondents	24
Table 2. The understanding for the aroma	26
Table 3. The understanding for the effects of aroma	27
Table 4. The routes for getting information of aroma	30
Table 5. The knowledge on the aromatic oils	31
Table 6. Whether to use aromatic oils	32
Table 7. The reasons not using aromatic oil	34
Table 8. The purchase path of aromatic oil	36
Table 9. The reasons to select the purchase path for aromatic oil	37
Table 10. The reasons for choose a place of purchase	38
Table 11. The purchasing standards for aromatic oil	39
Table 12. The understanding for the price of aromatic oil	41
Table 13. The reason for using aromatic oil	43
Table 14. The favorite aromatherapy products	45
Table 15. The effect cases of essential oil type	47
Table 16. The reasons for choosing specific essential oil type	48
Table 17. Whether of an experience for aromatherapy skin care	49
Table 18. The satisfaction for the aromatherapy skin care	51

Table 19. The opinions on the aromatherapy skin care for the healthy life	52
Table 20. The intention on the using aromatic oil in the future	54

그림 목 차

Figure 1. The preferences for aromatic oils	46
---	----

I. 서 론

1. 연구의 목적과 필요성

현대인들은 21세기의 급속한 산업성장과 인터넷 발달로 인한 정보의 홍수 속에서 육체적·정신적으로 매우 많은 변화를 겪게 되었고 이로 인하여 스트레스에 직접적이든 간접적이든 노출 될 수밖에 없는 상태가 되었다. 이런 스트레스는 현대인의 수많은 질병의 원인 중 하나가 되고 있다.

이러한 스트레스를 해소하기 위하여 사람들은 자연친화적인 생활양식에 대한 관심과 욕구가 높아지고 있고, 다양한 방법으로 스트레스를 해소하고 있다(김은실, 2010).

스트레스를 해소하는 여러 방법 중 현대인들이 가장 선호하는 분야가 바로 아로마테라피이다. 아로마테라피는 식물에서 추출한 아로마 에센셜오일을 이용하여 마사지, 발향, 흡입, 목욕, 족욕 등 다양한 방법으로 활용되고 있다.

최근엔 웰빙(Well-being)의 개념을 넘어서 보다 나은 삶을 영유하기 위하여 소비생활을 건강하고 지속가능한 친환경 중심으로 전개 하자는 생활양식, 행동양식, 사고방식인 로하스(Lifestyle Of Health And Sustainability) 개념이 사회전반에 확산되고 있는(이치현 등, 2009) 가운데 아로마테라피의 대중화는 필연적일 수밖에 없다.

아로마테라피는 아로마 에센셜오일별로 갖고 있는 치료적 성격을 이용하여 크고 작은 문제점을 개선시키는데 도움을 주고, 아로마 에

센셜오일의 특유의 향은 사람의 감정이나 정서에 좋은 감각을 부여할 뿐만 아니라 사람의 자율 신경계, 호르몬계 및 면역계에 영향을 미쳐 항상성 균형을 유지하는데 도움이 된다(김주덕 등, 2004).

백화점문화센터, 구청 문화센터, 대학부설 평생교육원등에서 직접 내 피부에 맞는 식물성 오일과 아로마 에센셜오일, 천연추출물을 이용하여 비누와 화장품 등을 제작하는 사람들이 많아졌다. 이제는 내 피부타입에 맞는 DIY제품을 제작하여 자연친화적인 문화의 바람을 주도하고 있다. 이는 단순히 만드는 것에서 그치는 것이 아니라 생활 속에서 사용하고 자신의 건강과 정신적 여유로움을 추구할 수 있도록 해준다(박향자, 2006).

그러나 아로마테라피에 사용되는 아로마 에센셜오일의 종류가 다양하고 사용방법이 너무 광범위하기 때문에 오용이나 남용이 되기 쉽고 실제 경험이 없으면 부작용으로 효능을 기대하기 어렵다(신진희, 2002).

아로마에 대한 선행논문은 피부관리실 이용자의 아로마 이용행태 및 관련요인 분석(박미경, 2004), 아로마 피부관리 이용행태 및 관련 요인에 관한 연구(남희정, 2009), 피부 관리실 이용자들의 아로마테라피 대한 인식도 및 만족도(임연주, 2009)와 같이 피부관리와 관련된 논문과 에센셜오일의 인지도와 향선호도에 대한 조사 연구(김종숙, 2007), 아로마제품 사용시 활용도와 만족도에 관한 연구(김영미, 2008), 청소년들의 아로마 향 선호도와 활용도 및 만족도에 관한 조사 연구(김은실, 2010) 등 에센셜오일의 향선호도와 만족도에 관한 연구들이 주를 이루었다.

이에 본 연구는 일반인들의 아로마 에센셜오일 인지도와 지식수준,

이에 따른 활용도가 어느 정도인지, 선호하는 아로마 에센셜오일의 활용이 적절히 이루어지는지 조사하여, 아로마 에센셜오일에 대한 활용방안과 교육적인 측면에 조금이나마 도움이 되고자한다.

2. 연구문제

본 연구의 목적을 달성하기 위해서 먼저 연구대상자의 일반적 특성을 분석하고 20대~60대 여성들의 아로마 에센셜오일의 인지도 및 지식도, 아로마 에센셜오일의 이용현황 그리고 아로마 에센셜오일의 만족도 및 선호도를 조사하여 아로마 에센셜오일에 대한 정확한 정보를 제공하여 향후 아로마테라피의 올바른 활용과 대중화에 기여할 수 있도록 기틀을 제공하고자 한다.

본 연구의 구체적 연구문제는 다음과 같다.

연구문제1

설문지를 이용하여 조사대상자의 인구통계학적 특성에 따른 아로마 에센셜오일의 인지도를 분석한다.

연구문제2

설문지를 이용하여 아로마 에센셜오일에 대한 활용방법에 대해 분석한다.

연구문제3

설문지를 이용하여 사용목적에 따른 아로마 에센셜오일의 선호도를 분석한다.

연구문제4

설문지를 이용하여 아로마 에센셜오일의 만족도를 분석한다.

II. 이론적 배경

1. 아로마 에센셜오일(Aroma essential oil)의 정의

아로마 에센셜오일(aroma essential oil)은 정유(精油)라고 하기도 하며 식물의 꽃, 열매, 줄기, 잎, 뿌리에서 추출해낸 향이 나는 고농축 휘발성 혼합물로써 식물의 다양한 부위에 존재하며, 인체의 호르몬과 같은 역할을 하고 식물에게 있어 필수 불가결한 물질이다(김명숙, 2006).

에센셜오일의 용어는 Bombastus Paracelsus von Hohenheim (1493~1541)가 유래시킨 것으로 추정되며, 그의 이론에서는 가장 마지막에 가장 정수가 되는 식물 추출물로 모든 약에서 효과를 내는 부분이라고 하였다(권소영 등, 2008).

아로마 에센셜오일은 식물의 번식과 성장, 벌레로부터의 보호, 병이나 상처 치유 등 식물의 고유한 자연치유적인 생화학적 성분을 가진 유기화합물(박은진 등, 2011)로써 식물의 2차 대사과정에서 생기며 수집에서 많게는 수백 가지의 천연 화학성분이 다양한 조합에 의해 구성되어 특유의 향과 기능을 가진다(정은정, 2011).

아로마 에센셜오일에 존재하는 천연 화학성분의 효능 및 효과는 인체에 나타나는 증상들에 작용하게 되는데 인체에 흡수된 아로마 에센셜오일의 분자는 세포 외액, 혈액, 림프액 등의 체액을 타고 전신을 돌면서 비정상적인 세포들을 정상화시키고는 체외로 배설된다. 이

와 같이 식물에서 추출한 아로마 에센셜오일에는 "생명력과 치유력"이 있다는 사실이 오랜 임상경험을 통하여 확인되고 치유기전에 대한 설명이 널리 알려지고 있다(이세희, 1995).

또한 아로마 에센셜오일은 일상생활에서도 다양하게 사용되고 있는데, 그 중 몇 가지 오일은 미용이나 건강, 정신적 안정이나 생활의 지혜에 응용되어 다양하게 쓰이고 있다. 이는 아로마 에센셜오일이 식물체가 갖고 있는 각각의 강장, 강정, 향균, 살균 등의 성분이 작용을 하게 되는 것인데 어느 증상에 '어느 에센셜오일 만이 최적이다'라고 말 할 수는 있지만 오일을 구할 수 없을 때는 같은 성분을 함유(권경옥, 2002)하고 있거나 주위에서 쉽게 구할 수 있는 다른 오일을 선택하여 지혜롭게 활용할 수도 있다. 따라서 아로마 에센셜오일이 갖고 있는 효능을 정확하게 파악하는 것이 중요하다 할 수 있겠다(강태경, 2006).

이런 아로마 에센셜오일은 육체적 뿐만 아니라 정신적으로도 많은 유익한 자극을 주므로 면역 기능 강화효과도 가져온다(김영미, 2008).

아로마 에센셜오일은 향을 이용한 치료분야인 아로마테라피에 적극 활용되고 있으며, 병원에서 의사들도 아로마 에센셜오일을 이용한 치료에 관심을 갖고 많이 사용하고 있다. 특히 심리와 정신적 치료에 많이 활용되고 있다.

2. 아로마 에센셜오일의 역사

아로마 에센셜오일의 역사는 선사시대이전까지 거슬러 올라가게 되는데, 이런 사실은 당시에 그려진 벽화나 유물 등을 통해 추정 가능하다. 고대인들은 자연 습득적 경험을 바탕으로 주변의 식물들이 상처나 질병을 낫게 하는데 도움이 된다는 사실을 알게 되었고, 전염병이 유행하는 지역에 마귀를 쫓아내기 위한 주술적인 용도로 향기가 있는 식물을 채집해 뿌리기도 했다(김문주, 2008).

인도는 약 5000년 전 아유르베다(Ayurveda)에서 다양한 식물과 그 식물에서부터 추출한 성분들을 이용하여 체질과 상태에 맞추어 치료하는 법을 가르쳤고, 샌달우드, 로즈, 자스민은 인도에서 가장 광범위하게 쓰이는 식물이었고, 샌달우드, 진저, 미르 등 700여가지 이상의 성분이 의학적, 종교적 의식에 다양하게 사용된 기록이 남아 있다(박은진 등, 2011). 또한 인도에서 유래된 베티버와 파출리 오일은, 원래엔 카펫과 솔, 재킷과 같은 고운 직물의 줌을 막기 위해 사용되었다(권소영 등, 2008).

고대 이집트인들은 아로마 에센셜오일을 대부분 종교적인 행사와 정신적인 안정을 위해 광범위하게 사용하였다. 이집트인들은 왕의 사후세계를 위해 시체가 부식되지 않도록 시더우드나 미르 등을 미라방부 처리에 사용했으며 약초로 조제한 연고와 화장품을 만들어 의학, 미학적 목적으로 사용했다(박미경, 2004).

그리스는 피부염과 상처를 치료하기 위해 다량의 미르를 사용하였는데 이러한 내용은 히포크라테스에 의해 체계화 되었고(남희정, 2009), 그는 여러 종류의 아로마 에센셜오일 사용 방법을 자료화하

였으며 "건강을 유지하는 최상의 방법은 향기로운 목욕과 향유를 바르는 것이다"라고 말하였다. 메갈러스(Megallus)는 자신의 이름을 딴 메갈론(Megaleion)이라는 향수를 만들어 상처 치료용이나 세균으로부터의 감염을 줄이는 약으로 사용했다(박은진 등, 2011).

로마시대에는 향수, 화장품, 목욕용품, 차 등을 통하여 일상생활에서 아로마 성분을 효율적으로 사용했다(김미옥, 2008). 로마 군인들은 유럽 주변에 지중해 치료 식물들의 인식이 보급되는 것을 도왔고, 부상이 생겼을 경우 와인 세척과 미르를 화상과 염증 완화를 위해 처방했다. 로마인들은 향유를 사용을 매우 즐겼으며 네로황제는 다양한 향기 식물과 그 종자를 수집하였다는 기록이 있다. 일화로 네로 황제는 그의 아내 Poppeae의 장례식에서 아라비아가 1년 동안 생산 가능한 양보다 많은 향을 피웠고, 한 축하엔 때는 손님들이 쏟아 부은 장미로 인해 질식했다고 한다(권소영 등, 2008). 또한 로마인들은 피부병이나 상처치료를 위해 카모마일을 사용할 정도로 아로마 에센셜오일은 대중화 되었으나 제국의 멸망과 함께 유럽에서 아로마 에센셜오일 사용은 점차 사라지게 되었다(이성내, 2002).

그러나 이슬람의 의학자이자 물리학자인 아비세나(Avicenna)에 의해 냉각코일이 발명되면서 증류 기술에 큰 발전을 가져와 아로마 에센셜오일 추출에 있어 현대적인 개념의 증류법이 도입되었다(허정록 등, 2011).

중세 시대엔 유럽인구의 3분의 1이 희생되었던 흑사병 때문에 길가나 마당에서 로즈마리나 파인을 태워 질병의 확산을 방지하였으며, 그들은 라벤더나 로즈마리, 페퍼민트 같은 아로마 에센셜오일을 질병 치료와 예방에 사용했다고 한다(조성준, 2000).

18~19세기 산업혁명 이후 화학의 발달로 아로마 에센셜오일의 화학적 특성을 알아내어 향료들이 합성되었고, 이 시기에 의학은 성분의 발견으로 자연식물을 그대로 이용하기보다 합성된 화학약품을 사용하여 아로마 에센셜오일의 활용은 쇠퇴하게 되었다(사공정규 등, 20006).

그러나 20세기에 들어서면서 식물의 특성을 모방한 화학합성물질에 대한 부작용이 많다는 사실이 알려지면서 아로마 에센셜오일에 대한 인식이 유럽을 중심으로 다시 부각되었고(남희정, 2009) 체계적인 관찰과 다양한 임상 연구를 통하여 20세기말에 들어서 의학계의 의사들도 아로마 에센셜오일에 대해서 관심을 갖고 집중적으로 연구하기 시작했다(김미옥, 2008).

현대인들이 삶의 질적 향상을 추구하면서 자연친화적인 방식을 선호함에 있어서 아로마 에센셜오일을 이용한 아로마테라피는 시대적 상황을 반영하는 선택이 아닐 수 없고, 현재까지도 아로마 에센셜오일에 대하여 지속적인 연구가 진행 중이며 앞으로 나아가 더욱더 발전할 전망이다.

3. 아로마 에센셜오일의 흡수경로

1) 후각

후각은 동물이 삶을 연장하기 위해서 적으로부터 몸을 보호하고, 먹을 것을 찾기 위한 역할을 한다. 인간에게도 가스의 냄새, 타는 냄새는 위험을 알려주는 신호이고, 음식물이 상했는지 냄새를 맡아서

확인하는 등 후각의 기본적인 역할과 기분 좋은 냄새를 맡으면 기분이 침착해지고 풍요롭고 마음의 여유를 가질 수가 있으며, 반대로 악취를 맡으면 기분이 나빠지는 정신적인 역할을 한다(김주덕 등, 2004).

향 분자는 비강 내에 들어와 취점막에 도달하든가, 파동으로 전달되어 후각세포에 특수한 자극을 일으켜 후각 신경을 통해 대뇌변연계를 거쳐 시상하부를 자극한다(한상길, 2006).

변연계는 "후각뇌"라고 불리며, 대뇌피질과 시상하부 사이의 경계 부위에 위치하며 다른 구조물과 광범위하게 신경 연결을 이루고 있어서 감정이나 행동, 욕망 등의 조절 능력에 영향을 준다. 일반적으로 변연계의 정서 표현과 동기유발이며 학습이나 기억 및 각성 등의 특별한 기능을 담당한다. 아로마 에센셜오일의 향 분자는 이런 기능을 하는 변연계에 전달되어 기쁨, 슬픔, 공포, 분노 등의 감정상태를 효과적으로 조절하고, 중추 신경계에 직접적인 영향을 미치게 되어 자율신경계, 내분비계, 면역계를 조절함으로써 질병과 증상에 치료적 영향을 주게 된다(유강목, 2003).

2) 피부

아로마 에센셜오일은 분자 구조가 미세하여 모공과 땀구멍을 통해 피부에 흡수되고 지방 물질에 쉽게 용해되는 지용성으로 인해 피부 세포 사이로 침투하여 진피층까지 흡수된다. 진피에 흡수된 아로마 에센셜오일 성분은 혈액순환과 림프순환을 통해 전신을 순환하게 되며 순환하던 오일은 면역기구를 고양시키고 친화력을 가진 특정 기관에 머물기도 하며 근육에도 영향을 미친다(김명숙, 2006).

