



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](#)

이은혜 교수지도  
석사학위 청구논문

여고생의 화장품소비행동이 외모관리와  
자아인식에 미치는 효과

2014

성신여자대학교 생애복지대학원  
건강복지학과 피부비만관리학전공  
황 나 예

여고생의 화장품소비행동이 외모관리와  
자아인식에 미치는 효과

이 은 혜 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2014年 7月

성신여자대학교 생애복지대학원  
건강복지학과 피부비만관리학전공

황 나 예

# 인 준 서

황나예의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

심사위원 \_\_\_\_\_인

성신여자대학교 생애복지대학원

## 논문개요

본 연구는 여고생의 화장품 소비행동이 외모관리 관심도와 자아인식 만족도에 미치는 영향에 대해 연구하고자 하였으며, 이를 위하여 부천시지역에 거주하는 여고생 405명을 대상으로 설문조사 하여 STATA(Statistics Data Analysis)12.0 프로그램을 사용하여 분석하였으며 연구의 결과는 다음과 같다.

조사대상자의 기초화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 기초화장품 시작 나이는 전체 평균 12.9세로 나타났으며, 현재 사용하는 기초화장품 개수는 전체 평균 3.6개로 나타났다. 기초화장품 사용주기에 대해서는 매일 사용한다는 응답이 88.40%로 가장 높게 나타났고, 고등학생의 기초화장품 적정 사용수준에 대해서는 전체적으로 에센스까지 사용하는 것이 좋다는 응답이 31.11%로 가장 높게 나타났다.

조사대상자의 색조화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 색조화장품 시작 나이는 전체 평균 15.0세로 나타났으며, 현재 사용하는 색조화장품 개수는 전체 평균 5.4개로 나타났다. 색조화장품 사용주기에 대해서는 매일 사용한다는 응답이 49.88%로 가장 높게 나타났고, 고등학생의 색조화장품 적정 사용수준에 대해서는 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품까지도 사용해도 좋다는 응답이 46.42%로 가장 높게 나타났다.

여고생의 화장품 소비행동과 외모관리 관심도와의 상관분석 결과 외모관리 관심도와 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 기초화장품 시작 나이( $r=-0.1473$ ), 사용하는 기초화장품 개수( $r=0.2708$ ), 기초화장품 사용주기( $r=0.2045$ ), 메이크업 화장품 시작 나이( $r=-0.1594$ ), 사용하는 메이크업 화장품 개수( $r=0.4614$ ), 메이크업 화장품 사용주기( $r=0.2575$ ), 바디화장품 사용 유

무( $r=0.2167$ ), 바디화장품 사용 개수( $r=0.3937$ )로 나타났다. 다음으로 자아인식 만족도와 화장품 소비행동 상관분석 결과 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 바디화장품 사용 유무( $r=0.1200$ ), 바디화장품 사용 개수( $0.1364$ )로 나타났다.

화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향에 대해 분석한 결과 기초화장품 사용 개수가 많을수록, 메이크업 제품 시작 나이가 작을수록, 메이크업 제품 사용 개수가 많을수록, 메이크업 제품 사용주기가 짧을수록, 바디화장품 사용 개수가 많을수록, 체형인식 만족도가 낮을수록 외모관리 관심도는 높다고 할 수 있다. 또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 메이크업 화장품 사용개수( $Beta=0.332$ )으로 나타났다. 다음으로 화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향에 대해 분석한 결과 체형인식에 대한 만족도가 높을수록, 몸무게가 높을수록, 체중감량을 원하는 정도가 높을수록 자아인식 만족도는 높다고 할 수 있다. 또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 몸무게( $Beta=0.281$ )와 체중감량 정도( $Beta=0.234$ )으로 나타났다.

연구결과 본 연구에서 조사한 여고생들의 화장품 소비행태는 외모관리 관심도에 영향을 미치는 요소임을 알 수 있다. 외모관리 관심도가 높은 여고생들은 특히 메이크업 제품을 일찍 접하고, 사용하는 개수도 많은 특징을 나타내고 있다. 또한 본인의 체형인식에 대한 만족도가 낮을 경우 외모관리에 대한 관심이 높게 나타나는 특징을 보인다. 한편으로 여고생의 화장품 소비행태는 자아인식 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 여고생들은 화장품 소비행태 보다는 자신의 체형에 대한 만족도나 신체적 특성에 따라 자아인식 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

# 목 차

## 논문개요

### I. 서 론

- 1. 연구의 필요성 ..... 1
- 2. 연구의 문제 ..... 4

### II. 이론적 배경

- 1. 여성 청소년기 특성 ..... 5
- 2. 여성 청소년의 외모관리 ..... 7
- 3. 여성 청소년의 자아인식 ..... 10
- 4. 화장품의 분류 ..... 13

### III. 연구방법

- 1. 조사대상 및 기간 ..... 21
- 2. 설문지 구성 ..... 21
- 3. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석 ..... 24
- 4. 자료처리 및 분석방법 ..... 26

### IV. 연구결과

- 1. 조사대상자의 일반적 특성 ..... 27
- 2. 조사대상자의 안면 피부상태 ..... 29
- 3. 조사대상자의 기초화장품 사용실태 ..... 55

4. 조사대상자의 색조화장품 사용실태 .....	69
5. 조사대상자의 전신화장품 사용실태 .....	85
6. 조사대상자의 화장품 소비행동과 외모관리 관심도 및 자아인식 만족도와의 상관관계	97
7. 화장품 소비행동이 외모관리 관심도와 자아인식 만족도에 미치는 영향 ...	100
<b>V. 고찰</b> .....	102
<b>VI. 결론 및 요약</b> .....	109

참고문헌

Abstract

부 록

## 표 목 차

<표 1> 화장품의 유형 .....	14
<표 2> 기초 화장품의 사용 목적 .....	16
<표 3> 기초 화장품의 종류 및 효능 .....	17
<표 4> 색조 화장품 사용목적 .....	17
<표 5> 색조화장품의 종류와 기능 .....	18
<표 6> 색조 화장품 품질의 특성 .....	19
<표 7> 바디 화장품 사용목적과 종류 .....	20
<표 8> 설문지 구성 .....	23
<표 9> 연구 개념의 타당도 .....	24
<표 10> 연구개념의 신뢰도 .....	25
<표 11> 설문조사 응답자의 일반적 특성 .....	28
<표 12> 설문조사 응답자의 일반적 특성(계속) .....	28
<표 13> 조사대상자의 피부유형 .....	30
<표 14> 조사대상자의 피부고민 수 .....	32
<표 15> 조사대상자의 피부고민 해결 방법 .....	34
<표 16> 조사대상자의 피부건강을 유지하기 위해 신경써야하는 부분 .....	36
<표 17> 조사대상자의 피부 관리를 하는 이유 .....	38
<표 18> 조사대상자가 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중) .....	40
<표 19> 조사대상자 자신의 체형에 대한 주관적 판단(외적모습) .....	42
<표 20> 조사대상자가 희망하는 체중감량 정도 .....	44
<표 21> 체중관리 방법에 대한 정보습득 방법 .....	46
<표 22> 체중조절을 위해 살이 빠지기 원하는 부위 수 .....	48
<표 23> 체중조절을 위한 방법 1순위 .....	50
<표 24> 체중조절을 위한 방법 2순위 .....	52
<표 25> 체중조절을 위한 방법 3순위 .....	54

<표 26> 기초화장품 시작 나이 .....	56
<표 27> 현재 사용하는 기초화장품 개수 .....	58
<표 28> 기초화장품 사용주기 .....	60
<표 29> 기초화장품 사용 시기 .....	62
<표 30> 기초화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위 .....	64
<표 31> 기초화장품을 사용하는 이유 .....	66
<표 32> 고등학생의 기초화장품 적정 사용수준 .....	68
<표 33> 조사대상자의 색조화장품 시작 나이 .....	70
<표 34> 현재 사용하는 메이크업 제품 개수 .....	72
<표 35> 조사대상자의 색조화장품 사용주기 .....	74
<표 36> 조사대상자의 색조화장품 사용 시기 .....	76
<표 37> 조사대상자의 색조화장품 사용 정도 .....	78
<표 38> 색조화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위 .....	80
<표 39> 색조화장품을 사용하는 이유 .....	82
<표 40> 고등학생의 색조화장품 적정 사용수준 .....	84
<표 41> 조사대상자의 전신화장품 사용 유무 .....	86
<표 42> 전신화장품을 사용하지 않는 이유 .....	87
<표 43> 현재 사용하는 전신화장품 개수 .....	88
<표 44> 전신화장품 사용 시기 .....	90
<표 45> 전신화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위 .....	92
<표 46> 전신화장품 사용주기 .....	94
<표 47> 전신화장품 사용 후 효과 .....	96
<표 48> 화장품 소비행동과 외모관리 관심도와의 상관관계 분석결과 .....	98
<표 49> 화장품 소비행동과 자아인식 만족도와의 상관관계 분석결과 .....	99
<표 50> 화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향(회귀분석) .....	100
<표 51> 화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향(회귀분석) .....	101

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

현재 산업사회를 거쳐 고도의 산업화, 정보화 사회로 변모하면서 인터넷과 매스미디어의 비약적인 발전은 개성화, 다양화라는 시대적 현상을 가져왔으며(김지양, 2012), 소비자의 생활수준 향상과 여성의 사회활동 확대에 따라 다양한 이미지 창조를 위한 수단으로서 화장을 통한 자기연출을 시도하게 되었다(김도연, 2012).

최근 현대사회에서 여성이 화장을 통하여 원만한 대인관계를 유지하려는 경향은 사회문화적 현상으로 정착되었으며, 성인 여성에게만 국한되어 왔던 화장은 점차 청소년들에게도 중요한 요소로 자리 잡게 되었다(엄성희, 2009).

청소년기는 변화와 성장을 거듭하며 외모에 관심을 갖기 시작하는 시기라 할 수 있고, 특히 여학생의 경우는 화장을 직접적으로 경험해봄으로써 아름다워 지고 싶은 욕구를 해결하려고 한다(이혜정, 2011). 이때 여학생은 본인의 자아정체성이 확립되는 중요한 시기임에도 불구하고 TV나 인터넷 등의 영상매체를 통해 전달되는 한국사회의 외모지상주의 가치관이 여학생들에게 신체 및 외모에 집착하게 만들고(이미숙, 2013) 자신의 이미지에 대한 타인의 생각에 따라 긍정적 또는 부정적 자아개념을 갖게 유도 한다(윤수익, 2009).

청소년기의 자아개념, 자아존중감은 중요한 발달단계 자기인식이다. 자아개념이란 자기 자신의 대한 주관적, 객관적 평가 혹은 인식으로 요약한다(강현주, 2011). 즉 자신에 대한 개념이며 이미지를 말하고 남과 비교 한다는 개념이 들어가 있어 사람들이 자신에 대해 전반적으로 어

떻게 느끼느냐 하는 것을 말한다(이민수, 2012). 이렇게 형성된 자아개념들은 자기 자신을 소중히 하고 존중할 줄 아는 자아존중감으로 발달되는데(우현주, 2013) 환경과의 상호작용, 신체적 요소들로 인해 발달되어 심리적으로 자아 감정이 높아지고, 자기주장이 강해지며, 자아만족감이 발달하게 된다(이혜정, 2011). 청소년기 여고생은 이시기에 가치관이 형성되고 확립되므로 자아개념, 자아존중감의 중요성이 더욱더 커지고 있다(박영숙, 2010). 이러한 때 올바른 자아개념을 형성하지 못하면 불안정감, 단절감, 불확실감 등의 감정을 조성하여 통합된 자아를 구축하지 못하게 된다(김문숙, 2010). 이를 요약하면 긍정적 자아개념은 심리적 건강과 사회적성공의 중추역할을 하고, 부정적 자아개념은 사회 부적응이나, 불안으로 이어져 청소년기의 자아개념은 인생여정을 위해 대단히 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다(이민수, 2012).

따라서 자신의 외모와 이미지에 상당한 관심을 나타내는 청소년기는 화장품 사용과 외모관리 행동의 정립에 중요한 시기라 할 수 있으며, 이러한 외모관리로 인해 표출되는 결과는 이들의 자아정체감 형성에 중요한 영향을 미칠 수 있다.

여성청소년과 관련된 연구를 살펴보면, 이미숙(2013)은 여성 청소년의 신체만족도와 외모관리 행동에 대해 연구하였고, 이진영(2013)은 청소년의 외모관리에 대해 연구하였다. 또한 하주연(2011), 김정희(2013), 이혜정(2011)은 화장품 구매행동 및 화장품 사용실태에 집중하여 연구를 진행하였다.

자아정체감과 관련된 연구로 김문숙(2010)은 여성 청소년의 자아실현 인식에 대해 연구하였고, 김희선(2010)의 경우 체형인식 및 만족도에 따른 자아존중감과 스트레스에 미치는 영향에 대해 연구하였고, 정문주

(2013)는 청소년의 신체지각차이와 신체이미지가 신체관리행동과 자아존중감에 미치는 영향에 대하여, 이경희(2012)는 청소년의 외모관심과 외모만족도가 대인관계와 자아존중감에 미치는 영향에 대하여 연구 하였다.

이와 같이 여성청소년의 외모와 자아존중감과 관련된 연구를 통해 외모관리에 대한 관심과 중요성이 증가함에 따라 청소년의 화장품 사용에 대한 올바른 인식을 필요로 하고 있다. 여고생과 관련된 연구는 여성 청소년의 화장품 사용실태, 구매행태, 체형 및 외모관리 등에 대한 연구에 머무르고 있어 아직까지 여고생의 화장품 사용 및 소비행태에 따른 외모관리, 자아인식 등에 미치는 효과에 관한 연구가 미비한 실정이다. 그러므로 본 연구는 여고생의 화장품 사용 및 소비행태를 파악하고 이들의 소비행태가 외모관리와 자아인식에 어떠한 영향을 미치는지 연구하고자 한다.

## 2. 연구의 문제

본 연구는 여고생들을 조사대상으로 안면 피부상태 및 체형인식 만족도와 기초 및 색조화장품 사용실태를 조사하고 이를 바탕으로 여고생의 외모관리와 자아인식에 어떠한 영향을 미치는지에 알아보고 이를 통해 여고생의 올바른 외모관리 및 자아정체감 형성을 위한 방안을 제시하고자 한다.

본 연구의 대한 문제는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반적 특성에 대하여 알아본다.
2. 안면피부상태 및 체형상태에 대하여 알아본다.
3. 외모관리 및 자아존중감에 대하여 알아본다.
4. 기초화장품, 색조화장품 사용실태에 대하여 알아본다.
5. 화장품사용이 외모관리 관심도에 미치는 영향을 알아본다.
6. 화장품사용이 자아인식 만족도에 미치는 영향을 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 여성 청소년기 특성

청소년기는 아동기와 성인기의 특성을 공통적으로 소유하고 신체적으로 급격한 변화를 겪게 되는 인간의 성장 발달 과정 중 한 단계이다(구민주, 2012). 청소년의 대한 정의는 시대의 상황, 학자에 따라 근소한 차이가 있지만, 보통 생물학적인 연령을 기준으로 구분하는 정의는 “청소년은 인간의 성장과정에서 아동기에서 성인기에 이르는 중간 단계”로 정의된다(최윤진, 1992). 우리나라에서의 청소년기는 법령마다 연령 기준이 달라 아직 명확하지 않은 실정인데 아동법지법에서는 18세 미만, 민법에서는 20세 미만, 근로기준법에서는 18세 미만, 청소년보호법에서는 19세 미만, 청소년 기본법에서는 9세에서 24세 이하로 규정하고 있다(김세일, 2013).

청소년들에 대한 이해를 위해 이 시기에 나타나는 특징에 대해 살펴보면, 신체적 성장 면에서 키와 몸무게가 갑자기 증가하고 성장하며, 남·여 모두 인지발달 면에 있어서도 양적인 변화가 수반되는데(윤수익, 2009), 이것은 청소년기의 키, 체중의 급격한 발달과 성적성숙으로 인하여 새로운 자아상 및 행동변화를 형성하는 기초가 되기 때문이다(이혜경, 2011). 더욱이 청소년기는 급격한 신체변화를 경험하게 됨에 따라 자신의 신체 및 외모에 관심을 집중하게 되고, 이성에 대한 관심이 많아지게 되므로, 외모란 청소년기에 굉장히 중요한 위치를 차지하게 된다(백수진, 2011). 특히 성장기 여성 청소년일수록 성인보다 더 많이 외모에 관심을 갖기 때문에 외부로부터 자극과 영향을 많이 받게 된다(이하나, 2014).

여성 청소년들은 자신의 외모가 사회적으로 인정을 받는데 있어서 중요한 역할을 하고 있으며 이것은 TV, 언론에서 여성의 체형은 날씬하고 예뻐야 한다는 고정관념을 심어줌으로 더욱더 고조되고 있다(김새미나, 2010). 이에 따라 외모를 중요시 하고 타인을 크게 인식하기 시작하는데, 유행의 변화에 민감해지며, 외모 중에서도 특히 체형을 가장 많이 의식하게 된다(양미경, 2009). 또한 정서적으로 불안정하며, 독립과 파행의 양면성을 지니고 또래친구들과의 감정을 공유하며 변화에 민감하게 변화하는 감수성이 길러지며(윤슬아, 2011), 가족을 벗어난 또래와 준거집단의 기능을 함께 갖게 된다(윤혜선, 2010). 이에 따라 자신의 체형을 객관적 기준이 아닌 사회적 기준에 따라 비교하게 되어(백수진, 2011) 자아정체감을 제대로 형성하지 못하게 되고 자신의 역할이나 가치관에 대한 혼란으로 매사에 충동적이고 동요하기 쉽게 된다(구승신 외, 2011).

이러한 사회적관계가 시작되면서 타인으로부터 시선에 민감한 시기에 자기 외모에 만족감을 갖게 되면 자아개념에 안정감을 갖게 되어 확실한 자아정체감이 형성될 수 있게 된다. 그만큼 본인 외모에 대한 만족감은 사회활동이 많아지는 여성 청소년기에 있어서 매우 중요한 위치를 차지한다(김정애 외, 2003).

## 2. 여성 청소년의 외모관리

외모란 의복과 신체, 액세서리 및 시각적으로 지각되는 신체변형에 의해 생성되는 전체적인 합성 이미지를 의미하며, 외모라는 개념에는 액세서리나 의복은 물론 헤어스타일링, 화장품사용, 다이어트, 피부, 체중관리, 성형, 피어싱, 문신을 포함한 신체 변형의 과정이 포함된다(구민주, 2012). 외모가 삶과 성공을 위한 중요한 키워드로써 인식됨에 따라 현대인들은 이상적 외모를 갖기 위해 적극적이고 과감한 투자를 시도하고 있다(이미숙, 2013).

또한 적절한 외모관리행동은 그 사람의 일에 대한 능력, 믿음, 원만한 대인관계 등을 통하여 긍정적인 평가로까지 연결되고(박수진, 2006), 사람들은 이상적인 모습을 지향하려는 자기향상 욕구를 가지고 있으므로, 자신의 실제 외모와 이상적인 외모와의 차이를 극복하기 위해 외모관리행동을 다양하게 변화시키고 향상시키려 노력한다(박광희·유화숙, 2012). 청소년기의 경우 신체적 자아에 대해 가장 중점을 두는 시기로, 여러 요인에 영향을 받으며 외모를 더욱더 중시하고, 자신의 외모를 변화, 향상시키고자 한다(백수진, 2011). 이러한 외모관리의 하나로 나타나는 행동들은 화장, 패션, 체중관리 등으로 볼 수 있다. 청소년 외모관리 태도에 대하여 특징적으로 나타나는 것은 실질적이기보다는 감각 지향적으로 행동한다는 점이다(윤수익, 2009). 이는 멋을 추구하며 의복과 패션에 대해 민감하게 반응하는데 유행을 따라야만 자신을 또래들 사이에서 나타낼 수 있다고 생각하는 것에 기인한다(이은희, 2003). 또한 청소년기 여고생은 타인에게 예쁘게 보이고, 자신의 피부결점을 보완하기 위해 화장을 하고, 원하는 이미지를 타인에게 표현하는데 있어서 화장이 중요한 역할을 한다고 생각한다(이혜정, 2011). 즉, 청소년들

의 외모관리 및 화장행태는 타인에게 비취지는 외적 모습에 가장 높은 비중을 두고 있으며, 이러한 행동은 감각적 또는 유행에 민감하게 반응한다고 할 수 있다.

이와 같이 화장은 본인의 외모적 장점을 살려 자기를 표현하는 수단으로서 여고생들이 생각하는 이상적인 외모조건에 좀 더 밀접하게 다가갈 수 있는 방법으로 많이 사용되고 있다.

인터넷 포털사이트에서 ‘청소년 화장’ 이나 ‘학생 화장’의 문구를 검색해 보면 청소년들 사이에서 행해지는 뷰티행동의 실태를 유추해 볼 수 있는데, 메이크업과 매니큐어를 사용하고, 화장법과 화장품에 대한 정보를 공유하는 그들만의 뷰티 인터넷 카페가 존재하기도 한다(설현진, 최인려, 2010). 이렇듯 여성청소년들은 많은 외모관리 행동을 행하고 있다. 또한 2013년 (albamon)의 조사에 따르면 대학생 568명을 대상으로 외모를 주제로 설문을 실시하였는데, ‘외모로 인해 차별이나 부당한 대우를 경험한 적이 있다’라는 질문에 전체 응답자 중 62.1%가 그렇다고 대답했고 남학생의 87.6%, 여학생의 92.5%등 대학생 중 90.5%가 외모 콤플렉스를 느낀다고 대답했다(스포츠한국, 2013). 이렇듯 여성청소년들은 많은 외모관리 행동을 행하고 있고 외모로 인한 부당대우에 대해 경험함으로써 외모관리에 대한 중요성은 더욱 더 커지고 있다.

외모관리 행동은 자신의 외모를 평가하고 이상적인 신체모습과의 신체를 좁혀나가기 위하여 추구하기도 하고, 자신을 향상시킬 수 있는 중요한 동기가 되기도 한다(정혜환, 2010). 자신이 이상적이고 매력적이라고 생각하는 대상과 동일시함으로써 심리적인 일체감을 느껴(이영숙, 2009) 자기 자신을 사랑하게 되면서 자존감을 느끼고 긍정적인 삶으로 이끄는 역할을 한다.

이와 같이 자신의 신체에 대해 형성한 자아상은 자기개념에도 중요한 영향을 미치게 되므로, 부정적인 신체지각을 갖고 있는 여성 청소년 학생들로 하여금, 부정적 신념과 왜곡된 지각을 수정하도록 하는 것은 무엇보다 중요하다고 하겠다(김새미나, 2010).

### 3. 여성 청소년의 자아인식

Coopersmith(1967)는 자아개념과 자아존중감을 비교하여 정의하였는데, 자아개념은 자신의 개인적인 표현으로부터 형성한 상이라고 하였고, 자아존중감은 그 상에 대한 평가로써 자신이 능력이 있고 성공적이며 가치 있다고 믿는 정도를 가리킨다고 하였다. 자신에 대해 어떻게 느끼고 있는지에 대한 개인적 평가로 정의할 수 있으며 자신의 가치 또는 능력에 대한 기본적인 느낌이라고도 할 수 있다(오수현, 2010; 최희영, 2005). 또한 자신을 가치 있고 긍정적인 존재로 평가하는 개념이기도 하다(김경희, 2012). 이것은 자신에 대한 가치와 중요성능력에 대하여 스스로 어느 정도 믿고 있는지를 나타내는 것으로(김새미나, 2010) 청소년기는 전체적 발달이 급격히 이루어지면서 자아존중감이 급격히 발달하게 된다(이혜정, 2011).

자아개념의 하위개념으로써 자아정체감과 자아인식을 설명하면, 자아정체감이란 “나는 누구이며 앞으로 어떤 일을 해야 하며 어떻게 살아야 하는 존재인가에 대한 자각과 함께 하는 의식, 무의식적 노력이다.”(김영애, 2009). 자아정체감이 형성되었다는 것은 자신의 성격, 취향, 관심, 인간관, 미래관 등에 관해 명료한 이해를 하고 있는 상태를 말한다(김문숙, 2010).

자기인식이란 자기 자신의 내적 사고나 감정에 주의를 기울이고 타인에게 영향을 주는 사회적 대상으로서 자기를 인식하며, 다른 사람들에 의해 평가된다는 것에 대한 우려나 타인들의 존재에 대한 불편함을 인식하는 것을 의미하는데(Fenigstein A, 1979), 여성 청소년기는 심리적, 사회적, 신체적으로 급격한 변화를 겪으며 아동기를 벗어나 책임의 주체로 이행되는 과정에 있고, 이러한 시기에 위에서 언급한 자아정체

감은 사회적 현실 속에서 끊임없는 상호작용을 통하여 형성되어진다(김문숙, 2010). 자신은 누구이고, 무엇을 할 것이며, 어디에 속해 있는 지에 대하여 의문을 갖고 해답을 찾으려 한다(김명섭·신혜숙, 2011). 이 시기에 자아정체감을 발달시킨 사람은 자신감을 가지고 긍정적인 성인이 되지만 발달시키지 못한 사람은 불안정감, 단절감, 불확실감 등의 감정을 조성하여(김문숙, 2010) 사회적응력이 부족해지거나, 부정적인 사람이 되기 쉽다(노안영·강영신, 2005). 이러한 통합된 자아를 청소년기에 확실히 구축해야 긍정적이고 적극적인 삶을 지향하는 성인이 될 수 있는데, 가장 중요한 개념이 자아 존중감이다.

청소년기에 자아존중감에 영향을 미치는 요인으로는 가족, 또래집단과의 상호작용, 신체만족도, 가족과 학교의 영향 등을 들 수 있다(김새미나, 2010). 자기존중감은 자기와 타인에서부터 유래가 되는데, 타인을 크게 의식하는 청소년기의 특성에 비추어볼 때 청소년들은 또래에게 보여 지는 자신의 모습을 중요시 여기며 이는 자아존중감에도 큰 영향을 미치게 된다(구민주, 2012). 또한 자아존중감은 청소년기에 자신의 능력과 자기 확신, 잠재적 지도력 등의 특성을 가지고 청소년들의 올바른 성장 발달을 돕는데 큰 역할을 한다(정문주, 2013). 자아존중감이 발달하면 심리적으로 자아 감정이 높아지고, 자기주장, 자존심, 독립심이 강해지며, 자아만족감이 발달하게 되며(이혜정, 2011) 높은 자아존중감을 갖는 사람은 현재에 더 행복을 느끼며 새로운 일을 많이 시도하고, 가치 있는 사람이라 생각하는 경향이 있고, 자아존중감이 낮은 사람은 자기불만이나 자기거부로 이어져 부정적 감정으로 표출이 되는 경향이 있다 하였다(구민주, 2012).

자아 존중감은 자신에게 내리는 종합적인 평가로서 사회적 관계 영

향을 많이 받으며 청소년기에 자아존중감이 어떻게 형성되느냐에 따라 분노감, 적대감, 학교에 대한 적응력이 많이 달라질 수 있다 (허홍열, 2013). 이것으로 보아 청소년기의 올바른 자아개념의 구축과 그로인한 자아존중감은 성인의 사회적인 성공이나 긍정적인 삶의 태도에 있어서도 직결되어 있는 문제로서 청소년기의 올바른 자아개념은 중요시 되고 있다.

## 4. 화장품의 분류

### 1) 화장품의 정의

화장품 법에서 정의하는 화장품이란, 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다(화장품법 제1장 제2조). 화장품의 어원은 Kosmo(우주, 조화)로부터 유래되었으며(김정희, 2013), Kosmetikos는 ‘우주의 명령을 받아 아름다운 것을 더욱 아름답게 가꾸어 보기 좋게 하는 기술’이라는 의미가 담겨져 있다(최경임 외, 2009).

최근 화장품에 대한 욕구는 단순한 아름다움의 표현이나 피부에 바르는 역할만이 아니라 피부보호, 영양공급, 노화방지, 두발보호 등의 기능적 측면이 부각되고 있으며(하병조, 2012) 생활에 반드시 필요한 품목으로 인식되어 한때 사치품으로 여겨졌던 것에서 생활필수품으로 자리매김 하고 있다(김정희, 2013).

