



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

김주덕 교수 지도  
석사학위 청구논문

탈모에 대한 인식과  
관리 실태에 대한 연구

2025

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 화장품학전공  
강소희

탈모에 대한 인식과  
관리 실태에 대한 연구

김 주 덕 교수 지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함




2024년 11월

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 화장품학전공  
강 소 희

# 인 준 서

장소희의 석사학위 논문으로 인준함

2025년 1월

심사위원장 한 지수  (인)  
심사위원 황 신 희  (인)  
심사위원 김 주 력  (인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문 개요

시대의 발전과 생활 수준 향상에 따라 외모와 건강에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 따라 탈모에 대한 인식도 변화하고 있다. 탈모는 더 이상 중장년층만의 문제가 아니라 성별과 연령에 관계없이 많은 사람들에게 영향을 미치는 보편적인 문제로 자리 잡았다. 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 조사하는 것은 탈모의 원인과 영향을 이해하는 데 중요한 첫걸음이 될 것이다. 탈모의 원인은 유전적, 환경적, 스트레스, 호르몬, 생활 습관 등 다양한 요인이 복합적으로 작용해 개인마다 다르게 나타난다. 이에 따라 탈모 관리 제품과 치료법이 여러 방향으로 발전하고 있지만, 여전히 탈모에 대한 사회적 인식과 관리 실태를 심층적으로 다룬 연구는 부족한 실정이다. 탈모는 초기 관리가 매우 중요한 만큼, 젊은 층을 대상으로 한 연구는 조기 예방과 관리를 위한 실질적인 정보를 제공하고, 더 효과적인 치료 및 관리법을 제시할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 20~30대 성인 남녀를 대상으로 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 분석하고, 이를 바탕으로 탈모 문제에 대한 사회적 이해를 높이며 효과적인 관리 방안을 제시하는 데 목적이 있다.

본 연구의 설문조사는 국내 거주하는 20~30대 성인 남녀를 대상으로 2024년 7월 25일부터 8월 5일까지 모바일 설문지 양식을 이용하여 설문지 462부를 배포하였고 회수된 설문지 중 불성실한 응답과 탈모 치료를 받지 않는 82부를 제외한 380부를 최종 분석 자료에 사용하였다. 본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도와 백분율로 산출하였다. 또한 소비자들의 탈

모 경험 및 인식, 탈모 치료 및 관리 실태, 탈모 치료의 접근성을 알아보기 위해 t-test(검증)와 One-way ANOVA(일원 변량분석), 빈도분석, 그리고  $\chi^2$ (Chi-square) 검증을 시행하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 탈모에 관한 생각을 분석한 결과, 5점 만점 중 4.08로 탈모에 대해 자주 생각하는 것으로 나타났다. 탈모로 인해 ‘자존감 저하와 스트레스’를 크게 느낀다고 응답한 비율은 46.1%였으며, 사회생활에서 ‘외모 자신감 결여’가 영향을 미친다고 답한 비율은 73.2%로 대부분을 차지하였다. 30대 소비자는 20대 소비자보다 탈모에 대해 더 자주 고민하는 경향을 보였으며, 탈모가 장기간 진행된 소비자일수록 이와 관련된 고민이 더욱 빈번하게 나타났다. 이러한 스트레스는 인간관계와 직장생활에 부정적인 영향을 미치며 심각한 어려움으로 이어질 수 있음이 확인되었다.

둘째, 탈모 인식 차이를 분석한 결과, 남성이 여성보다 탈모가 외모에 미치는 영향을 더 크게 인식하고 있었다. 남성 소비자의 경우 탈모가 진행된 지 1년 이상인 경우가 많았으며, 여성 소비자의 경우 1년 미만 진행된 사례가 많았다. 탈모로 인한 자존감 저하와 삶의 질 감소를 개선하기 위해서는 탈모에 대한 올바른 인식과 조기 치료가 중요하다고 판단된다.

셋째, 치료 경험에 따른 사용실태 및 만족도를 조사한 결과, ‘보통’이 48.4%로 가장 많이 응답하였으며, ‘만족’이 30.0%, ‘불만족’과 ‘매우 만족’이 각각 10.5%, ‘매우 불만족’ 0.5% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 현재 이용 중인 치료 방법에 대한 만족도가 그다지 높지 않음을 알 수 있다. 남성 소비자는 전문가의 신뢰성과 효과를, 여성 소비자는 비용, 부작용, 사용 편리성을 더 중요하게 고려하였다. 남성은 탈모가 비교적 빠르게 진행되어 외모 변화가 뚜렷하게 나타나는 경우가 많고, 여성은 전체적으로 머리카락이 가늘어지거나 얇아지는 방식으로 진행되는 경우가 많다. 이런 특성상 남

성과 여성 모두를 만족시킬 수 있는 적극적인 기술 개발과 전문가의 신뢰 있는 치료, 합리적인 비용, 편리성에 관한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

넷째, 탈모 치료 접근성을 조사한 결과, ‘보통이다’라고 응답한 비율은 33.2%로, ‘어려웠다’ 31.8%로 나타났다. 접근성이 낮은 이유로는 팬데믹으로 인해 외부 접촉을 피하고 개인 관리를 선호한 것이 영향을 미친 것으로 보인다. 또한, 탈모 치료 접근성을 높이기 위해 ‘가격 인하’가 필요하다고 인식하는 소비자는 35.1%로 가장 많았다. 이러한 결과는 합리적인 가격 정책을 도입하면 더 많은 소비자가 탈모 치료를 받을 가능성을 보여준다.

이와 같이 본 연구는 20~30대 소비자들이 탈모로 인해 자존감 저하와 스트레스를 경험하며, 특히 30대와 남성 소비자에서 이러한 경향이 더 두드러진다는 것을 확인할 수 있었다. 또한, 소비자들은 기능성 제품 사용과 탈모 치료를 통해 문제를 해결하려 했으나, 만족도가 높지 않은 것으로 나타났다.

이를 바탕으로 탈모 관리 솔루션 개발 시 소비자 맞춤형 접근이 필요하며, 치료 비용 부담 완화와 심리적 지원 체계 마련, 사회적 편견 해소를 위한 노력이 중요하다. 본 연구는 탈모 인식과 관리 실태에 영향을 미치는 요인들을 분석함으로써, 탈모 시장의 지속 가능한 발전과 소비자 요구를 반영한 정책 및 제품 개발에 기초 자료를 제공하고자 한다.

# 목 차

## 논문 개요

I. 서론 .....	1
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
2. 연구 문제 .....	5
II. 이론적 배경 .....	6
1. 모발의 구조 .....	6
2. 모발의 기능 .....	10
3. 탈모의 정의 및 종류 .....	12
4. 탈모 치료 및 관리 .....	20
III. 연구 방법 .....	25
1. 연구 대상 .....	25
2. 측정 도구 .....	25
3. 자료 분석 .....	26
IV. 연구 결과 및 해석 .....	27

1. 연구대상자의 인구통계학적 특성 .....	27
2. 탈모 경험 및 인식에 관한 일반적 사항 .....	29
3. 탈모 치료 및 관리 실태 .....	43
4. 탈모 치료의 접근성 .....	68
<b>V. 결론 및 제언 .....</b>	<b>75</b>
1. 결론 .....	75
2. 한계점 및 제언 .....	77

참고문헌

ABSTRACT

부록

## 표 목 차

<표 1> 설문지 구성 .....	26
<표 2> 연구대상자의 인구통계학적 특성 .....	28
<표 3> 탈모에 대한 관심도 .....	30
<표 4> 탈모가 외모에 미치는 영향 .....	32
<표 5> 탈모가 사회적 활동에 미치는 영향 .....	34
<표 6> 탈모에 대한 사회적 인식 변화 .....	35
<표 7> 탈모 시작 시기 .....	38
<표 8> 탈모 진행 기간 .....	41
<표 9> 탈모로 인한 자존감 저하 및 스트레스 경험 .....	42
<표 10> 평소 탈모 예방을 위한 실천 방법 .....	43
<표 11> 탈모 원인 .....	44
<표 12> 탈모 판단 이유 .....	47
<표 13> 탈모 개선을 위한 해결 방법 .....	48
<표 14> 탈모 개선을 위한 특정 치료 방법 이유 .....	51
<표 15> 탈모 치료의 필요성 .....	53
<표 16> 현재 이용 중인 치료 방법 만족 부분 .....	54

<표 17> 치료 방법 선택 시 중요 고려 요소 .....	57
<표 18> 특정 탈모 치료 이유 .....	59
<표 19> 특정 탈모 치료의 한계점 .....	60
<표 20> 탈모 치료를 계속하는 이유 .....	63
<표 21> 탈모 치료 방법 선택 시 도움 정보 .....	64
<표 22> 탈모 치료 중 부작용 경험 여부 .....	65
<표 23> 탈모 치료 부작용 경험 증상 .....	66
<표 24> 변경 계획 중인 치료 방법 선택 이유 .....	67
<표 25> 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움 정도 .....	68
<표 26> 탈모 치료 정보 습득 경로 .....	69
<표 27> 탈모 치료의 접근성 제고를 위한 변화 부분 .....	70
<표 28> 탈모 치료를 위한 여러 장소 방문 경험 .....	73
<표 29> 재방문 이유 .....	74

## 그림 목 차

<그림 1> 모발의 구조 .....	6
<그림 2> 모발의 성장주기 .....	10
<그림 3> 여성 안드로겐 탈모증 (Ludwig 분류 3단계) .....	17
<그림 4> 남성형 탈모증의 분류 (Dr. Norwood의 분류기준) .....	18

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

현대 사회에서 외모는 개인의 정체성을 나타내는 수단이자 하나의 경쟁력으로 인식되며, 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 외적인 이미지는 사회적 관계에서 우월함과 성공의 주요 요인으로 작용하며, 외모 관리는 자신의 가치를 높이고 적극적이고 능동적인 사회생활을 영위하는 데 긍정적인 영향을 미치는 필수 요소로 자리 잡았다<sup>1)</sup>. 특히, 모발은 얼굴과 함께 타인의 시선을 가장 먼저 받는 부위로, 사람의 첫인상과 이미지를 결정짓는 중요한 요소 중 하나이다. 모발은 외적인 이미지를 표현하는 역할 뿐 아니라 자외선으로부터 두피를 보호하고 외부의 자극으로부터 인체를 방어하는 기능도 한다<sup>2)</sup>. 이러한 기능 외에도 모발은 심리적·사회적 측면에서 개인의 자신감과 사회적 상호작용에 큰 영향을 미친다.

탈모는 건강에 직접적인 지장을 주지 않지만, 미관상의 문제로 많은 사람들이 고민하며 치료받기를 원한다<sup>3)</sup>. 최근 국민건강보험공단에 따르면, 2020년부터 2024년 6월까지 탈모증으로 병원을 찾은 환자는 총 111만 5,882명으로 달했다. 이 중 남성 환자는 62만 7,192명(56.2%), 여성 환자는 48만 8,690명(43.8%)으로 나타났다. 연령대별로는 40대(24만 4,599명)와 30대(23만 9,688명)가 가장 많았으며, 이어 50대(20만 850명), 20대(20만 683명), 60대(10만 4,574명), 10대(7만 1,056명), 70대 이상(3만 3,552명), 9세 이하(2만

---

1) 박소애(2016), 외모관리행동이 외모만족도와 자아존중감에 미치는 영향, 호남대학교 교육대학원, 석사학위논문, p. 1.

2) 박주연 외(2013), 중년 여성의 탈모관련 요인 분석, 한국미용학회지, 19(6), pp. 1161-1165.

3) 우진아(2017), 두피 및 피부 특징이 남성탈모에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원, 석사학위논문, p. 1.

880명) 순으로 집계되었다<sup>4)</sup>. 특히 10~30대 젊은 환자가 전체 환자의 절반을 차지하며, 탈모로 인해 심리적 고통이 증가하고 있는 추세다.

현대인의 탈모는 유전적인 요인뿐만 아니라 불규칙한 식생활, 스트레스, 음주, 흡연 등 환경적 요인으로 인해 후천적으로 발생하는 경우가 늘고 있다. 과거 중장년층의 고민으로 여겨졌던 탈모가 이제는 젊은 층에서도 급증하며, 이에 따라 탈모와 두피 관리에 대한 관심이 높아지고 관련 시장의 규모도 매년 20~30%로 성장을 거듭하고 있다<sup>5)</sup>. 이처럼 탈모 문제는 고령층뿐만 아니라 젊은 연령층에서도 높은 비율로 발생하고 있으며, 이는 '외모에 대한 자신감 상실'을 초래해 외적인 건강뿐만 아니라 내적인 건강까지 위협하며 사회생활 전반에 큰 영향을 미치고 있다<sup>6)</sup>. 탈모는 연령과 성별에 관계없이 누구나 겪을 수 있는 문제로, 단순히 일부 개인의 고민을 넘어 사회 전체의 인식과 대표적인 관심사로 자리 잡고 있다<sup>7)</sup>.

탈모는 개인의 사회적, 성적 매력을 표현하는 데 있어 매우 중요한 역할을 하므로 탈모가 발생할 경우 자존감이 저하되며, 일반인보다 우울 불안 등의 정신적 스트레스가 더 높게 나타난다<sup>8)</sup>. 일상생활에서 실천하는 건강한 생활 습관도 탈모 예방에 중요하다. 불규칙한 생활 습관이나 수면주기는 모낭의 성장에 영향을 줘 탈모를 일으킬 수 있다. 또 기름진 음식, 인스턴트 식품 등 흡연도 탈모에 좋지 않다. 또한, SNS(Social Network Services/Sites)의 영향과 생활수준의 향상에 따라 두피나 탈모에 관한 정보와 관심은 점점 증가하는 추세이지만, 탈모는 다른 질병에 비하여 경시되고

4) 뉴스1, 5년간 탈모로 병원 찾은 환자 110만명...44%는 여성 <https://lrl.kr/yGwf> (검색일자 : 2024.10.03)

5) 고나현(2024), 확장된 계획행동이론을 적용한 미용실 이용 고객의 두피·모발 관리 제품 구매 행동 분석, 서경대학교 대학원, 박사학위논문, p. 1.

6) 정인심(2015), 두피와 모발 건강증진행위 변화단계별 중재프로그램 개발 및 효과검증 : 범이론적모형(Transtheoretical Model)을 적용하여, 충남대학교 대학원 박사학위논문, p. 1.

7) 광정심(2012), 모발·두피 관리의 실태와 자가 인식 요인 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, p. 1.

8) 정지희 외(2018), 두피질환과 탈모증에 대한 우리나라 성인 남녀의 인식도와 치료법 선택 행동양식 조사연구, 대한피부과학회지, 56(3), pp. 181-186.

있으며, 뚜렷한 탈모증의 해결책이 나타나지 않아 탈모를 가지고 있는 수많은 사람들이 그에 따른 고민과 스트레스를 가지고 있다<sup>9)</sup>. 외모는 자신을 표현하는 중요한 요소이자 경쟁력으로 받아들여지고 있으며, 외모에 대한 노력은 자기 자신을 새롭게 자각하는 계기가 된다<sup>10)</sup>.