또한 오일의 성분은 각 피부층에 영향을 주어 자극을 진전시켜 주며 노폐물을 배출 시켜 건강하고 탄력 있는 피부로 만들어 주며, 수분이나 지질의 적합한 조절 및 새로운 세포의 생성과 촉진 현상으로 그 효능을 나타나게 한다(강태경, 2006).

3) 호흡기

향은 후각기관을 통해 뇌로 전달되지만 일부는 호흡계를 통해 폐에 도달한다(박수정, 2003). 폐에 도착한 아로마 에센셜오일의 성분들은 폐포라는 작은 공기주머니를 통과하여 수많은 모세혈관을 통하여 혈액 안으로 들어가게 된다. 그리하여 아로마 에센셜오일의 성분들이 혈액을 타고 전신의 각 기관과 장기에 치유효과를 나타낸다(이치현 등, 2009).

4. 아로마 에센셜오일의 주요 구성성분

아로마 에센셜오일을 구성하는 물질은 두 그룹으로 나누는데 탄화수소와 산화물질이다. 탄화수소는 탄소와 수소를 중심으로 결합되어 있는 테르펜(terpenes)이라고 하고, 산화물질은 탄화수소류에 산소가 결합한 산화화합물로 테르페노이드(terpenoids)라고 한다(허정복 등, 2011).

비교적 분자량이 작은 간단한 물질들로 이루어져 있어 휘발성이 높을 뿐만 아니라 체내에 침투되는 속도가 매우 빠르다(이원경 등, 2002)

1) 모노테르펜 (Monoterpene)

2개의 이소프렌 단위로 구성되며 명칭이 -ene로 끝난다. 아로마 에센셜오일의 성분 중 가장 흔한 것으로 감귤류와 침엽수에 높은 비율로 함유되어 있고 발향하면 공기 중에서 오존을 형성하여 공기정화 및 방부효과가 있다. 또한 쉽게 산화되어 피부에 자극을 줄 수 있다. 진통, 항바이러스, 강장제, 거담작용, 인체 기능 자극 및 활력을 부여한다(남희정, 2009).

2) 세스퀴테르펜 (Sesquiterpene)

3개의 이소프렌 단위로 구성되며 명칭이 -ene로 끝난다. 강력한 항염증, 항균, 살균, 항알레르기, 진정, 경련감소, 혈압저하 효과가 있다. 또한 피부친화성이 뛰어나다(김문주 등, 2008).

3) 알코올 (Alcohols)

아로마 에센셜오일에서 가장 유용한 성분으로 부작용이 거의 없고 안전하여 노약자나 어린이에게 사용해도 좋으며, 명칭이 -ol로 끝난다. 항균, 항바이러스 작용이 뛰어나며 몸의 각 조직에 면역성을 높여주는 작용을 하며(박미경, 2004), 수렴작용과 토닉의 효과로 탄력 강화작용이 있다(오수정 등, 2009).

4) 페놀 (Phenols)

명칭이 -ol로 끝나는 페놀은 강력한 방부, 항박테리아, 항바이러스 효과를 가지며 신경계와 면역계를 자극한다. 페놀은 너무 강력한 살

균 효과 때문에 장기간 사용시 피부에 강한 자극을 줄 수 있으므로 주의해야 한다. 또한 오랜 기간 사용하면 독성을 나타낸다. 그렇기 때문에 너무 많이 사용하면 간에 부담을 주게 되므로 임신부는 사용을 금한다(임언주, 2009).

5) 에테르(Ethers)

명칭이 -ole로 끝나는 에테르는 항우울제, 진정 효과와 신경계의 활동을 활발하게 도와주고 경련을 줄여주지만, 독성이 있어 사용상 각별한 주의를 요한다(복영옥, 2007).

6) 케톤(Ketones)

명칭이 -one로 끝나는 케톤은 점액 용해 효과와 진해 효과를 가지고 있어 상부기도의 질환에 유용하게 사용이 되며 세포 성장 촉진, 상처 치료 효과가 뛰어나다. 뇌 조직을 자극하여 기억력 증가에 특히 사용 되는 오일이기도 하나 너무 많이 사용하게 되면 신경계를 자극하여 중추신경마비, 간질을 유발 할 수 있다(사공 정규 등, 2006).

7) 에스테르(Esters)

에스테르는 알코올과 산의 반응에 의해 만들어지며 명칭은 -yl과 -ate로 끝난다. 일반적으로 과일 향과 향기로운 향을 가지고 있어 향수에 널리 사용되며, 진경, 항염, 항진균 작용과 신경계를 안정시키고 강화시키는 특성을 가지고 있다(권소영 등, 2008).

8) 알데하이드(Aldehydes)

알데하이드는 매우 불안정하여 쉽게 산화되는 특성이 있어 피부 자극제 역할을 하며 명칭이 -al로 끝난다. 아로마 에센셜오일의 구성 성분 중 큰 비중을 차지하는 알데하이드는 일차 알코올의 산화로 만들어지며, 소량 사용시 신경안정과 혈관확장, 혈압강하 작용이 있으며, 항염, 항바이러스와 방충작용을 한다(이성내, 2002).

9) 옥사이드(Oxides)

명칭이 -ole로 끝나는 옥사이드는 유칼립투스나 로즈마리에서 찾을 수 있는 1,8시네올(cineol) 성분이다. 시네올은 항바이러스 효과와 강력한 거담 작용을 하며 근육 통증을 완화시키나 독성분자가 있어 경기를 일으킬 수 있으므로 주의해서 사용한다(2004, 박미경).

5. 아로마 에센셜오일의 종류

1) 라벤더(Lavender)

학명 : *Lavendula angustifolia*

추출부위 및 추출법 : 꽃잎, 수증기 증류법

라벤더는 '씻어내다'를 뜻하는 라틴어 *lavare*에서 유래되었고, 화장수로 폭넓게 사용되며 포프리와 향낭의 강장 혼한 성분들 중의 하나이다. 로마인들이 매일 의례적으로 했던 목욕에서 가장 인기 있는 향유였고, 그리스인들과 로마인들은 페스트를 예방하기 위해 공기 정

화제로서 라벤더를 태웠다(김명숙, 2006).

라벤더 오일은 진정효과가 있어 불면증, 심신 균형과 안정, 정신적 스트레스, 긴장완화에 효과적이고, 방부, 소염, 세포 재생력은 상처나 화상에 매우 효과적이며(권소영 등, 2008), 아로마 에센셜오일 중 가장 대중적이며 다방면으로 사용되고 있으며 병원에서도 불안감을 해소하기 위하여 적극적으로 사용하는 오일이다.

2) 카모마일 저먼(Chamomile, german)

학명 : *Matricaria recutita*

추출부위 및 추출법 : 말린 꽃, 수증기 증류법

카모마일 저먼은 데이지처럼 희 꽃을 가진 사과향의 일년생 허브로 땅을 기면서 자라는 모습 때문에 '땅의 사과(chamai melon)'라는 말에서 유래되었다. 항염증 효과와 진정 효과가 매우 뛰어나고(허정록 등, 2011) 카마줄렌(chamazulene) 성분 때문에 소독제로 많이 쓰이고 진통, 진경, 항알레르기, 소염 작용이 뛰어나 피부질환에 좋다(박미경, 2004).

3) 카모마일 로먼(Chamomile, roman)

학명 : *Anthemis nobilis*

추출부위 및 추출법 : 말린 꽃, 수증기 증류법

카모마일은 maythen이라고 불리는 9가지 신성한 허브인 saxons 의 하나였고, 근처의 식물들을 건강하게 하기 때문에 '식물의 의사'라

고 하기도 했다. 고대 이집트에서는 태양의 신인 라(Ra)에게 봉헌되었고, 기원전 4세기 그리스에서는 히포크라테스가 열을 내리는 데에 사용했다. 에스테르(ester) 성분 때문에 진정작용이 뛰어나서 불면증에 매우 효과적이며, 과민성 복통, 설사, 항경련, 소화, 담즙 배출 촉진, 월경 전 증후군에도 효과가 좋다(박은진 등, 2011).

4) 티트리(Tea tree)

학명 : *Melaleuca alternifolia*

추출부위 및 추출법 : 잎, 수증기 증류법

호주 원주민들은 티트리의 약효를 오래전에 인식하고 감기와 두통을 완화시키는 목적으로 잎을 으개서 휘발성 오일을 흡입하였고, 여드름, 무좀, 비듬, 포진, 벌레 물린데에 효과가 있다(김영미, 2008).

또한 1923년 처음으로 티트리 오일이 증류되면서 무독성, 무자극성이면서 방부, 살균효과가 페놀보다 12배 강한 것이 연구되었다. 또한 박테리아, 바이러스, 균감염 등 다양한 세균질환에 효과가 있어(정은정, 2011) 여드름, 무좀에 탁월한 효과가 있다.

5) 유칼립투스(Eucalyptus)

학명 : *Eucalyptus globulus*, *E. polybractea*, *E. dives* 등

추출부위 및 추출법 : 잎, 수증기 증류법

유칼립투스는 처음에 호주 원주민들이 감염과 열에 치료용으로 사용하였고, 소독용으로 많이 사용했다. 가래제거와 항카타르 효능을

가진 대표적 오일으로써 주로 호흡기 질환에 사용된다(최윤정, 2006).

1,8-cineole은 유칼립투스의 주요 성분으로 영국 약전(BP)에는 적어도 70% 이상의 시네올을 함유하고 있어야 한다고 규정되어 있다. 주요 효능은 강력한 살균, 방부 작용이 있으며 목감기, 인후염, 천식 등 호흡기 질환에 효과적이며 항염증, 항균, 항루머티즘 효과가 있다(권소영 등, 2008).

6) 로즈마리(Rosemary)

학명 : *Rosmarinus officinalis*

추출부위 및 추출법 : 잎, 꽃, 작은 가지, 수증기 증류법

로즈마리는 가장 잘 알려지고, 가장 많이 사용되는 허브 중 하나이다. 이집트인은 로즈마리를 가장 애호했는데 사랑과 죽음의 표상이라 여겼다. 그리스와 로마인들에게는 신성한 식물이었으며, 고대인들은 로즈마리를 따라 성전에 두었고, 두뇌에 도움이 된다하여 화관을 만들어 쓰고 다녔다. 또한 페스트 발병 기간 중 공기를 정화시키고 감염을 예방하기 위해 태우는 것이 하나의 관습이 되었다. 세포 재생촉진과 림프 순환촉진 작용이 있으며 순환장애, 근육통, 피로, 저혈압, 비듬방지, 탈모에 효과가 있다(김문주 등, 2008).

7) 레몬(Lemon)

학명 : *Citrus limon*

추출부위 및 추출법 : 과피, 압착법

고대부터 레몬껍질은 옷에 향기를 내거나 벌레를 쫓기 위하여 사용돼왔으며, 스페인과 다른 유럽국가에서는 독성, 감염과 연관된 곳에 만병통치약으로 널리 알려졌다. 감귤류를 가리키는 아랍어 'laimun'과 페르시아어 'limun'에서 유래하였다(이치현 등, 2009).

레몬은 제약 분야에서 향료 및 비누, 세제, 향수의 향기 첨가제로 널리 사용한다. 방부, 수렴, 살균, 정화, 살충, 토닉에 치유력이 있으며, 과도한 피지 생산을 막아주는 수렴제이다(김영미, 2008).

8) 로즈(Rose)

학명 : *Rosa damascena*, *Rosa centifolia*

추출부위 및 추출법 : 꽃잎, 수증기 증류법

로즈가 여성에 비유되듯, 자궁질환을 비롯한 여성생식기계 질환, 생리불순에 좋은 효과를 보이고 정화제, 근육이나 피부를 생기 있게 한다. 또한 산후 우울증, 심리적 충격, 큰 쇼크에도 좋은 효과를 보인다(복영옥, 2007).

9) 자스민(Jasmine)

학명 : *Jasminum grandiflorum*

추출부위 및 추출법 : 꽃, 용매 추출법

자스민은 향기가 밤에 더 강하기 때문에 '밤의 여왕'으로 알려져 있고 향수의 성분으로 폭넓게 사용되고 있다. 주요 효능은 기분 고양, 신경 진정, 감정을 따뜻하게 하여 생기를 부활시키고, 생식계에

도 효과가 있다. 특히 자궁 수축효과가 있어 분만을 촉진시키고, 출
한 후 자궁 회복에 좋다(김명숙, 2006).

10) 시더우드(Cedarwood)

학명 : *Cedrus atlantica*

추출부위 및 추출법 : 나무와 톱밥, 수증기 증류법

고대 이집트에서는 미라의 방부처리제로 사용하였을 만큼 방부, 살
균 효과가 뛰어나고 수렴, 지루성피부, 이뇨, 거담, 살충효과가 있다.
또한 항염, 진정에 효과가 있어 피부 케양 치료와 모발관리, 탈모,
비듬 방지에도 사용한다(오홍근, 2002).

11) 네롤리(Neroli)

학명 : *Citrus aurantium* var. *amara*

추출부위 및 추출법 : 신선할 때 탄 꽃, 수증기 증류법

네롤리는 '오렌지 블라섬 오일(Orange Blossom oil)'이라 불리기도 한다. 네롤리는 비터 오렌지 나무의 꽃 부위로부터 추출된다. 비터 오렌지 나무는 중국 남부와 인도가 원산지이며, 오늘날 지중해, 캘리포니아, 남아메리카 등지에서 재배되고 있다. 이 나무는 한 종류 이상의 아로마 에센셜오일을 만들어 내는 드문 나무로 꽃에서는 네롤리, 잎과 잔가지에서는 페티 그레이н, 열매의 껍질에서는 비터 오렌지 오일이 만들어진다(최윤정, 2006).

네롤리의 효능은 피부 붉어짐과 염증을 줄이는데 사용한다. 특히

모세혈관이 파괴된 건조하고 민감한 피부에 유용하다. 또한 피부세포를 성장시키는 작용을 하여 임신전의 회복과 탄력 있는 피부로 가꿔주며, 안정 효과나 최면성이 있어 어린이들의 숙면과 복통을 해소하는데 유용한 오일이다(김영미, 2008).

12) 일랑일랑(Ylang ylang)

학명 : *Cananga odorata*

추출부위 및 추출법 : 꽃, 수증기증류법

일랑일랑은 '꽃 중의 꽃'이라는 말레이시아 말로, 최음 작용이 뛰어나 인도네시아에서는 결혼 첫날밤에 침실에 뿌려놓은 풍습이 있다. 이성을 끌어들이는 매혹적인 향으로 기분을 띄워주며 심신을 자극하는 효과가 있으며, 관능적인 성질로 긴장과 스트레스를 해소시킨다. 외국의 아로마테라피스트들은 스트레스와 연관된 질병에 적용을 많이 하는 오일이다(김종숙, 2007).

13) 페퍼민트(Peppermint)

학명 : *Mentha piperita*

추출부위 및 추출방법 : 잎, 꽃의 머리부분, 수증기 증류법

고대 그리스 로마인들은 페퍼민트 허브차를 즐겨마셨으며 이것을 이용해 목욕을 하여 생활의 활력을 얻었다. 14세기에 들어서면서 페퍼민트에서 추출된 오일이 치아를 희게 만드는 성분으로 이용되기 시작하였고, 후에는 흡연으로 인한 구취를 제거해주는 구강 청결제의

원료로 이용되기도 하였다(김은실, 2010)

페퍼민트 오일은 더울 때는 냉각시키고 추울 때는 따뜻하게 새주는 작용이 있으므로 점액의 유출을 차단하며 열을 낮추어 발한시키므로 감기에 좋은 효력이 있으며, 소화기계통의 급성증상에 매우 효과적이며, 구토, 설사, 변비, 헛배부름, 멀미 등에 효과적이다(이애란, 2009).

14) 오렌지(Orange)

학명 : *Citrus sinensis*

추출부위 및 추출방법 : 과피, 냉압착법

아시아가 원산으로 1520년 중국을 탐험하고 돌아가던 포르투갈인에 의해 유럽에 전해졌다. 오일의 향기로움 때문에 음식, 화장품, 의학적으로 사용되고 있다. 피부 재생, 셀룰라이트 분해, 부종 완화, 진정, 불안과 우울을 치료하는 강장제이다. 소화촉진과 변비 해소에 효과적이거나 광독성이 있으므로 자외선 노출 시 주의를 요한다(허정록 등, 2011)

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구의 대상자는 수도권지역에 거주하는 20대~60대의 일반 성인 여성에게 설문 조사를 실시하였으며, 조사 기간은 2011년 4월11일부터 5월1일까지 약3주간 실시하였다.