### 2) 화장품의 분류

화장품 법 시행규칙(개정 2013.3.23.) 별표 3(제19조제3항 관련)에서는 <표 1>과 같이 화장품의 유형을 크게 12가지로 대분류 하고 있으며, 각각의 유형 군에 대하여 총 73개의 세부제품으로 구분하고 있다. 사용 부위에 따라서는 안면용 화장품, 손·발톱용 화장품, 두발용 화장품 등으로 크게 분류하기도 한다(김정희, 2013).

<표 1> 화장품의 유형

순번	제품유형(대분류)	세부제품 구분(소분류)
가	영·유아용 제품류	1) 영·유아용 샴푸, 린스 2) 영·유아용 로션, 크림 3) 영·유아용 오일 4) 영·유아 인체 세정용 제품 5) 영·유아 목욕용 제품
나	목욕용 제품류	1) 목욕용 오일·정제·캡슐 2) 목욕용 소금류 3) 버블 배스(bubble baths) 4) 그 밖의 목욕용 제품류
다	인체 세정용 제품류	1) 폼 클렌저(foam cleanser) 2) 바디 클렌저(body cleanser) 3) 액체 비누(liquid soaps) 4) 외음부 세정제 5) 그 밖의 인체 세정용 제품류
라	눈 화장용 제품류	1) 아이브로 펜슬(eyebrow pencil) 2) 아이 라이너(eye liner) 3) 아이 섀도(eye shadow) 4) 마스카라(mascara) 5) 아이 메이크업 리무버(eye make-up remover) 6) 그 밖의 눈 화장용 제품류
마	방향용 제품류	1) 향수 2) 분말향 3) 향낭(香囊) 4) 콜롱(cologne) 5) 그 밖의 방향용 제품류
바	두발 염색용 제품류	1) 헤어 틴트(hair tints) 2) 헤어 컬러스프레이(hair color sprays) 3) 그 밖의 두발 염색용 제품류
사	색조 화장용 제품류	1) 불연지 2) 페이스 파우더(face powder), 페이스 케이크(face cakes) 3) 리퀴드(liquid)·크림·케이크 파운데이션(foundation) 4) 메이크업 베이스(make-up bases) 5) 메이크업 픽서티브(make-up fixatives) 6) 립스틱, 립라이너(lip liner) 7) 립글로스(lip gloss), 립밤(lip balm) 8) 바디페인팅(body painting), 분장용 제품

		9) 그 밖의 색조 화장용 제품류
아	두발용 제품류	1) 헤어 컨디셔너(hair conditioners) 2) 헤어 토닉(hair tonics) 3) 헤어 그루밍 에이드(hair grooming aids) 4) 헤어 크림·로션 5) 헤어 오일 6) 폼마드(pomade) 7) 헤어 스프레이·무스·왁스·젤 8) 샴푸, 린스 9) 퍼머넌트 웨이브(permanent wave) 10) 헤어 스트레이트너(hair straightner) 11) 그 밖의 두발용 제품류
자	손발톱용 제품류	1) 베이스코트(basecoats), 언더코트(under coats) 2) 네일폴리시(nail polish), 네일에나멜(nail enamel) 3) 탑코트(topcoats) 4) 네일 크림·로션·에센스 5) 네일폴리시·네일에나멜 리무버 6) 그 밖의 손발톱용 제품류
차	면도용 제품류	1) 애프터셰이브 로션(aftershave lotions) 2) 남성용 토탈크(talcum) 3) 프리셰이브 로션(preshave lotions) 4) 셰이빙 크림(shaving cream) 5) 셰이빙 폼(shaving foam) 6) 그 밖의 면도용 제품류
카	기초화장용 제품류	1) 수렴·유연·영양 화장수(face lotions) 2) 마사지 크림 3) 에센스, 오일 4) 파우더 5) 바디 제품 6) 팩, 마스크 7) 눈 주위 제품 8) 로션, 크림 9) 손·발의 피부연화 제품 10) 클렌징 워터, 클렌징 오일, 클렌징 로션, 클렌징 크림 등 메이크업 리무버 11) 그 밖의 기초화장용 제품류
타	체취 방지용 제품류	1) 데오도란트 2) 그 밖의 체취 방지용 제품류

자료: 화장품법 시행규칙 별표 3

(1) 기초 화장품

기초 화장품이란, 피부의 외적 조건의 변화를 최소화하고 피부를 청결히 보호하며, 수분과 유분을 보충하고 정상적이고 건강한 피부를 유지하기 위해 사용하는 화장품을 말한다(하병조, 2012). 기초 화장품은 아름다운 피부를 언제나 유지하기 위한 것이므로, 메이크업의 효율적 방법의 토대가 되는 중요한 화장품으로 기초 화장품의 그 사용목적에 따라 세안, 피부정돈, 피부보호로 나눌 수 있다(조춘연, 2010).

<표 2> 기초 화장품의 사용 목적

목적	내용
세안	피부 표면이 더러움이나 메이크업 찌꺼기 및 노폐물을 제거하여 피부를 청결하게 해준다.
피부정돈	비누 세안에 의해 상승된 피부의 pH를 정상적인 상태로 돌아오게 하고 유분과 수분을 공급하여 피부 결을 정돈해 준다.
피부보호	피부표면의 건조를 방지해 줌과 동시에 피부를 매끄럽게 하고, 추위로부터 피부를 보호하거나 공기 중의 세균이 침입하는 것을 막아준다.

자료: 하병조(1999), 화장품학, 수문사

기초화장품은 기능에 따라 세정, 피부정돈, 피부보호, 영양공급을 위한 제품으로 나눌 수 있으며(조춘연, 2010) 세정제품의 경우 팩, 폼 클렌저, 클렌징 크림 등, 피부정돈 제품의 경우 스킨, 세럼, 에센스 등, 피부보호 제품의 경우 로션, 자외선 차단로션 등, 영양공급 제품의 경우 각종 크림류로 구분할 수 있다(김정희, 2013).

<표 3> 기초 화장품의 종류 및 효능

기능	종류	효능
세정	팩, 폼 클렌저, 클렌징크림, 클렌징 오일, 클렌징 워터	피부에서 분비되는 피지나 메이크업 잔여물을 제거
피부정돈	스킨, 세럼, 에센스	보습효과, 피부를 촉촉하게 유지
피부보호	로션, 자외선 차단로션	자외선 등 유해인자로부터 피부를 보호
영양공급	각종 크림류	유분, 수분, 보습을 유지시킴

자료: 박상기 외, 화장품학, 도서출판 대경, 대전, 2009, p.93

(2) 색조 화장품

색조화장품은 얼굴이나 손톱 등 신체에 색을 도포하여 피부의 결점을 보완하고 장점을 부각시켜 더욱 건강하고 매력적인 상태로 보일 수 있도록 하는 것이다(정미옥, 2010). 색조화장품은 외모를 아름답게 보이게 하는 미적 효과와 대기오염, 자외선과 같은 유해환경으로부터 피부를 보호하는 효과뿐만 아니라(김정희, 2013) 자기 이미지와 개성표현, 사회적 자기보호, 화장행위를 함으로써 만족감과 자신감을 부여하는 심리적 효과의 기능도 있다(조병숙, 2005).

<표 4> 색조 화장품 사용목적

미적 역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>색조화장품을 이용하여 자신의 결점을 커버하고 개성 있는 화장을 연출하므로 아름답게 보일 수 있음</li> </ul>
보호적 역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>화장은 자신의 본래 모습을 감추는 것이 아니고, 화장을 통하여 자외선, 바람, 기후 등으로부터 피부 보호</li> </ul>
심리적 역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>화장 행위를 통하여 자신에 대한 만족도가 커지고 기분이 좋아지고 사회생활에서 자신감을 얻을 수 있음</li> </ul>

자료: 김연주 외, 화장품 과학, 청구문화사, 서울, 2009, p.103-104

색조 화장품은 얼굴 전체의 피부색을 균일하게 정돈하거나 기미, 주근깨, 잡티 등 피부결점을 커버하여(김정희, 2013) 피부를 아름답게 보이도록하기 위한 베이스 메이크업(base make-up)화장품과 입술, 눈, 볼이나 손톱 등에 부분적으로 바르거나 칠하여 아름답고 매력적인 용모로 보이도록 하는 포인트 메이크업(point make-up)화장품으로 분류할 수 있다(이영애, 2012).

<표 5> 색조화장품의 종류와 기능

구분	종류	기능
베이스 제품	메이크업베이스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피부의 색조와 명암을 조절</li> <li>• 기초화장품과 색조화장품의 밀착력 증대</li> </ul>
	파운데이션류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피부의 결점을 커버하고, 광택과 투명감을 부여</li> <li>• 피부의 색조 조정 및 피부 보호</li> </ul>
	비비크림	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피부재생 및 보호 목적으로 사용</li> <li>• 잡티를 가려주고 피부 톤을 정리</li> </ul>
	파우더류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 땀과 피지를 억제하여 화장의 지속력 상승</li> <li>• 피부색을 조정, 외부환경으로부터 피부를 보호</li> </ul>
포인트 제품	아이브로우류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 눈썹의 모양을 조정하여 눈매를 강조</li> </ul>
	아이섀도우	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 눈에 음영을 주어 입체감을 표현</li> </ul>
	아이라이너	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 속눈썹을 뚜렷하게 하여 눈의 윤곽을 강조</li> </ul>
	마스카라	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 속눈썹에 볼륨을 주어 눈을 아름답게 보이게 함</li> </ul>
	립메이크업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입술에 색을 주어 돋보이게 함</li> <li>• 입술의 건조를 방지하여 아름답게 보이게 함</li> </ul>
	블러셔	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 얼굴의 입체감, 혈색을 부여하여, 윤곽수정</li> </ul>
	네일제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 애나멜, 리무버, 트리트먼트 등 손톱 채색 및 관리</li> </ul>

자료: 김주덕, 최신 화장품학, 광문각, 서울, 2011, p.136

색조 화장품 품질의 특성을 보면 크게 화장효과, 색상, 사용성, 안정성, 안전성으로 구분할 수 있다(표 6).

<표 6> 색조 화장품 품질의 특성

화장효과	- 기대되는 화장효과가 있어야 한다. - 화장의 지속성이 좋아야 한다.
색상	- 도포 색과 외관 색이 차이가 없어야 한다. - 광원의 종류에 따라 도포 색이 변화가 없어야 한다.
사용성	- 도포 시 사용성이 우수하여야 한다. - 화장을 지우는 것이 용이해야 한다. - 제품의 형태에 따라 알맞은 용기, 부자재를 사용하여야 한다.
안정성	- 변질, 변색, 변취, 미생물 오염 등이 없어야 한다. - 피부자극성, 경구독성, 이물 혼합 등이 없어야 한다.
안전성	- 유해물질이 함유되지 않아야 한다.

자료: 하병조(1999), 화장품학, 수문사

### (3) 전신 화장품

바디 화장품이란 얼굴을 제외한 모든 피부, 즉 몸(바디)에 사용하는 화장품을 말하며 그동안의 화장품 시장은 기초, 모발, 색조 화장품을 중심으로 발전되었지만, 이용에 대한 관심이 높아지면서 바디 화장품이 새로운 영역으로 각광받고 있는 상황이다(박경미, 2013).

바디화장품은 부위에 따라 전신, 손, 발, 팔꿈치·무릎, 다리, 땀샘 등으로 구분할 수 있으며 세정, 향기, 자외선 방어, 방취·제한 등의 목적으로 사용된다(정미옥, 2010). 최근 바디 화장품의 관심도 증가에 따라 다양한 제품이 개발되고 있으며, 실제로 목욕용 제품의 경우 '08~'12 동안 40.9%의 연평균 증가율을 나타내고 있고 손발톱용 제품의 경우 동일 기간 동안 20.2%의 증가율을 나타내고 있다(이영애, 2012).

<표 7> 바디 화장품 사용목적과 종류

부위	목적	상품 예
전신	세정·용제	• 비누, 바디샴푸, 스크럽세정품, 바스오일, 바스솔트
	트리트먼트	• 로션, 에멀전, 크림
	향기	• 파우더, 코롱
	자외선 방어	• 일광 그을림 방지 화장품(선스크린), 선오일 애프터 선로션
	벌레방지	• 곤충방지, 모기방지
손 (손가락)	트리트먼트	• 로션, 크림
발	탈색, 제모	• 탈색, 제모크림, 탈모테이프, 제모무스
팔꿈치, 무릎	유연	• 각질연화로션, 고마쥬크림
다리	부종방지	• 레그 후레쉬너 크림
땀샘	방취·제한	• 데오드란트 로션, 스프레이, 파우더, 스틱

자료: 김주덕 외, 신화장품 학 2판, 동화기술, 파주, 2008, p.567

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 조사대상 및 기간

본 연구는 경기지역(부천시)에 거주하는 여고생들을 조사 대상으로 안면 피부상태 및 체형인식 만족도와 기초 및 색조화장품 사용실태를 조사하였다.

자료의 수집은 직접 설문을 통하여 2014년 3월 31일부터 4월 14일까지 총 450부를 배포하여 432부를 회수하였고, 그중 불성실하게 설문 응답한 27부를 제외한 405부를 최종적으로 분석에 사용하였다.

#### 2. 설문지 구성

본 연구조사를 위한 설문지의 구성은 <표 8>과 같이 크게 8가지로 구분하였다.

첫 번째, 연구대상자의 일반적인 특징을 알아보기 위하여 학년, 키, 체중, 한 달 용돈, 이성 친구, 전공, 가족구성, 흡연여부, 음주여부, 수면 시간에 대하여 총 11문항으로 구성하였다.

두 번째, 연구대상자의 안면 피부상태를 알아보기 위하여 피부유형, 피부고민, 피부고민해결 방법, 피부건강 유지를 위해 신경써야할 부분, 피부관리 이유에 대하여 총 5문항으로 구성하였다.

세 번째, 연구대상자의 체형인식과 만족도를 알아보기 위하여 주관적 체형 인식, 주관적 체형 판단, 희망 체중감량 정도, 체중관리 정보 습득 방법, 살이 빠지기 원하는 신체부위, 체중조절 방법 우선순위, 체형인식 만족도에 대한 5점 리커트 척도(5문항)에 대하여 총 11문항으로 구성하였다.

네 번째, 기초화장품 사용실태를 알아보기 위하여 기초화장품을 사용하기 시작한 나이, 현재 사용하는 기초화장품, 사용주기, 사용 시기, 사용 시 신경 쓰는 부위, 사용이유, 고등학생이 사용하는 기초화장품의 걱정선에 대하여 총 7문항으로 구성하였다.

다섯 번째, 색조화장품 사용실태를 알아보기 위하여 메이크업 제품을 사용하기 시작한 나이, 사용하는 메이크업 제품, 사용주기, 사용 시기, 메이크업 정도, 메이크업 시 신경 쓰는 부위, 메이크업을 하는 이유, 고등학생의 색조메이크업 걱정선에 대하여 총 8문항으로 구성하였다.

여섯 번째, 전신화장품 사용실태를 알아보기 위하여 바디화장품 사용 유무, 사용하지 않는 이유, 사용하는 제품, 사용 시기, 사용부위, 사용주기, 사용효과에 대하여 총 7문항으로 구성하였다.

일곱 번째, 외모관리에 대해 알아보기 위하여 5점 리커트 척도로 외모관리와 관련된 총 10가지 문항에 대해 질문하였다.

마지막으로 여고생의 자아인식에 대해 알아보기 위하여 5점 리커트 척도로 자아인식과 관련된 총 10가지 문항에 대해 질문하였다.

<표 8> 설문지 구성

구성	설문내용	문항	이론
일반적 특성	학년, 키, 체중, 한 달 용돈, 이성 친구, 전공, 가족구성, 흡연여부, 음주여부, 수면시간	11	윤슬아(2011) 이혜정(2011) 정미옥(2010)
안면 피부상태	피부유형, 피부고민, 피부고민해결 방법, 피부건강 유지를 위해 신경써야할 부분, 피부관리 이유	5	김정희(2013) 진주영(2011) 최민정(2011)
체형인식 만족도	주관적 체형 인식, 주관적 체형 판단, 희망 체중감량 정도, 체중관리 정보 습득 방법, 살이 빠지기 원하는 신체부위, 체중조절 방법 우선순위, 체형인식 만족도	11	이미혜(2013) 임성혜(2011) 김희선(2010)
기초화장품 사용실태	기초화장품을 사용하기 시작한 나이, 현재 사용하는 기초화장품, 사용주기, 사용 시기, 사용시 신경 쓰는 부위, 사용이유, 고등학생이 사용하는 기초화장품의 적정선	7	김정희(2013) 최민정(2011) 조경미(2009)
색조화장품 사용실태	메이크업 제품을 사용하기 시작한 나이, 사용하는 메이크업 제품, 사용주기, 사용 시기, 메이크업 정도, 메이크업시 신경 쓰는 부위, 메이크업을 하는 이유, 고등학생의 색조메이크업 적정선	8	김정희(2013) 이영애(2012) 정미옥(2010)
전신화장품 사용실태	바디화장품 사용 유무, 사용하지 않는 이유, 사용하는 제품, 사용 시기, 사용부위, 사용주기, 사용효과	7	박경미(2013)
외모관리	외모관리 관련 질문	10	박혜원(2013) 이혜정(2011)
자아인식	자아인식 관련 질문	10	이혜정(2011) 김희선(2010)

### 3. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석

#### 1) 연구 개념의 타당도

연구에 사용된 변수들에 대한 개념 타당도를 분석하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 요인추출단계에서 일반적으로 널리 사용되는 주성분(principal-component)분석방법을 적용하여 직각 회전인 배리맥스(varimax) 방법을 적용하였으며, 요인부하량의 절대값이 0.4이하인 경우에는 제외하였다. 요인분석결과 2개의 요인이 추출되었으며 내용은 다음 표와 같으며, 요인분석을 위해 설정된 항목들이 적합한가를 분석하는 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)값이 0.7199로 요인분석에 사용된 변수들이 적합하다고 판단되는 결과를 나타내고 있다.

<표 9> 연구 개념의 타당도

구분	성분	
	1	2
유행에 뒤지지 않기 위한 노력 유무 여부	0.708	
거울 자주 보는 행동 여부	0.682	
신발, 가방, 머리핀, 목걸이, 모자 등등 악세사리를 자주 사는 여부	0.652	
좋아하는 연예인의 패션코드 모방 여부	0.634	
옷을 살 때 잡지책이나 도움이 될 만한 정보를 찾아보는 여부	0.573	
염색이나 퍼머 여부	0.517	
외모를 좋게 하기 위해 성형수술 여부, 앞으로 계획 여부	0.483	
예쁜 옷을 입기 위해 다이어트 행동 여부	0.407	
본인이 계획했던 대로 일을 처리해 나가는 행동 여부		0.680
본인이 원하는 방식으로 삶을 살 수 있다는 생각 여부		0.652
삶이 내가 원하는 방향으로 나아간다는 확신 여부		0.629
어떤 일을 하기로 마음먹으면 곧바로 실행 여부		0.537
중요한(사랑받는) 사람이라고 생각하는 여부		0.512
좋아하지 않는 일이라도 해야 할 일이라면 끝까지 해내는 행동 여부		0.463
고유값	3.219	2.803
설명량	0.161	0.140
누적설명량	0.161	0.301
LR test: independent vs. saturated: $\chi^2(190) = 1704.94$ Prob> $\chi^2 = 0.0000$		
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy = 0.7199		

## 2) 연구개념의 신뢰도

요인분석의 신뢰성 검증을 위해 신뢰성 검증 방법 중의 하나인 크론바 알파(Cronbach's  $\alpha$ ) 값을 이용하였다. 크론바 알파는 모든 변수를 하나의 척도로 취급하여 사용할 수 있는 지를 알려주는 통계량이며, 내부신뢰성 계수라고도 한다. 이 통계량은 변수의 상관계수 평균을 이용하여 산출되어지기 때문에 0에서 1사이의 값을 가진다. 크론바 알파계수는 1에 가까울수록 각 변수들의 관계가 밀접함을 나타낸다.

신뢰도를 분석한 결과 크론바 알파 값이 0.628로 나타나 본 연구에 사용된 변수들은 항목 간 내적 일관성이 있다고 판단 할 수 있다.

<표 10> 연구개념의 신뢰도

	문항번호	Cronbach's $\alpha$	항목 수
외모관리 및 자아인식	IV	.628	20

#### 4. 자료처리 및 분석 방법

본 연구를 수행하는데 있어서 사용된 실증분석 방법은 다음 설명과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석 및 기초통계량 분석을 실시하였다.

둘째, 조사대상자의 일반적 특성에 따른 안면 피부상태, 체형인식 만족도, 기초화장품 사용실태, 색조화장품 사용실태, 전신화장품 사용실태, 외모관리, 자아인식의 차이를 살펴보기 위하여 카이제곱( $\chi^2$ ) 교차분석과 one-way ANOVA(일원분산분석)를 실시하였다.

셋째, 여고생의 화장품 소비행동과 외모관리 및 자아인식 간의 상관관계를 파악하기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였다.

넷째, 여고생의 화장품 소비행동이 외모관리 및 자아인식에 미치는 효과를 알아보기 위하여 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

본 연구의 실증분석에 대한 유의수준은 p값이 <0.001 경우 \*\*\*, p값이 <0.01 경우 \*\*, p값이 <0.05 경우 \* 와 같이 표현하였다. 통계처리는 stata(Statistics Data Analysis) 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보면 <표 10>과 같이 학년의 경우 고1 32.59%, 고2 34.07%, 고3 이상이 33.33%로 나타났다. 한 달 용돈의 경우 3만원 미만 14.32%, 3만원~5만원이 26.67%, 5만원~10만원이 36.79%, 10만원~15만원이 14.81%, 15만원~20만원이 3.95%, 20만원 이상이 3.64%이며, 사귀는 이성 친구가 있는지 여부에 대해서는 있음이 26.17% 없음이 73.83%로 나타났으며, 전공의 경우 인문계 32.10%, 실업계 33.33%, 예체능계 32.59%, 기타 1.98%로 나타났다. 가족구성의 경우 대가족 5.43%, 부모님과 거주 92.59%, 형제자매와 함께 거주 0.49%, 기타 1.48%이며, 흡연여부의 경우 비흡연 96.05%, 5개피 미만 1.98%, 5개~10개피 0.49%, 10~1갑 0.99%, 1갑 이상 0.49%로 나타났다. 음주여부는 비음주 95.06%, 주 1회 3.46%, 주 2회 1.48%이며, 하루수면시간의 경우 3시간 미만 0.99%, 3~5시간 미만 13.83%, 5~7시간 미만 64.20%, 7~9시간 미만 18.02%, 9시간 이상 2.96%로 나타났다.

설문조사 응답자의 신체적 특성인 키의 경우 평균 약 160cm로 나타났으며, 몸무게의 경우 약 51kg으로 나타났다.

<표 11> 설문조사 응답자의 일반적 특성

구분	빈도(명)	백분율(%)	
학년	고1	132	32.59
	고2	138	34.07
	고3	135	33.33
한 달 용돈	3만원 미만	58	14.32
	3만원~5만원	108	26.67
	5만원~10만원	149	36.79
	10만원~15만원	60	14.81
	15만원~20만원	16	3.95
	20만원 이상	14	3.46
사귀는 이성 친구	있음	106	26.17
	없음	299	73.83
전공	인문계	130	32.10
	실업계	135	33.33
	예체능계	132	32.59
	기타	8	1.98
가족구성	대가족	22	5.43
	부모님과 거주	375	92.59
	형제자매와 함께	2	0.49
	기타	6	1.48
흡연여부	비흡연	389	96.05
	5개 미만	8	1.98
	5~10개	2	0.49
	10~1갑	4	0.99
	1갑 이상	2	0.49
음주여부(1주/회)	비음주	385	95.06
	1회	14	3.46
	2회	6	1.48
하루 수면시간	3시간 미만	4	0.99
	3~5시간 미만	56	13.83
	5~7시간 미만	260	64.20
	7~9시간 미만	73	18.02
	9시간 이상	12	2.96

<표 12> 설문조사 응답자의 일반적 특성(계속)

구분	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
키	405	160.7728	5.059327	143	178
몸무게	405	51.44198	5.675614	40	70

## 2. 조사대상자의 안면 피부상태

### 1) 피부유형

조사대상자의 피부유형에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무, 전공 부분에 있어서 피부유형간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 복합성 피부가 33.6%로 가장 높게 나타나고 있으며 다음으로 건성, 지성 순으로 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 1학년의 경우 복합성이 38.64%, 2학년의 경우 복합성이 33.33%, 3학년의 경우 복합성이 28.89%로 복합성 피부가 가장 높게 나타났다.

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 복합성이 31.03%, 3만원~5만원의 경우 복합성이 40.74%, 5만원~10만원의 경우 복합성이 37.58%, 10만원~15만원의 경우 건성이 26.67%, 15만원~20만원의 경우 건성이 37.5%, 20만원 이상의 경우 건성이 42.86%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 지성과 복합성이 각각 24.53%, 없음의 경우 복합성이 36.79%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

전공에서는 인문계의 경우 복합성 38.46%, 실업계의 경우 복합성 32.59%, 예체능계의 경우 복합성 30.3%, 기타의 경우 지성, 건성, 복합성, 아토피성이 각각 25%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 복합성 36.36%, 부모님과 함께 거주하는 경우 복합성 33.6%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 민감성 100%, 기타 거주형태의 경우 지성, 복합성, 민감성 각각 33.33%로 가장 높게 나타났다.

<표 13> 조사대상자의 피부유형

구분		정상	지성	건성	복합성	민감성	아토피성	기타	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	10	28	27	51	14	1	132	x <sup>2</sup> =19.56 df=12 p=0.076			
		비율(%)	7.58	21.21	20.45	38.64	10.61	0.76	0.76		100		
	고2	빈도	22	25	24	46	15	6	0		138		
		비율(%)	15.94	18.12	17.39	33.33	10.87	4.35	0		100		
	고3	빈도	24	22	35	39	9	3	3		135		
		비율(%)	17.78	16.3	25.93	28.89	6.67	2.22	2.22		100		
한 달 용돈	3만원미만	빈도	8	10	12	18	6	4	0	58	x <sup>2</sup> =70.09 df=30 p=0.000***		
		비율(%)	13.79	17.24	20.69	31.03	10.34	6.9	0	100			
	3만원	빈도	16	16	24	44	8	0	0	108			
		비율(%)	14.81	14.81	22.22	40.74	7.41	0	0	100			
	~5만원	빈도	14	35	24	56	16	2	2	149			
		비율(%)	9.4	23.49	16.11	37.58	10.74	1.34	1.34	100			
	10만원	빈도	16	8	14	14	4	4	0	60			
		비율(%)	26.67	13.33	23.33	23.33	6.67	6.67	0	100			
	~15만원	빈도	2	2	6	2	2	0	2	16			
		비율(%)	12.5	12.5	37.5	12.5	12.5	0	12.5	100			
	~20만원	빈도	0	4	6	2	2	0	0	14			
		비율(%)	0	28.57	42.86	14.29	14.29	0	0	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	18	26	24	26	6	6	0	106	x <sup>2</sup> =16.93 df=6 p=0.010*		
		비율(%)	16.98	24.53	22.64	24.53	5.66	5.66	0	100			
	없음	빈도	38	49	62	110	32	4	4	299			
		비율(%)	12.71	16.39	20.74	36.79	10.7	1.34	1.34	100			
	전공	인문계	빈도	10	27	27	50	11	3	2		130	x <sup>2</sup> =34.97 df=18 p=0.010*
			비율(%)	7.69	20.77	20.77	38.46	8.46	2.31	1.54		100	
실업계		빈도	19	19	33	44	16	2	2	135			
		비율(%)	14.07	14.07	24.44	32.59	11.85	1.48	1.48	100			
예체능계		빈도	27	27	24	40	11	3	0	132			
		비율(%)	20.45	20.45	18.18	30.3	8.33	2.27	0	100			
기타		빈도	0	2	2	2	0	2	0	8			
		비율(%)	0	25	25	25	0	25	0	100			
가족구성	대가족	빈도	4	4	4	8	2	0	0	22	x <sup>2</sup> =27.66 df=18 p=0.067		
		비율(%)	18.18	18.18	18.18	36.36	9.09	0	0	100			
	부모님과 함께	빈도	52	69	82	126	32	10	4	375			
		비율(%)	13.87	18.4	21.87	33.6	8.53	2.67	1.07	100			
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	0	2	0	0	2			
		비율(%)	0	0	0	0	100	0	0	100			
	기타	빈도	0	2	0	2	2	0	0	6			
비율(%)		0	33.33	0	33.33	33.33	0	0	100				

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 2) 피부고민 수

피부에 대한 고민 정도에 대해 확인하기 위하여 피부고민에 대해 설문시 중복체크를 하도록 하고 개인이 가지고 있는 피부고민 수를 확인하였다. 가족구성을 제외한 모든 부분이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 가장 많은 빈도수를 나타내고 있는 부분은 가족구성에서 부모님과 함께 거주하는 경우(375)이며, 표준편차가 가장 크게 나타나는 부분은 사귀는 이성 친구 유무에서 있음의 경우(1.56)이다.