이와 관련된 선행연구로는 문영란(2003)<sup>11)</sup>의 두피 모발 관리에 대한 인식 및 태도에 관한 연구, 조남춘(2005)<sup>12)</sup>의 탈모자와 일반인의 두발상태 및 관리에 관한 연구, 김미영(2008)<sup>13)</sup>의 두피·탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구, 김미정 외(2012)<sup>14)</sup>의 성인 남·녀 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태 연구 황경옥(2023)<sup>15)</sup>의 탈모요인에 따른 조기대응 인식이 자아존중감 및 삶의 질에 미치는 영향 등 일반인을 대상으로 한 두피 모발 관리에 대한 폭넓은 연구들이 현재에도 다양하게 진행되고 있으나, 향후 탈모로 어려움을 겪는 사람들에게 더 나은 사회적 환경을 조성하는 데 있어 중요한 역할을 할 젊은세대의 탈모 인식과 관리 실태에 대한 연구는 여전히 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 20~30대의 탈모 인식과 관리 실태를 분석하여 탈모 시장의 지속적인 발전 방안을 제시하고, 탈모로 인해 어려움을 겪는 이들이 보다 나은 삶의 질을 누릴 수 있도록 기여하고자 한다. 특히 탈모 문제에 대해 가지고 있는 인식과 관리 행동을 심층적으로 분석하여, 이들이 직면한

---

9) 우진아(2017), 두피 및 피부 특징이 남성탈모에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원, 석사학위논문, p. 1.  
10) 김창현(2016), 여성의 연령 및 외모관심도의 유형에 따른 두피·모발 관리태도와 관리행동, 경성대학교 대학원, 박사학위논문, p. 6.  
11) 문영란(2003), 직장인의 두피·모발관리에 대한 인식 및 태도, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.  
12) 조남춘(2005), 탈모자와 일반인의 두발상태 및 관리, 식습관, 스트레스 정도, 가족력에 대한 비교분석, 중앙대학교 의약식품대학원, 석사학위논문.  
13) 김미영(2008), 두피·탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.  
14) 김미정 외(2012), 성인 남·녀 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태 연구, 한국융합학회논문지.  
15) 황경옥(2023), 탈모요인에 따른 조기대응 인식이 자아존중감 및 삶의 질에 미치는 영향, 한남대학교 사회문화행정복지대학원, 석사학위논문.

현실적인 어려움과 요구를 구체적으로 이해하는 데 초점을 맞추고자 한다.

이를 통해 개인의 심리적·사회적 부담을 완화하고, 탈모 관리의 접근성을 높이는 실질적인 방안을 모색함으로써, 궁극적으로 탈모에 대한 사회적 인식 개선과 정책적 지원 확대에 기여하는 데 목적이 있다.

## 2. 연구 문제

본 연구는 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 분석하기 위해 국내 20~30대 남녀를 대상으로 인구통계학적 특성을 분석한 후, 연구대상자들의 평소 탈모 인식과 치료에 대한 만족도를 조사하고, 치료 접근성에 대해 평가한다. 이는 급성장하고 있는 탈모 산업에 대한 발전 방안을 모색하고, 탈모 관리와 치료에 관한 올바른 정보를 제공하는 기초 자료로 활용하기 위함이다.

본 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 연령, 최종학력, 직업, 결혼 여부, 월평균 소득 등의 인구통계학적 특성에 따른 여성과 남성들의 평소 탈모에 대한 생각을 분석한다.

둘째, 인구통계학적 특성에 따른 여성과 남성들의 탈모 인식 차이를 알아본다.

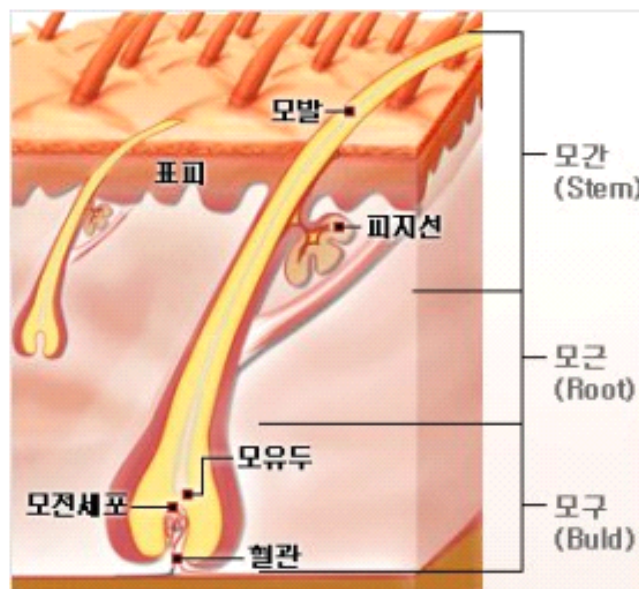
셋째, 탈모 치료 경험이 있는 여성과 남성을 대상으로 인구통계학적 특성에 따른 사용 실태 및 만족도를 알아본다.

넷째, 탈모 치료 경험이 있는 여성과 남성을 대상으로 인구통계학적 특성에 따른 접근성에 대해 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 모발의 구조

모발은 피부의 부속 기관으로 피부 조직의 표피 중에서 발생하여 손바닥, 발바닥, 입술, 유두, 음부 등을 제외한 전신에 분포하고 있다. 모발은 피부 표면으로 나와 있는 부분인 모간(hair shaft)과 피부 내부로 들어가 있는 부분인 모근(hair root)으로 나뉜다<sup>16)</sup>. <그림1>은 모발의 구조를 표현한 것이다.



<그림 1> 모발의 구조<sup>17)</sup>

16) 권태신 외(2007) 미용학개론, 청구문화사, p. 41.

17) 대한모발학회(2008), 모난 사람이 되자, 무한, p. 12.

### 1) 모구(hair bulb)

모근의 아래에 팽창된 부분을 모구(hair bulb)라 하고, 모구의 중앙 부위에 구상으로 들어간 부분을 모유두(dermalpapilla)라 한다. 모유두에는 모세혈관과 신경이 들어있고 혈관으로부터 영양이나 산소를 공급받아 모발의 발생과 성장을 도와준다. 모모세포(matrix cells)라는 세포들이 분열하며 새로운 모발을 생성하는 역할을 한다. 모유두에 접한 부분에 모기질이 있고 모발은 여기에서 만들어진다<sup>18)</sup>.

### 2) 모근(hair root)

모근은 모발 성장 주기를 조절하며 새로운 머리카락을 만들어내는 역할을 한다. 영양과 산소를 공급받아 모발 성장을 돕고 머리카락 색깔을 결정하는 멜라닌 세포가 존재한다. 만 25세 이후로 모낭의 수가 점차 줄어들기 시작하여 모발의 굵기도 점점 가늘어지기 시작한다<sup>19)</sup>.

### 3) 모간(hair shaft)

모간은 큐티클, 피질, 수질 세 층으로 구성되어 있다. 쉽게 볼 수 있는 머리카락 부분이며, 모근에서 공급받은 영양소와 단백질로 만들어진 구조물이다. 관리와 손질이 중요하며, 손상되면 되돌릴 수 없기 때문에 관리가 필요하다.<sup>20)</sup>

#### (1) 모표피

모표피는 모발의 가장 외부에 위치하고 있으며, 모발의 약 10~15% 정도를 차지하고 있다. 형상은 비늘 모양처럼 겹쳐 있는 모습이고 멜라닌 색소

---

18) 김주덕 외(2004), 신화장품학, 동화기술교역, p. 76.

19) 식품의약품안전평가원, 건강기능식품 기능성 평가 가이드-모발 건강 관련-, p. 4.

20) 이귀영 외 (2008), 인종 모발의 형태학적 차이에 관한 전자현미경적 연구, 한서대학교 보건학부 피부미용학과, 한국현미경학회지.

가 없기 때문에 반투명하게 보인다. 모표피는 강한 친유성(lipophilic)을 띠고 있기 때문에 물과 약제에 대한 저항력이 강하고 외적인 손상 요인으로부터 모피질을 보호하는 역할을 한다. 모표피의 상태에 따라 모발 손상 정도를 알 수 있는데 모표피가 모발에서 차지하는 비율이 높을수록 투명, 습윤, 광택, 마찰의 강도가 높아 모발이 건강하다고 볼 수 있다.<sup>21)</sup> 모표피는 가장 외측으로부터 에피큐티클(epicuticle), 엑소큐티클(exocuticle), 그리고 엔도큐티클(endocuticle)로 나뉜다<sup>22)</sup>. 에피큐티클은 지질과 시스틴(Cystine) 등으로 단단히 결합된 각질층으로 약 10mm의 두께이며, 피지선에서 분비되는 피지와 가장 먼저 접촉하는 부위로 친유성을 띤다. 엑소큐티클은 시스틴의 함량이 높아 불안정하여 화학적 자극을 받기 쉽고<sup>23)</sup>, 엔도큐티클은 시스틴의 함량이 낮아 시스틴 결합 약품에는 강하나 단백질 침식성 약품에는 약하다<sup>24)</sup>.

## (2) 모피질

모피질은 모발의 탄력과 강도, 색상을 결정하며 모발 중 가장 많은 부분(85~90%)을 차지하는 긴 폴리펩타이드 결합인 피질세포와 세포와 세포를 결합하여 연결해 주는 간충물질로 구성되어 있다. 과립상의 황색으로부터 짙은 갈색의 멜라닌 색소 입자를 함유하고 있으며, 물과 쉽게 친화하는 친수성(hydrophilic)부분으로 용제의 작용을 쉽게 받기 때문에 헤어 퍼머넌트, 웨이브, 헤어컬러링과 가장 관련이 있는 부분이다<sup>25)</sup>.

## (3) 모수질

모수질은 모발의 중심부에 있으며, 모발 직경이 0.09mm 이상의 굵은 모발

---

21) 전정애(2007), 미용관련학과 학생들의 두피·모발관리에 대한 인식 및 실태, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문, p. 16.

22) Healing(2002), Hair Care Art, 현문사, p. 27.

23) 권미윤(2004), 모발과학. 예림, p. 24.

24) Healing hair care institute(2002), 현문사, p. 28.

25) 박영숙(2006), 두피모발관리학, p. 18.

에 있으나 직경이 0.07mm 정도의 가는 모발 즉, 생모나 유아의 모발에는 거의 없는 것으로 알려져 있다. 모수질의 성분과 기능 등은 아직 충분하게 해명되지 않았지만 약간의 멜라닌(melanin)색소를 함유하고 있으며, 시스테인(cysteine)함량은 모피질보다 적은 것으로 알려져 있다<sup>26)</sup>. 모발에 따라서는 연필의 심과 같이 완전히 연결된 것, 여기저기 끊어져 있는 것, 혹은 전혀 없는 것 등이 있다<sup>27)</sup>.

---

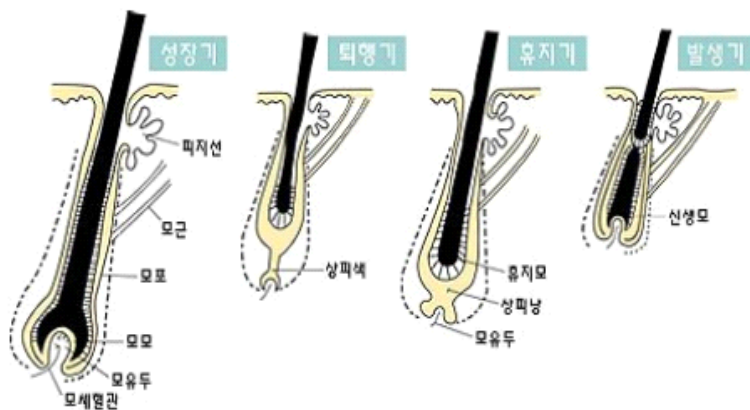
26) 광형집 외(2002), 전계서, p. 25.

27) 김주덕 외(2004), 전계서, p. 84.

## 2. 모발의 기능

모발은 외부 자극으로부터 충격을 완화하고 직사광선, 더위, 추위로부터 두피와 두부를 보호하는 역할을 한다. 또한, 신체에서 필요하지 않은 중금속 수은(mercury), 비소(arsenic), 아연(zinc)을 흡수하여 체외로 배출하는 기능도 수행한다. 고대 일부 나라에서는 모발의 길이나 형태가 계급, 신분, 혼인 여부, 부의 상징 등을 나타내기도 했다. 모발은 남성과 여성의 특징을 강조하며, 같은 사람이라도 모발의 형태, 질감, 색상에 따라 다른 인상을 줄 수 있다. 또한, 장식적인 의미 외에도 성적 매력을 제공하는 요소로서, 사회생활과 대인관계에서 중요한 역할을 한다<sup>28)</sup>.

모발은 손톱과 달리 평생 자라는 것이 아니며, 각각의 모발은 독립된 수명을 지니고 성장, 수축, 탈모, 신생의 주기를 반복한다. 이것을 모주기(hair cycle)라 한다<sup>29)</sup>. <그림2>는 모발의 성장주기를 표현한 것이다. 일정 기간을 거쳐 성장과 탈락이 반복하게 되는데 이것을 모발의 성장주기라고 한다.



<그림 2> 모발의 성장주기<sup>30)</sup>

28) 전선복(2006), 화학적으로 손상된 모발의 수용액과 SDS 용액에서의 단백질 정량, 원광대학교 대학원, 박사학위논문, p. 1.

29) 최광성(2012), 한국인의 두피모발 특성과 남성형 탈모증, 인하대학교 의과대학, p. 46.

30) 대한피부과의사회, Hair News Letter 제1호

#### (1) 성장기(Anagen)

성장기는 생장기라고 불리기도 하며 모세혈관을 통하여 산소와 영양분을 공급받아 세포 분열을 일으켜 가장 활발하게 모발이 성장하는 단계로 수명은 남성은 3~5년, 여성이 4~6년으로 전체 모발의 80~90%를 차지하며, 매일 약 1cm씩 성장한다<sup>31)</sup>.

#### (2) 퇴행기(Catagen)

퇴행기는 기질세포의 분열이 점차 둔화하여 모근부가 축소되며 모발의 퇴화로 시작되는 단계로 수명의 기간은 2~3주 정도로 전체 모발의 1%를 차지한다<sup>32)</sup>.

#### (3) 휴지기(Talogen)

휴지기는 성장의 마지막 단계로 모발의 성장은 더 이상 이루어지지 않으며, 약 3~5개월 정도, 전체 모발의 10~15% 정도를 차지한다. 발열성 질병, 임신 및 출산, 스트레스 등에 의해 털이 갑자기 많이 빠지는 현상이 비정상적인 탈모(Alopecia)로 구분되는 단계이다<sup>33)</sup>.

#### (4) 발생기(Return To Anagen)

발생기는 새로운 모발이 자라나면서 휴지기 동안 정지되어 있던 모발을 밀어내 빠지게 한다. 모발은 질병, 유전, 체질, 연령, 영양결핍 등의 여러 가지 상황에 따라 차이를 보인다<sup>34)</sup>.

---

31) 박은준 외(2021), 모발과 두피 관리학, 메디시언, p. 28.

32) 권태일 외(2022), 두피&헤어증모, 메디시언, pp. 39-40.

33) 윤채의(2020), 헤어 관심도에 따른 탈모 및 가발 인식 조사, 창신대학교 대학원, 석사학위논문 pp. 7-9.

34) 박은준 외(2021), 전계서, p. 29.