설문지는 총 450부를 배부하여 418부가 회수 되었으며, 그 중 내용이 불성실 하거나 정확하지 않은 설문지 18부를 제외한 400부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구방법

설문조사는 여성들이 많은 문화센터 수강생, 평생교육원 수강생, 개인공방 이용여성, 여성 동호회 회원 등의 조사대상자들에게 설문 방법을 설명한 후 현장에서 직접 설문지에 기입하는 방법으로 실시하였다.

3. 연구내용

본 연구에서 아로마 에센셜오일의 이용현황 및 선호도를 파악하기

위해 사용된 도구는 설문지로 박미경(2004), 김영미(2008), 김미옥(2008)의 연구를 참고로 하여 본 연구에 맞는 내용을 설문지로 작성하였다.

설문지 내용은 조사대상자의 일반적 특성에 관한 질문 13문항, 아로마 에센셜오일의 인지도 및 지식도에 관한 질문 14문항, 아로마 에센셜오일의 이용현황에 관한 질문 20문항, 아로마 에센셜오일의 만족도 및 선호도에 관한 질문 23문항으로 구성되었다.

4. 자료처리 및 분석

본 연구의 수집된 자료는 PASW(Predictive Analytics Software) 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다.

분석기법으로는 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였으며, 여성들의 아로마 에센셜오일의 인지도와 지식도, 아로마 에센셜오일 이용현황, 아로마 에센셜오일 만족도와 선호도를 알아보기 위해 χ^2 (Chi-square) 검증과 빈도분석 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 연구대상자의 일반적 특성

본 연구의 연구대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다.

Table 1. The descriptive characteristics of respondents

		N (%)
Age	20s	81 (20.3)
	30s	182 (45.5)
	40s	103 (25.8)
	50s	32 (8.0)
	60s	2 (0.5)
	Total	400 (100.0)
Educational Attainment	High school graduate	135 (33.8)
	College degree	90 (22.5)
	Bachelor's degree	163 (40.8)
	Graduate or professional degree	12 (3.0)
	Total	400 (100.0)
Marriage Status	Unmarried	160 (40.0)
	Married	227 (56.8)
	Unknown	13 (3.3)
	Total	400 (100.0)
Occupations*	Inoccupation	95 (24.1)
	office and related occupations	97 (24.6)
	Service occupations	57 (14.4)
	Professional occupations	82 (20.8)
	Manufacturing occupations	6 (1.5)
	The others	58 (14.7)
	Total	395 (100.0)
Average Monthly Incomes* (Won)	Less than 2 million	107 (27.2)
	2-3 million	117 (29.8)
	3-4 million	75 (19.1)
	4-5 million	50 (12.7)
	Over 5 million	44 (11.2)
	Total	393 (100.0)

* means that the results without missing values

응답자의 연령 분포는 30대가 45.5%로 가장 높게 나타났으며, 40대 25.8%, 20대 20.3%, 50대 8.0%, 60대 0.5% 순이었다. 교육 수준은 대졸이 40.8%로 가장 많았으며, 다음으로 고졸 33.8%, 전문대졸이 22.5%, 대학원 이상이 3% 순으로 대부분 고학력자였다.

결혼 상태는 56.8%의 응답자가 기혼으로 미혼 40.0%보다 많았다. 직업은 사무직이 24.6%로 가장 높은 비중을 차지했고, 다음으로 가정주부가 24.1%, 전문직 20.8%, 서비스직 14.4%, 기타 14.7%, 생산직 1.5%로 순으로 나타났다.

가정의 소득 수준은 200~300만원이 29.8%로 가장 높은 비중을 차지했고, 다음으로 200만원 미만 27.2%, 300~400만원 19.1%, 400~500만원 12.7%, 500만원이상 11.2% 순으로 나타났다.

2. 아로마 에센셜오일의 인지도 및 지식도

1) 아로마에 대해 들어본 경험

아로마에 대해 들어본 적이 있는지 살펴본 결과는 <Table 2>와 같다. <Table 2>에서 보는 바와 같이 아로마에 대해 들어본 적이 있다가 대부분을 차지하였고, 학력에 따라서는 고학력일수록 아로마를 들어본 경험이 대체로 높은 것으로 나타나 통계적 유의성이 있었다($p < 0.05$).

위의 결과는 대부분의 일반인들도 아로마에 대해 인지도가 상당히 높음을 나타내고 있다. 이는 아로마테라피가 대중화가 되었음을 보여주는 부분으로 김미옥(2008)의 연구와 같은 결과가 나타났다.

Table 2. The understanding for the aroma

Unit : N(%)

		Know about	Never heard of	Total	X2	p
Age	20s	70(88.6)	9(11.4)	79(100)	2.466	0.651
	30s	168(92.3)	14(7.7)	182(100)		
	40s	90(87.4)	13(12.6)	103(100)		
	50s	28(87.5)	4(12.5)	32(100)		
	60s	2(100)	0(0)	2(100)		
	Total	358(89.9)	40(10.1)	398(100)		
Educational Attainment	High school graduate	113(83.7)	22(16.3)	135(100)	10.502	.015*
	College degree	84(95.5)	4(4.5)	88(100)		
	Bachelor's degree	149(91.4)	14(8.6)	163(100)		
	Graduate or professional degree	12(100)	0(0)	12(100)		
	Total	358(89.9)	40(10.1)	398(100)		
Marriage Status	Unmarried	135(85.4)	23(14.6)	158(100)	5.892	0.053
	Married	211(93)	16(7)	227(100)		
	Unknown	12(92.3)	1(7.7)	13(100)		
	Total	358(89.9)	40(10.1)	398(100)		
Occupations	Inoccupation	92(96.8)	3(3.2)	95(100)	11.012	0.051
	office and related occupations	83(85.6)	14(14.4)	97(100)		
	Service occupations	52(91.2)	5(8.8)	57(100)		
	Professional occupations	71(88.8)	9(11.3)	80(100)		
	Manufacturing occupations	4(66.7)	2(33.3)	6(100)		
	The others	51(87.9)	7(12.1)	58(100)		
	Total	353(89.8)	40(10.2)	393(100)		
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	95(90.5)	10(9.5)	105(100)	3.647	0.456
	2-3 million	100(85.5)	17(14.5)	117(100)		
	3-4 million	69(92)	6(8)	75(100)		
	4-5 million	46(92)	4(8)	50(100)		
	Over 5 million	41(93.2)	3(6.8)	44(100)		
	Total	351(89.8)	40(10.2)	391(100)		

* : $p < 0.05$

2) 아로마 효능에 대한 인지 정도

Table 3. The understanding for the effects of aroma

Unit : N(%)

		Very much	Somewhat	Undecided	Not really	Not at all	Total	X ²	p
Age	20s	2(2.5)	8(10)	33(41.3)	28(35)	9(11.3)	80(100)	9.538	0.89
	30s	2(1.1)	17(9.3)	79(43.4)	63(34.6)	21(11.5)	182(100)		
	40s	2(1.9)	8(7.8)	43(41.7)	36(35)	14(13.6)	103(100)		
	50s	2(6.3)	6(18.8)	9(28.1)	12(37.5)	3(9.4)	32(100)		
	60s	0(0)	0(0)	1(50)	1(50)	0(0)	2(100)		
	Total	8(2)	39(9.8)	165(41.4)	140(35.1)	47(11.8)	399(100)		
Educational Attainment	High school graduate	4(3)	4(3)	45(33.6)	55(41)	26(19.4)	134(100)	52.814	.000**
	College degree	0(0)	6(6.7)	34(37.8)	42(46.7)	8(8.9)	90(100)		
	Bachelor's degree	4(2.5)	24(14.7)	81(49.7)	41(25.2)	13(8)	163(100)		
	Graduate or professional degree	0(0)	5(41.7)	5(41.7)	2(16.7)	0(0)	12(100)		
	Total	8(2)	39(9.8)	165(41.4)	140(35.1)	47(11.8)	399(100)		
Marriage Status	Unmarried	4(2.5)	16(10.1)	63(39.6)	50(31.4)	26(16.4)	159(100)	13.644	0.092
	Married	3(1.3)	23(10.1)	98(43.2)	82(36.1)	21(9.3)	227(100)		
	Unknown	1(7.7)	0(0)	4(30.8)	8(61.5)	0(0)	13(100)		
	Total	8(2)	39(9.8)	165(41.4)	140(35.1)	47(11.8)	399(100)		
Occupations	Inoccupation	0(0)	7(7.4)	38(40)	46(48.4)	4(4.2)	95(100)	50.85	.000**
	office and related occupations	2(2.1)	4(4.1)	39(40.2)	34(35.1)	18(18.6)	97(100)		
	Service occupations	1(1.8)	2(3.5)	26(45.6)	22(38.6)	6(10.5)	57(100)		
	Professional occupations	2(2.4)	19(23.2)	29(35.4)	21(25.6)	11(13.4)	82(100)		
	Manufacturing occupations	0(0)	0(0)	2(33.3)	4(66.7)	0(0)	6(100)		
	The others	3(5.2)	6(10.3)	29(50)	12(20.7)	8(13.8)	58(100)		
Total	8(2)	38(9.6)	163(41.3)	139(35.2)	47(11.9)	395(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	3(2.8)	10(9.3)	36(33.6)	46(43)	12(11.2)	107(100)	37.293	.002**
	2-3 million	2(1.7)	4(3.4)	46(39.7)	44(37.9)	20(17.2)	116(100)		
	3-4 million	2(2.7)	6(8)	31(41.3)	27(36)	9(12)	75(100)		
	4-5 million	1(2)	7(14)	28(56)	12(24)	2(4)	50(100)		
	Over 5 million	0(0)	12(27.3)	19(43.2)	10(22.7)	3(6.8)	44(100)		
	Total	8(2)	39(9.9)	160(40.8)	139(35.5)	46(11.7)	392(100)		

** : p<0.005

아로마 효능에 대한 인지 정도를 살펴본 결과는 <Table 3>과 같이 아주 잘 알고 있지 않은 것으로 나타났다.

연령별과 결혼 상태에서는 통계적인 유의성을 찾아볼 수 없었으나, 학력별, 직업별, 소득 수준별로 아로마 효과에 대한 인식 정도는 통계적으로 유의성이 나타났다.($p < 0.005$)

학력별로는 대학원 이상에서만 아로마의 효과에 대해서 잘 알고 있었고, 직업별로는 사무직, 서비스직, 전문직에서는 보통으로 알고 있었으며, 소득 수준에서는 200만원이상에서 보통으로 알고 있었다.

이는 김영미(2008)의 연구와 같은 결과를 나타내고 있는데, 아로마 인지정도에 비해 실제 효능에 대해서는 잘 알고 있지 않은 것으로 나타났는데, 이는 아로마 에센셜오일에 대한 교육이 부족하기 때문으로 사료되며, 체계적인 교육 시스템을 통해서 전문적인 교육이 필요하다고 생각된다.

3) 아로마 인지 경로

아로마에 대한 정보 습득 경로는 <Table 4>에서 보는 바와 같이 대중매체가 45.1%로 가장 높게 나타났다.

학력, 결혼상태, 직업, 소득 수준에서 통계적으로 유의성이 나타났는데, 학력별로는 4년제 대학교 졸업자들까지는 주로 대중매체를 통해서 관련 정보를 얻고 있는 것으로 나타났으며, 대학원 이상 학력을 지닌 응답자들은 전문 매장에서 해당 정보를 얻는 것으로 나타났다($p < 0.05$).

결혼 상태와 상관없이 대부분의 응답자 역시, 대중 매체를 통해 아

로마 관련 정보를 얻고 있는 것으로 나타났으며 ($p < 0.005$), 직업별로도 직업의 구분 없이 대부분이 대중 매체에 정보를 의존하고 있었다($p < 0.05$). 소득 수준에 따른 정보 습득 경로는 대부분이 대중 매체로 나타났지만 500만원이상의 소득을 가진 응답자들은 전문 매장을 통해 아로마 정보를 얻고 있는 것으로 나타난 것은($p < 0.005$) 예전에 비하여 아로마 관련 전문매장이 활성화되었음을 나타내고 있다고 사료된다.

일반인들이 아로마를 인지하는데는 대중매체가 큰 역할을 하고 있는 것을 알 수 있었다. 이는 대중매체가 아로마의 대중화에 얼마나 큰 기여를 했는지 알 수 있다. 이와 유사한 결과로 임연주(2009)의 연구에서도 '매스미디어'가 31.5%로 높게 나왔다. 반면 정은정(2011), 남희정(2009)의 연구에서는 각각 '에센셜교육 프로그램'이 46.8%, 피부관리실이 43.6%로 나타났는데, 이는 연구에 참여 했던 조사 대상 선정에 따른 결과라 사료된다.

Table 4. The routes for getting information of aroma

Unit : N(%)

		The mass media	Sincere sales	Clinics	Present s	Specializ ed aroma stores	Educatio nal programs	Total	X ²	p
Age	20s	24(35.8)	13(19.4)	4(6)	15(22.4)	10(14.9)	1(1.5)	67(100)	24.546	.0219
	30s	80(48.5)	22(13.3)	1(0.6)	28(17)	23(13.9)	11(6.7)	165(100)		
	40s	44(50)	9(10.2)	2(2.3)	18(20.5)	12(13.6)	3(3.4)	88(100)		
	50s	9(32.1)	8(28.6)	0(0)	8(28.6)	2(7.1)	1(3.6)	28(100)		
	60s	1(50)	0(0)	0(0)	1(50)	0(0)	0(0)	2(100)		
	Total	158(45.1)	52(14.9)	7(2)	70(20)	47(13.4)	16(4.6)	350(100)		
Educational Attainment	High school graduate	58(50.9)	15(13.2)	3(2.6)	22(19.3)	12(10.5)	4(3.5)	114(100)	25.911	.000*
	College degree	37(43.5)	12(14.1)	0(0)	21(24.7)	14(16.5)	1(1.2)	85(100)		
	Bachelor's degree	61(43.9)	21(15.1)	4(2.9)	26(18.7)	19(13.7)	8(5.8)	139(100)		
	Graduate or professional degree	2(16.7)	4(33.3)	0(0)	1(8.3)	2(16.7)	3(25)	12(100)		
	Total	158(45.1)	52(14.9)	7(2)	70(20)	47(13.4)	16(4.6)	350(100)		
Marriage Status	Unmarried	62(44)	25(17.7)	3(2.1)	27(19.1)	18(12.8)	6(4.3)	141(100)	26.726	.000**
	Married	99(47.2)	27(13.7)	2(1)	38(19.3)	29(14.7)	8(4.1)	197(100)		
	Unknown	3(25)	0(0)	2(16.7)	5(41.7)	0(0)	2(16.7)	12(100)		
	Total	158(45.1)	52(14.9)	7(2)	70(20)	47(13.4)	16(4.6)	350(100)		
Occupati ons	Inoccupation office and related occupations	43(50.6)	9(10.6)	0(0)	19(22.4)	12(14.1)	2(2.4)	85(100)	42.691	.015*
	Service occupations	37(46.3)	10(12.5)	1(1.3)	23(28.8)	6(7.5)	3(3.8)	80(100)		
	Professional occupations	23(46.9)	8(16.3)	1(2)	7(14.3)	9(18.4)	1(2)	49(100)		
	Manufacturing occupations	34(45.9)	15(20.3)	0(0)	8(10.8)	10(13.5)	7(9.5)	74(100)		
	The others	3(60)	1(20)	0(0)	1(20)	0(0)	0(0)	5(100)		
Total	156(45.2)	50(14.5)	7(2)	69(20)	47(13.6)	16(4.6)	345(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	47(47)	13(13)	4(4)	12(12)	17(17)	7(7)	100(100)	63.995	.000**
	2-3 million	45(46.4)	9(9.3)	1(1)	28(28.9)	10(10.3)	4(4.1)	97(100)		
	3-4 million	30(44.8)	5(7.5)	2(3)	17(25.4)	10(14.9)	3(4.5)	67(100)		
	4-5 million	26(57.8)	4(8.9)	0(0)	7(15.6)	7(15.6)	1(2.2)	45(100)		
	Over 5 million	8(23.5)	18(52.9)	0(0)	4(11.8)	3(8.8)	1(2.9)	34(100)		
Total	156(45.5)	49(14.3)	7(2)	68(19.8)	47(13.7)	16(4.7)	343(100)			

* : p<0.05

** : p<0.005

4) 아로마 에센셜오일의 지식 정도

<Table 5>는 아로마 에센셜오일에 대한 지식 정도를 나타낸다.