세부적으로 설명하면 학년에서는 고2가 평균 1.83으로 가장 크게, 고3이 1.39로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.01$ ).

한 달 용돈에서는 3~5만원이 1.85이 가장 크게, 15~20만원이 1.00으로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.05$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음이 1.96, 없음이 1.54로 나타났으며 ( $p < 0.01$ ), 전공에서는 예체능계가 1.78로 가장 높게, 실업계가 1.41로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 14> 조사대상자의 피부고민 수

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	1.73	1.26	132	F=5.18 df=2 p=0.006**
	고2	1.83	1.39	138	
	고3	1.39	0.79	135	
한 달 용돈	3만원미만	1.38	0.89	58	F=2.43 df=5 p=0.034*
	3만원~5만원	1.85	1.40	108	
	5만원~10만원	1.66	1.07	149	
	10만원~15만원	1.77	1.39	60	
	15만원~20만원	1.00	0.00	16	
	20만원 이상	1.43	1.09	14	
사귀는 이성친구	있음	1.96	1.56	106	F=9.99 df=1 p=0.001**
	없음	1.54	1.01	299	
전공	인문계	1.76	1.37	130	F=2.72 df=3 p=0.044*
	실업계	1.41	0.82	135	
	예체능계	1.78	1.30	132	
	기타	1.75	0.89	8	
가족구성	대가족	1.64	0.90	22	F=0.86 df=3 p=0.461
	부모님과 함께	1.65	1.20	375	
	형제자매와 함께	1.00	0.00	2	
	기타	2.33	1.37	6	

\* p<0.05, \*\* p<0.01

### 3) 피부고민 해결 방법

조사대상자의 피부고민 해결 방법에 대한 분석결과는 한 달 용돈과 사귀는 이성 친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 그대로 둔다는 응답이 41.23%로 가장 높게 나타나고 있으며 다음으로 인터넷 정보검색이 30.62%로 나타났다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 그대로 둔다 36.36% , 3만원~5만원의 경우 인터넷 정보검색 42.59%, 5만원~10만원의 경우 그대로 둔다 47.65%, 10만원~15만원의 경우 인터넷 정보검색과 그대로 둔다가 동일하게 30%, 15만원~20만원의 경우 그대로 둔다 50%, 20만원 이상의 경우 그대로 둔다 42.86%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 인터넷 정보검색 41.51%, 없음의 경우 그대로 둔다 43.81%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 인터넷 정보검색 45.45%, 부모님과 함께 거주하는 경우 그대로 둔다 42.4%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 피부과 치료 100%, 기타 거주형태의 경우 피부과 치료, 식생활 관리, 인터넷 정보검색이 각각 33.33%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

<표 15> 조사대상자의 피부고민 해결 방법

구분		피부과 치료	전문 관리실	식생활 관리	인터넷 정보검 색	그대로 둔다	기타	합계	검정통계량
학년	고1	빈도	19	3	10	42	48	10	x <sup>2</sup> =14.32 df=10 p=0.159
		비율(%)	14.39	2.27	7.58	31.82	36.36	7.58	
	고2	빈도	10	4	8	43	58	15	
		비율(%)	7.25	2.9	5.8	31.16	42.03	10.87	
	고3	빈도	7	9	10	39	61	9	
		비율(%)	5.19	6.67	7.41	28.89	45.19	6.67	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	0	4	0	16	32	6	x <sup>2</sup> =63.75 df=25 p=0.000***
		비율(%)	0	6.9	0	27.59	55.17	10.34	
	3만원	빈도	8	0	12	46	32	10	
		비율(%)	7.41	0	11.11	42.59	29.63	9.26	
	~5만원	빈도	14	6	12	38	71	8	
		비율(%)	9.4	4.03	8.05	25.5	47.65	5.37	
	~10만원	빈도	10	4	4	18	18	6	
		비율(%)	16.67	6.67	6.67	30	30	10	
	15만원	빈도	4	0	0	4	8	0	
		비율(%)	25	0	0	25	50	0	
	~20만원	빈도	0	2	0	2	6	4	
		비율(%)	0	14.29	0	14.29	42.86	28.57	
20만원 이상	빈도	10	4	8	44	36	4	x <sup>2</sup> =11.20 df=5 p=0.048*	
	비율(%)	9.43	3.77	7.55	41.51	33.96	3.77		
사귀는 이성친구	있음	빈도	26	12	20	80	131	30	p=0.048*
		비율(%)	8.7	4.01	6.69	26.76	43.81	10.03	
	없음	빈도	16	6	11	32	56	9	x <sup>2</sup> =19.65 df=15 p=0.186
		비율(%)	12.31	4.62	8.46	24.62	43.08	6.92	
전공	인문계	빈도	15	3	9	43	54	11	x <sup>2</sup> =19.65 df=15 p=0.186
		비율(%)	11.11	2.22	6.67	31.85	40	8.15	
	실업계	빈도	5	7	8	43	55	14	
		비율(%)	3.79	5.3	6.06	32.58	41.67	10.61	
	예체능계	빈도	0	0	0	6	2	0	
		비율(%)	0	0	0	75	25	0	
기타	빈도	0	0	0	10	8	4		
	비율(%)	0	0	0	45.45	36.36	18.18		
가족구성	대가족	빈도	32	16	26	112	159	30	x <sup>2</sup> =42.79 df=15 p=0.000***
		비율(%)	8.53	4.27	6.93	29.87	42.4	8	
	부모님과 함께	빈도	2	0	0	0	0	0	
		비율(%)	100	0	0	0	0	0	
	형제자매와 함께	빈도	2	0	2	2	0	0	
		비율(%)	33.33	0	33.33	33.33	0	0	
기타	빈도	2	0	2	2	0	0		
	비율(%)	33.33	0	33.33	33.33	0	0		

\*\*\* p<0.001

#### 4) 피부건강을 유지하기 위해 신경써야하는 부분

조사대상자의 피부건강을 유지하기 위해 신경써야 하는 부분에 대한 분석결과는 한 달 용돈과 사귀는 이성 친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 철저한 세안이 필요하다는 응답이 42.72%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 철저한 세안 40.91%, 3만원~5만원의 경우 철저한 세안 44.44%, 5만원~10만원의 경우 철저한 세안 46.31%, 10만원~15만원의 경우 철저한 세안 43.33%, 15만원~20만원의 경우 철저한 세안 50%, 20만원 이상의 경우 영양크림, 에센스, 팩, 마사지 등을 통한 관리 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 철저한 세안 43.4%, 없음의 경우 철저한 세안 42.47%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 철저한 세안 36.36%, 부모님과 함께 거주하는 경우 철저한 세안 43.47%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 수분, 비타민, 과일 등의 섭취를 통한관리 100%, 기타 거주형태의 경우 수분, 비타민, 과일 등의 섭취를 통한관리 66.67%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

<표 16> 조사대상자의 피부건강을 유지하기 위해 신경써야하는 부분

구분		영양크림, 에센스,팩, 마사지 등을 통한 관리	수분,비타 민,과일 등의 섭취를 통한관리	충분한 수면	철저한 세안	자극을 주지 않는 것	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	24	18	32	54	4	132	x <sup>2</sup> =9.71 df=8 p=0.286
		비율(%)	18.18	13.64	24.24	40.91	3.03	100	
	고2	빈도	23	15	26	60	14	138	
		비율(%)	16.67	10.87	18.84	43.48	10.14	100	
	고3	빈도	25	17	20	59	14	135	
		비율(%)	18.52	12.59	14.81	43.7	10.37	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	8	6	20	20	4	58	x <sup>2</sup> =51.46 df=20 p=0.000***
		비율(%)	13.79	10.34	34.48	34.48	6.9	100	
	3만원 ~5만원	빈도	24	12	16	48	8	108	
		비율(%)	22.22	11.11	14.81	44.44	7.41	100	
	5만원 ~10만원	빈도	16	22	30	69	12	149	
		비율(%)	10.74	14.77	20.13	46.31	8.05	100	
	10만원 ~15만원	빈도	16	4	10	26	4	60	
		비율(%)	26.67	6.67	16.67	43.33	6.67	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	4	0	8	4	16	
		비율(%)	0	25	0	50	25	100	
	20만원 이상	빈도	8	2	2	2	0	14	
		비율(%)	57.14	14.29	14.29	14.29	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	28	10	12	46	10	106	x <sup>2</sup> =12.15 df=4 p=0.016*
		비율(%)	26.42	9.43	11.32	43.4	9.43	100	
	없음	빈도	44	40	66	127	22	299	
		비율(%)	14.72	13.38	22.07	42.47	7.36	100	
진공	인문계	빈도	25	19	23	56	7	130	x <sup>2</sup> =13.74 df=12 p=0.317
		비율(%)	19.23	14.62	17.69	43.08	5.38	100	
	실업계	빈도	22	10	28	62	13	135	
		비율(%)	16.3	7.41	20.74	45.93	9.63	100	
	예체능계	빈도	23	21	27	49	12	132	
		비율(%)	17.42	15.91	20.45	37.12	9.09	100	
	기타	빈도	2	0	0	6	0	8	
		비율(%)	25	0	0	75	0	100	
가족구성	대가족	빈도	6	2	0	8	6	22	x <sup>2</sup> =48.92 df=12 p=0.000***
		비율(%)	27.27	9.09	0	36.36	27.27	100	
	부모님과 함께	빈도	66	42	78	163	26	375	
		비율(%)	17.6	11.2	20.8	43.47	6.93	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	2	0	0	0	2	
		비율(%)	0	100	0	0	0	100	
	기타	빈도	0	4	0	2	0	6	
		비율(%)	0	66.67	0	33.33	0	100	

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 5) 피부 관리를 하는 이유

조사대상자의 피부 관리 이유에 대한 분석결과는 한 달 용돈과 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 피부고민을 해결하기 위해 피부 관리를 한다는 응답이 57.04%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 피부고민을 해결하기 위해 48.28%, 3만원~5만원의 피부고민을 해결하기 위해 74.07%, 5만원~10만원의 경우 피부고민을 해결하기 위해 51.68%, 10만원~15만원의 경우 피부고민을 해결하기 위해 53.33%, 15만원~20만원의 경우 자신의 외모에 만족하지 못해서 62.5%, 20만원 이상의 경우 피부고민을 해결하기 위해 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 피부고민을 해결하기 위해 47.17%, 없음의 경우 피부고민을 해결하기 위해 60.54%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

<표 17> 조사대상자의 피부 관리를 하는 이유

구분		젊음을 유지하고 노화를 지연	피부고민 해결	외모에 불만족	특별한 행사전	주위의 권유	스트레스 해소	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	18	80	30	1	0	3	132	x <sup>2</sup> =7.14 df=10 p=0.712
		비율(%)	13.64	60.61	22.73	0.76	0	2.27	100	
	고2	빈도	18	80	35	3	1	1	138	
		비율(%)	13.04	57.97	25.36	2.17	0.72	0.72	100	
	고3	빈도	28	71	31	2	1	2	135	
		비율(%)	20.74	52.59	22.96	1.48	0.74	1.48	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	14	28	14	0	2	0	58	x <sup>2</sup> =58.17 df=25 p=0.000***
		비율(%)	24.14	48.28	24.14	0	3.45	0	100	
	3만원 ~5만원	빈도	12	80	14	2	0	0	108	
		비율(%)	11.11	74.07	12.96	1.85	0	0	100	
	5만원 ~10만원	빈도	24	77	40	2	0	6	149	
		비율(%)	16.11	51.68	26.85	1.34	0	4.03	100	
	10만원 ~15만원	빈도	10	32	16	2	0	0	60	
		비율(%)	16.67	53.33	26.67	3.33	0	0	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	6	10	0	0	0	16	
		비율(%)	0	37.5	62.5	0	0	0	100	
	20만원 이상	빈도	4	8	2	0	0	0	14	
		비율(%)	28.57	57.14	14.29	0	0	0	100	
사귀는 이성 친구	있음	빈도	24	50	32	0	0	0	106	x <sup>2</sup> =14.21 df=5 p=0.014*
		비율(%)	22.64	47.17	30.19	0	0	0	100	
	없음	빈도	40	181	64	6	2	6	299	
		비율(%)	13.38	60.54	21.4	2.01	0.67	2.01	100	
전공	인문계	빈도	27	70	30	3	0	0	130	x <sup>2</sup> =21.57 df=15 p=0.119
		비율(%)	20.77	53.85	23.08	2.31	0	0	100	
	실업계	빈도	19	77	37	1	0	1	135	
		비율(%)	14.07	57.04	27.41	0.74	0	0.74	100	
	예체능계	빈도	18	80	25	2	2	5	132	
		비율(%)	13.64	60.61	18.94	1.52	1.52	3.79	100	
	기타	빈도	0	4	4	0	0	0	8	
		비율(%)	0	50	50	0	0	0	100	
가족구성	대가족	빈도	2	14	4	2	0	0	22	x <sup>2</sup> =19.25 df=15 p=0.202
		비율(%)	9.09	63.64	18.18	9.09	0	0	100	
	부모님과 함께	빈도	60	215	88	4	2	6	375	
		비율(%)	16	57.33	23.47	1.07	0.53	1.6	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	2	0	0	0	2	
		비율(%)	0	0	100	0	0	0	100	
	기타	빈도	2	2	2	0	0	0	6	
		비율(%)	33.33	33.33	33.33	0	0	0	100	

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 6) 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중)

조사대상자가 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중)에 대한 분석결과로는 한 달 용돈과 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 정상이라는 응답이 57.07%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 정상과 과체중이 동일하게 41.38%, 3만원~5만원의 경우 정상 54.72%, 5만원~10만원의 경우 정상 60.4%, 10만원~15만원의 경우 정상 70%, 15만원~20만원의 경우 정상 50%, 20만원 이상의 경우 정상 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 정상 50%, 부모님과 함께 거주하는 경우 정상 58.13%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 경도비만 100%, 기타 거주형태의 경우 정상 100%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

<표 18> 조사대상자가 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중)

구분		저체중	정상	과체중	경도비만	중등도비만	고도비만	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	9	70	39	8	4	1	131	x <sup>2</sup> =12.44 df=10 p=0.256
		비율(%)	6.87	53.44	29.77	6.11	3.05	0.76	100	
	고2	빈도	11	83	35	4	3	1	137	
		비율(%)	8.03	60.58	25.55	2.92	2.19	0.73	100	
	고3	빈도	2	77	47	6	1	2	135	
		비율(%)	1.48	57.04	34.81	4.44	0.74	1.48	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	6	24	24	4	0	0	58	x <sup>2</sup> =38.79 df=25 p=0.039*
		비율(%)	10.34	41.38	41.38	6.9	0	0	100	
	3만원 ~5만원	빈도	4	58	34	8	2	0	106	
		비율(%)	3.77	54.72	32.08	7.55	1.89	0	100	
	5만원 ~10만원	빈도	10	90	39	2	4	4	149	
		비율(%)	6.71	60.4	26.17	1.34	2.68	2.68	100	
	10만원 ~15만원	빈도	2	42	14	0	2	0	60	
		비율(%)	3.33	70	23.33	0	3.33	0	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	8	6	2	0	0	16	
		비율(%)	0	50	37.5	12.5	0	0	100	
	20만원 이상	빈도	0	8	4	2	0	0	14	
		비율(%)	0	57.14	28.57	14.29	0	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	6	72	22	4	2	0	106	x <sup>2</sup> =8.68 df=5 p=0.122
		비율(%)	5.66	67.92	20.75	3.77	1.89	0	100	
	없음	빈도	16	158	99	14	6	4	297	
		비율(%)	5.39	53.2	33.33	4.71	2.02	1.35	100	
전공	인문계	빈도	5	69	42	10	4	0	130	x <sup>2</sup> =21.22 df=15 p=0.130
		비율(%)	3.85	53.08	32.31	7.69	3.08	0	100	
	실업계	빈도	7	82	41	3	2	0	135	
		비율(%)	5.19	60.74	30.37	2.22	1.48	0	100	
	예체능계	빈도	10	73	38	5	2	4	132	
		비율(%)	7.58	55.3	28.79	3.79	1.52	3.03	100	
	기타	빈도	0	6	0	0	0	0	6	
		비율(%)	0	100	0	0	0	0	100	
가족구성	대가족	빈도	4	10	6	0	0	0	20	x <sup>2</sup> =83.86 df=15 p=0.000***
		비율(%)	20	50	30	0	0	0	100	
	부모님과 함께	빈도	18	218	113	16	6	4	375	
		비율(%)	4.8	58.13	30.13	4.27	1.6	1.07	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	2	0	0	2	
		비율(%)	0	0	0	100	0	0	100	
	기타	빈도	0	2	2	0	2	0	6	
비율(%)		0	33.33	33.33	0	33.33	0	100		

\* p<0.05,, \*\*\* p<0.001

## 7) 자신의 체형에 대한 주관적 판단(외적모습)

조사대상자가 자신의 체형에 대한 주관적 판단(외적모습)에 대한 분석결과는 한 달 용돈과 사귀는 이성친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 보통이라는 응답이 37.53%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 보통과 통통하다가 동일하게 27.59%, 3만원~5만원의 경우 보통이다 40.74%, 5만원~10만원의 경우 통통하다 34.9%, 10만원~15만원의 경우 보통이다 53.33%, 15만원~20만원의 경우 통통하다 62.5%, 20만원 이상의 경우 뚱뚱하다 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 보통이다 49.06%, 없음의 경우 보통이다 33.44%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 통통하다 45.45%, 부모님과 함께 거주하는 경우 보통이다 37.87%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 통통하다 100%, 기타 거주형태의 경우 뚱뚱하다 66.67%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

<표 19> 조사대상자 자신의 체형에 대한 주관적 판단(외적모습)

구분		말랐다	날씬하다	보통이다	통통하다	똥똥하다	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	8	4	47	42	31	132	x <sup>2</sup> =10.94 df=8 p=0.205		
		비율(%)	6.06	3.03	35.61	31.82	23.48	100			
	고2	빈도	10	11	48	42	27	138			
		비율(%)	7.25	7.97	34.78	30.43	19.57	100			
	고3	빈도	2	5	57	44	27	135			
		비율(%)	1.48	3.7	42.22	32.59	20	100			
한 달 용돈	3만원미만	빈도	6	2	16	16	18	58	x <sup>2</sup> =45.58 df=20 p=0.001**		
		비율(%)	10.34	3.45	27.59	27.59	31.03	100			
	3만원 ~5만원	빈도	4	8	44	38	14	108			
		비율(%)	3.7	7.41	40.74	35.19	12.96	100			
	5만원 ~10만원	빈도	8	6	50	52	33	149			
		비율(%)	5.37	4.03	33.56	34.9	22.15	100			
	10만원 ~15만원	빈도	2	4	32	12	10	60			
		비율(%)	3.33	6.67	53.33	20	16.67	100			
	15만원 ~20만원	빈도	0	0	4	10	2	16			
		비율(%)	0	0	25	62.5	12.5	100			
	20만원 이상	빈도	0	0	6	0	8	14			
		비율(%)	0	0	42.86	0	57.14	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	4	8	52	32	10	106	x <sup>2</sup> =16.67 df=4 p=0.002**		
		비율(%)	3.77	7.55	49.06	30.19	9.43	100			
	없음	빈도	16	12	100	96	75	299			
		비율(%)	5.35	4.01	33.44	32.11	25.08	100			
	전공	인문계	빈도	5	9	44	41	31		130	x <sup>2</sup> =17.65 df=12 p=0.127
			비율(%)	3.85	6.92	33.85	31.54	23.85		100	
실업계		빈도	5	5	56	45	24	135			
		비율(%)	3.7	3.7	41.48	33.33	17.78	100			
예체능계		빈도	10	4	50	38	30	132			
		비율(%)	7.58	3.03	37.88	28.79	22.73	100			
기타	빈도	0	2	2	4	0	8				
	비율(%)	0	25	25	50	0	100				
가족구성	대가족	빈도	4	0	8	10	0	22	x <sup>2</sup> =28.26 df=12 p=0.005**		
		비율(%)	18.18	0	36.36	45.45	0	100			
	부모님과 함께	빈도	16	20	142	116	81	375			
		비율(%)	4.27	5.33	37.87	30.93	21.6	100			
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	2	0	2			
		비율(%)	0	0	0	100	0	100			
기타	빈도	0	0	2	0	4	6				
	비율(%)	0	0	33.33	0	66.67	100				

\*\* p<0.01

## 8) 체중감량 정도

조사대상자가 희망하는 체중감량 정도는 가족구성만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 가장 큰 체중감량을 원하는 부분은 가족구성에서 형제자매와 함께 거주하는 경우 평균 -15kg을 감량하기 원하는 것으로 나타났으며, 가장 큰 표준편차를 나타내고 있는 부분은 전공에서 예체능계에 재학 중인 학생이 5.44로 나타났다.

세부적으로 설명하면 학년에서는 사귀는 이성 친구에서는 없음이 -5.74kg, 있음이 -4.7kg으로 나타났다.

가족구성에서는 형제·자매와 함께 거주하는 경우 -15kg을 평균적으로 감량하기 희망하는 것으로, 대가족과 함께 거주하는 경우 평균 -3kg을 감량하는 것으로 나타났으며 가족구성의 경우 특성별로 체중감량을 원하는 것에 대한 편차가 크게 나타나는 것을 알 수 있다 ( $p < 0.001$ ).

<표 20> 조사대상자가 희망하는 체중감량 정도

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	-5.54	4.66	132	F=1.41 df=2 p=0.244
	고2	-4.98	4.98	138	
	고3	-5.94	4.60	135	
한 달 용돈	3만원미만	-5.17	4.96	58	F=0.27 df=5 p=0.926
	3만원~5만원	-5.65	4.45	108	
	5만원~10만원	-5.57	4.88	149	
	10만원~15만원	-5.03	5.09	60	
	15만원~20만원	-6.25	4.64	16	
사귀는 이성친구	20만원 이상	-5.57	3.99	14	F=3.37 df=1 p=0.067
	있음	-4.75	3.81	106	
전공	없음	-5.74	5.03	299	F=1.71 df=3 p=0.164
	인문계	-5.78	4.76	130	
	실업계	-5.29	4.03	135	
	예체능계	-5.59	5.44	132	
가족구성	기타	-2.00	2.27	8	F=6.22 df=3 p=0.000***
	대가족	-3.00	3.78	22	
	부모님과 함께	-5.51	4.71	375	
	형제자매와 함께	-15.00	0.00	2	
	기타	-9.33	5.39	6	

\*\*\* p<0.001

## 9) 체중관리 방법에 대한 정보습득

조사대상자의 체중관리 방법에 대한 정보습득에 대한 분석결과는 한 달 용돈과, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 인터넷을 이용한다는 응답이 47.41%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 인터넷 55.17%, 3만원~5만원의 경우 인터넷 53.7%, 5만원~10만원의 경우 인터넷 42.95%, 10만원~15만원의 경우 인터넷 43.33%, 15만원~20만원의 경우 TV, 라디오 등 매체 37.5%, 20만원 이상의 경우 인터넷 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 인터넷 45.45%, 부모님과 함께 거주하는 경우 인터넷 47.47%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 비만관리실 또는 헬스장 100%, 기타 거주형태의 경우 인터넷 66.67%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

<표 21> 체중관리 방법에 대한 정보습득 방법

구분		TV, 라디오 등 매체	비만 관리실 또는 헬스장	친구 또는 동료	인터넷	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	31	9	22	65	5	132	x <sup>2</sup> =3.76 df=8 p=0.878
		비율(%)	23.48	6.82	16.67	49.24	3.79	100	
	고2	빈도	36	5	23	66	8	138	
		비율(%)	26.09	3.62	16.67	47.83	5.8	100	
	고3	빈도	33	7	29	61	5	135	
		비율(%)	24.44	5.19	21.48	45.19	3.7	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	6	0	12	32	8	58	x <sup>2</sup> =47.73 df=20 p=0.000***
		비율(%)	10.34	0	20.69	55.17	13.79	100	
	3만원 ~5만원	빈도	30	6	12	58	2	108	
		비율(%)	27.78	5.56	11.11	53.7	1.85	100	
	5만원 ~10만원	빈도	46	9	26	64	4	149	
		비율(%)	30.87	6.04	17.45	42.95	2.68	100	
	10만원 ~15만원	빈도	12	4	16	26	2	60	
		비율(%)	20	6.67	26.67	43.33	3.33	100	
	15만원 ~20만원	빈도	6	2	4	4	0	16	
		비율(%)	37.5	12.5	25	25	0	100	
20만원 이상	빈도	0	0	4	8	2	14		
	비율(%)	0	0	28.57	57.14	14.29	100		
사귀는 이성친구	있음	빈도	34	6	16	44	6	106	x <sup>2</sup> =5.55 df=4 p=0.235
		비율(%)	32.08	5.66	15.09	41.51	5.66	100	
	없음	빈도	66	15	58	148	12	299	
		비율(%)	22.07	5.02	19.4	49.5	4.01	100	
전공	인문계	빈도	31	10	26	58	5	130	x <sup>2</sup> =13.76 df=12 p=0.316
		비율(%)	23.85	7.69	20	44.62	3.85	100	
	실업계	빈도	38	6	23	60	8	135	
		비율(%)	28.15	4.44	17.04	44.44	5.93	100	
	예체능계	빈도	31	5	25	66	5	132	
		비율(%)	23.48	3.79	18.94	50	3.79	100	
기타	빈도	0	0	0	8	0	8		
	비율(%)	0	0	0	100	0	100		
가족구성	대가족	빈도	4	0	6	10	2	22	x <sup>2</sup> =43.68 df=12 p=0.000***
		비율(%)	18.18	0	27.27	45.45	9.09	100	
	부모님과 함께	빈도	96	19	66	178	16	375	
		비율(%)	25.6	5.07	17.6	47.47	4.27	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	2	0	0	0	2	
		비율(%)	0	100	0	0	0	100	
기타	빈도	0	0	2	4	0	6		
	비율(%)	0	0	33.33	66.67	0	100		

\*\*\* p<0.001

#### 10) 체중조절을 위해 살이 빠지기 원하는 부위 수

조사대상자가 체중조절을 위해 살이 빠지기 원하는 부위 수는 가족 구성만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 보면 한 달 용돈에서 20만원 이상의 경우 평균 3.86으로 가장 크게 나타났고, 동일한 부분에서 15만원~20만원이 2.13으로 가장 낮게 나타났다. 표준편차의 경우 가족구성에서 기타 부분이 3.39로 가장 크게 나타났다.