### 3. 탈모의 정의 및 종류

#### 1) 탈모의 정의

탈모의 사전적 의미는 털이 빠짐, 머리카락이 빠지는 증상을 뜻한다. 탈모는 두피에 모발이 필요 이상으로 탈락하는 것을 의미하며, 나이가 들면 노화로 인하여 자연스럽게 모발이 감소하는데, 노화가 아닌 유전적인 원인이나 주변환경 스트레스 등으로 인해 탈모를 경험하는 사람들이 늘고 있는 추세이다. 여러 가지 내외적 요인에 의해서 두피와 모낭이 손상되어 성장기 모발의 모근과 모유두의 활동이 멈추게 되면 휴지기로 빠르게 이행되어 휴지기 모발량이 증가한다<sup>35)</sup>. 이런 현상이 서서히 일어나거나 급속하게 발생하면 모발이 탈락하게 되는데, 이러한 상태를 의학적으로는 탈모증이라 한다<sup>36)</sup>. 남성형 탈모증과 여성형 탈모증은 사춘기 이후 주로 발생하는 가장 흔한 탈모증으로 전체 탈모 분포의 90%이며, 생활 습관 및 식습관의 서구화로 인한 증가 추세를 보인다. 이런 증상은 주로 두정부에 발생하는데 새로 발생하는 머리보다 탈락 되는 머리가 많아지며 모주기가 점차 짧아져 머리가 가늘어지고 머리숱이 줄어들게 된다. 이런 증상이 자각될 때는 이미 탈모가 많이 진행된 상태다<sup>37)</sup>.

이렇게 탈모를 인식하게 되는 경우, 급격한 외모 변화로 인해 자신감 상실뿐만 아니라 극심한 대인관계 스트레스, 우울감 등을 호소한다. 탈모로 인하여 낮아진 외모 만족도는 대인관계에 있어 자신감 저하와 심리적인 불안을 일으키는 요인이 되어 사회활동에 대한 낮은 자존감과 대인관계 형성의 어려움, 자신감 결여, 불안감 및 좌절감 등과 같은 심리적인 문제를 경험하

---

35) 탈모증, <https://url.kr/h1y8x3>, (검색일자 : 2024,08,25)

36) 권오상(2022), 탈모증의 약물 비약물치료, 대한내과학회 춘계학술대회, pp. 304-312.

37) 박명순, 한진섭(2012), 한국인 탈모자의 일반적 특성과 탈모증 유발요인 조사 연구, 대한미용학회지, pp. 135-140.

게 된다<sup>38)</sup>. 또한, 스트레스(Stress)는 신경계인 뇌에 영향을 주어 모발 성장을 억제하는 것으로 알려져 있는데, 뇌가 스트레스를 받으면 호르몬이 분비되어 신장기관인 부신피질에 작용하여 코티졸의 농도가 높게 분비되어 모낭에 영향을 주어 탈모가 발생한다. 모발의 코티졸 농도는 만성 스트레스의 정도와 비례한다<sup>39)</sup>.

## 2) 탈모의 원인

탈모의 원인은 매우 다양하고 여러 가지 요인들이 있다. 모근과 두피의 손상으로 모발의 발육부진에 의해 성장주기가 짧아지면서 휴지기가 길어지게 되고, 외부의 충격에도 모발이 쉽게 탈락하게 된다. 또한 과도한 피지분비로 인하여 모근으로부터 모발을 각질화함으로 케라틴 작용을 저해시켜 모낭과 모발의 결속력은 약해지고, 당기는 힘에도 쉽게 탈락하며, 세균의 침입으로 염증과 탈모를 발생하는 원인이 된다<sup>40)</sup>.

### (1) 유전적인 요인

유전적 요인을 탈모의 주요 원인으로 꼽는 것은 피부과 의사들의 공통된 의견이다. 탈모를 유발하는 유전자는 우성으로 유전되며, 부모 중 한 명에게라도 가족력이 있다면 영향을 받을 가능성이 높다. 특히, 어머니로부터 유전된 X염색체에 남성형 탈모를 유발하는 유전자가 있을 경우 모계 유전의 형태로 나타날 수 있다. 최근 학술지에 발표된 연구에 따르면, 가족력이 한쪽 부모에게만 있는 경우보다 양쪽 부모 모두에게 있는 경우 탈모가 더 이른 나이에 시작되고, 진행 속도 또한 빠른 경향을 보였다.<sup>41)</sup>

---

38) Cash(1999), The psychological effects of androgenetic alopecia in men, pp. 926-931.

39) 손이범 외(2001), 심포지엄 5-모발(탈모증의 진단과 치료), 대한피부과학회, p. 77.

40) 정하나(2012), 탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, pp. 10-25.

41) 헬스조선, 탈모는 유전이 가장 큰 원인? <https://url.kr/bjug47>, (검색일자 : 2024.08.09)

## (2) 스트레스와 혈액순환 장애

스트레스를 받으면 자율신경에 이상 현상이 일어난다. 교감신경이 자극 받아 혈관의 수축 현상 및 소화기관의 운동 억제와 심근의 수축 현상 등을 일으킬 수 있으며, 스트레스는 유전적 요인과 같이 탈모의 진행 속도를 더욱 가속화 시키는 요인이 된다<sup>42)</sup>. 모유두 속의 모모세포는 식물의 씨앗과 같은 것으로 혈행의 흐름으로 필요한 영양물질의 전달이 바로 건강한 모발과 아주 밀접한 관계를 맺고 있다. 심한 탈모자들은 대부분이 두피와 두개골이 붙어 있어 모세혈관의 압박으로 혈행이 좋지 못하여 모근의 에너지 대사가 원활하지 못하고 탈모를 가속화 시킨다<sup>43)</sup>.

## (3) 노화

노화(老化, Aging)란 시간이 경과에 따라 세포 기관 또는 개체에 나타나는 진행적인 변화를 말한다<sup>44)</sup>. 모발의 노화현상은 모발 성장기의 기간이 점차적으로 짧아지는 형태를 보이고, 모낭의 위축 현상이 나타나 가는 연모가 생성되는 것으로 흔히 노인들에게서 많이 나타난다고 하여 노인성 탈모라고 한다<sup>45)</sup>.

## (4) 환경적 요인

환경에 의한 손상은 자연환경에 의한 요인과 환경오염에 의한 요인으로 나누어진다. 자연환경에 의한 요인에는 강한 태양광선, 건조한 날씨, 강한 바람과 먼지 등이 있다. 태양광선은 자외선의 강한 에너지 방출로 두피·모

---

42) 소희령 외(2011), 성인의 성별에 따른 탈모관련 요인 비교 분석, 한국미용학회지, pp. 286-296.

43) 김남희(2014), 초기탈모환자들의 탈모증상 완화를 위한 행동유형분석, 대구한의대학교 보건대학원, 석사학위논문, pp. 6-7.

44) 김영숙(2008), 두피모발관리방법론, 대경. p. 70.

45) 김다희(2011), 탈모경험여부에 따른 사회적 인상형성이 대인 및 상태불안에 미치는 영향, 서경대학교 대학원, 석사학위논문, p. 13.

발의 노화를 가져오고 모발의 주성분인 케라틴의 시스틴 결합에 변형과 손상을 일으켜 모발의 강도와 탄력을 저하시킨다<sup>46)</sup>. 환경오염에 의한 요인은 식품 오염, 공장의 연소가스, 자동차의 배기가스와 같은 다양한 공해 물질들이 속한다<sup>47)</sup>. 머리카락은 중금속을 흡수하고 배설하는 성질을 지니고 있으며, 축적된 중금속은 모발 주기의 변화를 가져오는 등 모발의 영향을 끼치게 된다<sup>48)</sup>.

#### (5) 임신, 출산과 폐경

임신, 출산, 폐경 등으로 인해 체내 호르몬 분비에 변화가 있는 경우 환경공해나 식습관 변화, 스트레스 같은 탈모 발생 원인보다 더욱 크게 작용한다. 그뿐만 아니라 임신한 여성은 여성 호르몬이 모발이 성장하는 것을 지연시켜 휴지기 모발의 비율이 줄어들어 임신 중에는 탈모량이 적어지나 출산 후에 다량의 모발이 휴지기에 들어가 탈모량이 많아지게 된다. 결과적으로 호르몬 변화로 인해 탈모증이 유발된다 볼 수 있다<sup>49)</sup>.

#### (6) 기타 요인

두피의 혈액순환이 나빠지면 탈모가 일어날 수 있으며, 생활 습관 중 업무과로, 무절제한 식습관, 되풀이되는 회식, 늦은 저녁 식사 및 부족한 수면 시간, 체형 외모를 위한 과도한 다이어트 등이 현대인들의 탈모 현상을 일으키는 주요 요인이 되고 있다<sup>50)</sup>. 술과 흡연은 혈관을 수축시켜 혈액순환에 장애를 일으켜서 탈모 증상을 발생시킨다<sup>51)</sup>.

---

46) 김영숙 외(2013), 두피모발관리학, 대경, pp. 103-129.

47) 정하나(2012), 탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, pp. 10-25.

48) 구은주(2012), 성인 남·녀의 탈모와 스트레스 자가진단 및 스트레스 영향요인 분석, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, p. 10.

49) 김영은(2005), 여성 탈모에 관한 연구, 한국뷰티아트학회지, 3(1), p. 71.

50) Nicole(2008), Medical treatments for male and female pattern hair loss, J.American Acad Dermatol, 59(4) pp. 547-566.

### 3) 탈모의 종류

#### (1) 휴지기 탈모증

휴지기 탈모는 모주기가 정상적인 상태에 비하여 짧아진 탓에 탈모 증상이 일어난 것이므로 휴지기 탈모증이라고 불린다<sup>52)</sup>. 휴지기 모발의 비율은 전체 모발에서 5~23%인데, 휴지기의 탈모 머리카락의 비율이 25% 이상 되면 휴지기 탈모로 진단한다<sup>53)</sup>. 휴지기 탈모증은 다양한 물리적, 정신적 스트레스에 의한 반응으로 흔히 출산, 전신 수술, 만성질환, 과도한 체중감소 등으로 인해 발생한다<sup>54)</sup>.

#### (2) 원형탈모

원형탈모는 경계가 명확한 원형 또는 타원형의 탈모반이 특징인 비교적 흔한 질환이다. 이 질환은 유전적, 정신병리학적, 면역학적 원인 등 다양한 요인으로 발생한다고 알려져 있지만, 아직까지 그 발생 기전은 명확하게 규명되지 않았다<sup>55)</sup>. 원형 탈모증이 나타나는 부위를 탈모반이라 하며, 탈모반이 한 개인 것을 단발형, 두 개 이상인 것을 다발형이라 한다<sup>56)</sup>. 또한 여러 곳의 원형탈모가 일부 합하여진 다발 융합형 원형 탈모증과 매우 심한 경우 머리 전체가 탈모가 되는 전두 탈모증이 되는 경우도 있다<sup>57)</sup>.

---

51) 이승미(2016), 탈모가 대인관계 스트레스 우울상태 및 삶의 질에 미치는 영향, 건국대학교 대학원, 박사학위논문, p. 1.

52) Raus R(1999), The biology of hair follicles, p. 341.

53) 김은화 외(2007), 탈모증의 이해와 대응책에 관한 연구, 대한미용학회지, 14(4), pp. 45-55.

54) 서현덕 외(2009), 출산 후 휴지기 탈모증의 유병률에 대한 연구, 대한피부과학회지, 47(2), pp. 127-131.

55) 조승연(2010), 여성들의 탈모 요인과 인식에 관한 연구, 동덕여자대학교 미용보건대학원, 석사학위논문, pp. 5-6.

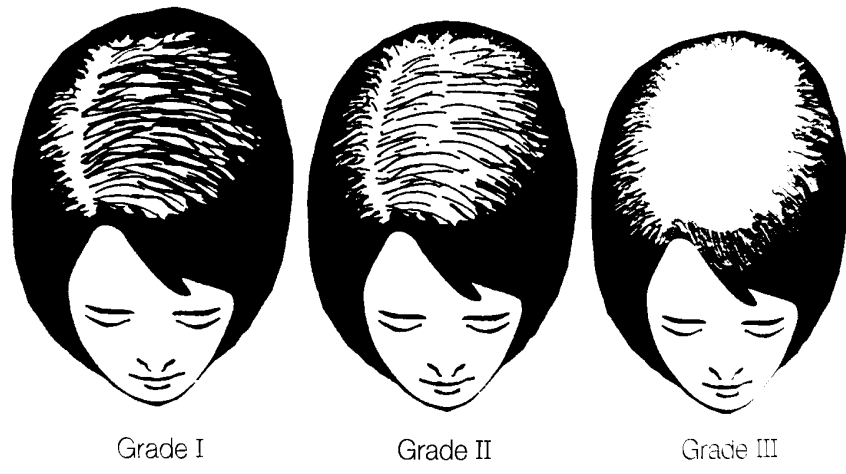
56) 정하나(2012), 탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, pp. 10-25.

57) 김여운(2014), 탈모자의 두피 및 탈모 개선효과에 관한 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문, pp. 11-16.

### (3) 여성형 탈모증

여성형 탈모는 보통 40대 전후부터 발생하고, 전반적으로 굵은 모발이 가늘어지는 연모 상태에서 진행이 멈추는 멈춤 현상이 특징이다. 주로 정수리 부분에서 탈모가 진행되고, 헤어라인의 경계를 벗어나지 않아 전체적인 탈모의 양상 역시 남성과 다르게 진행된다. 남성형 탈모증의 원인과 같이 유전적인 요인과 남성 호르몬의 작용, 나이의 영향을 받는 안드로젠성 탈모에 속한다<sup>58)</sup>.

<그림3>은 Ludwig의 대표적인 여성형 탈모 분류로 Grade I은 정면에서 봤을 때 앞머리 헤어라인에서부터 1~3cm 가량의 모발이 얇아졌다는 걸 인지할 수 있는 단계이다. Grade II는 모발이 얇아진 것이 확연하고 가르마가 둥그런 모양으로 변하기 시작하는 단계이고, Grade III은 머리카락이 있지만 너무 얇아져서 두피가 드러나 보이기 시작하는 단계이다.<sup>59)</sup>



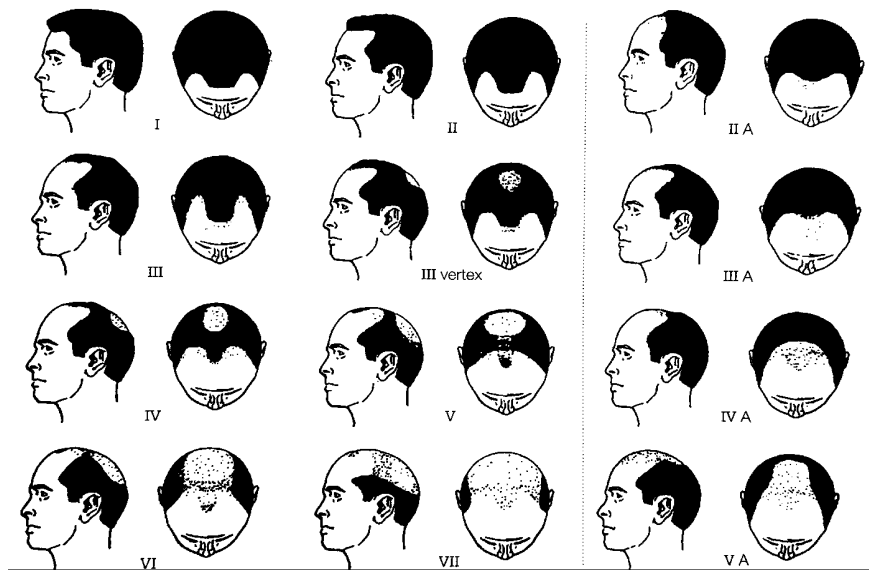
<그림 3> 여성 안드로젠 탈모증 (Ludwig 분류 3단계)

58) 조승연(2010), 여성들의 탈모 요인과 인식에 관한 연구, 동덕여자대학교 미용보건대학원, 석사학위논문, pp. 5-6.