아로마 오일의 향균 작용(55.3%), 긴장 완화 효과(77.4%), 개인의 정신 상태에 따른 다양한 효과(64.7%), 건강한 피부를 위한 효과(73.9%), 피부에 좋은 효과(72.8%) 등 일반적으로 잘 알려진 지식에 대해서는 잘 알고 있었지만, 나머지 전문적 교육을 필요로 하는 항목에 대해서는 정확한 지식을 갖고 있지 않은 것으로 나타났다.

Table 5. The knowledge on the aromatic oils

Unit : N(%)

	Positive	Negative	Undecided	Total
Aromatic oils are extracted from leaves and roots in addition to from flowers or fruits.	166(42)	9(2.3)	220(55.7)	395(100)
Aromatic oils are 100% pure essential oils of the plants.	165(41.7)	33(8.3)	198(50)	396(100)
Aromatic oils are able to use as undiluted solutions.	98(24.9)	109(27.7)	186(47.3)	393(100)
Aromatic oils are able to be kept without concern of the container colors.	32(8.1)	180(45.5)	184(46.5)	396(100)
Aromatic oils show synergistic effects when mixed.	159(40.2)	42(10.6)	195(49.2)	396(100)
Aromatic oils have the antibacterial effects.	220(55.3)	16(4)	162(40.7)	398(100)
Aromatic oils have the wound cure effects.	170(42.7)	31(7.8)	197(49.5)	398(100)
Aromatic oils have the mental relaxation effects.	305(77.4)	4(1)	85(21.6)	394(100)
Aromatic oils show the diverse effects by the individual's mental status.	257(64.7)	11(2.8)	129(32.5)	397(100)
Aromatic oils are helpful for the healthy skin.	294(73.9)	1(0.3)	103(25.9)	398(100)
Aromatic oils are good for a skin.	286(72.8)	3(0.8)	104(26.5)	393(100)

3. 아로마 에센셜오일의 이용현황

1) 아로마 에센셜오일의 사용 여부

Table 6. Whether to use aromatic oils

Unit : N(%)

		Use	Never have been	Total	X ²	p
Age	20s	61(77.2)	18(22.8)	79(100)	6.222	0.183
	30s	153(84.1)	29(15.9)	182(100)		
	40s	86(84.3)	16(15.7)	102(100)		
	50s	22(68.8)	10(31.3)	32(100)		
	60s	2(100)	0(0)	2(100)		
	Total	324(81.6)	73(18.4)	397(100)		
Educational Attainment	High school graduate	106(78.5)	29(21.5)	135(100)	3.696	0.296
	College degree	73(83)	15(17)	88(100)		
	Bachelor's degree	133(82.1)	29(17.9)	162(100)		
	Graduate or professional degree	12(100)	0(0)	12(100)		
	Total	324(81.6)	73(18.4)	397(100)		
Marriage Status	Unmarried	123(77.8)	35(22.2)	158(100)	2.480	0.289
	Married	190(84.1)	36(15.9)	226(100)		
	Unknown	11(84.6)	2(15.4)	13(100)		
	Total	324(81.6)	73(18.4)	397(100)		
Occupation s	Inoccupation	77(81.1)	18(18.9)	95(100)	0.617	0.987
	office and related occupations	79(83.2)	16(16.8)	95(100)		
	Service occupations	45(80.4)	11(19.6)	56(100)		
	Professional occupations	66(80.5)	16(19.5)	82(100)		
	Manufacturing occupations	5(83.3)	1(16.7)	6(100)		
	The others	49(84.5)	9(15.5)	58(100)		
	Total	321(81.9)	71(18.1)	392(100)		
	Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	80(76.9)	24(23.1)		
2-3 million		96(82.1)	21(17.9)	117(100)		
3-4 million		61(81.3)	14(18.7)	75(100)		
4-5 million		45(90)	5(10)	50(100)		
Over 5 million		35(79.5)	9(20.5)	44(100)		
Total		317(81.3)	73(18.7)	390(100)		

<Table 6>은 아로마 에센셜오일의 사용 여부를 나타낸다.

응답자들 대부분은 아로마 에센셜오일을 사용해보았다고 응답하였다.

연령별로는 40대(84.3%)가 교육별로는 대학원이상(100%)이 소득수준별로는 400~500만원사이(90%)가 가장 높게 나타났다. 그러나 각 조건 별로 통계적으로 유의한 결과는 찾아볼 수 없었다.

2) 아로마 에센셜오일을 사용하지 않은 이유

<Table 7>은 아로마 에센셜오일을 사용하지 않는 이유를 나타낸다.

대부분 응답자들은 아로마 에센셜오일을 사용하지 않는 이유가 대부분 '아로마 에센셜오일에 대해 잘 몰라서'를 선택했고, 그 다음으로 높은 가격 등을 그 이유로 선택했지만, 통계적인 유의성을 찾아볼 수는 없었다.

이는 김영미(2008)의 연구와 같은 결과가 나타났다. 아직까지는 아로마를 인지하는 사람들의 비율과 아로마 에센셜오일을 이용하는 사람들의 비율간에 차이를 보이지만 아로마 에센셜오일에 대한 적절한 교육이 이뤄진다면, 아로마를 인지하고 있는 사람들의 비율과 아로마 에센셜오일을 이용하는 사람들의 비율 차이가 별로 없을 것이라 생각된다.

Table 7. The reasons not using aromatic oil

Unit : N(%)

		The absence of informati on	The high cost	The absenc e of effectiv e	A difficul t buy path	The others	Total	X ²	p
Age	20s	16(66.7)	4(16.7)	3(12.5)	0(0)	1(4.2)	24(100)	17.093	0.146
	30s	20(62.5)	7(21.9)	0(0)	1(3.1)	4(12.5)	32(100)		
	40s	15(88.2)	2(11.8)	0(0)	0(0)	0(0)	17(100)		
	50s	9(100)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	9(100)		
	Total	60(73.2)	13(15.9)	3(3.7)	1(1.2)	5(6.1)	82(100)		
Educational Attainment	High school graduate	22(68.8)	8(25)	0(0)	0(0)	2(6.3)	32(100)	9.222	0.324
	College degree	16(80)	3(15)	1(5)	0(0)	0(0)	20(100)		
	Bachelor's degree	22(73.3)	2(6.7)	2(6.7)	1(3.3)	3(10)	30(100)		
	Total	60(73.2)	13(15.9)	3(3.7)	1(1.2)	5(6.1)	82(100)		
Marriage Status	Unmarried	31(77.5)	4(10)	3(7.5)	1(2.5)	1(2.5)	40(100)	14.1	0.079
	Married	28(70)	9(22.5)	0(0)	0(0)	3(7.5)	40(100)		
	Unknown	1(50)	0(0)	0(0)	0(0)	1(50)	2(100)		
	Total	60(73.2)	13(15.9)	3(3.7)	1(1.2)	5(6.1)	82(100)		
Occupations	Inoccupation	14(77.8)	1(5.6)	0(0)	0(0)	3(16.7)	18(100)	18.256	0.571
	office and related occupations	18(72)	5(20)	2(8)	0(0)	0(0)	25(100)		
	Service occupations	8(61.5)	4(30.8)	0(0)	0(0)	1(7.7)	13(100)		
	Professional occupations	10(71.4)	2(14.3)	0(0)	1(7.1)	1(7.1)	14(100)		
	Manufacturing occupations	1(100)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(100)		
	The others	7(77.8)	1(11.1)	1(11.1)	0(0)	0(0)	9(100)		
Total	58(72.5)	13(16.3)	3(3.8)	1(1.3)	5(6.3)	80(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	22(78.6)	3(10.7)	1(3.6)	0(0)	2(7.1)	28(100)	8.503	0.932
	2-3 million	17(68)	4(16)	2(8)	1(4)	1(4)	25(100)		
	3-4 million	11(78.6)	3(21.4)	0(0)	0(0)	0(0)	14(100)		
	4-5 million	6(66.7)	2(22.2)	0(0)	0(0)	1(11.1)	9(100)		
	Over 5 million	4(66.7)	1(16.7)	0(0)	0(0)	1(16.7)	6(100)		
	Total	60(73.2)	13(15.9)	3(3.7)	1(1.2)	5(6.1)	82(100)		

3) 아로마 에센셜오일의 구매 경로

<Table 8>은 아로마 에센셜오일을 구매하는 경로를 나타내는데 대부분 백화점이나 전문매장에서의 구매가 높았다.

백화점이나 전문매장에서의 구매가 가장 많은 연령대는 30대가 44.4%로 가장 높게 나타났고, 학력은 대학원 이상이 66.7%로 나타났으며, 결혼 상태는 기타 63.6%, 기타 직업을 가진 여성이 45.1%로 나타났으나 통계적으로 유의성을 찾을 수는 없었다.

통계적으로 유의한 결과는 소득 수준별 구매 경로였는데 ($p < 0.005$), 400~500만원의 소득 여성이 48.8%로 가장 높게 나타났으며, 300~400만원 47.7%, 200만원이하 43.3%, 500만원이상 37.5%, 200~300만원 36%를 나타냈다. 대부분 전문 매장에서 아로마오일을 구매하는 것으로 나타났지만 그 다음으로 높은 응답으로는 소득이 400만원이하인 응답자들이 기타 방법을 통해 제품을 구매했고, 400만원이상의 소득을 가진 응답자들은 온라인 쇼핑몰 혹은 피부관리실에서 제품을 구입하는 것으로 나타났다.

위의 결과로 볼 때, 아로마 에센셜오일을 사용함에 있어서 본인들이 직접 구입하여 오일의 품질이나 효과적인 측면을 꼼꼼하게 따지게 되는 비중이 늘었다고 사료된다. 남희정(2009)의 연구와 김미옥(2009)의 연구에서도 백화점이나 전문매장에서의 구매가 각각 54.1%, 41.1%로 나타나 같은 결과가 나왔지만, 정은정(2011)의 연구에서는 인터넷 쇼핑몰의 구매 (40.0%)가 높게 나와 결과가 다르게 나타났다. 또한 박미경(2004)의 연구에서는 피부관리실 구매 54.8%와 차이점이 나타나는 것은 박미경의 연구는 피부관리실 이용

자에 한해서 대상자가 한정되어 행해졌기 때문이라 사료된다.

Table 8. The purchase path of aromatic oil

Unit : N(%)

		Online shopping malls	Specialized stores	Skincare salon	The others	Total	X ²	p
Age	20s	14(21.5)	27(41.5)	9(13.8)	15(23.1)	65(100)	9.11	0.694
	30s	27(16.9)	71(44.4)	20(12.5)	42(26.3)	160(100)		
	40s	16(18)	33(37.1)	10(11.2)	30(33.7)	89(100)		
	50s	5(17.2)	12(41.4)	5(17.2)	7(24.1)	29(100)		
	60s	0(0)	0(0)	0(0)	2(100)	2(100)		
	Total	62(18)	143(41.4)	44(12.8)	96(27.8)	345(100)		
Educational Attainment	High school graduate	21(17.6)	39(32.8)	20(16.8)	39(32.8)	119(100)	11.881	0.22
	College degree	16(21.1)	35(46.1)	6(7.9)	19(25)	76(100)		
	Bachelor's degree	24(17.4)	61(44.2)	16(11.6)	37(26.8)	138(100)		
	Graduate or professional degree	1(8.3)	8(66.7)	2(16.7)	1(8.3)	12(100)		
	Total	62(18)	143(41.4)	44(12.8)	96(27.8)	345(100)		
Marriage Status	Unmarried	24(17.9)	55(41)	19(14.2)	36(26.9)	134(100)	5.411	0.492
	Married	38(19)	81(40.5)	25(12.5)	56(28)	200(100)		
	Unknown	0(0)	7(63.6)	0(0)	4(36.4)	11(100)		
	Total	62(18)	143(41.4)	44(12.8)	96(27.8)	345(100)		
Occupations	Inoccupation	14(17.5)	36(45)	6(7.5)	24(30)	80(100)	17.485	0.291
	office and related occupations	17(20.7)	33(40.2)	10(12.2)	22(26.8)	82(100)		
	Service occupations	11(20.8)	20(37.7)	11(20.8)	11(20.8)	53(100)		
	Professional occupations	17(23.9)	29(40.8)	10(14.1)	15(21.1)	71(100)		
	Manufacturing occupations	1(20)	2(40)	0(0)	2(40)	5(100)		
	The others	2(3.9)	23(45.1)	7(13.7)	19(37.3)	51(100)		
Total	62(18.1)	143(41.8)	44(12.9)	98(27.2)	342(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	10(11.1)	39(43.3)	15(16.7)	26(28.9)	90(100)	40.658	.000**
	2-3 million	24(24)	36(36)	8(8)	32(32)	100(100)		
	3-4 million	9(13.8)	31(47.7)	4(6.2)	21(32.3)	65(100)		
	4-5 million	12(27.9)	21(48.8)	1(2.3)	9(20.9)	43(100)		
	Over 5 million	7(17.5)	15(37.5)	14(35)	4(10)	40(100)		
	Total	62(18.3)	142(42)	42(12.4)	92(27.2)	338(100)		

** : p<0.005

4) 아로마 에센셜오일 구매 경로를 택한 이유

<Table 9>는 아로아 에센셜오일의 구매 경로를 선택한 이유를 나타낸다.

온라인 쇼핑몰은 구입의 편리성 (56.5%)이, <Table 8>에서 가장 높은 응답을 보였던 전문 매장은 제품의 신뢰 (39.3%), 피부 관리 실은 구입의 편리성 (35%)이 가장 큰 이유로 나타났다 ($p < 0.005$).

Table 9. The reasons to select the purchase path for aromatic oil

Unit : N(%)

	To get more specific information of aromatherapy	A reliable products	Easy to purchase	A inexpensive cost	The others	Total	X ²	p
Online shopping malls	6(9.7)	4(6.5)	35(56.5)	15(24.2)	2(3.2)	62(100)	227.186	.000**
Specialized stores	40(28.6)	55(39.3)	39(27.9)	1(0.7)	5(3.6)	140(100)		
Skincare salon	9(22.5)	12(30)	14(35)	2(5)	3(7.5)	40(100)		
The others	4(4.5)	18(20.2)	8(9)	2(2.2)	57(64)	89(100)		
Total	59(17.8)	89(26.9)	96(29)	20(6)	67(20.2)	331(100)		

** : $p < 0.005$

<Table 10>은 일반적 특성에 따른 구매처를 선택하는 이유에 대해 나타낸다.

대부분 응답자가 구입의 편리성과 믿을 수 있는 제품 때문이라고 응답하였지만 통계적인 유의성을 찾아볼 수는 없었다.