세부적으로 설명하면 가족구성에서 기타의 경우 평균 3.67로 가장 크게, 대가족의 경우 평균 2.27로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 22> 체중조절을 위해 살이 빠지기 원하는 부위 수

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	3.03	2.03	132	F=2.00 df=2 p=0.136
	고2	2.59	1.73	138	
	고3	2.66	2.00	135	
한 달 용돈	3만원미만	2.76	1.54	58	F=1.44 df=5 p=0.209
	3만원~5만원	2.81	2.00	108	
	5만원~10만원	2.64	1.82	149	
	10만원~15만원	2.87	2.27	60	
	15만원~20만원	2.13	2.03	16	
사귀는 이성친구	20만원 이상	3.86	2.11	14	F=0.02 df=1 p=0.890
	있음	2.74	2.09	106	
전공	없음	2.77	1.87	299	F=1.12 df=3 p=0.342
	인문계	2.88	2.03	130	
	실업계	2.64	1.85	135	
	예체능계	2.70	1.90	132	
가족구성	기타	3.75	1.91	8	F=4.24 df=3 p=0.005**
	대가족	2.27	1.52	22	
	부모님과 함께	2.75	1.90	375	
	형제자매와 함께	3.00	2.00	2	
	기타	3.67	3.39	6	

\*\* p<0.01

### 11) 체중조절을 위한 방법 1순위

조사대상자가 체중조절을 위해 선택한 방법 중 1순위에 대한 분석결과는 한 달 용돈과 사귀는 이성친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 운동이 50.62%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 운동이 55.17%, 3만원~5만원의 경우 운동이 51.81%, 5만원~10만원의 경우 운동이 52.35%, 10만원~15만원의 경우 운동이 50%, 15만원~20만원의 경우 식이조절이 62.5%, 20만원 이상의 경우 식이조절이 42.86%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 운동이 53.77%, 없음의 경우 운동이 49.5%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 운동과 식이조절이 동일하게 36.36%, 부모님과 함께 거주하는 경우 운동이 50.67%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 운동과 주사요법이 동일하게 각각 50%, 기타 거주형태의 경우 운동이 100%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

<표 23> 체중조절을 위한 방법 1순위

구분		운동	식이 조절	단식	약물 복용	주사 요법	전문 관리	기타	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	65	47	7	0	1	11	132	x <sup>2</sup> =12.46 df=12 p=0.409			
		비율(%)	49.24	35.61	5.3	0	0.76	8.33	0.76		100		
	고2	빈도	65	47	4	0	2	19	138				
		비율(%)	47.1	34.06	2.9	0	1.45	13.77	0.72		100		
	고3	빈도	75	33	7	2	2	16	0		135		
		비율(%)	55.56	24.44	5.19	1.48	1.48	11.85	0		100		
한 달 용돈	3만원미만	빈도	32	18	2	0	0	6	0	58	x <sup>2</sup> =91.49 df=30 p=0.000***		
		비율(%)	55.17	31.03	3.45	0	0	10.34	0	100			
	3만원	빈도	56	34	4	0	0	14	0	108			
		비율(%)	51.85	31.48	3.7	0	0	12.96	0	100			
	~5만원	빈도	78	39	10	2	4	16	0	149			
		비율(%)	52.35	26.17	6.71	1.34	2.68	10.74	0	100			
	10만원	빈도	30	20	0	0	0	10	0	60			
		비율(%)	50	33.33	0	0	0	16.67	0	100			
	~15만원	빈도	5	10	0	0	1	0	0	16			
		비율(%)	31.25	62.5	0	0	6.25	0	0	100			
	20만원	빈도	4	6	2	0	0	0	2	14			
		비율(%)	28.57	42.86	14.29	0	0	0	14.29	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	57	34	2	0	3	8	2	106	x <sup>2</sup> =13.56 df=6 p=0.035*		
		비율(%)	53.77	32.08	1.89	0	2.83	7.55	1.89	100			
	없음	빈도	148	93	16	2	2	38	0	299			
		비율(%)	49.5	31.1	5.35	0.67	0.67	12.71	0	100			
	전공	인문계	빈도	66	43	5	0	2	14	0		130	x <sup>2</sup> =15.83 df=18 p=0.604
			비율(%)	50.77	33.08	3.85	0	1.54	10.77	0		100	
실업계		빈도	71	40	6	2	3	13	0	135			
		비율(%)	52.59	29.63	4.44	1.48	2.22	9.63	0	100			
예체능계		빈도	62	42	7	0	0	19	2	132			
		비율(%)	46.97	31.82	5.3	0	0	14.39	1.52	100			
기타	빈도	6	2	0	0	0	0	0	8				
	비율(%)	75	25	0	0	0	0	0	100				
가족구성	대가족	빈도	8	8	0	0	2	4	0	22	x <sup>2</sup> =61.14 df=18 p=0.000***		
		비율(%)	36.36	36.36	0	0	9.09	18.18	0	100			
	부모님과 함께	빈도	190	119	18	2	2	42	2	375			
		비율(%)	50.67	31.73	4.8	0.53	0.53	11.2	0.53	100			
	형제자매와 함께	빈도	1	0	0	0	1	0	0	2			
		비율(%)	50	0	0	0	50	0	0	100			
기타	빈도	6	0	0	0	0	0	0	6				
	비율(%)	100	0	0	0	0	0	0	100				

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 12) 체중조절을 위한 방법 2순위

조사대상자가 체중조절을 위해 선택한 방법 중 2순위에 대한 분석결과로는 한 달 용돈과 사귀는 이성친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 식이조절이 47.65%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 식이조절이 48.28%, 3만원~5만원의 경우 식이조절이 51.85%, 5만원~10만원의 경우 식이조절이 48.32%, 10만원~15만원의 경우 식지조절이 46.67%, 15만원~20만원의 경우 운동이 62.5%, 20만원 이상의 경우 운동과 식이조절이 동일하게 각각 28.57%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 식이조절이 53.77%, 없음의 경우 식이조절이 45.48%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 운동이 54.55%, 부모님과 함께 거주하는 경우 식이조절이 77.47%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 식이조절과 약물복용이 동일하게 각각 50%, 기타 거주형태의 경우 식이조절이 100%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

<표 24> 체중조절을 위한 방법 2순위

구분		운동	식이 조절	단식	약물 복용	주사 요법	원푸드식 품섭취	전문 관리	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	47	59	10	2	1	6	7	132	x <sup>2</sup> =9.51 df=12 p=0.658
		비율(%)	35.61	44.7	7.58	1.52	0.76	4.55	5.3	100	
	고2	빈도	45	62	8	5	2	8	8	138	
		비율(%)	32.61	44.93	5.8	3.62	1.45	5.8	5.8	100	
	고3	빈도	41	72	8	0	3	6	5	135	
		비율(%)	30.37	53.33	5.93	0	2.22	4.44	3.7	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	22	28	2	0	0	0	6	58	x <sup>2</sup> =60.60 df=30 p=0.001**
		비율(%)	37.93	48.28	3.45	0	0	0	10.34	100	
	3만원 ~5만원	빈도	30	56	6	2	0	8	6	108	
		비율(%)	27.78	51.85	5.56	1.85	0	7.41	5.56	100	
	5만원 ~10만원	빈도	45	72	12	0	6	8	6	149	
		비율(%)	30.2	48.32	8.05	0	4.03	5.37	4.03	100	
	10만원 ~15만원	빈도	22	28	6	2	0	2	0	60	
		비율(%)	36.67	46.67	10	3.33	0	3.33	0	100	
	15만원 ~20만원	빈도	10	5	0	1	0	0	0	16	
		비율(%)	62.5	31.25	0	6.25	0	0	0	100	
20만원 이상	빈도	4	4	0	2	0	2	2	14		
	비율(%)	28.57	28.57	0	14.29	0	14.29	14.29	100		
사귀는 이성친구	있음	빈도	30	57	4	3	0	2	10	106	x <sup>2</sup> =15.31 df=6 p=0.018*
		비율(%)	28.3	53.77	3.77	2.83	0	1.89	9.43	100	
	없음	빈도	103	136	22	4	6	18	10	299	
		비율(%)	34.45	45.48	7.36	1.34	2.01	6.02	3.34	100	
전공	인문계	빈도	41	61	9	2	4	8	5	130	x <sup>2</sup> =13.45 df=18 p=0.764
		비율(%)	31.54	46.92	6.92	1.54	3.08	6.15	3.85	100	
	실업계	빈도	42	68	9	4	1	3	8	135	
		비율(%)	31.11	50.37	6.67	2.96	0.74	2.22	5.93	100	
	예체능계	빈도	48	58	8	1	1	9	7	132	
		비율(%)	36.36	43.94	6.06	0.76	0.76	6.82	5.3	100	
기타	빈도	2	6	0	0	0	0	0	8		
	비율(%)	25	75	0	0	0	0	0	100		
가족구성	대가족	빈도	12	8	2	0	0	0	0	22	x <sup>2</sup> =41.78 df=18 p=0.001**
		비율(%)	54.55	36.36	9.09	0	0	0	0	100	
	부모님과 함께	빈도	121	178	24	6	6	20	20	375	
		비율(%)	32.27	47.47	6.4	1.6	1.6	5.33	5.33	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	1	0	1	0	0	0	2	
		비율(%)	0	50	0	50	0	0	0	100	
기타	빈도	0	6	0	0	0	0	0	6		
	비율(%)	0	100	0	0	0	0	0	100		

\* p<0.05 \*\* p<0.01

### 13) 체중조절을 위한 방법 3순위

조사대상자가 체중조절을 위해 선택한 방법 중 3순위에 대한 분석결과는 학년, 한 달 용돈, 사귀는 이성친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 전문관리가 51.60%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 고1의 경우 전문 관리 53.79%, 고2의 경우 전문 관리 56.52%, 고3의 경우 전문 관리 44.44%, 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 전문 관리 51.72%, 3만원~5만원의 경우 전문 관리 51.85%, 5만원~10만원의 경우 전문 관리 55.03%, 10만원~15만원의 경우 전문 관리 50%, 15만원~20만원의 경우 전문 관리 43.75%, 20만원 이상의 경우 운동과 전문 관리가 동일하게 각각 28.57%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 전문 관리가 44.34%, 없음의 경우 전문 관리가 54.18%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 전문 관리가 45.45%, 부모님과 함께 거주하는 경우 전문 관리가 51.2%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 원푸드 식품 섭취와 전문 관리가 동일하게 각각 50%, 기타 거주형태의 경우 전문 관리가 100%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

<표 25> 체중조절을 위한 방법 3순위

구분		운동	식이 조절	단식	약물 복용	주사 요법	원푸드식 품섭 취	전문 관리	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	14	12	16	3	0	16	71	132	x <sup>2</sup> =30.88 df=12 p=0.002**
		비율(%)	10.61	9.09	12.12	2.27	0	12.12	53.79	100	
	고2	빈도	19	14	15	2	5	5	78	138	
		비율(%)	13.77	10.14	10.87	1.45	3.62	3.62	56.52	100	
	고3	빈도	13	16	21	12	7	6	60	135	
		비율(%)	9.63	11.85	15.56	8.89	5.19	4.44	44.44	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	4	12	4	0	2	6	30	58	x <sup>2</sup> =84.38 df=30 p=0.000***
		비율(%)	6.9	20.69	6.9	0	3.45	10.34	51.72	100	
	3만원 ~5만원	빈도	18	8	14	2	2	8	56	108	
		비율(%)	16.67	7.41	12.96	1.85	1.85	7.41	51.85	100	
	5만원 ~10만원	빈도	14	20	20	3	0	10	82	149	
		비율(%)	9.4	13.42	13.42	2.01	0	6.71	55.03	100	
	10만원 ~15만원	빈도	6	2	8	6	6	2	30	60	
		비율(%)	10	3.33	13.33	10	10	3.33	50	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	0	4	4	0	1	7	16	
		비율(%)	0	0	25	25	0	6.25	43.75	100	
20만원 이상	빈도	4	0	2	2	2	0	4	14		
	비율(%)	28.57	0	14.29	14.29	14.29	0	28.57	100		
사귀는 이성친구	있음	빈도	12	6	26	4	2	9	47	106	x <sup>2</sup> =21.15 df=6 p=0.002**
		비율(%)	11.32	5.66	24.53	3.77	1.89	8.49	44.34	100	
	없음	빈도	34	36	26	13	10	18	162	299	
		비율(%)	11.37	12.04	8.7	4.35	3.34	6.02	54.18	100	
전공	인문계	빈도	14	11	12	8	4	9	72	130	x <sup>2</sup> =26.75 df=18 p=0.084
		비율(%)	10.77	8.46	9.23	6.15	3.08	6.92	55.38	100	
	실업계	빈도	18	12	12	4	3	12	74	135	
		비율(%)	13.33	8.89	8.89	2.96	2.22	8.89	54.81	100	
	예체능계	빈도	14	19	24	5	5	6	59	132	
		비율(%)	10.61	14.39	18.18	3.79	3.79	4.55	44.7	100	
기타	빈도	0	0	4	0	0	0	4	8		
	비율(%)	0	0	50	0	0	0	50	100		
가족구성	대가족	빈도	2	2	4	0	0	4	10	22	x <sup>2</sup> =19.45 df=18 p=0.364
		비율(%)	9.09	9.09	18.18	0	0	18.18	45.45	100	
	부모님과 함께	빈도	44	40	48	17	12	22	192	375	
		비율(%)	11.73	10.67	12.8	4.53	3.2	5.87	51.2	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	0	0	1	1	2	
		비율(%)	0	0	0	0	0	50	50	100	
기타	빈도	0	0	0	0	0	0	6	6		
	비율(%)	0	0	0	0	0	0	100	100		

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

### 3. 조사대상자의 기초화장품 사용실태

#### 1) 기초화장품 시작 나이

조사대상자의 기초화장품 시작 나이는 한 달 용돈과 가족구성만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 보면 기초화장품 시작나이가 가장 크게 나타나는 부분은 가족구성에서 대가족의 경우 평균 13.91세, 가장 낮게 나타나는 부분은 가족구성에서 형제자매와 함께 10.00이다. 표준편차의 경우 전공에서 기타 전공에 재학중인 여고생이 4.62로 가장 크게 나타났다.

세부적으로 설명하면 한 달 용돈의 경우 15만원~20만원이 평균 13.75세로 가장 크고 20만원 이상의 경우 평균 10.86세로 가장 낮게 나타나고 있다( $p < 0.05$ ). 가족구성에서 대가족의 경우 평균 13.91세로 가장 크게, 형제자매와 함께 거주하는 경우 평균 10세로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.05$ ).

통계적 유의성은 없지만 나머지 변수들에 대하여 기초통계량에 의해 해석하면 학년이 낮을수록 기초화장품 시작 나이가 낮게 나타나는 패턴을 나타내고 있으며, 사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우가 없음에 비해 평균적으로 낮은 시작나이를 나타내고 있다. 전공에서는 인문계의 경우가 평균 12.69세로 가장 낮게 나타나고 있으며, 실업계의 경우는 13.27세로 가장 높게 나타나고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 26> 기초화장품 시작 나이

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	12.83	2.63	132	F=0.43 df=2 p=0.652
	고2	13.01	2.59	138	
	고3	13.13	2.79	135	
한 달 용돈	3만원미만	13.59	2.14	58	F=2.98 df=5 p=0.011*
	3만원~5만원	13.17	2.99	108	
	5만원~10만원	12.82	2.62	149	
	10만원~15만원	12.80	2.41	60	
	15만원~20만원	13.75	1.91	16	
사귀는 이성친구	20만원 이상	10.86	3.25	14	F=0.08 df=1 p=0.777
	있음	12.92	2.43	106	
전공	없음	13.01	2.75	299	F=1.25 df=3 p=0.292
	인문계	12.69	2.60	130	
	실업계	13.27	2.23	135	
	예체능계	13.04	2.97	132	
가족구성	기타	12.25	4.62	8	F=3.77 df=3 p=0.010*
	대가족	13.91	2.49	22	
	부모님과 함께	12.99	2.64	375	
	형제자매와 함께	10.00	2.00	2	
	기타	10.33	3.14	6	

\* p<0.05

## 2) 현재 사용하는 기초화장품 개수

조사대상자가 현재 사용하는 기초화장품 개수는 한 달 용돈과 사귀는 이성 친구 유무, 전공만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 보면 전공에서 기타의 경우가 평균 4.75로 현재 사용하는 기초화장품 개수가 가장 높게 나타나고 있으며, 가족구성에서 기타의 경우가 2.67로 가장 낮게 나타나고 있다. 표준편차는 전공에서 기타의 경우가 0.89로 가장 낮게 났고, 한 달 용돈 15만원~20만원이 1.44로 가장 크게 나타나고 있다( $p < 0.05$ ).

세부적으로 설명하면 한 달 용돈의 경우 15만원~20만원이 평균 4.25 ( $p < 0.05$ ), 사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 3.85으로 가장 크게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 27> 현재 사용하는 기초화장품 개수

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	3.53	1.04	132	F=0.56 df=2 p=0.569
	고2	3.67	1.05	138	
	고3	3.64	1.22	135	
한 달 용돈	3만원미만	3.31	0.99	58	F=2.88 df=5 p=0.014*
	3만원~5만원	3.46	1.11	108	
	5만원~10만원	3.71	1.11	149	
	10만원~15만원	3.77	0.96	60	
	15만원~20만원	4.25	1.44	16	
사귀는 이성친구	있음	3.85	0.96	106	F=6.70 df=1 p=0.010*
	없음	3.53	1.14	299	
전공	인문계	3.50	1.18	130	F=4.04 df=3 p=0.007**
	실업계	3.54	1.03	135	
	예체능계	3.73	1.08	132	
	기타	4.75	0.89	8	
가족구성	대가족	3.55	1.01	22	F=1.61 df=3 p=0.185
	부모님과 함께	3.63	1.11	375	
	형제자매와 함께	4.00	1.00	2	
	기타	2.67	1.03	6	

\* p<0.05, \*\* p<0.01

### 3) 기초화장품 사용주기

조사대상자의 기초화장품 사용주기에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 매일 사용한다는 응답이 88.40%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 매일 사용한다는 응답이 82.76%, 3만원~5만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 92.59%, 5만원~10만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 88.59%, 10만원~15만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 90%, 15만원~20만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 75%, 20만원 이상의 경우 매일 사용한다는 응답이 85.71%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

가족구성에서는 대가족의 경우 매일 사용한다는 응답이 90.91%, 부모님과 함께 거주하는 경우 매일 사용한다는 응답이 88.53%, 형제·자매와 함께 거주하는 경우 주 3회 이상이라는 응답이 100%, 기타 거주형태의 경우 매일 사용한다는 응답이 100%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 28> 기초화장품 사용주기

구분		빈도	한 달에 1회	2주에 1회	주 1~2회	주 3회 이상	매일	합계	검정통계량
학년	고1	빈도	1	1	3	15	112	132	x <sup>2</sup> =8.93 df=8 p=0.348
		비율(%)	0.76	0.76	2.27	11.36	84.85	100	
	고2	빈도	3	1	1	6	127	138	
		비율(%)	2.17	0.72	0.72	4.35	92.03	100	
	고3	빈도	4	0	3	9	119	135	
		비율(%)	2.96	0	2.22	6.67	88.15	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	6	0	0	4	48	58	x <sup>2</sup> =57.24 df=20 p=0.000***
		비율(%)	10.34	0	0	6.9	82.76	100	
	3만원 ~5만원	빈도	0	2	2	4	100	108	
		비율(%)	0	1.85	1.85	3.7	92.59	100	
	5만원 ~10만원	빈도	0	0	3	14	132	149	
		비율(%)	0	0	2.01	9.4	88.59	100	
	10만원 ~15만원	빈도	0	0	2	4	54	60	
		비율(%)	0	0	3.33	6.67	90	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	0	0	4	12	16	
		비율(%)	0	0	0	25	75	100	
	20만원 이상	빈도	2	0	0	0	12	14	
		비율(%)	14.29	0	0	0	85.71	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	0	0	0	12	94	106	x <sup>2</sup> =8.996 df=4 p=0.061
		비율(%)	0	0	0	11.32	88.68	100	
	없음	빈도	8	2	7	18	264	299	
		비율(%)	2.68	0.67	2.34	6.02	88.29	100	
전공	인문계	빈도	5	0	3	12	110	130	x <sup>2</sup> =10.76 df=12 p=0.549
		비율(%)	3.85	0	2.31	9.23	84.62	100	
	실업계	빈도	1	2	1	9	122	135	
		비율(%)	0.74	1.48	0.74	6.67	90.37	100	
	예체능계	빈도	2	0	3	9	118	132	
		비율(%)	1.52	0	2.27	6.82	89.39	100	
기타	빈도	0	0	0	0	8	8		
	비율(%)	0	0	0	0	100	100		
가족구성	대가족	빈도	0	0	0	2	20	22	x <sup>2</sup> =27.02 df=12 p=0.008**
		비율(%)	0	0	0	9.09	90.91	100	
	부모님과 함께	빈도	8	2	7	26	332	375	
		비율(%)	2.13	0.53	1.87	6.93	88.53	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	2	0	2	
		비율(%)	0	0	0	100	0	100	
기타	빈도	0	0	0	0	6	6		
	비율(%)	0	0	0	0	100	100		

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

#### 4) 기초화장품 사용 시기

조사대상자의 기초화장품 사용 시기에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 항상 사용한다는 응답이 70.12%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 항상 사용한다는 응답이 51.72%, 3만원~5만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 74.07%, 5만원~10만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 67.11%, 10만원~15만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 86.67%, 15만원~20만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 75%, 20만원 이상의 경우 항상 사용한다는 응답이 71.43%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 항상 사용한다는 응답이 81.13%, 없음의 경우 항상 사용한다는 응답이 66.22%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 29> 기초화장품 사용 시기

구분	항상	등·하교시	친구만날때	부모님과 외출시	소풍, 축제 등 행사 때	기타	합계	검정통계량					
학년	고1	빈도	89	32	2	2	1	6	x <sup>2</sup> =6.78 df=10 p=0.745				
		비율(%)	67.42	24.24	1.52	1.52	0.76	4.55		100			
	고2	빈도	93	30	2	1	1	11		x <sup>2</sup> =60.42 df=25 p=0.000***			
		비율(%)	67.39	21.74	1.45	0.72	0.72	7.97			100		
	고3	빈도	102	24	2	0	0	7			x <sup>2</sup> =15.26 df=5 p=0.009**		
		비율(%)	75.56	17.78	1.48	0	0	5.19				100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	30	16	0	2	0	10	x <sup>2</sup> =14.85 df=15 p=0.462				
		비율(%)	51.72	27.59	0	3.45	0	17.24				100	
	3만원 ~5만원	빈도	80	20	2	0	2	4		x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630			
		비율(%)	74.07	18.52	1.85	0	1.85	3.7				100	
	5만원 ~10만원	빈도	100	38	2	1	0	8			x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630		
		비율(%)	67.11	25.5	1.34	0.67	0	5.37				100	
	10만원 ~15만원	빈도	52	8	0	0	0	0				x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630	
		비율(%)	86.67	13.33	0	0	0	0					100
	15만원 ~20만원	빈도	12	2	0	0	0	2					x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630
		비율(%)	75	12.5	0	0	0	12.5					
20만원 이상	빈도	10	2	2	0	0	0	x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630					
	비율(%)	71.43	14.29	14.29	0	0	0		100				
사귀는 이성 친구	있음	빈도	86	20	0	0	0		0	x <sup>2</sup> =15.26 df=5 p=0.009**			
		비율(%)	81.13	18.87	0	0	0		0				
	없음	빈도	198	66	6	3	2		24		x <sup>2</sup> =15.26 df=5 p=0.009**		
		비율(%)	66.22	22.07	2.01	1	0.67		8.03				
전공	인문계	빈도	89	31	2	1	0		7	x <sup>2</sup> =14.85 df=15 p=0.462			
		비율(%)	68.46	23.85	1.54	0.77	0		5.38			100	
	실업계	빈도	90	32	4	0	2		7		x <sup>2</sup> =14.85 df=15 p=0.462		
		비율(%)	66.67	23.7	2.96	0	1.48		5.19			100	
	예체능계	빈도	99	21	0	2	0	10	x <sup>2</sup> =14.85 df=15 p=0.462				
		비율(%)	75	15.91	0	1.52	0	7.58				100	
기타	빈도	6	2	0	0	0	0	x <sup>2</sup> =14.85 df=15 p=0.462					
	비율(%)	75	25	0	0	0	0			100			
가족구성	대가족	빈도	18	4	0	0	0			0	x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630		
		비율(%)	81.82	18.18	0	0	0			0		100	
	부모님과 함께	빈도	260	80	6	3	2		24	x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630			
		비율(%)	69.33	21.33	1.6	0.8	0.53		6.4			100	
	형제자매와 함께	빈도	0	2	0	0	0	0	x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630				
		비율(%)	0	100	0	0	0	0				100	
	기타	빈도	6	0	0	0	0	0				x <sup>2</sup> =12.64 df=15 p=0.630	
		비율(%)	100	0	0	0	0	0					100

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

#### 5) 기초화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위

조사대상자의 기초화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위 대한 분석결과로는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 얼굴전체에 사용한다는 응답이 65.68%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 68.97%, 3만원~5만원의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 62.96%, 5만원~10만원의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 67.79%, 10만원~15만원의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 53.33%, 15만원~20만원의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 68.75%, 20만원 이상의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 100%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.05$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 59.43%, 없음의 경우 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 67.89%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 30> 기초화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위

구분		눈	입주변	볼	목주위	얼굴 전체	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	2	5	25	0	87	13	132	x <sup>2</sup> =8.07 df=10 p=0.622
		비율(%)	1.52	3.79	18.94	0	65.91	9.85	100	
	고2	빈도	5	10	25	1	86	11	138	
		비율(%)	3.62	7.25	18.12	0.72	62.32	7.97	100	
	고3	빈도	7	5	21	1	93	8	135	
		비율(%)	5.19	3.7	15.56	0.74	68.89	5.93	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	2	4	10	0	40	2	58	x <sup>2</sup> =40.29 df=25 p=0.027*
		비율(%)	3.45	6.9	17.24	0	68.97	3.45	100	
	3만원 ~5만원	빈도	4	6	24	0	68	6	108	
		비율(%)	3.7	5.56	22.22	0	62.96	5.56	100	
	5만원 ~10만원	빈도	6	8	20	0	101	14	149	
		비율(%)	4.03	5.37	13.42	0	67.79	9.4	100	
	10만원 ~15만원	빈도	0	2	16	2	32	8	60	
		비율(%)	0	3.33	26.67	3.33	53.33	13.33	100	
	15만원 ~20만원	빈도	2	0	1	0	11	2	16	
		비율(%)	12.5	0	6.25	0	68.75	12.5	100	
	20만원 이상	빈도	0	0	0	0	14	0	14	
		비율(%)	0	0	0	0	100	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	4	10	25	0	63	4	106	x <sup>2</sup> =13.57 df=5 p=0.019*
		비율(%)	3.77	9.43	23.58	0	59.43	3.77	100	
	없음	빈도	10	10	46	2	203	28	299	
		비율(%)	3.34	3.34	15.38	0.67	67.89	9.36	100	
전공	인문계	빈도	4	10	20	0	90	6	130	x <sup>2</sup> =15.52 df=15 p=0.415
		비율(%)	3.08	7.69	15.38	0	69.23	4.62	100	
	실업계	빈도	6	8	25	1	82	13	135	
		비율(%)	4.44	5.93	18.52	0.74	60.74	9.63	100	
	예체능계	빈도	4	2	26	1	86	13	132	
		비율(%)	3.03	1.52	19.7	0.76	65.15	9.85	100	
	기타	빈도	0	0	0	0	8	0	8	
		비율(%)	0	0	0	0	100	0	100	
가족구성	대가족	빈도	2	2	2	0	10	6	22	x <sup>2</sup> =21.00 df=15 p=0.137
		비율(%)	9.09	9.09	9.09	0	45.45	27.27	100	
	부모님과 함께	빈도	12	18	68	2	249	26	375	
		비율(%)	3.2	4.8	18.13	0.53	66.4	6.93	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	1	0	1	0	2	
		비율(%)	0	0	50	0	50	0	100	
	기타	빈도	0	0	0	0	6	0	6	
비율(%)		0	0	0	0	100	0	100		

\* p<0.05

## 6) 기초화장품을 사용하는 이유

조사대상자가 기초화장품을 사용하는 이유에 대한 분석결과는 사귀는 이성친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 피부에 건조한 느낌을 받아서 사용한다는 응답이 54.07%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 피부에 건조한 느낌을 받아서 사용한다는 응답이 40.57%로 가장 높고, 다음으로 습관적으로 사용한다는 응답이 30.19%로 나타났고, 피부개선의 효과를 보기 위해서 사용한다는 응답이 29.25%로 나타났다. 없음의 경우 피부에 건조한 느낌을 받아서 사용한다는 응답이 58.86%으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 습관적으로 사용한다는 응답이 22.74%로 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 31> 기초화장품을 사용하는 이유

구분	습관적	TV나 잡지 등 인론의 필요성 부각		피부가 건조한 느낌	피부개 선의 효과	부모님 의 권유	기타	합계	검정통계량	
		빈도	비율(%)							
학년	고1	빈도	28	0	70	31	1	2	132	x <sup>2</sup> =14.94 df=10 p=0.134
		비율(%)	21.21	0	53.03	23.48	0.76	1.52	100	
	고2	빈도	43	1	63	26	1	4	138	
		비율(%)	31.16	0.72	45.65	18.84	0.72	2.9	100	
	고3	빈도	29	1	86	17	0	2	135	
		비율(%)	21.48	0.74	63.7	12.59	0	1.48	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	12	0	32	12	0	2	58	x <sup>2</sup> =25.35 df=25 p=0.443
		비율(%)	20.69	0	55.17	20.69	0	3.45	100	
	3만원 ~5만원	빈도	24	0	60	18	2	4	108	
		비율(%)	22.22	0	55.56	16.67	1.85	3.7	100	
	5만원 ~10만원	빈도	40	2	80	25	0	2	149	
		비율(%)	26.85	1.34	53.69	16.78	0	1.34	100	
	10만원 ~15만원	빈도	20	0	30	10	0	0	60	
		비율(%)	33.33	0	50	16.67	0	0	100	
	15만원 ~20만원	빈도	2	0	7	7	0	0	16	
		비율(%)	12.5	0	43.75	43.75	0	0	100	
	20만원 이상	빈도	2	0	10	2	0	0	14	
		비율(%)	14.29	0	71.43	14.29	0	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	32	0	43	31	0	0	106	x <sup>2</sup> =20.31 df=5 p=0.001**
		비율(%)	30.19	0	40.57	29.25	0	0	100	
	없음	빈도	68	2	176	43	2	8	299	
		비율(%)	22.74	0.67	58.86	14.38	0.67	2.68	100	
전공	인문계	빈도	31	0	71	26	0	2	130	x <sup>2</sup> =13.54 df=15 p=0.560
		비율(%)	23.85	0	54.62	20	0	1.54	100	
	실업계	빈도	32	0	73	26	1	3	135	
		비율(%)	23.7	0	54.07	19.26	0.74	2.22	100	
	예체능계	빈도	37	2	67	22	1	3	132	
		비율(%)	28.03	1.52	50.76	16.67	0.76	2.27	100	
기타	빈도	0	0	8	0	0	0	8		
	비율(%)	0	0	100	0	0	0	100		
가족구성	대가족	빈도	2	0	18	2	0	0	22	x <sup>2</sup> =14.58 df=15 p=0.482
		비율(%)	9.09	0	81.82	9.09	0	0	100	
	부모님과 함께	빈도	98	2	194	71	2	8	375	
		비율(%)	26.13	0.53	51.73	18.93	0.53	2.13	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	1	1	0	0	2	
		비율(%)	0	0	50	50	0	0	100	
기타	빈도	0	0	6	0	0	0	6		
	비율(%)	0	0	100	0	0	0	100		

\*\* p<0.01

## 7) 고등학생의 기초화장품 적정 사용수준

고등학생의 기초화장품 적정 사용수준에 대한 분석결과는 사귀는 이성 친구 유무만을 제외한 모든 변수가 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 에센스까지 사용하는 것이 좋다는 응답이 31.11%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 고1의 경우 미스트까지 사용해도 좋다는 응답이 28.79%, 고2의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 33.33%, 고3의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 33.33%로 나타났다( $p < 0.05$ ).

