



### 저작자표시-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



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](#)

최인려 교수지도  
박사학위청구논문

중·노년층 여성의 라이프스타일에  
따른 외모관리효과와 색채기호 연구

2010

성신여자대학교 대학원  
의류학과  
임희경

중·노년층 여성의 라이프스타일에  
따른 외모관리효과와 색채기호 연구

최인려 지도교수

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2009年 10月

성신여자대학교 대학원  
의류학과  
임희경

# 인 준 서

임희경의 박사학위 논문으로 인준함

심사위원 인

심사위원 인

심사위원 인

심사위원 인

심사위원 인

성신여자대학교 대학원

# 논문개요

본 연구는 중·노년층 여성의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채기호를 살펴보고 인구통계학적 변수인 연령, 결혼여부, 가족구성, 학력, 수입과 의복구입비용, 화장품구입비용, 피부관리비용, 모발관리비용에 따른 색상선호도에 대해서 살펴보고자 하였다.

현재의 중·노년층은 의료기술의 발전과 교육수준, 생활수준 향상으로 건강한 삶을 통한 생명연장으로 평균수명이 증가하고 있으며, 부모를 부양하는 기존의 중년이나 노년층과는 달리 중년기로부터 노후설계와 자신들의 생활을 영위하는 세대로 변화하고 있다. 현재의 중·노년층은 단순히 정년퇴직과 함께 집에서 쉬는 것이 아니라 새로운 인생의 시작으로 다양한 분야에서 사회활동을 하고 있다. 이러한 중·노년층의 여성들에게 자신을 표현하는 방법의 하나로 외모관리와 어울리는 색상선정은 라이프스타일의 질적 향상에 영향을 줄 수 있을 것이다.

본 연구는 문헌적 연구와 서울 및 경기지역에 거주하는 40세 이상의 성인여성을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2009년 3월부터 6월까지 이루어 졌으며, 869부를 분석에 사용하였다. 분석방법은 SPSS 12.0 프로그램을 사용하여 연구목적의 가설에 따라 백분율, 평균, 표준편차, 빈도분석, 교차분석, 요인분석, 신뢰도분석, 주성분분석, K-평균, 군집분석, 분산분석과 사후검증으로 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다.

중·노년층 여성의 라이프스타일의 구조를 파악하기 위하여 13개의 라이프스타일 문항으로 요인분석을 실시하여 5개의 요인을 추출하였다. 요인은 '경제적 절약', '과시적 소비', '자신감 지향', '가족중심', '여가활용'으로 명명하였다. 라이프스타일 유형과 분류 및 특성을 알아보기 위하여 요인분석과 K-평균 군

집분석을 실시하고 세 개의 군집으로 구분하여 ‘경제적 절약형’, ‘과시적 소비형’, ‘여가 및 가족 중심형’으로 명명하였다.

중·노년층 여성의 외모관리효과 중 차림의복 효과에 대한 요인명은 ‘차림의복 추구’, ‘차림의복 생활’, ‘차림의복 지향’으로 명명하였다. 피부관리 효과에 대한 요인명은 ‘피부관리 추구’, ‘피부관리 생활’, ‘피부관리 지향’으로 명명하였다. 모발관리에 대한 요인명은 ‘모발관리 추구’, ‘모발관리 생활’, ‘모발관리 지향’으로 명명하였다. 화장효과에 대한 요인명은 ‘화장행동 추구’, ‘화장행동 생활’, ‘화장행동 지향’으로 명명하였다. 색채효과에 대한 요인명은 ‘어울리는 색 인식’, ‘색조 화장 사용’, ‘선호색 선택’, ‘유행색 선택’으로 명명하였다.

중·노년층 여성의 색채기호에 대한 요인명은 ‘계절별 선호색 선택’, ‘피부화장 선호색 선택’으로 명명하였다.

라이프스타일과 ‘색채기호’의 봄, 여름, 가을, 겨울 색상그룹에 따라 라이프스타일의 비선호색 색상계열과 평소 선택하는 의복색상에 차이가 있음을 도출할 수 있었다. 그러나 선호색 색상계열과 평소 선택하는 색조화장품 색상과 라이프스타일의 차이는 없음을 알 수 있었다.

라이프스타일에 따른 ‘차림의복 효과’로서 차림의복 추구하고 차림의복 생활 및 차림의복 지향에 차이가 존재함을 알 수 있었다. 라이프스타일에 따른 ‘피부관리 효과’로서 피부관리 추구 및 피부관리 생활과 피부관리 지향에 차이가 존재함을 알 수 있었다. 라이프스타일에 따른 ‘모발관리 효과’에 모발관리 추구하고 모발관리 생활 및 모발관리 지향에 대한 차이가 존재함을 알 수 있었다. 라이프스타일에 따른 ‘화장 효과’에서 화장행동 추구하고 화장행동 생활 및 화장행동 지향에 차이가 존재함을 알 수 있다. 라이프스타일의 ‘색채 효과’에 따른 외모관심색상에서 어울리는 색 인식과 색조 화장 사용 및 선호색 선택 그리고 유행색 선택에 차이가 존재함을 알 수 있었다.

라이프스타일과 ‘차림의복 효과’ 중 긍정적 변화는 경제적 절약, 과시적 소비성, 가족지향 및 자신감 지향에서 유의한 영향을 미치며 여가활용은 상대적으로 차림의복 효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있었다.

라이프스타일이 ‘피부관리 효과’ 중 긍정적 변화는 과시적 소비만이 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있으며, 경제적 절약, 가족지향, 자신감 지향 및 여가활용은 상대적으로 피부관리 효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있다. 가치표현 및 예의수행에는 경제적 절약, 과시적 소비 및 가족 지향이 유의한 영향을 미치며, 자신감 지향 및 여가활용은 상대적으로 피부관리 효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있었다.

라이프스타일이 ‘모발관리 효과’ 중 부족감 보완에 미치는 분석결과 여가활용을 제외한 모든 요인들이 유의한 영향을 미치고 있었다. 가치표현 및 예의수행의 관련성 검정은 자신감 지향 외에는 모두 유의한 영향을 미치고 있어 라이프스타일 중에서 경제적 절약, 과시적 소비, 가족 지향 및 여가활용이 모발관리 효과에 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있었으며, 자신감 지향만이 상대적으로 모발관리 효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있었다

라이프스타일이 ‘화장 효과’ 중 긍정적 변화에 미치는 관련성 분석 결과 경제적 절약, 과시적 소비 및 자신감 지향이 유의한 영향을 미치고 있으며, 가족 지향 및 여가활용은 상대적으로 화장 효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있었다. 자신감 보완에 미치는 관련성 검정에 대한 분석 결과 경제적 절약, 과시적 소비, 가족 지향 및 자신감 지향이 화장 효과에 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있으며, 여가활용은 상대적으로 화장효과에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있음을 알 수 있었다. 가치표현 및 예의수행에 미치는 관련성 검정에 대한 분석 결과 경제적 절약, 과시적 소

비, 가족지향, 자신감 지향 및 여가활용 모두 화장 효과에 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있었다.

라이프스타일이 ‘색채효과’ 분석 중 어울림색상은 경제적 절약, 과시적 소비 및 가족지향이 유의한 영향을 미치고 있었다. 라이프스타일 중에서 경제적 절약, 과시적 소비, 가족지향, 자신감 지향 및 여가활용 모두가 색채효과 분석에 유의적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있었다.

‘색채기호’ 분석의 선호색 색상계열은 봄 색상계열로 359명인 41.3%이며, 기피하는 색상계열은 겨울 색상계열로 400명인 46.0%이고, 기존의류 색상계열은 여름 색상계열이 263명인 30.3%가, 선호색조화장품 색상계열은 여름 색상계열로 428명인 49.3%가, 어울리는 색상계열은 여름 색상계열로 290명인 33.4%가, 잘 어울리지 않는 색상계열은 겨울 색상계열로 356명인 41.0% 등으로 가장 높은 빈도를 나타내고 있어 중년에서 노년으로 갈수록 밝고 환한 색을 선호하고, 어둡고 무거우며 칙칙한 색상은 기피하는 것으로 조사 되었다. 피부표현 화장제품의 색상계열은 베이지 색상계열 447명이 51.4%로 주로 선호하는 것으로 조사 되었으나, 피부표현 화장제품의 색상은 계열에 상관없이 사용되는 것으로 조사 되었다.

인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 연령, 결혼여부, 학력, 한 달에 지출 가능한 의류구입비용, 화장품 구입비용, 피부 관리비용, 모발 관리비용의 변인의 빈도분석을 실시하였다. 연령분포는 50-59세가 302명으로 33.7%로 가장 높았고 60-69세가 249명으로 27.8%였으며, 결혼여부는 배우자 생존이 674명으로 75.3%이며, 가족구성은 미혼자녀와 함께 산다가 483명으로 54.0 %이며, 학력의 분포는 고등학교 중퇴 및 졸업이 356명으로 39.8%이며, 전문대학 이상이 251명으로 28.0%의 높은 빈도를 나타내었다. 가족구성원의 월 소득액의 분포를 보면 400만원 미만인 260명으로 29.1%의 높은 빈도를 나타내었다. 월 평균

의류구입비용은 5-10만원 미만인 268명으로 29.9%이며 화장품 구입비용은 3-5만원이 248명으로 27.7%의 높은 빈도를 나타내었다. 피부 관리비용은 5만원 미만이 510명으로 57%이며, 모발관리비용은 3-5만원이 330명으로 36.9%로 나타났다.

조사대상자의 라이프스타일 유형에 따라 연령, 결혼여부 및 상태, 학력의 차이가 있는 것으로 나타났다. 라이프스타일과 경제력 분석결과에 따라 월평균 의류구입비용, 월평균 화장품 구입비용, 월평균 피부관리 비용에 차이가 있음을 알 수 있었다. 인구통계학적 특성과 라이프스타일 유형에 따라 가족구성의 차이가 없음을 알 수 있었다.

본 연구의 결과는 중·노년층의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 라이프스타일에 따른 색채기호의 유형을 중심으로 이미지향상을 위한 차림의복 효과, 피부관리 효과, 모발관리 효과, 화장효과로 외모관리효과 및 색채효과와 인구통계학적 특성을 파악하였다. 또한 외모관리에 지출되는 최소한의 비용을 도출하고, 연령별 선호 색상계열과 비선호 색상계열을 도출하였다. 따라서 중·노년층을 대상으로 하는 마케팅 전략을 수립하는데 있어 유용한 정보로 활용될 수 있다고 본다.

# 목 차

## 논문 개요

<b>I. 서론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 및 의의 .....	1
2. 연구의 목적 .....	4
3. 용어의 정의 .....	5
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>7</b>
1. 중·노년층의 정의 및 연령대별 특징 .....	7
2. 중·노년층의 라이프스타일 개념과 고찰 .....	14
3. 외모관리 효과 .....	19
4. 색채기호 .....	31
<b>III. 연구 방법</b> .....	<b>41</b>
1. 연구문제 .....	41
2. 측정도구 .....	41
3. 조사대상 .....	44
4. 조사대상자의 인구통계학적 특성 .....	47
5. 자료분석 .....	49
<b>IV. 연구 결과 및 논의</b> .....	<b>51</b>

1. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형 .....	51
2. 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형분류 .....	55
3. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채기호 ·	63
4. 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 색채기호의 차이 .....	71
 V. 결 론 .....	 95

참고문헌

ABSTRACT

부 록

# 표 목 차

<표 1> 연령별(전국) 추계인구 .....	10
<표 2> 중·노년층의 연령별 특징 및 권장되는 운동 및 운동량 .....	13
<표 3> 노인의 사회단체 유형별 참가율 및 참가희망 .....	15
<표 4> 중·노년층의 소비자 라이프스타일의 선행연구 .....	18
<표 5> 퍼스널컬러 측정 선행연구 .....	37
<표 6> 측정도구 .....	43
<표 7> 연구조사 일정 .....	46
<표 8> 조사 대상자의 인구통계학적 특성 .....	48
<표 9> 자료분석 .....	50
<표 10> 중·노년층 여성의 라이프스타일에 대한 요인분석 결과 .....	51
<표 11> 라이프스타일 군집에 대한 분산 결과 .....	53
<표 12> 차림의복 효과에 대한 요인분석 결과 .....	55
<표 13> 피부관리 효과에 대한 요인분석 결과 .....	56
<표 14> 모발관리 효과에 대한 요인분석 결과 .....	58
<표 15> 화장효과에 대한 요인분석 결과 .....	59
<표 16> 색채효과에 대한 요인분석 결과 .....	61
<표 17> 라이프스타일 유형에 따른 차림의복 효과의 차이 .....	63
<표 18> 라이프스타일 유형에 따른 피부관리의 차이 .....	64
<표 19> 라이프스타일 유형에 따른 모발관리의 차이 .....	66
<표 20> 라이프스타일 유형에 따른 화장효과와의 차이 .....	68
<표 21> 라이프스타일 유형에 따른 색채효과와의 차이 .....	70
<표 22> 연령에 따른 색채기호 .....	71

<표 23> 배우자 유무에 따른 색채기호 .....	75
<표 24> 가족형태에 따른 색채기호 .....	77
<표 25> 학력에 따른 색채기호 .....	80
<표 26> 가구소득에 따른 색채기호의 차이 .....	83
<표 27> 의류 구입비용에 따른 색채기호 .....	85
<표 28> 화장품 구입비용에 따른 색채기호 .....	88
<표 29> 피부관리 비용에 따른 색채기호 .....	90
<표 30> 모발관리 비용에 따른 색채기호 .....	93

# 그림 목 차

<그림 1> 연구자의 피부표현 측정 색상 .....	34
<그림 2> Carole의 사계절 색채 분류 .....	34
<그림 3> Veronique와 Pat의 색상진단 이미지 .....	35
<그림 4> 연구자의 사계절 측정 색상 .....	36
<그림 5> 일본의 색채감정 분석 이미지스케일 .....	40
<그림 6> 한국의 색채감정 분석 이미지스케일 .....	40

# I. 서 론

## 1. 연구의 필요성 및 의의

우리나라의 결혼관, 출산율, 가족구성, 거주형태, 경제력, 직업구조 및 지역적 인구 구성도 등은 급속하게 변화하고 있다. 통계청자료에 의하면 우리나라 중·노년층의 인구증가 및 고령화는 급속한 진행으로 65세 이상의 노년인구 비율이 2000년은 7.2%로 고령화 사회에 진입하였고, 2018년에는 14.3%의 고령사회에 이어서 2026년에는 20.8%로 초고령사회에 진입할 것이라 예상하고 있다(통계청, 2007). 현재의 중년층이 노년층으로 진입하는 20년 후에는 노령인구가 지금의 2배로 증가 할 것으로 보고 있다.

건강한 삶과 소득증가가 중년과 노년에게 여유를 제공하며 비전을 제시하고 동시에 사회 각 분야의 중년과 노년에 대한 관심이 증가함에 따라 백화점 및 많은 기업에서의 중년과 노년을 대상으로 하는 마케팅 활동이 증가하고 있다. 또한 각종 매체의 활성화는 중년 이후 여성의 외모에 대한 관심을 증가시키고 있다.

중·노년층의 은퇴 후 사회활동은 사회경제적 조건을 포괄하는 개인들의 의식적 표현으로, 생활을 위한 활동으로서 노동과정이 아니라 여가 및 소비활동과 관련되는 자기표현과 관련 된다(데이비드 채니, 2004). 고학력과 고소득의 중·노년층이 증가하면서 새로운 소비구매층으로 양적 질적으로 부상하고 있으며, 자녀의 출가 등으로 자유로운 삶과 경제적인 측면에서도 자녀에게 의존하지 않고 자립적으로 노후생활을 하려는 연령층이 점차적으로 증가 하고 있다. 과거와는 달리 현재와 미래의 노인세대는 자녀에게 재산을 물려주지 않고 그 돈으로 남은 여생을 즐겁게 보내겠다는 생각이 지배적이다.

주거점유형태는 65세 이상의 자가 60.3%이며, 부모의 거주형태는 가구주와 동거하는 경우는 19.3%, 형제·자매와 동거하는 경우가 32.6%, 부모가 단독으로 생활하는 경우가 26.5%, 독거하는 경우가 19.0%로 나타나고 있으며(정경희, 2005), 노후에 부양을 받는다는 수동적인 통념을 벗고 스스로 부양하고 자립하며 제3의 인생의 출발점이라는 새로운 가치관과 라이프스타일을 갖춘 새로운 노인층이 형성되고 있다(김덕용, 이상희, 2004).

‘통크족’(TONK)<sup>1)</sup>이라고 하는 노인들이 늘고 있다. 60대 이상의 성인 300명을 대상으로 ‘몇 살부터 노인인가’라는 질문에 60대 이상 응답자의 50% 이상이 ‘70세 이상’이라고 답하였고 전체 응답자의 72%가 자기계발을 하고 있다고 답하였다. 또한 동호회 등 정기모임에 참여하는 노인들이 76%나 됐고, 이들 중 30% 가량은 3개 이상의 모임에 참여하고 있다고 하였다(경향신문, 2005).

개인의 이미지는 의복, 헤어스타일, 화장 등과 같은 외모에 의하여 결정되며, 각 세대의 외모를 결정하는 의복, 피부, 헤어스타일, 화장 등의 결합의 정도에 따라 개인의 이미지와 사회·심리적 기대효과가 향상된다. 통크족으로 자신의 얼굴, 헤어스타일, 복장 등 남에게 보여지는 외모를 잘 연출하는 이른바 이미지 메이킹의 중요성이 요구되는 시대가 도래되어 자신에게 어울리는 외모관리와 색채를 잘 알고 있을 때 자신에 대한 만족감이 높은 것을 알 수 있다. 특히, 색상에 대한 조합은 감정을 전달하는 중요한 수단이기 때문이다.

사회활동에 있어 차림의복은 중요성을 가진다. 중년에 이어 노년층으로 세대가 변화해도 경제적 사회적으로 체면이나 과시적인 측면에서 의복을 이용하는 경향이 있다(서봉철, 김숙용, 2005). 중년과 노년들은 실제 연령보다 젊어 보이기 위해 노력하며 젊은이처럼 행동하고 싶어 하는 연소화(down-aging) 욕구를 충

---

1. 통크족(TONK: Two Only No Kids):자녀들과 함께 살기보다는 배우자와 함께, 또는 혼자 독립해 살겠다는 노인들로 자식들에게 의존하는 전통적인 노인상을 거부하며 자신들만의 인생을 추구하는 신세대 노인층을 일컫는다.

족시키려는 현상으로(김재훈, 2006) 외모관리를 한다. 의복디자인에서 색은 재질감, 형태와 함께 우리의 눈을 자극하게 되며 사람에게는 개별적으로 어울리는 개인적인 색상이 있다. 자신에게 어울리는 화장, 의복, 모발염색 등의 색채의 활용은 본인을 돋보이게 한다.

화장을 통해 자신의 신체결점을 보완하고 장점을 부각시킴으로써 자신의 이미지 변화를 유도할 수 있다. 따라서 화장을 하는 것은 자기평가 및 자신과 타인의 관계에 다양한 변화를 가져오며, 자신의 공공이미지를 화장으로서 향상 할 수 있다. 자신의 매력도가 높으면 높을수록 스스로에 대한 인식과 평가의 수준도 높아지게 되고 그러한 자아인식과 평가의 수준을 높이는 것에 결정적인 역할을 하는 것이 화장을 통한 매력 수준의 향상이라는 것이다(이화순, 2002). 개인의 삶의 질 혹은 행복을 증진시키는 것이 사회의 주요한 경향으로 자리 잡음으로써 심리적 안정감, 삶의 만족도는 많은 주목을 받아 왔다(한국경제신문, 2004).

그 동안 색채나 외모와 관련된 선행연구로 화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구(이화순, 2002)와 노년기 여성의 생활만족도 및 외모만족도에 대한 연구(김진구외 3인 1996), 중년여성의 안면피부상태와 관련요인(강수경, 2004), 자기효능감과 화장근접도와의 관계에 대한 연구(조기여, 2007), 노년층 여성들의 라이프스타일 유형에 따른 의복 행동 연구(추태귀 1994) 등이 중년층이나 노년층 여성의 라이프스타일에 대한 외모관리효과 연구이거나 개인색채 유형에 따른 패션색채 기호에 대한 연구(조은영, 2007)는 시도되었지만, 고령사회의 진입을 앞둔 중·노년층 여성을 중심으로 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 그에 따른 색채기호와 연관된 연구는 미흡한 수준이라는 점에 본연구의 의의를 찾을 수 있다. 끊임없이 변화하는 사회 환경 속에서 개인의 이미지를 관리하고 개선하는데 필요한 차림의복관리와

모발관리, 피부관리, 화장행동 등에서 중 노년층 여성들의 선호색상과 비선호 색상 등을 파악할 필요성이 있으며, 본 연구과정을 통하여 도출된 결과는 중·노년층 여성을 타겟으로 하는 패션관련 기업에 보다 우수한 상품개발을 위한 정보로 제공 할 수 있을 것이다.

## 2. 연구의 목적

본 연구에서는 중·노년층을 대상으로 라이프스타일을 파악하고 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채선호도를 밝히고자 하는데 목적이 있다. 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

- 1) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형을 살펴본다.
- 2) 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형을 살펴본다.
- 3) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채기호를 알아본다.
- 4) 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 외모관리효과와 색채기호를 알아본다.

### 3. 용어 정의

#### 1) 중년

중년의 연령은 40-60세의 나이로(브리태니커, 1993)보나, 본 연구에서는 풍요한 인생의 경험과 지혜를 구비한 시기로서 가정이나 사회적으로 중요한 위치에 있으며 자기의 경험과 능력을 통합하는 생의 절정기로 중년기를 연령은 40-64세의 나이로 정하였으며, 외모 및 치장에 일정부분 지출이 가능한 층이라 할 수 있다.

#### 2) 노년

통계 및 공공행정의 편의를 위해 대부분 60세나 65세 이상의 연령층을 노년기로 규정하고 있으나(브리태니커, 1993), 본 연구에서는 노년기를 65세 이상으로 정하였으며, 자신의 체형이나 건강을 위해 자기 관리적 차원의 건강유지 및 외모나 의복 등의 선택에 관심을 갖고 일정부분의 지출이 가능한 층이라 할 수 있다.

#### 3) 라이프스타일

개인행동을 이해하고, 예측할 수 있는 중요한 요소로 개인의 생활양식, 생활태도, 미래 설계적 인생관, 통일성과 일관성을 말하며(Adler, 1969), 일상생활 및 결혼생활을 통하여 표출되는 사고방식과 가치체계로서(Bernard, 1975), 사람들의 살아가는 방식이라고 할 수 있다

#### 4) 외모의 사회·심리적 기대효과

자신에게 어울리는 의복을 입고, 피부 관리와 화장, 헤어스타일을 연출함으로써 만들어진 좋은 이미지나 심리적 상승효과로 스스로에게 생기는 기대효과

이다. 기분전환, 긴장감, 스스로의 만족감 등의 심리적인 기대효과와 동성이나 이성을 의식한 대인관계 자신감 및 융화감 등의 사회적 기대효과를 말한다.

#### 5) 외모관리

외모의 사전적 의미는 “겉으로 드러나 보이는 모양”으로 정의된다(국립국어연구원, 2000). 시각적으로 부각되는 신체의 생김새부터 화장, 헤어스타일, 의복 등, 머리에서 발끝까지 보이는 전체적인 모습을 자신이 기대하는 자신의 신체와 이상적인 신체모습의 차이를 극복하기 위하여 의복, 체중조절, 화장, 성형수술, 피부 관리 등의 행동을 통해 자신을 변화시키고자 하는 것이다(Kaiser, 1998).

#### 6) 색채기호와 색채편견

색채기호는 좋아하는 색을 말하며 색채편견은 싫은 색으로(김용훈, 1987) 색채에 대한 좋아하는 경향 혹은 싫어하는 경향을 말한다. 색채기호는 특정한 색채를 좋아하는 것 또는 그 정도를 말하는 색채선호와 혼용되기도 한다.

#### 7) 색채선호

개인적으로 좋아하는 색채로 연령·성별·교육정도 등 개인적 특성, 민족성, 지리적 배경, 자라온 생활환경 등에 따라 사람마다 좋아하는 색채가 다른 것을 말한다.

#### 8) 색채선호의 사회·심리적 기대효과

개인의 생활에서 볼 수 있는 의복의 색상이나, 색조화장품, 염색 등을 이용하여 개인의 외모가 색채효과로 상승되는 것으로 심리적이며 사회적으로 자신감이 생기는 기대효과를 말한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 중·노년층의 정의 및 연령대별 특징

#### 1) 중·노년층의 정의

중년은 40-64세 사이의 시기로 신체적, 심리적, 사회적으로 성숙해 지며, 일생에서 가장 활력이 넘치고 활동적인 시기이다. 자녀양육과 부모역할수행, 가정생활관리, 경제적으로 독립의 필요성과 사회적으로 책임과 의무를 다하는 시기로 인생의 목표를 성취해 가는 인생의 절정기이다. 중년기를 가리키는 연령은 어느 정도 임의적이고 사람마다 다르지만 일반적으로 '불혹'이라 불리는 40대와 '지천명'이라 불리는 50대를 말한다. 즉 40대는 정신적으로 최전성기인 완숙단계에 이르는 노력과 정진의 결과가 열매를 맺기 시작하는 인생의 수확기이자 사회적으로도 지도적 위치에 오르는 성취기이며, 50대는 현대사의 굵직한 모든 역사적 과정을 겪으며 살아온 세대이다(김재희, 2004).

Levinson은 중년기를 40-60세로 보고 중년전환기(40-45세), 중년입문기(45-50), 50대전환기(50-55), 중년의 절정기(55-60세)로 구분하며 고유한 특성과 과제를 다루었으며(Levinson, 1996), 최인영은 중년기를 40-59세로 보며, 중년전기(40-49세)와 중년후기(50-59세)로 구분하였다(최인영, 2007).

40-50대는 조직적이고 종합적인 능력을 강조하는 영역이 우세할 것이며, 60-70대에는 정적이고 사회적 관계와 경험에 의한 능력을 요구하는 영역에서 강점을 가진다. 일반적으로 노인의 정의를 늙음 자체, 역연령, 사회적 역할 그리고 늙음에 대한 자각의 관점을 준거로 삼고 있다(최순남, 1999).

Hauser(1987)는 노인을 연령상으로 정의할 때 선진국의 경우 65-74세의 소.노년층(the young-old), 75-84세의 중노년층(the middle-old), 85세 이상의 노.

노년층(the old-old)으로 분리한다.

미네소타 주 의학협회는 노인을 ‘늙었다고 느낀다. 배울 만큼 배웠다고 느낀다. “이 나이에 그깟 일은 뭐하려고 해!”라고 말하곤 한다. 내일을 기약할 수 없다고 느낀다. 젊은이들의 활동에 아무런 관심이 없다. 듣는 것보다 말하는 것이 좋다. ‘좋았던 그 시절’을 그리워한다.’ 등과 같이 정의 하였다(Van, 2002). Moschis(1992), Solomon(1996)는 노년층 인구를 older 55-64세, elderly 65-74세, aged 75-84세, very old 85세 이상의 4개 집단으로 분류하고 있다. Atchley(1988)는 연소노인을 60-74세, 중고령 노인을 75-84세, 고령 노인을 85세 이상으로 분류하여 정의 하였다.

국내의 경우 고령자 또는 노년의 범위는 법령에 따라 상이하다. 노인복지법(제28조, 33조2)은 주로 60세 또는 65세 이상인 자를 노인에 대한 복지 도모 대상으로 규정하며, 국민연금법(제61조)은 노령연금 수급권자를 60세가 된 때로 보고 있다. 현재 노령연금의 수급 개시 연령은 만 60세이나, 그 지급연령이 높아져 2013년부터는 5년마다 1세씩 연장하여 2033년부터는 65세부터 지급받을 수 있다. 고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률 시행령(제2조)은 고령자는 55세 이상, 준 고령자는 50세 이상 55세미만이인 자로 규정하고 있다(통계청, 2009).

노년의 연령계층으로 Kertzer(1983)는 부자간의 관계에 초점 둔 가계계층 이론과 나이에 의해 연결된 동시 출생 집단에 따른 코호트 이론, 중요한 생활사건을 공유한 사람들이 가지는 생애단계 이론을 제시하였다. Thurnher(1974)는 발달단계에 따른 가족구조 내 서열 이론을 제시하고, Riley(1971), Foner(1975)의 연구에 따르면, 연령별 개념이 사회경제적 계급에 의해 계층화되어 있는 것과 마찬가지로 사람들을 청년, 중년, 노년 등으로 나이에 따라 범주화 내지 연령 계층화 한다고 할 수 있다. Mannheim(1962)은 문화적 변화와 관련 있는 사회

적 단위로 사회구조 내에서 비슷한 위치를 점하고 있는 계층의 현상을 지정하여 공통적 위치의 개념으로 규정한 이론을 제시하였다. 조용수(1996)는 동일한 역사적 사회적 경험을 공유하고 정서나 행동 양식 면에서 상당한 유사점을 지닌 생애 주기 중 특정단계에 속한 집단사람들에 대하여 연구하였다. 김인숙·정용선(1995)은 출생시기가 비슷한 광범위한 연령집단이나 동시집단으로 생애 주기 발달단계에서 수준이 비슷한 집단으로 연령층에 대하여 연구하였다.

따라서 본 연구자도 중년과 노년층의 정의를 세대 간의 살아온 환경에 따라 다르기에 중년층을 40-64세로 보며, 중년전기(40-52세)와 중년후기(53-64세)로 구분하고, 노년층을 생애과정(life-course)상의 노년기인 직장에서의 은퇴시기 및 자녀들로부터 독립하는 65세 이상으로 분류하였다.

## 2) 우리나라 중·노년층의 연령 추이

UN의 정의에 따르면 고령화 사회(aging society)는 전체인구 중 65세 이상 인구의 비율이 7% 이상 14% 미만인 사회를 말하며, 고령사회(aged society)는 전체 인구 중 65세 이상 인구비율이 14% 이상 20% 미만인 사회, 초고령사회(super-aged society)는 전체인구 중 65세 이상의 인구비율이 20% 이상인 사회로 분류 된다(통계청, 2009).

통계청의 장래인구추계에 따르면 우리나라는 출생율의 감소로 중년이 점차적으로 감소하고 노년이 증가하고 있으며, 지난 2000년 65세 이상의 인구가 총 인구에서 차지하는 비중이 7.2%에 이르러 ‘고령화 사회’에 들어섰다. 우리나라 통계청의 연령별 전국 추계인구가 보여주는 중·노년층의 인구 분포를 보면 한국사회도 오는 2020년에는 이 비율이 14%를 넘어 ‘고령사회’에 진입할 것으로 전망되고 있음을 <표 1>의 자료와 같이 알 수 있다.

<표 1> 연령별(전국) 추계인구

단위 : 명

연령별 (전국)	2009	2010	2020	2030	2040	2050
	추계인구	추계인구	추계인구	추계인구	추계인구	추계인구
계	48,746,693	48,874,539	49,325,689	48,634,571	46,343,017	42,342,769
45 -49세	4,238,746	4,191,988	4,180,791	3,619,510	3,282,339	2,363,378
50 -59세	6,351,452	6,712,916	8,165,780	7,793,234	6,561,864	6,260,387
60 -69세	3,920,205	3,998,043	6,292,254	7,716,801	7,426,624	6,295,823
70 -79세	2,485,887	2,593,841	3,337,542	5,438,322	6,779,427	6,645,299
80 -89세	797,234	853,054	1,544,989	2,105,524	3,692,766	4,732,523
90 -94세	70,874	78,391	185,637	357,255	521,561	1,045,220
95세이상	19,089	20,233	52,181	118,061	197,356	352,477

출처: 통계청, 「연령별(전국) 추계인구」. 2009.