59) 모엠플의원 홈페이지, 저는 탈모 몇단계인가요? 여성형 탈모의 형태와 자가진단법, <https://url.kr/ejxr2o>, (검색일자 : 2024.08.09)

(4) 남성형 탈모증

남성형 탈모증은 안드로겐성 탈모증(androgenic alopecia)이라고도 한다. 사춘기 이후 두피 중앙부(전두부 및 두정부)의 국소 부위에서 모발들이 변하여 점점 가늘어지고, 길이가 짧아지면서 미만성으로 소실되는 것이 특징이다<sup>60</sup>. 이마의 양쪽이 M자형으로 머리가 부분적으로 나는 경우와 측두부·후두부의 모발을 제외한 정수리 쪽에서부터 둥글게 벗어지는 경우 그리고 전체적으로 벗겨지는 U자형 등 여러 가지가 있다<sup>61</sup>. 호르몬에 의한 모발의 굵은 감소하지만, 체모는 많아지는 것이 특징이다<sup>62</sup>. <그림4>는 가장 흔한 남성형 탈모유형의 표준 분류이다. Norwood 분류는 Dr. Norwood에 의해 1970년대 발표된 이후 전세계적으로 가장 많이 쓰이고 있는 분류이다<sup>63</sup>.



<그림 4> 남성형 탈모증의 분류 (Dr. Norwood의 분류기준)

60) 손유미(2024), 탈모유형에 따른 여성용 부분 가발 디자인, 대구가톨릭대학교 예술대학원, 석사학위논문, p. 11.  
 61) Hamilton(1951), Patterned loss of hair in man; types and incidence. Annals of the New York Academy of Sciences, pp. 708-728.  
 62) 최근희(2001), 모발관리 이론 및 실습, 수문사, p. 10.  
 63) 김진오 외(2012), Unger's 모발이식, 대한모발이식연구회.

(5) 기타 탈모증

기타 탈모증으로는 약물에 의한 탈모증, 두피에 가려운 염증이 유발되어 모낭염(Folliculitis)이 생기거나 지루성 습진으로 진행되는 지루성 탈모증<sup>64)</sup>, 장시간 모발을 꽉 묶고 지내면서 모유두가 자극을 받아 모발을 빠지게 하는 견인성 탈모증, 반흔성 탈모증 등이 있다. 반흔성 탈모증이란 흉터로 인해서 나타나는 탈모증으로 모근 자체가 파괴된 경우가 많아서 원래 상태로 재생되기가 어렵다. 원인으로는 방사선 노출, 감염, 대상포진 및 매독 등의 감염으로 나타난다<sup>65)</sup>.

---

64) 김정임(2008), 두피·모발 관리 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 원경대학원, 석사학위논문, p. 20.

65) 조승연(2010), 여성들의 탈모 요인과 인식에 관한 연구, 동덕여자대학교 미용보건대학원, 석사학위논문, pp. 5-6.

## 4. 탈모 치료 및 관리

### 1) 모발이식

모발이식은 후두부의 모발을 전두부로 옮겨 이식하는 시술법이다. 환자의 나이, 탈모 정도, 탈모 속도, 사회적 스트레스 상태, 안면 윤곽, 두개골 모양, 두피의 두께, 모발의 굵기, 모낭의 깊이, 약물 치료에 대한 반응, 예상되는 대머리 진행 경과 등 모든 것을 함께 고려하여 수술을 해야 하므로 환자 개인마다 모발이식 디자인과 심은 방법이 차이가 날 수 있다. 환자마다 다른 특성에 따라 맞춤형 수술을 해주어야 최고의 효과를 얻을 수 있다<sup>66)</sup>.

#### (1) 절개형 모발이식

절개형 모발이식은 가장 많이 시술되는 모발이식 수술이며, 후두부 공여부의 모발을 띠 모양으로 채취하고 모발을 입체 현미경을 이용하여 분리한 뒤 환자의 탈모 부위에 식모기를 이용하여 이식하는 방법이다<sup>67)</sup>.

#### (2) 비절개형 모발이식

비절개형 모발이식은 주로 FUE(follicular unit extraction)를 이용하고 핀치를 사용해 적출하는 수술 방식으로 최소한의 상처로 모발이식이 가능하다. 가장 큰 특징은 두피를 절개하지 않고 후두부 공여부에서 모낭 단위로 한 모낭씩 모낭을 적출하여 후두부에 절개 흉터를 남기지 않는 장점이 있다<sup>68)</sup>.

---

66) 김건아(2012), 남성의 두피 탈모 현황 및 모발이식에 관한 선호도 조사 연구, 건국대학교 산업대학원, 석사학위논문, pp. 9-11.

67) 김형미(2016), 모발이식 자동화를 위한 마커기반 스테레오 시스템 구현, 경북대학교 대학원, 석사학위논문, p. 8.

68) 박상형(2014), 모발이식 여부에 따른 탈모치료 만족도 조사, 창원대학교 보건대학원, 석사학위논문, p. 13.

## 2) 약물치료법

약물치료로 탈모가 일어나는 성장주기를 지연시켜 모발의 가늘어짐을 방지하고, 남성 호르몬에 의해 모근이 줄어들어 가는 것을 방지하거나 모근으로 가는 혈행을 원활하게 한다.

그 외 약물 주사 방법으로는 두피에 직접 미세한 주사기로 혈액순환제, 발모제, 비타민 등의 약물을 혼합해 모근 가까이에 직접 주사하는 메조 테라피 주사 요법이 있다. 메조테라피 주사 치료는 탈모 방지와 발모에 도움이 되는 성분이 포함된 약물을 혼합하여 탈모 부위 모근에 직접 주사하여 탈모의 진행을 억제하고 모발 성장을 촉진하는 치료법이다. 모낭 줄기세포의 활성화, 모낭 내 혈액 공급을 강화하여 탈모 호르몬인 DHT(Dihydrotestosterone)로 인해 가늘어진 모발을 굵은 경모로 만들어주는 효과를 볼 수 있다<sup>69)</sup>.

### (1) 프로페시아

프로페시아(Propecia)는 1998년 미국의 식품의약처(FDA)에서 인증받은 유일한 경구용 탈모 방지약인 대표적인 약물로 전립선 치료제인 프로스카의 성분인 피나스테리드(finasteride) 성분이다. DHT(Dihydrotestosterone) 합성을 억제하고 탈모를 방지하는 탈모 지연적 효과가 있고, 남성 탈모에만 사용되는 치료제이다. 탈모가 시작되었거나 두정부에서 약간의 탈모가 진행된 사람에게 효과가 나타나며, 치료의 효과는 투약하고 6개월이 지나면서 나타나기 시작하여 1년 이내까지 성과가 있다. 부작용으로는 성기능 장애가 약 3% 정도 발병한다고 보고되었는데, 성적 욕구 감소(1.8%), 발기부전(1.3%), 정액량의 감소(1.2%) 등을 들 수 있고, 이런 부작용은 사용을 중지하면 수 주 내로 대부분 회복된다<sup>70)</sup>.

---

69) 김수미(2007), 미용실 전용 두피 탈모 브랜드의 경쟁력 강화에 관한 연구, 숙명여자대학교, 석사학위논문, p. 29.

70) 이명재(2004), 남성 탈모증의 원인 및 대응책에 관한 연구, 숙명여자대학교, 석사학위논문, p. 32.

## (2) 미녹시딜

미녹시딜(Minoxidil)은 항고혈압제로 개발되어 사용되다가 1977년 Dragie가 경구 투여 시 다모증의 발생을 처음 보고한 후, 안드로겐성 탈모증이나 원형 탈모증 환자에게 국소 미녹시딜 도포에 의한 모발 성장을 관찰하여 탈모 방지제로 사용되고 있다. 최초로 식품의약처(FDA)에서 승인한 탈모 방지제이며, 미녹시딜 함량 5%는 남성, 3%는 여성이 사용 가능하고 액상 타입과 무스 타입 경구용으로 시판되어 있다. 미녹시딜의 부작용으로는 체액 지류, 전신 다모증 및 피부의 건조증, 피부 낙설, 국소 부위 다모증을 들 수 있다. 특히 경구용 미녹시딜 사용 후의 전신 다모증은 0.5~1%의 미녹시딜을 사용해도 다모증이 유발될 수 있다<sup>71)</sup>.

## 3) 두피 문신 (타투)

SMP(Scapl Micro-pigmentation)은 두피에 머리카락처럼 보이도록 문신하는 기술이다. 눈썹 문신 기술과 비슷한 기술이고 머리카락이 적거나 흑채 등을 쓰기 귀찮은 사람들에게 좋은 기술법이다. 보통 눈썹 문신은 선이나 면을 만들어 채우는 방식인데, 두피 문신은 모발과 모발 사이에 기술을 하고 기술 깊이도 1~2mm 이하이다. 바늘로 점을 하나씩 찍어 모근과 비슷한 느낌으로 색소를 두피에 착색시키는 방법이고 머리카락을 짧게 잘랐을 때 작고 곱친 점들로 탈모 부분을 채우기 때문에 모낭의 손상을 일으킬 확률은 극히 낮다. 모발이식, 탈모 치료 등의 기술에 비해 통증이 적고, 특별한 마취나 사후관리 등이 필요한 경우는 드물며 출혈, 부기 등도 적어 다음 날 일상생활이 가능하다. 가장 쉽고 간단하게 기술이 가능하다는 장점이 있다<sup>72)</sup>.

---

71) 이희경(2005), 탈모증에 대한 통계학적 고찰 및 관리 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 향장산업대학원, 석사학위논문, pp. 23-24.

72) 두피 문신 smp에 대한 모든 것 2022 <https://url.kr/z1pvlz> (검색일자 : 2024,08,11)

#### 4) 전문클리닉

대체로 전문클리닉은 두피 정밀기기를 통해 두피를 측정하고 1:1로 진행되는 세심한 케어로, 두피 상태를 진단 후 개인에게 알맞은 제품을 활용한 케어를 진행한다. 상세 설문조사를 통해 식생활, 습관 등을 파악하고 여러 기계를 통해 목, 어깨 등 뭉쳐있는 근육을 꼼꼼하게 풀어주는 과정이 포함되어 있다. 중간중간 마사지를 통해 혈액순환을 돕고 미세 전류를 활용한 기기로 독소를 배출해내는 등 두피 케어를 위한 다양한 과정이 포함되어 있다. 접근성이 좋고 명확한 프로그램을 정찰제로 운영하고 있다는 것이 장점이라고 할 수 있다<sup>73)</sup>.

#### 5) 탈모관리 기능성 화장품

##### (1) 기능성 화장품

기능성 화장품은 화장품법 2조 2항에 따르면 "기능성 화장품"이란 화장품 중에서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로서 총리령으로 정하는化妆품을 말한다. 원래 의약외품이었던 '탈모증상 완화' 관련 제품이 2017. 05. 30부터 기능성 화장품으로 전환하였다<sup>74)</sup>.

##### (2) 탈모 증상 완화 기능성 화장품 고시 원료

한국의 기능성 화장품은 기능성 화장품 심사에 관한 규정에 따라 고시된 원료를 사용해야 한다. 효능 효과로 탈모 증상 완화에 도움을 주는 기능성 화장품(탈모 증상의 완화에 도움을 주는 화장품)으로 고시 원료는 텍스판테놀(Dexpanthenol), 비오틴(Biotin), 엘-멘톨(엘-멘톨), 징크피리치온(Zinc

---

73) allure 홈페이지-두피 클리닉 어디서 받아야 할지 모르겠다고? <https://url.kr/exxs7p>  
(검색일자 : 2024.08.13)

74) 화장품법 법률 제 17250호 2조 2항.

Pyrrithione), 징크피리치온 액(50%)(Zinc Pyrithione Solution(50%))과 같다<sup>75)</sup>.

### (3) 탈모 완화 기능성 화장품 종류

탈모 샴푸는 식품의약품안전처의 고시된 원료를 넣어 탈모 증상 완화에 도움을 주기 위해 출시된 샴푸로, 일반샴푸보다 두피·모발에 영양을 주는 성분을 함유한 샴푸를 말한다. 탈모 전용 샴푸를 사용하면 비오틴, 케라틴, 아미노산 등 모발 강화를 돕는 성분을 함유하고 있어 모발이 얇아지는 것을 방지하고, 모근을 튼튼하게 만든다. 주로 초기 단계의 예방이나 탈모의 진행을 늦추는 역할을 기대할 수 있다<sup>76)</sup>.

헤어 토닉은 두피에 영양을 주어 건강하고 윤택한 모발 결을 만들어주며, 모근을 튼튼하게 만들어 탈모를 예방하는 등 비듬, 가려움증을 완화 시켜주는 양모제이다<sup>77)</sup>. 두피를 깨끗하고 시원하게 만들고 모근과 두피에 영양을 공급하여 강한 모근과 건강한 두피를 만드는 데 도움을 주며 근본적인 활력을 부여한다. 비타민, 미네랄, 아미노산 등이 포함되어 두피와 모낭에 영양을 공급해 모발이 건강하게 자랄 수 있는 환경을 조성한다. 모발 성장에 유익한 환경을 만들고 두피를 건강하게 유지하는 데 효과적이지만, 탈모 치료 자체의 주된 수단으로 사용하기에는 한계가 있다<sup>78)</sup>.

---

75) 식품의약품안전처(화장품정책과), 기능성화장품 기준 및 시험방법 식품의약품안전처고시, 제 2018-111호.

76) 두산백과사전, 샴푸, <http://www.doopedia.co.kr/index.do> (검색일자 : 2024.09.10)

77) 네이버 지식백과, 모발학사전, <https://url.kr/nlpdta> (검색일자: 2024.09.15)

78) 네이버 지식백과, 두피와 모발관리, <https://url.kr/ms16nm> (검색일자 : 2024.09.19)

### III. 연구방법

#### 1. 연구대상

본 연구는 국내 거주하는 20~30대 성인 여성, 남성을 대상으로 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 조사하기 위해 2024년 7월 25일부터 8월 5일까지 모바일 설문지 양식을 이용하여 설문지 462부를 배포하였다. 회수된 설문지 중 불성실한 응답과 탈모 치료를 받고 있지 않은 82부를 제외한 380부를 최종 분석 자료에 사용하였다.

#### 2. 측정 도구

본 연구에서는 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 파악하기 위해 선행연구들을 참조하여 연구목적에 맞게 설문지를 재구성하였다. 각 측정 문항은 문영란(2003)<sup>79)</sup>, 김미영(2008)<sup>80)</sup>, 김미정 외(2012)<sup>81)</sup>, 황경옥(2023)<sup>82)</sup>연구의 설문 문항을 참고하였다. 설문지는 크게 4가지 영역으로 구성하였으며, 탈모 경험과 인식에 대한 일반적인 특성 8문항, 탈모 치료 및 관리 실태에 관한 일반적인 특성 19문항, 탈모 치료의 접근성에 관한 특성 6문항, 인구통계학적 특성 6문항 등 총 39문항으로 이루어져 있다.

구체적인 설문 문항은 <표1>과 같다.