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 31.03%, 3만원~5만원의 경우 미스트까지 사용해도 좋다는 응답이 35.19%, 5만원~10만원의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 34.9%, 10만원~15만원의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 46.67%, 15만원~20만원의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 37.5%, 20만원 이상의 경우 영양크림까지 사용해도 좋다는 응답이 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

전공에서 인문계의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 27.69%, 실업계의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 37.78%, 예체능계의 경우 에센스까지 사용해도 좋다는 응답이 28.03%, 기타 전공의 경우 미스트까지 사용해도 좋다는 응답이 50%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 32> 고등학생의 기초화장품 적정 사용수준

구분		스킨	로션	폼클 린징	에센 스	아이 크림	영양 크림	미스 트	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	1	17	18	35	5	18	38	132	x <sup>2</sup> =22.89 df=12 p=0.029*		
		비율(%)	0.76	12.88	13.64	26.52	3.79	13.64	28.79	100			
	고2	빈도	5	19	13	46	4	27	24	138			
		비율(%)	3.62	13.77	9.42	33.33	2.9	19.57	17.39	100			
	고3	빈도	0	22	15	45	8	28	17	135			
		비율(%)	0	16.3	11.11	33.33	5.93	20.74	12.59	100			
한 달 용돈	3만원미만	빈도	2	18	8	18	0	6	6	58	x <sup>2</sup> =95.99 df=30 p=0.000***		
		비율(%)	3.45	31.03	13.79	31.03	0	10.34	10.34	100			
	3만원 ~5만원	빈도	0	14	8	20	4	24	38	108			
		비율(%)	0	12.96	7.41	18.52	3.7	22.22	35.19	100			
	5만원 ~10만원	빈도	4	20	18	52	8	25	22	149			
		비율(%)	2.68	13.42	12.08	34.9	5.37	16.78	14.77	100			
	10만원 ~15만원	빈도	0	4	10	28	0	6	12	60			
		비율(%)	0	6.67	16.67	46.67	0	10	20	100			
	15만원 ~20만원	빈도	0	0	2	6	3	4	1	16			
		비율(%)	0	0	12.5	37.5	18.75	25	6.25	100			
	20만원 이상	빈도	0	2	0	2	2	8	0	14			
		비율(%)	0	14.29	0	14.29	14.29	57.14	0	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	0	8	16	30	7	20	25	106	x <sup>2</sup> =12.11 df=6 p=0.059		
		비율(%)	0	7.55	15.09	28.3	6.6	18.87	23.58	100			
	없음	빈도	6	50	30	96	10	53	54	299			
		비율(%)	2.01	16.72	10.03	32.11	3.34	17.73	18.06	100			
	전공	인문계	빈도	0	21	20	36	11	23	19		130	x <sup>2</sup> =33.87 df=18 p=0.013*
			비율(%)	0	16.15	15.38	27.69	8.46	17.69	14.62		100	
실업계		빈도	4	20	16	51	2	16	26	135			
		비율(%)	2.96	14.81	11.85	37.78	1.48	11.85	19.26	100			
예체능계		빈도	2	17	10	37	4	32	30	132			
		비율(%)	1.52	12.88	7.58	28.03	3.03	24.24	22.73	100			
기타		빈도	0	0	0	2	0	2	4	8			
		비율(%)	0	0	0	25	0	25	50	100			
가족구성	대가족	빈도	0	6	2	4	2	4	4	22	x <sup>2</sup> =43.98 df=18 p=0.001**		
		비율(%)	0	27.27	9.09	18.18	9.09	18.18	18.18	100			
	부모님과 함께	빈도	6	52	44	122	12	65	74	375			
		비율(%)	1.6	13.87	11.73	32.53	3.2	17.33	19.73	100			
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	0	1	0	1	2			
		비율(%)	0	0	0	0	50	0	50	100			
	기타	빈도	0	0	0	0	2	4	0	6			
비율(%)		0	0	0	0	33.33	66.67	0	100				

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

#### 4. 조사대상자의 색조화장품 사용실태

##### 1) 색조화장품 시작 나이

조사대상자가 색조화장품을 사용하기 시작한 나이는 한 달 용돈과 전공만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 한 달 용돈에서 3만원미만의 경우 15.66세로 색조화장품 시작 나이가 가장 많이 나타났고, 전공 부분에서 기타 전공의 경우 색조화장품 시작 나이가 13.75세로 가장 낮게 나타났다. 표준편차는 가족구성에서 기타의 경우 0.52로 가장 낮게, 전공에서 기타의 경우 2.76로 가장 높게 나타났다 ( $p < 0.05$ ).

세부적으로 설명하면 한 달 용돈의 경우 3만원미만인 경우 평균 15.66세로 가장 높게, 15~20만원일 경우 14.63세로 가장 낮게 나타났다. 전공에서는 기타 전공의 경우 13.75세로 가장 낮게, 예체능계의 경우 15.30세로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 33> 조사대상자의 색조화장품 시작 나이

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	14.98	1.47	132	F=0.26 df=2 p=0.533
	고2	15.10	1.52	138	
	고3	15.09	1.62	135	
한 달 용돈	3만원미만	15.66	1.78	58	F=2.84 df=5 p=0.015*
	3만원~5만원	15.04	1.69	108	
	5만원~10만원	14.98	1.32	149	
	10만원~15만원	14.73	1.62	60	
	15만원~20만원	14.63	0.89	16	
사귀는 이성친구	있음	15.23	1.15	106	F=1.75 df=1 p=0.187
	없음	15.00	1.65	299	
전공	인문계	14.84	1.60	130	F=4.05 df=3 p=0.007**
	실업계	15.10	1.56	135	
	예체능계	15.30	1.30	132	
	기타	13.75	2.76	8	
가족구성	대가족	14.36	2.40	22	F=1.63 df=3 p=0.181
	부모님과 함께	15.09	1.48	375	
	형제자매와 함께	15.00	1.00	2	
	기타	15.33	0.52	6	

\* p<0.05, \*\* p<0.01

## 2) 현재 사용하는 메이크업 제품 개수

조사대상자가 현재 사용하는 메이크업 화장품 개수는 한 달 용돈과 사귀는 이성 친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 살펴보면 가족구성에서 형제자매와 함께 거주하는 경우 평균 13.00개로 가장 높게, 한 달 용돈 3만원미만의 경우 평균 3.31개로 가장 낮게 나타났다( $p < 0.001$ ). 표준편차의 경우 가족구성에서 대가족과 함께 거주하는 경우 3.81로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

세부적으로 설명하면 한 달 용돈의 경우 15만원~20만원이 평균 8.25, 사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 6.34, 가족구성에서 형제·자매와 함께 거주하는 경우 평균 13.00으로 가장 크게 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 34> 현재 사용하는 메이크업 제품 개수

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	5.18	3.32	132	F=1.81 df=2 p=0.165
	고2	5.31	3.17	138	
	고3	5.89	3.25	135	
한 달 용돈	3만원미만	3.31	2.40	58	F=15.24 df=5 p=0.000***
	3만원~5만원	4.81	2.89	108	
	5만원~10만원	5.58	3.07	149	
	10만원~15만원	7.07	3.47	60	
	15만원~20만원	8.25	3.38	16	
사귀는 이성친구	있음	6.34	3.12	106	F=10.71 df=1 p=0.001**
	없음	5.15	3.25	299	
전공	인문계	5.22	3.16	130	F=0.89 df=3 p=0.447
	실업계	5.39	3.45	135	
	예체능계	5.69	3.10	132	
	기타	6.75	3.73	8	
가족구성	대가족	4.73	3.81	22	F=4.20 df=3 p=0.006**
	부모님과 함께	5.45	3.20	375	
	형제자매와 함께	13.00	0.00	2	
	기타	6.33	1.37	6	

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

### 3) 색조화장품 사용주기

조사대상자의 색조화장품 사용주기에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성친구 유무, 전공만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 매일 사용한다는 응답이 49.88%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 매일 사용한다는 응답이 37.93%, 3만원~5만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 42.59%, 5만원~10만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 49.66%, 10만원~15만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 70%, 15만원~20만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 50%, 20만원 이상의 경우 매일 사용한다는 응답이 71.43%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 매일 사용한다는 응답이 67.92%, 없음의 경우 매일 사용한다는 응답이 43.48%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

전공에서 인문계의 경우 매일 사용한다는 응답이 43.08%, 실업계의 경우 매일 사용한다는 응답이 49.63%, 예체능계의 경우 매일 사용한다는 응답이 53.79%, 기타 전공의 경우 매일 사용한다는 응답이 66.67%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 35> 조사대상자의 색조화장품 사용주기

구분		한 달에 1회	2주에 1회	주 1~2회	주 3회 이상	매일	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	12	9	21	33	57	132	x <sup>2</sup> =7.74 df=8 p=0.459
		비율(%)	9.09	6.82	15.91	25	43.18	100	
	고2	빈도	14	7	24	26	67	138	
		비율(%)	10.14	5.07	17.39	18.84	48.55	100	
	고3	빈도	11	8	17	21	78	135	
		비율(%)	8.15	5.93	12.59	15.56	57.78	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	13	5	8	10	22	58	x <sup>2</sup> =43.17 df=20 p=0.002**
		비율(%)	22.41	8.62	13.79	17.24	37.93	100	
	3만원 ~5만원	빈도	10	6	24	22	46	108	
		비율(%)	9.26	5.56	22.22	20.37	42.59	100	
	5만원 ~10만원	빈도	14	9	18	34	74	149	
		비율(%)	9.4	6.04	12.08	22.82	49.66	100	
	10만원 ~15만원	빈도	0	2	10	6	42	60	
		비율(%)	0	3.33	16.67	10	70	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	2	2	4	8	16	
		비율(%)	0	12.5	12.5	25	50	100	
	20만원 이상	빈도	0	0	0	4	10	14	
		비율(%)	0	0	0	28.57	71.43	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	1	5	10	18	72	106	x <sup>2</sup> =24.07 df=4 p=0.000***
		비율(%)	0.94	4.72	9.43	16.98	67.92	100	
	없음	빈도	36	19	52	62	130	299	
		비율(%)	12.04	6.35	17.39	20.74	43.48	100	
전공	인문계	빈도	9	14	21	30	56	130	x <sup>2</sup> =26.82 df=12 p=0.008**
		비율(%)	6.92	10.77	16.15	23.08	43.08	100	
	실업계	빈도	15	2	18	33	67	135	
		비율(%)	11.11	1.48	13.33	24.44	49.63	100	
	예체능계	빈도	13	8	23	17	71	132	
		비율(%)	9.85	6.06	17.42	12.88	53.79	100	
기타	빈도	0	0	0	0	8	8		
	비율(%)	0	0	0	0	100	100		
가족구성	대가족	빈도	2	2	0	2	16	22	x <sup>2</sup> =13.62 df=12 p=0.325
		비율(%)	9.09	9.09	0	9.09	72.73	100	
	부모님과 함께	빈도	35	22	60	78	180	375	
		비율(%)	9.33	5.87	16	20.8	48	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	0	0	2	2	
		비율(%)	0	0	0	0	100	100	
기타	빈도	0	0	2	0	4	6		
	비율(%)	0	0	33.33	0	66.67	100		

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

#### 4) 색조화장품 사용 시기

조사대상자의 색조화장품 사용 시기에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 항상 사용한다는 응답이 42.47%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 등·하교시 사용한다는 응답이 31.03%, 3만원~5만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 37.04%, 5만원~10만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 42.95%, 10만원~15만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 66.67%, 15만원~20만원의 경우 항상 사용한다는 응답이 50%, 20만원 이상의 경우 항상 사용한다는 응답이 71.43%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 항상 사용한다는 응답이 60.38%, 없음의 경우 항상 사용한다는 응답이 36.12%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

<표 36> 조사대상자의 색조화장품 사용 시기

구분		항상	등·하 교시	친구 만날 때	부모 님과 외출 시	쇼핑, 축제 등 행사 때	데이 트, 미팅	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	49	32	30	2	8	2	9	132	x <sup>2</sup> =16.98 df=12 p=0.150
		비율(%)	37.12	24.24	22.73	1.52	6.06	1.52	6.82	100	
	고2	빈도	52	33	28	1	7	0	17	138	
		비율(%)	37.68	23.91	20.29	0.72	5.07	0	12.32	100	
	고3	빈도	71	21	28	0	5	2	8	135	
		비율(%)	52.59	15.56	20.74	0	3.7	1.48	5.93	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	10	18	16	0	4	0	10	58	x <sup>2</sup> =83.29 df=30 p=0.000***
		비율(%)	17.24	31.03	27.59	0	6.9	0	17.24	100	
	3만원 ~5만원	빈도	40	18	26	2	10	2	10	108	
		비율(%)	37.04	16.67	24.07	1.85	9.26	1.85	9.26	100	
	5만원 ~10만원	빈도	64	36	30	1	6	0	12	149	
		비율(%)	42.95	24.16	20.13	0.67	4.03	0	8.05	100	
	10만원 ~15만원	빈도	40	12	6	0	0	0	2	60	
		비율(%)	66.67	20	10	0	0	0	3.33	100	
	15만원 ~20만원	빈도	8	0	6	0	0	2	0	16	
		비율(%)	50	0	37.5	0	0	12.5	0	100	
	20만원 이상	빈도	10	2	2	0	0	0	0	14	
		비율(%)	71.43	14.29	14.29	0	0	0	0	100	
사귀는 이성 친구	있음	빈도	64	22	12	0	2	2	4	106	x <sup>2</sup> =26.10 df=6 p=0.000***
		비율(%)	60.38	20.75	11.32	0	1.89	1.89	3.77	100	
	없음	빈도	108	64	74	3	18	2	30	299	
		비율(%)	36.12	21.4	24.75	1	6.02	0.67	10.03	100	
전공	인문계	빈도	46	27	33	1	9	2	12	130	x <sup>2</sup> =20.27 df=18 p=0.317
		비율(%)	35.38	20.77	25.38	0.77	6.92	1.54	9.23	100	
	실업계	빈도	58	32	30	1	6	1	7	135	
		비율(%)	42.96	23.7	22.22	0.74	4.44	0.74	5.19	100	
	예체능계	빈도	60	27	23	1	5	1	15	132	
		비율(%)	45.45	20.45	17.42	0.76	3.79	0.76	11.36	100	
	기타	빈도	8	0	0	0	0	0	0	8	
		비율(%)	100	0	0	0	0	0	0	100	
가족구성	대가족	빈도	16	2	0	0	2	0	2	22	x <sup>2</sup> =28.32 df=18 p=0.057
		비율(%)	72.73	9.09	0	0	9.09	0	9.09	100	
	부모님과 함께	빈도	152	82	86	3	16	4	32	375	
		비율(%)	40.53	21.87	22.93	0.8	4.27	1.07	8.53	100	
	형제자매와 함께	빈도	2	0	0	0	0	0	0	2	
		비율(%)	100	0	0	0	0	0	0	100	
	기타	빈도	2	2	0	0	2	0	0	6	
		비율(%)	33.33	33.33	0	0	33.33	0	0	100	

\*\*\* p<0.001

## 5) 색조화장품 사용 정도

조사대상자의 색조화장품 사용정도에 대한 분석결과는 학년, 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 28.64%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 고1의 경우 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 34.09%, 고2의 경우 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 27.54%, 고3의 경우 기초화장 정도 한다는 응답이 25.93%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 기초화장 정도 한다는 응답이 48.28%, 3만원~5만원의 경우 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 32.41%, 5만원~10만원의 경우 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 30.87%, 10만원~15만원의 경우 부분 색조화장을 항상 한다는 응답이 21.67%, 15만원~20만원의 경우 전체 색조화장을 항상 한다는 응답이 43.75%, 20만원 이상의 경우 전체 색조화장을 항상 한다는 응답이 42.86%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 부분 색조화장을 항상 한다는 응답이 33.96%, 없음의 경우 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 32.78%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

<표 37> 조사대상자의 색조화장품 사용 정도

구분		기초화 장 정도	부분	부분	전체	전체	합계	검정통계량	
			색조화 장을가 끔	색조화 장을 항상	색조화 장을 가끔	색조화 장을 항상			
학년	고1	빈도	31	45	15	24	17	132	x <sup>2</sup> =20.28 df=8 p=0.009**
		비율(%)	23.48	34.09	11.36	18.18	12.88		
	고2	빈도	31	38	26	20	23		
		비율(%)	22.46	27.54	18.84	14.49	16.67		
	고3	빈도	35	33	30	7	30		
		비율(%)	25.93	24.44	22.22	5.19	22.22		
한 달 용돈	3만원미만	빈도	28	24	2	4	0	58	x <sup>2</sup> =89.64 df=20 p=0.000***
		비율(%)	48.28	41.38	3.45	6.9	0		
	3만원 ~5만원	빈도	32	35	20	11	10		
		비율(%)	29.63	32.41	18.52	10.19	9.26		
	5만원 ~10만원	빈도	26	46	31	20	26		
		비율(%)	17.45	30.87	20.81	13.42	17.45		
	10만원 ~15만원	빈도	9	7	13	10	21		
		비율(%)	15	11.67	21.67	16.67	35		
	15만원 ~20만원	빈도	0	4	3	2	7		
		비율(%)	0	25	18.75	12.5	43.75		
	20만원 이상	빈도	2	0	2	4	6		
		비율(%)	14.29	0	14.29	28.57	42.86		
사귀는 이성친구	있음	빈도	15	18	36	10	27	106	x <sup>2</sup> =41.39 df=4 p=0.000***
		비율(%)	14.15	16.98	33.96	9.43	25.47		
	없음	빈도	82	98	35	41	43		
		비율(%)	27.42	32.78	11.71	13.71	14.38		
전공	인문계	빈도	31	47	18	15	19	130	x <sup>2</sup> =15.44 df=12 p=0.218
		비율(%)	23.85	36.15	13.85	11.54	14.62		
	실업계	빈도	31	37	24	17	26		
		비율(%)	22.96	27.41	17.78	12.59	19.26		
	예체능계	빈도	33	32	25	17	25		
		비율(%)	25	24.24	18.94	12.88	18.94		
기타	빈도	2	0	4	2	0			
	비율(%)	25	0	50	25	0			
가족구성	대가족	빈도	9	6	1	2	4	22	x <sup>2</sup> =16.00 df=12 p=0.191
		비율(%)	40.91	27.27	4.55	9.09	18.18		
	부모님과 함께	빈도	88	106	67	49	65		
		비율(%)	23.47	28.27	17.87	13.07	17.33		
	형제자매와 함께	빈도	0	0	1	0	1		
		비율(%)	0	0	50	0	50		
	기타	빈도	0	4	2	0	0		
비율(%)		0	66.67	33.33	0	0			

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

## 6) 색조화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위

색조화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위에 대한 분석결과는 학년, 한 달 용돈, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 눈화장을 가장 신경 쓴다는 응답이 31.06%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 고1의 경우 피부표현이 36.36%, 고2의 경우 눈화장에 가장 신경 쓴다는 응답이 32.61%, 고3의 경우 눈화장에 가장 신경 쓴다는 응답이 36.3%으로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 입술화자에 가장 신경 쓴다는 응답이 27.59%, 3만원~5만원의 경우 피부표현이라는 응답이 36.11%, 5만원~10만원의 경우 눈화장에 가장 신경 쓴다는 응답이 32.21%, 10만원~15만원의 경우 눈화장과 피부표현이 동일하게 각각 38.33%, 15만원~20만원의 경우 눈화장이라는 응답이 56.25%, 20만원 이상의 경우 눈화장이라는 응답이 57.14%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

가족구성에서 대가족의 경우 입술과 피부표현에 가장 신경 쓴다는 응답이 동일하게 각각 22.73%, 부모님과 함께 거주하는 경우 눈화장이라는 응답이 31.73%, 형제자매와 함께 거주하는 경우 눈화장과 피부표현이 각각 50%, 기타 거주형태의 경우 눈화장에 가장 신경 쓴다는 응답이 66.67%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 38> 색조화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위

구분		눈	입술	볼	피부 표현	얼굴 전체	기타	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	34	21	3	48	23	3	132	x <sup>2</sup> =23.73 df=10 p=0.008**		
		비율(%)	25.76	15.91	2.27	36.36	17.42	2.27	100			
	고2	빈도	45	26	3	31	28	5	138			
		비율(%)	32.61	18.84	2.17	22.46	20.29	3.62	100			
	고3	빈도	49	8	10	36	26	6	135			
		비율(%)	36.3	5.93	7.41	26.67	19.26	4.44	100			
한 달 용돈	3만원미만	빈도	14	16	0	14	8	6	58	x <sup>2</sup> =62.21 df=25 p=0.000***		
		비율(%)	24.14	27.59	0	24.14	13.79	10.34	100			
	3만원	빈도	26	13	7	39	21	2	108			
		비율(%)	24.07	12.04	6.48	36.11	19.44	1.85	100			
	5만원	빈도	48	22	8	28	39	4	149			
		비율(%)	32.21	14.77	5.37	18.79	26.17	2.68	100			
	10만원	빈도	23	4	1	23	7	2	60			
		비율(%)	38.33	6.67	1.67	38.33	11.67	3.33	100			
	15만원	빈도	9	0	0	7	0	0	16			
		비율(%)	56.25	0	0	43.75	0	0	100			
	20만원	빈도	8	0	0	4	2	0	14			
		비율(%)	57.14	0	0	28.57	14.29	0	100			
이상	빈도	39	12	3	37	13	2	106				
	비율(%)	36.79	11.32	2.83	34.91	12.26	1.89	100				
사귀는 이성친구	있음	빈도	89	43	13	78	64	12	299	x <sup>2</sup> =8.82 df=5 p=0.116		
		비율(%)	29.77	14.38	4.35	26.09	21.4	4.01	100			
전공	인문계	빈도	40	23	4	37	21	5	130	x <sup>2</sup> =11.26 df=15 p=0.733		
		비율(%)	30.77	17.69	3.08	28.46	16.15	3.85	100			
	실업계	빈도	43	21	5	37	27	2	135			
		비율(%)	31.85	15.56	3.7	27.41	20	1.48	100			
	예체능계	빈도	43	10	7	38	27	7	132			
		비율(%)	32.58	7.58	5.3	28.79	20.45	5.3	100			
	기타	빈도	2	1	0	3	2	0	8			
		비율(%)	25	12.5	0	37.5	25	0	100			
	가족구성	대가족	빈도	4	5	0	5	4	4		22	x <sup>2</sup> =27.26 df=15 p=0.027*
			비율(%)	18.18	22.73	0	22.73	18.18	18.18		100	
부모님과 함께		빈도	119	48	16	109	73	10	375			
		비율(%)	31.73	12.8	4.27	29.07	19.47	2.67	100			
형제자매와 함께		빈도	1	0	0	1	0	0	2			
		비율(%)	50	0	0	50	0	0	100			
기타		빈도	4	2	0	0	0	0	6			
	비율(%)	66.67	33.33	0	0	0	0	100				

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

## 7) 색조화장품을 사용하는 이유

색조화장품을 사용하는 이유에 대한 분석결과는 전공과 사귀는 이성 친구 유무만을 제외한 모든 변수가 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 57.78%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 학년에서 고1의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 65.15%, 고2의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 55.07%, 고3의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 53.33%으로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 48.28%, 3만원~5만원의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 58.33%, 5만원~10만원의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 58.39%, 10만원~15만원의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 60%, 15만원~20만원의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 62.5%, 20만원 이상의 경우 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 71.43%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

가족구성에서도 더 예뻐 보이기 위해 사용한다는 응답이 전체적으로 가장 높게 나타났으며 대가족의 경우 54.55%, 부모님과 함께 거주하는 경우 58.13%, 형제자매와 함께 거주하는 경우 100%, 기타 거주형태의 경우 33.33%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

<표 39> 색조화장품을 사용하는 이유

구분		더예뻐 보이기 위해	피부의 결점을 커버	자외선 차단	친구들 이하기 때문	나만의 개성을 표현	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	86	37	5	0	0	4	132	x <sup>2</sup> =29.01 df=10 p=0.001**
		비율(%)	65.15	28.03	3.79	0	0	3.03	100	
	고2	빈도	76	46	7	0	0	9	138	
		비율(%)	55.07	33.33	5.07	0	0	6.52	100	
	고3	빈도	72	40	4	2	10	7	135	
		비율(%)	53.33	29.63	2.96	1.48	7.41	5.19	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	28	18	4	0	0	8	58	x <sup>2</sup> =89.86 df=25 p=0.000***
		비율(%)	48.28	31.03	6.9	0	0	13.79	100	
	3만원	빈도	63	37	4	0	0	4	108	
		비율(%)	58.33	34.26	3.7	0	0	3.7	100	
	5만원	빈도	87	50	4	0	4	4	149	
		비율(%)	58.39	33.56	2.68	0	2.68	2.68	100	
	10만원	빈도	36	14	4	0	4	2	60	
		비율(%)	60	23.33	6.67	0	6.67	3.33	100	
	15만원	빈도	10	2	0	2	0	2	16	
		비율(%)	62.5	12.5	0	12.5	0	12.5	100	
	20만원	빈도	10	2	0	0	2	0	14	
		비율(%)	71.43	14.29	0	0	14.29	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	71	25	2	0	4	4	106	x <sup>2</sup> =7.92 df=5 p=0.161
		비율(%)	66.98	23.58	1.89	0	3.77	3.77	100	
	없음	빈도	163	98	14	2	6	16	299	
		비율(%)	54.52	32.78	4.68	0.67	2.01	5.35	100	
전공	인문계	빈도	78	37	3	1	2	9	130	x <sup>2</sup> =24.67 df=15 p=0.055
		비율(%)	60	28.46	2.31	0.77	1.54	6.92	100	
	실업계	빈도	76	46	7	1	1	4	135	
		비율(%)	56.3	34.07	5.19	0.74	0.74	2.96	100	
	예체능계	빈도	74	40	4	0	7	7	132	
		비율(%)	56.06	30.3	3.03	0	5.3	5.3	100	
기타	빈도	6	0	2	0	0	0	8		
	비율(%)	75	0	25	0	0	0	100		
가족구성	대가족	빈도	12	8	2	0	0	0	22	x <sup>2</sup> =40.88 df=15 p=0.000***
		비율(%)	54.55	36.36	9.09	0	0	0	100	
	부모님과 함께	빈도	218	115	14	2	8	18	375	
		비율(%)	58.13	30.67	3.73	0.53	2.13	4.8	100	
	형제자매와 함께	빈도	2	0	0	0	0	0	2	
		비율(%)	100	0	0	0	0	0	100	
기타	빈도	2	0	0	0	2	2	6		
	비율(%)	33.33	0	0	0	33.33	33.33	100		

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

#### 8) 고등학생의 색조화장품 적정 사용수준

고등학생의 색조화장품 적정 사용수준에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 46.42%로 가장 높게 나타나고 있다.