또한 우리나라 여성의 평균수명은 1970년에 65.57세였던 것이 2000년에 79.60세로 2007년 현재는 82.73세로 증가하고 있다(통계청. 2009).

즉 고령화 사회의 진입은 기업들에게 새로운 소비계층인 50세 이상을 대상으로 하는 산업마케팅으로 중·노년 여성의 지각연령에 따른 라이프스타일의 특성과 차림의복 성향 및 화장품, 모발관리 등 제품의 선호색상과 외모만족도에 대한 기대효과에 영향을 줄 것이다. 지금의 중년이 노년이 되기 때문에 현재 중년의 외모에 대한 관심과 지출은 크게 변화하지 않을 것이다.

Vicker와Tomas(1993)는 40세와 60세 사이에 있는 100명 이상의 여성을 면접하면서대부분의 여성들은 ‘중년기의 위기’를 부정하였으며, 현재의 상황에 단순히 대처하기보다 미래의 방향에 대해 책임을 지고 자신의 삶을 만들어 간다고 응답하였다.

### 3) 중·노년층의 연령증가에 따른 변화

2004년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사에 따르면, 우리나라 중·노년층이 스스로를 노인으로 인식하는 시기의 연령에 대해 47.2%가 70-74세가, 30.8%는 65-69세가, 12.9%는 60-64세가, 4.3%는 80세 이상이, 0.6%는 60세 미만인 응답하였다. 자신이 노인이 되었다고 느끼는 계기는 42.7%가 자신이 기력이 쇠함을 느꼈을 때이며, 노인대우를 받았을 때가 12.5%, 흰머리·주름살 7.3%, 손·자녀가 생긴 후 6.7%, 건강증 5.7%, 사고방식이 뒤떨어져서 4.7%라고 응답하였다(정책보고서, 2005). 이와 같이 스스로를 노인이라고 인식하는 연령층은 다르다.

1994년 미국에서 64세 이상을 대상으로 실시된 조사에 따르면(Manton, 1997), 64세부터 74세 사이의 연령층에서 아무런 문제없이 건강하게 살고 있는 노인이 89%이고, 신체적 정신적으로 취약한 사람은 11%로 나타나고 있다. 75세부터 84세 사이의 연령층중 73%는 아무런 기능장애 없이 건강하며, 85세 이후 연령층의 노년들도 적어도 40%는 완벽한 신체적, 정신적으로 아무런 문제없이 건강하게 살고 있는 것으로 보고되고 있다. 이와 같이 건강상에 문제가 있는 노년들이 감소하는 추세로, 이러한 추세는 미국과 같은 선진 산업사회에서만 나타나는 것이 아니다(유병팔, 1987).

#### (1) 신체적인 변화

세월이 흐르면서 인간은 생물학적 노화과정이 진행 된다. 사람에 따라 각기 차이는 있으나 신체적, 생리적인 변화가 일어난다. 호르몬 체계의 활성능력이 저하되고 근육의 질소량이 감소하는 반면 체지방은 증가 한다. 콜라겐의 생성이 감소하고 그로 인해 탄력성을 잃게 되며 연결조직이 딱딱한 형태로 변하게 된다. 그 결과 피부와 뼈의 영양공급이 부족하여 뼈는 쉽게 부러지고 피부는 탄력을 잃어 주름이 생기게 된다(최혜정, 정순희, 2001).

중·노년층의 신체적 변화는 피부와 지방조직, 골격 및 치아, 감각기관에서 나타난다. Aiken(1998)은 노화와 관련된 외적인 변화로 “피부의 변화는 주름이 생긴다, 거칠어진다, 건조해진다, 피부가 가렵다, 탄력이 감소한다, 창백해진다, 반점과 사마귀 등이 생긴다, 모세혈관이 팽창 한다. 안면에서 코와 입의 변화는 입주위에 주름이 생긴다, 코가 넓어지고 길어진다, 잇몸이 오그라든다, 아래턱의 피부가 처진다. 눈가의 변화는 눈가에 주름이 생긴다, 눈이 움푹 들어간다, 눈꺼풀이 두꺼워지고 처진다, 각막이 생기를 잃는다, 얼굴과 두상의 변화는 뺨이 늘어진다, 이마가 벗겨진다, 귀가 길어진다, 콧불이 통통해진다, 머리둘레가 커진다. 모발의 변화는 흰 머리카락이 생긴다, 모발에 윤기가 없어진다, 모발의 양이 감소한다, 눈썹과 코털이 굵고 거칠어진다, 음모와 액모의 양이 감소한다. 신체의 체형변화는 신장이 감소한다, 근육조직이 감소한다, 균살이 찢다, 허리가 굽어진다, 엉덩이가 넓어진다, 어깨가 좁아진다, 가슴이 처진다, 자세가 구부정해진다.”라고 말하고 있다.

중년과 노년층의 여성들은 이러한 신체의 변화를 외모관리로 극복하려 자신에게 어울리는 차림의복의 색상선택이나 피부 관리 및 화장행동으로 얼굴을 가꾸고 모발관리로 젊음을 유지하려 한다.

## (2) 생리적인 변화

사람에 따라 내적인 생리적 변화는 개인의 차이는 있으나, 신경세포계통을 비롯한 심장혈관기능, 호흡기능, 소화기능, 근골격기능, 비뇨기기능, 면역기능, 수면 등의 계통에서 기능이 저하되거나 감소하는 현상을 보인다(정옥분, 김동배, 정순화, 손화희, 2008).

중·노년층의 여성들의 신체기능은 연령층에 따른 특징을 가진다. <표 2>는 중·노년층의 연령별 특징 및 권장되는 운동 및 운동량을 보여 주고 있는데, 40대 여성은 심리적, 사회적으로 성숙하고 활력이 넘치며 활동적이나, 뺏

속의 칼슘성분이 감소하기 시작한다. 50대 여성은 초반에 ‘갱년기’로 생식능력이 상실되는 폐경을 경험하며, 인체의 근육조직이 점차적으로 기능을 상실한다(Bee, 1988). 또한 50대는 사회적으로 다양한 변화를 접하는 시기로 개인적인 관심 표현과 여가활동을 필요로 하는 시기이다. 60대 여성은 신체적으로 노화현상이 지속적으로 나타나고 감각기능이 쇠퇴한다. 70대 여성은 골량의 감소로 키가 줄어들고 계속하여 노화현상이 나타나고 감각기능이 쇠퇴하게 된다. 80대 이후 여성은 근육위축과 심폐기능이 감소하는 특징과 골량의 감소, 노화현상, 감각기능의 쇠퇴가 지속적으로 나타난다. 신장이 척추디스크의 압축 현상으로 80세 까지 1-2인치정도 감소한다. 또한 심폐기능이 움직임의 여부와 연령에 따라 다르게 나타난다. 아울러 피부에 영향을 미치는 노화요인으로는 연령 유전, 기후, 흡연, 자외선 노출, 호르몬 균형, 일반적인 건강 등을 들 수 있다.

<표 2> 중·노년층의 연령별 특징 및 권장되는 운동 및 운동량

연령	특징	권장되는 운동 및 운동량
40대	- 신체적으로 건강할 시기 - 노화 뚜렷 - 성인병이 나타나기 시작	- 운동 강도는 운동 중 대화가 가능할 정도 - 운동 횟수를 매주 4-5회로 늘림 - 유산소 운동과 함께, 여성은 근력운동에 주력
50대	- 심혈관계 질환 등 - 성인병 증가 - 생식능력상실	- 운동하기 전 체력검사 - 운동 강도는 운동 중 쉽게 대화가 가능할 정도 - 유산소 운동 외에 근력 운동과 유연성 운동은 1주일에 2-3회씩
60대	- 정신적으로 노화현상이 현저해짐	- 걷기, 수영, 고정식 자전거 등 안전한 유산소 운동 - 매일 정기적인 스트레칭
70대	- 골량 감소	- 축구, 테니스, 스키, 웨이트 트레이닝은 피함 - 스트레칭 강화, 마무리 운동을 꼭 할 것
80대	- 근육 위축 - 심폐기능 감소	- 관절을 유연하게 하는 스트레칭 운동을 아침, 저녁 20분씩 - 스포츠 경기엔 참가하지 말 것
90대	- 근육 위축 - 심폐기능 감소	- 기구 없는 근력 운동(다리 10초간 올리기 등) - 유산소 운동은 걷기가 가장 좋음

출처: 중앙일보 2001년 3월 19일

## 2. 중·노년층의 라이프스타일 개념과 고찰

### 1) 중·노년층의 라이프스타일 개념

라이프스타일은 학문분야나 연구학자의 관심과 접근방식에 따라 다양하다. 처음으로 마케팅 분야에서 라이프스타일 개념을 사용한 William(1963)은 총체적이고 광범위한 의미로 사회전체 또는 사회일부계층의 삶이 반영된 차별적이고 특징적인 생활양식이라고 정의하며, 문화와 사회, 그룹 및 개인적인 기대가치, 생활양식과 가치, 구입결정, 소비자의 시장 반응으로 생활양식 계층구조를 제시했다.

2004년도 전국 노인생활 실태 및 복지욕구조사의 노인의 여가활동 및 사회단체 참여 실태 조사에(한국보건사회연구원, 2005) 따르면 가장 즐거움을 느꼈던 활동은 가족과 함께(29.8%), 친구·친지·동호인모임 등의 사교활동(21.7%), TV시청·라디오청취·신문보기(9.5%), 여행(5.8%), 종교활동(5.1%), 바둑·장기·화투 등(3.0%), 자녀 및 손 자녀 양육(3.0%) 등의 순이며, 성별로는 남자노인의 경우 스포츠 활동(4.95%)과 여행(9.0%)이, 여자노인의 경우 가족과 함께 하는 일(31.8%)과 종교 활동(7.2%)으로 여자노인은 상대적으로 적극적인 여가활동을 실천하지 못하고 있음을 알 수 있다. 따라서 노년층 여성의 적극적인 여가활동을 활기차고 풍요로운 삶으로 전환시키기 위한 다양한 프로그램의 개발이 요구된다.

또한 2004년도 전국 노인생활 실태 및 복지욕구조사 <표 3>의 노인의 사회단체유형별 참가율 및 참가희망의 결과에 따르면, 중·노년층의 종교 및 문화활동, 운동, 사교, 정치단체의 사회활동참여 및 여가활동에 대한 욕구에서 여성은 종교단체 활동부분에서, 남성은 사교단체 활동부분에서 연령, 가구소득, 가구형태와 상관없이 높게 나타나고 있다.

<표 3> 노인의 사회단체 유형별 참가율 및 참가희망

특성		종교 단체	문화활동 단체	운동 단체	사교단체	정치 단체	대상 자수
전체		47.9	0.9	3.9	33.5	2.1	3,029
성 별	남자	32.3	1.7	7.9	50.5	4.4	1,171
	여자	57.7	0.4	1.3	26.1	0.5	1,858
연 령	65-69세	47.1	1.2	5.8	52.8	2.9	1,215
	70-74세	49.1	0.9	3.8	32.9	1.9	902
	75세 이상	47.8	0.7	1.4	15.1	1.1	912
가 구 소 득	50만원 미만	45.9	0.3	1.8	16.6	0.6	899
	50-100만원 미만	46.9	0.6	3.2	38.4	1.9	782
	100-150만원 미만	44.8	1.9	4.8	43.4	3.5	376
	150-200만원 미만	48.6	0.4	4.3	47.1	2.4	255
	200-300만원 미만	50.4	2.1	5.1	46.3	2.7	334
	300만 원 이상	54.2	1.3	8.1	49.3	3.7	382
가 구 형 태	노인독신	53.7	0.4	1.2	18.7	1.0	667
	노인부부	41.9	1.5	6.2	45.9	3.0	1,84
	자녀동거	48.5	0.8	3.4	35.8	1.4	1,099
	기타	59.6	0.6	3.4	3.0	3.9	179
1998년		52.7	0.7	2.9	28.8		2,218

출처 : 한국보건사회연구원(2005)

## 2) 중·노년층 라이프스타일의 유형분류 및 고찰

중·노년층의 여성의 라이프스타일 유형의 분류는 사회경제적 차원과 심리묘사적 차원의 두 가지로 분류 할 수 있다. 의사결정에 미치는 영향과 관련된 사회경제적측면의 연구자인 French(1984)와 Fox(1985)는 생활에서 은퇴를 즐기는 정도, 의존성·불안정성의 결정변수를 가지고 노년에 적응력이 높은 집단으로 생활재구성형(reorganizers)과 집중형(focused), 건강과 노화에 민감한 집

단으로 타인 의존형(succorances seekers)과 자기억제형(constricted), 비활동적이고 자존심리가 낮은 집단으로 냉담형(apathetic)과 분노형(angary) 및 자기비판형(self-blaming), 독립적이며 외모에 관심과 노화에 두려움이 많은 집착형(holding-on), 그리고 삶을 자립적으로 생각하는 독립형(disengaged)으로 분류하여 특성을 밝혔다.

William과 Wirth(1965)는 50세 이상을 대상으로 가족중심형(Familism), 부부중심형(Couplehood), 일 지향형(World of work), 충족형(Living fully), 고립형(Living alone), 무관심형(Minimal involvement) 6개의 기본적 라이프스타일을 밝히고 구성비를 제시하였다. Bernard(1975)는 일상생활 및 결혼생활을 통해 다양하게 표현되는 사상과 가치체계를 라이프스타일로 제시하며, Bartos(1980)는 50세 이상의 소비 집단을 풍족활동형(Active affluents), 가정생활형(Homemaker), 활동적 은퇴형(Active retirees), 생계곤란형(Dis-advantaged), 건강 악화형(in poor health), 기타(other) 6개 집단으로 분류하고 그 중 풍족활동형, 가정생활형, 활동적은퇴형은 노년시장의 주요고객이 된다고 제시하였다.

Gollub과 Javitz(1989)는 은퇴한 노인층을 대상으로 라이프스타일과 가치관 측정을 위해 건강, 독립성, 외향성, 방종함, 변화에 대한 적응력의 결정 변수를 이용하여 성취형(attainers), 개선형(adapters), 탐구형(explorers), 실용형(pragmatists), 보호형(preservers), 희생형(martyrs)으로 분류하였다.

심리·묘사적인 측면으로 Plummer(1974)는 라이프스타일을 개인의 시간활동, 생활환경속에서 중요한 관심도, 생활환경에 대한 의견을 주요 생활양식으로 분류하여 정의 하며, 라이프스타일을 측정하기위해 가장 널리 사용된 항목의 구성 내용은, 활동(Activities; 직업, 취미, 사회적 사건, 휴가, 오락, 클럽회원, 지역사회, 쇼핑 및 스포츠)과 관심(Interest; 가족, 가정, 직업, 지역사회, 오락, 유행, 식품, 대중매체, 성취) 및 의견(Opinion; 자기 자신, 사회문제, 정

치, 기업, 경제, 교육, 제품, 미래, 문화)을 제시하고, AIO(activities, interests and opinions) 평가로 라이프스타일의 심리적인 유사물을 나타낸다.

Gutman과 Mills(1982)는 AIO와 자아개념 및 단골구매 그리고 인구통계학적 변수를 가지고 선도자, 추종자, 독립형, 중립형, 비몰입형, 거부형, 부정형의 유형으로 구분하였다.

추태귀(1994)는 노년층 여성들의 라이프스타일 유형을 경제적 절약형, 여가 활용성, 가족지향성, 과시적 소비성, 자신감 지향성, 보수적 독립성의 6개 요인의 정도에 따라 보수형, 독립형, 쾌락추구형, 적극형, 물질추구형의 5개 집단으로 분류하였다. 라이프스타일 유형에 따른 의복행동의 분석결과, 쾌락추구형은 상징성, 흥미성, 심미성이 다른 집단에 비하여 높은 반면, 관리성은 가장 낮게 나타났고, 적극형은 관리성이 5개 집단 중 가장 높았으며, 물질추구형은 모든 의복행동변인에 있어서 높은 점수를 나타내었다. 또한 독립형은 안락성과 정숙성을 제외한 모든 의복행동 변인에 관심이 낮아 라이프스타일과 마찬가지로 의생활에도 무관심함을 알 수 있었다.

홍경희(2008)는 노년층 여성소비자의 라이프스타일 측정 문항을 재정, 건강과 안녕, 사회와 가족, 가정, 정보, 여가, 일상생활, 노년층을 위한 기업 활동, 판촉활동, 신상품에 대한 태도, 제품이나 서비스에 대한 불만족, 첨단기기 및 구매 시 지불방법으로 분류하고, 각 라이프스타일 유형과 인지된 연령이 의복쇼핑관련 행동인 의복선택기준, 정보원 활용, 의복비, 의복구매 시 동반자 및 구매 장소와 점포관련 행동인 판매원 속성 중요도, 점포 평가기준에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다.

중·노년층 소비자의 라이프스타일에 관한 선행연구를 살펴보면 다음<표 4>와 같다.

<표 4> 중·노년층의 소비자 라이프스타일의 선행연구

연구자	연령층	연구 내용
Bartos(1980)	49세 이상	생활주기(life-cycle)에 따라 변화하는 시간, 돈, 건강 등의 변화에 관련된 문제들에 어떻게 적응하는가를 기초로 6개 집단으로 구분하여 소비특성과 매체이용특성을 논함
Horan & Belcher(1982)		구매의사결정 행동특성을 연구함에 있어서 라이프스타일과 의욕(morale)에 의해 시장을 세분하고 유형별 특성을 밝힘
Day et al. (1987)		라이프스타일 및 심리묘사적 특성을 137개의 AIO문항으로 구성, 이에따라 시장을 세분하고 각 시장별 특성과 마케팅 대응 전략을 연구
Hawes(1988)		라이프스타일 특성 프로파일을 제시하고 이를 통한 세분화의 유용성을 서술
Gollub & Javitz(1989)	60세 이상	은퇴한 노년층을 대상으로 라이프스타일과 가치관을 측정함. 대규모의 조사로 노년층에 대한 이해를 돕고 그들 간의 차이점 서술
Sorce et al. (1989)		심리묘사적 특성을 기본으로 하는 라이프스타일 문항에 따라 이질적 특성을 가진 6가지 유형으로 시장을 세분하고 각 시장의 프로파일을 제시
Moschis(1996)	60세 이상	노년층의 생각, 태도, 행동적 특징에 따라 라이프스타일 상의 특성을 논하고 이에 따른 마케팅 전략 수립, 노화에 따른 심리적, 사회적 변화를 고려한 Gerontographics 세분화 모형을 개발
Gunter(1998)	65세 이상	노년층시장의 라이프스타일과 심리묘사적 특징을 통하여 노년층 소비자의 소비행동을 더 잘 이해할 수있음을 논함
김훈철(1992)	60세 이상	기존 노인층에 비해 뉴실버층이 경제적, 시간적, 체력적 여유가 있으며 활력과 매력이 넘치는 소비자 집단임을 밝힘
김정실(2006)	65세 이상	뉴실버 여성소비자의 실제연령과 그들이 사회·심리적으로 인지하는 지각연령의 차이와 라이프스타일 유형을 구분하고 그 특성을 규명하였다.
전정원(2008)	청년층, 중년층	새로운 소비의 주체세력인 '뉴실버 세대'를 대상으로 그들의 심리적 변수와 외식소비태도, 외식소비행동에 대해 규명하고 그 관계성과 영향력을 파악하고자 한다.

### 3. 외모관리 효과

외모관리는 일반적으로 사회적 미의 기준과 비교하여 자신의 외모가 어떻게 다른 사람에게 전달될까라는 인식을 하게 된다. 사회심리학적 관점에서 보면 다른 사람과의 외모나 얼굴모양과 표정은 대화의 내용이나 몸짓 그리고 행위 이상으로 그 사람을 상대방에게 전달하는 도구로(大坊郁夫, 1995), 커뮤니케이션을 원활하게 하기 위한 수단이다.

라이프스타일에 따른 외모관리효과는 자기관리여부인 차림의복이나 피부관리, 화장관리, 모발관리의 행동으로 심리적인 기대효과를 볼 수 있다. 우리는 육안으로 보이는 피부표면 상태에 따라 피부건강이 감정적으로 상호 영향을 주고받는 작용을 한다(White, 2004). 또한 여성들에게 보편적으로 행해지고 있는 화장행동은 상대방뿐만 아니라 자신을 매력적이라고 생각하는 긍정적인 감정이 사회심리적인 기대효과를 형성하게 된다.

김정실(2006)은 뉴실버 여성소비자의 지각연령에 따른 의복구매행동연구에서 노년층이 지각하는 연령이 65-69에서 활동 연령대에 있어 30대로 지각하거나, 70-74세, 75-79세에서 특히 보이는 연령대에 있어 40대로 지각하거나, 80-84세에서 관심사 연령대에 있어 50대로 지각하는 비율도 높게 나타나 최소 10년에서 최대 30년까지 실제연령보다 낮게 지각하는 것으로 나타났다.

중·노년층의 소비자는 실제연령과 별개로 노년이 인생의 종점이 아니라 자기실현의 기회라고 여기고 있으며, 자신의 삶에 적극적인 성향을 갖고 있고 독립적이고 비교적 건강한 신체로 활발한 여가생활을 추구하는 것으로 나타났다(홍경희, 2008).

외모관리의 수단은 화장과 피부 관리, 헤어스타일, 의복 등으로 자신의 미적 욕구를 표현하며 발전하여 왔다. 얼굴은 성별, 연령, 건강, 풍요, 감정을 알 수

있는 언어 이외의 커뮤니케이션이기(Graham, 1983) 때문에 화장을 통하여 외모를 아름답게 하는 것은 자신을 위한 것과 동시에 사회적인 것이기도 하다(이화순, 2002).

Kasier(1998)는 “외모는 전체적으로 보이는 모습이다. 시각적으로 보이는 것 뿐 만 아니라 비언어적인 행동, 표정, 자세도 중요하다. 가장 직접적으로 외모에 영향을 미치는 것은 신체와 의복”이라고 하였다. Cash와 Pruzinsky (1990)는 외모를 신체적 매력, 몸무게, 키, 얼굴의 특징, 가꾸는 요소 등과 같은 신체 외모의 변수들로 세분하여 인지하려고 했으며, 이 세분된 변수들을 분석하면서 사람들의 사회적 태도와 속성, 행동에 영향을 미치는 연구들을 체계적으로 진행하였다.

강현두, 원동진, 전규찬(1998)은 외모는 선천적으로 유전의 형질을 타고난 신체적 모습이 있고, 이 타고난 신체를 화장이나 머리모양, 의복형태 등으로 꾸미고 가꾸게 된다. 이러한 꾸미고 가꾸는 것에 대해 문화적으로 분류하고 묶는 것을 문화적 범주라고 한다. 우리는 이러한 문화적 범주를 통해 그 문화의 가치 규범과 구성원에 대해 구별하고 이해하게 된다.

김희숙(2000)은 문화적 범주의 구별에 있어서 가장 중요하고 상징적인 매개물로 외모가 있으며, 외모를 결정짓는데 가장 중요한 요인이 화장, 헤어스타일, 복식이라고 하였다. Wright(1983)는 사람들은 의식적이든 무의식적이든 신체언어 즉 몸짓, 자세, 얼굴표정으로 의사소통을 하거나 내부의 심리적 상태나 감정을 드러내기도 한다고 하였다.

Hillestad(1980)는 사람의 신체는 몸의 형태, 몸의 표면, 몸의 움직임 세 가지로 구분하고, 사람의 신체외모는 화장품이나 의복, 액세서리를 통해서 시각적으로 변화시킬 수 있다고 하였다.

Cox & Glick(1986)은 타고난 신체는 무엇보다 중요하지만, 이 신체를 더욱

더 아름답게, 매력적으로, 향상된 모습으로 보이기 위해서 대부분의 사람들은 자신의 외모에 지대한 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력할 뿐 만 아니라 화장을 하고 헤어스타일로 멋을 내며, 의복으로 몸치장을 하고 심지어 성형수술까지도 한다고 하였다.

따라서 외모란, 외형적인 형상과 내면적인 요인이 합쳐진 전반적인 모습이며, 관리란 사람의 몸 따위를 보살피는 것으로(신효정, 2002), 자신이 기대하는 대로 다른 사람에게 보여 질 수 있도록 하기 위해 다양한 도구들을 이용하여 전체적인 외부모습을 관리하는 행동들로 차림의복, 피부관리, 모발관리, 및 얼굴에 화장하는 것을 말한다. 중·노년층 여성들의 라이프스타일에 따른 외모 관리만족은 남을 먼저 의식하거나 사회적인 지위 또는 예의식 및 자기만족으로 젊어 보이고 싶어 하는 자신을 꾸미는데서 오는 것으로 보여 진다.

### 1) 차림의복

Horowitz(1979)는 의복은 ‘나’ 라는 개념 속에 포함되어 있고, 나 자신을 평가 받는 것과 연결되어 있고, 의복은 “나는 누구이며, 내가 누구인지”의 외모를 평가하는 연상에 매우 중요하게 작용한다고 하였다.

Kasier(1998)는 ‘나’ 라는 것에 대한 정보는 타인의 반응들, 타인의 외모와 시각적인 비교, 그리고 상호간의 생각이 연속으로 수집되어 나타나는 것으로 개인은 나라는 개념에 대해 발전시키고 유지하거나 수정 과정들을 통해 경험하고, 사회적 상호작용을 통해 해석하고 그러면서 그들의 인생에 대한 미래를 구상한다고 하였다.

Pines와 Kuczkowski(1987)는 여성들은 어떤 의복이 나에게 잘 어울리는지, 의복이 ‘나 같다’라고 여길수록 어디에서 어떤 의복을 착용할지를 더 잘 파악한다고 하였다.

Sontag & Schlater(1982)는 사람들은 의복을 입을 때 자신만 생각하는 것이 아니고 사회전체에서 오는 반응을 중요시한다. “나는 언제나 내가 다른 사람들에게 어떻게 보이는지 의식을 많이 한다. 다른 사람이 내가 멋있게 입었다고 하면 기분이 좋다”라는 인용문을 언급하였다.

Yarmey와 Johnson(1982)은 사람들은 의복을 통해 자아의식을 구성하고 수정하고 통합하여 구조화된 사고과정을 가지게 된다고 하였다. 의복을 통해 무엇이 나같이 보이고 무엇이 나같이 보이지 않는 것을 윈도우에 걸려 있는 의복을 보고 깨닫는 자아도식의 과정이 있다고 하였다.

Kasier(1998)는 사람들이 외모가 좋아 보이고 그들이 입고 있는 의복에 대해 좋은 느낌을 갖는 내용의 사례를 제시함으로써 사회적 반응에 대해 선입관을 가지고 있을 수 있다고 하였다.

대흥기획이 1992년부터 2001년까지 10년 간 매년 실시한 소비자 의식조사 결과를 보면 한국사회에서는 의복을 잘 입어야 제대로 대접을 받는다고 생각하는 사람들이 늘고 있다고 하였다. 최근 10년간 소비자 의식변화를 보면 “의복, 잘 입어야 대접 받는다”라는 ‘외양(外樣)이 중요하다’에 대해 지난해 조사에서 조사대상자 10명 중 8명(79.6%)은 우리나라에서는 의복을 잘 입어야 대접을 받는다고 대답했다. 이런 응답은 1994년의 72.3%에서 꾸준히 늘어나는 추세라고 하였다. 주위 사람이 무슨 의복을 입는지 눈여겨본다는 응답자도 1992년 50.6%에서 2001년에는 62.3%로 증가했다(동아일보, 2002).

결과적으로 차림의복은 무의식 속에서 자신의 의도와는 상관없이 타인의 의해 영향을 받으며, 차림의복의 선택이 사회적 지위와 다양한 구조 속에서 결정된다고 하겠다. 그러나 차림의복에 대한 추구는 의복을 입으면서 편안함을 느끼고 타인 대한 배려 이전에 자신의 건강을 해치지 않는 범위에서 자신의 개성을 상대방에게 좋은 느낌으로 전달할 수 있게 갖추어 입는 것 이라 하겠다.

## 2) 피부관리

오늘날 현대인들은 웰빙시대에서 로하스(LOHAS)<sup>2)</sup>시대로 옮겨가며 경제적으로 여유가 생기는 중·노년층의 여성들은 자신의 피부건강관리에 관심을 가지며, 개인뿐만 아니라 노화과정을 더디게 하는데 사회적 관심 증가로 발달된 과학기술로 우리 몸의 노화과정을 조절할 수 있게 되었다는 것을 의미한다(김석민 외 12인, 2004). 피부관리는 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜서 아름답고 건강하게 피부상태를 유지시켜주는 과정이다.

피부는 인체의 장기를 보호할 뿐만 아니라 외모관리에 있어 건강한 피부상태의 척도로 표피, 진피, 피하지방으로 구분된다. 중·노년층의 피부특징으로 표피의 교체속도가 70대가되면 20대 보다 30-50%정도의 감소가 일어난다(Yaar M. Gilchrest BA., et al, eds(1999). 또한 연령이 65세 이상 되면 인체의 피부가 얇아져 외부손상에도 쉽게 반응하는 것은 진피의 두께가 대략 20% 정도 감소되기 때문이다(Orentreich N, Selmanowitz VJ, 1967). 노년기의 피하조직은 부위에 따라 얼굴, 손등, 정강이의 피하지방층이 감소 또는 증가한다(김석민 외 12인, 2004).

인체의 피부노화는 내인적 피부노화와 외인적 피부노화로 구분된다. 내인적 피부노화는 시간경과에 의해 나타난다. 외인적 피부노화에 영향을 미치는 요인인 자외선 노출과 흡연, 음주, 유전, 호르몬의 균형 일반적인 건강 등의 관련된 원인들의 조절여하에 따라 피부노화의 진행을 감소시킬 수 있다(김석민, 2004). 일상생활에서 자외선으로부터 직, 간접적인 영향을 받는 피부는 자외선의 조사에 따라 노화가 촉진되며 피부병 및 피부암 유발에 영향을 미치며, Angier(1990)는 피부노화는 연령이 증가함에 따라 안면부 노화의 80%는 태양

---

2) LOHAS: Lifestyles Of Health And Sustainability 건강과 지속가능성을 쫓는 생활양식으로 2000년 미국의 내추럴마케팅연구소가 처음 사용한 용어이다. 건강·환경·자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 사람들로 자신의 정신적·육체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 미래의 소비 기반의 지속가능성까지 중시한다. 나아가 친환경적이고 합리적인 소비유형이나 이를 쫓는 사람들까지 포함한다.

광선 노출에 의한 것으로 알려져 있다(Uitto, 1997). 이것은 자외선으로부터 피부관리가 필요하다고 할 수 있다. 또한 흡연자들이 본인의 나이보다 얼굴주름이 많이 발생하여 더 나이가 들어 보인다고 보고하였다(Demierre, Brooks, Koh, 1999). 피부건강은 개인의 건강관리와 생활습관에 따라 피부건강상태가 달라진다. 젊음을 지연시키기 위해서는 꾸준한 자기관리가 필요하다. 얼굴 및 신체의 피부관리는 건강하고 아름다운 피부를 유지하는 것에 있으며, 건강한 피부의 조건으로는 피부표면에 적당한 수분이 있고 매끈하며 부드럽고 탄력과 윤기, 광택이 있어야 한다.

김경희(2002)는 한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부손질·화장 행동·구매행동 비교 연구에서 한국 여대생의 피부 관심도는 학년이 높아질수록 증가하였고 1학년과 4학년 사이에서 유의한 차이가 났으며 피부에 대한 문제점으로는 여드름 35.6%, 민감·예민한 피부 22.0%, 피부색 14.4%, 기미·주근깨·검버섯 9.9% 등으로 나타났다.