---

79) 문영란(2003), 직장인의 두피·모발관리에 대한 인식 및 태도, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.

80) 김미영(2008), 두피·탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.

81) 김미정 외(2012), 성인 남·녀 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태 연구, 한국융합학회논문지.

82) 황경옥(2023), 탈모요인에 따른 조기대응 인식이 자아존중감 및 삶의 질에 미치는 영향, 한남대학교 사회문화행정복지대학원, 석사학위논문.

<표 1 > 설문지 구성

구분	항목	출처	문항수
탈모 경험과 인식	• 탈모 시작 시기	김미영(2008) 문영란(2003)	8
	• 탈모 진행된 기간		
	• 탈모가 끼치는 영향		
	• 탈모에 대한 사회적 인식		
탈모 치료 및 관리 실태	• 탈모 예방을 위한 실천 방법	김미영(2008) 김미정외(2012) 황경옥(2023)	19
	• 탈모 개선 해결 방법		
	• 치료의 만족도		
	• 해당 치료를 하는 이유		
	• 치료 부작용		
	• 치료 변경 계획		
탈모 치료의 접근성	• 탈모 치료에 대한 정보	김미영(2008)	6
	• 치료의 접근성을 위해 개선해야 할 점		
인구통계학	• 성별	연구자	6
	• 연령		
	• 학력		
	• 결혼여부		
	• 직업		
	• 가정 월 평균 소득		
<b>총 문항수</b>			<b>39</b>

### 3. 자료 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도와 백분율을 구출하였다. 또한, 소비자들의 탈모 경험 및 인식, 탈모 치료 및 관리 실태, 탈모 치료의 접근성을 알아보기 위해 t-test(검증)와 One-way ANOVA(일원변량분석), 빈도분석, 그리고  $\chi^2$ (Chi-square) 검증을 실시하였다.

## IV. 연구 결과 및 해석

### 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

연구대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도와 백분율을 알아보기 위하여 분석을 실시한 결과는 <표2>와 같으며, 연구대상자의 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 학력, 결혼 여부, 직업, 가정의 월평균 소득을 알아보았다.

총 380명 중 성별로는 남성이 51.3%, 여성은 48.7%이었고, 연령별로는 30대가 56.6%로 20대 43.3%보다 높은 분포를 보였다. 최종학력별로는 대학교 졸업/재학생포함이 69.7%를 차지하였으며, 다음으로 고등학교 졸업 17.1%, 대학원 졸업/재학생포함 13.2% 순으로 나타났다. 결혼 여부별로는 미혼이 68.9%로 기혼 31.1%보다 많았다. 직업별로는 회사원이 53.7%로 절반 이상을 차지하였고, 다음으로 학생 18.2%, 무직 11.1%, 자영업 7.8%, 기타 9.2% 순으로 높은 분포를 보였다. 가정의 월소득별로는 200~300만원 미만인 21.6%로 가장 많았으며, 다음으로 300~400만원 미만 20.8%, 200만원 미만 18.7%, 400~500만원 미만 17.4%, 600만원 이상 14.5%, 500~600만원 미만 7.0% 순으로 나타났다.

<표 2> 연구대상자의 인구통계학적 특성

구	분	빈도(명)	백분율(%)
성 별	남성	195	51.3
	여성	185	48.7
연 령	20대	165	43.4
	30대	215	56.6
최종학력	고등학교 졸업	65	17.1
	대학교 졸업/재학생 포함	265	69.7
	대학원 졸업/재학생 포함	50	13.2
결혼여부	기혼	118	31.1
	미혼	262	68.9
직 업	학생	69	18.2
	회사원	204	53.7
	자영업	30	7.8
	무직	42	11.1
	기타	35	9.2
가 정 의 월 소 득	200만원 미만	71	18.7
	200~300만원 미만	82	21.6
	300~400만원 미만	79	20.8
	400~500만원 미만	66	17.4
	500~600만원 미만	27	7.0
	600만원 이상	55	14.5
계		380	100.0

## 2. 탈모 경험 및 인식에 관한 일반적 사항

### 1) 탈모에 대한 관심도

소비자들의 탈모에 대한 관심도를 살펴본 결과는 <표 3>과 같이 5점 만점 중 4.08로, 소비자들은 탈모에 대해 자주 생각하는 것으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모에 대해 더 자주 생각하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=3.30, p<.01$ ). 20~30대 남녀를 대상으로 한 김미정<sup>83)</sup>의 연구에서도 과반수 이상 59.2%가 탈모에 대해 관심이 있는 것으로 나타났다. 이는 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

연령별로는 30대 소비자가 20대 소비자보다 탈모에 대해 더 자주 생각하였으며, 연령별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=-2.40, p<.05$ ).

직업별로는 자영업/기타 직업에 종사하는 소비자가 탈모에 대해 가장 많이 자주 생각하였고, 학생인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모에 대해 덜 자주 생각하였으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다. 탈모 시작 시기별로는 탈모가 35~39살에 시작된 소비자가 탈모에 대해 가장 많이 자주 생각하였고, 20~24살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모에 대해 덜 자주 생각하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

탈모 진행기간별로는 탈모가 오랜 기간 동안 진행된 소비자일수록 탈모에 대해 더 자주 생각하였으며, 탈모 진행기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=8.78, p<.001$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 탈모에 대해 더 자주 생각하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=60.06, p<.001$ ).

---

83) 김미정(2007), 20대와 30대의 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태, 고신대학교 보건대학원, 석사학위논문, p. 9.

이상과 같이 소비자들은 탈모에 대해 자주 생각하였으며, 남성과 30대인 소비자, 탈모가 오랜 기간 동안 진행된 소비자일수록, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모에 대해 더 자주 생각하였다.

<표 3> 탈모에 대한 관심도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
성 별	남성	195	4.23	0.87	3.30**	0.001
	여성	185	3.92	0.91		
연 령	20대	165	3.95	0.94	-2.40*	0.017
	30대	215	4.18	0.86		
직 업	학생	69	3.94	1.03	1.79	0.148
	회사원	204	4.06	0.90		
	자영업/기타	65	4.29	0.80		
	무직	42	4.07	0.81		
탈 모 시작시기	20~24살	110	4.04	1.04	0.21	0.888
	25~29살	133	4.11	0.74		
	30~34살	87	4.06	0.99		
	35~39살	50	4.14	0.81		
탈 모 진행기간	1년 미만	153	3.84	0.91	8.78***	0.000
	1~3년 미만	124	4.12	0.85		
	3~5년 미만	47	4.28	0.99		
	5년 이상	56	4.48	0.71		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	71	3.32	1.04	60.06***	0.000
	그렇다	175	4.01	0.73		
	매우 그렇다	134	4.57	0.70		
전 체		380	4.08	0.90		

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## 2) 탈모가 외모에 미치는 영향

소비자들의 탈모가 외모에 미치는 영향에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 4>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 4.41로, 소비자들은 탈모가 자신의 외모에 많은 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=2.39$ ,  $p<.05$ ). 연령별로는 30대 소비자가 20대 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=-2.20$ ,  $p<.05$ ). 직업별로는 회사원인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 적은 영향을 미친다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 탈모 시작 시기별로는 탈모가 35~39살에 시작된 소비자가 탈모가 자신의 외모에 가장 많은 영향을 미친다고 인식하였고, 25~29살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 미치는 영향이 적다고 인식했으나, 이는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 탈모 진행 기간별로는 5년 이상 된 소비자가 탈모가 자신의 외모에 가장 많은 영향을 미친다고 인식하였고, 1~3년 미만 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 적은 영향을 미친다고 인식하였으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=2.73$ ,  $p<.05$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 탈모가 자신의 외모에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=55.39$ ,  $p<.001$ ). 19세 이상 남녀를 대상으로 한 조남춘<sup>84)</sup>의 연구에서도 탈모가 있는 집단이 높은 스트레스를 경험하는 것으로 나타났고, 모든 연령

---

84) 조남춘(2005), 탈모자와 일반인의 두발상태 및 관리 습관 스트레스 정도 가족력에 대한 비교분석, 중앙대학교 의약식품대학원, 석사학위논문, p. 24.

대를 대상으로 조사한 결과, 본 연구와 유사한 결과가 나타났다. 탈모는 연령대 상관없이 외모에 영향을 미치고 높은 스트레스를 주는 것으로 사료된다.

이상과 같이 소비자들은 탈모가 자신의 외모에 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 남성과 30대인 소비자, 탈모 진행 기간이 5년 이상 된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 자신의 외모에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였다.

<표 4> 탈모가 외모에 미치는 영향

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
성 별	남성	195	4.51	0.78	2.39*	0.017
	여성	185	4.31	0.81		
연 령	20대	165	4.31	0.86	-2.20*	0.029
	30대	215	4.49	0.74		
직 업	학생	69	4.43	0.85	1.38	0.249
	회사원	204	4.36	0.85		
	자영업/기타	65	4.58	0.56		
탈 모 시작시기	무직	42	4.38	0.73	1.40	0.242
	20~24살	110	4.41	0.93		
	25~29살	133	4.32	0.80		
	30~34살	87	4.46	0.68		
탈 모 진행기간	35~39살	50	4.58	0.61	2.73*	0.043
	1년 미만	153	4.41	0.76		
	1~3년 미만	124	4.30	0.91		
	3~5년 미만	47	4.45	0.77		
탈 모 스트레스 경험정도	5년 이상	56	4.66	0.58	55.39***	0.000
	보통 이하	71	3.73	1.09		
	그렇다	175	4.38	0.67		
	매우 그렇다	134	4.81	0.43		
전 체		380	4.41	0.80		

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

### 3) 탈모가 사회적 활동에 미치는 영향

소비자들의 탈모가 사회적 활동에 미치는 영향에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 5>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 4.19로, 소비자들은 탈모가 사회적 활동에 많은 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다. 20세 이상 남녀를 대상으로 한 김다희 외<sup>85)</sup>의 연구에서도 사회적으로 탈모의 인상 형성이 대인 불안에까지 영향이 미치는 것으로 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모가 사회적 활동에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 연령별로는 30대 소비자가 20대 소비자보다 탈모가 사회적 활동에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=-2.31, p<.05$ ). 이는 30대가 직장생활과 사회활동을 많이 하기 때문에 20대보다도 탈모에 대한 사회적 활동에 더 많이 영향을 끼치는 것으로 사료된다.

직업별로는 자영업/기타 직업에 종사하는 소비자가 탈모가 사회적 활동에 가장 많은 영향을 미친다고 인식하였고, 학생인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 사회적 활동에 적은 영향을 미친다고 인식하였으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다. 탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 탈모가 사회적 활동에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=33.00, p<.001$ ).

이상과 같이 소비자들은 탈모가 사회적 활동에 많은 영향을 미친다고 인식하였으며, 남성과 30대인 소비자, 탈모 진행 기간이 5년 이상 된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은

---

85) 김다희 외(2010), 탈모가 인상형성 및 대인불안에 미치는 영향, 대한피부미용학회지, p. 9.

소비자보다 탈모가 사회적 활동에 더 많은 영향을 미친다고 인식하였다. 스트레스가 많을수록 탈모로 인한 외모 변화에 민감하게 반응하고, 이것이 대인관계나 사회생활에 영향을 미치는 악순환이 발생할 가능성이 큰 것으로 판단된다.

<표 5> 탈모가 사회적 활동에 미치는 영향

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
성 별	남성	195	4.25	0.82	1.34	0.182
	여성	185	4.14	0.87		
연 령	20대	165	4.08	0.91	-2.31*	0.022
	30대	215	4.28	0.78		
직 업	학생	69	4.12	0.90	0.42	0.738
	회사원	204	4.20	0.81		
	자영업/기타	65	4.28	0.88		
	무직	42	4.17	0.91		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	71	3.61	0.92	33.00***	0.000
	그렇다	175	4.17	0.74		
	매우 그렇다	134	4.54	0.76		
전 체		380	4.19	0.85		

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

#### 4) 탈모에 대한 사회적 인식 변화

탈모에 대한 사회적 인식 변화에 대해 소비자들의 인식을 살펴본 결과는 <표 6>과 같이 부정적으로 변화하고 있다 30.0%로 가장 많은 응답을 하였고, 다음으로 보통이다 28.2%, 변화가 없었다 19.2%, 긍정적으로 변화하고 있다 17.6%. 잘 모르겠다 5.0% 순으로 나타났다. 따라서 탈모에 대한 사회적 인식이 부정적으로 변화하고 있다고 인식하는 소비자가 긍정적으로 변화하고 있다고 인식하는 소비자보다 많음을 알 수 있다.

20세 이상 남녀를 대상으로 한 김다희<sup>86)</sup>의 연구에서도 본 연구와 유사한 결과가 나타났는데, 이는 탈모가 사회적 인식에 영향을 미칠 뿐만 아니라 대인 불안(56.7%)과 상태불안(24%)과 같은 심리적 요인에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6> 탈모에 대한 사회적 인식 변화

구 분	빈도(N)	백분율(%)
긍정적으로 변화하고 있다	67	17.6
부정적으로 변화하고 있다	114	30.0
보통이다	107	28.2
변화가 없었다	73	19.2
잘 모르겠다	19	5.0
계	380	100.0

86) 김다희(2011), 탈모경험여부에 따른 사회적 인상형성이 대인 및 상태불안에 미치는 영향, 서경대학교 대학원, 석사학위논문, p. 91.

## 5) 탈모 시작 시기

소비자들의 탈모 시작 시기에 대해 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 탈모가 25~29살에 시작된 소비자가 35.0%로 가장 많았으며, 다음으로 20~24살 28.9%, 30~34살 22.9%, 35~39살 13.2% 순으로 나타났다. 30~40대를 대상으로 한 김미영<sup>87)</sup>의 연구에서도 탈모 시작 시기가 20대 후반에 시작한 성인이 18.9%로 가장 많았다. 이는 환경오염과 스트레스, 서구화된 식생활 등으로 인하여 탈모의 연령이 점점 낮아지고 그 수가 증가한 것과 관련 있는 것으로 판단된다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모가 25~29살과 30~34살에 더 많이 시작되었고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 20~24살에 더 많이 시작되었으나 유의미한 차이는 아니었다. 연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 탈모가 29살 이하에 더 많이 시작되었고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 30살 후부터 더 많이 시작되었으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=182.40$ ,  $p<.001$ ).

최종학력별로는 최종학력이 낮은 소비자일수록 탈모가 20~24살에 더 많이 시작되었고, 최종학력이 높은 소비자일수록 25~29살에 더 많이 시작되었으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=20.64$ ,  $p<.01$ ).

결혼 여부별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 탈모가 30살 후부터 더 많이 시작되었고, 미혼인 소비자는 기혼인 소비자보다 29살 이하에 더 많이 시작되었으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=57.64$ ,  $p<.001$ ).

직업별로는 학생인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 20~24살에 더 많이 시작되었고, 회사원인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 25~29살

---

87) 김미영(2008), 두피,탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문, p. 72.

에, 자영업/기타 직업에 종사하는 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 30살 후부터 더 많이 시작되었고, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=103.18$ ,  $p<.001$ ).

가정의 월소득별로는 200만원 미만인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 20~24살에 더 많이 시작되었고, 200~300만원 미만인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 25~29살에, 300~400만원 미만인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 30~34살에 더 많이 시작되었으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=35.99$ ,  $p<.001$ ).