세부적으로 살펴보면 한 달 용돈에서 3만원 미만의 경우 피부결점의 보완을 위해 베이스 메이크업정도 사용하는 것이 좋다는 응답이 44.83%, 3만원~5만원의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 37.04%, 5만원~10만원의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 51.68%, 10만원~15만원의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 53.33%, 15만원~20만원의 경우 더 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 31.25%, 20만원 이상의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 85.71%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 59.43%, 없음의 경우 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다는 응답이 41.81%로 가장 높게 나타났다 ( $p < 0.01$ ).

<표 40> 고등학생의 색조화장품 적정 사용수준

구분	색조화장품 의 사용은 학생답지 못함으로 사용하지 않는 것이 좋음		베이스 메이크업정 도 사용하는 것이 좋음	아이라이너 , 블러셔 등 포인트 제품도 상관없음	모르겠음	합계	검정통계량	
	빈도	비율(%)						
학년	고1	빈도	5	43	51	33	132	x <sup>2</sup> =11.20 df=6 p=0.082
		비율(%)	3.79	32.58	38.64	25	100	
	고2	빈도	7	46	63	22	138	
		비율(%)	5.07	33.33	45.65	15.94	100	
	고3	빈도	8	34	74	19	135	
		비율(%)	5.93	25.19	54.81	14.07	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	4	26	22	6	58	x <sup>2</sup> =36.32 df=15 p=0.002**
		비율(%)	6.9	44.83	37.93	10.34	100	
	3만원 ~5만원	빈도	8	36	40	24	108	
		비율(%)	7.41	33.33	37.04	22.22	100	
	5만원 ~10만원	빈도	6	40	77	26	149	
		비율(%)	4.03	26.85	51.68	17.45	100	
	10만원 ~15만원	빈도	2	18	32	8	60	
		비율(%)	3.33	30	53.33	13.33	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	3	5	8	16	
		비율(%)	0	18.75	31.25	50	100	
	20만원 이상	빈도	0	0	12	2	14	
		비율(%)	0	0	85.71	14.29	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	0	29	63	14	106	x <sup>2</sup> =14.77 df=3 p=0.002**
		비율(%)	0	27.36	59.43	13.21	100	
	없음	빈도	20	94	125	60	299	
		비율(%)	6.69	31.44	41.81	20.07	100	
전공	인문계	빈도	6	44	51	29	130	x <sup>2</sup> =8.87 df=9 p=0.449
		비율(%)	4.62	33.85	39.23	22.31	100	
	실업계	빈도	6	35	71	23	135	
		비율(%)	4.44	25.93	52.59	17.04	100	
	예체능계	빈도	8	40	64	20	132	
		비율(%)	6.06	30.3	48.48	15.15	100	
	기타	빈도	0	4	2	2	8	
		비율(%)	0	50	25	25	100	
가족구성	대가족	빈도	0	12	6	4	22	x <sup>2</sup> =9.62 df=9 p=0.381
		비율(%)	0	54.55	27.27	18.18	100	
	부모님과 함께	빈도	20	108	179	68	375	
		비율(%)	5.33	28.8	47.73	18.13	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	1	1	0	2	
		비율(%)	0	50	50	0	100	
기타	빈도	0	2	2	2	6		
	비율(%)	0	33.33	33.33	33.33	100		

\*\* p<0.01

## 5. 조사대상자의 전신화장품 사용실태

### 1) 전신화장품 사용유무

조사대상자의 전신화장품 사용 유무에 대한 분석결과는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로 사용한다는 응답이 75.8%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서는 사용한다는 응답이 전체적으로 가장 높게 나타났고 3만원 미만의 경우 62.07%, 3만원~5만원의 경우 72.22%, 5만원~10만원의 경우 77.18%, 10만원~15만원의 경우 90%, 15만원~20만원의 경우 87.5%, 20만원 이상의 경우 71.43%로 가장 높게 나타났다 ( $p<0.05$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 사용한다는 응답이 84.91%, 없음의 경우 사용한다는 응답이 72.58%로 가장 높게 나타났다 ( $p<0.05$ ).

<표 41> 조사대상자의 전신화장품 사용 유무

구분		사용하지 않는다	사용 한다	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	37	95	132	x <sup>2</sup> =3.69 df=2 p=0.157
		비율(%)	28.03	71.97	100	
	고2	빈도	36	102	138	
		비율(%)	26.09	73.91	100	
	고3	빈도	25	110	135	
		비율(%)	18.52	81.48	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	22	36	58	x <sup>2</sup> =14.80 df=5 p=0.011*
		비율(%)	37.93	62.07	100	
	3만원 ~5만원	빈도	30	78	108	
		비율(%)	27.78	72.22	100	
	5만원 ~10만원	빈도	34	115	149	
		비율(%)	22.82	77.18	100	
	10만원 ~15만원	빈도	6	54	60	
		비율(%)	10	90	100	
	15만원 ~20만원	빈도	2	14	16	
		비율(%)	12.5	87.5	100	
	20만원 이상	빈도	4	10	14	
		비율(%)	28.57	71.43	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	16	90	106	x <sup>2</sup> =6.48 df=1 p=0.011*
		비율(%)	15.09	84.91	100	
	없음	빈도	82	217	299	
		비율(%)	27.42	72.58	100	
전공	인문계	빈도	32	98	130	x <sup>2</sup> =3.27 df=3 p=0.351
		비율(%)	24.62	75.38	100	
	실업계	빈도	33	102	135	
		비율(%)	24.44	75.56	100	
	예체능계	빈도	29	103	132	
		비율(%)	21.97	78.03	100	
기타	빈도	4	4	8		
	비율(%)	50	50	100		
가족구성	대가족	빈도	4	18	22	x <sup>2</sup> =3.14 df=3 p=0.370
		비율(%)	18.18	81.82	100	
	부모님과 함께	빈도	94	281	375	
		비율(%)	25.07	74.93	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	2	2	
		비율(%)	0	100	100	
기타	빈도	0	6	6		
	비율(%)	0	100	100		

\* p<0.05

## 2) 전신화장품을 사용하지 않는 이유

전신화장품을 사용하지 않는 이유에 대해서는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내는 변수가 없다. 그러나 기초통계량으로 보았을 때 필요성을 못 느껴서 사용하지 않는다는 응답이 83.67%로 가장 높게 나타남을 알 수 있다.

<표 42> 전신화장품을 사용하지 않는 이유

구분		제품이 있는지 모름	가격부담	필요성을 못느낌	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	0	31	3	37		x <sup>2</sup> =6.34 df=6 p=0.385
		비율(%)	8.11	0	83.78	8.11	100	
	고2	빈도	0	31	2	36		
		비율(%)	8.33	0	86.11	5.56	100	
	고3	빈도	2	2	20	1	25	
		비율(%)	8	8	80	4	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	5	2	13	2	22	x <sup>2</sup> =19.45 df=15 p=0.194
		비율(%)	22.73	9.09	59.09	9.09	100	
	3만원 ~5만원	빈도	0	0	28	2	30	
		비율(%)	0	0	93.33	6.67	100	
	5만원 ~10만원	빈도	3	0	29	2	34	
		비율(%)	8.82	0	85.29	5.88	100	
	10만원 ~15만원	빈도	0	0	6	0	6	
		비율(%)	0	0	100	0	100	
	15만원 ~20만원	빈도	0	0	2	0	2	
		비율(%)	0	0	100	0	100	
	20만원 이상	빈도	0	0	4	0	4	
		비율(%)	0	0	100	0	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	2	0	14	0	16	x <sup>2</sup> =2.03 df=3 p=0.565
		비율(%)	12.5	0	87.5	0	100	
	없음	빈도	6	2	68	6	82	
		비율(%)	7.32	2.44	82.93	7.32	100	
전공	인문계	빈도	2	0	29	1	32	x <sup>2</sup> =9.47 df=9 p=0.395
		비율(%)	6.25	0	90.63	3.13	100	
	실업계	빈도	4	0	25	4	33	
		비율(%)	12.12	0	75.76	12.12	100	
	예체능계	빈도	2	2	24	1	29	
		비율(%)	6.9	6.9	82.76	3.45	100	
기타	빈도	0	0	4	0	4		
	비율(%)	0	0	100	0	100		
가족구성	대가족	빈도	1	0	3	0	4	x <sup>2</sup> =1.82 df=3 p=0.690
		비율(%)	25	0	75	0	100	
	부모님과 함께	빈도	7	2	79	6	94	
		비율(%)	7.45	2.13	84.04	6.38	100	

### 3) 현재 사용하는 전신화장품 개수

조사대상자가 현재 사용하는 전신화장품 개수는 한 달 용돈과 가족 구성만이 통계적으로 유의미한 결과를 나타내고 있다. 전체적으로 현재 사용하는 전신화장품 개수가 높게 나타나는 부분은 가족구성에서 형제 자매와 함께 거주하는 경우 평균 4개로 나타났으며, 가장 낮게 나타나는 부분은 가족구성에서 기타 거주형태의 경우 평균 1.33개로 나타났다. 표준편차는 한 달 용돈에서 10만원~15만원의 경우 1.10으로 나타났다.

세부적으로 설명하면 한 달 용돈의 경우 20만원 이상일 경우 평균 2.60개, 가족구성에서 형제·자매와 함께 거주하는 경우 평균 4.00개로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

<표 43> 현재 사용하는 전신화장품 개수

	구분	평균	표준편차	빈도수	검정통계량
학년	고1	1.88	0.94	95	F=1.45
	고2	1.92	0.97	102	df=2
	고3	2.09	0.89	110	p=0.235
한 달 용돈	3만원미만	1.89	1.01	36	F=3.32 df=5 p=0.006**
	3만원~5만원	1.69	0.76	78	
	5만원~10만원	2.09	0.91	117	
	10만원~15만원	2.12	1.10	52	
	15만원~20만원	1.71	1.07	14	
	20만원 이상	2.60	0.52	10	
사귀는 이성친구	있음	2.09	0.89	90	F=2.03 df=1
	없음	1.92	0.95	217	p=0.155
전공	인문계	2.07	1.01	98	F=1.20 df=3 p=0.310
	실업계	1.87	0.91	101	
	예체능계	1.95	0.90	104	
	기타	2.50	0.58	4	
가족구성	대가족	1.63	0.72	16	F=5.00 df=3 p=0.002**
	부모님과 함께	1.99	0.94	283	
	형제자매와 함께	4.00	0.00	2	
	기타	1.33	0.52	6	

\*\*  $p<0.01$

#### 4) 전신화장품을 사용 시기

전신화장품 사용 시기에 대해서는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무, 가족구성만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로는 샤워 후 사용한다는 응답이 71.66%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서는 샤워 후 사용한다는 응답이 전체적으로 가장 높게 나타났고 3만원 미만의 경우 66.67%, 3만원~5만원의 경우 66.67%, 5만원~10만원의 경우 74.78%, 10만원~15만원의 경우 81.48%, 15만원~20만원의 경우 85.71%, 20만원 이상의 경우 여름에 노출이 가장 심할 때 주로 사용한다는 응답이 60%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 샤워 후 사용한다는 응답이 84.44%, 없음의 경우 샤워 후 사용한다는 응답이 66.36%로 가장 높게 나타났다( $p<0.01$ ).

가족구성에서는 샤워 후 사용한다는 응답이 전체적으로 가장 높게 나타났고 대가족의 경우 77.78%, 부모님과 함께 거주하는 경우 71.17%, 형제자매와 함께 거주하는 경우 100%, 기타 거주형태의 경우 66.67%로 나타났다( $p<0.05$ ).

<표 44> 전신화장품 사용 시기

구분		여름철에 노출이 심할 때	계절에 상관없이 특별한 날	샤워 후	기타	합계	검정통계량	
학년	고1	빈도	12	12	65	6	95	x <sup>2</sup> =6.63 df=6 p=0.356
		비율(%)	12.63	12.63	68.42	6.32	100	
	고2	빈도	10	14	73	5	102	
		비율(%)	9.8	13.73	71.57	4.9	100	
	고3	빈도	18	7	82	3	110	
		비율(%)	16.36	6.36	74.55	2.73	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	6	2	24	4	36	x <sup>2</sup> =39.16 df=15 p=0.001**
		비율(%)	16.67	5.56	66.67	11.11	100	
	3만원	빈도	14	8	52	4	78	
		비율(%)	17.95	10.26	66.67	5.13	100	
	5만원	빈도	8	17	86	4	115	
		비율(%)	6.96	14.78	74.78	3.48	100	
	10만원	빈도	4	4	44	2	54	
		비율(%)	7.41	7.41	81.48	3.7	100	
	15만원	빈도	2	0	12	0	14	
		비율(%)	14.29	0	85.71	0	100	
	20만원	빈도	6	2	2	0	10	
		비율(%)	60	20	20	0	100	
이상	빈도	4	6	76	4	90	x <sup>2</sup> =12.08 df=3 p=0.007**	
	비율(%)	4.44	6.67	84.44	4.44	100		
사귀는 이성친구	없음	빈도	36	27	144	10	217	
	비율(%)	16.59	12.44	66.36	4.61	100		
전공	인문계	빈도	13	12	68	5	98	x <sup>2</sup> =7.12 df=9 p=0.624
		비율(%)	13.27	12.24	69.39	5.1	100	
	실업계	빈도	12	8	80	2	102	
		비율(%)	11.76	7.84	78.43	1.96	100	
	예체능계	빈도	15	13	68	7	103	
		비율(%)	14.56	12.62	66.02	6.8	100	
기타	빈도	0	0	4	0	4		
	비율(%)	0	0	100	0	100		
가족구성	대가족	빈도	0	4	14	0	18	x <sup>2</sup> =19.01 df=9 p=0.025*
		비율(%)	0	22.22	77.78	0	100	
	부모님과 함께	빈도	40	29	200	12	281	
		비율(%)	14.23	10.32	71.17	4.27	100	
	형제자매와 함께	빈도	0	0	2	0	2	
		비율(%)	0	0	100	0	100	
	기타	빈도	0	0	4	2	6	
		비율(%)	0	0	66.67	33.33	100	

\* p<0.05, \*\* p<0.01

#### 5) 전신화장품을 사용 시 가장 신경 쓰는 부위

전신화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위에 대해서는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로는 종아리에 사용한다는 응답이 42.02%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서는 3만원 미만의 경우 종아리에 가장 신경 쓴다는 응답이 61.11%, 3만원~5만원의 경우 종아리 38.46%, 5만원~10만원의 경우 종아리 46.09%, 10만원~15만원의 경우 종아리 37.04%, 15만원~20만원의 경우 팔, 복부, 종아리가 동일하게 각각 28.57%, 20만원 이상의 경우 팔에 가장 신경 쓴다는 응답이 60%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 종아리에 가장 신경 쓴다는 응답이 42.22%, 없음의 경우 종아리에 가장 신경 쓴다는 응답이 41.94%로 가장 높게 나타났다( $p<0.001$ ).

<표 45> 전신화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위

구분		팔	가슴	복부	등	영덩 이	허벅 지	종아 리	합계	검정통계량			
학년	고1	빈도	25	3	8	1	2	21	35	95	x <sup>2</sup> =13.34 df=12 p=0.344		
		비율(%)	26.32	3.16	8.42	1.05	2.11	22.11	36.84	100			
	고2	빈도	32	3	6	5	1	10	45	102			
		비율(%)	31.37	2.94	5.88	4.9	0.98	9.8	44.12	100			
	고3	빈도	32	5	7	4	3	10	49	110			
		비율(%)	29.09	4.55	6.36	3.64	2.73	9.09	44.55	100			
한 달 용돈	3만원미만	빈도	10	2	0	0	0	2	22	36	x <sup>2</sup> =64.46 df=30 p=0.000***		
		비율(%)	27.78	5.56	0	0	0	5.56	61.11	100			
	3만원	빈도	28	2	6	4	0	8	30	78			
		비율(%)	35.9	2.56	7.69	5.13	0	10.26	38.46	100			
	~5만원	빈도	25	0	9	6	4	18	53	115			
		비율(%)	21.74	0	7.83	5.22	3.48	15.65	46.09	100			
	10만원	빈도	16	3	2	0	2	11	20	54			
		비율(%)	29.63	5.56	3.7	0	3.7	20.37	37.04	100			
	~15만원	빈도	4	2	4	0	0	0	4	14			
		비율(%)	28.57	14.29	28.57	0	0	0	28.57	100			
	20만원	빈도	6	2	0	0	0	2	0	10			
		비율(%)	60	20	0	0	0	20	0	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	22	0	6	6	4	14	38	90	x <sup>2</sup> =14.52 df=6 p=0.024*		
		비율(%)	24.44	0	6.67	6.67	4.44	15.56	42.22	100			
	없음	빈도	67	11	15	4	2	27	91	217			
		비율(%)	30.88	5.07	6.91	1.84	0.92	12.44	41.94	100			
	전공	인문계	빈도	23	2	5	2	2	12	52		98	x <sup>2</sup> =25.06 df=18 p=0.123
			비율(%)	23.47	2.04	5.1	2.04	2.04	12.24	53.06		100	
실업계		빈도	24	5	7	5	1	17	43	102			
		비율(%)	23.53	4.9	6.86	4.9	0.98	16.67	42.16	100			
예체능계		빈도	42	4	9	3	3	12	30	103			
		비율(%)	40.78	3.88	8.74	2.91	2.91	11.65	29.13	100			
기타	빈도	0	0	0	0	0	0	4	4				
	비율(%)	0	0	0	0	0	0	100	100				
가족구성	대가족	빈도	2	0	3	0	0	2	11	18	x <sup>2</sup> =23.91 df=18 p=0.158		
		비율(%)	11.11	0	16.67	0	0	11.11	61.11	100			
	부모님과 함께	빈도	85	11	16	10	6	37	116	281			
		비율(%)	30.25	3.91	5.69	3.56	2.14	13.17	41.28	100			
	형제자매와 함께	빈도	2	0	0	0	0	0	0	2			
		비율(%)	100	0	0	0	0	0	0	100			
기타	빈도	0	0	2	0	0	2	2	6				
	비율(%)	0	0	33.33	0	0	33.33	33.33	100				

\* p<0.05, \*\*\* p<0.001

## 6) 전신화장품 사용주기

전신화장품 사용 주기에 대해서는 한 달 용돈, 사귀는 이성 친구 유무만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로는 주 1~2회 사용한다는 응답이 31.92%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서는 3만원 미만의 경우 주 1~2회 사용한다는 응답이 44.44%, 3만원~5만원의 경우 매일 사용한다는 응답이 33.33%, 5만원~10만원의 경우 주 1~2회 사용한다는 응답이 31.3%, 10만원~15만원의 경우 주 1~2회 사용한다는 응답이 37.04%, 15만원~20만원의 경우 주 1~2회 사용한다는 응답이 42.86%, 20만원 이상의 경우 주 2회, 매일 사용한다는 응답이 동일하게 각각 40%로 가장 높게 나타났다 ( $p<0.01$ ).

사귀는 이성 친구 유무에서는 있음의 경우 매일 사용한다는 응답이 33.33%, 없음의 경우 주 1~2회 사용한다는 응답이 35.94%로 가장 높게 나타났다( $p<0.05$ ).

<표 46> 전신화장품 사용주기

구분		빈도	한 달에 1회	2주에 1회	주 1~2회	주 3회 이상	매일	합계	검정통계량		
학년	고1	빈도	11	8	37	16	23	95	x <sup>2</sup> =8.98 df=8 p=0.344		
		비율(%)	11.58	8.42	38.95	16.84	24.21	100			
	고2	빈도	6	10	30	25	31	102			
		비율(%)	5.88	9.8	29.41	24.51	30.39	100			
	고3	빈도	7	7	31	29	36	110			
		비율(%)	6.36	6.36	28.18	26.36	32.73	100			
한 달 용돈	3만원미만	빈도	2	4	16	8	6	36	x <sup>2</sup> =38.28 df=20 p=0.008**		
		비율(%)	5.56	11.11	44.44	22.22	16.67	100			
	3만원 ~5만원	빈도	12	4	18	18	26	78			
		비율(%)	15.38	5.13	23.08	23.08	33.33	100			
	5만원 ~10만원	빈도	8	9	36	30	32	115			
		비율(%)	6.96	7.83	31.3	26.09	27.83	100			
	10만원 ~15만원	빈도	0	4	20	12	18	54			
		비율(%)	0	7.41	37.04	22.22	33.33	100			
	15만원 ~20만원	빈도	2	0	6	2	4	14			
		비율(%)	14.29	0	42.86	14.29	28.57	100			
	20만원 이상	빈도	0	4	2	0	4	10			
		비율(%)	0	40	20	0	40	100			
사귀는 이성친구	있음	빈도	4	8	20	28	30	90	x <sup>2</sup> =10.24 df=4 p=0.036*		
		비율(%)	4.44	8.89	22.22	31.11	33.33	100			
	없음	빈도	20	17	78	42	60	217			
		비율(%)	9.22	7.83	35.94	19.35	27.65	100			
	전공	인문계	빈도	7	10	36	21	24		98	x <sup>2</sup> =10.30 df=12 p=0.589
			비율(%)	7.14	10.2	36.73	21.43	24.49		100	
실업계		빈도	9	5	36	23	29	102			
		비율(%)	8.82	4.9	35.29	22.55	28.43	100			
예체능계		빈도	8	10	26	24	35	103			
		비율(%)	7.77	9.71	25.24	23.3	33.98	100			
기타	빈도	0	0	0	2	2	4				
	비율(%)	0	0	0	50	50	100				
가족구성	대가족	빈도	2	0	8	2	6	18	x <sup>2</sup> =16.23 df=12 p=0.181		
		비율(%)	11.11	0	44.44	11.11	33.33	100			
	부모님과 함께	빈도	20	25	88	66	82	281			
		비율(%)	7.12	8.9	31.32	23.49	29.18	100			
	형제자매와 함께	빈도	0	0	2	0	0	2			
		비율(%)	0	0	100	0	0	100			
기타	빈도	2	0	0	2	2	6				
	비율(%)	33.33	0	0	33.33	33.33	100				

\* p<0.05, \*\* p<0.01

## 7) 전신화장품 사용 후 효과

전신화장품 사용 후 효과에 대해서는 한 달 용돈만이 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있다. 전체적으로는 보습효과가 뛰어난 것 같다는 응답이 75.57%로 가장 높게 나타나고 있다.

한 달 용돈에서는 전체적으로 보습효과가 뛰어나다는 응답이 가장 높게 나타나고 있으며 3만원 미만의 경우 66.67%, 3만원~5만원의 경우 71.79%, 5만원~10만원의 경우 81.74%, 10만원~15만원의 경우 70.37%, 15만원~20만원의 경우 100%, 20만원 이상의 경우 60%로 가장 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

<표 47> 전신화장품 사용 후 효과

구분		빈도	보습효과	각질이 제거	피부가 하얗짐(화이트닝)	효과가 없음	기타	합계	검정통계량
학년	고1	빈도	73	6	5	9	2	95	x <sup>2</sup> =8.44 df=8 p=0.392
		비율(%)	76.84	6.32	5.26	9.47	2.11	100	
	고2	빈도	71	5	5	16	5	102	
		비율(%)	69.61	4.9	4.9	15.69	4.9	100	
	고3	빈도	88	3	1	13	5	110	
		비율(%)	80	2.73	0.91	11.82	4.55	100	
한 달 용돈	3만원미만	빈도	24	6	2	2	2	36	x <sup>2</sup> =39.14 df=20 p=0.006**
		비율(%)	66.67	16.67	5.56	5.56	5.56	100	
	3만원 ~5만원	빈도	56	4	2	14	2	78	
		비율(%)	71.79	5.13	2.56	17.95	2.56	100	
	5만원 ~10만원	빈도	94	4	5	10	2	115	
		비율(%)	81.74	3.48	4.35	8.7	1.74	100	
	10만원 ~15만원	빈도	38	0	2	10	4	54	
		비율(%)	70.37	0	3.7	18.52	7.41	100	
	15만원 ~20만원	빈도	14	0	0	0	0	14	
		비율(%)	100	0	0	0	0	100	
	20만원 이상	빈도	6	0	0	2	2	10	
		비율(%)	60	0	0	20	20	100	
사귀는 이성친구	있음	빈도	72	6	2	8	2	90	x <sup>2</sup> =4.40 df=4 p=0.354
		비율(%)	80	6.67	2.22	8.89	2.22	100	
	없음	빈도	160	8	9	30	10	217	
		비율(%)	73.73	3.69	4.15	13.82	4.61	100	
전공	인문계	빈도	72	5	6	11	4	98	x <sup>2</sup> =11.27 df=12 p=0.505
		비율(%)	73.47	5.1	6.12	11.22	4.08	100	
	실업계	빈도	84	4	1	12	1	102	
		비율(%)	82.35	3.92	0.98	11.76	0.98	100	
	예체능계	빈도	72	5	4	15	7	103	
		비율(%)	69.9	4.85	3.88	14.56	6.8	100	
기타	빈도	4	0	0	0	0	4		
	비율(%)	100	0	0	0	0	100		
가족구성	대가족	빈도	14	0	0	4	0	18	x <sup>2</sup> =7.66 df=12 p=0.811
		비율(%)	77.78	0	0	22.22	0	100	
	부모님과 함께	빈도	212	14	11	32	12	281	
		비율(%)	75.44	4.98	3.91	11.39	4.27	100	
	형제자매와 함께	빈도	2	0	0	0	0	2	
		비율(%)	100	0	0	0	0	100	
기타	빈도	4	0	0	2	0	6		
	비율(%)	66.67	0	0	33.33	0	100		

\*\* p<0.01

## 6. 조사대상자의 화장품 소비행동과 외모관리 관심도 및 자아인식 만족도와의 상관관계

### 1) 조사대상자의 화장품 소비행동과 외모관리 관심도와의 상관관계

조사대상자의 화장품 소비행동과 외모관리 관심도와의 상관관계 분석 결과 외모관리 관심도와 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 기초화장품 시작 나이( $r=-0.1473$ ), 사용하는 기초화장품 개수( $r=0.2708$ ), 기초화장품 사용주기( $r=0.2045$ ), 메이크업 화장품 시작 나이( $r=-0.1594$ ), 사용하는 메이크업 화장품 개수( $r=0.4614$ ), 메이크업 화장품 사용주기( $r=0.2575$ ), 바디화장품 사용 유무( $r=0.2167$ ), 바디화장품 사용 개수( $r=0.3937$ )로 나타났다. 결과적으로 외모관리 관심도와 화장품 소비행동은 모든 변수가 유의미한 상관관계를 나타내고 있음을 확인 할 수 있으며, 외모관리 관심도와 가장 강한 상관관계를 나타내는 변수는 사용하는 메이크업 화장품 개수임을 알 수 있다.