신명자(2000)는 여대생의 미용행태 및 그에 따른 건강 위해 실태 조사에서 피부관리 빈도는 2주에 1회 33.6%, 주 1회 이상 32.8%, 월 1회 21.1%, 2개월에 1회 7.3%, 기타 5.3% 순으로 대부분의 학생이 월 1회 이상의 피부관리를 하는 것으로 나타났다.

배수현(2003)은 여대생의 피부건강 관련 행위와 사회·심리적 건강과의 관련성 연구에서 피부건강행위로 세안 등 개인위생에 철저히 신경을 쓴다가 3.81점으로 가장 높게 나왔으며, 피부건강행위를 많이 할수록 사회·심리적 건강수준도 높다는 결과가 나왔다.

하안례(2007)는 향기요법의 이용행태와 뇌파로 본 건강증진 효과에서 청년층은 문제성 피부관리를 주로하며, 중·노년층은 마사지법으로 근육이완과 스트레스완화에, 노년층은 향기를 흡입하는 방법을 주로 사용하였다. 나이가 많

거나 기혼일수록 팔, 다리, 전신 관리를 받으며, 중·노년층에서 향기요법을 가장 많이 이용하였다.

김연진(2002)은 중년 여성의 피부건강관리 지식, 태도 및 교육 요구도 조사에서 피부건강관리에 대한 실천은 인식, 관심 등의 태도 수준이 높을수록 피부건강에 대한 지식, 태도 및 요구도의 수준이 높다는 결과가 나왔다고 하였다.

따라서 피부관리는 자신의 피부건강 상태를 파악할 수 있는 것 뿐 만 아니라 더 나아가 피부에 관한 지식을 쌓음으로 외부환경으로부터 받는 스트레스를 마사지, 스트레칭, 등과 같은 근육이완으로 해소하고, 꾸준한 자기관리의 생활습관을 통해 건강하고 아름다운 피부를 유지할 수 있도록 도와주는 것이다.

### 3) 모발 관리

사회생활에서 헤어스타일은 자신만의 개성을 추구하는 스타일이 다양해지고 장식적인 역할뿐만 아니라 아름다움을 표현하는데 모발의 기능과 역할이 점차 증대되고 개인의 이미지 연출에도 많은 영향을 미치게 된다.

미에 대한 관심이 신체 전반에 걸쳐 확산되는 가운데, 헤어스타일은 개인과 집단 정체성을 나타내는 강한 상징으로서 인상을 결정하고 패션을 완성하는데 중요한 요소로서 커다란 의미를 차지한다. 비록 헤어가 개인의 신체와 관련한 사적인 영역이지만 가시적이고 드러내는 것이라는 점에서 공공적인 특성을 지니며, 시대를 반영하는 가시적 언어로서 의복과 함께 다양한 문화적 함의를 가진다(권기영, 2004).

모발의 주성분은 케라틴이라는 단백질로 모발의 굵기는 약 0.05-0.2mm 정도이며 굵기와 길이에 따라 경모와 연모로 나누어진다. 수명은 남자는 3-5년, 여자는 4-6년 정도로 인종이나 연령, 성별, 부위에 따라 개인차가 있다. 모발의 구성은 모표피(Cuticle), 모피질(Cortex), 모수질(Medula)로 구성된다. 모표피는

모발의 가장 바깥부분이고 모피질은 모발의 성질과 색상을 결정하며, 친유성으로 약제의 작용을 받고(Mercer, 1961) 내부의 90-85%를 차지하는 부분이다. 마지막으로 모수질은 벌집모양의 세포로 구성되어있으며 축방향의 멜라닌색소를 함유하고 모발의 중심부이다(大門一夫, 2003).

두발은 1인당 약 10만-12만본으로 모발각각의 수명 사이클이 다르다. 모발은 대략 60개월 전후의 수명으로, 하루에 약 0.3~0.4mm자라고 평균 30~100가닥의 머리카락이 빠지고 성장기(Anagen), 퇴행기(Catagen), 휴지기(Teligen)의 3단계로 순환한다(임희경, 2007). 모발은 외부의 물리적, 화학적 자극으로부터 두피를 보호하고 기계적 자극과 자외선으로부터 피부를 보호한다. 또한 우리의 체내에 축적되면 아주 해로운 수은과 비소등과 같은 유해금속을 모발이 성장하는 사이에 체외로 운반하여 배출한다(大門一夫, 2003).

두발과 두피의 청결은 아름다움을 유지하기위해 사용하는 세발용 화장품과 헤어스타일링 화장품이 있다. 세발용 화장품은 샴푸와 린스로 스타일링, 컨디셔닝, 광택 등 부가적인 기능을 가지는 제품이며, 헤어스타일링 화장품으로는 헤어 폼, 헤어 무스, 헤어스프레이, 헤어로션 등 스타일링의 마지막 단계로 쓰이는 제품들이 있다.

헤어관리에는 염색, 펌, 드라이, 코팅, 영양, 두피 또는 모발 마사지 등의 여러 가지 행동들이 있으며, 아름다워지고자 하는 외모지향적인 목적을 갖추고 있다. 개인의 외모관리 의식수준이 높아지면서 미적인 측면보다는 이상적인 모발 건강과 모발관리를 위해 모발의 특성에 따라 이에 맞는 관리가 요구되어진다.

김진숙(1999)은 여성들의 헤어스타일의 변화와 심리적 특성과의 관계 연구에서는 미혼자를 대상으로 헤어스타일 변화에 따라 스트레스 해소 여부를 조사한 결과 어느 정도 해소 된다는 63.97%로 가장 많았고, 변화 여부에 따라

주위 사람들의 관심 정도 및 평가에 항상 관심을 갖는다가 85.43%로 대부분이 헤어스타일 변화에 민감한 태도를 보였다. 또한 헤어스타일을 변화시키는 목적은 대부분 아름다워 보이기 위함이었다.

양숙희 외 5인(2001)은 헤어스타일에 대한 여성들의 의식행태와 관련 요인 분석 연구에서 여성들은 주로 기분전환이 필요할 때 38.8%, 정기적으로 29.8%, 유행에 따라 17.8% 순으로 헤어스타일을 바꾸었으며, 헤어스타일 변화에 영향을 주는 요인은 결혼여부, 직업, 경제상태 순으로 나타났다.

조성선(2001)은 여대생의 모발건강관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 대한 조사 연구에서 모발관리를 함으로써 용모를 더욱 돋보일 수 있다고 생각하는 여대생이 93.7%로 가장 많았으며 긍정적인 태도를 나타냈다. ‘모발에 문제가 생기면 받고 싶다’라는 문항에는 86.9%의 여대생들이 ‘그렇다’라고 응답하였으며 이러한 결과는 여대생들이 모발건강을 위해 모발 청결의 중요성을 인지하고 있음을 나타내 주었다.

이정희(2005)는 여대생의 헤어 라이프스타일에 따른 헤어디자인 선호도 연구에서 모발관리 방법으로는 전체의 57.7%가 샴푸와 린스로 머리를 감는다고 응답하였고, 샴푸 후 트리트먼트나 앰플을 사용한다 37.1%, 전문 헤어숍에서 모발관리를 한다 3.1% 순으로 나타나 대부분 가장 기본적인 방법으로 스스로 모발관리를 하는 것으로 나타났다.

기호식품인 흡연이 모발색을 흰색으로 만드는데 영향을 준다는 사실을 관찰하였다(Demierre, Brooks, Koh, 1999).

이와 같이 건강한 모발관리는 두피관리로부터 시작되며 헤어스타일의 변화 시 모발과 두피의 손상을 최소화하고, 모발관련 제품이나 도구를 이용하여 두피 또는 모발 마사지등의 여러 가지 행동으로 건강한 모발과 헤어스타일을 연출하고 외모 지향적으로 아름다움을 추구한다.

#### 4) 화장

미를 추구하는 마음은 사람의 본성이며 특히 여성에게 있어 아름다워지고 싶은 욕망과 또 그것을 추구하기 위해 화장품을 사용하여 화장을 하는 것은 너무나도 자연스러운 현상일 것이다.

화장의 사회·심리적 기대효과는 화장품을 이용하여 화장을 함으로써 얻어진다고 기대되는 좋은 이미지나 효과를 말하며, 심리적인 기대효과는 기분 전환이나 긴장감 등과 같이 화장하는 것 자체가 만들어내는 만족감의 측면이고, 사회적인 기대효과는 동성이나 이성을 의식한 대인관계에 맞추어 생기는 측면이다(이화순, 2002).

화장을 하기위해서 화장품은 절대적인 수단이며, 도구다. 피부의 결을 정리 정돈하는 스킨, 로션, 영양크림 등의 기초화장품과 안면 피부에 색채를 부여하여 용모를 미화하는 메이크업베이스, 화운데이션, 파우더, 아이섀도우, 립스틱 등의 색조화장품 그리고 피부에 미백, 주름개선, 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 자외선차단제 등의 기능성 화장품으로 구분한다. 기능성 화장품으로 구분 하는 ‘화장품’이라 함은 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다(식품의약품안전청, 2004)고 화장품법에 정의 하고 있다.

화장은 외모관리행동의 미용행태 중 중요한 부분으로 인식되고 있다. 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하며 시대의 흐름과 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다. 현대화장의 목적으로는 결점을 커버하고 장점은 부각시키기 위한 수정화장이 주를 이루고, 자신의 개성표현과 유행에 대한 인식증가, 삶의 질에 대한 변화 등에 따라 건강관리와 함께 외모관리는 더욱 중요한 위치를 차지하고 있다(임희경, 2009). 이는 과학의 진보와 함께 기존의

목적은 거의 사라지고 신체를 청결히 하는 것, 인간의 본능적 욕망으로서 색조화장 등에 의해 자기를 아름답고 매력 있게 표현하여 마음을 풍요롭게 하는 것, 그리고 자외선이나 건조 등으로부터 피부나 모발을 보호해서 노화방지에 주의하는 것, 아름답게 나이를 먹으면서 쾌적한 생활을 즐기는 것이 현대화장과 화장품의 주된 목적(박미경, 2005)이 되고 있는 것이다.

색조화장에서 배색은 두 가지 이상의 색을 효과적으로 배치하는 것으로 색 이미지 표현을 풍부하게 하고 색의 각인으로 시각적 인상을 강하게 남길 수 있으므로 피부색, 체형, 시간, 장소, 목적에 따라 색조화장의 배색을 다르게 해야 한다. 사람은 개인마다 피부, 모발, 눈동자 등의 고유색을 가지므로 외모를 관리할 때 구체적인 색체계획을 세워 이미지를 표현하는 것이 효과적이다. 똑같은 색이라도 어떤 사람에게는 특별히 어울리는 색이 있으며 사람에 따라 색상의 특성이 다르게 작용하기 때문이다.

전진수(2003)는 실버여성의 화장태도 및 화장행동에 관한 연구에서 실버여성들은 화장 및 화장품, 화장법에 대한 관심이 높고 적극적인 생활을 즐기며, 외모에 대한 관심 증가와 ‘남에 대한 예의상’ 화장을 하는 실버여성들이 가장 많으며 ‘젊어 보이고 싶고’, ‘자기만족을 위해서’도 화장을 한다.

김현정(2003)은 여대생의 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매행동 및 사용행태에 관한 연구에서 기초메이크업 40.9%, 전체메이크업 25.4%, 부분메이크업 25.2%, 화장을 하지 않는 경우 8.6% 순이었으며, 전체 여대생의 91.4%가 화장을 하였다. 또한, 여대생들의 화장품 선택 시 중요하다고 생각하는 기준에 있어서 기능 및 효과 35.9%, 품질 36.1%의 결과로 여대생들은 기능 및 효과, 품질을 중요하게 생각했으며, 화장품 구매 시에는 92.0%가 할인점을 이용하는 것으로 대다수가 할인점에서 화장품을 구입하였다.

문정혜(2004)는 직장 여성과 여대생의 화장품 선호도 및 구매행동에 관한

분석 연구에서 색조화장품을 선택하는 기준은 자신이 좋아하는 색 선택이 49.9%로 가장 많았으며 피부색·모발색 고려, 유행하는 색 선택, 전문가의 조언에 따라 선택 순으로 나타났으며, 메이크업 시에는 섹시한 이미지를 가장 추구하였으며 오렌지색을 가장 선호하였다.

조선영(2009)은 실버세대 여성들의 화장에 대한 태도와 화장품 구매행동에 관한 연구에서 실버세대 여성들의 화장품 사용률은 기초화장품은 95.3%가 색조화장품은 85.4%가 사용하고, 가장 필요한 제품으로는 주름개선 제품이 57.6%, 피부고민은 주름이 48.9%로 가장 많았고, 60.3%는 기초화장품을 본인이 직접 구매하고 있었으며, 연령이 낮을수록, 학력이 높을수록 그리고 월 소득이 높을수록 본인이 직접 화장품을 구입하며, 화장품의 구매 시 가장 우선적으로 고려하는 사항은 품질 및 기능이라는 응답이 41.7%로 가장 높게 조사되었다.

50대 이상 중·노년층을 타깃으로 한 항 노화 화장품의 호조(라네즈 화장품 마케팅 전략 2003)는 본래 자기 자신의 결점을 감추고 전체적으로 젊고 아름답게 보이기 위한 수단이다.

따라서 화장행동은 여성들의 대인관계에서 본인의 외모이미지를 단정하고 보기 좋은 인상으로 연출하며, 사회적 적응을 더 유용하게 한다고 볼 수 있다. 화장은 자신이 지닌 장점을 살리고 단점을 보완하여 개성을 최대한 돋보이게 하는 아름다움의 표현방법이다. 또한 화장을 하는 것은 각 개인이 지니고 있는 개성에 따라 얼굴모양의 결점을 커버하고 장점을 돋보이게 하여 좀 더 아름답게 가꾸어 주는 것으로 화장은 얼굴이나 신체 일부에 색상을 부여하여 외형적인 아름다움을 나타내는 것뿐만 아니라 결점을 보완, 수정하고 자연적인 고유미와 개성미를 창출하는 모든 행위를 일컫는다.

## 4. 색채 기호

### 1) 색채 기호의 개념 및 유형

우리가 살고 있는 환경 속에는 거의 모든 물체가 다양한 색채를 가지고 있어 개개인에 따라 색채의 좋고 싫음으로 색채기호(color preferences) 또는 색채 편견(color prejudices)으로 나누어 연구되고 있으며(김용훈, 1987), 기호의 사전적 의미는 공통적으로 좋아하고 즐기는 경향이나 그 취미로 정의 내리고 있다.

기호(嗜好)란 일반적으로 음식과 술, 담배, 커피, 또는 성행동 등 주로 생리적인 기초를 지닌 욕구에 관하여 평소 특히 좋아하는 것을 말한다. 기호는 기본적으로 생리적, 정신적, 평형을 유지하려는 인간의 원초적 행동으로 설명된다. 사람은 오감을 만족할 때 즐거움을 느낀다. 오감 중 시각이 감정을 제일 많이 자극하고 그중 색채가 중요한 영향을 미친다(한국색채학회, 2002).

색채기호는 소비자 혹은 사용자의 색채에 대한 니즈(needs)의 발단이며 구매의사의 형성과정에서 제품의 구조, 기능, 형태, 가격 등에 대한 요인에 영향을 받게 되는데, 색채 또한 구매 의사결정에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용하고, 인지반응의 반복 과정을 거쳐서 색채 기호가 형성되는 것이다(김형민, 1996). 색채의 상징적 특성은 문자보다 더 확실하고 감각적으로 전달되기 때문에, 문자를 대신하는 전달수단으로 쓰이기도 한다(하경연, 2006). 우리가 좋아하는 색(favorite color)과 어울리는 색(personal color)이 개개인 모두에게 일치하는 것은 아니다. 좋아하는 색은 성장이나 교육환경에서 오는 심리적 영향과 성격, 기질과 연관성을 가지고 있으며 성장과정에 따라 달라진다. 어울리는 색은 자신의 신체피부 바탕색에 따라 어울리는 사계절 컬러를 기준으로 이미지를 연출하는 것이다(김민경, 2005).

좋다거나 싫다는 표현은 정신적, 심미적인 특질에 관련되어 있다기 보다는

오히려 뇌, 아니, 뇌 뿐만 아니라 실제로 인체의 모든 기관에서 일어나는 반응들과 더 많이 관련되어 있는 것 같다(Birren, 1989).

즉 색채기호는 개개인의 성장과정이나 생활환경, 문화에 영향을 받으며, 모든 물체가 가지는 색채를 시각적으로 인식하면서 느끼는 좋다거나 싫어하는 감정표현이며 좋아하는 색상과 어울리는 색상을 개인에 따라 다르다.

## 2) 퍼스널 컬러( Personal color)

색채심리 연구가 Kurt는 색채는 제각기 특별한 중요성을 지니고 있으며, 이 모든 색들이 한데로 합쳐져서 우리에게 정상적인 생활을 보장해 주고, 몸의 균형을 유지하는 능력에 영향을 미칠 수 있다(Birren, 1989)고 하였다.

자신에게 어울리는 색은 피부가 밝고 발랄해 보이며, 젊고 건강해 보인다. 검버섯, 주름살 등 신경 쓰이는 부분을 눈에 띄지 않게 해주며 본인의 좋은 부분을 강조하여 전달한다. 사람과의 커뮤니케이션이 매끄럽게 진행되며, 다른 사람으로 부터 멋있다는 말을 듣는다. 반면 어울리지 않는 색은 피부가 검고, 지쳐 보이며, 건강하지 않아 보인다. 또한 본인의 거슬리는 부분을 강조하며 실제나이보다 늙고 활력이 없어 보이고, 다른 사람에게 자신을 이해시키는데 시간이 걸린다. 자신에게 부족한 부분이 눈에 띈다. 색상은 본인의 외견적인 특징으로 이와 같은 인상을 준다.

색채학자 Johannes Itten은 사람에 대한 주관적인 색의 구성을 계절의 4가지 타입을 적용하면서 사계절 컬러 타입의 이론으로 색채를 구분하였다(김유순, 박선희, 류지원, 박미경, 조고미, 황선순. 2004). 본격적인 퍼스널 컬러의 진가는 1980년대 미국의 대통령 선거 이미지 상담(image consulting)에서 비롯되었다. 색은 인간의 감정을 불러일으키고 사람의 행동을 무의식적으로 좌우할 정도로 큰 영향력을 지니고 있다(김용숙, 2008).

개인의 피부색에 따라 따뜻한 노란색계열(yellow base)의 피부는 아이보리(Ivory)나 골든 베이지(Golden Beige), 테라코타(Terracotta) 또는 밝은 갈색(Warm Brown)등의 기미를 지니며, 차가운 파란색계열(blue base)의 피부는 옅은 분홍(Pink)이나 베이지(Beige) 또는 짙은 회갈색(Taupe) 또는 짙은 회초록색(Olive)등의 기미를 동반한다(박은주, 1991). <그림 1>은 피부화장품의 대표적인 파운데이션 색채로 국내외 화장품 브랜드의 웹사이트를 참고 하였다.

Carole (1987)의 퍼스널컬러는 봄, 여름, 가을, 겨울의 사계절색상(four seasons color)으로 <그림 2>와 같이 구분하였으며, Veronique와 Pat(2006)은 색상 진단을 밝은(light), 깊은(deep), 따뜻한(warm), 차가운(cool), 맑은(clear), 부드러운(soft)로 나누고, 또다시 밝고 따뜻한 색(light & warm)과 밝고 차가운 색(light & cool), 깊고 따뜻한 색(Deep & warm)과 깊고 차가운 색(Deep & cool), 따뜻하고 부드러운 색(warm & soft)과 따뜻하고 맑은 색(warm & clear), 차갑고 부드러운 색(cool & soft)과 차갑고 맑은 색(cool & clear), 맑고 따뜻한 색(clear & warm)과 맑고 차가운 색(clear & cool), 부드럽고 따뜻한 색(soft & warm)과 부드럽고 차가운 색(soft & cool)으로 <그림 3>과 같이 세분화하였다.

즉 퍼스널컬러는 개별적으로 가지고 있는 자신만의 고유한 색상으로 모발색상, 피부색상, 눈동자색상에 따라 따뜻한 색과 차가운 색 및 봄,여름,가을,겨울의 사계절 유형 색채로 구분하는 것이다. 또한 개인의 직업과 성향 그리고 생활유형을 분석하여, 신체전반에 어울리는 적합한 배색을 보다 좋은 이상적인 이미지로 표현하는 방법이다. 따라서 연구자는 사계절측정도구 색채를 Carole의 사계절 색채분류인 (그림 2)와 Veronique와 Pat의 색상 진단이미지 (그림 3)에서 추출하여 연구자의 사계절 설문지 측정색상을 추출하여 감산혼합(CMYK)으로 표기하였으며, 조은영(2007)의 색채이미지에 따른 톤의 분류를 응용 하였다 <그림 4>. 퍼스널컬러의 주요 선행연구는 다음과 같다(표 5).



C3M18Y33K0

C16M37Y62K0

C3M25Y20K0

C4M40Y39K0

따뜻한 색

차가운 색

<그림 1> 연구자의 피부표현 측정 색상



Spring

Autumn

따뜻한 색(warm color)



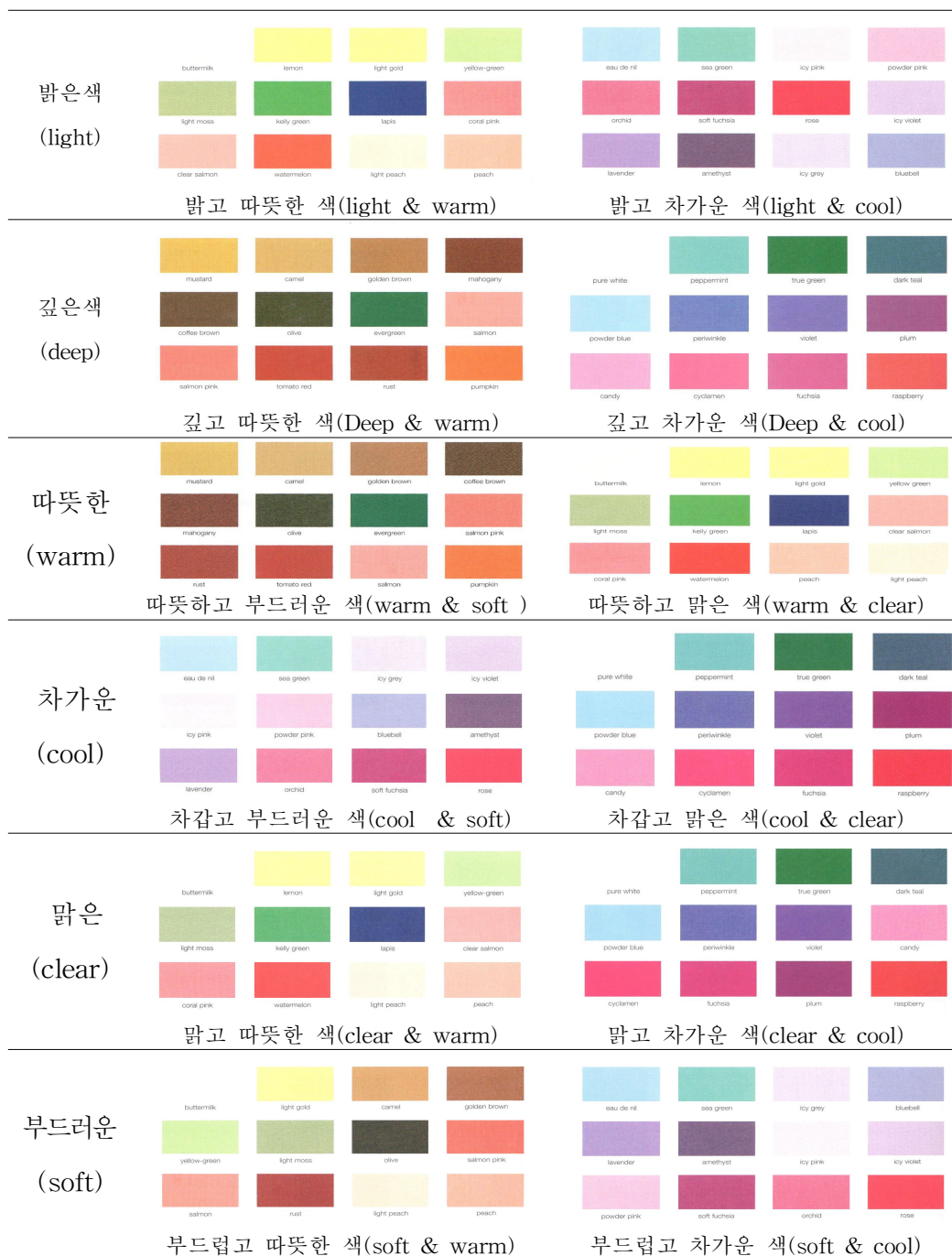
Summer

Winter

차가운 색(cool color)





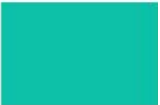
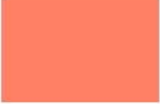



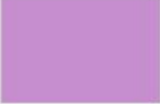





















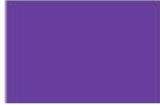







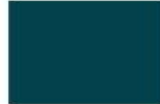
<그림 2> Carole의 사계절 색채 분류

출처: Carole (1982)



<그림 3> Veronique와 Pat의 색상진단 이미지

출처: Veronique, Pat (2006)

Spring soft warm, yellow base					
	C18M100Y100K10	C0M82Y100K0	C3M0Y90K0	7C54M0Y100K0	C71M0Y45K0
					
	C0M63Y58K0	C0M40Y77K0	C38M0Y63K0	C51M0Y53K0	C23M49Y0K0
Autumn hard warm, gold base					
	C40M34Y84K7	C33M27Y100K2	C51M25Y93K4	C22M62Y100K7	C29M40Y68K4
					
	C38M89Y94K61	C44M70Y96K55	C39M64Y100K35	C56M53Y100K43	C74M48Y99K54
Summer soft cool, blue base					
	C5M13Y0K0	C2M0Y30K0	C22M1Y0K0	C36M21Y0K0	C27M26Y0K0
					
	C64M72Y0K0	C74M70Y20K4	C75M40Y0K0	C75M12Y33K0	C36M68Y6K0
Winter hard cool, blue base					
	C100M90Y16K4	C72M89Y0K0	C26M100Y43K7	C16M3Y100K0	C100M92Y40K47
					
	C92M100Y34K51	C77M72Y45K36	C75M68Y67K90	C31M99Y99K45	C94M61Y53K42

<그림 4> 연구자의 사계절 측정 색상

<표 5> 퍼스널컬러 측정 선행연구

Palette type							
Johannes Itten	spring		autumn		summer		winter
Angela Wright	Warm Light Delicate Clear Tints		Warm Deep Intense Shades Rich		Cool Delicate Tones Subtle		Cool Intense Strong Bright
Carole (1982)	Clear Spring Warm Spring Light Spring	Soft Autumn Warm Autumn Deep Autumn		Light Summer Cool Summer Soft Summer		Deep Winter Cool Winter Clear Winter	
Mary Spillane Christine Sherlock (1995)	light warm clear	soft warm deep		light cool soft		light cool soft	
Darene Mathis (1999)	warm and bright		warm and earthy		soft cool		cool
Petits Pratiques	light spring dark spring		light autumn dark autumn		light summer dark summer		light winter dark winter
Veronique, Pat (2006)	Light light & warm light & cool	Deep deep & warm deep & cool	Warm warm & soft warm & clear	Cool cool & soft cool & clear	Clear clear & warm clear & cool	Soft soft & warm soft & cool	
Barbara Jacques	Light/Muted Muted/Light	Light/Bright Bright/Light	Dark/Muted Muted/Dark	Dark/Bright Bright/Dark	Warm/Dark Warm/Light	Cool/Dark Cool/Light	
박은주 (1991)	yellow base		gold base		blue base		
조은영 (2007)	Light-very pale, pale, light Vivid-vivid, bright, strong		Grayish- light grayish, grayish, dull Dark- deep, dark, dark grayish		Light- very pale, pale, light Grayish- light grayish, grayish, dull		Vivid- vivid, bright, strong Dark- deep, dark, dark grayish
김유순 외5인 (2004)	spring soft warm, yellow base		autumn hard warm, gold base		summer soft cool, blue base		winter hard cool, blue base

### 3) 색채심리 및 색채기호에 대한 고찰

색채의 심리적인 반응이란 색채에 의해서 인간의 감정이 어떻게 규정되는가 하는 심리적인 효과이다(김용훈, 1987). 색채심리학(color psychology)은 색채에 대한 인간의 인식과 심리적 반응을 연구하는 학문으로 색채의 대비현상과 색의 기능 두 측면에 따른 인간의 심리적 반응이다(브리태니커, 1993).

색채심리 연구가 Goldstein은 “색채는 제각기 특별한 중요성을 지니고 있으며, 이 모든 색들이 한데로 합쳐져서 우리에게 정상적인 생활을 보장해 준다”(Birren, 1989)고 하였다.

Itten은 색채의 한난 특성을 차갑다와 따뜻하다, 음영과 태양, 투명한과 불투명한, 점진적과 자극적, 희박한과 농후한, 유동적과 고정적, 먼과 가까운, 가벼운과 무거운, 젖은과 마른 등의 반류어에 의해 나타낸다고 하였다(Itten, 1986).

Max Luscher는 사람은 각각의 색이 감정적인 가치를 지니고 있으며, 색의 선호도가 그 사람의 기본성격을 드러낸다고 생각하였다(Howard, 2003).

Goethe는 색채가 인간의 감정에 즉각적인 영향을 미친다고 생각하였다. 아울러 양과 음, 황색과 청색, 작용과 탈취, 빛과 그림자, 밝음과 어두움, 강함과 약함, 열기와 냉기, 가까움과 멀, 밀침과 끌어당김, 산성과 인척관계와 알카리성과 인척관계 두 영역으로 구분하였다(Goethe, 2008). 이와 같이 색채에 대한 감정은 개인적인 차이는 있으나 난색(warm color)과 한색(cool color)으로 색채 심리를 파악 할 수 있다.

Tamio(1998)는 색은 마음의 언어로 빨강의 심리는 원초적인 외침, 노랑의 심리는 감추어진 혼에 빛을 비추다, 초록의 심리는 감정의 안식을 추구, 파랑의 심리는 상실과 재생의 마음, 보라의 심리는 고통을 치유의 힘으로 바꿈, 분홍의 심리는 행복의 에너지, 무채색의 심리는 마음에서 색이 사라질 때라고 표현하고 있다.

색채가 인체기관에 물리적인 효과를 미친다는 점에 관하여는 의심할여지가 없다. 미국의 색채학자 Birren는 “형태에 대한 인간의 반응은 지적 과정을 환기하는데 반하여 색채반응은 감성적이고 충동적이다”(김용훈, 1987)라고 말한다. 특히, 색채 기호 조사는 객관적이고, 정확한 색채 기호나 색채 감성의 분석을 위해 색채 이미지 스케일을 이용하였는데 일본의 색채연구가 Kobayashi의 색채 이미지 스케일은 채색된 작은 이미지를 통하여 검정색은 무겁게 보이고, 흰색은 가볍게 보인다는 무게의 감정에 명도가 크게 작용함을 밝혔다<그림 5>(박은주, 1991). 조은영(2007)은 Kobayashi의 연구를 토대로 재구성하여 세로축은 soft-hard, 가로축은 warm-cool로 톤의 분류를 구성하고 색채 기호의 조사를 위한 측정 요인은 사계절 색채유형을 바탕으로 추출된 것을 사용하였다.