Table 10. The reasons for choose a place of purchase

Unit : N(%)

		To get more specific information of armatherapy	Available products	Easy to purchase	A inexpensive cost	The others	Total	X ²	p
Age	20s	7(11.1)	19(30.2)	19(30.2)	5(7.9)	13(20.6)	63(100)	13.65	0.625
	30s	34(21.4)	42(26.4)	46(28.9)	9(5.7)	28(17.6)	159(100)		
	40s	14(16.3)	17(19.8)	24(27.9)	7(8.1)	24(27.9)	86(100)		
	50s	5(18.5)	10(37)	7(25.9)	0(0)	5(18.5)	27(100)		
	60s	0(0)	1(50)	0(0)	0(0)	1(50)	2(100)		
	Total	60(17.8)	89(26.4)	96(28.5)	21(6.2)	71(21.1)	337(100)		
Educational Attainment	High school graduate	17(14.3)	24(20.2)	33(27.7)	10(8.4)	35(29.4)	119(100)	15.863	0.198
	College degree	11(15.1)	19(26)	26(35.6)	4(5.5)	13(17.8)	73(100)		
	Bachelor's degree	29(21.8)	42(31.6)	34(25.6)	7(5.3)	21(15.8)	133(100)		
	Graduate or professional degree	3(25)	4(33.3)	3(25)	0(0)	2(16.7)	12(100)		
	Total	60(17.8)	89(26.4)	96(28.5)	21(6.2)	71(21.1)	337(100)		
Marriage Status	Unmarried	21(16)	39(29.8)	35(26.7)	6(4.6)	30(22.9)	131(100)	6.307	0.613
	Married	36(18.5)	49(25.1)	56(28.7)	15(7.7)	39(20)	195(100)		
	Unknown	3(27.3)	1(9.1)	5(45.5)	0(0)	2(18.2)	11(100)		
	Total	60(17.8)	89(26.4)	96(28.5)	21(6.2)	71(21.1)	337(100)		
Occupations	Inoccupation	15(19.2)	27(34.6)	19(24.4)	5(6.4)	12(15.4)	78(100)	24.799	0.209
	office and related occupations	6(7.1)	23(27.4)	27(32.1)	6(7.1)	22(26.2)	84(100)		
	Service occupations	10(20.8)	9(18.8)	17(35.4)	5(10.4)	7(14.6)	48(100)		
	Professional occupations	20(29)	13(18.8)	17(24.6)	2(2.9)	17(24.6)	69(100)		
	Manufacturing occupations	1(20)	2(40)	1(20)	0(0)	1(20)	5(100)		
	The others	7(14.3)	14(28.6)	15(30.6)	3(6.1)	10(20.4)	49(100)		
Total	59(17.7)	88(26.4)	96(28.8)	21(6.3)	69(20.7)	333(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	15(16.7)	22(24.4)	28(31.1)	5(5.6)	20(22.2)	90(100)	22.264	0.135
	2-3 million	16(16.8)	23(24.2)	29(30.5)	7(7.4)	20(21.1)	95(100)		
	3-4 million	15(23.8)	19(30.2)	7(11.1)	6(9.5)	16(25.4)	63(100)		
	4-5 million	5(11.6)	12(27.9)	20(46.5)	1(2.3)	5(11.6)	43(100)		
	Over 5 million	9(23.1)	13(33.3)	8(20.5)	2(5.1)	7(17.9)	39(100)		
	Total	60(18.2)	89(27)	92(27.9)	21(6.4)	68(20.6)	330(100)		

5) 아로마 에센셜오일 구매 기준

Table 11. The purchasing standards for aromatic oil

Unit : N(%)

		Cost	Quality	Effects	Ease of purchase	Advice by surrounding	Total	X2	p
Age	20s	4(6.1)	9(13.6)	36(54.5)	3(4.5)	14(21.2)	66(100)	33.85	.006*
	30s	2(1.2)	20(12.3)	117(72.2)	6(3.7)	17(10.5)	162(100)		
	40s	1(1)	5(5.2)	67(69.1)	5(5.2)	19(19.6)	97(100)		
	50s	0(0)	9(32.1)	11(39.3)	2(7.1)	6(21.4)	28(100)		
	60s	0(0)	0(0)	1(50)	0(0)	1(50)	2(100)		
	Total	7(2)	43(12.1)	232(65.4)	16(4.5)	57(16.1)	355(100)		
Educational Attainment	High school graduate	1(0.8)	10(8.3)	82(67.8)	4(3.3)	24(19.8)	121(100)	16.034	0.19
	College degree	2(2.6)	7(9.2)	47(61.8)	4(5.3)	16(21.1)	76(100)		
	Bachelor's degree	3(2.1)	23(15.8)	97(66.4)	8(5.5)	15(10.3)	146(100)		
	Graduate or professional degree	1(8.3)	3(25)	6(50)	0(0)	2(16.7)	12(100)		
	Total	7(2)	43(12.1)	232(65.4)	16(4.5)	57(16.1)	355(100)		
Marriage Status	Unmarried	3(2.1)	17(12.1)	91(65)	9(6.4)	20(14.3)	140(100)	3.229	0.919
	Married	4(2)	25(12.3)	132(65)	7(3.4)	35(17.2)	203(100)		
	Unknown	0(0)	1(8.3)	9(75)	0(0)	2(16.7)	12(100)		
	Total	7(2)	43(12.1)	232(65.4)	16(4.5)	57(16.1)	355(100)		
Occupations	Inoccupation	3(3.5)	7(8.2)	55(64.7)	3(3.5)	17(20)	85(100)	36.131	.015*
	office and related occupations	3(3.7)	18(22)	47(57.3)	1(1.2)	13(15.9)	82(100)		
	Service occupations	0(0)	0(0)	36(72)	7(14)	7(14)	50(100)		
	Professional occupations	0(0)	11(14.9)	50(67.6)	4(5.4)	9(12.2)	74(100)		
	Manufacturing occupations	0(0)	1(20)	3(60)	0(0)	1(20)	5(100)		
	The others	1(1.8)	5(9.1)	39(70.9)	1(1.8)	9(16.4)	55(100)		
	Total	7(2)	42(12)	230(65.5)	16(4.6)	56(16)	351(100)		
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	2(2.1)	9(9.6)	66(70.2)	3(3.2)	14(14.9)	94(100)	13.674	0.623
	2-3 million	3(2.9)	11(10.8)	63(61.8)	7(6.9)	18(17.6)	102(100)		
	3-4 million	0(0)	9(13.4)	48(71.6)	1(1.5)	9(13.4)	67(100)		
	4-5 million	0(0)	6(13.3)	30(66.7)	2(4.4)	7(15.6)	45(100)		
	Over 5 million	2(5)	8(20)	20(50)	2(5)	8(20)	40(100)		
	Total	7(2)	43(12.4)	227(65.2)	15(4.3)	56(16.1)	348(100)		

* : p<0.05

<Table 11>은 아로마 에센셜오일을 구매하는 기준을 나타낸다.

연령대별로는 모든 연령대가 아로마 에센셜오일의 효과가 아로마 에센셜오일의 구매 기준이라고 선택하였다. 20대(21.2%), 40대(19.6%), 60대(50%)는 주변의 권유에 의한 선택이 두 번째로 큰 이유였으며, 30대(12.3%)와 50대(2.1%)는 오일의 품질이 선택의 두 번째 큰 이유였다($p < 0.05$).

학력별, 결혼 상태별, 소득 수준별로 아로마 에센셜오일의 구매 기준 역시 아로마 에센셜오일의 효과 때문이라고 나타났으나, 통계적으로 유의성을 찾을 수 없었다. 또한 직업별로도 모든 직업군에 있어 제품의 효과가 제품 선택의 가장 큰 이유였으며, 역시 제품의 품질과 주변의 조언을 중시하는 것으로 나타났다($p < 0.05$).

위의 결과는 정은정(2011)의 연구와 비슷하게 나타났고, 김종숙(2007)의 연구에서의 오일의 가격이 구매기준인 것과는 차이를 보인다. 이는 예전에 비해 아로마 에센셜오일의 구매기준이 달라진 것을 나타냈고 아로마 에센셜오일의 효과가 예전에 비해 많이 입증되었기 때문에 가격보다는 효능적인 면을 더욱 중요시 하는 것으로 사료된다.

6) 아로마 에센셜오일 이용 이유

<Table 12>은 아로마 에센셜오일을 이용하는 이유를 나타낸다.

대부분의 응답자가 스트레스 완화를 목적으로 아로마 에센셜오일을 사용하는 것으로 나타났다.

Table 12. The reason for using aromatic oil

Unit : N(%)

		Mitigation of skin problems	Obesity management	Muscle relaxation	Stress relief	The others	Total	X2	p
Age	20s	6(10.7)	2(3.6)	8(14.3)	27(48.2)	13(23.2)	56(100)	37.045	.002**
	30s	41(27)	3(2)	12(7.9)	76(50)	20(13.2)	152(100)		
	40s	15(17.4)	7(8.1)	5(5.8)	37(43)	22(25.6)	86(100)		
	50s	8(33.3)	2(8.3)	5(20.8)	7(29.2)	2(8.3)	24(100)		
	60s	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	2(100)	2(100)		
	Total	70(21.9)	14(4.4)	30(9.4)	147(45.9)	59(18.4)	320(100)		
Educational Attainment	High school graduate	18(17.3)	9(8.7)	8(7.7)	33(31.7)	36(34.6)	104(100)	45.539	.000**
	College degree	13(17.1)	1(1.3)	6(7.9)	42(55.3)	14(18.4)	76(100)		
	Bachelor's degree	35(27.3)	4(3.1)	15(11.7)	65(50.8)	9(7)	128(100)		
	Graduate or professional degree	4(33.3)	0(0)	1(8.3)	7(58.3)	0(0)	12(100)		
	Total	70(21.9)	14(4.4)	30(9.4)	147(45.9)	59(18.4)	320(100)		
Marriage Status	Unmarried	25(21)	3(2.5)	12(10.1)	52(43.7)	27(22.7)	119(100)	9.007	0.342
	Married	45(23.8)	10(5.3)	17(9)	89(47.1)	28(14.8)	189(100)		
	Unknown	0(0)	1(8.3)	1(8.3)	6(50)	4(33.3)	12(100)		
	Total	70(21.9)	14(4.4)	30(9.4)	147(45.9)	59(18.4)	320(100)		
Occupations	Inoccupation	17(22.1)	5(6.5)	7(9.1)	36(46.8)	12(15.6)	77(100)	28.609	0.096
	office and related occupations	11(15.3)	6(8.3)	7(9.7)	33(45.8)	15(20.8)	72(100)		
	Service occupations	10(21.7)	1(2.2)	7(15.2)	24(52.2)	4(8.7)	46(100)		
	Professional occupations	19(27.9)	1(1.5)	5(7.4)	31(45.6)	12(17.6)	68(100)		
	Manufacturing occupations	0(0)	1(16.7)	0(0)	1(16.7)	4(66.7)	6(100)		
	The others	12(24.5)	0(0)	4(8.2)	22(44.9)	11(22.4)	49(100)		
Total	69(21.7)	14(4.4)	30(9.4)	147(46.2)	58(18.2)	318(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	19(24.1)	4(5.1)	6(7.6)	31(39.2)	19(24.1)	79(100)	34.538	.005*
	2-3 million	20(22)	4(4.4)	7(7.7)	46(50.5)	14(15.4)	91(100)		
	3-4 million	19(29.7)	5(7.8)	8(12.5)	21(32.8)	11(17.2)	64(100)		
	4-5 million	5(11.6)	1(2.3)	0(0)	24(55.8)	13(30.2)	43(100)		
	Over 5 million	7(19.4)	0(0)	8(22.2)	20(55.6)	1(2.8)	36(100)		
	Total	70(22.4)	14(4.5)	29(9.3)	142(45.4)	58(18.5)	313(100)		

* : p<0.05

** : p<0.005

연령대별로는 60대 이상 응답자를 제외한 모든 연령층이 스트레스 완화를 아로마 에센셜오일 이용의 가장 큰 이유로 응답했으며 ($p < 0.005$), 학력 수준에 따라서도 대학 교육 이상을 받은 응답자들은 아로마 에센셜오일을 스트레스 완화 목적으로 사용하는 것으로 나타났다($p < 0.005$). 소득 수준별로는 500만원이상 소득을 가진 응답자가 스트레스 완화 (55.6%)와 근육 이완 (22.2%)을 아로마 에센셜오일 사용 이유로 응답하여 주로 긴장 완화 목적으로 아로마 에센셜오일을 이용하고 있는 것으로 나타나 통계적으로 유의성을 찾을 수 있었다($p < 0.05$).

결혼 여부 45.9%와 직업별 46.2%도 스트레스 완화 목적으로 아로마 에센셜오일을 이용하는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의성을 찾을 수 없었다.

이는 김영미(2008)의 연구결과(61.5%)와 유사하게 나타났으며, 박미경(2004)의 연구에서 36.8%는 문제성 피부관리 및 비만관리가 가장 높게 나와 결과와 다르게 나타났다. 이런 결과는 피부관리실 이용자를 대상으로 한 연구이기 때문에 나타나는 결과라 사료된다.

7) 아로마 에센셜오일의 가격에 대한 인식

<Table 13>은 아로마 에센셜오일의 가격에 대한 인식 정도를 나타낸다. 연령별, 결혼 상태별로 아로마 에센셜오일의 값이 비싸다고 응답하였지만 통계적인 유의성을 찾아볼 수는 없었다. 이는 문수진(2005), 한은주(2006), 김영미(2008)의 연구와 유사한 결과가 나타나 아로마 에센셜오일의 가격적인 면에서는 경제적으로 부담을 느

끼는 것을 알 수 있었다.

Table 13. The understanding for the price of aromatic oil

Unit : N(%)

		Very expensive	Expensive	Somewhat	Inexpen sive	Total	X ²	p
Age	20s	13(17.3)	36(48)	24(32)	2(2.7)	75(100)	13.857	0.31
	30s	31(17.5)	113(63.8)	31(17.5)	2(1.1)	177(100)		
	40s	15(15.2)	58(58.6)	23(23.2)	3(3)	99(100)		
	50s	6(22.2)	12(44.4)	9(33.3)	0(0)	27(100)		
	60s	1(50)	1(50)	0(0)	0(0)	2(100)		
	Total	66(17.4)	220(57.9)	87(22.9)	7(1.8)	380(100)		
Educational Attainment	High school graduate	19(15.3)	74(59.7)	25(20.2)	6(4.8)	124(100)	18.197	.033*
	College degree	18(20.5)	45(51.1)	25(28.4)	0(0)	88(100)		
	Bachelor's degree	28(17.9)	96(61.5)	31(19.9)	1(0.6)	156(100)		
	Graduate or professional degree	1(8.3)	5(41.7)	6(50)	0(0)	12(100)		
	Total	66(17.4)	220(57.9)	87(22.9)	7(1.8)	380(100)		
Marriage Status	Unmarried	25(16.8)	86(57.7)	34(22.8)	4(2.7)	149(100)	8.77	0.187
	Married	41(18.7)	128(58.4)	48(21.9)	2(0.9)	219(100)		
	Unknown	0(0)	6(50)	5(41.7)	1(8.3)	12(100)		
	Total	66(17.4)	220(57.9)	87(22.9)	7(1.8)	380(100)		
Occupations	Inoccupation	15(16.1)	60(64.5)	17(18.3)	1(1.1)	93(100)	26.848	.030*
	office and related occupations	16(17.4)	59(64.1)	15(16.3)	2(2.2)	92(100)		
	Service occupations	11(20)	33(60)	10(18.2)	1(1.8)	55(100)		
	Professional occupations	17(22.4)	36(47.4)	22(28.9)	1(1.3)	76(100)		
	Manufacturing occupations	0(0)	1(20)	3(60)	1(20)	5(100)		
	The others	6(10.9)	30(54.5)	18(32.7)	1(1.8)	55(100)		
	Total	65(17.3)	219(58.2)	85(22.6)	7(1.9)	376(100)		
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	12(12)	59(59)	25(25)	4(4)	100(100)	36.358	.000**
	2-3 million	24(21.6)	73(65.8)	13(11.7)	1(0.9)	111(100)		
	3-4 million	17(23)	37(50)	18(24.3)	2(2.7)	74(100)		
	4-5 million	7(14.3)	33(67.3)	9(18.4)	0(0)	49(100)		
	Over 5 million	5(12.8)	14(35.9)	20(51.3)	0(0)	39(100)		
	Total	65(17.4)	216(57.9)	85(22.8)	7(1.9)	373(100)		

* : p<0.05

** : p<0.005

하지만 대학원 이상의 학력을 가진 응답자들 50%는 아로마 에센셜오일의 가격에 대해 상대적으로 부담을 덜 느끼는 것으로 나타났다($p < 0.05$). 또한 생산직에 종사하는 응답자($p < 0.05$)와 500만원 이상의 소득을 가진 응답자 역시 제품 가격이 보통 수준이라고 응답하여($p < 0.005$) 통계적으로 유의성을 찾을 수 있었다.

4. 아로마 에센셜오일의 만족도 및 선호도

1) 선호하는 아로마 제품

<Table 14>는 응답자들이 선호하는 아로마테라피 제품을 나타낸다. 아로마테라피 제품은 대부분 천연비누를 선호하는 것으로 나타났다. 연령대별로는 20대(42.6%)와 30대(31.5%)가 높게 조사됐으나 통계적인 유의성은 찾아볼 수 없었다.

학력별로는 전문대 학력을 가진 응답자(32.1%)만이 아로마 에센셜오일을 이용한 방향제 제품을 가장 선호했으며, 그 외에는 모두 천연비누를 선호하는 것으로 나타났고 통계적으로 유의성을 찾을 수 없었다($p < 0.05$). 결혼 상태별로는 미혼이 25.9%, 기혼 36.1%, 기타 33.3%로 천연비누를 선호하는 것으로 나타났으나 통계적인 유의성은 찾을 수 없었다.

직업별로도 무직이 37.6%, 사무직 34.2%, 전문직 31%이 천연비누를 가장 선호했으나, 서비스직(36%)은 질병 완화를 위한 블렌딩 오일을, 생산직(36%)은 아로마 에센셜오일을 이용한 방향제 제품을 선호하는 것으로 나타났다.