<표 48> 화장품 소비행동과 외모관리 관심도와의 상관관계 분석결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1								
2	0.0396	1							
3	0.0301	0.2913*	1						
4	0.1612*	0.0377	0.0021	1					
5	-0.1538*	0.3141*	0.1333*	-0.0809	1				
6	-0.0565	0.2133*	0.1970*	-0.1288*	0.3053*	1			
7	-0.1499*	0.1883*	0.1104*	0.0659	0.0697	0.0328	1		
8	-0.1831*	0.2703*	0.0478	0.0419	0.2914*	0.0699	0.6900*	1	
9	-0.1473*	0.2708*	0.2045*	-0.1594*	0.4614*	0.2575*	0.2167*	0.3937*	1

\* p<0.05

1: 기초화장품 시작 나이, 2: 사용하는 기초화장품 개수, 3: 기초화장품 사용주기, 4: 메이크업 화장품 시작 나이, 5: 사용하는 메이크업 화장품 개수, 6: 메이크업 화장품 사용주기, 7: 바디화장품 사용 유무, 8: 바디화장품 사용 개수, 9: 외모관리 관심도

## 2) 조사대상자의 화장품 소비행동과 자아인식 만족도와의 상관관계

상관분석 결과 자아인식 만족도와 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 바디화장품 사용 유무( $r=0.1200$ ), 바디화장품 사용 개수( $r=0.1364$ )로 나타났다. 결과적으로 바디화장품 관련 변수 두 가지만이 자아인식 만족도와 약한 상관관계를 나타내고 있음을 확인 할 수 있다. 이러한 분석 결과는 자아인식 만족도와 바디화장품 사용 간의 연관성이 있음을 나타내주는 결과이며 보다 심층적인 분석인 회귀분석을 통해 확실한 인과관계를 확인할 필요가 있다.

<표 49> 화장품 소비행동과 자아인식 만족도와의 상관관계 분석결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1								
2	0.0396	1							
3	0.0301	0.2913*	1						
4	0.1612*	0.0377	0.0021	1					
5	-0.1538*	0.3141*	0.1333*	-0.0809	1				
6	-0.0565	0.2133*	0.1970*	-0.1288*	0.3053*	1			
7	-0.1499*	0.1883*	0.1104*	0.0659	0.0697	0.0328	1		
8	-0.1831*	0.2703*	0.0478	0.0419	0.2914*	0.0699	0.6900*	1	
9	-0.0196	0.028	-0.0126	-0.0774	0.0188	-0.0816	0.1200*	0.1364*	1

\*  $p < 0.05$

1: 기초화장품 시작 나이, 2: 사용하는 기초화장품 개수, 3: 기초화장품 사용주기, 4: 메이크업 화장품 시작 나이, 5: 사용하는 메이크업 화장품 개수, 6: 메이크업 화장품 사용주기, 7: 바디화장품 사용 유무, 8: 바디화장품 사용 개수, 9: 자아인식 만족도

## 7. 화장품 소비행동이 외모관리와 자아인식에 미치는 영향

### 1) 조사대상자의 화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향

화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 회귀식의 설명력( $R^2$ )은 0.3298로 나타났다. 회귀분석 결과 통계적으로 유의미한 결과를 나타내는 변수는 기초화장품 사용개수(+), 메이크업 제품 시작 나이(-), 메이크업 제품 사용개수(+), 바디화장품 사용 개수(+), 체형인식 만족도(-)로 나타났다.

이들의 결과를 해석하면 기초화장품 사용개수가 많을수록, 메이크업 제품 시작 나이가 작을수록, 메이크업 제품 사용 개수가 많을수록, 바디화장품 사용 개수가 많을수록, 체형인식 만족도가 낮을수록 외모관리 관심도는 높다고 할 수 있다.

또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 메이크업 화장품 사용개수(Beta=0.332)으로 나타났다.

<표 50> 화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향(회귀분석)

종속변수: 외모관리 관심도	B	Beta	t	P>t	VIF
기초화장품 시작 나이	-0.005	-0.024	-0.56	0.578	1.14
기초화장품 사용 개수	0.045	0.092	2.04	0.042 *	1.20
메이크업 제품 시작 나이	-0.048	-0.136	-3.23	0.001 **	1.05
메이크업 제품 사용개수	0.056	0.332	7.27	0.000 ***	1.23
바디화장품 사용개수	0.131	0.283	6.37	0.000 ***	1.17
체형인식 만족도	-0.103	-0.125	-2.74	0.006 **	1.22
키	0.001	0.012	0.24	0.811	1.47
몸무게	-0.010	-0.105	-1.37	0.171	3.48
체중감량 정도	0.001	0.010	0.14	0.886	3.06
_cons	3.714	.	4.77	0.000	.
obs			405		
$R^2$			0.3298		

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

## 2) 조사대상자의 화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향

화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 회귀식의 설명력( $R^2$ )은 0.0929로 나타났다. 회귀분석 결과 통계적으로 유의미한 결과를 나타내는 변수는 체형인식 만족도(+), 몸무게(+), 체중감량 정도(+)<sup>1</sup>로 나타났다.

이들 결과를 해석하면 체형인식에 대한 만족도가 높을수록, 몸무게가 높을수록, 체중감량을 원하는 정도가 높을수록 자아인식 만족도는 높다고 할 수 있다.

또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 몸무게(Beta=0.281)와 체중감량 정도(Beta=0.234)으로 나타났다.

<표 51> 화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향(회귀분석)

종속변수: 자아인식 만족도	B	Beta	t	P>t	VIF
기초화장품 시작 나이	-0.006	-0.030	-0.59	0.554	1.14
기초화장품 사용 개수	0.016	0.035	0.66	0.507	1.20
메이크업 제품 시작 나이	-0.020	-0.061	-1.24	0.217	1.05
메이크업 제품 사용개수	0.003	0.020	0.38	0.707	1.23
바디화장품 사용개수	0.040	0.093	1.8	0.072	1.27
체형인식 만족도	0.168	0.219	4.15	0.000 ***	1.22
키	-0.005	-0.055	-0.95	0.343	1.47
몸무게	0.025	0.281	3.14	0.002**	3.48
체중감량 정도	0.025	0.234	2.79	0.005 **	3.06
_cons	2.592	.	3.09	0.002	.
obs			405		
$R^2$			0.0929		

\*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001

## V. 고찰

청소년기는 급격한 신체변화를 경험하게 됨에 따라 자신의 신체 및 외모에 관심을 집중하게 되고, 이성에 대한 관심이 많아지게 되므로, 외모란 청소년기에 굉장히 중요한 위치를 차지하게 된다(백수진, 2011). 특히 성장기 여성 청소년일수록 성인보다 더 많이 외모에 관심을 갖기 때문에 외부로부터 자극과 영향을 많이 받게 된다(이하나, 2014).

여성 청소년들은 자신의 외모가 사회적으로 인정을 받는데 있어서 중요한 역할을 하고 있으며 이것은 TV, 언론에서 여성의 체형은 날씬하고 예뻐야 한다는 고정관념을 심어줌으로 더욱더 고조되고 있다(김새미나, 2010). 이에 따라 외모를 중요시 하고 타인을 크게 인식하기 시작하는데, 유행의 변화에 민감해지며, 외모 중에서도 특히 체형을 가장 많이 의식하게 된다(양미경, 2009).

특히 청소년기의 경우 신체적 자아에 대해 가장 중점을 두는 시기로, 여러 요인에 영향을 받으며 외모를 더욱더 중시하고, 자신의 외모를 변화, 향상시키고자 한다(백수진, 2011). 이러한 외모관리의 하나로 나타나는 행동들은 화장, 패션, 체중관리 등으로 볼 수 있다. 즉, 청소년들의 외모관리 및 화장행태는 타인에게 비춰지는 외적 모습에 가장 높은 비중을 두고 있으며, 이러한 행동은 감각적 또는 유행에 민감하게 반응한다고 할 수 있다. 이렇듯, 자신의 신체에 대해 형성한 자아상은 자기 개념에도 중요한 영향을 미치게 되므로, 부정적인 신체지각을 갖고 있는 여성 청소년 학생들로 하여금, 부정적 신념과 왜곡된 지각을 수정하도록 하는 것은 무엇보다 중요하다고 하겠다(김새미나, 2010).

조사대상자의 안면피부상태에 대한 조사결과는 전체적으로 복합성 피부가 33.6%로 가장 높게 나타나고 있으며 다음으로 건성, 지성 순으로 나타나고 있다. 이것은 김정희(2013)의 여고생들의 화장품 사용실태에 관한 연구와 이명희(2013)연구에서 복합성이라고 응답한 여학생이 가장 많은 것과 유사하였다. 또한 피부건강을 유지하기 위해 신경 써야 하는 부분에 대한 응답에서는 철저한 세안이 필요하다는 응답이 (42.72%)로 가장 높게 조사되었다. 이것은 정은주(2007)의 남녀고등학생의 외모관심도와 화장품구매성향에 따른 화장품 구매행동 연구에서 외모관심 (상, 중, 하) 모두 폼 클렌저 사용이 많은 것으로 나타난 것과 유사하다. 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중)에 대한 응답에는 전체적으로 '정상'이라는 응답이 (57.07%)로 가장 높게 나타났고 그다음으로 '통통하다'로 나타났다. 이는 김희선(2010)의 고등학생의 체형인식 및 만족도에 따른 자아 존중감 스트레스에 미치는 영향에서 자신의 몸매에 대한 인식이 표준체중이(57%),과체중이(19.5%)로 나타난 것과 유사하다. 체중관리 방법에 대한 정보는 본 연구에서 주로 인터넷 (47.41%)을 통해 습득하는 것으로 나타났다. 백수진(2011)의 청소년의 외모관리행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 청소년들이 주로 접하는 미디어는 인터넷, TV로 나타나 주로 인터넷과 TV로 정보를 습득한다는 것을 알 수 있다. 이를 종합해 보면 여고생들은 자신의 피부가 복합성 피부로 인지하는 학생이 많으며, 특별한 관리보다 철저한 세안위주의 관리법으로 피부건강을 유지하고 있는 것을 알 수 있다. 체중에 대한 인식은 표준과 과체중으로 생각하는 학생들이 많은 것으로 보아 체중 감량에 대한 필요성을 부분적으로 인식하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이영숙(2009)의 연구에서 고등학생들은 외모에 대하여 많은

관심을 보이고 있는 반면에 외모에 대하여 그다지 만족하지 못하고 있다는 연구결과와 이미숙(2013)의 청소년은 자신의 신체에 불만족하는 경향이 강하다는 연구와 유사하다. 이는 사회적 미의 기준이 표준체중보다 마르고, 이목구비가 뚜렷한 사람이라는 인식에서 비롯해 대중매체에 나오는 아이돌이나, 연예인과의 상대적인 비교를 통해 본인의 신체를 불만족하는 것으로 사료된다.

조사대상자의 기초화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 기초화장품 시작나이는 전체 평균 12.9세로 나타났다. 이러한 결과는 청소년의 화장품 구매 성향을 연구한 장선미(2013)의 연구와 유사한 결과이다. 장선미(2013)의 연구에서는 기초화장품 최초 사용시기가 중학교 48.0%로 가장 높고 다음으로 초등학교 43.8%로 나타났다. 조사결과가 본 연구의 결과와 정확히 일치하고 있지는 않지만, 초·중등 연령에서 시작하는 비율이 높게 나타나는 것으로 보아 어느 정도 유사한 결과라 할 수 있다. 다음으로 기초화장품을 사용하는 이유는 건조한 느낌을 받아서 사용한다(54.07%)로 높은 분포를 나타내고 있다. 이러한 결과는 피부가 건조해서 사용한다는(67.6%) 윤슬아(2011)의 연구와 유사한 결과이다. 조사대상자가 사용하는 기초 화장품 개수는 평균 3.6개로 나타났다. 이명숙(2004)의 연구에서는 여고생이 주로 사용하는 기초 화장품 개수가 평균 2.6개로 나타나 약간의 차이를 보였다. 정은주(2007)의 남녀 고등학생의 연구에서는 로션, 스킨, 마스크 팩, 기름종이사용이 높게 나타났다. 김현욱(2011)의 연구에서는 여중생들의 화장품 사용실태와 구매행동에 관한 연구를 하였는데 여중생들에게 가장 필요한 기초화장품은 스킨, 로션이라고 대답한 여중생이 가장 많았다. 이것으로 보아 여중생은 여고생에 비해 상대적으로 간소하게 기초화장품을 쓰는 것을 알 수

있다. 윤슬아(2011)의 연구에서는 4.84개를 사용한다고 연구결과가 나타나 시대흐름에 따라 사용하는 화장품의 수가 증가할 수 있다고 언급하였으나, 본 연구에서는 오히려 그보다 낮게 나타났다. 따라서 시대흐름에 따른 요인보다는 다른 요인에 따라 차이가 나는 것으로 사료된다.

조사대상자의 색조화장품 실태에 대해 조사한 결과 색조화장품 시작 나이는 평균 (15.05)세로 김희자(2010)의 연구에서 ‘중3~고1’이 가장 많았던 연구보다 연령대가 낮아짐을 알 수 있다. 현재 사용하는 메이크업 제품 개수는 용돈이 많을수록 개수가 많게 나타났는데 김도연(2012)의 연구에서 월평균 용돈이 많은 집단일수록 화장행동을 많이 하고 설현진(2010)의 용돈이 많을수록 뷰티관심도가 높다는 연구와 유사함을 보였다. 색조화장품 사용주기에 대해서는 매일 사용한다는 응답이 (49.88%)로 가장 높게 나타났다. 김정희(2013) 연구에서의 색조 화장품은 친구들과 만날 때 사용하는 여고생이 가장 많았던 결과와는 다른 연구결과를 보였다. 또한 본 연구에서 색조화장 시 주로 눈 화장에 (31.06%) 가장 신경 쓰는 것으로 나타난 결과는 김정희(2013), 김도연(2012)의 연구 ‘아이라이너’를 가장 많이 사용한다와 비슷한 결과로 나타났다. 하지만 엄성희(2008), 이명희(2013)의 연구에서는 ‘메이크업 베이스’를 가장 많이 사용하는 것으로 나타나 본 연구와 상이한 결과를 보였다. 색조화장품을 사용하는 이유로는 더 예뻐 보이기 위해가 (57.78%)로 가장 높게 나타났고 그다음이 ‘피부의 결점을 커버하기 위해’로 나타났다. 이는 김도연(2012)연구에서 ‘피부결점을 보완하기 위해’가 가장 높고 다음으로 ‘타인에게 예쁘게 보이기 위해’와는 근소한 차이를 보였다. 이를 보아 여고생들의 색조화장품의 사용빈도수는 점차적으로 증가하며 하얀 피부와 큰 눈을 표현하는 것에 대한 메이크업관

심이 높아져 아이메이크업에 대한 관심은 꾸준히 높아질 것이라 사료된다.

여고생의 화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 효과에 대해 분석한 결과 외모관리 관심도는 기초화장품 사용개수, 메이크업 제품 사용 시작 나이, 메이크업 제품 사용 개수, 바디화장품 사용개수와 통계적으로 유의미한 연관성을 나타내고 있다. 또한 외모관리 관심도는 자신의 체형인식 만족도와 통계적으로 유의미한 음(-)의 관계를 나타내고 있으며 이는 자신의 체형에 대한 만족도가 낮을수록 외모관리 관심도가 높음을 의미한다. 이러한 분석 결과는 고등학생의 외모관심도에 대해 연구한 정은주(2007)의 연구와 유사한 결과이다. 정은주(2007)의 연구에서는 남녀학생들의 외모 불만족 시 미용을 통해 외모를 가꾸는 것에 대해 찬성한다 69.7%, 보통이다 23.8%로 나타나 자신의 외모를 가꾸는 행동에 대해 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 김희자(2010)의 연구에서 외모관심도가 높을수록 청소년이 화장하는 것에 대해 더 긍정적인 연구결과가 나온 것과도 유사하다고 볼 수 있다. 설현진(2010)의 연구에서도 외모자신감이 높을수록 얼굴뷰티관심도가 높게 나타났다. 백수진(2011)의 연구에서 외모만족도가 낮을수록 신장관리를 제외한 외모관리행동의 모든 영역에서 적극적인 경향을 보인 것은 본 연구의 체형인식 만족도가 낮을수록 외모관리 관심도가 높다는 연구결과와 유사하며, 구민주(2012)의 외모관심도에 따른 화장행동을 살펴보면 외모관리와 화장의 상관관계 결과로, 화장관심도가 높을수록 화장여부, 외모관리화장여부, 화장관심도가 높아진다는 것과 유사하다. 따라서 선행연구와 본 연구의 결과는 자신의 체형 또는 외모에 대해 만족도가 낮은 여고생일수록 외모를 가꾸고자 하는 관심이 높음을 대변해 주고 있

다.

여고생의 화장품 소비행동이 자아인식에 미치는 효과에 대해 분석한 결과 화장품 소비행동에 대한 모든 요인은 통계적으로 유의미한 연관성을 나타내고 있지 않다. 오히려 자신의 체형인식 만족도(+)와 몸무게(+), 희망하는 체중감량 정도(+)가 통계적 유의성을 나타내고 있다. 즉, 자신의 체형인식 만족도가 높을수록, 몸무게가 높을수록, 희망하는 체중감량 정도가 높을수록 자아인식 만족도가 높다고 할 수 있다. 이러한 분석 결과는 김희선(2010)의 결과와 일부 유사한 결과를 나타내고 있다. 김희선(2010) 연구에서는 자아존중감에 영향을 주는 요인으로 건강상태, 월수입, 체형인식의 이상체형, 체중조절 관심도, 체형만족 점수임을 실증하고 있다. 또한 체중조절의 관심도와 체형만족점수가 자아존중감과 양(+)의 관계를 나타내고 있어 본 연구의 결과와 동일한 분석 결과를 나타내고 있다. 김새미나(2010)의 연구에서도 신체만족도가 높은 집단이 자아존중감이 높고 우울이 낮다고 하였고, 이명희(2013)연구는 베이스 메이크업을 함으로 인해 자아존중감, 긍정적 영향을 미친다는 결과도 본연구와 유사하다. 체형인식만족과 메이크업으로 인한 안면만족도로 부위의 차이는 있지만 본인의 외모의 만족도로 인한 자아존중감과 관계는 유사하다. 백수진(2011)의 연구에서 자아존중감이 낮은 청소년이 높은 청소년에 비해 전문적 외모관리와 체중관리에 적극적이라는 결과도 체형인식 만족도가 높을수록 자아인식이 높다는 본연구와 부분적으로 유사함을 보인다. 심준영·김현희(2008) 연구결과에서 외모에 대한 만족도가 높을수록 자아존중감이 높게 나타난 결과와도 유사하다. 김나리(2013)의 청소년의 외모만족도와 우울의 관계 비교연구에서는 외모만족도가 높을수록 우울감을 적게 느끼고, 외모만족도가

낮을수록 우울경향이 높은 것으로 나타나 본연구와 유사했다. 따라서 선행연구와 본 연구의 결과를 종합하면 자신의 체중조절 관심과 체형 인식에 대한 만족이 높을수록 자아인식 만족도는 높다고 할 수 있다.

## VI. 결론 및 요약

본 연구는 부천시 고등학교에 재학중인 여고생을 대상으로 화장품 소비행태와 외모관리 관심도, 자아인식 만족도에 대해 알아보고자 하였으며, 설문조사 결과를 토대로 실증분석을 실시하였다. 실증분석에는 STATA(Statistics Data Analysis)12.0이 사용되었으며 본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반적 특성을 분석한 결과 학년의 경우 고1 32.59%, 고2 34.07%, 고3 33.33%로 나타났다. 한 달 용돈의 경우 3만원 미만이 14.32%, 3만원~5만원이 26.67%, 5만원~10만원이 36.79%, 10만원~15만원이 14.81%, 15만원~20만원이 3.95%, 20만원 이상이 3.64%이며, 사귀는 이성 친구가 있는지 여부에 대해서는 있음이 26.17% 없음이 73.83%로 나타났으며, 전공의 경우 인문계 32.10%, 실업계 33.33%, 예체능계 32.59%, 기타 1.98%로 나타났다. 가족구성의 경우 대가족 5.43%, 부모님과 거주 92.59%, 형제자매와 함께 거주 0.49%, 기타 1.48%이며, 설문조사 응답자의 신체적 특성인 키의 경우 평균 약 160cm로 나타났으며, 몸무게의 경우 약 51kg으로 나타났다.

2. 조사대상자들의 안면 피부상태에 대해 조사한 결과 피부유형에 대한 분석결과는 한 달 용돈( $p=0.000$ ), 사귀는 이성 친구 유무( $p=0.010$ ), 전공( $p=0.010$ ) 부분에 있어서 피부 유형간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타내었으며 전체적으로 복합성 피부가 33.6%로 가장 높게 나타났다. 피부고민 해결 방법에서는 전체적으로 그대로 둔다는 응답이

41.23%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 인터넷 정보검색이 30.62%로 나타났다. 피부건강을 유지하기 위해 신경써야하는 부분에 대한 응답에서는 전체적으로 철저한 세안이 필요하다는 응답이 42.72%로 가장 높게 나타났다. 주관적으로 생각하는 자신의 체형(체중)에 대한 응답에는 전체적으로 정상이라는 응답이 57.07%로 가장 높게 나타났으며, 조사대상자들이 희망하는 체중감량 정도를 조사한 결과 전체적으로 -5.48kg을 감량하기 원하는 것으로 나타났으며, 체중관리 방법에 대한 정보는 주로 인터넷(47.41%)을 통해 습득하는 것으로 나타났다. 또한 체중조절을 위한 방법으로는 1순위로 운동(50.62%), 2순위로 식이조절(47.65%), 3순위로 전문관리(51.60%)로 나타났다.

3. 조사대상자의 기초화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 기초화장품 시작 나이는 전체 평균 12.9세로 나타났으며, 현재 사용하는 기초화장품 개수는 전체 평균 3.6개로 나타났다. 기초화장품 사용주기에 대해서는 매일 사용한다는 응답이 88.40%로 가장 높게 나타났고, 사용 시기 또한 항상 사용한다는 응답이 70.12%로 가장 높았다. 기초화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위에 대한 응답에서는 얼굴 전체에 사용한다는 응답이 65.68%로 가장 높았고, 주로 피부에 건조한 느낌을 받아서 사용한다고(54.07%) 응답하였다. 고등학생의 기초화장품 적정 사용수준에 대해서는 전체적으로 에센스까지 사용하는 것이 좋다는 응답이 31.11%로 가장 높게 나타났다.

4. 조사대상자의 색조화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 색조화장품 시작나이는 전체 평균 15.0세로 나타났으며, 현재 사용하는 색조화

장품 개수는 전체 평균 5.4개로 나타났다. 색조화장품 사용주기에 대해서는 매일 사용한다는 응답이 49.88%로 가장 높게 나타났고, 항상 사용하는 응답이 42.47%로 나타났다. 색조화장품 사용 정도에 대해서는 전체적으로 부분 색조화장을 가끔 한다는 응답이 28.64%로 가장 높았고, 색조화장시 주로 눈화장에(31.06%) 가장 신경을 쓰는 것으로 나타났다. 색조화장을 하는 이유에 대해서는 더 예뻐 보이기 위해서 사용한다는 응답이 57.78%로 가장 높았고, 고등학생의 색조화장품 적정 사용 수준에 대해서는 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품까지도 사용해도 좋다는 응답이 46.42%로 가장 높게 나타났다.

5. 조사대상자의 전신화장품 사용실태에 대해 조사한 결과 전신화장품 사용 유무에 대해서는 전체적으로 사용한다는 응답이 75.8%로 나타났으며, 사용하지 않는 경우 필요성을 느끼지 못해서 사용하지 않는다는 응답이 83.67%로 가장 높게 나타났다. 현재 사용하는 전신화장품 개수에 대해서는 전체 평균 1.9개로 나타났고, 주로 샤워 후에(71.66%) 사용하는 것으로 나타났다. 또한 전신화장품 사용시 가장 신경 쓰는 부위는 종아리 42.02%로 나타났으며, 사용주기는 주 1~2회 사용(31.92%)이 가장 크게 나타났다. 전신화장품 사용 효과에 대해서는 보습효과가 뛰어나다는 응답이 75.57%로 가장 높게 나타났다.

6. 상관분석 결과 외모관리 관심도와 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 기초화장품 시작 나이( $r=-0.1473$ ), 사용하는 기초화장품 개수( $r=0.2708$ ), 기초화장품 사용주기( $r=0.2045$ ), 메이크업 화장품 시작 나이( $r=-0.1594$ ), 사용하는 메이크업 화장품 개수( $r=0.4614$ ), 메이크업 화장품

사용주기( $r=0.2575$ ), 바디화장품 사용 유무( $r=0.2167$ ), 바디화장품 사용 개수( $r=0.3937$ )로 나타났다. 이러한 결과는 외모관리 관심도와 화장품 소비행동의 모든 변수가 유의미한 상관관계를 나타내고 있다는 것이며 이는 즉, 외모관리 관심도와 화장품 소비행동 간에 상관관계가 존재함을 반증해주는 결과이다. 또한 외모관리 관심도와 가장 강한 상관관계를 나타내는 변수는 사용하는 메이크업 화장품 개수이며 양(+)<sup>의 상관관계를 나타냄으로써 외모관리 관심도가 높은 여고생일수록 사용하는 메이크업 화장품 개수가 많음을 알 수 있다.</sup>

다음으로 자아인식 만족도와 화장품 소비행동 상관분석 결과 통계적으로 유의미한 상관성을 갖는 변수는 바디화장품 사용 유무( $r=0.1200$ ), 바디화장품 사용 개수( $r=0.1364$ )로 나타났다. 결과적으로 바디화장품 관련 변수 두 가지만 자아인식 만족도와 약한 상관관계를 나타내고 있음을 확인 할 수 있으며, 화장품 소비행동과 자아인식 만족도와는 상관관계를 형성하는 요인이 많지 않음을 알 수 있다. 이는 자아인식 만족도에는 화장품 소비행동 이외에 다른 요인이 영향을 미칠 수 있음을 암시해주는 결과이기도 하다.

7. 화장품 소비행동이 외모관리 관심도에 미치는 영향에 대해 해석하면 기초화장품 사용 개수가 많을수록( $p=0.042$ ), 메이크업 제품 시작 나이가 작을수록( $p=0.001$ ), 메이크업 제품 사용 개수가 많을수록( $p=0.000$ ), 바디화장품 사용 개수가 많을수록( $p=0.000$ ), 체형인식 만족도가 낮을수록( $p=0.006$ ) 외모관리 관심도는 높다고 할 수 있다. 또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 메이크업 화장품 사용개수 ( $Beta=0.332$ )으로 나타났다.

8. 화장품 소비행동이 자아인식 만족도에 미치는 영향에 대해 해석하면 체형인식에 대한 만족도가 높을수록( $p=0.000$ ), 몸무게가 높을수록( $p=0.002$ ), 체중감량을 원하는 정도가 높을수록( $p=0.005$ ) 자아인식 만족도는 높다고 할 수 있다.