이상과 같이 탈모가 25~29살에 시작된 소비자가 가장 많았으며, 20대 소비자와 최종학력이 낮은 소비자일수록, 미혼인 소비자, 학생인 소비자, 그리고 가정의 월평균 소득이 200만원 미만인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 더 이른 나이에 더 많이 시작되었다.

<표 7> 탈모 시작 시기

구	분	20~24살	25~29살	30~34살	35~39살	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성 별	남성	53 (27.2)	70 (35.9)	47 (24.1)	25 (12.8)	195 (51.3)	0.82 (3)	0.846
	여성	57 (30.8)	63 (34.1)	40 (21.6)	25 (13.5)	185 (48.7)		
연 령	20대	91 (55.2)	74 (44.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	165 (43.4)	182.40*** (3)	0.000
	30대	19 (8.8)	59 (27.4)	87 (40.5)	50 (23.3)	215 (56.6)		
최종학력	고등학교 졸업	29 (44.6)	18 (27.7)	8 (12.3)	10 (15.4)	65 (7.1)	20.64** (6)	0.002
	대학교 졸업	74 (27.9)	96 (36.2)	67 (25.3)	28 (10.6)	265 (69.7)		
	대학원 졸업	7 (14.0)	19 (38.0)	12 (24.0)	12 (24.0)	50 (13.2)		
결혼여부	기혼	15 (12.7)	30 (25.4)	40 (33.9)	33 (28.0)	118 (31.1)	57.64*** (3)	0.000
	미혼	95 (36.3)	103 (39.3)	47 (17.9)	17 (6.5)	262 (68.9)		
직 업	학생	50 (72.5)	18 (26.1)	1 (1.4)	0 (0.0)	69 (18.2)	103.18*** (9)	0.000
	회사원	32 (15.7)	81 (39.7)	64 (31.4)	27 (13.2)	204 (53.7)		
	자영업/기타	12 (18.5)	20 (30.8)	17 (26.2)	16 (24.6)	65 (17.0)		
	무직	16 (38.1)	14 (33.3)	5 (11.9)	7 (16.7)	42 (11.1)		
가 정 의 월 소 득	200만원 미만	34 (47.9)	23 (32.4)	6 (8.5)	8 (11.3)	71 (18.7)	35.99*** (12)	0.000
	200~300만원 미만	24 (29.3)	36 (43.9)	17 (20.7)	5 (6.1)	82 (21.6)		
	300~400만원 미만	10 (12.7)	33 (41.8)	23 (29.1)	13 (16.5)	79 (20.8)		
	400~500만원 미만	19 (28.8)	18 (27.3)	19 (28.8)	10 (15.2)	66 (17.4)		
	500만원 이상	23 (28.0)	23 (28.0)	22 (26.8)	14 (17.1)	82 (21.6)		
전 체	110 (28.9)	133 (35.0)	87 (22.9)	50 (13.2)	380 (100.0)			

\*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## 6) 탈모 진행 기간

소비자들의 탈모 진행 기간에 대해 살펴본 결과는 <표 8>과 같이 탈모가 진행된 지 1년 미만 된 소비자가 40.3%로 가장 많았으며, 다음으로 1~3년 미만 32.6%, 5년 이상 14.7%, 3~5년 미만 12.4% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모가 진행된 지 1년 이상 되었고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 1년 미만 되었으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=30.68$ ,  $p<.001$ ).

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 탈모가 진행된 지 1년 미만 되었고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 1년 이상 되었으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=46.47$ ,  $p<.001$ ).

최종학력별로는 대학교 졸업인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 진행된 지 1~3년 미만 되었고, 대학원 졸업인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 1년 미만과 5년 이상 되었으나 유의미한 차이는 아니었다. 결혼 여부별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 탈모가 진행된 지 1년 이상 되었고, 미혼인 소비자는 기혼인 소비자보다 1년 미만 되었으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=13.21$ ,  $p<.01$ ).

직업별로는 학생과 자영업/기타 직업에 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 진행된 지 1~3년 미만 되었고, 회사원인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 3년 이상 되었으며, 무직인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 1년 미만 되었고, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=34.22$ ,  $p<.001$ ).

가정의 월소득별로는 200만원 미만인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 진행된 지 1년 미만 되었고, 300~400만원 미만인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 5년 이상 되었으며, 400~500만원 미만인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 1~3년 미만 되었고, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한

차이를 보였다( $\chi^2=25.63$ ,  $p<.05$ ).

이상과 같이 탈모가 진행된 지 1년 미만 된 소비자가 가장 많았으며, 남성과 30대 소비자, 기혼인 소비자, 회사원인 소비자, 그리고 가정의 월평균 소득이 300~400만원 미만인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모가 진행된 지 더 오래되었다.

<표 8> 탈모 진행 기간

구	분	1년 미만	1~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성 별	남성	55 (28.2)	67 (34.4)	34 (17.4)	39 (20.0)	195 (51.3)	30.68*** (3)	0.000
	여성	98 (53.0)	57 (30.8)	13 (7.0)	17 (9.2)	185 (48.7)		
연 령	20대	89 (53.9)	59 (35.8)	11 (6.7)	6 (3.6)	165 (43.4)	46.47*** (3)	0.000
	30대	64 (29.8)	65 (30.2)	36 (16.7)	50 (23.3)	215 (56.6)		
최종학력	고등학교 졸업	28 (43.1)	20 (30.8)	7 (10.8)	10 (15.4)	65 (7.1)	3.38 (6)	0.760
	대학교 졸업	103 (38.9)	92 (34.7)	34 (12.8)	36 (13.6)	265 (69.7)		
	대학원 졸업	22 (44.0)	12 (24.0)	6 (12.0)	10 (20.0)	50 (13.2)		
결혼여부	기혼	33 (28.0)	43 (36.4)	22 (18.6)	20 (16.9)	118 (31.1)	13.21** (3)	0.004
	미혼	120 (45.8)	81 (30.9)	25 (9.5)	36 (13.7)	262 (68.9)		
직 업	학생	39 (56.5)	25 (36.2)	3 (4.3)	2 (2.9)	69 (18.2)	34.22*** (9)	0.000
	회사원	68 (33.3)	67 (32.8)	33 (16.2)	36 (17.6)	204 (53.7)		
	자영업/기타	20 (30.8)	24 (36.9)	10 (15.4)	11 (16.9)	65 (17.0)		
	무직	26 (61.9)	8 (19.0)	1 (2.4)	7 (16.7)	42 (11.1)		
가 정 의 월 소 득	200만원 미만	43 (60.6)	17 (23.9)	3 (4.2)	8 (11.3)	71 (18.7)	25.63* (12)	0.012
	200~300만원 미만	29 (35.4)	29 (35.4)	13 (15.9)	11 (13.4)	82 (21.6)		
	300~400만원 미만	22 (27.8)	31 (39.2)	12 (15.2)	14 (17.7)	79 (20.8)		
	400~500만원 미만	21 (31.8)	27 (40.9)	7 (10.6)	11 (16.7)	66 (17.4)		
	500만원 이상	38 (46.3)	20 (24.4)	12 (14.6)	12 (14.6)	82 (21.6)		
전 체	153 (40.3)	124 (32.6)	47 (12.4)	56 (14.7)	380 (100.0)			

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## 7) 탈모로 인한 자존감 저하 및 스트레스 경험

소비자들의 탈모로 인한 자존감 저하 및 스트레스 경험 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9>에서 보는 바와 같이 그렇다 46.1%로 가장 많은 응답을 하였고, 다음으로 매우 그렇다 35.3%, 보통이다 14.5%, 아니다 3.4%, 전혀 아니다 0.7% 순으로 나타났다. 따라서 대부분의 소비자가 탈모로 인해 자존감이 저하되거나 스트레스를 경험하였음을 알 수 있다. 20세 이상 남녀를 대상으로 한 김다희<sup>88)</sup>의 연구에서도 68.5%가 스트레스를 경험했다고 응답하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 현대 사회는 풍성한 머리카락을 젊음과 건강, 매력의 상징으로 보는 경향이 있다. 탈모는 이러한 기준에 반하는 모습으로 비칠 수 있어 개인이 자신을 부정적으로 바라보게 할 수 있다. 외모에 관한 사회적 기준과 기대가 클수록 자존감에도 영향을 끼친다고 사료된다.

<표 9> 탈모로 인한 자존감 저하 및 스트레스 경험

구 분	빈도(N)	백분율(%)
전혀 아니다	3	0.7
아니다	13	3.4
보통이다	55	14.5
그렇다	175	46.1
매우 그렇다	134	35.3
계	380	100.0

88) 김다희(2011), 탈모경험여부에 따른 사회적 인상형성이 대인 및 상태불안에 미치는 영향, 서경대학교 대학원, 석사학위논문, p. 91.

### 3. 탈모 치료 및 관리 실태

#### 1) 평소 탈모 예방을 위한 실천 방법

소비자들의 평소 탈모 예방을 위한 실천 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 10>과 같이 평소 탈모 예방을 위해 기능성 제품을 사용하는 소비자가 26.3%로 가장 많았으며, 다음으로 스트레스 관리 20.6%, 적절한 수면 16.5%, 균형 잡힌 식사 14.4%, 규칙적인 운동 13.9%, 약 복용 6.8%, 없음 1.1% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 평소 탈모 예방을 위해 기능성 제품을 가장 많이 사용하고 있음을 알 수 있다. 대학생 남녀를 대상으로 한 고희현<sup>89)</sup>의 연구에서도 기능성 제품을 사용하는 소비자들이 31.9%로 본 연구와 유사한 결과가 나타났다. 기능성 제품을 찾는 사람들은 효과적인 탈모 관리에 대한 기대와 접근성 및 사용 편리성을 위해 쓰는 것으로 판단되며, 치료 대안으로의 인식으로 생각하고 있는 것으로 판단된다.

<표 10> 평소 탈모 예방을 위한 실천 방법 (복수 응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
규칙적인 운동	116	13.9
균형 잡힌 식사	120	14.4
스트레스 관리	172	20.6
적절한 수면	138	16.5
기능성 제품(토닉, 샴푸등)	219	26.3
없음	9	1.1
약 복용	57	6.8
기타	3	0.4
계	834	100.0

89) 고희현(2016), 대학생들의 탈모 인식 및 탈모 경험에 관한 연구, 경기대학교 대체의학대학원, 석사학위논문, p. 19.

## 2) 탈모 원인

소비자들의 탈모 원인에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11>에서 보는 바와 같이 스트레스가 탈모의 원인이라고 인식하는 소비자가 31.0%로 가장 많았으며, 다음으로 유전적인 요인 26.7%, 환경적인 요인 19.4%, 염색/펌 미용기술 9.4%, 호르몬 7.6%, 다이어트 5.8%, 기타 0.1% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 스트레스가 탈모의 가장 큰 원인이라고 인식하고 있음을 알 수 있다. 과거에는 탈모발생의 일차적 원인인 유전적 요인이 지배적이었다면 최근의 탈모발생은 이차적 원인인 스트레스, 피로, 자율면역계 질환 등에 의한 영향이 큰 것으로 알려져 있다<sup>90)</sup>. 10~60세 남성을 대상으로 한 지상기<sup>91)</sup>의 연구에서도 탈모로 인해 스트레스는 100점을 기준으로 47.23점으로 나타났으며, 우울, 불안등 정신과적 질환과 연관이 크게 있는 것으로 나타났고 향후 심리학적 특성을 평가 분석하고 연구 또한 같이 병행 되어야 할 것으로 사료된다.

<표 11> 탈모 원인

(복수 응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
유전적인 요인	208	26.7
환경적인 요인	151	19.4
염색/펌 미용기술	73	9.4
스트레스	241	31.0
다이어트	45	5.8
호르몬(출산/질병)	59	7.6
기타	1	0.1
계	778	100.0

90) 이재숙 외(2008), 탈모인의 모발분석을 통한 연령별 중금속 오염도 비교, 한국미용학회지, 14(3), pp. 857-865.

91) 지상기(2000), 탈모증 남성들의 스트레스와 우울에 관한 연구, 중앙대학교 사회개발대학원, 석사학위논문, p. 36.

### 3) 탈모 판단 이유

소비자들이 자신이 탈모라고 판단한 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 12>와 같이 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 판단한 소비자가 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 병원/전문적인 진단 38.9%, 주변 의견 9.7%, 기타 1.3% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 병원/전문적인 진단과 주변 의견에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=16.98, p<.01$ ).

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였고, 30대 소비자는 20대 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 병원/전문적인 진단과 주변 의견에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=8.99, p<.05$ ).

탈모 시작 시기별로는 탈모가 25~29살에 시작된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 병원/전문적인 진단에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였고, 35~39살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 개인적인 생각과 주변 의견에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였으나 탈모 시작 시기에 따른 유의미한 차이는 없었다. 탈모 진행 기간별로는 1년 미만 된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였고, 3~5년 미만 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 병원/전문적인 진단과 주변 의견에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=35.73, p<.001$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 개인적인 생각과 주변 의견에 의해 자신이 탈모라고

더 많이 판단하였고, 탈모로 인한 스트레스 경험이 적은 소비자일수록 병원/전문적인 진단에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 소비자들은 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 가장 많이 판단하였으며, 여성과 20대 소비자, 그리고 탈모가 진행된 지 1년 미만된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 개인적인 생각에 의해 자신이 탈모라고 더 많이 판단하였다. 탈모는 시각적으로 머리카락의 빠짐이나 가늘어짐, 두피 노출 증가 등으로 판단되며, 이러한 변화는 개인의 외모와 자존감에 큰 영향을 미친다. 개인의 사회적 활동이나 직장 내 이미지에 영향을 미칠 수 있기 때문에, 이를 초기에 인식하고 관리하는 것이 중요하다고 판단된다.

<표 12> 탈모 판단 이유

구	분	개인적 생각	병원/전문 적인 진단	주변 의견	기타	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성	남성	78 (40.0)	92 (47.2)	23 (11.8)	2 (1.0)	195 (51.3)	16.98** (3)	0.001
	여성	112 (60.5)	56 (30.3)	14 (7.6)	3 (1.6)	185 (48.7)		
연	20대	96 (58.2)	53 (32.1)	13 (7.9)	3 (1.8)	165 (43.4)	8.99* (3)	0.029
	30대	94 (43.7)	95 (44.2)	24 (11.2)	2 (0.9)	215 (56.6)		
탈	20~24살	54 (49.1)	43 (39.1)	12 (10.9)	1 (0.9)	110 (28.9)	11.68 (9)	0.232
	25~29살	64 (48.1)	59 (44.4)	8 (6.0)	2 (1.5)	133 (35.0)		
	30~34살	43 (49.4)	34 (39.1)	8 (9.2)	2 (2.3)	87 (22.9)		
	35~39살	29 (58.0)	12 (24.0)	9 (18.0)	0 (0.0)	50 (13.2)		
탈	1년 미만	99 (64.7)	36 (23.5)	15 (9.8)	3 (2.0)	153 (40.3)	35.73*** (9)	0.000
	1~3년 미만	57 (46.0)	54 (43.5)	12 (9.7)	1 (0.8)	124 (32.6)		
	3~5년 미만	11 (23.4)	29 (61.7)	6 (12.8)	1 (2.1)	47 (12.4)		
	5년 이상	23 (41.1)	29 (51.8)	4 (7.1)	0 (0.0)	56 (14.7)		
탈	보통 이하	40 (56.3)	20 (28.2)	8 (11.3)	3 (4.2)	71 (18.6)	10.65 (6)	0.100
	그렇다	87 (49.7)	71 (40.6)	17 (9.7)	0 (0.0)	175 (46.1)		
	매우 그렇다	63 (47.0)	57 (42.5)	12 (9.0)	2 (1.5)	134 (35.3)		
전	체	190 (50.0)	148 (38.9)	37 (9.7)	5 (1.3)	380 (100.0)		

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

#### 4) 탈모 개선

##### (1) 탈모 개선을 위한 해결 방법

소비자들의 탈모 개선을 위한 해결 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 13>과 같다.