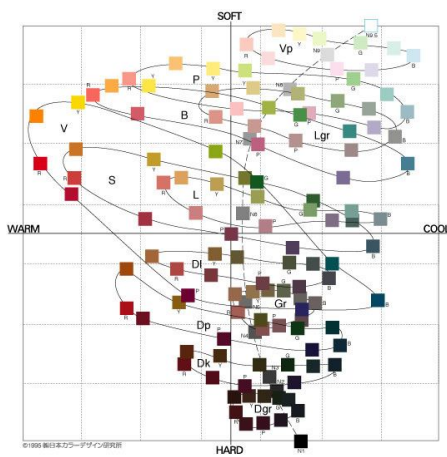
하경연(2006)은 지각자의 성별, 헤어색상, 톤, 질감에 따른 이미지 지각의 차이를 조사하여 분석한 결과 개성, 품위성, 낭만성은 헤어 색상, 톤, 질감에 따라 유의한 차이가 있었고, 활동성은 헤어 색상과 톤에 따라 유의한 차이가 있었다. 색상에 따른 차이에서 오렌지색은 개성이 가장 높게 지각되었고, 검정색은 품위성과 활동성이 높게 지각되었으며, 브라운 색은 밝은 톤 및 어두운 톤이 중간 톤 보다 개성이 높게 평가되었고, 어두운 톤의 검정색은 품위가 높았고, 오렌지색은 품위와 낭만성이 낮게 평가되었다.

Birren은 “색에는 힘이 있다. 사람의 마음을 평화롭게 하지만 우울하거나 분노하게도 한다. 색은 보는 사람의 개별적인 견해에 따라 그 특질이 상반될 수도 있다.”라고 하며 일반적인 색채의 기호 순서를 연구했던 색채 학자들의 연구결과는 지역과 민족의 차이에도 불구하고, 색채기호 순서의 결과가 유사하게 나타나는 것을 보여주고 있다고 하였다. Luckiesh는 색채요법 및 가시관선의 생리적 작용에 관해 색채가 인체기관에 물리적인 효과를 미치며, 밝은 빛

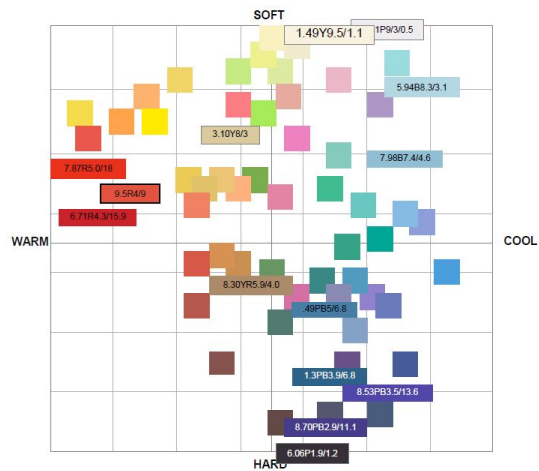
과 따뜻한 색은 자율신경계를 자극하여 혈압을 상승시키고 그에 따라 맥박수를 증가시켜 근육이 점차적으로 따뜻해지고 따라서 체온도 상승할 것이며, 반면 어둡침침한 빛과 차가운 색은 자율신경계를 이완시켜서 혈압을 떨어뜨리고 맥박수를 감소시키며, 그에 따라 근육도 비교적 더 차가워진다고 하였다 (Birren, 1989).

색에는 무거운 것으로 보이는 색과 가벼운 것으로 보이는 색이 있다<그림 5>. 일본의 색채연구가 기무라 도시오(木村俊夫)는 검정이 칠해진 것이 가장 무거워 보이고, 하양이 칠해진 것이 가장 가벼워보인다는 것을 입증하므로써, 무게의 감정에 명도가 크게 작용함을 밝혔다(박은주, 1991).

조은영(2007)은 한국은 대부분의 색채가 cool과 waem의 좌우로 양분된다. 선호색채는 한색계열의 밝고 부드러운 톤의 soft한 이미지의 색채가 많으며, 사계절 색채로는 전반적으로 여름과 봄의 색채 특성을 보이고 있다고 하였다 <그림 6>.



<그림 5> 일본의 색채감정 분석  
이미지스케일  
출처: 박은주 (1991).



<그림 6> 한국의 색채감정 분석  
이미지스케일  
출처: 조은영 (2007)

### Ⅲ. 연구 방법

본 연구에 대한 중·노년층 여성들의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대한 실증적 연구문제 및 측정도구는 다음과 같다.

#### 1. 연구 문제

연구문제 1. 중·노년층 여성의 라이프스타일에 따른 유형을 조사한다.

연구문제 2. 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형을 조사한다.

연구문제 3. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대하여 알아본다.

연구문제 4. 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대하여 알아본다.

#### 2. 측정도구

본 연구에 사용된 측정 도구는 중·노년층의 라이프스타일의 유형에 따른 변인측정을 위한 항목과 인구통계학적 특성은 추태귀(1994)가 재구성한 선행논문의 측정요인을 사용하였다. 중·노년층의 색채기호 조사를 위한 항목은 조은영(2007)이 재구성한 선행논문의 측정요인 중 일부를 사용하였다. 중·노년층의 외모관리효과를 위한 항목은 이화순(2002)이 재구성한 선행논문 측정요인의 일부를 응용 수정하여 사용하였다. 모든 측정 항목은 선행 연구자의 분석결과 요인별 문항에서 요인 부하량이 많은 것을 추출하여 측정도구인 설

문지를 구성하였다.

구성된 측정도구를 이용하여 2009년 3월1일 부터 15일 동안 40세 이상 여성 80명에게 예비조사를 실시하여 80부의 설문지를 수거하였다. 예비측정도구의 신뢰도분석을 실시하여 Cronbach's Alpha 값을 산출하였다. 중·노년층의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채기호의 전체 92항목에 대한 Cronbach's Alpha 값은 0.915, 중·노년층의 라이프스타일 요인 13항목에 대한 Cronbach's Alpha 값은 0.692, 중·노년층의 외모관리효과 48항목에 대한 Cronbach's Alpha 값은 0.941, 중·노년층의 색채 기호 조사 15항목에 대한 Cronbach's Alpha 값은 0.802로 나타났다. 선행연구와 예비조사를 토대로 질문 내용의 타당성, 질문의 난이도, 문항 수 등을 고려하여 수정, 보완하여 중·노년층의 외모관리효과 48항목에서 8항목을 삭제하여 40항목으로 문항수를 줄여 총 92문항에서 84문항으로 최종 설문지를 개발하였다.

중·노년층의 인구통계학적 척도와 선호색채 분석은 객관식으로 문답하는 명목척도로, 라이프스타일의 유형 변인, 외모관리효과를 위한 차림의복의 효과 요인, 외모관리효과를 위한 피부관리의 효과 요인, 외모관리효과를 위한 헤어관리의 효과 요인, 외모관리효과를 위한 화장의 효과 요인, 외모관리효과를 위한 색채 기호 분석 요인은 5점 척도를 이용하였고, 답하는 요령은 다음과 같다. ①아주 그렇지 않다, ②그렇지 않다, ③그저 그렇다, ④그렇다, ⑤ 아주 그렇다, 로 5점 평점 척도로 측정하였다. 측정 도구의 구성은 다음 <표 6>와 같다.

<표 6> 측정도구

구분		내용	문항 수	
인구 통계학적 특성		연령, 결혼여부, 가족구성, 학력, 경제력, 등	9	
라이프스타일의 요인		경제적 절약	3	13
		과시적 소비	2	
		자신감 지향	2	
		가족 중심	2	
		여가 활용	2	
		보수적 독립	2	
외모관리 효과	차림의복 효과	차림의복 추구	6	10
		차림의복 생활	2	
		차림의복 지향	2	
	피부관리 효과	피부관리 추구	6	10
		피부관리 생활	2	
		피부관리 지향	2	
	모발관리 효과	모발관리 추구	6	10
		모발관리 생활	2	
		모발관리 지향	2	
	화장 효과	화장행동 추구	6	10
		화장행동 생활	2	
		화장행동 지향	2	
	색채 효과	어울리는 색 인식	5	15
		색조화장 사용	3	
		선호색 선택	4	
유행색 선택		3		
색채기호	(계절별)선호색 선택	6	7	
	피부 메이크업 선호색 선택	1		
총 문항 수			84	

### 3. 조사대상

본 연구는 중·노년층 여성들의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대한 실증적 연구를 위하여, 서울 및 수도권 종교장소(교회, 성당, 절), 주부 및 노인대학, 지역내 문화원 등의 중·노년층의 다중 이용 장소(미용실, 식당, 피부관리실)에서 40세 이상 여성을 대상으로 설문 조사하였다.

#### 1) 예비조사

2009년 3월 1일부터 3월 15일 사이에 40세 이상의 여성 80명에게 예비조사를 실시하여 질문지의 문항을 수정 보완한 후 본 조사를 실시하였다.

예비설문지의 구성은 라이프스타일 유형의 특성을 알아 보기위해 경제적 절약, 과시적 소비, 자신감 지향, 여가 활용, 가족 중심, 보수적 독립 등의 등간척도로 13항목을 측정요인으로 구성하였다.

외모관리효과를 알아보기 위해 차림의복 추구, 차림의복 생활, 차림의복 지향, 피부관리 추구, 피부관리 생활, 피부관리 지향, 모발관리 추구, 모발관리 생활, 모발관리 지향, 화장행동 추구, 화장행동 생활, 화장행동 지향에 의한 측정요인으로 구성하였다.

외모관리효과에 포함되는 차림의복 효과, 피부관리 효과, 모발관리 효과, 화장행동효과 등의 등간 척도로 각 12항목을 측정요인으로 구성하였다. 외모관심 색상 조사를 위한 색채효과로 어울리는 색 인식, 색조 화장 사용, 선호색 선택, 유행색 선택 등의 등간척도 15항목을 측정 요인으로 구성하였다.

색채기호의 관심색상 조사를 위해 선호색, 비선호색, 기존의류, 색조화장, 어울리는, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 결정의 명목척도로 7항목을 측정 요인으로 구성하였다.

인구통계학적 특성을 알아 보기위해 연령, 결혼여부, 가족구성, 학력, 경제력 등의 명목척도로 9항목을 측정요인으로 구성하였다.

## 2) 본 조사

본 조사 기간은 2009년 3월 28일부터 6월 30일 사이에 이루어 졌으며, 총 1000부를 배부하여 895부가 회수 되었으나 이중 불완전한 표본을 제외하고 869부를 통계 처리하여 분석하였다.

설문지의 구성은 인구통계학적 특성을 알아 보기위해 연령, 결혼 상태, 가족 구성, 학력, 경제력 등 의 명목척도로 9항목을 측정 요인으로 구성하였다. 라이프스타일의 유형 특성을 알아 보기위해 경제적 절약, 과시적 소비, 자신감 지향, 가족 중심, 여가 활용, 보수적 독립 등의 등간척도로 13항목의 측정요인을 구성하였다.

외모관리 효과를 알아보기 위해 차림의복 추구, 차림의복 생활, 차림의복 지향, 피부관리 추구, 피부관리 생활, 피부관리 지향, 모발관리 추구, 모발관리 생활, 모발관리 지향, 화장행동 추구, 화장행동 생활, 화장행동 지향에 의한 측정 요인으로 구성하였다. 외모관리효과에 포함되는 차림의복 효과, 피부관리 효과, 모발관리 효과, 화장행동효과 등의 등간 척도로 각 10항목의 측정 요인을 각각 구성하였다. 색채효과로는 어울리는 색 인식, 색조 화장 사용, 선호색 선택, 유행색 선택 등의 등간척도 15항목을 구성하였다.

색채기호의 관심색상 조사를 위해 선호색, 비선호색, 기존의류, 색조화장, 어울리는, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 결정의 명목척도로 7항목을 측정 요인으로 구성하였다. 연구조사 일정은 다음 <표 7>과 같다.

<표 7> 연구조사 일정

조사내용		조사일정
장소		교회, 성당, 절, 주부 및 노인대학, 지역내 문화원, 미용실, 식당, 피부관리실
사전 조사(pilot test)		2009년 3월 1일 - 3월 15일
설문지 수정		2009년 3월 25일 - 3월 27일
본 조사	조사 대상	40대 이상의 여성
	표본의 크기	배포한 수 1000부, 회수된 수 895부
	유효표본	869
	조사기간	2009년 3월 28일 - 2009년 6월 30일

#### 4. 조사대상자의 인구통계학적 특성

중·노년층 여성에 대한 인구통계학적 특징으로는 연령대별로는 50-59세가 302명(33.7%)로 가장 많았으며, 80세 이상은 46명(5.1%)를 차지하고 있다.

결혼여부에 대한 응답에서는 배우자 생존이 674명으로 전체 응답자 중에서 75.3%를 차지하고 있으며, 미혼이 28명(3.1%), 배우자와 별거가 23명(2.6%), 기타가 1명(0.1%)을 차지하고 있다.

가족구성에 대한 설문에서는 미혼자녀와 함께 사는 부부가족이 483명(54.0%)으로 대부분이었으며, 자녀와 따로 부부만 사는 부부세대가 167명(18.7%), 혼자 사는 응답자가 111명(12.4%), 결혼한 자녀와 함께 사는 경우도 124명(13.9%)을 차지하고 있다.

학력에 대한 응답자 분포를 보면 고등학교 중퇴 및 졸업이 356명(39.8%), 전문대 이상이 251명(28.0%)으로 고등학교 이상 학력이 전체의 67.8%를 차지하고 있어서 여성들도 고학력시대를 나타내 주고 있다. 반면 고령자의 경우 무학력자도 20명(2.2%)로 나타나고 있다.

월 가족구성원의 소득을 보면, 300만원에서 400만원 미만이 260명(29.1%)으로 가장 많았으며, 문화생활에 필요한 의류, 화장품, 피부관리 및 모발관리를 하는데 가족의 간섭 없이 본인 마음대로 사용할 수 있는 비용에 대한 설문에는 월평균 의류구입 비용이 5-10만원 미만이 268명(29.9%)으로 가장 많았으며, 월평균 화장품 구입비용에 대한 응답에서는 3-5만원 미만이 248명(27.7%)으로 가장 많았다. 월평균 피부관리에 사용하는 비용은 5만원 미만이 510명(57.0%)으로 매우 높게 나타나고 있으며, 월평균 모발관리에 드는 비용은 3-5만원 미만을 사용하는 응답자가 330명(36.9%)으로 나타나고 있다. 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성은 <표 8>과 같다.

<표 8> 조사 대상자의 인구통계학적 특성

(N=869)

인구통계학적 특성		빈도	인구통계학적 특성		빈도	
연령	40-49세	179(20.6)	월평균 의류구입 비용	5만원 미만	235(27.0)	
	50-59세	<b>295(33.9)</b>		5만원-10만원 미만	<b>258(29.7)</b>	
	60-69세	243(28.0)		10만원-15만원 미만	132(15.2)	
	70-79세	106(12.2)		10만원-20만원 미만	119(13.7)	
	80세 이상	46(5.3)		20만원 이상	125(14.4)	
결혼여부	미혼	27(3.1)	월평균 화장품구입 비용	1만원 미만	117(13.4)	
	배우자 생존	<b>657(75.6)</b>		1만원-3만원 미만	181(20.8)	
	배우자와 사별	163(18.8)		3만원-5만원 미만	<b>242(27.8)</b>	
	배우자와 별거	22(2.5)		5만원-10만원 미만	203(23.4)	
가족구성	미혼자녀와 함께 산다	<b>468(53.9)</b>	월평균 피부관리 비용	10만원 이상	126(14.5)	
	결혼한 자녀와 함께 산다	118(13.6)		5만원 미만	<b>500(57.5)</b>	
	자녀와 따로 배우자와 산다	164(18.9)		5만원-10만원 미만	168(19.3)	
	혼자 산다	109(12.5)		10만원-15만원 미만	60(6.9)	
	기타	10(1.2)		10만원-20만원 미만	26(3.0)	
학력	무학	20(2.3)	월평균 모발관리 비용	20만원 이상	27(3.1)	
	초등학교 중퇴 및 졸업	112(12.9)		기타	88(10.1)	
	중학교 중퇴 및 졸업	142(16.3)		월평균 모발관리 비용	만원 미만	129(14.8)
	고등학교 중퇴 및 졸업	<b>350(40.3)</b>			1만원-3만원 미만	232(26.7)
	전문대 이상	245(28.2)			3만원-5만원 미만	<b>324(37.3)</b>
월 소득	100만원 미만	10(1.2)	5만원-10만원 미만		141(16.2)	
	100만원-200만원 미만	72(8.3)	10만원 이상		43(4.9)	
	200만원-300만원 미만	199(22.9)				
	300만원-400만원 미만	<b>260(29.9)</b>				
	400만원-500만원 미만	191(22.0)				
	500만원 이상	137(15.8)				

## 5. 자료 분석

중·노년층 여성의 라이프스타일의 유형에 따른 외모관리효과 및 색채기호를 알아보기 위한 자료의 분석방법은 SPSS 12.0 프로그램을 활용하여 수집된 자료를 분석하였다. 연구 목적에 따른 통계적 분석 방법은 다음과 같다.

중·노년층 여성의 라이프스타일의 유형에 따른 외모관리효과 및 색채기호를 알아보기 위한 측정도구의 요인별 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's Alpha 값을 산출하였다. 신뢰도 계수가 0.5 이상인 요인 문항만 본조사용 설문지에 포함시켰다. 타당성 검증을 위하여 항목별 요인 분석을 하였으며, 적절한 요인들을 추출하기 위하여 주성분분석과 varimax 회전법을 사용한 요인분석을 실시하였다. 요인들은 아이겐 값 1과 요인적재 값 0.4를 기준으로 추출하였다. 군집분석은 임의 집단수를 결정 할 수 있으므로 적절한 집단수를 결정하기 위하여 요인 값을 이용한 K-평균 군집분석을 실시하였다. 모집단을 연령별 40대, 50대, 60대, 70대, 80대 이상으로 분류하였다. 자료 분석방법은 다음<표 9>과 같다.

연구 목적에 따른 통계학적 분석 방법은 다음과 같다.

1. 중·노년층 여성의 라이프스타일에 따른 유형을 알아보기 위하여 요인분석, 신뢰도분석, K-평균 군집분석 이용하였다.
2. 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형을 살펴보기 위해 요인 분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다.
3. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채 기호를 알아보기 위해 요인분석, 일원변량 분산분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다.

4. 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 외모관리효과와 색채기호를 알아보기 위해 빈도분석, 교차분석을 이용하였다.

<표 9> 자료 분석

구분	검정대상 (변수)	분석기법
신뢰도 타당도	전체 측정 항목, 라이프스타일 유형 외모관리효과	신뢰도 분석, 요인분석
연구문제 1	중·노년층 여성의 라이프스타일에 따른 유형	요인분석, K-평균 군집분석
연구문제 2	중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형	요인분석과 Duncan의 다중범위검증
연구문제 3	중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모 관리효과와 색채 기호	분산분석과 Duncan의 다중범위검증
연구문제 4	중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 외모관리효과와 색채기호	빈도분석, 교차분석

## IV. 연구 결과 및 논의

### 1. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형

#### 1) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형 분류

본 연구는 중·노년층의 라이프스타일의 요인 구조를 파악하기 위하여 13개의 라이프스타일 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 사용하였고 고유치(eigen value)가 1이상인 요인을 추출한 후 직교회전(Varimax Rotation)을 시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 라이프스타일 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 <표 10>와 같다.

<표 10> 중·노년층 여성의 라이프스타일에 대한 요인분석 결과

변수명	문항	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach 'a
경제적 절약	나는 가사일을 직접하여 가계비를 절약한다.	0.844	2.995	24.9	0.673
	내 물건(의복, 화장품 등)은 내가 좋은것을 저렴하게 사야한다.	0.782			
	나는 쇼핑하기 전에 구입할 물품 목록을 적는다.	0.658			
과시적 소비	나는 되도록 유명상표 제품을 구입하려고 한다.	0.855	1.611	13.5 (38.4)	0.671
	나는 다른 사람보다 새로운 상품을 먼저 구입한다.	0.773			
자신감 지향	나는 능력이 있다고 믿고 있다.	0.816	1.297	11.8 (50.2)	0.641
	나는 남보다 잘하는 것이 없다.(R)	0.857			
가족 중심	남편이나 자녀를 통해 성취 욕구를 만족시킬 수 있다.	0.794	1.133	10.4 (60.6)	0.670
	나는 중요한 일을 결정할 때 자녀들을 우선한다.	0.852			
여가 활용	나는 건강을 위해 산책 등 운동을 한다.	0.709	1.115	10.3 (70.9)	0.603
	나는 취미활동에 적극적으로 참여하고 있다	0.629			
	나는 모임에서 중심적인 역할을 하고 싶다.	0.775			

(R). 역코딩 문항, ( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 5개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 70.9%였다.

요인 1은 ‘나는 가사일을 직접하여 가계비를 절약한다’, ‘내 물건은 내가 좋은 것을 저렴하게 사야 한다’, ‘나는 쇼핑하기 전에 구입할 물품목록을 적는다’ 등의 내용을 포함하였다. 고유치 2.995%, 설명변량 24.9%로 ‘경제적 절약’으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.673로 나타났다.

요인 2는 ‘나는 되도록 유명상표 제품을 구입하려고 한다’, ‘나는 다른 사람보다 새로운 상품을 먼저 구입한다’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.611%, 설명변량 13.5%로 ‘과시적 소비’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.671로 나타났다.

요인 3은 ‘나는 능력이 있다고 믿고 있다’, ‘나는 남보다 잘하는 것이 없다’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.297%, 설명변량 11.8%로 ‘자신감 지향’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.641로 나타났다.

요인 4는 ‘남편이나 자녀를 통해 성취 욕구를 만족시킬 수 있다’, ‘나는 중요한 일을 결정할 때 자녀들을 우선한다’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.133%, 설명변량 10.4%로 ‘가족중심’으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.670로 나타났다.

요인 5는 ‘나는 건강을 위해 산책 등 운동을 한다’, ‘나는 취미활동에 적극적으로 참여하고 있다’, ‘나는 모임에서 중심적인 역할을 하고 싶다’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.115%, 설명변량 10.3%로 ‘여가활용’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.603로 나타났다.

## 2) 중·노년층 여성에 따른 라이프스타일 유형 분류

중·노년층의 라이프스타일 유형의 분류 및 특성을 알아보기 위하여 K-평균 군집분석을 실시하였다. 군집분석은 표본에서 얻어진 대상들을 다양한 특성의 유사성을 바탕으로 동질적인 몇 개의 군집으로 분류하는 방법이며 상호배반적인 군집분석의 예인 K-평균 군집분석을 실시하였다. 라이프스타일 특성을 측정하여 분석한 5개 요인의 평균값을 이용하여 K-평균 군집화 방법을 통한 군집분석을 실시한 결과 세 개의 군집으로 구분하는 것이 타당한 것으로 판단하였다. 분석결과는 <표 11>과 같이 나타났다.

<표 11> 라이프스타일 군집에 대한 분산 결과

라이프스타일 요인	군집1(N=263)	군집2(N=321)	군집3(N=285)	F
경제적 절약	4.08(0.863) a	3.31(0.778)b	3.95(0.788)b	90.629***
과시적 소비	2.60(0.688) c	3.77(0.963)a	3.41(0.972)b	216.216***
자신감 지향	2.60(0.843) c	2.82(0.798)b	3.22(0.672)a	134.560***
가족 중심	2.51(0.843) c	3.13(0.905)b	3.75(0.765)a	294.271***
여가 활용	1.97(1.044) c	2.34(0.856)b	3.37(0.845)a	445.747***

\*\*\* $p < .001$ , 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan 사후검증 결과로 분류된 집단을 나타냄

군집 1은 가사일과 양질의 물품구입을 직접하며, 장을 보기 전 필요한 물품목록을 작성하여 충동구매를 하지 않아 경제적으로 절약하는 등의 ‘경제적 절약’이 다른 집단과 비교하여 가장 높으며, 여가 활용, 가족 중심, 과시적 소비 및 자신감 지향에서는 낮은 편이다. 따라서 실제 생활에서 경제적인 여유가 적거나 취미나 운동을 할 여유가 없고, 가족과 단절되어 자신감이 결여되어 있으며 심리적으로 침체되어 있는 집단으로 보여 진다. 이 집

단을 ‘경제 절약형’으로 명명하였다. 표본 수는 263명이다.

군집 2는 유명한 제품구입을 좋아하고 새로운 트렌드를 적극적으로 수용하며 신상품을 구매하는 등에서 과시적소비가 다른 집단과 비교하여 높게 나타났다. 또한 경제적 절약에서는 가장 낮아 경제적인 면에서는 비교적 풍요롭게 살아가며 명품에 대한 관심도를 보인다. 반면 여가활동과 자신감지향에서는 비교적 낮게 나타나 소비를 통해 자신의 사회적 지위를 사람들에게 보이고 인정받고 싶어 하는 태도로 보여 진다. 이 집단을 ‘과시적 소비형’으로 명명하였다. 표본 수는 321명이다.

군집 3은 일상생활에서 적극적이고 자신감이 있으며 경제적 시간적으로 여유가 있어 합리적인 소비를 하는 집단이다. 배우자나 자녀의 성장과 발전에 만족을 느끼고 자기관리의 운동이나 취미생활에 적극적이고, 소속모임이나 사회활동을 통해 자신감이 넘치고 소속 집단에서 리더의 역할을 하고 싶어 하는 경향과 삶에 대한 의욕이 넘치고 삶을 즐기는 사람들의 집단으로 보여 진다. 이 집단을 ‘여가 및 가족 중심형’으로 명명하였다. 표본 수는 285명이다. 본 연구에 사용된 라이프스타일의 문항은 여성의 라이프스타일관 관련된 추태귀(1994)의 라이프스타일의 유형을 바탕으로 구성하였다.

## 2. 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형분류

### 1) 외모관리효과에 대한 요인분석

#### (1) 차림의복 효과에 대한 요인분석

중·노년층의 외모관리효과 중 차림의복 효과에 대한 요인 구조를 파악하기 위하여 10개의 차림의복 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 사용하였고 고유치가 1이상인 요인을 추출한 후 직교회전을 시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 차림의복 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 <표 12>과 같다.

<표 12> 차림의복 효과에 대한 요인분석 결과

변수명	문항	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach's $\alpha$
차림의복 추구	차림의복을 하면 걸음걸이가 활발해 진다.	0.839	5.253	52.533	0.934
	차림의복을 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	0.858			
	차림의복을 하면 자신이 상냥하게 보인다.	0.861			
	차림의복을 하면 자신감이 생긴다.	0.870			
	차림의복을 하면 매력적으로 보인다.	0.801			
	차림의복을 하면 의욕이 생긴다.	0.791			
차림의복 생활	차림의복을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	0.846	1.368	13.680 (66.213)	0.770
	차림의복을 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	0.855			
차림의복 지향	유행하는 의복에 관심이 많다.	0.867	1.015	10.147 (76.36)	0.645
	차림의복을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	0.824			

( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 3개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 76.36%였다.

요인 1은 '차림의복을 하면 걸음걸이가 활발해 진다. 차림의복을 하면 목소리의 톤이 밝아진다. 차림의복을 하면 자신이 상냥하게 보인다. 차림의복을 하

면 자신감이 생긴다. 차림의복을 하면 매력적으로 보인다. 차림의복을 하면 의욕이 생긴다.’등의 내용을 포함하였다. 고유치 5.253%, 설명변량 52.533%로 ‘차림의복 추구’으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.934로 나타났다.

요인 2는 ‘차림의복을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다. 차림의복을 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다. 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.368%, 설명변량 13.680%로 ‘차림의복 생활’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.770로 나타났다.

요인 3은 ‘유행하는 의복에 관심이 많다. 차림의복을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.015%, 설명변량 10.147%로 ‘차림의복 지향’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.645로 나타났다.

## (2) 피부관리 효과에 대한 요인분석

중·노년층의 외모관리효과 중 피부관리 효과에 대한 요인 구조를 파악하기 위하여 10개의 피부관리 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 사용하였고 고유치(eigen value)가 1이상인 요인을 추출한 후 직교회전(Varimax Rotation)을 시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach’s  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 피부관리 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 <표 13>와 같다.

<표 13> 피부관리 효과에 대한 요인분석 결과

변수명	문항	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach's $\alpha$
피부관리 추구	피부관리를 하면 걸음걸이가 활발해 진다.	0.829	4.623	46.228	0.911
	피부관리를 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	0.862			
	피부관리를 하면 자신이 상냥하게 보인다.	0.796			

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

	피부관리를 하면 자신감이 생긴다.	0.844			
	피부관리를 하면 매력적으로 보인다.	0.801			
	피부관리를 하면 의욕이 생긴다.	0.732			
피부관리 생활	피부관리를 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	0.837	1.280	13.408 (59.636)	0.702
	피부관리를 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	0.858			
피부관리 지향	유행하는 피부 관리에 관심이 많다.	0.820	1.166	11.664 (71.3)	0.654
	피부관리를 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	0.818			

( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 3개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 71.30%였다.

요인 1은 ‘피부관리를 하면 걸음걸이가 활발해 지고 목소리의 톤이 밝아지며 자신이 상냥하게 보인다. 자신감이 생기고 매력적으로 보이며 의욕이 생긴다.’ 등의 내용을 포함하였다. 고유치 4.623%, 설명변량 46.228%로 ‘피부관리 추구’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.911로 나타났다.

요인 2는 ‘피부관리를 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않으며 아파 보인다고 생각한다.’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.280%, 설명변량 13.408%로 ‘피부관리 생활’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.702로 나타났다.

요인 3은 ‘유행하는 피부 손질에 관심이 많으며 피부관리를 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.166%, 설명변량 11.664%로 ‘피부관리 지향’으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.654로 나타났다.

### (3) 모발관리 효과에 대한 요인분석

중·노년층의 외모관리효과 중 모발관리 효과에 대한 요인 구조를 파악하기 위하여 10개의 모발관리 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 사용하였고 고유치가 1이상인 요인을 추출한 후 직교회전을

시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 모발관리 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 <표 14>과 같다.

<표 14> 모발관리 효과에 대한 요인분석 결과

변수명	문항	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach h' $\alpha$
모발관리 추구	헤어관리를 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	0.791	4.888	48.877	0.917
	헤어관리를 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	0.857			
	헤어관리를 하면 자신이 상냥하게 보인다.	0.849			
	헤어관리를 하면 자신감이 생긴다.	0.833			
	헤어관리를 하면 매력적으로 보인다.	0.794			
	헤어관리를 하면 의욕이 생긴다.	0.777			
모발관리 생활	헤어관리를 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	0.861	1.280	12.799 (61.676)	0.768
	헤어관리를 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	0.878			
모발관리 지향	유행하는 헤어스타일에 관심이 많다.	0.844	1.191	11.909 (73.585)	0.631
	헤어관리를 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	0.836			

( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 3개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 73.585%였다.

요인 1은 '헤어손질을 하면 걸음걸이가 활발해 지고 목소리의 톤이 밝아지며 자신이 상냥하게 보일 것으로 생각한다. 자신감이 생기고 매력적으로 보이며 의욕이 생긴다' 등의 내용을 포함하였다. 고유치 4.888%, 설명변량 48.877%로 '모발관리 추구'로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.917로 나타났다.

요인 2는 '헤어손질을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다. 헤어손질을 안하면 아파 보일 것이다 등의 내용을 포함한다'. 고유치 1.280%, 설명변량 12.799%로 '모발관리 생활'로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.768로 나

타났다.