또한 이들 변수 중 가장 강한 영향력을 나타내는 변수는 몸무게( $Beta=0.281$ )와 체중감량 정도( $Beta=0.234$ )으로 나타났다. 결과적으로 자아인식 만족도에는 화장품 소비행동 보다는 자신의 체형인식 만족도나 신체적 특성에 대한 요인이 유의미한 영향을 미치고 있으며 특히, 몸무게 또는 체중감량에 대한 부분은 자아인식 만족도에 상당한 영향을 미치는 요소임을 확인할 수 있다.

이상의 결과를 종합하여 보면 본 연구에서 조사한 여고생들의 화장품 소비행태는 외모관리 관심도에 영향을 미치는 요소임을 알 수 있다. 외모관리 관심도가 높은 여고생들은 특히 메이크업 제품을 일찍 접하고, 사용하는 개수도 많으며, 사용주기도 짧은 특징을 나타내고 있다. 또한 본인의 체형인식에 대한 만족도가 낮을 경우 외모관리에 대한 관심이 높게 나타나는 특징을 보인다. 한편으로 여고생의 화장품 소비행태는 자아인식 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 여고생들은 화장품 소비행태 보다는 자신의 체형에 대한 만족도나 신체적 특성에 따라 자아인식 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 즉, 자신의 체형에 만족하는 여고생의 경우 자아인식에 대한 만족도도 높다는 것을 알 수 있다.

본 연구에서는 설문조사를 통하여 여고생의 화장품 소비행태가 외모 관리 관심도와 자아인식 만족도에 미치는 영향에 대하여 규명하였으나, 연구의 결과를 일반화하기에는 다음과 같은 연구의 한계점이 있다.

첫째, 조사대상자인 여고생의 거주지역이 부천시로 제한되어 있어 전국의 여고생을 대상으로 일반화 하여 해석하기에는 무리가 있다. 여고생의 화장품 소비행태는 지역 또는 학교의 특성 등 외부 여건에 의한 영향을 받을 수 있는 여지가 있기 때문이다. 따라서 보다 신뢰성 있는 연구를 위해서는 조사지역을 확대하고 지역의 특성을 통제하여 분석할 필요가 있다.

둘째, 여고생의 화장품 소비행태가 자아인식 만족도에 미치는 영향에 대하여 규명하고자 하였으나, 실제 분석결과는 여고생의 화장품 소비행태보다는 자신의 신체적 특성과 체형에 대한 만족도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 향후 연구에서는 이를 명확히 규명하기 위하여 자아인식 만족도에 미치는 새로운 요인에 대한 발굴이 필요하다.

## 참 고 문 헌

- 강현주(2011). 청소년 자아개념변화와 지역효과. 박사학위논문. 이화여자대학교. 8-36.
- 구민주(2012). 여고생의 화장행동특성과 영향요인에 관한 연구. 석사학위논문. 이화여자대학교 교육대학원. 1-14, 61-63.
- 구승신·정옥희·장성화(2011). 청소년의 자아정체감, 사회적지지와 정신건강과의 관계. 한국콘텐츠학회논문지. 11(9), 225-237.
- 김경희(2012). 중학생의 성격강점이 외모만족도와 또래관계에 미치는 영향. 석사학위논문. 경성대학교 교육대학원. 1-19.
- 김나리(2013). 청소년의 외모만족도와 우울의 관계 비교 연구. 석사학위논문. 한국외국어대학교 교육대학원. 40-42.
- 김도연(2012). 청소년의 화장관심, 화장행동, 화장만족도에 관한 연구. 석사학위논문. 광운대학교. 42-46.
- 김명섭·신혜숙(2011). 청각장애청소년의 자아정체감 발달을 위한 뇌 교육 프로그램 실행연구. 한국특수교육문제 연구소. 제 12권 1호 115-144.
- 김문숙(2010). 여성 청소년의 자아실현 인식에 관한 연구. 석사학위논문. 동국대학교. 5-27, 71-73.
- 김새미나(2010). 여고생의 신체만족도에 따른 자존감과 우울의 관계 및 인물화의 특성. 원광대학교 동서보완의학대학원. 1-63.
- 김세일(2013). 청소년 상담자의 상담경험에 관한 현상학적연구. 박사학위논문. 경성대학교 교육대학원. 8.
- 김연주 외(2009). 화장품 과학. 청구문화사. 서울. 103-104
- 김영애(2009). “현실요법을 적용한 집단미술치료가 시설청소년의

- 자아정체감과 자립의지에 미치는 효과” 석사학위논문. 영남대학교  
환경보건대학교. 9-20.
- 김정애·주미경(2003). 포천군 청소년 건강실태조사. 경북농촌발간위원회  
제7집 343-370.
  - 김정희(2013). 여고생들의 화장품 사용실태에 관한 연구. 석사학위논문.  
숙명여자대학교. 1-2, 65-66.
  - 김주덕·김상진·김한식·박경환·이화순·진종언(2008). 신화장품학 2판.  
동화기술. 파주. 567.
  - 김주덕·신정은 (2011). 최신 화장품 학. 광문각. 서울. 136.
  - 김지양(2012). 여대생의 자가 이미지와 미디어관여가 외모관리행동에 미치는  
영향. 석사학위논문. 성균관대학교 대학원. 1-50.
  - 김희선(2010). 고등학생의 체형인식 및 만족도에 따른 자아 존중감.  
스트레스에 미치는 영향. 석사학위논문. 1-20.
  - 김희자(2010). 청소년의 외모관심도와 만족도에 따른 미용행태와 미의식에  
관한 연구. 석사학위논문. 서경대학교 미용예술대학원. 1-10, 66-69.
  - 노안영·강영신(2005). 성격심리학. 서울:학지사.
  - 박경미 (2013). 바디 화장품의 사용실태와 만족도에 관한 연구.  
석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 28.
  - 박광희·유화숙 (2012). 외모관리에 대한 인지, 태도, 행동 간의 인과관계  
분석. 대한가정학회지. 박사학위논문. 충남대학교 50(1), 51-63.
  - 박상기 외(2009). 화장품학. 도서출판 대경. 대전. 93.
  - 박수진(2006). 남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형분석:  
내용분석, 설문지법, Q방법을 통합하여. 박사학위논문. 충남대학교대학원.  
1-13.

- 박영숙(2010). 인성교육을 위한 프로그램이 청소년 자아 존중감 향상에 미치는 효과. 석사학위논문. 한남대학교 사회문화대학원. 5-10.
- 박혜원(2013). 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향. 박사학위논문. 전남대학교 대학원. 8-60.
- 백수진(2011). 청소년의 외모관리행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 석사학위논문. 전남대학교 대학원. 8-19.
- 설현진, 최인려(2010). 중·고등학교 여성청소년의 뷰티행동에 관한 연구. 복식문화연구. 18(3) 514-525.
- 심준영·김현희 (2008). 여중고생들의 신체만족도와 자아존중감이 화장 정도에 미치는 영향. 한국복식학회지. 58(4), 128-138.
- 양미경(2009). 광주지역 여고생들의 화장 행동 실태 조사 연구. 나주대학 논문편찬위원회 論文集. 국내학술지 제14집 19-33.
- 엄성희(2009). 여고생의 화장품 사용실태 및 구매에 관한 연구. 석사학위논문. 숙명여자대학교 대학원. 80-81.
- 오세진외(2010). 인간행동과 심리학.학지사. 379-381.
- 오수현(2010). 청소년의 자아존중감에 영향을 주는 요인분석. 석사학위논문. 한국교원대학교 대학원. 5.
- 우현주(2013). 음악사용유무에 따른 신체활동이 지적장애 청소년의 자아존중감에 미치는 영향. 석사학위논문. 이화여자대학교 대학원. 1-16.
- 윤수익(2009). 청소년의 외모관리 태도 및 인식과 학교 적응 . 석사학위논문. 전남대학교 교육대학원. 1-10.
- 윤슬아(2011). 청소년의 화장품 구매성향. 석사학위논문. 동덕여자대학교 비만미용향장대학원. 1-10, 79-81.
- 윤혜선(2012). 자아탄력증진 프로그램이 중학생의 자아탄력성과 또래관계에

- 미치는 영향. 석사학위논문. 전북대학교 대학원. 1-21.
- 이경희(2012). 청소년의 외모관심과 외모만족도가 대인관계와 자아존중감에 미치는 영향. 석사학위논문. 강남대학교 교육대학원. 11.
  - 이명숙(2004). 여고생의 화장품 사용실태와 구매행태에 관한 연구: 대구지역 여고생을 중심으로. 석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 1-40.
  - 이명희(2013). 여중.고생들의 베이스 메이크업 선호도 및 만족도와 심리적 변인과의 관계. 석사학위논문. 한남대학교 사회문화대학원. 1-13.
  - 이미숙(2013). 외모도구성이 청소년의 신체만족도와 외모관리행동에 미치는 영향. 한국생활과학회지. 22(1), 75-88.
  - 이민수(2012). 태권도수련이 청소년의 긍정적 자아개념에 미치는 영향. 석사학위논문. 순천대학교 교육대학원. 6-13.
  - 이미혜(2013). 서울지역 중학생의 체질량지수에 따른 체형인식 및 식이자아효능감과 영양교육 요구도 조사. 석사학위논문. 한양대학교 교육대학원. 1-8.
  - 이영숙(2009). 청소년의 성역할 정체감 유형과 외모 인식 및 만족도에 관한연구. 석사학위논문. 신라대학교 대학원. 11-18. 42-47.
  - 이영애(2012). 여성들의 색조화장품 구매행동 및 사용실태에 관한 연구. 석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 1-102.
  - 이은희(2003). 소년소녀가정 청소년의 대처전략에 따른 학교적응 연구. 한국아동복지학회지. 제 16호 225-250.
  - 이진영(2013). 중학생의 자아개념이 외모관리행동에 미치는 영향. 석사학위논문. 전남대학교 교육대학원. 1-3.
  - 이하나(2014). 미용계열 여고생의 가치관에 따른 외모 추구혜택이 뷰티행동에 미치는 영향. 석사학위논문. 경성대학교 대학원. 2-60.

- 이혜경(2011). 청소년 평생교육 활성화 방안에 관한 연구: 뮤지컬 교육 중심으로. 석사학위논문. 추계예술대학교 문화예술경영대학원. 22-25.
- 이혜정(2011). 화장관심도와 정보탐색에 따른 여고생의 화장행동과 화장품 구매행동. 석사학위논문. 서경대학교 미용예술 대학원. 1-38.
- 임성혜(2011). 젊은 여성의 체형인식에 따른 체형관리 행태와 식행동에 관한 연구: 20-30대 여성을 중심으로. 석사학위논문. 성신여자대학교 문화산업대학원. 7-10.
- 장선미(2013). 청소년들의 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구. 석사학위논문. 숙명여자대학교. 21-24, 112-114.
- 정문주(2013). 청소년의 신체 지각차이와 신체이미지가 신체 관리행동과 자아존중감에 미치는 영향. 석사학위논문. 한양대학교 일반대학원. 20.
- 정은주(2007). 남녀고등학생의 외모관심도와 화장품구매성향에 따른 화장품 구매행동 연구. 석사학위논문. 서경대학교 미용예술대학원. 1-7, 73-80.
- 정미옥(2010). 국내외 색조 화장품별 선호도 및 구매행동. 석사학위논문. 원광대학교. 5.
- 정혜환(2010). 본인인지에 따른 화장품 구매 및 사용실태 연구. 석사학위논문. 중앙대학교 의약식품대학원. 1-27.
- 조경미(2009). 여대생의 기초화장품 구매장소에 따른 재구매요인. 석사학위논문. 고신대학교 보건대학원. 34-39.
- 조병숙(2005). 색조화장품 구매행동에 관한 연구. 석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 4-28.
- 조춘연 (2010). 한국산 기초화장품이 중국 소비자들의 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문. 청주대학교. 7.
- 진주영(2011). 기능성 화장품의 사용실태 및 만족도에 관한 연구.

- 석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 91-97.
- 최경임·허순득·장정현·오정선·노희영(2009). 화장품학. 광문각.
  - 최민정(2011). 20-30대 여성의 화장품 구매양상과 구매 후 사용실태 평가.  
석사학위논문. 중앙대학교 의약식품대학원. 5-15, 55-65.
  - 최윤진(1992). “청소년 심리학- 청소년을 바라보는 시각”. 한국청소년  
연구원. 9.
  - 최희영(2005). 청소년의 자아존중감에 관한 연구. 석사학위논문. 관동대학교  
교육대학원. 4.
  - 하병조(1999), (2012). 화장품학. 수문사.
  - 하주연(2011). 여고생들의 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구.  
석사학위논문. 숙명여자대학교 원격대학원. 5-25, 115-119.
  - 허홍열(2013). 청소년의 자아정체감과 사회적 공감지수와의 관계.  
석사학위논문. 한서대학교 대학원. 9-16.
  - Coopersmith, S(1967). The antecedents of self-esteem. San Francisco: W.  
H. Freeman.
  - Fenigstein,A.(1979),Self-Consciousness Self-Attention and Social  
Interaction, motives, NY: AronPress.

## Abstract

### The Effects of Female High School Students' Cosmetic Consumption Behavior on Their Appearance Management Concern and Self-Perception Satisfaction

Hwang, Na Ye

Major in Skin care and Obesity Management

Department of Health Welfare

Graduate School of Lifetime Welfare

Sungshin Women's University

This research attempted to examine the effects of female high school students' cosmetic consumption behavior on their appearance management concern and self-perception satisfaction. Towards this end, a questionnaire survey was conducted on 405 female high school students in the Bucheon region, and the collected data were analyzed using the STATA (Statistics Data Analysis) 12.0 program. The results of this research are as follows:

The results of the survey on the subjects' use of fundamental cosmetics showed that the average age at which fundamental cosmetics began to be used was 12.9, and that the average number of fundamental cosmetics currently being used is 3.6. With regard to the frequency of using cosmetics, most of the respondents (88.4%) indicated everyday use, and with regard to the female high school students' appropriate use of

fundamental cosmetics, most of the respondents (31.11%) indicated use including essence.

The results of the survey on the reality of the subjects' use of color cosmetics showed that the average age at which color cosmetics began to be used was 15.0, and that the average number of color cosmetics currently being used is 5.4. With regard to the frequency of using color cosmetics, most of the respondents (49.88%) indicated everyday use, and with regard to the female high school students' appropriate use of color cosmetics, most of the respondents (46.42%) indicated use including point products such as eyeliners and blushers.

The results of the analysis of the correlation between female high school students' cosmetic consumption behavior and appearance management concern showed that the variables that had statistically significant correlations with the appearance management concern were the age at which fundamental cosmetics began to be used ( $r=-0.1473$ ), the number of cosmetics being used ( $r=0.2708$ ), the frequency of use of fundamental cosmetics ( $r=0.2045$ ), the age at which make-up cosmetics began to be used ( $r=-0.1594$ ), the number of make-up cosmetics being used ( $r=0.4614$ ), the frequency of use of make-up cosmetics ( $r=0.2575$ ), the use or non-use of body cosmetics, ( $r=0.2167$ ), and the number of body cosmetics being used ( $r=0.3937$ ). Next, the results of the analysis of the correlation between female high school students' self-perception satisfaction and cosmetic consumption behavior showed that the variables that had statistically significant correlations were the use or non-use of body cosmetics ( $r=0.1200$ ) and the number of body cosmetics being used ( $r=0.1364$ ).

The results of the analysis of the effects of female high school students'

cosmetic consumption behavior on their appearance management concern showed that the more the fundamental cosmetics products being used were, the lower the age at which cosmetics began to be used, the more the make-up products being used were, the shorter the usage cycle of make-up products was, the more the body cosmetics being used were, and the lower the figure recognition satisfaction was, the higher the appearance management concern. In addition, the variables that had the greatest effects were found to be the number of make-up cosmetics being used (beta=0.332).

Next, the results of the analysis of the effects of female high school students' cosmetic consumption behavior on their self-perception satisfaction showed that the higher the body perception satisfaction and the greater the weight and the higher the degree of wanting to lose weight were, the higher the self-perception satisfaction. In addition, the variables that had the greatest effects were found to be the weight (beta=0.281) and the degree of weight loss (beta=0.234).

Based on the results of this research, it can be seen that female high school students' cosmetic consumption behavior is the factor that influences their appearance management concern. In addition, it was shown that the lower their body perception satisfaction is, the higher their appearance management concern. On the other hand, female high school students' cosmetic consumption behavior was found to have no effect on their self-perception satisfaction. It was found that for female high school students, satisfaction with their body type and body characteristics had greater effects on their self-perception satisfaction than their cosmetic consumption behavior.



**4. 귀하의 현재 사귀는 이성친구가 있습니까?**

- ① 네                      ② 아니오

**5. 귀하의 전공은 무엇입니까?**

- ① 인문계                      ② 실업계                      ③ 예체능계                      ④ 기타

**6. 귀하의 거주형태는 무엇입니까?**

- ① 대가족과 함께                      ② 부모님과 거주                      ③ 자취 및 하숙  
④ 형제자매와 함께                      ⑤ 기타

**7. 흡연을 하는 경우 1일 흡연량은 어느 정도입니까?**

- ① 흡연하지 않음                      ② 5개 미만                      ③ 5개 이상~10개 미만  
④ 10개 이상~1갑 미만                      ⑤ 1갑 이상

**8. 음주를 하는 경우 주 몇회 정도 하십니까?**

- ① 음주하지 않음                      ② 1회                      ③ 2회  
④ 3회                      ⑤ 4회 이상

**9. 귀하의 1일 평균 수면시간은 어느 정도입니까?**

- ① 3시간 미만                      ② 3시간 이상~5시간 미만                      ③ 5시간 이상~7시간 미만  
④ 7시간 이상~9시간 미만                      ⑤ 9시간 이상

## II. 안면 피부상태 및 체형인식 만족도에 관한 사항입니다.

해당되는 사항에 해 주세요.

### 1. 귀하의 얼굴 피부는 어떤 피부유형이라고 생각하십니까?(주관적 판단에 의해)

- ① 정상피부 (유분과 수분이 적절하며 건강해 보인다)
- ② 지성피부 (피부가 번들거리며 여드름, 뾰루지가 있다)
- ③ 건성피부 (피부가 건조하며 당김이 있다)
- ④ 복합성피부 (얼굴 부위(T존:이마-코/ U존:양볼-턱)에 따라 피부상태가 다르다)
- ⑤ 민감성피부 (피부가 얇고 쉽게 붉어진다)
- ⑥ 아토피성 피부염의 피부
- ⑦ 기타 ( )

### 2. 귀하 피부의 가장 큰 고민은 무엇입니까?(중복체크)

- ① 여드름, 뾰루지    ② 모공    ③ 주근깨, 잡티    ④ 피지(블랙헤드)
- ⑤ 다크써클    ⑥ 피부건조    ⑦ 피부색갈    ⑧ 기타 ( )

### 3. 귀하는 피부 고민을 어떤 방법으로 해결하십니까?

- ① 피부과 치료    ② 전문 피부 관리실에서 관리
- ③ 식생활을 통한 해결    ④ 인터넷 정보 검색을 통한 자가 해결
- ⑤ 그대로 둔다    ⑥ 기타 ( )

**4. 피부건강을 유지하기 위해 가장 신경써야하는 부분은 무엇이라고  
생각합니까?**

- ① 영양크림, 에센스, 팩, 마사지를 통한 관리
- ② 수분, 비타민, 과일 섭취 등을 통한 관리
- ③ 충분한 수면
- ④ 철저한 세안
- ⑤ 자극을 주지 않는 것 (최대한 피부를 건드리지 않는 것)
- ⑥ 기타 ( )

**5. 귀하가 피부관리를 하는 이유는 무엇입니까? (가장큰 이유 한가지만  
선택)**

- ① 젊음을 유지하고 노화를 지연시키기위해
- ② 피부고민을 해결하기 위해(모공,여드름,미백,보습)
- ③ 자신의 외모에 만족하지 못해서 (컴플렉스 해소 )
- ④ 특별한 행사를 앞두고
- ⑤ 주위의 권유로
- ⑥ 스트레스 해소를 위해

**6. 현재 주관적으로 생각하는 자신의 체형은 어디에 가깝다고  
생각하십니까?**

- ① 저체중                      ② 정상                      ③ 과체중                      ④ 경도비만
- ⑤ 중등도비만              ⑥ 고도비만

**7. 귀하는 현재 자신의 체형에 만족하십니까? (주관적 판단에 의해 선택)**

- ① 말랐다                      ② 날씬하다 (s라인,예쁜몸매)                      ③ 보통이다
- ④ 통통하다                      ⑤ 뚱뚱하다



## 12. 체형인식

	문항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나의 체형(모습)을 다른 사람에게 거리낌 없이 보이고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 다른 사람들이 나의 체중이나 신체 균형미를 부정적으로 평가한다는 생각에 속이 상할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 거울속에 비친 내 체형(모습)을 볼 때 기분이 좋다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 체형(모습)이 매력없어 사교적인 모임에 신경이 쓰인다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 다른 사람이 있는 곳에서는 나의 체형(모습)에 신경이 쓰인다.	①	②	③	④	⑤

**Ⅲ. 기초화장품 사용실태 및 색조화장품 및 전신화장품에 관한 사항입니다.**

**해당되는 사항에 해 주세요.**

**1. 귀하가 기초화장품 제품을 처음 시작한 나이는 언제 입니까?**

\_\_\_\_\_세

**2. 현재 사용하는 기초화장품 제품을 모두 체크해 주십시오.(중복체크 가능)**

- ① 스킨                      ② 로션                      ③ 클렌징류, 폼클렌징(비누제외)
- ④ 에센스.앰플              ⑤ 아이크림                ⑥ 영양크림
- ⑦ 미스트(수분공급을 위해 사용하는 스프레이 타입의 제품)

**3. 귀하는 기초화장품을 얼마나 자주 합니까?**

- ① 매일                      ② 주 3회 이상              ③ 주 1~2회
- ④ 2주에 1회                ⑤ 한 달에 1회              ⑥ 기타 ( )

**4. 기초화장품을 주로 언제 사용합니까?**

- ① 항상                      ② 등·하교 시                ③ 친구 만날 때
- ④ 부모님과 외출 시        ⑤ 소풍, 축제 등 행사 때    ⑥ 데이트, 미팅
- ⑦ 기타 ( )

**5. 기초화장품 사용 시 가장 신경 쓰는 부위는 어디입니까?**

- ① 눈                          ② 입 주변                    ③ 볼
- ④ 목 주위                    ⑤ 얼굴 전체                ⑥ 기타(                    )



**11. 주로 언제 메이크업을 합니까?**

- ① 항상
- ② 등·하교 시
- ③ 친구 만날 때
- ④ 부모님과 외출 시
- ⑤ 소풍, 축제 등 행사 때
- ⑥ 데이트, 미팅
- ⑦ 기타 ( )

**12. 귀하는 메이크업을 한다면 어느 정도 합니까?**

- ① 기초화장 정도 한다
- ② 부분 색조화장을 가끔 한다
- ③ 부분 색조화장을 항상 한다
- ④ 전체 색조화장을 가끔 한다
- ⑤ 전체 색조화장을 항상 한다

**13. 메이크업 시 가장 신경 쓰는 부위는 어디입니까?**

- ① 눈
- ② 입술
- ③ 볼
- ④ 피부표현
- ⑤ 얼굴 전체
- ⑥ 기타( )
- ⑦ 기타 ( )

**14. 메이크업을 하는 이유는 무엇입니까?**

- ① 더 예뻐 보이기 위해
- ② 피부의 결점을 커버하기 위해
- ③ 자외선 차단을 위해
- ④ 친구들이 하기 때문에
- ⑤ 나만의 개성을 표현하기 위해
- ⑥ 좋아하는 연예인을 따라 하기 위해
- ⑦ 어른스럽게 보이기 위해
- ⑧ 기타 ( )

**15. 고등학생 색조메이크업 사용은 어디까지가 적당하다고 생각하십니까?**

- ① 색조화장품의 사용은 학생답지 못함으로 사용하지 않는 것이 좋다
- ② 피부결점의 보완을 위해 베이스 메이크업정도 사용하는 것이 좋다
- ③ 아이라이너, 블러셔 등 포인트 제품도 상관없다
- ④ 모르겠다

**16. 귀하는 바디 화장품을 사용합니까?**

- ① 예
- ② 아니오

**17. 바디 화장품을 사용하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?**

- ① 제품이 있는지 몰라서
- ② 제품까지 사용하기에는 가격대가 부담스러워서
- ③ 아직 대중적이지 않아서
- ④ 필요성을 못느껴서
- ⑤ 기타( )

**18. 바디 화장품을 사용한다면 그 제품을 모두 체크해 주십시오**

- ① 데오드란트
- ② 향수
- ③ 바디세정제
- ④ 바디보습제(바디로션)
- ⑤ 바디슬리밍 제품
- ⑥ 바디메이크업제품

**19. 주로 언제 바디 화장품을 사용하십니까?**

- ① 여름철 노출이 심할 때
- ② 계절에 상관없이 특별한 날(기념일, 모임, 데이트 등)
- ③ 샤워 후
- ④ 기타( )

**20. 귀하는 바디 화장품을 사용한다면 가장 신경쓰는 부위는 어디입니까?**

- ① 팔
- ② 가슴
- ③ 복부(배)
- ④ 등
- ⑤ 엉덩이
- ⑥ 허벅지
- ⑦ 종아리
- ⑧ 발



**IV. 외모관리 및 자아인식에 관한 사항입니다. 해당되는 사항에 ☑해 주세요.**

**1. 외모관리**

	문 항	매우 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	귀하는 외모관리를 위해 염색이나 퍼머를 하십니까?	①	②	③	④	⑤
2	귀하는 피부 관리실에서 보습, 여드름관리를 하십니까?	①	②	③	④	⑤
3	귀하는 거울을 많이 보는 편입니까?	①	②	③	④	⑤
4	귀하는 외모를 좋게 하기 위해 성형수술을 한적이 있거나, 앞으로 할 의향이 있습니까?	①	②	③	④	⑤
5	귀하는 여성의 겨드랑이,다리,팔부분의 털을 제모하는 것이 보기 좋다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
6	귀하는 무슨 옷을 살까 결정하기 위해 잡지책이나 도움이 될만한 정보를 찾아 보십니까?	①	②	③	④	⑤
7	귀하는 신발, 가방, 머리핀, 목걸이, 모자 등등 악세사리를 자주사는 편입니까?	①	②	③	④	⑤
8	귀하는 좋아하는 연예인의 패션코드를 따라하십니까?	①	②	③	④	⑤
9	귀하는 최신 유행에 뒤지지 않기 위해 노력하십니까?	①	②	③	④	⑤
10	귀하는 예쁜 옷을 입기 위해 다이어트를 하십니까?	①	②	③	④	⑤

## 2. 자아인식

	문 항	매우 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	귀하는 귀하의 삶이 내가 원하는 대로 되어 간다고 확신 하십니까?	①	②	③	④	⑤
2	귀하는 본인이 계획했던 대로 일을 처리해 나가는 편이십니까?	①	②	③	④	⑤
3	귀하는 본인이 원하는 방식으로 삶을 살 수 있다고 생각 하십니까?	①	②	③	④	⑤
4	귀하는 모두에게 <u>중요한(사랑받는)</u> 사람이라고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
5	귀하는 모두에게 <u>도움이</u> 되는 사람이라고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
6	귀하는 새로운 일을 배우려고 시도해서 처음에 성공하지 못하면 곧바로 포기 하는 편입니까?	①	②	③	④	⑤
7	귀하는 지금 본인의 학교성적에 만족합니까?	①	②	③	④	⑤
8	귀하는 새로운 일이 어려워 보이면 그 일을 배우고 싶지 않다고 느끼십니까?	①	②	③	④	⑤
9	귀하는 어떤 일을 하기로 마음먹으면 곧바로 실행 하는 편입니까?	①	②	③	④	⑤
10	귀하는 좋아하지 않는 일이라도 해야 할 일이라면 끝까지 해내는 편이십니까?	①	②	③	④	⑤