<표 13>에서 보는 바와 같이 탈모 개선을 위해 탈모관리제품을 사용하는 소비자가 45.2%로 가장 많으며, 다음으로 약 복용 27.1%, 두피 전문클리닉 14.8%, 모발이식 7.8%, 타투 4.0%, 기타 1.1% 순으로 나타났다.

따라서 소비자들은 탈모 개선을 위해 탈모 관리 제품을 가장 많이 사용하고 있음을 알 수 있다. 20~50 남녀를 대상으로 한 황경옥<sup>92)</sup>의 연구에서도 탈모 개선을 위해 기능성 탈모 제품 구입이 31.1%로 가장 많았다. 기존의 탈모 치료 방법들은 치료가 어렵거나 시간과 비용이 많이 요구되기 때문에 경제적, 심리적 부담을 느끼며 쉽게 접근하지 못하고 있는 경우가 많았다<sup>93)</sup>.

현재 탈모관리 제품이 기능성 화장품으로 분류되고, 화장품 시장이 활발해지며 사용성이 편리한 탈모관리제품이 계속적으로 증가한 것으로 사료된다.

<표 13> 탈모 개선을 위한 해결 방법 (복수 응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
모발 이식	43	7.8
타투	22	4.0
두피 전문클리닉	81	14.8
약 복용(피나스테리드, 두타스테리드 등)	149	27.1
탈모관리제품(기능성 샴푸, 헤어토닉 등)	248	45.2
기타	6	1.1
계	549	100.0

92) 황경옥(2023), 탈모요인에 따른 조기대응 인식이 자아존중감 및 삶의 질에 미치는 영향, 한남대학교 사회문화행정복지대학원, 석사학위논문, p. 45.

93) Kim, D. H(2011), The influence of social impression formation based on the experience of hair loss on the interpersonal anxiety and state anxiety. Dept. of Beauty Arts The Graduate School of SeoKyeong University, Seoul.

## (2) 탈모 개선을 위한 특정 치료 방법 이유

소비자들이 탈모 개선을 위해 특정 치료 방법을 이용하는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 14>와 같이 탈모 개선을 위해 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 이용하는 소비자가 35.8%로 가장 많았으며, 다음으로 비용이 적당해서 34.2%, 접근성이 좋아서 22.1%, 추천이나 정보에 의해 6.6%, 기타 1.3% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모 개선을 위해 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 비용이 적당해서와 접근성이 좋아서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=16.45$ ,  $p<.01$ ). 남성은 탈모가 보다 직접적으로 나타나고 비교적 빠르게 진행되기 때문에 외모 변화가 뚜렷해진다. 여성은 남성처럼 집중적으로 나타나기보다는 전체적으로 머리카락이 가늘어지거나 얇아지는 방식으로 진행되는 경우가 많다. 이런 특성상 대체적으로 남성은 여성보다 탈모가 눈에 띄일 정도로 보이기 때문에 비용보다는 효과를 더 중요시 하는 것으로 사료된다.

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 탈모 개선을 위해 비용이 적당해서와 접근성이 좋아서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

탈모 시작 시기별로는 탈모가 30~34살에 시작된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 개선을 위해 비용이 적당해서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였고, 35~39살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 효과적인 결과를 기대해서와 접근성이 좋아서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

탈모 진행 기간별로는 1년 미만 된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈

모 개선을 위해 비용이 적당해서와 접근성이 좋아서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였고, 3~5년 미만 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=22.64, p<.05$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 탈모 개선을 위해 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 많이 이용하였고, 탈모로 인한 스트레스 경험을 한 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 비용이 적당해서, 탈모로 인한 스트레스 경험이 적은 소비자일수록 접근성이 좋아서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=27.82, p<.01$ ). 본 연구는 탈모가 사회적 활동에 많은 영향을 미쳐 소비자의 심리적 부담감, 기대하는 치료 결과, 비용 감수 능력, 접근성에 대한 요구 등이 복합적으로 작용한 결과라고 사료된다.

이상과 같이 소비자들은 탈모 개선을 위해 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 가장 많이 이용하였으며, 남성과 탈모 진행이 3~5년 미만 된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모 개선을 위해 효과적인 결과를 기대해서 특정 치료 방법을 더 많이 이용하였다.

<표 14> 탈모 개선을 위한 특정 치료 방법 이유

구	분	효과적인 결과를 기대해서	비용이 적당해서	접근성이 좋아서	추천이나 정보에 의해	기타	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성	남성	87 (44.6)	63 (32.3)	32 (16.4)	10 (5.1)	3 (1.5)	195 (51.3)	16.45** (4)	0.002
	여성	49 (26.5)	67 (36.2)	52 (28.1)	15 (8.1)	2 (1.1)	185 (48.7)		
연	20대	51 (30.9)	61 (37.0)	38 (23.0)	13 (7.9)	2 (1.2)	165 (43.4)	3.48 (4)	0.482
	30대	85 (39.5)	69 (32.1)	46 (21.4)	12 (5.6)	3 (1.4)	215 (56.6)		
탈 모 시작시기	20~24살	38 (34.5)	39 (35.5)	22 (20.0)	10 (9.1)	1 (0.9)	110 (28.9)	7.68 (12)	0.810
	25~29살	48 (36.1)	46 (34.6)	27 (20.3)	10 (7.5)	2 (1.5)	133 (35.0)		
	30~34살	31 (35.6)	32 (36.8)	19 (21.8)	4 (4.6)	1 (1.1)	87 (22.9)		
	35~39살	19 (38.0)	13 (26.0)	16 (32.0)	1 (2.0)	1 (2.0)	50 (13.2)		
탈 모 진행기간	1년 미만	39 (25.5)	61 (39.9)	40 (26.1)	12 (7.8)	1 (0.7)	153 (40.3)	22.64* (12)	0.031
	1~3년 미만	47 (37.9)	40 (32.3)	29 (23.4)	7 (5.6)	1 (0.8)	124 (32.6)		
	3~5년 미만	24 (51.1)	12 (25.5)	9 (19.1)	1 (2.1)	1 (2.1)	47 (12.4)		
	5년 이상	26 (46.4)	17 (30.4)	6 (10.7)	5 (8.9)	2 (3.6)	56 (14.7)		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	15 (21.1)	23 (32.4)	27 (38.0)	5 (7.0)	1 (1.4)	71 (18.6)	27.82** (8)	0.001
	그렇다	55 (31.4)	71 (40.6)	33 (18.9)	14 (8.0)	2 (1.1)	175 (46.1)		
	매우 그렇다	66 (49.3)	36 (26.9)	24 (17.9)	6 (4.5)	2 (1.5)	134 (35.3)		
전	체	136 (35.8)	130 (34.2)	84 (22.1)	25 (6.6)	5 (1.3)	380 (100.0)		

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$

## 5) 탈모 치료의 필요성

소비자들의 탈모 치료의 필요성에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 15>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.99로, 소비자들은 탈모 치료가 필수적이라고 인식하는 것으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=3.41, p<.01$ ). 본 연구는 남성이 여성보다 탈모가 비교적 이른 시기에 발생하며, 지속적인 관리를 해도 여성보다 탈모 현상이 빠르게 나타나므로 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하는 것으로 사료된다.

연령별로는 30대 소비자가 20대 소비자보다 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $t=-2.38, p<.05$ ).

결혼 여부별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 직업별로는 자영업/기타 직업에 종사하는 소비자가 탈모 치료가 가장 필수적이라고 인식하였고, 학생인 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료가 덜 필수적이라고 인식하였으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=4.23, p<.01$ ).

탈모 시작 시기별로는 탈모가 30~34살에 시작된 소비자가 탈모 치료가 가장 필수적이라고 인식하였고, 20~24살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료가 덜 필수적이라고 인식하였으나 탈모 시작 시기에 따른 유의미한 차이는 없었다. 탈모 진행 기간별로는 탈모가 오랜 기간 동안 진행된 소비자일수록 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=4.77, p<.01$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였으며, 탈모로

인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $F=37.41, p<.001$ ).

이상과 같이 소비자들은 탈모 치료가 필수적이라고 인식하였으며, 남성과 30대 소비자, 자영업/기타 직업에 종사하는 소비자, 탈모 진행 기간이 오래된 소비자일수록, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료가 더 필수적이라고 인식하였다.

<표 15> 탈모 치료의 필요성

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
성 별	남성	195	4.14	0.87	3.41**	0.001
	여성	185	3.83	0.93		
연 령	20대	165	3.86	0.97	-2.38*	0.018
	30대	215	4.09	0.86		
결혼여부	기혼	118	4.04	0.91	0.76	0.449
	미혼	262	3.97	0.92		
직 업	학생	69	3.67	1.04	4.23**	0.006
	회사원	204	4.06	0.84		
	자영업/기타	65	4.15	0.89		
	무직	42	3.90	1.01		
탈 모 시작시기	20~24살	110	3.88	1.05	0.74	0.529
	25~29살	133	4.04	0.82		
	30~34살	87	4.05	0.89		
	35~39살	50	4.00	0.90		
탈 모 진행기간	1년 미만	153	3.81	0.92	4.77**	0.003
	1~3년 미만	124	4.01	0.92		
	3~5년 미만	47	4.15	0.78		
탈 모 스트레스 경험정도	5년 이상	56	4.30	0.93	37.41***	0.000
	보통 이하	71	3.44	0.95		
	그렇다	175	3.86	0.82		
	매우 그렇다	134	4.45	0.80		
전 체		380	3.99	0.92		

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

6) 현재 이용 중인 치료 방법 만족

소비자들이 현재 이용 중인 치료 방법에 대해 만족하는 부분에 대해 살펴본 결과는 <표 16>과 같다.

<표 16>에서 보는 바와 같이 현재 이용 중인 치료 방법으로 인해 머리카락의 양이나 상태에 대해 만족하는 소비자가 38.1%로 가장 많았으며, 다음으로 자존감이나 자신감 31.0%, 전반적인 생활 만족도 18.1%, 사회적 관계나 대인관계 11.1%, 해당 없음과 기타가 각각 0.9% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 현재 이용 중인 치료 방법으로 인해 머리카락의 양이나 상태에 대해 가장 만족하고 있음을 알 수 있다.

<표 16> 현재 이용 중인 치료 방법 만족 부분 (복수 응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
머리카락의 양이나 상태	86	38.1
자존감이나 자신감	70	31.0
사회적 관계나 대인관계	25	11.1
전반적인 생활 만족도	41	18.1
해당 없음	2	0.9
기타	2	0.9
계	226	100.0

## 7) 치료 방법 선택 시 중요 고려 요소

소비자들이 탈모 치료 방법 선택 시에 중요하게 고려한 요소에 대해 살펴본 결과 <표 17>과 같이 탈모 치료 방법 선택 시에 효과를 중요하게 고려한 소비자가 49.5%로 가장 많았으며, 다음으로 비용 26.6%, 부작용 12.6%, 사용 편리성 8.2%, 전문가의 신뢰성 2.6%, 기타 0.5% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 효과와 전문가의 신뢰성을 더 중요하게 고려하였고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 비용과 부작용, 사용 편리성을 더 중요하게 고려하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=12.48, p<.05$ ).

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 비용과 사용 편리성을 더 중요하게 고려하였고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 효과와 전문가의 신뢰성을 더 중요하게 고려하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 탈모 시작 시기별로는 탈모가 25~29살에 시작된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 비용을 더 중요하게 고려하였고, 35~39살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 효과를 더 중요하게 고려하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

탈모 진행 기간별로는 1년 미만 된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 비용을 더 중요하게 고려하였고, 3~5년 미만 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 부작용과 사용 편리성을, 5년 이상 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 효과를 더 중요하게 고려하였으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=28.46, p<.05$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 보통 이하인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 부

작용과 사용 편리성, 전문가의 신뢰성을 더 중요하게 고려하였고, 탈모로 인한 스트레스 경험을 한 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 비용을, 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 효과를 더 중요하게 고려하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=23.30, p<.05$ ).

이상과 같이 소비자들은 탈모 치료 방법 선택 시에 효과를 가장 중요하게 고려하였으며, 남성 소비자와 탈모가 5년 이상 진행된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료 방법 선택 시에 효과를 더 중요하게 고려하였다. 여러 치료 방법들이 임상에서 시술되고 있음에도 탈모환자는 점점 증가하고 있으므로<sup>94)</sup>, 탈모를 방지하고 모발의 성장을 촉진 시킬 수 있는 새로운 치료 방법의 모색과 개발은 매우 중요하다고 사료된다.

---

94) Kim YJ,(2006), Moon JB, Yi TH. The Study of Literature on Meridians and Acupoints about Acupuncture Treatment of Alopecia.J Korean Oriental Med, 27(3).

<표 17> 치료 방법 선택 시 중요 고려 요소

구	분	효과	비용	부작용	사용 편리성	전문가 의 신뢰성	기타	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성	남성	104 (53.3)	46 (23.6)	27 (13.8)	9 (4.6)	8 (4.1)	1 (0.5)	195 (51.3)	12.48* (5)	0.029
	여성	84 (45.4)	55 (29.7)	21 (11.4)	22 (11.9)	2 (1.1)	1 (0.5)	185 (48.7)		
연	20대	69 (41.8)	53 (32.1)	22 (13.3)	17 (10.3)	3 (1.8)	1 (0.6)	165 (43.4)	9.35 (5)	0.096
	30대	119 (55.3)	48 (22.3)	26 (12.1)	14 (6.5)	7 (3.3)	1 (0.5)	215 (56.6)		
탈 모 시작시기	20~24살	53 (48.2)	28 (25.5)	13 (11.8)	12 (10.9)	3 (2.7)	1 (0.9)	110 (28.9)	24.51 (15)	0.057
	25~29살	58 (43.6)	46 (34.6)	14 (10.5)	9 (6.8)	6 (4.5)	0 (0.0)	133 (35.0)		
	30~34살	48 (55.2)	16 (18.4)	18 (20.7)	4 (4.6)	0 (0.0)	1 (1.1)	87 (22.9)		
	35~39살	29 (58.0)	11 (22.0)	3 (6.0)	6 (12.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	50 (13.2)		
탈 모 진행기간	1년 미만	73 (47.7)	46 (30.1)	17 (11.1)	15 (9.8)	2 (1.3)	0 (0.0)	153 (40.3)	28.46* (15)	0.019
	1~3년 미만	60 (48.4)	34 (27.4)	21 (16.9)	5 (4.0)	4 (3.2)	0 (0.0)	124 (32.6)		
	3~5년 미만	22 (46.8)	11 (23.4)	8 (17.0)	5 (10.6)	1 (2.1)	0 (0.0)	47 (12.4)		
	5년 이상	33 (58.9)	10 (17.9)	2 (3.6)	6 (10.7)	3 (5.4)	2 (3.6)	56 (14.7)		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	25 (35.2)	16 (22.5)	14 (19.7)	12 (16.9)	4 (5.6)	0 (0.0)	71 (18.6)	23.30* (10)	0.010
	그렇다	85 (48.6)	54 (30.9)	19 (10.9)	13 (7.4)	3 (1.7)	1 (0.6)	175 (46.1)		
	매우 그렇다	78 (58.2)	31 (23.1)	15 (11.2)	6 (4.5)	3 (2.2)	1 (0.7)	134 (35.3)		
전	체	188 (49.5)	101 (26.6)	48 (12.6)	31 (8.2)	10 (2.6)	2 (0.5)	380 (100.0)		

\*  $p < .05$

## 8) 특정 방법의 탈모 치료 이유

소비자들이 특정 방법의 탈모 치료를 하는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 18>과 같이 특정 방법의 탈모 치료를 자존감 향상을 위해 하는 소비자가 38.4%로 가장 많았으며, 다음으로 개선된 외모 32.9%, 치료의 편리함 15.3%, 비용 효율성 11.1%, 전문적인 상담 2.4% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 특정 방법의 탈모 치료를 개선된 외모를 위해 더 많이 하였고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 치료의 편리함과 비용 효율성 때문에 더 많이 하였으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=9.93, p<.05$ ). 본 연구는 남성의 경우 여성에 비해 탈모의 모양이나 경계가 명확한 양상을 보이고, 여성보다 탈모가 빠르고 꾸준히 진행되는 것과 관련된 것으로 사료된다.