요인 3은 ‘유행하는 헤어스타일에 관심이 많으며 헤어손질을 하는 것이 여성의 기본적인 예의다’ 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.191%, 설명변량 11.909%로 ‘모발관리 지향’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.631로 나타났다.

#### (4) 화장효과에 대한 요인분석

중·노년층의 외모관리효과 중 화장효과에 대한 요인 구조를 파악하기 위하여 10개의 화장 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분 분석을 사용하였고 고유치가 1이상인 요인을 추출한 후 직교회전을 시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach’s  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 화장효과 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 <표 15>와 같다.

<표 15> 화장효과에 대한 요인분석 결과

변수명	문항	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach's $\alpha$
화장 행동추구	화장을 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	0.829	5.261	52.605	0.928
	화장을 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	0.837			
	화장을 하면 자신이 상냥하게 보인다.	0.832			
	화장을 하면 자신감이 생긴다.	0.849			
	화장을 하면 매력적으로 보인다.	0.804			
	화장을 하면 의욕이 생긴다.	0.768			
화장 행동생활	화장을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	0.859	1.140	11.397 (64.002)	0.781
	화장을 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	0.863			
화장 행동지향	유행하는 화장에 관심이 많다.	0.841	1.088	10.881 (74.883)	0.580
	화장을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	0.792			

( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 3개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 74.883%였다.

요인 1은 ‘화장을 하면 걸음걸이가 활발해 지고, 목소리의 톤이 밝아지며, 상냥해 보인다. 자신감이 생기고 매력적으로 보이며 의욕이 생긴다’. 등의 내용을 포함하였다. 고유치 5.261%, 설명변량 52.605%로 ‘화장행동 추구’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.928로 나타났다.

요인 2는 ‘화장을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않으며 아파 보인다고 생각 한다’. 등의 내용을 포함하였다. 고유치 1.140%, 설명변량 11.397%로 ‘화장행동 생활’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.781로 나타났다.

요인 3은 ‘유행하는 화장에 관심이 많으며 화장을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다’. 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.088%, 설명변량 10.881 %로 ‘화장행동 지향’로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha$  0.580로 나타났다.

이는 화장 후 스스로를 매력적으로 인식하고 사람과의 만남에서 자신감과 적극적인 자세를 나타낸다(태평양화학 미용연구실, 1989)는 연구 결과와 일치하며, 화장을 하면 사회, 심리적으로 기대효과에 따른 화장행동이 대인적 적극성을 높여 주었다는 이화순(1994) 연구 결과와도 일치하였다.

##### (5) 색채효과에 대한 요인분석

중·노년층의 색채효과로 외모관심에 대한 요인구조를 파악하기 위하여 15개의 색채효과 문항으로 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 사용하였고 고유치(eigen value)가 1 이상인 요인을 추출한 후 직교회전(Varimax Rotation)을 시켜 요인 부하량을 구하였다. 그리고 문항들 간의 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach’s  $\alpha$  계수로 신뢰도를 알아보았다. 색채효과 문항의 구조를 살펴보기 위한 요인분석 결과는 다음<표 16>와 같다.

<표 16> 색채효과에 대한 요인분석

	설문항목	요인 부하량	고유치 (%)	설명변량 (%)	Cronbach ' $\alpha$
어울리는 색 인식	나는 평소에 색상에 관심이 많은 편이다.	0.608	4.948	32.98	0.816
	평소 내가 좋아하는 색상과 잘 어울리는 색상은 일치하는 편이다.	0.812			
	나에게 어떤 색상이 잘 어울리는지 정확히 알고 있다.	0.831			
	의류구입 시 평소 내가 좋아하는 색상이라도 나에게 어울리지 않으면 사지 않는다.	0.706			
	색조화장품 구입 시 내게 어울리는 색상인가를 가장 중요하게 고려한다. (립스틱, 아이섀도)	0.550			
색조화장 사용	나는 나의 외모를 가꾸는 일에 관심이 많다.	0.713	1.919	9.79 (42.77)	0.738
	나는 의복차림에 신경을 많이 쓰는 편이다.	0.742			
	나는 평소 색조화장을 자주하고 다니는 편이다.(화운데이션, 아이섀도 립스틱 등)	0.732			
선호색 선택	모발염색 시 내게 어울리는 색상을 가장 중요하게 고려한다.	0.655	1.458	10.72 (53.497)	0.691
	피부색보정을 위한 화장품구입 시 내게 가장 어울릴 것 같은 색상을 고른다. (파운데이션, 파우더)	0.717			
	물건구입 시 그때 그때 마음에 끌리는 색상을 선택한다	0.533			
	물건구입 시 평소 내가 좋아하는 색상을 선택한다.	0.521			
유행색 선택	물건구입 시 나에게 잘 어울리는 색상으로 선택한다.	0.670	1.094	7.29 (60.78)	0.575
	물건구입 시 요즘 유행하고 있는 색으로 선택한다.	0.670			
	물건구입 시 판매원이나 다른 사람이 권하는 색을 선택한다.	0.747			

( ) 누적설명변량

요인분석 결과 총 4개의 요인을 추출하였고 전체 설명변량은 60.78%였다.

요인 1은 '평소에 색상에 관심이 많은 편이며, 내가 좋아하는 색상과 잘 어울리는 색상은 일치하는 편이다. 나에게 어떤 색상이 잘 어울리는지 정확히 알고, 의류구입 시 평소 내가 좋아하는 색상이라도 나에게 어울리지 않으면 사지 않는다. 색조화장품 구입 시 내게 어울리는 색상인가를 가장 중요하게 고려한다'. 등의 내용을 포함한다. 고유치 4.948%, 설명변량 32.98%로 '어울리는 색 인식'으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.816로 나타났다.

요인 2은 '나는 외모를 가꾸는 일에 관심이 많으며, 의복차림에 신경을 많이 쓰는 편이다. 나는 평소 색조화장을 자주하고 다니는 편이다'. 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.919%, 설명변량 9.79%로 '색조화장사용'으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.738로 나타났다.

요인 3은 '모발염색 시 내게 어울리는 색상을 가장 중요하게 고려하고, 피부 색보정을 위한 화장품구입 시 내게 가장 어울릴 것 같은 색상을 고른다. 물건구입 시 그때 그때 마음에 끌리는 색상을 선택하며, 물건구입 시 평소 내가 좋아하는 색상을 선택한다'. 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.458%, 설명변량 10.72%로 '선호색 선택'으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.691로 나타났다.

요인 4는 '물건구입 시 나에게 잘 어울리는 색상으로 선택하고, 요즘 유행하고 있는 색으로 선택하며, 판매원이나 다른 사람이 권하는 색을 선택한다'. 등의 내용을 포함한다. 고유치 1.094%, 설명변량 7.29%로 '유행색 선택'으로 명명하였으며 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  0.575로 나타났다.

이는 서은나와 박성희(2001) 연구에서 자신에게 잘 어울리는 색채와 좋아하는 색채가 다르게 나타나 본 연구 결과와 일치됨을 보였다.

### 3. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채기호

#### 1) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 차림의복 효과의 차이

중·노년층의 라이프스타일 유형에 따른 차림의복 효과의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며, 그 결과는 다음<표 17>과 같다.

<표 17> 라이프스타일 유형에 따른 차림의복 효과의 차이

구분	경제적 절약형 (N=263)	과시적 소비형 (N=321)	여가 및 가족 중심형 (N=285)	F
차림의복 추구	3.009(0.800) b	3.065(0.844) b	3.370(0.657) a	15.987***
차림의복 생활	2.664(0.871) b	2.421(0.890) c	2.916(0.780) a	20.736***
차림의복 지향	2.897(0.779) b	3.210(0.812) a	3.315(0.727) a	21.730***

\*\*\*p<0.001, 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan의 다중범위검증 결과로 분류된 집단을 나타냄

분석결과 중·노년층의 라이프스타일 유형에 따라 차림의복 효과에는 ‘차림의복 추구’(F=15.987, p=0.000), ‘차림의복 생활’(F=20.736, p=0.000) 및 ‘차림의복 지향’(F=21.730, p=0.000) 모두 유의수준 0.001수준에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘차림의복 추구’는 여가 및 가족중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 차림의복 효과는 의복을 갖추어 입을으로써 자신감을 얻고 외모의 내외적측면이 강화되는 것으로 여가활동에 적극적인 집단이 중요하게 평가하는 것으로 나타났다. 그리고 경제적 절약형 집단은 의복의 소비에 앞서 경제적인 여건을 생각하기 때문에 차림을 통한 내외적 효과가 낮은 것으로 보여 진다.

‘차림의복 생활’은 여가 및 가족중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 차림의복 생활은 일상생활 속에서 차림의복을 추구하는 것으로 과시

적 소비형 집단에서 가장 낮았는데 여가 및 가족중심형은 차림의복을 생활화 하는 것으로 나타났다.

‘차림의복 지향’은 여가 및 가족중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 이상의 결과를 살펴볼 때 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에서 여가 및 가족중심형이 차림의복 효과, 차림의복 생활 및 차림의복 지향에서 평균값이 가장 높은 것으로 나타났는데 그것은 여가 및 가족 중심형 집단이 생활만족도가 높은 집단일수록 차림의복을 선호하는 것으로 보여 진다. 경제적 절약형 집단에서 평균값이 가장 낮았는데 이들 집단에 속한 사람들은 다른 사람들과의 교류가 적고 외출할 기회가 많지 않아 차림의복에 대한 관심이 낮은 것으로 보여지며, 생활 만족도가 낮은 집단일수록 의복에 무관심하고 편한 복장을 선호한다는 선행연구(김지구, 서미아, 이유경, 이선희, 1996)의 결과를 일부 지지하였다.

## 2) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 피부관리의 차이

중·노년층의 라이프스타일 유형에 따른 피부관리의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며 그 결과는 <표 18>과 같다.

<표 18> 라이프스타일 유형에 따른 피부관리의 차이

구분	경제적 절약형 (N=263)	과시적 소비형 (N=321)	여가 및 가족 중심형 (N=285)	F
피부관리 추구	3.216(0.666) c	3.409(0.682) b	3.664(0.622) a	30.792***
피부관리 생활	2.790(0.831) c	2.579(0.852) b	3.040(0.825) a	18.589***
피부관리 지향	3.110(0.890) b	3.211(0.851) b	3.453(0.786) a	21.455***

\*\*\* $p < 0.001$ , 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan의 다중범위검증 결과로 분류된 집단을 나타냄.

분석결과 중·노년층의 라이프스타일 유형에 따라 ‘피부관리 추구’ (F=30.792, p=0.000), ‘피부관리 생활’(F=18.589, p=0.000) 및 ‘피부관리 지향’ (F=21.455, p=0.000)은 유의수준 0.001수준에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘피부관리 추구’는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 정기적인 피부관리를 통해 자신감을 얻는 것으로 다른 사람들의 반응보다 자기만족에 영향을 줄 수 있는 부분으로 여가생활을 추구하는 집단에서 현저하였다. 과시적 소비형은 자기만족 보다는 타인의 시선을 의식하고 자신을 관리하는 것으로 보여 진다. 경제적 절약형 집단은 피부관리에 무관심하고 비용과 시간측면에서 여건이 허락되지 않는 것으로 보여 진다. 특히 젊게 생활하고자 하는 중·노년층 여성들의 피부관리는 연령과 무관하게 자신감을 부여한다고 판단된다.

‘피부관리 생활’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 여가 및 가족 중심 집단은 전문피부관리실에서나 개인적으로 건강한 피부를 갖기 위해 꾸준한 피부관리를 하며 지친피부에 대한 관심이 꾸준히 높다고 할 수 있다. 경제적 절약형은 피부관리를 위해 제품구매나 제품을 만들어 사용하기도하는 집단으로 볼 수 있다. 과시적 소비형 집단은 차림의복 생활형에서도 낮아 이 집단에 속한 여성들이 자신의 만족보다는 타인의 시선 때문에 소비와 외모관리를 하는 것으로 보여 진다.

‘피부관리 지향’은 여가 및 가족중심형 집단이 과시적 소비형 및 경제 절약형보다 높았다. 여가 및 가족중심형 집단은 평소생활 이후에 자기관리차원의 피부관리를 할 것으로 보여진다. 경제 절약형집단은 정기적으로 피부관리를 받기도 하지만 피부관리용 제품을 직접 구매하여 사용 할 것으로 보여진다. 이 집단에 속한 사람들은 지속적인 피부관리 보다는 최신 유행 따라 피부 관리를 위해 값비싼 제품이나 광고매체로 알려진 제품이나 또는 구전으로 선호하는

제품들을 사용할 것으로 보여 진다. 이처럼 피부관리는 중·노년층 여성에 있어 피부관리는 젊음을 유지하기 위한 수단으로 건강과 마찬가지로 중요하며, 노년 여성이 피부관리를 더 추구하는 것으로 사료된다는(류현혜, 2007)의 연구 결과를 지지 한다.

### 3) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 모발관리의 차이

중·노년층의 라이프스타일 유형에 따른 모발관리의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며 그 결과는 <표 19>과 같다.

<표 19> 라이프스타일 유형에 따른 모발관리의 차이

구분	경제적 절약형 (N=263)	과시적 소비형 (N=321)	여가 및 가족 중심형 (N=285)	F
모발관리 추구	3.188(0.749) c	3.406(0.683) b	3.553(0.611) a	19.339***
모발관리 생활	2.843(0.884) c	2.669(0.856) b	3.097(0.836) a	15.260***
모발관리 지향	3.162(0.740) b	3.556(0.791) a	3.628(0.681) a	31.919***

\*\*\* $p < 0.001$ , 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan의 다중범위검증 결과로 분류된 집단을 나타냄

분석결과 중·노년층의 라이프스타일 유형에 따라 모발관리는 ‘모발관리 추구’( $F=19.339$ ,  $p=0.000$ ), ‘모발관리 생활’( $F=15.260$ ,  $p=0.000$ ) 및 ‘모발관리 지향’( $F=31.919$ ,  $p=0.000$ ) 모두 유의수준 0.001수준에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘모발관리 추구’는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 노년으로 갈수록 모발손질에 대해 관심은 적어 질 수 있는데 이는 활동영역이 좁아지고 집에 있는 시간이 많아지면서 사람들을 만나는 횟수가 한

정될 수 밖에 없다. 이것은 자신의 외모에 대한 관심을 낮추는 배경이 될 수 있을 것이다. 따라서 연령과 상관없이 여가생활이 활발한 집단에서는 자신이 모발을 손질했을 때 관심을 보여 주는 주변인들이 있기 때문에 모발관리를 통해 자신감을 회복할 수 있을 것이다. 반면에 여가생활에 관심이 적은 경제 절약형 집단에서 모발을 통한 자신감 회복이 낮았다.

‘모발관리 생활’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 여가 및 가족 중심 집단은 미용실에서나 개인적으로 건강한 모발을 갖기 위해 꾸준한 모발관리와 두피관리에 대한 관심이 꾸준히 높다고 할 수 있다. 경제적 절약형은 집에서 직접 모발관리를 하는 집단으로 볼 수 있다. 과시적 소비형 집단에 속한 여성들은 건강한 모발에 대한 자신의 만족보다는 외모관리에 대한 타인의 시선 때문에 하는 것으로 보여 진다.

‘모발관리지향’은 여가 및 가족중심형과 과시적 소비형 집단이 경제 절약형보다 높았다. 모발관리에 대해 관심이 많고 사회활동 영역과 대인관계가 넓으며 자신의 모발을 손질했을 때 관심을 보여 주는 주변인들이 있기 때문에 외모에 대한 관심이 높다.

이상의 결과를 살펴볼 때, 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에서 여가 및 가족 중심형은 모발관리 추구, 모발관리 생활 및 모발관리 지향에서 가장 높은 것으로 나타났다. 모발손질은 화장과 더불어 여성들의 심리적 자신감이나 기분을 전환시키는 중요한 수단이라고 할 수 있다(임희정, 2002). 즉, 모발관리를 통해 자신감을 추구하는 여가 및 가족 중심형 집단은 일상생활에서 모발관리에 관심을 갖고 다양한 방법을 시도하는 것을 알 수 있다. 반면에 과시적 소비형 집단은 모발관리가 단순히 머리를 감는다라는 개념에서 벗어나 유행하는 헤어스타일 변화에 관심이 높고 모발손질을 예의라고 인식하고 있었다.

#### 4) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 화장효과의 차이

중·노년층의 라이프스타일 유형에 따른 화장효과의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며 그 결과는 <표 20>와 같다.

<표 20> 라이프스타일 유형에 따른 화장 효과의 차이

구분	경제적 절약형 (N=263)	과시적 소비형 (N=321)	여가 및 가족 중심형 (N=285)	F
화장행동 추구	3.145(0.734) c	3.327(0.667) b	3.492(0.661) a	16.897***
화장행동 생활	2.978(0.856) c	2.728(0.907) b	3.237(0.876) a	20.897***
화장행동 지향	2.483(0.856) c	2.597(0.907) b	3.124(0.876) a	18.287***

\*\*\* $p < 0.001$ , 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan의 다중범위검증 결과로 분류된 집단을 나타냄.

분석결과, 중·노년층의 라이프스타일 유형에 따라 화장효과는 ‘화장행동 추구’ ( $F=16.897$ ,  $p=0.000$ )와 ‘화장행동 생활’( $F=20.897$ ,  $p=0.000$ ), ‘화장행동 지향’ ( $F=18.287$ ,  $p=0.000$ )은 유의수준 0.001 수준에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘화장행동 추구’는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 노화의 현상 및 신체적 정신적으로 자신의 늙음을 보완하는 목적으로 화장이 중요한 심리적 기능을 수행한다(Graham, 1983)고 보여 진다.

‘화장행동 생활’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 여성들에게 화장은 자신의 외모에 대한 결점을 커버할 수 있는 가장 쉬운 수단이라고 볼 수 있다. 특히 연령이 높을수록 자신의 연령을 연소화시키는 목적으로 여성들은 화장을 선택하기 때문에 다른 사람들과 교류가 많은 집단에서 화장을 통한 사회.심리적 기대효과가 높을 것으로 판단되며, 특히 중년기의 여성들에게 화장은 타인에 대한 예의수행과 변신의 도구로서 사용된

다(이화순, 2002).

‘화장행동 지향’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다.

이상의 결과를 살펴볼 때, 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에서 여가 및 가족 중심형에서 화장행동 효과와 화장행동 생활, 화장행동 지향에서 평균 값이 가장 높은 것으로 나타났다. 여성들에게 화장은 자신의 외모에 대한 결점을 커버할 수 있는 가장 쉬운 수단이라고 볼 수 있다. 특히 연령이 높을수록 자신의 연령을 커버하는 목적으로 여성들은 화장을 선택한다. 화장을 통한 자신감 회복은 다른 수단보다 사회·심리적 기대효과가 높을 것으로 판단되며, 미에 대한 관심 중 외모관리를 하는 집단이 활동적이고 행복을 추구하는 사람들로 외모에 대한 자신감과 화장품구매력이 높게 나타났으며, 반면 경제적인 여건으로 외모를 가꾸지 못하는 여성은 자신감 결여와 일반적으로 생각하는 개성과는 차이가 있는(홍성태, 2005) 것으로 분석된다.

본 연구의 결과는 화장 후 스스로를 매력적으로 인식하고 사람들과의 만남에서 자신감과 적극적인 자세를 나타낸다(태평양화학 미용연구실, 1989)는 연구 결과와 일치 하며, 화장을 하면 사회·심리적으로 기대효과에 따른 화장행동이 대인적 적극성을 높여 주었다는 이화순(1994) 연구 결과와도 일치하였다.

##### 5) 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 색채효과

중·노년층의 여성의 라이프스타일 유형에 따른 색채기호의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며 그 결과는 <표 21>과 같다.

<표 21> 라이프스타일 유형에 따른 색채효과의 차이

구분	경제적절약형 (N=263)	과시적소비형 (N=321)	여가 및가족 중심형(N=285)	F
어울리는색 인식	3.005(0.670)c	3.501(0.664)b	3.640(0.577)a	76.276***
색조화장 사용	3.442(0.783)b	3.818(0.575)a	3.850(0.539)a	35.869***
선호색 선택	3.133(0.616)b	3.420(0.482)a	3.497(0.515)a	35.489***
유행색 선택	2.573(0.654)b	2.912(0.681)a	2.658(0.627)b	18.860***

\*\*\* $p < 0.001$ , 알파벳 소문자(a, b, c)는 Duncan의 다중범위검증 결과로 분류된 집단을 나타냄

분석결과, 중·노년층의 라이프스타일 유형에 따라 색채효과는 ‘어울리는 색 인식’( $F=76.276$ ,  $p=0.000$ ), ‘색조 화장 사용’( $F=35.869$ ,  $p=0.000$ ), ‘선호색 선택’( $F=35.489$ ,  $p=0.000$ ), 및 ‘유행색 선택’( $F=18.860$ ,  $p=0.000$ ) 모두 유의수준 0.001 수준에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘어울리는 색 인식’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 여가 및 가족 중심형 집단은 색에 관심이 화장이나 모발관리를 통해 나타난다. 이들은 평상시에도 색조화장품에 대한 관심이 높아 다양한 색상을 시도하고 모발염색도 자신에게 어울리는 색상을 추구한다.

‘색조 화장 사용’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 여가 및 가족 중심형 집단은 평소 자신에게 어울리는 색상에 대해 정확하게 알고 있어 구매시 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 화장효과에 대한 관심도 높았는데 이것은 자신에게 어울리는 색상을 알고 있으므로 그 효과를 극대화할 수 있을 것이다.

‘선호색 선택’은 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높았다. 의복을 구매하거나 화장을 할 때 자신에게 어울리는 색상을 선택하는 것은 쉽지 않다. 특히 연령이 높아질수록 자신의 어울리는 색상보다는 평소에 익숙하게 사용하던 색상을 선택하여 사용하기 때문이다.

‘유행색 선택’은 과시적 소비형이 경제 절약형 및 여가 및 가족 중심형 보다 높았다. 과시적 소비형은 선호색을 결정할 때 충동적으로 행동하고 최신 유행색으로 선택하는 것으로 나타났다. 이 같은 특징은 이 집단에 속한 중·노년층들이 차림의복, 피부관리, 모발관리, 화장효과에 있어서 비교적 최신 유행을 추구하는 것과 유사한 결과이다.

#### 4. 중·노년층 여성의 인구통계적 특성에 따른 색채기호의 차이

##### 1) 연령에 따른 색채기호의 차이

중·노년층 여성의 인구통계학적 특성과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류 색상계열, 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 22>과 같은 결과를 얻었다. 분석결과 집단 간  $p < 0.001$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 22> 연령에 따른 색채기호

(N=869)

색채기호	연령						$\chi^2$
	40-49세 (n=179)	50-59세 (n=295)	60-69세 (n=243)	70-79세 (n=106)	80세 이상 (n=46)	전체	
봄	61(73.9)	120(121.9)	<b>118(100.4)</b>	<b>48(43.8)</b>	12(19.0)	359	<b>41.138***</b>
선호색 여름	<b>69(57.3)</b>	89(94.4)	56(77.7)	<b>35(33.9)</b>	<b>29(14.7)</b>	278	
색상계열 가을	<b>36(34.0)</b>	<b>66(56.0)</b>	45(46.1)	16(20.1)	2(8.7)	165	
겨울	13(13.8)	20(22.7)	<b>24(18.7)</b>	<b>7(8.2)</b>	3(3.5)	67	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

비선호색 색상계열	봄	<b>36(27.8)</b>	<b>51(45.8)</b>	31(37.8)	11(16.5)	6(7.1)	135	<b>45.543***</b>
	여름	13(26.6)	<b>51(43.8)</b>	<b>53(36.1)</b>	10(15.7)	2(6.8)	129	
	가을	<b>56(42.2)</b>	<b>70(69.6)</b>	49(57.3)	18(25.0)	<b>12(10.9)</b>	205	
	겨울	74(82.4)	123(135.8)	110(111.9)	<b>67(48.8)</b>	<b>26(21.2)</b>	400	
기존의류 색상계열	봄	37(38.5)	50(63.5)	<b>57(52.3)</b>	<b>35(22.8)</b>	8(9.9)	187	<b>59.263***</b>
	여름	54(54.2)	89(89.3)	53(73.5)	<b>36(32.1)</b>	<b>31(13.9)</b>	263	
	가을	47(47.8)	<b>84(78.8)</b>	<b>72(64.9)</b>	25(28.3)	4(12.3)	232	
	겨울	<b>41(38.5)</b>	<b>72(63.5)</b>	<b>61(52.3)</b>	10(22.8)	<b>3(9.9)</b>	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	23(49.2)	69(81.1)	<b>76(66.8)</b>	<b>53(29.2)</b>	<b>18(12.7)</b>	239	<b>67.328***</b>
	여름	<b>110(88.2)</b>	145(145.3)	109(119.7)	39(52.2)	<b>25(22.7)</b>	428	
	가을	<b>41(33.4)</b>	<b>67(55.0)</b>	43(45.3)	9(19.8)	2(8.6)	162	
	겨울	<b>5(8.2)</b>	<b>14(13.6)</b>	<b>15(12.2)</b>	<b>5(4.9)</b>	1(2.1)	40	
어울리는 색상계열	봄	44(47.8)	69(78.8)	<b>75(64.9)</b>	<b>35(28.3)</b>	<b>9(12.3)</b>	232	<b>43.699***</b>
	여름	<b>65(59.7)</b>	90(98.4)	66(81.1)	<b>37(35.4)</b>	<b>32(15.4)</b>	290	
	가을	44(46.6)	<b>90(76.7)</b>	<b>65(63.2)</b>	25(27.6)	2(12.0)	226	
	겨울	<b>26(24.9)</b>	<b>46(41.1)</b>	<b>37(33.8)</b>	9(14.8)	<b>3(6.4)</b>	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	<b>55(38.7)</b>	<b>72(63.8)</b>	38(52.6)	17(22.9)	6(10.0)	188	<b>83.089***</b>
	여름	16(26.8)	<b>53(44.1)</b>	<b>54(36.4)</b>	5(15.9)	2(6.9)	130	
	가을	<b>48(40.2)</b>	<b>71(66.2)</b>	<b>56(54.5)</b>	10(23.8)	10(10.3)	195	
	겨울	60(73.3)	99(120.9)	95(99.5)	<b>74(43.4)</b>	<b>28(18.8)</b>	356	
피부 메이크업 제품 색상	핑크 색상계열	72(86.9)	<b>144(143.3)</b>	<b>120(118.0)</b>	<b>53(51.5)</b>	<b>33(22.3)</b>	422	<b>15.036**</b>
	베이지 색상계열	<b>107(92.1)</b>	151(151.7)	123(125.0)	53(54.5)	13(23.7)	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ , \*\*:  $p < 0.01$  ( ) 기대빈도.

첫째, 선호색 색상계열 중 봄계열은 60대와 70대에서 관찰빈도가 기대빈도

보다 높았고 여름계열은 40대, 70대 및 80대 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다. 가을계열은 40대와 50대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 60대에서 높았다. 40대에서는 여름, 봄, 가을, 겨울 계열순의 색상 선호하며, 50대와 60대 그리고 70대에서는 봄 계열색상을 가장 선호하며 다음 여름, 가을, 겨울, 순으로 나타났다. 80대 이상에서는 여름계열색상을 가장 선호하며 다음 봄, 가을, 겨울 계열순의 색상으로 나타났다.

둘째, 비선호색 색상계열에서 40대와 50대는 봄 계열에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 50대와 60대에서 기대빈도가 높았다. 가을계열은 40대, 50대 및 80대 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 70대와 80대 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가장 싫어하는 계열색상으로 40대, 50대, 70대 그리고 80대 이상에서는 겨울, 가을, 봄, 여름 계열 색상 순서로 나타났으며, 60대에서는 겨울, 가을, 여름, 봄 계열색상을 가장 싫어하는 순서로 나타났다. 대체적으로 어두운 겨울계열 색상을 싫어하는 것으로 나타났다.

셋째, 기존의류 색상계열은 60대와 70대는 봄 계열색상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 70대와 80대 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 여름계열은 50대와 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 가을과 겨울계열은 40대 및 50대와 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 현재 보유하고 있는 의류의 색상계열은 40대와 50대에서는 여름, 가을, 겨울, 봄 계열색상 순으로 나타났으며, 60대에서는 가을, 겨울, 봄, 여름 계열색상 순으로 나타났다. 70대와 80대 이상에서는 여름, 봄, 가을, 겨울 계열색상 순서로 나타났다. 대체적으로 60대 세대를 제외한 연령층에서 밝은 색상 의복을 보유하고 있는 것으로 나타났다

넷째, 선택하는 색조화장품 색상계열 60대와 70대는 봄 계열색상에서 관찰빈

도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 40대와 80대 이상 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 40대와 50대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 50대와 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

다섯째, 자신에게 어울리는 색상계열은 60대와 70대는 봄계열에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 40대, 70대 및 80대 이상 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 50대와 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 40대, 50대 및 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

여섯째, 자신에게 어울리지 않는 색상계열은 40대와 50대는 봄계열에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 50대와 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 40대, 50대 및 60대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 70대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 이상의 결과로 볼 때 현재의 중년기의 40대의 연령층은 기존의류는 가을과 겨울계열의 어두운 색을 선호하나 연령대가 높을수록 밝은 계열의 봄과 여름계열의 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

일곱째, 피부 메이크업 제품색상의 경우 베이지 색상계열은 50대, 60대, 70대 및 80대 이상 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 베이지 색상계열은 40대에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높게 나타났다.

이는 나이가 들어갈수록 좋아하는 색상계열은 봄과 여름 색상계열로 밝고 환한 색의 편안한 이미지의 색상을 좋아하고, 싫어하는 색상계열은 겨울과 가을 색상계열로 어둡고 무겁고 칙칙한 색상을 싫어하는 것으로 나타나 선행연구(조은영, 2007)와도 일치하고 있다.