Table 14. The favorite aromatherapy products

Unit : N(%)

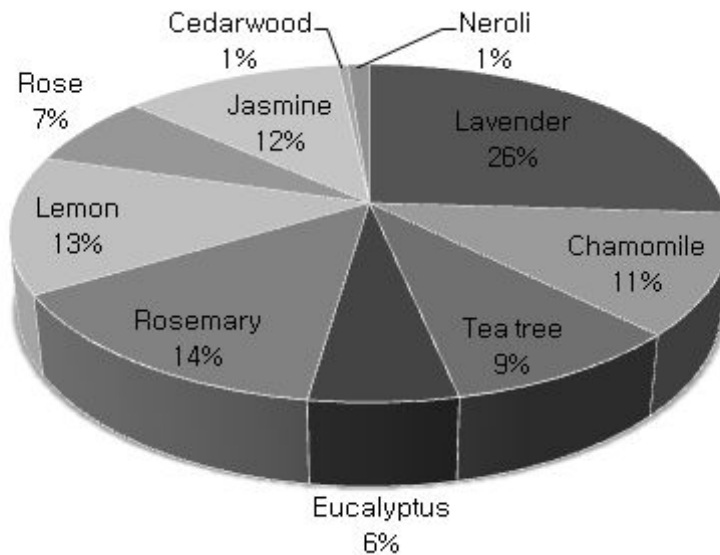
		Organic soaps	Organic cosmetics	The aromatics	Blending oils	The others	Total	X2	p
Age	20s	29(42.6)	11(16.2)	10(14.7)	14(20.6)	4(5.9)	68(100)	23.029	0.113
	30s	53(31.5)	28(16.7)	45(26.8)	32(19)	10(6)	168(100)		
	40s	21(24.7)	21(24.7)	22(25.9)	13(15.3)	8(9.4)	85(100)		
	50s	6(27.3)	9(40.9)	3(13.6)	1(4.5)	3(13.6)	22(100)		
	60s	1(50)	0(0)	0(0)	1(50)	0(0)	2(100)		
	Total	110(31.9)	69(20)	80(23.2)	61(17.7)	25(7.2)	345(100)		
Educational Attainment	High school graduate	34(31.2)	21(19.3)	25(22.9)	16(14.7)	13(11.9)	109(100)	22.136	.036*
	College degree	25(30.9)	7(8.6)	26(32.1)	19(23.5)	4(4.9)	81(100)		
	Bachelor's degree	46(31.9)	37(25.7)	28(19.4)	25(17.4)	8(5.6)	144(100)		
	Graduate or professional degree	5(45.5)	4(36.4)	1(9.1)	1(9.1)	0(0)	11(100)		
	Total	110(31.9)	69(20)	80(23.2)	61(17.7)	25(7.2)	345(100)		
Marriage Status	Unmarried	36(25.9)	29(20.9)	30(21.6)	32(23)	12(8.6)	139(100)	13.71	0.09
	Married	70(36.1)	40(20.6)	44(22.7)	28(14.4)	12(6.2)	194(100)		
	Unknown	4(33.3)	0(0)	6(50)	1(8.3)	1(8.3)	12(100)		
	Total	110(31.9)	69(20)	80(23.2)	61(17.7)	25(7.2)	345(100)		
Occupations	Inoccupation	32(37.6)	20(23.5)	17(20)	10(11.8)	6(7.1)	85(100)	27.914	0.111
	office and related occupations	26(34.2)	11(14.5)	16(21.1)	15(19.7)	8(10.5)	76(100)		
	Service occupations	9(18)	8(16)	10(20)	18(36)	5(10)	50(100)		
	Professional occupations	22(31)	17(23.9)	19(26.8)	9(12.7)	4(5.6)	71(100)		
	Manufacturing occupations	1(20)	1(20)	2(40)	0(0)	1(20)	5(100)		
	The others	18(32.7)	11(20)	16(29.1)	9(16.4)	1(1.8)	55(100)		
Total	108(31.6)	68(19.9)	80(23.4)	61(17.8)	25(7.3)	342(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	31(32.6)	14(14.7)	22(23.2)	14(14.7)	14(14.7)	95(100)	26.407	.049*
	2-3 million	34(34)	14(14)	24(24)	23(23)	5(5)	100(100)		
	3-4 million	22(35.5)	15(24.2)	16(25.8)	8(12.9)	1(1.6)	62(100)		
	4-5 million	13(28.3)	12(26.1)	8(17.4)	10(21.7)	3(6.5)	46(100)		
	Over 5 million	9(25.7)	13(37.1)	7(20)	4(11.4)	2(5.7)	35(100)		
	Total	109(32.2)	68(20.1)	77(22.8)	59(17.5)	25(7.4)	338(100)		

* : $p < 0.05$

소득 수준 별로도 대부분 천연비누를 선호하는 것으로 나타났지만 500만원이상 소득을 가진 응답자들 37.1%가 천연화장품을 선호하는 것으로 나타났다(p<0.05).

선호하는 아로마제품이 천연비누가 높게 나타난 결과는 김미옥 (2008)의 연구와 같은 결과로 일반인들이 아로마와 관련된 제품을 가장 쉽게 접할 수 있는 부분이 천연비누 등과 같은 DIY제품이라는 것을 알 수 있다.

2) 선호하는 아로마 에센셜오일



Unit	Lavender	Chamomile	Tea tree	Eucalyptus	Rosemary	Lemon	Rose	Jasmine	Cedarwood	Neroli	Total
N	248	110	88	54	135	126	67	112	5	11	956
%	25.9	11.5	9.2	5.6	14.1	13.2	7	11.7	0.5	1.2	100

Figure 1. The preferences for essential oils

Figure 1은 응답자들이 선호하는 아로마 에센셜오일을 나타낸다.

가장 선호하는 오일은 라벤더 25.9%로 나타났다. 이는 오수정 (2005) 42.9%, 한은주(2006) 64.5%, 신애자·박권우(2001) 34.0%의 연구와 유사한 결과를 보여주었다. 이런 결과는 부작용이 거의 없고 모든 증상에 무난하게 사용이 가능한 라벤더의 특성과 아로마 에센셜오일 중 비교적 향이 좋기 때문이라 사료된다. 그 다음으로 로즈마리 14.1%, 레몬 13.2%, 자스민 11.7%, 카모마일 11.5%, 티트리 9.2%, 로즈 7%, 유칼립투스 5.6%, 네롤리 1.2%, 시더우드 0.5% 순으로 나타났다.

3) 선호하는 아로마 에센셜오일별 효과

<Table 15>는 아로마 에센셜오일의 효과 사례에 대해 나타낸다.

Table 15. The effect cases of essential oil type

Unit : N(%)

	Laven- der	Cham- omile	Tea tree	Eucal- yptus	Rose mary	Lemon	Rose	Jasmi- ne	Cedar wood	Neroli	Tot- al
Mitigation of skin problems	36(16.8)	13(13.8)	14(18.4)	9(18.4)	18(15.8)	22(21)	13(21)	17(16.5)	0(0)	2(2)	48
Obesity management	5(2.3)	4(4.3)	3(3.9)	1(2)	6(5.3)	7(6.7)	7(11.3)	5(4.9)	0(0)	0(0)	14
Muscle relaxation	12(5.6)	4(4.3)	9(11.8)	8(16.3)	7(6.1)	10(9.5)	3(4.8)	3(2.9)	0(0)	0(0)	20
Stress relief	107(50)	50(53.2)	34(44.7)	21(42.9)	52(45.6)	47(44.8)	29(46.8)	47(45.6)	2(66.7)	5(50)	134
The others	54(25.2)	23(24.5)	16(21.1)	10(20.4)	31(27.2)	19(18.1)	10(16.1)	31(30.1)	1(33.3)	3(30)	66
Total	214(100)	94(100)	76(100)	49(100)	114(100)	105(100)	62(100)	103(100)	3(100)	10(100)	282

모든 오일이 가진 가장 큰 효과는 스트레스 완화로 나타났다. 레몬과 로즈의 경우 피부 문제 완화 효과도 있는 것으로 나타났다 (각각 21%).

4) 아로마 에센셜오일 선호 이유

<Table 16>은 응답자가 특정 아로마 에센셜오일을 선호하는 이유를 나타낸다.

향기가 가장 큰 선택의 이유로 나타났고, 라벤더, 카모마일, 유칼립투스, 로즈마리, 레몬 등은 주변의 권유가 두 번째 이유로, 티트리, 유칼립투스, 로즈, 자스민, 네롤리 등은 해당 에센셜오일의 효과가 선택의 두 번째 큰 이유로 나타났다.

Table 16. The reasons for choosing specific essential oil type

Unit : N(%)

	Laender	Camille	Tea tree	Eucalyptus	Rosemary	Lemon	Rose	Jasmine	Cedarwood	Neroli	Total
Good fragrance	121(51.9)	45(44.6)	25(31.6)	18(36)	71(54.2)	71(66.8)	34(54)	51(47.2)	2(50)	6(54.5)	150
Personal preference	30(12.9)	13(12.9)	9(11.4)	8(16)	16(12.2)	19(15.2)	6(9.5)	13(12)	0(0)	0(0)	38
Recommendation by surrounding	42(18)	25(24.8)	21(26.6)	12(24)	27(20.6)	19(15.2)	5(7.9)	16(14.8)	0(0)	1(9.1)	56
Inexpensive price	2(0.9)	2(2)	2(2.5)	0(0)	0(0)	4(3.2)	5(7.9)	3(2.8)	0(0)	1(9.1)	7
Effects	38(16.3)	16(15.8)	22(27.8)	12(24)	17(13)	12(9.6)	13(20.6)	25(23.1)	2(50)	3(27.3)	56
	233(100)	101(100)	79(100)	50(100)	131(100)	125(100)	63(100)	108(100)	4(100)	11(100)	307(100)

5) 아로마 피부 관리 경험

Table 17. Whether of an experience for aromatherapy skin care

Unit : N(%)

		Has experience	No experience	Total	X2	p
Age	20s	28(36.8)	48(63.2)	76(100)	5.095	0.278
	30s	79(43.9)	101(56.1)	180(100)		
	40s	32(32.3)	67(67.7)	99(100)		
	50s	12(38.7)	19(61.3)	31(100)		
	60s	0(0)	2(100)	2(100)		
	Total	151(38.9)	237(61.1)	388(100)		
Educational Attainment	High school graduate	46(35.7)	83(64.3)	129(100)	1.437	0.697
	College degree	33(37.5)	55(62.5)	88(100)		
	Bachelor's degree	67(41.9)	93(58.1)	160(100)		
	Graduate or professional degree	5(45.5)	6(54.5)	11(100)		
	Total	151(38.9)	237(61.1)	388(100)		
Marriage Status	Unmarried	64(41.3)	91(58.7)	155(100)	1.061	0.588
	Married	81(36.8)	139(63.2)	220(100)		
	Unknown	6(46.2)	7(53.8)	13(100)		
	Total	151(38.9)	237(61.1)	388(100)		
Occupation s	Inoccupation	36(38.7)	57(61.3)	93(100)	6.983	0.222
	office and related occupations	45(47.4)	50(52.6)	95(100)		
	Service occupations	20(37)	34(63)	54(100)		
	Professional occupations	23(28.8)	57(71.3)	80(100)		
	Manufacturin g occupations	2(33.3)	4(66.7)	6(100)		
	The others	24(43.6)	31(56.4)	55(100)		
	Total	150(39.2)	233(60.8)	383(100)		
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	36(34.3)	69(65.7)	105(100)	9.615	.047*
	2-3 million	40(35.1)	74(64.9)	114(100)		
	3-4 million	29(39.2)	45(60.8)	74(100)		
	4-5 million	15(34.1)	29(65.9)	44(100)		
	Over 5 million	26(59.1)	18(40.9)	44(100)		
	Total	146(38.3)	235(61.7)	381(100)		

* : p<0.05

<Table 17>은 아로마 에센셜오일을 이용하여 피부 관리를 받은 경험 정도를 나타낸다.

연령별, 직업별, 결혼 상태별, 직업별, 소득 수준별로 과반수가 넘는 응답자가 경험이 없다고 응답하였지만, 500만원이상의 소득을 가진 응답자들에서만 아로마 에센셜오일을 이용하여 피부관리를 받은 경험이 더 많은 것으로 조사되었고(59.1%), 통계적으로 유의성을 찾을 수 있었다($p < 0.05$).

6) 아로마 피부 관리 만족도

<Table 18>은 아로마 에센셜오일을 이용한 피부 관리에 대한 만족도를 나타낸다. 대부분 '만족한다'라는 결과가 나왔고, 모정희(2007)과 한은주(2006)의 연구에서도 각각 54.8%, 52.0%의 만족한다는 동일한 결과가 나왔다.

연령별로는 대부분 만족감(49.7%)을 나타냈다. 20대가 64.7%로 가장 높게 나타났고, 30대 53.4%, 50대 33.3%가 만족감을 나타냈지만 40대(38.1%)는 보통 수준의 만족도를 보였고, 통계적으로 유의성을 찾을 수 있었다($p < 0.05$).

교육별로는 대학원 이상이 66.7%가 만족한다가 가장 많이 나왔고, 대학교졸 54.8%, 전문대졸 50.0%, 고졸 41.9% 순으로 만족감을 나타냈는데, 학력이 높을수록 만족감을 더 느끼는 것으로 조사되었으나 통계적인 유의성은 찾을 수 없었다.

결혼 상태별로는 기혼이 51.5%, 직업별로 무직이 61.4%, 소득 수준별로 200~300만원 사이 59.2%가 만족감이 높게 나왔으나 통계적인 유의성은 찾을 수 없었다.

Table 18. The satisfaction for the aromatherapy skin care

Unit : N(%)

		Very satisfy	Satisfy	Somewhat	Undecided	Total	χ^2	p
Age	20s	3(8.8)	22(64.7)	7(20.6)	2(5.9)	34(100)	18.425	.031*
	30s	5(5.7)	47(53.4)	20(22.7)	16(18.2)	88(100)		
	40s	2(4.8)	15(35.7)	16(38.1)	9(21.4)	42(100)		
	50s	4(26.7)	5(33.3)	4(26.7)	2(13.3)	15(100)		
	Total	14(7.8)	89(49.7)	47(26.3)	29(16.2)	179(100)		
Educational Attainment	High school graduate	6(9.7)	26(41.9)	20(32.3)	10(16.1)	62(100)	10.553	0.308
	College degree	0(0)	19(50)	10(26.3)	9(23.7)	38(100)		
	Bachelor's degree	8(11)	40(54.8)	15(20.5)	10(13.7)	73(100)		
	Graduate or professional degree	0(0)	4(66.7)	2(33.3)	0(0)	6(100)		
	Total	14(7.8)	89(49.7)	47(26.3)	29(16.2)	179(100)		
Marriage Status	Unmarried	7(9.7)	34(47.2)	20(27.8)	11(15.3)	72(100)	4.324	0.633
	Married	6(5.9)	52(51.5)	27(26.7)	16(15.8)	101(100)		
	Unknown	1(16.7)	3(50)	0(0)	2(33.3)	6(100)		
	Total	14(7.8)	89(49.7)	47(26.3)	29(16.2)	179(100)		
Occupations	Inoccupation	1(2.3)	27(61.4)	9(20.5)	7(15.9)	44(100)	21.354	0.126
	office and related occupations	3(5.5)	29(52.7)	10(18.2)	13(23.6)	55(100)		
	Service occupations	4(19)	11(52.4)	4(19)	2(9.5)	21(100)		
	Professional occupations	2(6.5)	11(35.5)	13(41.9)	5(16.1)	31(100)		
	Manufacturing occupations	0(0)	1(50)	1(50)	0(0)	2(100)		
	The others	4(16)	10(40)	9(36)	2(8)	25(100)		
	Total	14(7.9)	89(50)	46(25.8)	29(16.3)	178(100)		
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	4(10.3)	14(35.9)	11(28.2)	10(25.6)	39(100)	9.715	0.641
	2-3 million	3(6.1)	29(59.2)	9(18.4)	8(16.3)	49(100)		
	3-4 million	3(8.1)	20(54.1)	8(21.6)	6(16.2)	37(100)		
	4-5 million	0(0)	9(56.3)	5(31.3)	2(12.5)	16(100)		
	Over 5 million	4(12.5)	16(50)	9(28.1)	3(9.4)	32(100)		
	Total	14(8.1)	88(50.9)	42(24.3)	29(16.8)	173(100)		