## 2) 배우자 유무에 따른 색채기호의 차이

중·노년층 여성의 배우자 유무와 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존외류 색상계열, 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 23>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 기존외류의 색, 색조화장품 선호색, 어울리는 색 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.05$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 23> 배우자 유무에 따른 색채기호 (N=869)

색채 기호	배우자 유무					$\chi^2$	
	미혼 (n=27)	배우자 와 동거 (n=657)	배우자 와 사별 (n=163)	배우자 와 별거 (n=22)	전체		
선호색 색상계열	봄	9(11.2)	<b>274(271.4)</b>	66(67.3)	<b>10(8.7)</b>	359	6.856
	여름	<b>9(8.6)</b>	205(210.2)	<b>59(52.1)</b>	5(6.7)	278	
	가을	<b>7(5.1)</b>	123(124.7)	29(30.9)	<b>6(4.0)</b>	165	
	겨울	2(2.1)	<b>55(50.7)</b>	9(12.6)	1(1.6)	67	
비선호색 색상계열	봄	<b>8(4.2)</b>	<b>103(102.1)</b>	21(25.3)	3(3.3)	135	20.065
	여름	<b>2(4.0)</b>	<b>103(97.5)</b>	21(24.2)	<b>3(3.1)</b>	129	
	가을	<b>7(6.4)</b>	<b>168(155.0)</b>	28(38.5)	2(5.0)	205	
	겨울	10(12.4)	283(302.4)	<b>93(75.0)</b>	<b>14(9.7)</b>	400	
기존외류 색상계열	봄	3(5.8)	130(141.4)	<b>46(35.1)</b>	<b>8(4.5)</b>	187	22.256*
	여름	8(8.2)	195(198.8)	<b>55(49.3)</b>	5(6.4)	263	
	가을	<b>8(7.2)</b>	175(175.4)	43(43.5)	<b>6(5.6)</b>	232	
	겨울	<b>8(5.8)</b>	<b>157(141.4)</b>	19(35.1)	3(4.5)	187	
선택하는 색조화장색 상계열	봄	4(7.4)	160(180.7)	<b>66(44.8)</b>	<b>9(5.8)</b>	239	27.459**
	여름	<b>15(13.3)</b>	<b>334(323.6)</b>	70(80.3)	9(10.3)	428	
	가을	<b>8(5.0)</b>	<b>129(122.5)</b>	21(30.4)	<b>4(3.9)</b>	162	
	겨울	<b>0(1.2)</b>	<b>34(30.2)</b>	6(7.5)	<b>0(1.0)</b>	40	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

어울리는 색상계열	봄	3(7.2)	175(175.4)	<b>47(43.5)</b>	<b>7(5.6)</b>	232	<b>30.977**</b>
	여름	<b>9(9.0)</b>	214(219.3)	<b>63(54.4)</b>	4(7.0)	290	
	가을	4(7.0)	<b>172(170.9)</b>	42(42.4)	<b>8(5.5)</b>	226	
	겨울	<b>11(3.8)</b>	<b>96(91.5)</b>	11(22.7)	<b>3(2.9)</b>	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	<b>9(5.8)</b>	<b>151(142.1)</b>	26(35.3)	2(4.5)	188	<b>44.775***</b>
	여름	<b>2(4.0)</b>	<b>101(98.3)</b>	20(24.4)	<b>7(3.1)</b>	130	
	가을	5(6.1)	<b>168(147.4)</b>	<b>19(36.6)</b>	3(4.7)	195	
	겨울	11(11.1)	237(269.2)	<b>98(66.8)</b>	<b>10(8.6)</b>	356	
피부 메이크업 제품색상	핑크 색상계열	12(13.1)	311(319.0)	<b>86(79.2)</b>	<b>13(10.7)</b>	422	3.407
	베이지 색상계열	<b>15(13.9)</b>	<b>346(338.0)</b>	77(83.8)	9(11.3)	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*\*:  $P < 0.01$  \*:  $P < 0.05$ , ( )기대빈도.

첫째, 기존의류의 색에서 봄계열은 배우자와 사별하거나 배우자와 별거 중이라고 응답한 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 여름계열은 배우자와 사별한 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 미혼과 배우자와 별거중인 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 배우자와 동거하는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 색조화장품 선호색에서 봄계열은 배우자와 사별하거나 별거중인 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름과 가을계열은 미혼이거나 배우자와 동거하는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 겨울계열은 배우자와 동거하는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 자신에게 어울리는 색에서 봄계열은 배우자와 사별하거나 배우자와 별거 중이라고 응답한 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 여름계열은 배우자와 사별한 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 배우자와 동거하는 집단과 배우자와 별거중인 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다

높았고 겨울계열은 미혼, 배우자와 동거 및 배우자와 별거하는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

넷째, 어울리지 않는 색에서 봄계열은 미혼과 배우자와 동거하는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름과 가을계열은 배우자와 동거중인 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 겨울계열은 배우자와 사별한 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 이상의 결과로 볼 때 배우자와 동거하는 집단은 가을이나 겨울계열의 색상을 선호하는 것으로 나타났고 봄과 여름계열은 선호하지 않는다고 하였다. 또한 배우자와 사별한 집단의 사람들은 봄과 여름계열의 색상을 선호하는 것으로 나타나 자신의 기분이나 상태를 색채를 통해 개선하려는 노력을 볼 수 있다.

### 3) 가족형태에 따른 색채기호의 차이

중·노년층 여성의 가족형태와 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의 류 색상계열, 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 24>과 같은 결과를 얻었다. 분석결과 비선호색, 색조화장품 선호색, 어울리는 색 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.01$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 24> 가족형태에 따른 색채기호 (N=869)

선호 색상 그룹	가족형태						$\chi^2$
	미혼자녀와 함께 산다 (n=179)	결혼한 자녀와 함께 산다 (n=295)	자녀와 따로 배우자와 산다 (n=243)	혼자 산다 (n=106)	기타 (n=46)	전체	

<뒷면에 계속>

<뒷면에 계속>

선호색 색상계열	봄	185(193.3)	<b>52(48.7)</b>	<b>76(67.8)</b>	40(45.0)	<b>6(4.1)</b>	359	19.516
	여름	149(149.7)	<b>38(37.7)</b>	44(52.5)	<b>43(34.9)</b>	<b>4(3.2)</b>	278	
	가을	<b>96(88.9)</b>	15(22.4)	30(31.1)	<b>24(20.7)</b>	0(1.9)	165	
	겨울	<b>38(36.1)</b>	<b>13(9.1)</b>	<b>14(12.6)</b>	2(8.4)	<b>0(0.8)</b>	67	
비선호색 색상계열	봄	<b>86(72.7)</b>	10(18.3)	14(25.5)	<b>24(16.9)</b>	1(1.6)	135	28.846***
	여름	<b>70(69.5)</b>	<b>18(17.5)</b>	<b>29(24.3)</b>	12(16.2)	<b>0(1.5)</b>	129	
	가을	<b>121(110.4)</b>	<b>28(27.8)</b>	37(38.7)	17(25.7)	2(2.4)	205	
	겨울	191(215.4)	<b>62(54.3)</b>	<b>84(75.5)</b>	<b>56(50.2)</b>	<b>7(4.6)</b>	400	
기존의류 색상계열	봄	89(100.7)	<b>31(25.4)</b>	<b>37(35.3)</b>	<b>26(23.5)</b>	<b>4(2.2)</b>	187	20.387
	여름	133(141.6)	<b>42(35.7)</b>	45(49.6)	<b>40(33.0)</b>	<b>3(3.0)</b>	263	
	가을	<b>129(124.9)</b>	22(31.5)	<b>51(43.8)</b>	27(29.1)	<b>3(2.7)</b>	232	
	겨울	<b>117(100.7)</b>	23(25.4)	31(35.3)	16(23.5)	0(2.2)	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	94(128.7)	<b>57(32.5)</b>	<b>47(45.1)</b>	<b>37(30.0)</b>	<b>4(2.8)</b>	239	49.569***
	여름	<b>250(230.5)</b>	44(58.1)	75(80.8)	<b>55(53.7)</b>	4(4.9)	428	
	가을	<b>102(87.2)</b>	10(22.0)	<b>33(30.6)</b>	15(20.3)	<b>2(1.9)</b>	162	
	겨울	<b>22(21.5)</b>	<b>7(5.4)</b>	<b>9(7.5)</b>	2(5.0)	0(0.5)	40	
어울리는 색상계열	봄	114(124.9)	<b>35(31.5)</b>	<b>53(43.8)</b>	23(29.1)	<b>7(2.7)</b>	232	26.513**
	여름	147(156.2)	<b>44(39.4)</b>	49(54.7)	<b>49(36.4)</b>	1(3.3)	290	
	가을	<b>132(121.7)</b>	24(30.7)	42(42.7)	27(28.3)	1(2.6)	226	
	겨울	<b>75(65.2)</b>	15(16.4)	20(22.8)	10(15.2)	1(1.4)	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	<b>126(101.2)</b>	12(25.5)	26(35.5)	23(23.6)	1(2.2)	188	46.574***
	여름	<b>71(70.0)</b>	<b>22(17.7)</b>	<b>25(24.5)</b>	12(16.3)	0(1.5)	130	
	가을	<b>118(105.0)</b>	25(26.5)	<b>37(36.8)</b>	13(24.5)	2(2.2)	195	
	겨울	153(191.7)	<b>59(48.3)</b>	<b>76(67.2)</b>	<b>61(44.7)</b>	<b>7(4.1)</b>	356	
피부 메이크업 제품색상	핑크 색상계열	215(227.3)	<b>59(57.3)</b>	<b>82(79.6)</b>	<b>63(52.9)</b>	3(4.9)	422	6.623
	베이지 색상계열	<b>253(240.7)</b>	59(60.7)	82(84.4)	46(56.1)	<b>7(5.1)</b>	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*\*:  $P < 0.01$ , ( )기대빈도.

첫째, 비선호색 중 봄계열은 ‘혼자 산다’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’, ‘결혼한 자녀와 함께 산다’ 및 ‘자녀와 따로 배우자와 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’ 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’, ‘자녀와 따로 배우자와 산다’ 및 ‘혼자 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 색조화장품 선호색 중 봄계열은 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’, ‘자녀와 따로 배우자와 산다’ 및 ‘혼자 산다’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’와 ‘혼자 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’와 ‘자녀와 따로 배우자와 산다’ 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’와 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 자신에게 어울리는 색 중 봄계열은 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’와 ‘자녀와 따로 배우자와 산다’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’와 ‘혼자 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열과 겨울계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’ 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

넷째, 자신에게 어울리지 않는 색 중 중 봄계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’, ‘결혼한 자녀와 함께 산다’ 및 ‘자녀와 따로 배우자와 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 ‘미혼의 자녀와 함께 산다’와 ‘자녀와 따로 배우자와 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 겨울계열은 ‘결혼한 자녀와 함께 산다’와 ‘자녀와 따로 배우자와 산

다’ 및 ‘혼자 산다’는 집단에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

이상의 결과로 볼 때 배우자와 동거하는 집단은 가을이나 겨울계열의 색상을 선호하는 것으로 나타났고 봄과 여름계열은 선호하지 않는다고 하였다. 또한 배우자와 사별한 집단의 사람들은 봄과 여름계열의 색상을 선호하는 것으로 나타나 자신의 기분이나 상태를 색채를 통해 개선하려는 노력을 볼 수 있다.

#### 4) 학력에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 학력과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류 색상계열, 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 25>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 선호색, 비선호색, 기존의류의 색, 색조화장품 선호색, 어울리는 색 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.01$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 25> 학력에 따른 색채기호 (N=869)

색채기호	학력						$\chi^2$
	무학 (n=20)	초등학교 중퇴 및 졸업 (n=112)	중학교 중퇴 및 졸업 (n=142)	고등학교 중퇴 및 졸업 (n=350)	전문대 이상 (n=245)	전체	
선호색	4(8.3)	<b>52(46.3)</b>	<b>80(58.7)</b>	140(144.6)	83(101.2)	359	<b>47.521***</b>
비선호색	<b>15(6.4)</b>	34(35.8)	26(45.4)	<b>113(112.0)</b>	<b>90(78.4)</b>	278	
기존의류	1(3.8)	14(21.3)	23(27.0)	<b>76(66.5)</b>	<b>51(46.5)</b>	165	
색조화장	0(1.5)	<b>12(8.6)</b>	<b>13(10.9)</b>	21(27.0)	<b>21(18.9)</b>	67	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

비선호색 색상계열	봄	2(3.1)	9(17.4)	14(22.1)	<b>62(54.4)</b>	<b>48(38.1)</b>	135	<b>26.437**</b>
	여름	0(3.0)	<b>26(16.6)</b>	<b>23(21.1)</b>	50(52.0)	30(36.4)	129	
	가을	3(4.7)	26(26.4)	<b>34(33.5)</b>	80(82.6)	<b>62(57.8)</b>	205	
	겨울	<b>15(9.2)</b>	51(51.6)	<b>71(65.4)</b>	158(161.1)	105(112.8)	400	
기존의류 색상계열	봄	1(4.3)	<b>28(24.1)</b>	<b>49(30.6)</b>	63(75.3)	46(52.7)	187	<b>50.085***</b>
	여름	<b>16(6.1)</b>	<b>41(33.9)</b>	33(43.0)	99(105.9)	74(74.1)	263	
	가을	3(5.3)	22(29.9)	35(37.9)	<b>100(93.4)</b>	<b>72(65.4)</b>	232	
	겨울	0(4.3)	21(24.1)	25(30.6)	<b>88(75.3)</b>	<b>53(52.7)</b>	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	<b>9(5.5)</b>	<b>48(30.8)</b>	<b>58(39.1)</b>	82(96.3)	42(67.4)	239	<b>71.760***</b>
	여름	<b>11(9.9)</b>	43(55.2)	59(69.9)	<b>175(172.4)</b>	<b>140(120.7)</b>	428	
	가을	0(3.7)	10(20.9)	16(26.5)	<b>78(65.2)</b>	<b>58(45.7)</b>	162	
	겨울	0(0.9)	<b>11(5.2)</b>	<b>9(6.5)</b>	15(16.1)	5(11.3)	40	
어울리는 색상계열	봄	1(5.3)	29(29.9)	<b>63(37.9)</b>	80(93.4)	59(65.4)	232	<b>58.374***</b>
	여름	<b>18(6.7)</b>	<b>40(37.4)</b>	37(47.4)	112(116.8)	<b>83(81.8)</b>	290	
	가을	1(5.2)	<b>30(29.1)</b>	27(36.9)	<b>99(91.0)</b>	<b>69(63.7)</b>	226	
	겨울	0(2.8)	13(15.6)	15(19.8)	<b>59(48.7)</b>	34(34.1)	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	2(4.3)	15(24.2)	19(30.7)	<b>79(75.7)</b>	<b>73(53.0)</b>	188	<b>40.987***</b>
	여름	1(3.0)	<b>17(16.8)</b>	<b>25(21.2)</b>	<b>56(52.4)</b>	31(36.7)	130	
	가을	1(4.5)	21(25.1)	<b>32(31.9)</b>	<b>80(78.5)</b>	<b>61(55.0)</b>	195	
	겨울	<b>16(8.2)</b>	<b>59(45.9)</b>	<b>66(58.2)</b>	135(143.4)	80(100.4)	356	
피부 메이크업 제품색상	핑크 색상계열	<b>14(9.7)</b>	<b>57(54.4)</b>	<b>76(69.0)</b>	162(170)	113(119.0)	422	6.631
	베이지 색상계열	6(10.3)	55(57.6)	66(73.0)	<b>188(180.0)</b>	<b>132(126.0)</b>	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*\*:  $P < 0.01$ , ( )기대빈도.

첫째, 선호색 중 봄계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘중학교 중퇴 및 졸업’

에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 여름계열은 ‘무학’, ‘고등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 겨울계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’, ‘중학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 비선호색 중 봄계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았고 여름계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을계열은 ‘중학교 중퇴 및 졸업’과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았고 겨울계열은 ‘무학’과 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다.

셋째, 기존의류의 선호색 중 봄계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았고 여름계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을과 겨울계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다.

넷째, 선택하는 색조화장품 색상계열 봄계열은 ‘무학’, ‘초등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 여름계열은 ‘무학’, ‘고등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 겨울계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’, ‘중학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

다섯째, 자신에게 어울리는 색은 봄계열은 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘무학’, ‘초등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’, ‘고등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대

빈도가 높았다. 겨울계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

다섯째, 자신에게 안어울리는 색상 중 봄계열은 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’ 과 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 ‘초등학교 중퇴 및 졸업’, ‘중학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘고등학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 가을계열은 ‘중학교 중퇴 및 졸업’, ‘고등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘전문대 이상’에서 관찰빈도가 기대빈도가 높았다. 겨울계열은 ‘무학’, ‘초등학교 중퇴 및 졸업’ 및 ‘중학교 중퇴 및 졸업’에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

이상의 결과로 볼 때 학력이 높을수록 차분한 가을, 겨울계열 색상을 선호하는 것으로 나타났는데 그것은 색상을 통해 자신의 지적인 수준을 나타내려고 하는 것으로 보여 진다. 따라서 학력과 색채기호는 높은 상관성이 있는 것으로 판단된다.

##### 5) 가구소득에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 학력과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 26>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 색조화장품 선호색과 피부 메이크업제품색상에서 집단 간  $p < 0.001$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 26> 가구소득에 따른 색채기호의 차이

(N=869)

색채기호	가족구성원의 월 소득액	$\chi^2$
------	--------------	----------

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

		100만원 미만 (n=10)	200만원 미만 (n=72)	300만원 미만 (n=199)	400만원 미만 (n=260)	500만원 미만 (n=191)	500만원 이상 (n=137)	전체	
선호색 색상계열	봄	2(4.1)	<b>36(29.7)</b>	<b>94(82.2)</b>	96(107.4)	78(78.9)	53(56.6)	359	22.405
	여름	<b>6(3.2)</b>	18(23.0)	55(63.7)	82(83.2)	<b>63(61.1)</b>	<b>54(43.8)</b>	278	
	가을	<b>2(1.9)</b>	11(13.7)	35(37.8)	<b>64(49.4)</b>	31(36.3)	22(26.0)	165	
	겨울	0(0.8)	<b>7(5.6)</b>	15(15.3)	18(20.0)	<b>19(14.7)</b>	8(10.6)	67	
비선호색 색상계열	봄	1(1.6)	7(11.2)	26(30.9)	<b>41(40.4)</b>	<b>35(29.7)</b>	<b>25(21.3)</b>	135	19.356
	여름	0(1.5)	7(10.7)	<b>37(29.5)</b>	<b>45(38.6)</b>	24(28.4)	16(20.3)	129	
	가을	2(2.4)	<b>17(17.0)</b>	45(46.9)	52(61.3)	<b>54(45.1)</b>	<b>35(32.3)</b>	205	
	겨울	<b>7(4.6)</b>	<b>41(33.1)</b>	91(91.6)	<b>122(119.7)</b>	78(87.9)	61(63.1)	400	
기존의류 색상계열	봄	2(2.2)	<b>22(15.5)</b>	<b>52(42.8)</b>	47(55.9)	36(41.1)	28(29.5)	187	17.744
	여름	<b>5(3.0)</b>	<b>26(21.8)</b>	59(60.2)	75(78.7)	<b>58(57.8)</b>	40(41.5)	263	
	가을	2(2.7)	10(19.2)	47(53.1)	<b>81(69.4)</b>	<b>53(51.0)</b>	<b>39(36.6)</b>	232	
	겨울	1(2.2)	14(15.5)	41(42.8)	<b>57(55.9)</b>	<b>44(41.1)</b>	<b>30(29.5)</b>	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	<b>5(2.8)</b>	<b>33(19.8)</b>	<b>68(54.7)</b>	64(71.5)	40(52.5)	29(37.7)	239	<b>38.749***</b>
	여름	3(4.9)	31(35.5)	84(98.0)	<b>131(128.1)</b>	<b>108(94.1)</b>	<b>71(67.5)</b>	428	
	가을	<b>2(1.9)</b>	6(13.4)	33(37.1)	<b>51(48.5)</b>	<b>36(35.6)</b>	<b>34(25.5)</b>	162	
	겨울	0(0.5)	2(3.3)	<b>14(9.2)</b>	<b>14(12.0)</b>	7(8.8)	3(6.3)	40	
어울리는 색상계열	봄	<b>5(2.7)</b>	<b>22(19.2)</b>	<b>54(53.1)</b>	66(69.4)	<b>60(51.0)</b>	25(36.6)	232	21.569
	여름	3(3.3)	<b>30(24.0)</b>	<b>67(66.4)</b>	83(86.8)	58(63.7)	<b>49(45.7)</b>	290	
	가을	2(2.6)	12(18.7)	<b>53(51.8)</b>	<b>79(67.6)</b>	41(49.7)	<b>39(35.6)</b>	226	
	겨울	<b>0(1.4)</b>	<b>8(10.0)</b>	25(27.7)	32(36.2)	<b>32(26.6)</b>	<b>24(19.1)</b>	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	2(2.2)	<b>16(15.6)</b>	35(43.1)	51(56.2)	<b>47(41.3)</b>	<b>37(29.6)</b>	188	24.161
	여름	<b>0(1.5)</b>	7(10.8)	<b>42(29.8)</b>	<b>43(38.9)</b>	25(28.6)	13(20.5)	130	
	가을	2(2.2)	13(16.2)	44(44.7)	52(58.3)	<b>45(42.9)</b>	<b>39(30.7)</b>	195	
	겨울	<b>6(4.1)</b>	<b>36(29.5)</b>	78(81.5)	<b>114(106.5)</b>	74(78.2)	48(56.1)	356	
피부 메이크업 제품색상	핑크 색상계열	<b>5(4.9)</b>	<b>44(35.0)</b>	87(96.6)	112(126.3)	<b>104(92.8)</b>	<b>70(66.5)</b>	422	<b>12.551*</b>
	베이지 색상계열	5(5.1)	28(37.0)	<b>112(102.4)</b>	<b>148(133.7)</b>	87(98.2)	67(70.5)	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ , ( ) 기대빈도.

첫째, 선택하는 색조화장 색상계열 중 봄 계열색상은 100만원 미만, 200만원 미만 및 300만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름과 가을 계열색상은 400만원 미만, 500만원 미만 및 500만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았으며, 겨울 계열색상은 300만원 미만과 400만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 피부메이크업 제품색상 중 핑크색상계열은 100만원 미만, 200만원 미만, 500만원 미만 및 500만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 베이지 색상계열은 300만원 미만과 400만원 미만 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

이상의 결과로 볼 때 소득이 높을수록 가을과 겨울 계열색상을 선호하는 것으로 나타났다. 이것은 학력과 유사한 결과로 학력과 소득이 높을수록 차분한 계열색상을 선호하는 것으로 알 수 있다.

#### 6) 의류 구입비용에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 의류 구입비용과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의 류 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$ 분석으로 검증한 결과 <표 27>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.05$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 27> 의류 구입비용에 따른 색채기호 (N=869)

색채 기호	의류 구입비						$\chi^2$
	5만원 미만 (n=235)	5-10만원 미만 (n=258)	10-15만원 미만 (n=132)	15-20만원 미만 (n=119)	20만원 이상 (n=125)	전체	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

선호색 색상계열	봄	<b>116(97.1)</b>	<b>107(106.6)</b>	41(54.5)	46(49.2)	49(51.6)	359	26.364**
	여름	73(75.2)	76(82.5)	41(42.2)	38(38.1)	<b>50(40.0)</b>	278	
	가을	34(44.6)	<b>50(49.0)</b>	<b>39(25.1)</b>	<b>24(22.6)</b>	18(23.7)	165	
	겨울	12(18.1)	<b>25(19.9)</b>	<b>11(10.2)</b>	<b>11(9.2)</b>	8(9.6)	67	
비선호색 색상계열	봄	20(36.5)	38(40.1)	<b>28(20.5)</b>	<b>25(18.5)</b>	<b>24(19.4)</b>	135	21.544*
	여름	32(34.9)	<b>44(38.3)</b>	<b>22(19.6)</b>	13(17.7)	18(18.6)	129	
	가을	<b>62(55.4)</b>	58(60.9)	25(31.1)	<b>32(28.1)</b>	28(29.5)	205	
	겨울	<b>121(108.2)</b>	118(118.8)	57(60.8)	49(54.8)	55(57.5)	400	
기존의류 색상계열	봄	<b>58(50.6)</b>	52(55.5)	25(28.4)	19(25.6)	<b>33(26.9)</b>	187	9.051
	여름	<b>74(71.1)</b>	<b>80(78.1)</b>	38(39.9)	36(36.0)	35(37.8)	263	
	가을	57(62.7)	66(68.9)	<b>39(35.2)</b>	<b>39(31.8)</b>	31(33.4)	232	
	겨울	46(50.6)	<b>60(55.5)</b>	<b>30(28.4)</b>	25(25.6)	26(26.9)	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	<b>92(64.6)</b>	68(71.0)	29(36.3)	23(32.7)	27(34.4)	239	39.305***
	여름	94(115.7)	125(127.1)	<b>80(65.0)</b>	<b>66(58.6)</b>	<b>63(61.6)</b>	428	
	가을	35(43.8)	<b>50(48.1)</b>	18(24.6)	<b>26(22.2)</b>	<b>33(23.3)</b>	162	
	겨울	<b>14(10.8)</b>	<b>15(11.9)</b>	5(6.1)	<b>4(5.5)</b>	2(5.8)	40	
어울리는 색상계열	봄	<b>76(62.7)</b>	66(68.9)	30(35.2)	30(31.8)	30(33.4)	232	19.025
	여름	<b>83(78.4)</b>	<b>87(86.1)</b>	36(44.1)	36(39.7)	<b>48(41.7)</b>	290	
	가을	48(61.1)	<b>72(67.1)</b>	<b>46(34.3)</b>	29(30.9)	31(32.5)	226	
	겨울	28(32.7)	33(35.9)	<b>20(18.4)</b>	<b>24(16.6)</b>	16(17.4)	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	40(50.8)	51(55.8)	<b>34(28.6)</b>	<b>37(25.7)</b>	26(27.0)	188	22.234*
	여름	<b>37(35.2)</b>	<b>42(38.6)</b>	17(19.7)	17(17.8)	17(18.7)	130	
	가을	51(52.7)	<b>61(57.9)</b>	19(29.6)	<b>31(26.7)</b>	<b>33(28.0)</b>	195	
	겨울	<b>107(96.3)</b>	104(105.7)	<b>62(54.1)</b>	34(48.8)	49(51.2)	356	
피부 메이크업 제품 색상	핑크 색상계열	104(114.19)	<b>129(125.3)</b>	<b>68(64.1)</b>	<b>59(57.8)</b>	<b>62(60.7)</b>	422	2.523
	베이지 색상계열	<b>131(120.9)</b>	129(132.7)	64(67.9)	60(61.2)	63(64.3)	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*\*:  $P < 0.01$  \*:  $P < 0.05$ , ( )기대빈도.

첫째, 선호색 색상계열 중 봄계열은 5만원 미만, 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름계열은 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을과 겨울계열은 5-10만원 미만, 10-15만원 미만 및 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 비선호색 색상계열 중 봄 계열은 10-15만원 미만, 15-20만원 미만 및 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름계열은 5-10만원 미만과 10-15만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 5만원 미만과 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 겨울계열은 5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 선택하는 색조화장 색상계열 중 봄 계열은 5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름계열은 10-15만원 미만, 15-20만원 미만 및 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 5-10만원, 15-20만원 미만 및 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 겨울계열은 5만원 미만과 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

넷째, 자신에게 어울리지 않는 색상계열 중 봄계열은 10-15만원 미만과 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름계열은 5만원 미만과 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 5-10만원 미만, 15-20만원 미만 및 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 겨울계열은 5만원 미만과 10-15만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

이상의 결과로 볼 때 의류구입 비용에 따른 색채기호는 봄과 여름 계열색상을 대체적으로 선호하며 어두운 겨울 계열색상은 기피하는 것으로 나타났다.

7) 화장품 구입비용에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 화장품 구입비용과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존 의류 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 28>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 기존의류의 색상계열, 색조화장품 색상계열, 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.001$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 28> 화장품 구입비용에 따른 색채기호 (N=869)

색채기호	화장품 구입비용							$\chi^2$	
	1만원 미만 (n=115)	1-3만원 미만 (n=181)	3-5만원 미만 (n=242)	5-10만원 미만 (n=203)	10만원 이상 (n=126)	기타 (n=2)	전체		
선호색 색상계열	봄	<b>52(47.5)</b>	<b>85(74.8)</b>	92(100.0)	81(83.9)	48(52.1)	<b>1(0.8)</b>	359	17.158
	여름	<b>39(36.8)</b>	52(57.9)	73(77.4)	<b>63(64.9)</b>	<b>51(40.3)</b>	0(0.6)	278	
	가을	17(21.8)	30(34.4)	<b>56(45.9)</b>	<b>45(38.5)</b>	16(23.9)	<b>1(0.4)</b>	165	
	겨울	7(8.9)	<b>14(14.0)</b>	<b>21(18.7)</b>	14(15.7)	<b>11(9.7)</b>	0(0.2)	67	
비선호색 색상계열	봄	11(17.9)	20(28.1)	<b>45(37.6)</b>	<b>35(31.5)</b>	<b>24(19.6)</b>	0(0.3)	135	24.211
	여름	12(17.1)	<b>39(26.9)</b>	<b>38(35.9)</b>	24(30.1)	16(18.7)	0(0.3)	129	
	가을	<b>31(27.1)</b>	37(42.7)	58(57.1)	45(47.9)	<b>34(29.7)</b>	0(0.5)	205	
	겨울	<b>61(52.9)</b>	<b>85(83.3)</b>	101(111.4)	<b>99(93.4)</b>	52(58.0)	<b>2(0.9)</b>	400	
기존의류 색상계열	봄	<b>31(24.7)</b>	<b>39(38.9)</b>	41(52.1)	<b>47(43.7)</b>	<b>28(27.1)</b>	<b>1(0.4)</b>	187	27.057*
	여름	<b>45(34.8)</b>	54(54.8)	67(73.2)	55(61.4)	<b>42(38.1)</b>	0(0.6)	263	
	가을	19(30.7)	45(48.3)	<b>71(64.6)</b>	<b>68(54.2)</b>	28(33.6)	<b>1(0.5)</b>	232	
	겨울	20(24.7)	<b>43(38.9)</b>	<b>63(52.1)</b>	33(43.7)	<b>28(27.1)</b>	0(0.4)	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	<b>52(31.6)</b>	<b>60(49.8)</b>	57(66.6)	40(55.8)	30(34.7)	0(0.6)	239	58.635***
	여름	50(56.6)	73(89.1)	<b>125(119.2)</b>	<b>111(100.0)</b>	<b>69(62.1)</b>	0(1.0)	428	
	가을	9(21.4)	31(33.7)	<b>50(45.1)</b>	<b>47(37.8)</b>	23(23.5)	<b>2(0.4)</b>	162	
	겨울	4(5.3)	<b>17(8.3)</b>	10(11.1)	5(9.3)	4(5.8)	0(0.1)	40	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

어울리는 색상계열	봄	<b>41(30.7)</b>	43(48.3)	61(64.6)	<b>56(54.2)</b>	30(33.6)	<b>1(0.5)</b>	232	21.135
	여름	<b>45(38.4)</b>	<b>61(60.4)</b>	75(80.8)	58(67.7)	<b>51(42.0)</b>	0(0.7)	290	
	가을	17(29.9)	<b>53(47.1)</b>	<b>69(62.9)</b>	<b>58(52.8)</b>	28(32.8)	<b>1(0.5)</b>	226	
	겨울	12(16.0)	24(25.2)	<b>37(33.7)</b>	<b>31(28.3)</b>	17(17.5)	0(0.3)	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	24(24.9)	30(39.2)	<b>55(52.4)</b>	<b>56(43.9)</b>	23(27.3)	0(0.4)	188	30.148*
	여름	11(17.2)	<b>39(27.1)</b>	<b>39(36.2)</b>	29(30.4)	12(18.8)	0(0.3)	130	
	가을	24(25.8)	34(40.6)	50(54.3)	<b>46(45.6)</b>	<b>41(28.3)</b>	0(0.4)	195	
	겨울	<b>56(47.1)</b>	<b>78(74.1)</b>	98(99.1)	72(83.2)	50(51.6)	<b>2(0.8)</b>	356	
피부 메이크업 제품 색상	핑크 색상계열	<b>65(55.8)</b>	76(87.9)	112(117.5)	<b>103(98.6)</b>	<b>65(61.2)</b>	<b>1(1.0)</b>	422	7.400
	베이지 색상계열	50(59.2)	<b>105(93.1)</b>	<b>130(124.5)</b>	100(104.4)	61(64.8)	<b>1(1.0)</b>	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*\*:  $P < 0.01$  \*:  $P < 0.05$ , ( )기대빈도.

첫째, 기존의류 색상계열 중 봄 계열색상은 1만원 미만, 1-3만원 미만, 5-10만원 미만 및 10만원 이상은 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름 계열색상은 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 3-5만원 미만과 5-10만원 미만은 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 겨울 계열색상은 1-3만원 미만, 3-5만원 미만 및 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 색조화장품 색상계열, 중 봄 계열색상은 1만원 미만과 1-3만원 미전에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름 계열색상은 3-5만원 미만, 5-10만원 미만 및 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 3-5만원 미만과 5-10만원은 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울 계열색상은 1-3만원 미전에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 자신에게 안 어울리는 색상계열, 중 봄 계열색상은 3-5만원 미만과 5-10만원 미전에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름 계열색상은 1-3만

원 미만과 3-5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 5-10만원 미만과 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울 계열색상은 1만원 미만과 1-3만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

이상의 결과로 볼 때 의류구입비가 10만원 이상인 집단은 가을과 겨울 계열색상을 선호하고 색조화장품 색상계열은 여름과 가을계열을 선호하는 것으로 나타나 의류구입비가 색상을 선택하는 중요한 요인임을 알 수 있다. 특히 비선호색 색상계열이나 자신에게 어울리지 않는 색상계열의 경우 봄과 여름 계열색상을 선택하는 것으로 나타났다.

### 8) 피부관리 비용에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 피부관리 비용과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의 류 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 29>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 선호하는 색, 색조화장품 선호색 및 어울리지 않는 색에서 집단 간  $p < 0.05$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 29> 피부관리 비용에 따른 색채기호 (N=869)

색채기호	피부 관리비용							$\chi^2$
	5만원 미만 (n=500)	5-10만원 미만 (n=168)	10-15만원 미만 (n=60)	15-20만원 미만 (n=26)	20만원 이상 (n=27)	기타 (n=88)	전체	
봄	227(206.6)	57(69.4)	24(24.8)	6(10.7)	14(11.2)	31(36.4)	359	27.434*
선호색 여름	149(160.0)	55(53.7)	17(19.2)	12(8.3)	10(8.6)	35(28.2)	278	
색상계열 가을	85(94.9)	47(31.9)	11(11.4)	5(4.9)	2(5.1)	15(16.7)	165	
겨울	39(38.6)	9(13.0)	8(4.6)	3(2.0)	1(2.1)	7(6.8)	67	

<뒷면에 계속>

<앞면에서 계속>

비선호색 색상계열	봄	69(77.7)	<b>34(26.1)</b>	<b>15(9.3)</b>	<b>5(4.0)</b>	3(4.2)	9(13.7)	135	17.358
	여름	73(74.2)	24(24.9)	6(8.9)	3(3.9)	<b>4(4.0)</b>	<b>19(13.1)</b>	129	
	가을	<b>118(118.0)</b>	<b>42(39.6)</b>	<b>15(14.2)</b>	5(6.1)	4(6.4)	<b>21(20.8)</b>	205	
	겨울	<b>240(230.1)</b>	68(77.3)	24(27.6)	<b>13(12.0)</b>	<b>16(12.4)</b>	39(40.5)	400	
기존의류 색상계열	봄	106(107.6)	35(36.2)	<b>16(12.9)</b>	<b>6(5.6)</b>	<b>9(5.8)</b>	15(18.9)	187	12.706
	여름	150(151.3)	47(50.8)	13(18.2)	<b>9(7.9)</b>	8(8.2)	<b>36(26.6)</b>	263	
	가을	<b>136(133.5)</b>	<b>50(44.9)</b>	<b>18(16.0)</b>	5(6.9)	6(7.2)	17(23.5)	232	
	겨울	<b>108(107.6)</b>	36(36.2)	<b>13(12.9)</b>	<b>6(5.6)</b>	4(5.8)	<b>20(18.9)</b>	187	
선택하는 색조화장 색상계열	봄	<b>138(137.5)</b>	35(46.2)	14(16.5)	2(7.2)	<b>11(7.4)</b>	<b>39(24.2)</b>	239	37.820***
	여름	238(246.3)	<b>90(82.7)</b>	<b>37(29.6)</b>	<b>18(12.8)</b>	13(13.3)	32(43.3)	428	
	가을	<b>97(93.2)</b>	<b>39(31.3)</b>	7(11.2)	<b>6(4.8)</b>	2(5.0)	11(16.4)	162	
	겨울	<b>27(23.0)</b>	4(7.7)	2(2.8)	0(1.2)	1(1.2)	<b>6(4.1)</b>	40	
어울리는 색상계열	봄	<b>141(133.5)</b>	39(44.9)	<b>21(16.0)</b>	3(6.9)	7(7.2)	21(23.5)	232	16.802
	여름	<b>171(166.9)</b>	54(56.1)	12(20.0)	<b>12(8.7)</b>	<b>9(9.0)</b>	<b>32(29.4)</b>	290	
	가을	120(130.0)	<b>54(43.7)</b>	<b>16(15.6)</b>	5(6.8)	<b>8(7.0)</b>	<b>23(22.9)</b>	226	
	겨울	68(69.6)	21(23.4)	<b>11(8.4)</b>	<b>6(3.6)</b>	3(3.8)	12(12.3)	121	
어울리지 않는 색상계열	봄	104(108.2)	<b>49(36.3)</b>	12(13.0)	<b>6(5.6)</b>	<b>6(5.8)</b>	11(19.0)	188	25.390*
	여름	<b>81(74.8)</b>	24(25.1)	7(9.0)	2(3.9)	1(4.0)	<b>15(13.2)</b>	130	
	가을	105(112.2)	33(37.7)	<b>20(13.5)</b>	<b>10(5.8)</b>	4(6.1)	<b>23(19.7)</b>	195	
	겨울	<b>210(204.8)</b>	62(68.8)	21(24.6)	8(10.7)	<b>16(11.1)</b>	<b>39(36.1)</b>	356	
피부 메이크업 제품 색상 색상계열	핑크 색상계열	227(242.8)	<b>90(81.6)</b>	<b>31(29.1)</b>	12(12.6)	<b>15(13.1)</b>	<b>47(42.7)</b>	422	5.337
	베이지 색상계열	<b>273(257.2)</b>	78(86.4)	29(30.9)	<b>14(13.4)</b>	12(13.9)	41(45.3)	447	

주. \*\*\*:  $P < 0.001$ . \*:  $P < 0.05$ , ( )기대빈도.

첫째, 선호하는 색상계열 중 봄 계열색상은 5만원 미만과 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름 계열색상은 5-10만원 미만, 15-20만원 미만 및 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 5-10만원 미만과 15-20만원 미만은 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울 계열색상은 5만원 미만과 15만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 색조화장품 색상계열 중 봄 계열색상은 5만원 미만과 20만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름 계열색상은 5-10만원 미만, 10-15만원 미만 및 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 5만원 미만, 5-10만원 미만 및 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울 계열색상은 5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 자신에게 안 어울리는 색상계열 중 봄 계열색상은 10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름 계열색상은 5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을 계열색상은 10-15만원 미만과 10-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울 계열색상은 5만원 미만과 15-20만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

중·노년층 여성들에게 피부관리는 젊음을 유지하기 위한 수단으로 건강과 마찬가지로 중요하며, 아름다운 피부를 갖고 싶어하는 열망은 연령이 높을수록, 생활수준과 외모만족도가 높을수록 피부관리를 더 추구 하는 것으로 나타나(임혜원, 1999) 본 연구를 지지하고 있다.

#### 9) 모발관리 비용에 따른 색채기호의 차이

중·노년층의 모발관리 비용과 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업제품색상에 관해 교차분석을 이용하여  $\chi^2$  분석으로 검증한 결과 <표 30>와 같은 결과를 얻었다. 분석결과 비선호하는 색상계열, 기존의류 색상계열 및 선택하는 색조화장품 색상계열에서 집단 간  $p < 0.05$  수준에서 유의한 차이가 나타났다.

<표 30> 모발관리 비용에 따른 색채기호

(N=869)

색채기호	모발 관리비						X <sup>2</sup>
	1만원 미만 (n=129)	1-3만원 미만 (n=232)	3-5만원 미만 (n=324)	5-10만원 미만 (n=141)	10만원 이상 (n=43)	전체	
선호색							11.715
봄	66(53.3)	91(95.8)	134(133.9)	51(58.2)	17(17.8)	359	
여름	39(41.3)	79(74.2)	95(103.7)	51(45.1)	14(13.8)	278	
가을	16(24.5)	44(44.1)	70(61.5)	28(26.8)	7(8.2)	165	
겨울	8(9.9)	18(17.9)	25(25.0)	11(10.9)	5(3.3)	67	
비선호색							24.211*
봄	12(20.0)	<b>37(36.0)</b>	<b>53(50.3)</b>	<b>29(21.9)</b>	<b>4(6.7)</b>	135	
여름	<b>7(19.1)</b>	<b>39(34.4)</b>	<b>57(48.1)</b>	<b>19(20.9)</b>	7(6.4)	129	
가을	<b>37(30.4)</b>	<b>50(54.7)</b>	<b>70(76.4)</b>	33(33.3)	<b>15(10.1)</b>	205	
겨울	<b>73(59.4)</b>	<b>106(106.8)</b>	<b>144(149.1)</b>	<b>60(64.9)</b>	<b>17(19.8)</b>	400	
기존의류							21.018*
봄	38(27.8)	<b>47(49.9)</b>	<b>61(69.7)</b>	<b>30(30.3)</b>	11(9.3)	187	
여름	49(39.0)	75(70.2)	<b>88(98.1)</b>	<b>39(42.7)</b>	<b>12(13.0)</b>	263	
가을	<b>22(34.4)</b>	<b>56(61.9)</b>	103(86.5)	41(37.6)	<b>10(11.5)</b>	232	
겨울	<b>20(27.8)</b>	54(49.9)	72(69.7)	31(30.3)	10(9.3)	187	
선택하는 색조화장							29.153**
봄	54(35.5)	66(63.8)	<b>75(89.1)</b>	<b>29(38.8)</b>	15(11.8)	239	
여름	<b>50(63.5)</b>	<b>112(114.3)</b>	166(159.6)	80(69.4)	<b>20(21.2)</b>	428	
가을	<b>23(24.0)</b>	<b>42(43.2)</b>	61(60.4)	29(26.3)	<b>7(8.0)</b>	162	
겨울	<b>2(5.9)</b>	12(10.7)	22(14.9)	<b>3(6.5)</b>	<b>1(2.0)</b>	40	
어울리는 색상계열							16.030
봄	45(34.4)	62(61.9)	78(86.5)	35(37.6)	12(11.5)	232	
여름	48(43.0)	83(77.4)	99(108.1)	46(47.1)	14(14.3)	290	
가을	24(33.5)	58(60.3)	99(84.3)	36(36.7)	9(11.2)	226	
겨울	12(18.0)	29(32.3)	48(45.1)	24(19.6)	8(6.0)	121	
어울리지 않는 색상계열							19.332
봄	20(27.9)	45(50.2)	83(70.1)	33(30.5)	7(9.3)	188	
여름	14(19.3)	39(34.7)	57(48.5)	15(21.1)	5(6.4)	130	
가을	30(28.9)	50(52.1)	65(72.7)	36(31.6)	14(9.6)	195	
겨울	65(52.8)	98(95.0)	119(132.7)	57(57.8)	17(17.6)	356	
피부 메이크업 제품 색상							7.283
핑크 색상계열	74(62.6)	108(112.7)	147(157.3)	68(68.5)	25(20.9)	422	
베이지 색상계열	55(66.4)	124(119.3)	177(166.7)	73(72.5)	18(22.1)	447	

주. \*:  $P < 0.05$ , ( )기대빈도.

첫째, 비선호하는 색상계열 중 봄 계열은 1-3만원 미만, 3-5만원 미만 및 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름계열은 1-3만원 미만, 3-5만원 미만 및 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 1만원 미만과 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 겨울계열은 1만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

둘째, 기존의류의 색상계열 중 봄 계열은 1만원 미만과 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고, 여름계열은 1만원 미만과 3-5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 가을계열은 3-5만원 미만과 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 겨울계열은 1-3만원 미만, 3-5만원 미만, 5-10만원 미만 및 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

셋째, 선택하는 색조화장품 색상계열 봄 계열은 1만원 미만, 1-3만원 미만 및 10만원 이상에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았고 여름과 가을계열은 3-5만원 미만과 5-10만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다. 겨울계열은 1-3만원 미만과 3-5만원 미만에서 관찰빈도가 기대빈도보다 높았다.

## V. 결 론

본 연구는 40대 이상의 중·노년층 여성의 연령, 결혼상태, 가족구성, 학력, 경제력에 따른 라이프스타일을 파악하고, 외모관리효과 색채기호를 도출하는데 그 목적이 있었다.

색채기호의 주요한 요인이라 할 수 있는 선행 연구들을 토대로 난색과 한색 그리고 절기색채인 봄, 여름, 가을, 겨울 색상계열을 바탕으로 중·노년층 여성들의 라이프스타일에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대하여 분석하였다.

### 1. 중·노년층 여성의 라이프스타일에 따른 유형을 살펴본다.

중·노년층 여성의 라이프스타일에서는 요인분석 결과 총 5개의 요인이 추출되었다. 그 요인들은 경제적 절약, 과시적 소비, 자신감 지향, 가족중심, 여가활용으로 명명하였다. 라이프스타일 특성을 측정하기 위하여 5개 요인을 추출하였다. 그 요인들은 경제적 절약형, 과시적 소비형, 여가 및 가족 중심형으로 명명하였다.

### 2. 중·노년층 여성의 외모관리효과와 색채기호의 유형을 살펴본다.

외모관리효과 중 차림의복 효과에 대해 3개의 요인을 추출하여, 차림의복 추구, 차림의복 생활, 차림의복 지향으로 명명하였다. 피부관리 효과에 대해 3개의 요인을 추출하여 피부관리 추구, 피부관리 생활, 피부관리 지향으로 명명하였다. 모발관리 효과에 대해서 3개의 요인을 추출하였고, 모발관리 추구, 모발관리 생활, 모발관리 지향으로 명명하였다. 화장효과에 대해 3개의 요인을 추출하였고, 화장행동 추구, 화장행동 생활, 화장행동 지향으로 명명하였다. 색채

효과에 따른 외모관심에 대해 4개의 요인을 추출하였고, 어울리는 색 인식, 색조화장 사용, 선호색 선택, 유행색 선택으로 명명하였다.

3. 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 외모관리효과와 색채 기호에 대하여 알아본다.

중·노년층 여성의 라이프스타일 유형으로 차림의복 효과에서는 여가 및 가족 중심형이 차림의복 추구, 차림의복 생활 및 차림의복 지향 모두에서 평균 값이 가장 높은 것으로 나타났다. 피부관리 효과에서는 피부관리 추구나 피부관리 생활에서 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 높게 나타났으며, 피부관리 지향에서는 과시적 소비형이 높게 나타났다. 모발관리 효과에서는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 모발관리 추구, 모발관리 생활, 모발관리 지향 모두에서 높게 나타났다. 화장효과에서는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 화장행동 추구, 화장행동 생활, 화장행동 지향 모두에서 높게 나타났다. 색채효과의 외모관심 색상에서는 여가 및 가족 중심형이 경제 절약형 및 과시적 소비형보다 어울리는 색 인식, 색조화장 사용, 선호색 선택에서 높게 나타났으며, 유행색 선택에서는 과시적 소비형이 높게 나타났다.

4. 중·노년층 여성의 인구통계학적 특성에 따른 외모관리효과와 색채기호에 대하여 알아본다.

중·노년층 여성의 연령에 따른 색채기호의 차이에서 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류 색상계열, 선택한 색조화장품 색상계열, 어울리는 색상계열, 어울리지 않는 색상계열, 피부 메이크업 제품색상에 관해 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 배우자 유무에 따른 색채기호의 차이에서 기

존의류의 색상계열, 선택한 색조화장품 색상계열, 어울리는 색상계열 및 어울리지 않는 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 가족형태에 따른 색채기호의 차이에서 비선호색 색상계열, 선택한 색조화장품 색상계열, 어울리는 색상계열 및 어울리지 않는 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 학력과 색채기호의 차이에서 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 기존의류의 색상계열, 선택한 색조화장품 색상계열, 어울리는 색상계열 및 어울리지 않는 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 의류 구입비용에 따른 색채기호의 차이에서 선호색 색상계열, 비선호색 색상계열, 선택하는 색조화장 색상계열 및 어울리지 않는 색에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 화장품 구입비용에 따른 색채기호의 차이에서 기존의류 색상계열, 선택하는 색조화장품 색상계열 및 어울리지 않는 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 피부 관리비용에 따른 색채기호의 차이에서 선호색 색상계열, 선택한 색조화장품 색상계열 및 어울리지 않는 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 중·노년층 여성의 모발관리 비용에 따른 색채기호의 차이에서 비 선호색 색상계열, 기존의류 색상계열 및 선택하는 색조화장품 색상계열에서 집단 간에 유의한 차이가 나타났다.

본 연구는 중·노년층 여성의 라이프스타일 유형에 따른 색상 기호에 미치는 영향을 규명하며, 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 마케팅적 시사점을 제시하고자 한다. 첫째, 중·노년층의 피부 관리는 라이프스타일 유형이 ‘여가 및 가족 중심 형과 과시적 소비생활형’에서 선호하는 것으로 나타났다. 이들에게 적극적인 마케팅활동은 산책로나 운동을 하는 스포츠센터를 마케팅 장소로 활용하고 적극적인 취미활동을 하므로 문화센터와 연계하여 개발하는 것이 필요

하며, 가족단위의 피부 관리룸이 필요하다고 사료된다. 월평균 피부관리에 사용하는 비용 5만원 미만이 510명(57.0%)이므로 저가의 피부 관리실이나 셀프 피부 관리에 도움을 줄 수 있는 전문피부관리사의 상주로 셀프용 피부 관리실도 필요하리라 사료된다. 월평균 5만원 미만의 피부 관리비용을 사용하는(510명) 연령층을 보면 60-69세가 159명, 50세-59세가 148명, 40-49세가 105명, 70-79세가 73명, 80세 이상이 25명으로 중년과 노년의 사이에 차이가 있으므로 50세-69세 집단 중심의 마케팅활동이 필요하리라 사료된다. 즉, 나이가 들수록 피부 관리의 목적이 '피부건강'과 '젊음'의 유지에 있음을 증명하고 있다.

둘째, 중·노년층 여성의 차림의복은 라이프스타일 유형이 여가 및 가족 중심형과 경제적 절약형'에서 선호하는 것으로 나타났다. 이들에게 적극적인 마케팅활동은 가족이 함께 의류만을 구입하는 곳이 아닌 여가를 즐길 수 있는 멀티 샵으로 개발하는 것이 필요하리라 사료된다. 특히 월평균 의류구입비에 사용하는 비용이 5만원-10만원인 268(29.9%)명과 5만원 미만의 243명(27.2%)이므로 저가 브랜드 개발이 필요하리라 사료되며, 연령대별로 60-69세가 154명, 50세-59세가 138명, 70-79세가 89명, 40-49세가 77명, 80세 이상이 35명으로 중년과 노년의 차이가 있으므로 50세-79세 집단중심의 마케팅활동이 필요하리라 사료된다.

셋째, 중·노년층 여성의 모발관리는 라이프스타일 유형이 '여가 및 가족 중심형과 경제적 절약형'에서 선호하는 것으로 나타났다. 이들에게 적극적인 마케팅활동은 모발관리는 시술 시간에 여가를 즐길 수 있는 멀티 샵으로 개발하는 것이 필요하리라 사료된다. 특히 월평균 모발관리비용이 3만원-5만원 330(36.9%)명과 1-3만원이 242명(27.0%)으로 모발관리와 두피관리를 함께 할 수 있는 메뉴를 개발하는 것이 필요하리라 사료되며, 연령대별로 50세-59세가 229명, 60-69세가 205명, 40-49세가 116명, 70-79세가 92명, 80세 이상이 43명

으로 중년과 노년의 차이가 있으므로 50세-69세 집단중심의 마케팅활동이 필요하리라 사료된다.

넷째, 중·노년층 여성의 화장효과는 라이프스타일 유형이 여가 및 가족 중심형에서 선호하는 것으로 나타났다. 이들에게 적극적인 마케팅활동은 가족이 함께 여가를 즐길 수 있는 상품 개발이 필요하리라 사료된다. 특히 월평균 화장품구입비에 사용하는 비용은 3만원-5만원이 248(27.7%)명과 5만원-10만원이 208명(23.2%)명, 1-3만원이 192명(21.5%)으로 저가 브랜드 개발이 필요하리라 사료되며, 연령대별로 50세-59세가 219명, 60-69세가 187명, 40-49세가 128명, 70-79세가 71명, 80세 이상이 21명으로 중년과 노년층의 차이가 있으므로 40세-69세의 집단중심의 마케팅활동이 필요하리라 사료된다. 피부 화장품제품 색상계열은 잡티나 기미, 점 등의 커버용으로 소지하기 편리한 소형 제품개발에 집중하는 것이 좋을 것으로 사료된다.

다섯째, 중·노년층 여성의 선호색채는 라이프스타일 유형이 여가 및 가족 중심형에서 선호하는 것으로 나타났다. 특히 연령대별 선호색상은 봄계열색상은 359명(41.3%)이, 여름계열색상은 278명(32.0%)으로 나타났으며, 즐겨 입는 의복색상은 여름계열색상이 263명(30.3%)명으로 가을계열색상은 232명(26.7%)으로 나타났다. 즐겨사용하는 색조화장품색상은 여름계열색상이 428명(49.3%)으로 봄계열색상이 239명(27.5%)으로 나타났다. 피부메이크업선호색상은 베이지계열색상이 447명(51.4%)으로 핑크계열색상이 422명(48.6%)으로 나타났다. 나이가 들어갈수록 좋아하는 색상계열은 봄과 여름 색상계열로 밝고 환한 색의 편안한 이미지의 색상을 좋아하고, 싫어하는 색상계열은 겨울과 가을 색상계열로 어둡고 무겁고 칙칙한 색상을 싫어하는 것으로 나타났으며, 중년과 노년의 차이가 있으므로 각 집단중심의 마케팅활동이 필요하리라 사료된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 표본이 서울과 수도권 거주자를 대상으로 연구하였기 때문에 우리나라의 중·노년층 여성을 대표하기에는 한계가 있다. 따라서 조사 지역의 확대된 범위에서 깊은 연구가 필요할 것이다.

둘째, 본 연구에 참여한 중·노년층 여성의 연령별 표본수가 고르지 못하였다. 특히 70세 이상 고령자의 비율이 낮아 추후 연구에서는 고령자의 비율을 높이는 노력이 필요할 것이다.

셋째, 본 연구의 조사내용 중 피부 관리비용, 의복구입비용, 모발관리비용, 화장품구입비용 등의 외모 관리비용은 소득과 관련이 있는데, 전체 가구원 소득으로 설문조사를 하여 실제 자신이 지출할 수 있는 범위 내의 비용인지 아니면 전체가구원의 소득에서 지출인지 명확하지 않았다. 추후 연구에서는 자신의 용돈 개념이나 소득을 기준으로 해야 집단 간 차이를 보다 명확하게 알 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

<국내 참고문헌>

- 강현두, 원동진, 전규찬 (1998). *현대 대중문화의 형성*, 서울대학교 출판부.
- 고석천 (1997). *조형의 발상 기법*. 서울:도서출판 창미.
- 광정무부 (1997). *신화장품학* (김주덕 역). 東和技述.
- 국립국어연구원 (2000). *표준 국어 대사전*. 서울: (주)두산동아.
- 권기영 (2004). 현대 패션에서 헤어스타일이 지니는 의미. *한국의류학회지*, 28(8), pp.1100-1111.
- 권태순 (2006). *FashionLook*유형에 따른 여성 정치인의 외모 이미지 연구. 성신여자대학교 대학원, 박사학위논문.
- 권현숙 (2001). *여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인*, 경산대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김경희 (2002). *한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부 관리·화장행동·구매 행동 비교*. 서울, 북경, 동경을 중심으로. 경희대학교대학원, 박사학위논문.
- 김광옥 (2008). *피부미용학*. 청구문화사.
- 김덕용, 이상희 (2004). 실버마케팅에서의 색채 계획에 관한 연구. *디자인·영상 논문집*, 4, p.10.
- 김미연, 김은희, 박성희, 이유나, 임희경, 태동숙 (2007). *Make-up stylebook*. 서울:도서출판 예림.
- 김양하 (2005). *상징소비의 문화 사회적 의미 분석: 상징소비에 영향을 미치는 인구사회학적, 개인적, 사회적 요인의 다차원적 분석을 중심으로*. 중앙대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김연진 (2002). *중년여성의 피부건강관리 지식, 태도 및 교육 요구도 조사*. 중앙대학교

- 대학원, 석사학위논문.
- 김용숙 (2008). *컬러심리 커뮤니케이션* 일진사.
- 김용훈 (1987). *색채 상품 개발론-생리학, 심리학적 시좌 해설*. 서울:청우.
- 김은기, 이향복 (2007). 기능성화장품-미백 한국화학공학회. 25(2).
- 김재훈 (2006). *실버마케팅, 고령화 사회도래의 마케팅적 의미*. 서울.
- 김주덕 (1996). *신화장품학*. 동화기술사.
- 김진숙 (1999). *여성들의 헤어스타일의 변화와 心理的特性과의 關係* 조선대학교대학원, 석사학위논문.
- 김희숙 (2000). *화장문화사*. 청구문구사.
- 김희재 (2004). *한국사회변화와 세대별 문화코드*. 신지서원.
- 김현정 (2003). *여대생의 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매행동 및 사용행태에 관한 연구*. 중앙대학교대학원, 석사학위논문.
- 김형민 (1996). *컴퓨터를 활용한 색채 기호조사에 관한 연구:태도 모델을 활용한 색채 기호 조사 모델의 개발을 중심으로*. 한국과학기술원 산업디자인학과, 석사학위 논문.
- 다이몬카즈오 (2003). *모발대전과* (정태봉, 고운하, 김한식, 전상구 역). 한국모발과학협회.
- 데이비드 체니 (2004). *라이프스타일* (김정로 역). 일진사.
- 동아일보 (2002, 04. 01.재인용) 최혜정, 정순희 (2001). *노인과 실버 산업*. 도서출판 동인.
- 라네즈 (2003). *화장품 마케팅 전략*. 태평양.
- 명은진 (2001). *20,30대 여성의 피부건강관리에 대한 지식 및 행위에 관한 연구*, 연세대학교대학원, 석사학위논문.
- 문은배 (2005). *색채의 이해와 활용*. 안그라픽스.
- 문정혜 (2004). *직장여성과 여대생의 화장품 선호도 및 구매행동에 관한 분석*. 경희대학교대학원, 석사학위논문.

- 문주영 (2007). *스트라이프 의복의 콘트라스트 배색에 따른 이미지와 조형성 연구*. 경상대학교대학원, 박사학위논문.
- 박미경 (2005). *여대생의 화장행동 연구*. 경희대학교대학원, 박사학위논문.
- 박은주 (1991). *색채조형의 기초*. 서울: 미진사.
- 배수현 (2003). *여대생의 피부건강관련 행위와 사회심리적 건강과의 관련성*, 이화여자대학교대학원, 석사학위논문.
- 브리태니커 (1993). *브리태니커 세계 대백과사전* 3, 브리태니커, 동아일보.  
----- 11, 브리태니커, 동아일보.  
----- 20, 브리태니커, 동아일보.
- 서봉철, 김숙용 (2005). 한국노년 소비자의 구매행동에 관한분석. *한국유통학회지*, 10 (4) 23-39.
- 서성한 (1986). *소비자 행동*. 서울, 박영사.
- 신명자 (2000). *여대생의 미용행태 및 그에 따른 건강위해 실태조사*, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 신효정 (2002). *현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구*. 건국대학교대학원, 박사학위논문.
- 양숙희 (2001). *헤어스타일에 대한 여성들의 의식행태와 관련 요인 분석*. 보건복지연구. 제6권. 193-215. p.204.
- 연경희 (2005). *중년여성의 메이크업 후 외모 만족도에 관한 연구*. 청주대학교대학원. 석사학위논문.
- 유기상 (1997). *실버 산업을 잡아라*. 서울: 글사랑.
- 유병팔 (1987). *125세까지는 걱정 말고 살아라*. 에디터.
- 윤소영 (2007). *여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도연구*. 한남대학교 사회문화대학원, 석사학위논문.

- 윤혜림 (2008). 색채심리 마케팅과 배색이론, 도서출판 국제
- 이근홍 (2006). 인간행동과 사회환경, 공동체.
- 이명희 (2000). 자기모니터링 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구. 복식문화연구, 8(5). pp.771-784, p.776.
- 이수철 (2007). 색과 생활. 정문각.
- 이지영 (2005). 여대생의 색조 화장에 있어서 제품별 사용 실태와 색채 선호도에 관한 연구: 충청권중심으로. 숙명여자대학교 석사학위논문, pp.47-54.
- 이의훈, 신주영 (2004). 라이프스타일을 통한 실버시장 세분화 연구. 한국노년학.
- 이정희 (2005). 여대생의 헤어라이프스타일에 따른 헤어디자인 선호도 대구대학교대학원 석사학위논문, p.50.
- 이춘국 (1994). 세를 더해가는 부유한 세대 간. 신한리뷰. 서울. pp.42-47.
- 이현옥, 구양숙 (2008). 외모관심에 따른 기능성화장품 구매행동의 구조적 연구. 한국의류산업학회지, 10(3).
- 이화순 (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. 경희대학교대학원, 박사학위논문.
- 임혜원 (1999). 일부 여대생의 피부건강관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 관한 연구. 이화여자대학교대학원, 석사학위논문.
- 임희경 (2007). 조선시대 헤어 제품에 관한 연구, 한국 디자인 정책학회, pp.30-40
- 임희경 (2009). 프롭나드디자인. 한국학술정보(주).
- 임희정 (2002). 중년 여성들의 모발 관리가 심리적 건강에 미치는 영향에 대한 연구, 한국인체예술학회지, 3(3).
- 전정원 (2007). 뉴 연령별의 심리적 변수에 따른 외식소비 행동연구, 경기대학교대학원 박사학위논문.
- 정옥분 · 정옥분 · 김동배 · 정순화 · 손화희 (2008). 노인복지론. 학지사.

- 조기여 (1997). 자기효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와의 관계. 대구가톨릭대학교대학원, 박사학위논문.
- 조성선 (2001). 여대생의 모발건강관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 대한 조사연구. 이화여자대학교대학원, 석사학위논문.
- 조은영 (2007). 색채감성의 국가별 분석과 한국인의 개인색채 유형에 따른 패션색채 기호에 관한 연구. 대구가톨릭대학교대학원, 박사학위 논문.
- 차영란 (2003). 부유층의 소비행동특성과 상품선택에서의 심리적 준거차원분석. 광고문화론집. 8(1), 139-207
- 채서일 (1992). 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. 소비자학연구, 3(1), pp 46-63.
- 채수명 (2002). 색채심리 마케팅. 도서출판 국제.
- 최순남 (1999), 현대노인복지이론, 한신대학교 출판부.
- 최인영 (2007), 한국 중년세대의 가치관과 성공적인 노화 인식에 대한 연구. 이화여자대학교대학원, 박사학위논문.
- 최재천 (2005). 당신의 인생을 이모작하라. 삼성경제연구소.
- 최혜정, 정순희 (2001). 노인과 실버 산업. 도서출판 동인.
- 추태귀 (1994). 노년층 여성들의 라이프스타일 유형에 따른 의복 행동. 경북대학교대학원, 박사학위 논문.
- 하경연 (2006). 색채와 질감에 따른 남성 헤어스타일 이미지 연구. 성신여자대학교대학원, 박사학위논문.
- 하안례 (2007). 향기요법의 이용행태와 뇌파로 본 건강증진 효과. 고신대학교대학원, 박사학위논문.
- 태평양화학미용연구실(1989) *화장의 심리학*, 태평양화학.
- 파버비렌 (1985). *색채심리*. (김화중 역), 동국출판사.