* : $p < 0.05$

7) 건강한 생활을 위한 아로마 피부 관리

Table 19. The opinions on the aromatherapy skin care for the healthy life

							Unit : N(%)			
		Very recom- mended	Recom- mended	Somewhat	Not recom- mended	Undecided	Total	Σ	p	
Age	20s	8(10.4)	43(55.8)	12(15.6)	1(1.3)	13(16.9)	77(100)	30708	.015*	
	30s	15(8.5)	88(49.7)	47(26.6)	0(0)	27(15.3)	177(100)			
	40s	4(4)	44(43.6)	30(29.7)	1(1)	22(21.8)	101(100)			
	50s	5(16.1)	6(19.4)	7(22.6)	0(0)	13(41.9)	31(100)			
	60s	0(0)	2(100)	0(0)	0(0)	0(0)	2(100)			
	Total	32(8.2)	183(47.2)	96(24.7)	2(0.5)	75(19.3)	388(100)			
Educational Attainment	High school graduate	7(5.4)	54(41.5)	31(23.8)	1(0.8)	37(28.5)	130(100)	19484	0.078	
	College degree	7(7.9)	41(46.1)	23(25.8)	1(1.1)	17(19.1)	89(100)			
	Bachelor's degree	15(9.6)	82(52.2)	40(25.5)	0(0)	20(12.7)	157(100)			
	Graduate or professional degree	3(2.5)	6(5.0)	2(16.7)	0(0)	1(8.3)	12(100)			
	Total	32(8.2)	183(47.2)	96(24.7)	2(0.5)	75(19.3)	388(100)			
Marriage Status	Unmarried	15(9.7)	76(49.4)	38(24.7)	1(0.6)	24(15.6)	154(100)	5259	0.73	
	Married	15(6.8)	102(46.2)	56(25.3)	1(0.5)	47(21.3)	221(100)			
	Unknown	2(15.4)	5(38.5)	2(15.4)	0(0)	4(30.8)	13(100)			
	Total	32(8.2)	183(47.2)	96(24.7)	2(0.5)	75(19.3)	388(100)			
Occupations	Inoccupation	8(8.7)	42(45.7)	23(25)	0(0)	19(20.7)	92(100)	17734	0.605	
	office and related occupations	6(6.4)	49(52.1)	21(22.3)	0(0)	18(19.1)	94(100)			
	Service occupations	5(9.1)	27(49.1)	15(27.3)	0(0)	8(14.5)	55(100)			
	Professional occupations	6(7.4)	35(43.2)	21(25.9)	2(2.5)	17(21)	81(100)			
	Manufacturing occupations	1(16.7)	0(0)	2(33.3)	0(0)	3(50)	6(100)			
	The others	6(10.9)	27(49.1)	14(25.5)	0(0)	8(14.5)	55(100)			
	Total	32(8.4)	180(47)	96(25.1)	2(0.5)	73(19.1)	383(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	6(5.6)	43(40.2)	32(29.9)	0(0)	26(24.3)	107(100)	20657	0.192	
	2-3 million	7(6.3)	62(55.9)	24(21.6)	2(1.8)	16(14.4)	111(100)			
	3-4 million	11(15.1)	30(41.1)	17(23.3)	0(0)	15(20.5)	73(100)			
	4-5 million	3(6.3)	25(52.1)	11(22.9)	0(0)	9(18.8)	48(100)			
	Over 5 million	5(11.9)	22(52.4)	7(16.7)	0(0)	8(19)	42(100)			
	Total	32(8.4)	182(47.8)	91(23.9)	2(0.5)	74(19.4)	381(100)			

* : p<0.05

<Table 19>는 건강한 삶의 질 향상을 위한 아로마 에센셜오일 이용에 대한 추천에 대해서 조사한 것을 나타낸다.

연령별로는 50대만 아로마 피부 관리가 건강한 삶의 질 향상에 미치는 영향을 보통으로 평가하였으며(22.6%), 그 외 연령에서는 아로마 피부 관리가 삶의 질 향상에 도움이 되기 때문에 추천한다고 응답하여, 통계적으로 유의성을 찾을 수 있었다($p < 0.05$). 교육별, 결혼 상태별, 직업별, 소득 수준별로 아로마 피부 관리가 건강한 삶의 질 향상에 도움이 되기 때문에 추천한다고 하였으나, 통계적으로 유의성을 찾을 수는 없었다.

이는 박경선(2009)의 연구와 같은 결과가 나타났다. <Table 18, 19>에서도 알 수 있듯이 아로마를 이용한 피부관리의 만족도가 높게 나타남은 물론 삶에 미치는 영향 또한 긍정적인 반응을 보이고 있다. 즉, 피부관리를 함에 있어서 아로마 에센셜오일을 적극적으로 관리방법에 활용하는 방안을 모색하고 다양한 가격대의 아로마 관리를 준비함으로써 일반인들이 가격의 구애를 받지 않게끔 유도한다면 고객은 물론, 경영자에게도 많은 성과를 나타내리라 본다.

8) 아로마 에센셜오일의 향후 이용 여부

Table 20. The intention on the using aromatic oil in the future

Unit : N(%)

		Will be	Somewhat	Will not be use	Total	X2	p
Age	20s	33(50.8)	30(46.2)	2(3.1)	65(100)	4.842	.774
	30s	89(56.7)	59(37.6)	9(5.7)	157(100)		
	40s	41(47.7)	38(44.2)	7(8.1)	86(100)		
	50s	11(42.3)	13(50)	2(7.7)	26(100)		
	60s	1(50)	1(50)	0(0)	2(100)		
	Total	175(52.1)	141(42)	20(6)	336(100)		
Educational Attainment	High school graduate	49(44.1)	52(46.8)	10(9)	111(100)	8.227	.222
	College degree	39(50.6)	33(42.9)	5(6.5)	77(100)		
	Bachelor's degree	81(59.6)	50(36.8)	5(3.7)	136(100)		
	Graduate or professional degree	6(50)	6(50)	0(0)	12(100)		
	Total	175(52.1)	141(42)	20(6)	336(100)		
Marriage Status	Unmarried	67(51.5)	55(42.3)	8(6.2)	130(100)	2.698	.610
	Married	100(51.3)	84(43.1)	11(5.6)	195(100)		
	Unknown	8(72.7)	2(18.2)	1(9.1)	11(100)		
	Total	175(52.1)	141(42)	20(6)	336(100)		
Occupations	Inoccupation	43(57.3)	29(38.7)	3(4)	75(100)	5.069	.887
	office, and related occupations	40(48.8)	36(43.9)	6(7.3)	82(100)		
	Service occupations	24(52.2)	19(41.3)	3(6.5)	46(100)		
	Professional occupations	38(50.7)	32(42.7)	5(6.7)	75(100)		
	Manufacturing occupations	1(20)	3(60)	1(20)	5(100)		
	The others	27(54)	21(42)	2(4)	50(100)		
Total	173(52)	140(42)	20(6)	333(100)			
Average Monthly Incomes (Won)	Less than 2 million	38(44.2)	42(48.8)	6(7)	86(100)	7.417	.492
	2-3 million	54(57.4)	32(34)	8(8.5)	94(100)		
	3-4 million	33(51.6)	27(42.2)	4(6.3)	64(100)		
	4-5 million	25(54.3)	20(43.5)	1(2.2)	46(100)		
	Over 5 million	23(59)	15(38.5)	1(2.6)	39(100)		
	Total	173(52.6)	136(41.3)	20(6.1)	329(100)		

<Table 20>은 향후 아로마 에센셜오일 사용 의지에 대한 조사를 나타낸다.

응답자 과반수이상인 향후 아로마 에센셜오일을 사용할 것이라고 응답하였지만 통계적인 유의성을 찾아볼 수는 없었다.

연령별로는 30대가 56.7%로 사용한다가 가장 높게 나왔고, 그 다음으로 20대 50.8%로 높게 나왔고, 교육 수준이 전문대졸 이상으로 갈수록 사용한다가 과반수이상 나왔다.

결혼 상태별로는 미혼이 51.5%, 기혼 51.3%, 기타 72.7%가 사용할 것이라고 조사 되었고, 직업별로는 대부분 사용한다라고 조사 되었으나, 생산직에서는 보통이다라고 조사 되었다.

소득 수준별로는 대부분 사용한다가 과반수이상 나왔으나, 200만원미만의 소득 수준(48.8%)에서는 보통이다로 조사 되었다.

아로마 에센셜오일을 사용한 응답자의 비율과 아로마 에센셜오일 재사용의 응답자의 비율이 차이가 나는걸 알 수 있다. 향후 아로마 에센셜오일을 재사용 하지 않는 그룹에 대한 연구가 이루어진다면 아로마 에센셜오일을 이용함에 있어 발생하는 여러 가지 문제점들을 해결하는데 많은 기여를 할 것으로 본다.

V. 결론 및 제언

1. 요약 및 결론

본 연구는 설문을 통하여 일반 여성들을 대상으로 아로마 에센셜 오일의 이용현황과 선호도에 대해 조사하여, 아로마 에센셜오일의 올바른 활용을 통한 저변 확대에 도움이 되고자 한다.

본 연구는 2011년 4월11일부터 5월1일까지 약3주간에 걸쳐 수도권지역에 거주하는 20대에서 60대 여성 400명을 대상으로 조사하여 연구 분석하였다.

본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성은 서울과 경기 지역의 20대~60대의 일반 여성을 중심으로 하였으며, 연령별로 살펴보면 30대가 45.5%로 가장 많았으며 40대는 25.8%, 20대는 20.3%, 50대 이상이 8.5%였으며, 학력별로는 대졸이 40.8%, 고졸 33.8%, 전문대졸 22.5%, 대학원 이상이 3%순이었다. 결혼 상태는 기혼이 56.8%, 미혼 40.0%, 기타가 3.3%였으며, 직업별로는 사무직이 24.6%, 무직 24.1%, 전문직 20.8%, 기타 14.7%, 서비스직 14.4%, 생산직 1.5%순이었다. 소득 수준은 200만원~300만원이 29.8%로 가장 많았으며, 200만원이하가 27.2%, 300만원~400만원 19.1%, 400만

원~500만원 12.7%, 500만원이상이 11.2%순이었다.

둘째, 아로마 에센셜오일의 인지도를 분석하면, 아로마 에센셜오일에 대해 들어본 적이 있는 대상자는 89.9%로 대부분을 차지하였다. 아로마 에센셜오일 인지 경로는 대중매체를 통해서가 45.1%였고 주변의 선물에 의해서도 20%로 나왔다. 아로마 에센셜오일의 효능에 대한 인지 정도는 '보통이다'가 가장 높게 나왔고(41.4%), 아로마 에센셜오일의 평균 작용(55.3%), 긴장 완화(77.4%), 심리적 안정(64.7%), 피부문제 개선효과(72.8%)와 같은 지식은 잘 알고 있었으나 그밖에 아로마 에센셜오일에 관한 지식은 잘 모르는 것으로 나타났다.

셋째, 아로마 에센셜오일의 이용현황은, 아로마 에센셜오일을 사용한 대상자가 81.6%로 대부분이 사용하였으며, 사용하지 않은 이유는 대부분이 아로마 에센셜오일에 대해 잘 몰라서가 73.2%였다. 아로마 에센셜오일의 구매 경로는 백화점이나 전문매장(41.4%)을 주로 이용하였고, 구매 경로를 택한 이유에서는 인터넷은 구입의 편리성(56.5%), 백화점이나 전문매장은 제품의 신뢰(39.3%), 피부 관리실은 구입의 편리성(35.0%)으로 나왔다. 아로마 에센셜오일 구매기준은 아로마 에센셜오일의 효과가 65.4%였고, 스트레스 완화가 45.9%로 아로마 에센셜오일을 이용하는 목적으로 나타났다. 아로마 에센셜오일의 가격은 응답자의 대부분이 '비싸다'라고 하였으나, 대학원 이상에서 50%, 500만원이상의 소득에서 51.3%는 가격이 '보통이다'라고 하였다.

넷째, 아로마 에센셜오일의 선호도를 분석하면, 선호하는 아로마 제품은 천연비누가 31.9%로 가장 높게 나왔고, 방향제 23.2%, 천연 화장품 20.0%, 질병 완화를 위한 블렌딩오일 17.7%, 기타 7.2%순으로 나타났으며, 가장 선호하는 에센셜오일은 향이나 효능 면에서 가장 일반적으로 사용하는 라벤더가 25.9%로 가장 높게 나왔으며, 로즈마리 14.1%, 레몬 13.2%, 자스민 11.7%, 카모마일 11.5%, 티트리 9.2%순으로 나왔다. 선호하는 에센셜오일별 효과는 대부분 스트레스 완화로 나타났고, 에센셜오일의 선호 이유에서 향기가 가장 큰 이유로 나타난 것은 라벤더를 주로 사용하기 때문이라 사료된다.

다섯째, 아로마 에센셜오일의 만족도를 살펴보면, 아로마 에센셜오일을 이용한 피부관리 경험이 대부분 '없다'로 나왔으나, 500만원 이상의 소득에서는 59.1%가 경험이 '있다'로 나왔으며, 학력이 높아질수록 아로마 에센셜오일을 이용한 피부관리 경험의 빈도가 증가하는 것을 알 수 있다. 아로마 에센셜오일을 이용한 피부관리 만족도는 '만족한다'가 49.7%가 나왔으며, 나이가 어릴수록 학력이 높아질수록 '만족한다'의 비중은 증가하는 것으로 나타났다. 건강한 삶의 질 향상을 위한 아로마 에센셜오일 이용은 도움이 된다가 47.2%가 나왔으며, 52.1%가 향후 아로마 에센셜오일을 이용할 것으로 나타났다.

최근 트렌드는 스트레스를 해소하기 위하여 자연친화적인 생활방식을 지향하고 있는 추세이다. 그중 한 가지 방법으로 아로마 에센셜오일을 이용하여 정신적, 신체적인 문제들에 대해 여러 가지 방법을

활용하여 삶의 질을 높이려하고 있다. 본 연구의 조사 결과 아로마 에센셜오일을 이용하여 스트레스나 피부 트러블 등의 활용도가 높았고, 아로마 에센셜오일의 효과나 만족도가 높은 것으로 나타났다. 또한 향후 이용에 긍정적인 결과가 나온 것으로 보아 아로마테라피 분야는 전망이 매우 밝은 것으로 나타난다. 그러나 일부 대상자들의 경우 사용하는 에센셜오일의 기대효과와 실제 에센셜오일의 효과에 차이가 있음을 알 수 있는데, 이런 문제점을 해결하고 에센셜오일의 보편적 사용을 위해서는 에센셜오일의 정확한 이해를 돕기 위한 전문적인 교육이 요구된다.

2. 연구의 한계점 및 제언

첫째, 본 연구는 수도권지역의 20대~60대 일반 여성들을 조사 대상으로 하여, 이 연구의 결과를 우리나라 전 지역과 전체 성인에 대한 결과 분석으로 확대 적용하기에는 한계가 있다.

둘째, 아로마의 인지가 대중화 된 시점에서 일반인들에게 정확한 지식을 체계적으로 전달할 수 있는 전문적인 교육기관과 전문 인력의 양성이 매우 필요하다고 본다. 전문적인 교육을 통한 아로마 에센셜오일의 활용은 아로마 에센셜오일의 활성화에 많은 도움이 될 것으로 기대된다.

셋째, 아로마 에센셜오일의 수요가 급격히 증가함에 따라 인터넷

등에 생겨난 판매처에 품질 관리를 위한 제도적 방안이 시급히 신설되어 일반인의 피해가 없도록 해야 할 것으로 본다.