- 한국색채학회(2002). *색이 만드는 미래*, 도서출판 국제.
- 홍경희 (2008). *여성 노년층 소비자의 라이프스타일 유형과 인지된 연령에 따른 의복쇼  
평행동*. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- Excellence.Tulsa:Honor Books; 윤규상 역, *아무것도 못 가진 것이 기회가 된다*, 서울:  
큰나무.
- Goethe, J, W,V (2008). *색채론*. 장희창 외역, 민음사.
- Guila Ballas, 한택수 역(2002). *현대미술과 색채*, 궁리
- Johanne, Itten.(1986). *Art of color*, 김수석 역. 지구문화사 p.76
- Levinson, D.J.(1996). *Seasons of a man's life*. 김애순 역, 남자가 겪는 인생의 사계절,  
서울:이화여대 출판부
- Tamio Suenaga (1998). *색채심리*. (박필임 역). 예경
- William Outhwaite, (1986). *Understanding Social life*. (김동일 역), London George  
allen & Unwin Ltd.

<국외 참고문헌>

- Aboulafia, M. (1986). *The mediating self: Mead, Sartre, and self-determin action.*  
*New Haven: Yale University Press.*
- Aboulafia, M. (1986). *The mediating self: Mead, Sartre, and self-determin action.*  
*New Haven: Yale University Press.*
- Adler, A. (1969). *The science of living*, Anchor Book, *Doule day & Co, New York,*  
pp.38-47.
- Aiken, L, R (1998), *Human development in adulthood*, *N.Y. Plenum press.*
- Angier, N. (1990), *Scientists struggle to undo tanning's deadly damage.* *New York,*

*Times*. 10, June.

- Antonucci, T. C., & Akiyama, H.(1991) Burnout as a risk factor for coronary heart disease. *Behavioral Medicine*, 17(2), 53-59.
- Atchley, R. C.(1988). *Social forces and aging: An introduction to social gerontology(5th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Bee, H. (1988). *Life-span development (2nd ed.)*. N.Y: Addison-Wesley.
- Bernard, J.(1975), Note on changing life style, *Journal of Marriage and Family Relations*, p37.
- Bartos, R. (1980). Over 49: The invisible consumer market. *Harvard Business Review*, 58(1), 140-148.
- Brandt, A. (1980). *Self-confrontations*. Psychology Today 14(6): 78-101.
- Carole, J. (1982). *Color me Beautiful*. Ballantine.
- Cash, T. F. & Pruzinsky, T. (1990). *Body image, development, deviance, and change*, The Guilford Press.
- Chappell, N. L., & Badger, M, (1989). Social isolation and well-being, *Journal of Gerontology*, 44, 169-176
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribners Sons.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: when more is not better. *Sex Role*, 14, 51-58.
- DaB. (2002). *SINGLE COLOR*. 東京 新美容出版株式會社.
- Day, E., Davis, B., Dores, R., & French, W. A. (1987/1988). Reaching the senior citizen marketing(s). *Journal of Advertising Research*, 27(6), 23-30.
- Demierre MF, Brooks D, Koh H, et al(1999). Public knowledge, awareness, and

- perceptions of the association between skin aging and smoking. *Journal America Academie Dermatol* 41:27
- Fox, M. C., Roscoe, M. Jr., & Feigenbaum, A. (1984). A longitudinal analysis of consumer behavior in the elderly population. *Advances in Consumer Research*, 11, 563-568.
- French, W. A., & Fox, R. (1985). Segmenting the senior citizen Market. *Journal of Consumer Marketing*, 2, 61-74.
- Graham, J. A., Jouhar, A. J. (1983). The Importance of Cosmetics in the Psychology of Appearance, *International Journal of Dermatology*, 22(3), pp.153-156
- Gutman, J., & Mills, K. M. (1982). Fashion life styles, self-concept, shopping orientation, and store patronage: An integrative analysis. *Journal of Retailing* 58(2), pp.65-75.
- Gollub, J., & Javitz, H. (1989). Six ways to age. *American Demographics*, 11, 28-57.
- Gunter, B. (1998). Understanding the older consumer: The grey market. NY: *Routledge*, pp.29-31.
- Graham, J. A., Jouhar,(1983) .A. J., The Importance of Cosmetics in the Psychology of Appearance, *International Journal of Dermatology*, 22(3), pp.153-156.
- Hayflick, L. (1974). The strategy of senescence. *Gerontologist*, 14(1), pp.37-45.
- \_\_\_\_\_ (1985). Theories of biological aging. *Experimental Gerontology*, 20, pp.145-159.
- Hillestad, R. (1980). The underlying structure of appearance. *Dress* 5: pp.117-125.
- Hores, P. M., & Belsher, J. (1982). Lifestyle and morale in the southern rural aged. *Research on Aging*, 4(4)4, pp.523-549.

- Hawes, D. K. (1988). Travel-related lifestyles profiles of older women. *Journal of Travel Research*, 27(2), pp.22-32.
- Horan, P. M., & Belcher, J. C. (1982). Lifestyles and morale in the southern rural aged. *Research on Aging*, 4(4), pp.523-549.
- Horowitz, M. J. (1979). *Image formation and cognition*. New York: Appleton Century Crofts.
- Joel Gerson.(1979). *Milady's standard Textbook for Professional Estheticians*. Milady Publishing Company.
- Kaiser. S. B. (1998). *The social psychology of clothing* -symbolic appearances in context. New York.
- Kaiser, S (1990). *The social psychology of clothing*. N.Y: Macmillan.
- Karl Mannheim, 1952, The sociological problem of generation Essays on the sociology for knowledge. *London. Oxford University Press* pp.276-322.
- Kertzer, D.I. (1983). Generation as a social problem. *Annual review of sociology*, 9, pp.125-149.
- Kligman AM.(1979). Perspectives and problem in cutaneous gerontology. *Journal Dermatol.* 73:39.
- Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing. in Stephen A. Greyer (ed), Toward Scientific Marketing*. Chicago: American Marketing Association.
- Lazerm, W. (1971). *Marketing Management*. A System Perspective.
- Leslie Baumann, M D.(2002). *Cosmetic Dermatology: Principles and Practice*. The McGraw-Hill Companies
- U.S.census. : Lumkin, J,R, Caballero, M,J,&Chonko, L,B(1989). *Direct Marketing, Direct Selling, and thr Mature Consumer, Westport, connecticut*, Greenwood

- Press, Inc.
- Manton, K. G., Corder, L., Stallard, E.(1997) Chronic disability trends in elderly United States populations: 1982 - 1994, *Proceedings of the national academy of science*, 94:2593-2598
- Markides, K, S., & Martin, H(1979). A causal mode of life satisfaction among the elderly, *Journal of Gerontology*, 34, pp.86-93
- Mannheim. K.(1952). *Essay on the sociology of knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul, p.297
- (1952). *The sociological problems of generation essays on the sociology of Knowledge*. London: Oxford University press, pp.276-322.
- Moschis,G.P.(1992). Marketing to older adults: An overview of present knowledge and practice. *Journal of Consumer Marketing* 8(4), pp.33-41.
- Moschis, G. P. (1996). *Gerontographics: Life-Stage segmentation for marketing strategy development*. Westport, CT: Quorum.
- Pines H. A., Kuczkowski, R. (1987). *A self schema for clothing*. paper presented at the Eastern Psychological Association meeting, Philadelphia.
- Pines, H. A. (1983). *The fashion self-concept: Structure and function*. paper presented at the Eastern Psychological Association Meeting, Philadelphia.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 74,. Vol.38 Issue 1, p.33-37.
- Solomon, M. R. (1996) *Consumer Behavior*(3th ed.). Englewood Cliffs, N J: Prentice Hall.
- Sontag, M. S., Schlater, J. D. (1982). Proximity of clothing to self: Evolution of a concept. *Clothing and Textiles Research Journal*. 1(1):1-8.

- Sorce, P., Tyler, R., & Roomis, L. M.(1989). Lifestyle of older Americans. *Journal of Consumer Marketing*, 6(3), 56-63.
- Spicker, S. M. (1970). *The philosophy of the body*. Chicago : Quadrangle Books.
- Sweet, C, A (1989), Healthy tan-A fast-Fading myth. *FDA Consumer*, 23,11-13
- Thurnher, M. J., Spence, P. A & M, A. Lpwenthal.(1974) value confluence and behavioral conflict in intergenerational relations. *Journal of marriage and family*, 5:308-319
- Uitto J, (1997). Understanding premature skin aging. *The New England Journal of Medicine*, 337:1463-1465
- Van Crouch, (2002). *Winning 101:Insight and Motivation to help you Achieve*. Honor Books.
- Veronique, H, Pat, H.(2006). *Color Me Confident*. Hamlyn.
- White, T. (2004). Scent, physical appearance and skin care. *International Journal of Cosmetic Science*, 26, p.170
- William, Lazer (1963). *Life style concepys and marketing*. Stephen Greyser, ed, Toward Scientitic Marketing, Chicago, American marketing asociation.
- William, R,H.& Wirth, C(1965). *Lives through the years*. New York :Atherton press.
- Wright, B. A. (1983). *Physical disability-a psychosocial approach*(2nd ed.). New York : Harper & Row.
- Yaar, M. Gilchrest B A, (1999). Aging of the skin. *Fitzpatrick's Dermatology in General Medicine*, 5th ed, N.Y, McGraw-Hill. 340:1341-1348.
- Yarmey, A. D., Johnson, J. (1982). Evidence for the self as an imaginal prototype. *Journal of Research in Personality*, 16, pp.238-246.
- 大坊郁夫 ,顔と魅力,日本繊維製品消費科学誌, 36(11), pp.661-1995

- 壁谷久代 加藤雪枚 檜山藤子(1980). 衣服に對する 色彩と 圖形の 知覺に ついZ. 纖維製品消費科誌 21(8), pp.35-42
- 大坊郁夫. (1995). 顔と魅力. 日本纖維製品消費科學誌 36(11), pp.661-666
- 上野青一廊. (1980). 衣服の 嗜好に 關る 統計的研究. 纖維製品消費科誌 21(7), pp.42-48.
- 阿部恒之. (1992). 化粧の心理學. 日本プレグランスジャーナル.
- 神山進. 苗村久惠馬. 杉一重.(1996). 裝いの情報傳達内容に關する研究. 日本纖維製品消費科學誌 37(4), pp.184-194

<인터넷 자료>

- 경향신문 (2005). 톱크죽. (2005.07.19 : 2004.10.01 기사) 자료검색일 2009, 3. 9, 자료출처 <http://news.khan.co.kr>
- 네이버용어사전. 자료검색일 2009, 4. 7, 자료출처 <http://terms.naver.com/>
- 문화일보 (2001.01.09). 준비된 황혼이 더 아름답지요. 자료검색일 2009, 3. 20, 자료출처 <http://www.munhwa.com>
- 식품의약품안전청 (2004). 화장품법 자료검색일 2008, 2. 20, 자료출처 <http://www.kfda.go.kr>
- 정경희 (2005). 2004년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사. 자료검색일 2009, 5. 14, 자료출처 <http://www.kihasa.re.kr/html/jsp/>
- 정책보고서 (2005) 2004년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사, 자료검색일 2009, 5. 14, 자료출처 <http://www.kihasa.re.kr/html/jsp/>
- 한국사회복지사협회. 자료검색일 2008, 2. 20, 자료출처 <http://www.welfare.net>
- 통계청 (2006). 2005인구주택 총 조사. 자료검색일 2009, 6. 15, 자료출처 <http://www.kostat.go.kr>
- (2007). 인구주택 총 조사. 자료검색일 2009, 6. 15, 자료출처 <http://www.kostat.go.kr>
- (2009). 2009 고령자 통계, 보도자료, 자료검색일 2009, 6. 15, 자료출처 <http://www.kostat.go.kr>

한국경제신문 (2004,03,23), 웰빙... 삶의 질을 높인다. 2004.03.24 자료검색일 2009, 6. 20,  
자료출처 <http://www.hankyung.com>  
한국보건사회연구원(2005), 2004년도 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사. 자료검색일  
2009, 5. 14, 자료출처 <http://www.kihasa.re.kr/html/jsp/>  
한국사회복지사협회. 자료검색일 2008, 2. 20, 자료출처 <http://www.welfare.net>  
<http://www.colour-journal.org>. 자료검색일 2009, 8. 20,

<사진자료출처>

<그림 1> Jackson, C. (1985). *Color me beautiful*. Ballantine book,

<그림 2> <http://www.ncd-ri.co.jp/>

<그림 3> 조은영 (2007). 색채감성의 국가별 분석과 한국인의 개인색채 유형에  
따른 패션색채 기호에 관한 연구, 대구가톨릭대학교 대학원. 박사학  
위 논문.

<그림 4> Veronique. H., Pat, H.(2006). *Color me Confident*. Hamlyn.

# ABSTRACT

Research on middle and old-aged women's expectation-effect regarding satisfaction of appearance and color preference.

Lim, Hee Kyung

Dept. of Clothing

Graduate School

Sungshin Women's University

The main purpose of this research is to understand the features of population statistics and types of lifestyles based on people of mature age's social and psychological satisfaction from their appearances along with the effect of color-preference. For this purpose, this research details the analyses of skincare, hair-care, and cosmetics.

The development of medical, educational, and living conditions has contributed to the increase of average life span and the growth of the number of the elderly population. Unlike traditional elders who mostly depended upon their offspring, the current aged population is turning into a generation who not only keeps from depending on its children, but also manages its own old lives. This new generation does not simply rest at home after retirement, but considers its retirement as a new beginning and

starts new social activities in various fields. Especially for women, choice of colors that most suit their appearances will be able to influence their social and psychological expectations and improve the quality of lifestyles.

The variables that can indicate elderly females' social and psychological satisfaction of their appearances and the expected effects of color-preferences indicate age, spouse, dwelling conditions, level of education, expenses, purchase of clothing, purchase of cosmetics, skincare, hair-care, color-preference. Based on these factors, I intended to figure out the types of lifestyles, along with detailed analyses of elderly females' pursuit of self-image improvement by means of skincare, hair-care, and cosmetics. Specific agenda for this research are as follows.

#### Research subject

1. Examine various lifestyle patterns of middle and old-aged women.
2. Examine various patters of middle and old-aged women's socio-psychological satisfaction of appearance and color preference.
3. Examine middle and old-aged women's socio-psychological satisfaction of appearance and expected effect of color preference depending on their lifestyle patterns.
4. Examine middle and old-aged women's socio-psychological satisfaction of appearance and expected effect of color preference depending on their population-statistical properties.

Research methods include document research and questionnaire targeting

females over 45 years old residing in Seoul and Gyeonggi Province. The time span of the research was between April 1st and June 30th, 2009, and I used for this research the 869 valid responses out of 895 returned responses from the 1000 sheets I distributed in total. Depending on hypotheses, the analysis methods include the use of SPSS 12.0 program and DUNCAN test that include percentage, mean, standard deviation, mode analyses, cross analyses, factor analyses, reliability analyses, main component analyses, K-mean, crowd analyses, and dispersion analyses.

The outcomes of the research are as follows. As a result of mode analyses of the factors including age, marriage status, level of education, amount of available monthly expenditure for purchase of clothing, cost of purchase of cosmetics, skincare cost, hair-care cost, age-distribution peaked in age 50-59(297 persons) 34.2%, and age 60-69(239 persons) 27.5%, respectively. When analyzing the distribution of marriage status, “spouse surviving” marked the highest at 662 persons (76.2%), analyzing the distribution of dwelling conditions, “living with unmarried offspring” marked the highest at 474 persons (54.5%), and when the distribution of level of education, “high school drop-out and graduate” marked 347 persons (39.9%) and “above college” marked 250 persons (28.8%), respectively

Looking at the subordinate variables of appearance-care expenditures, the mode values of the purchase of clothing marked 50,000-100,000 won (29.9%), purchase of cosmetics 30,000-50,000 won (27.7%), cost of skincare 50,000 won (57.1%), and cost of hair-care 30,000-50,000 won (36.9%), respectively.

In order to analyze color-preferences, I conducted mode-analyses of favorite colors, detested colors, colors of most clothing in possession, favorite colors of tonal cosmetics, best suiting colors, worst suiting colors, and colors of skin-tone expression makeup products. As a result, favorite colors are distributed most frequently at spring tones (361 persons, 41.5%), detested colors are winter tones (391 persons, 45.0%), most clothing in possession are summer tones (262 persons, 30.1%), favorite tonal cosmetics are summer tones (427 persons, 49.2%), best suiting colors are summer tones (291 persons, 33.5%), and worst suiting colors are winter tones (345 persons, 39.7%), respectively. These results show that the older an individual is the more inclined she is toward light and bright colors, avoiding heavy and dark colors. The most frequently used color of skin-tone expression makeup products turned out to be beige (443 persons, 51.0%), but pink also took up a similar proportion (424 persons, 48.8%), indicating that skin-tone expression makeup products are used quite independently from their tones.

Regarding the costs of purchase of clothing based on age, among the 895 respondents, the age group below 50 years old marked “below 150,000 won” the most frequently (42 out of 84 respondents) , 50-59 years old “below 100,000 won” (88 out of 302), 60-69 years old “below 150,000 won” (91 out of 249), 70-79 years old “below 50,000 won” (59 out of 114), and the age group above 80 years old “below 50,000 won” (25 out of 46), respectively.

Concerning the costs of purchase of cosmetics based on age, among the

895 respondents, the age group below 50 years old marked “below 100,000 won” the most frequently (65 out of 184 respondents) , 50–59 years old “below 100,000 won” (88 out of 302), 60–69 years old “below 50,000 won” (91 out of 249), 70–79 years old “below 50,000 won” (59 out of 114), and the age group above 80 years old “below 10,000 won” (25 out of 46), respectively.

Regarding the costs of skincare based on age, among the 895 respondents, the age group below 50 years old marked “below 50,000 won” the most frequently (96 out of 184 respondents) , 50–59 years old “below 50,000 won” (150 out of 302), 60–69 years old “below 50,000 won” (164 out of 249), 70–79 years old “below 50,000 won” (75 out of 114), and the age group above 80 years old labeled “below 10,000 won” the most frequently (25 out of 46).

Regarding the costs of hair-care based on age, among the 895 respondents, the age group below 50 years old marked “below 50,000 won” the most frequently (60 out of 184 respondents) , 50–59 years old “below 50,000 won” (132 out of 302), 60–69 years old “below 50,000 won” (98 out of 249), 70–79 years old “below 50,000 won” (37 out of 114), and the age group above 80 years old marked “below 10,000 won” the most frequently (21 out of 46).

As a result of examining the correlation between the respondents’ lifestyles and characteristics of standard statistics, it has been concluded that the differences of age, marriage status, levels of education could be derived depending on the respondents’ type of lifestyles. After analyzing

the correlation between the respondents' lifestyles and characteristics of standard statistics, there turned out to be no difference of family composition depending on the type of lifestyles. Also as a result of examining the correlation between economic power and respondents' lifestyles, it has been found that there can be difference of costs in monthly expenditure on purchase of clothing, average monthly cost of purchase of cosmetics, and average monthly cost of skincare.

As a result of examining the correlation between the respondents' lifestyles and color preferences, it could be derived that there are differences in disfavored color groups and colors of clothes frequently chosen daily, depending on the type of lifestyle of the respondents. Also as a result of analyzing the correlation between color-preferences and lifestyles, it could be concluded that there is no difference among respondents' favorite color group, frequently chosen colors of tonal cosmetics, and lifestyles.

It could be inferred that there exists a difference among effects of skincare, effects of hair-care, effects of cosmetics, and the effects of attire followed by an increase of positiveness, which is subordinated to the expectations of social and psychological effects. It is safe to infer that there is difference of effectiveness in attires and hair-care for the purpose of repleting self-confidence, which is subordinated to the expected social and psychological effectiveness.

It could be inferred that there is difference among effectiveness of skincare, effectiveness of hair-care, effectiveness of cosmetics, and

effectiveness of attire followed by a sense of pleasure derived from change, which is subordinated to the expected social and psychological effectiveness

I believe this research can be utilized effectively in constructing a marketing strategy aiming at the elderly generations as a result of understanding the elderly's minimum cost of expenditure, color-preferences by age, and disfavored colors.

Key words: the elderly citizens (the elderly, the elderly generation), lifestyles, appearance-care, purchase of clothing, purchase of cosmetics, makeup, skincare, color-preference, social psychology, expected effect.

## 설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 참여 하여 주신 것을 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 학위논문에 사용될 자료를 수집하기 위한 것입니다.

질문에 대한 정답이나 오답은 없습니다.

귀하의 솔직한 의견이나 느낌을 답해 주시기 바랍니다.

자료는 연구에만 이용될 뿐 개별적으로는 절대로 공개되지 않습니다.

본 연구에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.

성신여자대학교 대학원 의류학과

박사과정 : 임 희 경

지도교수 : 최 인 려



성신여자대학교 | 대학원  
SUNGSHIN WOMEN'S UNIVERSITY | GRADUATE SCHOOL

아래에 설명을 잘 읽고 오른쪽의 응답 란에서 자신의 생각과 느낌이 가장 가깝다고 생각되는 칸에 하나씩 만 표(✓) 하십시오.

- |              |       |                   |
|--------------|-------|-------------------|
| 아주 그렇지 않다. ① | ----- | 그렇지 않다고 강하게 부정할 때 |
| 그렇지 않다. ②    | ----- | 비교적 그렇지 않다고 생각할 때 |
| 그저 그렇다. ③    | ----- | 확실하지 않을 때         |
| 그렇다. ④       | ----- | 비교적 그렇다고 생각 할 때   |
| 아주 그렇다. ⑤    | ----- | 그렇다고 강하게 생각할 때    |

1. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?

- ① 40-49세      ② 50-59세      ③ 60-69세      ④ 70-79세      ⑤ 80세 이상

2. 귀하의 결혼 상태는 어떻게 됩니까?

- ① 미혼      ② 배우자 생존      ③ 배우자와 사별      ④ 배우자와 별거      ⑤ 기타

3. 귀하의 가족 구성은 어떻게 됩니까?

- ① 미혼자녀와 함께 산다.      ② 결혼한 자녀와 함께 산다.  
③ 자녀와 따로 배우자와 산다.      ④ 혼자 산다.      ⑤ 기타

4. 귀하의 학력은 어떻게 됩니까?

- ① 무학      ② 초등학교 중퇴 및 졸업      ③ 중학교 중퇴 및 졸업  
④ 고등학교 중퇴 및 졸업      ⑤ 전문대학 이상

5. 본인이 마음대로 의복을 사는데 쓸 수 있는 돈은 한달에 얼마입니까?

- ① 5만원 미만      ② 5만원-10만원 사이      ③ 10만원-15만원 사이  
④ 15만원-20만원 사이      ⑤ 20만원 이상      ⑥ 기타

6. 본인이 마음대로 화장품품을 사는데 쓸 수 있는 돈은 한달에 얼마입니까?

- ① 1만원 미만      ② 1만원-3만원 사이      ③ 3만원-5만원 사이  
④ 5만원-10만원 사이      ⑤ 10만원 이상      ⑥ 기타

7. 본인이 마음대로 피부관리를 하는데 쓸 수 있는 돈은 한달에 얼마입니까?

- ① 5만원 미만      ② 5만원-10만원 사이      ③ 10만원-15만원 사이  
④ 15만원-20만원 사이      ⑤ 20만원 이상      ⑥ 기타

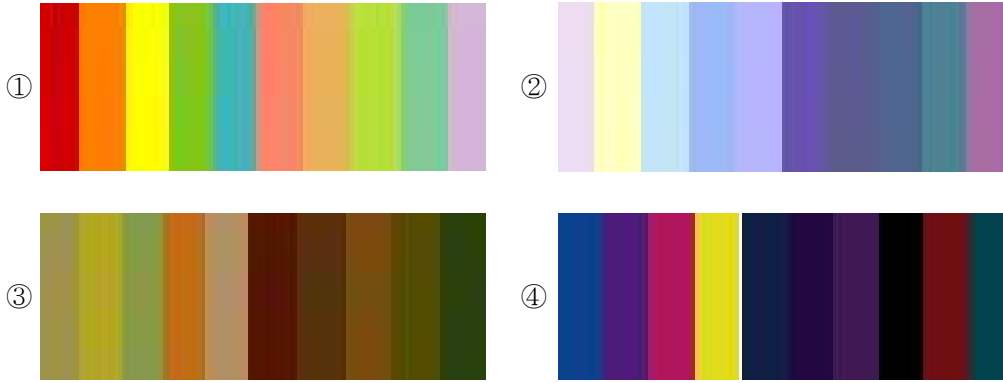
8. 본인 마음대로 헤어스타일을 하는데 쓸 수 있는 돈은 한달에 얼마입니까?

- ① 1만원 미만      ② 1만원-3만원 사이      ③ 3만원-5만원 사이  
④ 5만원-10만원 사이      ⑤ 10만원 이상      ⑥ 기타

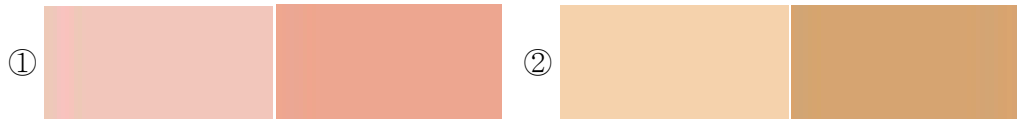
9. 귀하의 가족구성원의 총수입은 얼마입니까(기타수입 및, 부업, 임대료, 생활보조금 등)?

- ① 100만원 미만                      ② 100-200만원 사이                      ③ 200-300만원 사이  
 ④ 300-400만원 사이                      ⑤ 400-500만원 사이                      ⑥ 500만원 이상

\* 아래의 네 가지 색상 그룹을 보고 아래 질문(1-6번)에 대해 하나만 답하세요.



1. 당신이 일반적으로 좋아하는 색상들은 주로 어느 그룹에 속합니까? ① ② ③ ④
2. 당신이 일반적으로 싫어하는 색상들은 주로 어느 그룹에 속합니까? ① ② ③ ④
3. 평소 당신이 선택하는 의복의 색상들은 주로 어느 그룹에 속합니까? ① ② ③ ④
4. 당신이 선택하는 색조화장품의 색상은 주로 어느 그룹에 속합니까? ① ② ③ ④
5. 당신에게 가장 잘 어울린다고 생각되는 색상그룹은 무엇입니까? ① ② ③ ④
6. 당신에게 가장 어울리지 않는다고 생각되는 색상그룹은 무엇입니까? ① ② ③ ④
7. 평소 사용하는 피부 메이크업 제품(파운데이션, 파우더 등)의 색상은 어느 쪽입니까? ① ②



## 질 문 사 항

	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	아주 그렇다
1. 나는 가사일을 직접하여 가게비를 절약한다.	①	②	③	④	⑤
2. 내 물건(의복 및 화장품 등)은 내가 좋은 것을 저렴하게 사야 한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 쇼핑하기 전에 구입할 물품 목록을 적는다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 건강을 위해 산책 등 운동을 한다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 취미활동에 적극적으로 참여하고 있다	①	②	③	④	⑤
6. 남편이나 자녀를 통해 성취 욕구를 만족시킬 수 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 중요한 일을 결정할 때 자녀들을 우선한다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 되도록 유명상표 제품을 구입하려고 한다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 다른사람 보다 새로운 상품을 먼저 구입한다.	①	②	③	④	⑤
10. 나는 능력이 있다고 믿고 있다.	①	②	③	④	⑤
11. 나는 모임에서 중심적인 역할을 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
12. 나는 남보다 잘하는 것이 없다.	①	②	③	④	⑤
13. 요즘 젊은 사람들은 너무 많은 혜택을 누린다.	①	②	③	④	⑤
1. 차림 의복을 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	①	②	③	④	⑤
2. 차림 의복을 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	①	②	③	④	⑤
3. 차림 의복을 하면 자신이 상냥하게 보인다.	①	②	③	④	⑤
4. 차림 의복을 하면 자신감이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
5. 차림 의복을 하면 매력적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
6. 차림 의복을 하면 의욕이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
7. 차림의복을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	①	②	③	④	⑤
8. 차림의복을 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
9. 유행하는 의복에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
10. 차림의복을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	①	②	③	④	⑤
1. 피부관리를 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	①	②	③	④	⑤
2. 피부관리를 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	①	②	③	④	⑤
3. 피부관리를 하면 자신이 상냥하게 보인다.	①	②	③	④	⑤
4. 피부관리를 하면 자신감이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
5. 피부관리를 하면 매력적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
6. 피부관리를 하면 의욕이 생긴다.	①	②	③	④	⑤

질 문 사 항

	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	아주 그렇다
7. 피부관리를 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	①	②	③	④	⑤
8. 피부관리를 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
9. 유행하는 피부 관리에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
10. 피부관리를 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	①	②	③	④	⑤
1. 헤어관리를 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	①	②	③	④	⑤
2. 헤어관리를 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	①	②	③	④	⑤
3. 헤어관리를 하면 자신이 상냥하게 보인다.	①	②	③	④	⑤
4. 헤어관리를 하면 자신감이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
5. 헤어관리를 하면 매력적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
6. 헤어관리를 하면 의욕이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
7. 헤어관리를 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	①	②	③	④	⑤
8. 헤어관리를 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
9. 유행하는 헤어스타일에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
10. 헤어관리를 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	①	②	③	④	⑤
1. 화장을 하면 걸음 걸이가 활발해 진다.	①	②	③	④	⑤
2. 화장을 하면 목소리의 톤이 밝아진다.	①	②	③	④	⑤
3. 화장을 하면 자신이 상냥하게 보인다.	①	②	③	④	⑤
4. 화장을 하면 자신감이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
5. 화장을 하면 매력적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
6. 화장을 하면 의욕이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
7. 화장을 안했을 때는 누군가를 만나고 싶지 않다.	①	②	③	④	⑤
8. 화장을 하지 않으면 아파 보인다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
9. 유행하는 화장에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
10. 화장을 하는 것이 여성의 기본적인 예의이다.	①	②	③	④	⑤
1. 나는 평소에 색상에 관심이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 평소 내가 좋아하는 색상과 잘 어울리는 색상은 일치하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 나에게 어떤 색상이 잘 어울리는지 정확히 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 의류구입 시 평소 내가 좋아하는 색상이라도 나에게 어울리지 않으면 사지 않는다.	①	②	③	④	⑤

질 문 사 항

	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	아주 그렇다
5. 색조화장품(립스틱, 아이섀도) 구입 시 내게 어울리는 색상인가를 가장 중요하게 고려한다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 나의 외모를 가꾸는 일에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 의복차림에 신경을 많이 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 평소 색조화장(화운데이션, 아이섀도, 립스틱 등)을 자주하고 다니는 편이다.	①	②	③	④	⑤
9. 모발염색 시 내게 어울리는 색상을 가장 중요하게 고려한다.	①	②	③	④	⑤
10. 피부색보정을 위한 화장품(파운데이션, 파우더) 구입 시 내게 가장 어울릴 것 같은 색상을 고른다.	①	②	③	④	⑤
11. 물건구입 시 그때 그때 마음에 끌리는 색상을 선택한다.	①	②	③	④	⑤
12. 물건구입 시 평소 내가 좋아하는 색상을 선택한다.	①	②	③	④	⑤
13. 물건구입 시 나에게 잘 어울리는 색상으로 선택한다.	①	②	③	④	⑤
14. 물건구입 시 요즘 유행하고 있는 색으로 선택한다.	①	②	③	④	⑤
15. 물건구입 시 판매원이나 다른 사람이 권하는 색을 선택한다.	①	②	③	④	⑤

..... 대단히 감사합니다.....