넷째, 기존의 천연비누나 천연화장품, 방향제 뿐 만 아니라 아로마 제품의 다각적인 연구, 개발이 아로마산업 성장에 중요한 역할을 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

<단행본>

- 김명숙(2006), 림프&아로마 관리학, 훈민사 p143~204
- 권경옥(2002), (이론과 실제)아로마치료, 지구문화사 p13
- 김문주, 김윤정, 전해정, 최성임, 황금순(2008), 아로마테라피,
청구문화사, p15, 34~114
- 권소영, 김성은, 김은정, 김준홍, 유강목(2008),
살바토레의 아로마테라피 완벽가이드, 현문사 p22~339
- 김주덕, 김상진, 김한식, 박경환, 이화순(2004), 신화장품학, 동화기술
p129~140
- 박은진, 송영아, 송유미, 이운지, 한서연(2011),
테라피스트를 위한 아로마테라피 입문, 디자인 허브 p11~99
- 복영옥(2007), 전문가를 위한 아로마테라피, 어드북스 p24~206
- 사공 정규, 김양희(2006), 교과서 아로마테라피, 현문사 p8, 28
- 오수정, 모정희(2009), 아로마 림프 마사지, 구양사 p33
- 이세희(1995), 아로마테라피, 흥익제 p29
- 이성내(2002), 에센셜오일을 이용한 토탈코스메틱, 차송 p18~66

이치현, 임미혜, 이명숙, 박원우, 김경란, 김문주, 김윤정, 김은희,
김재경, 이동자, 이영숙, 이은희, 이지현, 임금숙, 임미라, 황해정
(2009), 아로마테라피, 훈민사 p3~27, 78~185

유강목(2003), 아로마테라피로 뭘 치료해 볼까?, 출판엔디 p264~269

오홍근(2002), 아로마테라피핸드북, (주)양문 p94

조성준(2000), 향기 치료의 기적, 우석 p24~43

최윤정(2006), Gabriel Mojay의 마음을 치유하는 아로마테라피,
군자출판사 p44~82

허정록, 정은영(2011), 생활속의 아로마테라피, 형설라이프 p23~188

한상길(2006), 천연향료백과, 신광출판사 p12~14

<논문>

강태경(2006), 아로마테라피와 스트레스 관리에 관한 연구,
남부대학교 석사논문

김미옥(2008), 일반 소비자의 아로마오일 인지도와 활용도에 관한
연구, 용인대학교 석사논문

김영미(2008), 아로마제품 사용시 활용도와 만족도에 관한 연구,
숙명여자대학교 석사논문

김은실(2010), 청소년들의 아로마 향 선호도와 활용도 및 만족도에
관한 조사 연구, 건국대학교 석사논문

- 김중숙(2007), 에센셜오일의 인지도와 향선호도에 대한 조사 연구,
중앙대학교 석사논문
- 남희정(2009), 아로마 피부관리 이용형태 및 관련 요인에 관한 연구,
숙명대학교 석사논문
- 문수진(2005), 에센셜 오일의 여드름피부 개선효과,
중앙대학교 석사논문
- 박미경(2004), 피부관리실 이용자의 아로마 이용행태 및 관련요인
분석, 대구한의대학교 석사논문
- 박향자(2006), 아로마 DIY제조과정 및 제품효과 만족도에 관한 연구,
조선대학교 석사논문
- 신진희(2002), 피부관리사의 아로마테라피 이용실태 조사, 고신대학교
석사논문
- 오수정(2005), 피부미용을 위한 아로마테라피 이용실태와 효과에
관한 연구, 조선대학교 석사논문
- 임언주(2009), 피부 관리실 이용자들의 아로마테라피 대한 인식도 및
만족도, 대구한의대학교 석사논문
- 정은정(2011), 에센셜 오일의 활용형태와 시행효과에 관한 연구,
숙명여자대학교 석사논문
- 한은주(2006), 대체요법으로서의 아로마트리트먼트 선호도와
만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사논문

<학회지>

- 고혜정 (2006), 아로마테라피의 심리적 효과에 관한 고찰,
대한피부미용학회, 제4권 제2호 p129~141
- 김금희 (1999), 피부 미용인을 위한 아로마테라피의 실태에 관한 연구,
한국미용학회, 제5권 제1호 p95~108
- 모정희, 송미라 (2007), 아로마테라피의 활용실태와 만족에 관한 연구,
대한환경위생공학회, 제22권 제 4호 p45~54
- 박경선 (2009), 아로마테라피에 대한 인식 및 실태 연구,
대한피부미용학회, 제7권 제3호 p225~238
- 박수정 (2003), 음/양 아로마테라피 활용법, 대한피부미용교육학회,
제1권 제3호 p173~176
- 이원경, 이혜경 (2002), 비듬관리를 위한 아로마 에센셜오일에 관한
이론적 연구, 한국미용학회, 제8권 제3호 p93~106
- 이애란 (2009), 피부미용을 위한 에센셜오일의 적용방법,
코리아뷰티디자인학회, 제5권 제2호 p233~242

ABSTRACT

A Study on the Aroma Essential Oils Use and Preferences

Park Jungmin

Major in Skin care and Obesity Management
Department of Cultural Industry
Graduate School of Cultural Industry
Sungshin Women's University

Industrialization and the information-oriented society give many benefits to modern society. However, it cause another adverse effects such as increasing stress to the people because of rapidly societies' developments. For those reason, people's the way for the better life is changing from just taking comfort to getting emotional relaxation. Thus, the well-being has been raised, and there are growing numbers of people who want to be the eco-friendly. Aroma oils which extracted from various plants are safe to use for expected benefits such as skin improvement, relaxation and fragrance methods, and are nature-friendly materials. In accordance with these facts, aromatherapy is a very popular area in these day.

This study was conducted through the survey, and the data

were collected from 20s to 60s women who are living in Seoul and Gyeonggi province through 3 weeks (April 11th to May 1st 2011). The contents of survey were consisted with the awareness, use, preferences and satisfaction of the aroma oils. The aim of this study is to provide basic data for further research which studying aromatherapy.

The result are as following; First, the general characteristics of respondents were that 30s age group (45.5%), undergraduate (40.8%), married (56.8%), white collar (24.6%) and 2-3million of income (29.8%). Second, 89.9 percent of respondents had have knowledge about aroma oils. Especially, the respondents groups who are in the 20-30s age group, higher education, and higher income level (higher than 3 million won) shown higher knowledge of aroma oils than other groups.

Regarding the efficacy of aroma oils, 41.4% of respondents responded as 'undecided'. In particular, the effect as stress relief of aroma oils was the most practical factor (77.4%). Third, 81.6% of respondents used aroma oils, but the others (18.4%) were not use it because they have no knowledge of aroma oils (73.2%). Respondents usually bought the aroma oils at the specialized stores (41.4%) because they expected these store can provide trust to them (39.3%). The biggest criteria for buying products was the effects of aroma oils (65.4%) and, its particular effect such as stress relief (45.9%). Fourth, organic soaps and the type

of lavender oils were the most preference product of aromatic oils (31.9%, 25.9% respectively). Finally, the satisfaction for the aromatherapy was evaluated as satisfy level (49.7%). Furthermore, the perception of the aromatherapy for the well-being was indicated as helpful (47.2%).

As a results, even though people have high level of perception and use for aroma oils, their knowledge of aroma oils were indicated as limited. Therefore, for getting people's interest for aromatherapy, many kind of efforts such as PR or education are demanded.

설문지

안녕하십니까?

먼저 귀중한 시간을 내주셔서 본 조사에 응해주신 귀하께 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 성신여자대학교 문화산업대학원 피부비만관리학 전공 학위 논문을 작성하기 위하여 만들어진 것입니다.

본 설문지의 내용은 “아로마오일의 이용현황 및 선호도에 관한 연구”를 조사하기 위한 것입니다.

본 설문에 응답하신 내용은 무기명으로 처리되어 절대로 연구이외의 목적으로는 사용되지 않을 것이며, 연구의 소중한 자료로 활용되오니 조금 번거로우시더라도 성실하게 답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

여러분의 가정에 항상 건강과 행복이 가득하시길 기원합니다.

다시 한 번 본 연구를 위한 설문 조사에 협조해 주신데 대해 깊은 감사를 드립니다.

성신여자대학교 문화산업대학원
피부비만관리학전공 석사과정

지도교수 : 배현숙

연구자 : 박정민

I. 조사대상자의 일반적 특성

1. 귀하의 나이는? _____세

2. 귀하의 키와 몸무게는?

키 : _____cm

몸무게 : _____kg

3. 귀하의 학력은?

① 고졸

② 전문대졸(재학생포함)

③ 대졸(재학생포함)

④ 대학원 졸업(재학생포함)

4. 귀하의 결혼상태는?

① 미혼

② 기혼

③ 기타(이혼, 사별, 별거 등)

5. 귀하의 직업은?

① 무직(전업주부 포함)

② 사무직

③ 서비스업

④ 전문직

⑤ 생산직

⑥ 기타

6. 귀하의 가족 월 평균 소득은?

① 200만원 미만

② 200~300만원

③ 300~400만원

④ 400~500만원

⑤ 500만원 이상

7. 귀하는 운동을 하십니까?

① 매일

② 주2~3회

③ 주1회

④ 월2회

⑤ 안한다

8. 운동을 하신다면 운동을 한 번 하실 때의 시간은 어느 정도 하십니까?

① 10분 이내

② 10분~30분 이내

③ 30~1시간 이내

④ 1시간 이상

9. 귀하는 음주를 하십니까?

- ① 주 5회 이상 ② 주 3~4회 ③ 주 1~2회
④ 월 1~2회 ⑤ 안한다

10. 1회 음주량은 어느 정도입니까?(소주를 기준으로)

- ① 1~3잔 ② 3~5잔(반병정도) ③ 5~7잔(1병정도)
④ 7~10잔(1병반 정도) ⑤ 10잔 이상(1병반 이상)

11. 귀하는 하루에 흡연을 어느 정도 하십니까?

- ① 1~7개피 ② 반 갑 정도 ③ 한 갑 정도
④ 한 갑 이상 ⑤ 피우지 않는다

11-1. 흡연을 하신다면, 몇 년 정도 피우셨습니까? _____년

11-2. 금연을 하셨다면, 기간이 얼마나 되셨습니까? _____년

II. 아로마오일의 인지도 및 지식도

1. 귀하는 아로마(오일)에 대해 들어본 적 있습니까?

- ① 예 ② 아니오

2. 귀하는 아로마(오일)의 효능에 대하여 얼마나 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 안다 ② 잘 안다 ③ 보통이다.
④ 잘 모른다 ⑤ 전혀 모른다

3. 귀하는 아로마(오일)을 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까?

- ① 매스미디어(인터넷, 신문, 잡지, TV) ② 피부관리실
③ 병원 ④ 선물(가족/친구/동료를 통한)
⑤ 아로마 전문샵(백화점 포함) ⑥ 아로마 관련 교육프로그램

4. 귀하의 아로마오일 사용 용도는?

- ① 웨이셜 케어 ② 바디 케어 ③ 방향제
④ 목욕용품 ⑤ 사우나(대중목욕탕, 찜질방 등)

5. 귀하가 아로마오일을 주로 이용하는 방법은?

- ① 맛사지 ② 목욕(전신욕, 반신욕, 족욕, 좌욕 등)
③ 방향법 ④ 아로마제품 제작(비누, 화장품 등)
⑤ 기타

6. 귀하가 아로마오일을 사용하게 된 이유는 무엇입니까?

- ① 문제성 피부(여드름, 아토피 등) 완화 ② 비만관리
③ 근육이완 ④ 스트레스 완화 ⑤기타

7. 귀하는 아로마오일을 이용하여 직접 제품을 만들어 보신 경험이 있습니까?

- ① 있다 ② 없다

7-1. 만드신 경험이 있다면 주로 만든 제품은?

- ① 천연비누 ② 천연화장품 ③ 목욕용품
④ 방향제 ⑤ 기타

8. 귀하가 사용하는 아로마오일의 종류는?

- ① 1종류 ② 2~4종류 ③ 5~10종류 ④ 11종류 이상

9. 귀하가 사용하는 아로마오일의 평균횟수는?

- ① 매일 ② 주2~3회 ③ 주1회
④ 월1회 ⑤ 기타

10. 아로마오일을 지속적으로 사용한 기간은 어느 정도입니까?

- ① 1달 미만 ② 1달~3달 미만 ③ 3달~6달 미만
④ 6달~1년 미만 ⑤ 1년 이상

1-1. 1번 문항에서 만족하지 않는다는 답을 선택하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 가격이 비싸다 ② 향이 안 좋다 ③ 효능이 없다
- ④ 부작용의 경험이 있다 ⑤ 기타

2. 귀하가 아로마오일 사용 후 가장 많이 효과를 본 경우는?

- ① 문제성 피부관리(여드름, 아토피 등) 완화 ② 비만관리
- ③ 근육이완 ④ 스트레스 완화 ⑤ 기타

3. 귀하는 아로마오일을 사용 후 부작용을 경험하신 적이 있습니까?

- ① 있다 ② 없다

3-1. 부작용을 경험하셨다면 어떤 것이었습니까?

- ① 피부발진(가려움증) ② 불쾌한 냄새로 인한 구토증상
- ③ 두통(어지럼증) ④ 색소침착 ⑤ 기타

3-2. 부작용을 경험하셨을 때 어떻게 해결하셨습니까?

- ① 본인 스스로 해결 ② 구입처를 이용하여 해결
- ③ 병원을 이용하여 해결 ④ 전문가를 이용하여 해결
- ⑤ 기타

4. 다음의 아로마오일 중에서 귀하께서 선호하시는 종류는? (3가지 선택하세요)

- ① 라벤더 ② 카모마일 ③ 티트리 ④ 유칼립투스
- ⑤ 로즈마리 ⑥ 레몬 ⑦ 로즈 ⑧ 자스민
- ⑨ 시더우드 ⑩ 네놀리

4-1. 선택하신 아로마오일을 선호하게 된 이유는 무엇입니까?

- ① 향기가 좋아서 ② 나에게 맞는 아로마오일을 선택하기 때문에
- ③ 주위 사람들이나 상담원의 추천으로 ④ 가격이 저렴해서

⑤ 효능, 효과가 있어서

5. 선호하는 아로마오일의 정확한 효능이나 부작용등 관련 지식을 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 안다 ② 알고 있다 ③ 보통이다
④ 잘 모른다 ⑤ 전혀 모른다

6. 귀하는 아로마오일을 이용하여 만든 제품(비누, 화장품 등)이 일반 제품보다 더 좋다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다
④ 그렇지 않다 ⑤ 잘 모르겠다

6-1. 그렇다고 답하셨다면 아로마오일을 이용한 제품이 일반 제품보다 더 좋다고 생각하는 이유는?

- ① 순수한 향기 ② 보습기능의 우수성
③ 화학물질이 아닌 천연물질 ④ 신체 기능의 향상
⑤ 기타

6-2. 그렇지 않다고 답하셨다면 좋지 않다고 생각하는 이유는?

- ① 향의 지속력이 떨어져서 ② 피부트러블 등 부작용 유발
③ 사용 후 별다른 효과가 없어서 ④ 기타

7. 아로마오일을 이용하여 만든 제품 중 가장 선호하는 제품은 어떤 것입니까?

- ① 천연비누 ② 천연화장품 ③ 방향제
④ 질병 완화를 위한 블렌딩 오일(감기, 비염, 생리통, 우울증 등)
⑤ 기타

8. 아로마오일을 이용하여 피부관리를 받은 적이 있습니까?

- ① 있다 ② 없다

9. 아로마오일을 이용하여 피부관리를 받아보셨다면 그 기간은 어느 정도입니까?

- ① 1달 미만 ② 1달~3달 미만 ③ 3달~6달 미만
- ④ 6달~1년 미만 ⑤ 1년 이상

10. 아로마오일을 이용하여 피부관리를 받은 결과에 대해 만족하십니까?

- ① 매우 만족한다 ② 만족한다 ③ 보통이다
- ④ 만족하지 않다 ⑤ 잘 모르겠다

11. 지금 받고 있는 피부관리를 계속해서 받으실 의향이 있습니까?

- ① 있다 ② 없다
- ③ 잘 모르겠다 ④ 나중에 받을 생각이 있다

12. 귀하는 건강한 생활을 위하여 피부관리실에서 아로마오일을 이용한 관리를 전문적으로 받는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 긍정적이다 ② 긍정적이다 ③ 보통이다
- ④ 부정적이다 ⑤ 잘 모르겠다

13. 귀하는 앞으로도 계속 아로마를 사용하시겠습니까?

- ① 사용할 것이다 ② 그저 그렇다 ③ 사용하지 않을 것이다

14. 귀하는 아로마오일을 다른 사람에게도 권유하고 싶으십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다
- ④ 그렇지 않다 ⑤ 잘 모르겠다

14-1. 다른 사람에게 권유하고 싶지 않다면 무슨 이유입니까?

- ① 효과가 없어서 ② 가격이 비싸서 ③ 구입경로가 불편해서
- ④ 전문적인 지식이 없어서 ⑤ 기타

감사의 글

논문을 시작하면서 마칠 때까지 여러 가지 어려움과 힘든 상황이 많았지만 항상 따뜻한 격려와 진심어린 조언을 아낌없이 주시고 이끌어 주신 배현숙 교수님께 진심으로 감사드립니다.

부족한 부분이 많은 논문을 바쁘신 시간 내어주시면서 꼼꼼하게 살펴주시고 많은 것을 알려주심에 이 글을 빌어 다시 한번 감사드립니다.

늘 인자하신 모습으로 학문에 힘쓸 수 있게 물심양면 도와주시는 안홍석 교수님과 바쁘신 중에 논문을 꼼꼼하게 살펴주시고 심사해주신 이은혜 교수님께도 감사드립니다.

많은 관심과 애정으로 이끌어주신 정진성 본부장님, 허은영 교수님께도 감사드립니다.

힘들고 지칠 때 친언니처럼 따뜻한 위로와 격려를 보내주신 송영아 선생님과 옆에서 많은 도움을 주신 김경미, 조수영 선생님, 그 외에 도움을 주신 여러 선생님들에게도 감사드립니다.

석사 기간 내내 아낌없는 지원과 무한애정을 주고 힘이 되어준 신랑과 부모님, 동생들에게 진심으로 감사드립니다.

2012년 2월

박정민 올림