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 특정 방법의 탈모 치료를 개선된 외모를 위해 더 많이 하였고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 개선된 외모와 자존감 향상을 위해 더 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

결혼 여부별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 특정 방법의 탈모 치료를 개선된 외모와 치료의 편리함을 위해 더 많이 하였고, 미혼인 소비자는 기혼인 소비자보다 자존감 향상을 위해 더 많이 하였으나 결혼 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다.

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 보통 이하인 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 특정 방법의 탈모 치료를 치료의 편리함과 비용 효율성 때문에 더 많이 하였고, 탈모로 인한 스트레스 경험이 많은 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 자존감 향상을 위해, 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 개선된 외모를 위해 더 많이 하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유

의미한 차이를 보였다( $X^2=23.38, p<.01$ ).

이상과 같이 소비자들은 특정 방법의 탈모 치료를 자존감 향상을 위해 가장 많이 하였으며, 남성 소비자와 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 특정 방법의 탈모 치료를 개선된 외모를 위해 더 많이 하였다.

<표 18> 특정 탈모 치료 이유

구	분	개선된 외모	자존감 향상	치료의 편리함	비용 효율성	전문적인 상담	계	$X^2$ (df)	$p$
성	남성	73 (37.4)	75 (38.5)	25 (12.8)	21 (10.8)	1 (0.5)	195 (51.3)	9.93* (4)	0.042
	여성	52 (28.1)	71 (38.4)	33 (17.8)	21 (11.4)	8 (4.3)	185 (48.7)		
연	20대	50 (30.3)	58 (35.2)	32 (19.4)	22 (13.3)	3 (1.8)	165 (43.4)	6.41 (4)	0.170
	30대	75 (34.9)	88 (40.9)	26 (12.1)	20 (9.3)	6 (2.8)	215 (56.6)		
결혼여부	기혼	42 (35.6)	39 (33.1)	19 (16.1)	14 (11.9)	4 (3.4)	118 (31.1)	2.60 (4)	0.627
	미혼	83 (31.7)	107 (40.8)	39 (14.9)	28 (10.7)	5 (1.9)	262 (68.9)		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	19 (26.8)	22 (31.0)	16 (22.5)	14 (19.7)	0 (0.0)	71 (18.6)	23.38** (8)	0.003
	그렇다	50 (28.6)	71 (40.6)	30 (17.1)	20 (11.4)	4 (2.3)	175 (46.1)		
	매우 그렇다	56 (41.8)	53 (39.6)	12 (9.0)	8 (6.0)	5 (3.7)	134 (35.3)		
전	체	125 (32.9)	146 (38.4)	58 (15.3)	42 (11.1)	9 (2.4)	380 (100.0)		

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$

### 9) 특정 방법의 탈모 치료의 한계점

소비자들의 특정 방법의 탈모 치료의 한계점에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 19>와 같다.

<표 19>에서 보는 바와 같이 효과 부족이 특정 방법의 탈모 치료의 한계점이라고 인식하는 소비자가 38.7%로 가장 많았으며, 다음으로 비용 부담 31.6%, 부작용 12.6%, 긴 치료 시간 11.1%, 불편한 시술/사용 4.5%, 기타 1.6% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 효과 부족이 특정 방법의 탈모 치료의 가장 큰 한계점이라고 인식하고 있음을 알 수 있다.

많은 소비자들이 즉시 눈에 띄는 효과를 기대하지만, 대부분 장기적인 사용을 통해 효과를 나타내기 때문에 단기적인 변화는 미미할 수 있다. 이로 인해 소비자들의 기대가 충족되지 않아 만족도가 떨어질 수 있다고 사료된다.

<표 19> 특정 탈모 치료의 한계점

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	효과 부족	147	38.7
	비용 부담	120	31.6
	부작용	48	12.6
	불편한 시술/사용	17	4.5
	긴 치료 시간	42	11.1
	기타	6	1.6
	계	380	100.0

#### 10) 탈모 치료를 계속하는 이유

소비자들이 탈모 치료를 계속하는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 20>과 같이 탈모 치료를 개선 가능성이 있다고 생각해서 계속하는 소비자가 40.0%로 가장 많았으며, 다음으로 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서 26.6%, 효과적인 결과를 보고 25.0%, 전문가의 조언 5.5%, 기타 2.9% 순으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모 치료를 효과적인 결과와 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서 더 계속하였고, 여성 소비자는 남성 소비자보다 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였으며, 에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=23.46, p<.001$ ).

연령별로는 20대 소비자가 30대 소비자보다 탈모 치료를 효과적인 결과와 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서 더 계속하였고, 30대 소비자는 20대 소비자보다 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 결혼 여부별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 탈모 치료를 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였고, 미혼인 소비자는 기혼인 소비자보다 효과적인 결과물 보고 더 계속하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

탈모 시작 시기별로는 탈모가 25~29살에 시작된 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료를 효과적인 결과와 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서 더 계속하였고, 30~34살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 효과적인 결과를 보고, 탈모가 늦은 나이에 시작된 소비자일수록 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였으며, 탈모 시작 시기에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=25.29, p<.05$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매

우 많은 소비자일수록 탈모 치료를 효과적인 결과를 보고 더 계속하였고, 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서, 탈모로 인한 스트레스 경험이 많은 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=18.92$ ,  $p<.05$ ).

이상과 같이 탈모 치료를 개선 가능성이 있다고 생각해서 가장 많이 계속하였으며, 여성 소비자와 탈모가 늦은 나이에 시작된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 많은 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료를 개선 가능성이 있다고 생각해서 더 계속하였다.

<표 20> 탈모 치료를 계속하는 이유

구	분	효과적인 결과를 보고	기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어져	개선 가능성이 있다고 생각해서	전문가의 조언	기타	계	X <sup>2</sup> (df)	p	
성	남성	66 (33.8)	53 (27.2)	58 (29.7)	12 (6.2)	6 (3.1)	195 (51.3)	23.46*** (4)	0.000	
	여성	29 (15.7)	48 (25.9)	94 (50.8)	9 (4.9)	5 (2.7)	185 (48.7)			
연	20대	44 (26.7)	48 (29.1)	56 (33.9)	9 (5.5)	8 (4.8)	165 (43.4)	7.54 (4)	0.110	
	30대	51 (23.7)	53 (24.7)	96 (44.7)	12 (5.6)	3 (1.4)	215 (56.6)			
결혼여부	기혼	28 (23.7)	31 (26.3)	49 (41.5)	8 (6.8)	2 (1.7)	118 (31.1)	1.55 (4)	0.817	
	미혼	67 (25.6)	70 (26.7)	103 (39.3)	13 (5.0)	9 (3.4)	262 (68.9)			
탈	모	20~24살	31 (28.2)	26 (23.6)	38 (34.5)	7 (6.4)	8 (7.3)	110 (28.9)	25.29* (12)	0.014
		25~29살	30 (22.6)	47 (35.3)	49 (36.8)	7 (5.3)	0 (0.0)	133 (35.0)		
		30~34살	24 (27.6)	19 (21.8)	37 (42.5)	4 (4.6)	3 (3.4)	87 (22.9)		
		35~39살	10 (20.0)	9 (18.0)	28 (56.0)	3 (6.0)	0 (0.0)	50 (13.2)		
탈	모	보통 이하	13 (18.3)	22 (31.0)	28 (39.4)	5 (7.0)	3 (4.2)	71 (18.6)	18.92* (8)	0.015
		그렇다	41 (23.4)	46 (26.3)	82 (46.9)	5 (2.9)	1 (0.6)	175 (46.1)		
		매우 그렇다	41 (30.6)	33 (24.6)	42 (31.3)	11 (8.2)	7 (5.2)	134 (35.3)		
전		95 (25.0)	101 (26.6)	152 (40.0)	21 (5.5)	11 (2.9)	380 (100.0)			

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

### 11) 탈모 치료 방법 선택 시 도움 정보

소비자들의 탈모 치료 방법 선택 시 도움 정보에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 21>과 같다.

<표 21>에서 보는 바와 같이 탈모 치료 방법 선택 시 정보 중에 효과에 대한 연구 결과가 도움이 된다고 인식하는 소비자가 43.2%로 가장 많았으며, 다음으로, 비용 관련 상세 정보 21.8%, 장기적인 부작용 정보 21.6%, 사용자 리뷰 13.2%, 기타 0.3% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 탈모 치료 방법 선택 시 정보 중에 효과에 대한 연구 결과가 가장 많은 도움이 된다고 인식하고 있음을 알 수 있다.

<표 21> 탈모 치료 방법 선택 시 도움 정보

구 분	빈도(N)	백분율(%)
효과에 대한 연구 결과	164	43.2
장기적인 부작용 정보	82	21.6
비용 관련 상세 정보	83	21.8
사용자 리뷰	50	13.2
기타	1	0.3
계	380	100.0

## 12) 탈모 치료 중 부작용

### (1) 탈모 치료 중 부작용 경험 여부

소비자들의 탈모 치료 중 부작용 경험에 대해 살펴본 결과는 <표 22>와 같이 탈모 치료 중에 부작용을 경험하지 않은 소비자가 80.0%로 대부분을 차지하였으며, 부작용을 경험한 소비자는 20.0%로 나타났다. 따라서 대부분의 소비자들이 탈모 치료 중에 부작용을 경험하지 않았음을 알 수 있다.

20~30대는 탈모에 대한 인식이 높고, 탈모가 비교적 초기 단계에서 나타나는 경우가 많아서 치료 효과가 더 빠르고 뚜렷하게 나타난다. 이후에 탈모가 진행되지 않도록 장기적인 관리가 쉬워지므로 부작용이 적은 것으로 판단된다.

<표 22> 탈모 치료 중 부작용 경험 여부

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	예	76	20.0
	아니오	304	80.0
	계	380	100.0

(2) 탈모 치료 부작용 경험 증상

소비자들이 탈모 치료 중 경험한 부작용 증상에 대해 살펴본 결과는 <표 23>와 같다.

<표 23>에서 보는 바와 같이 탈모 치료 중에 부작용 증상으로 두피가 가렵거나 따가움을 경험한 소비자가 35.5%로 가장 많았으며, 다음으로 치료 효과가 오래 지속되지 않음과 알레르기 증상 발생이 각각 17.1%, 머리카락이 더 많이 빠짐 14.5%, 기타 11.8%, 없음 3.9% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 탈모 치료 중에 부작용 증상으로 두피가 가렵거나 따가움을 가장 많이 경험하였음을 알 수 있다. 20~60세 남성 탈모환자를 대상으로 한 노도균 외<sup>95)</sup> 임상 연구에서도 남성형 탈모증 치료 도중 가려움증을 보인 환자 3%가 임상 치료를 중단한 것으로 나타났다.

<표 23> 탈모 치료 부작용 경험 증상

구 분	빈도(N)	백분율(%)
치료 효과가 오래 지속되지 않음	13	17.1
두피가 가렵거나 따가움	27	35.5
알레르기 증상 발생	13	17.1
머리카락이 더 많이 빠짐	11	14.5
없음	3	3.9
기타	9	11.8
계	76	100.0

95) 노도균 외(1998), 남성형 탈모증에 대한 펜타데칸산글리세리드(모발력)의 임상 치료 효과, 대한임상약리학회, p. 203.

13) 변경 계획 중인 치료 방법 선택 이유

소비자들이 특정 치료 방법으로 변경하려는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 24>와 같이 치료의 효과 때문에 특정 치료 방법으로 변경하고자 하는 소비자가 61.3%로 가장 많았으며, 다음으로 비용 18.0%, 사용자들의 경험담 8.7%, 부작용 8.0%, 기타 4.0% 순으로 나타났다.

변경 계획 중인 치료 방법별로는 탈모 치료를 모발이식으로 변경하고자 하는 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 치료의 효과 때문에 모발이식으로 변경하고자 하고자 하였고, 두피 전문클리닉으로 변경하고자 하는 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 사용자들의 경험담 때문에 두피 전문클리닉으로 변경하고자 하였으며, 탈모 관리 제품으로 변경하고자 하는 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 비용 때문에 탈모 관리 제품으로 변경하고자 하였고, 변경 계획 중인 치료 방법에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=80.02, p<.001$ ). 따라서 탈모 치료를 모발이식으로 변경하고자 하는 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 치료의 효과 때문에 모발이식으로 변경하고자 함을 알 수 있다.

<표 24> 변경 계획 중인 치료 방법 선택 이유

구	분	치료의 효과	비용	부작용	사용자들 의 경험담	기타	계	$X^2$ (df)	<i>p</i>
변 경 계 획 중 인 치 료 방 법	모발 이식	35 (92.1)	2 (5.3)	1 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	38 (25.4)	80.02***	0.000
	두피 전문 클리닉	27 (52.9)	11 (21.6)	5 (9.8)	8 (15.7)	0 (0.0)	51 (34.0)		
	약복용	20 (74.1)	4 (14.8)	1 (3.7)	2 (7.4)	0 (0.0)	27 (18.0)		
	탈모관리제 품	6 (35.3)	7 (41.2)	2 (11.8)	2 (11.8)	0 (0.0)	17 (11.3)		
	기타	4 (23.5)	3 (17.6)	3 (17.6)	1 (5.9)	6 (35.3)	17 (11.3)		
전	체	92 (61.3)	27 (18.0)	12 (8.0)	13 (8.7)	6 (4.0)	150 (100.0)		

\*\*\*  $p<.001$

#### 4. 탈모 치료의 접근성

##### 1) 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움 정도

소비자들의 탈모 치료를 위해 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 25>와 같다.

<표 25>에서 보는 바와 같이 보통이다에 33.2%로 가장 많은 응답을 하였으며, 다음으로 어려웠다 31.8%, 별로 어려움이 없었다 17.6%, 매우 어려웠다 8.9%, 전혀 어려움이 없었다 8.4% 순으로 나타났다. 따라서 탈모 치료를 위해 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움을 겪은 소비자가 그렇지 않은 소비자보다 많음을 알 수 있다.

<표 25> 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움 정도

구 분	빈도(N)	백분율(%)
전혀 어려움이 없었다	32	8.4
별로 어려움이 없었다	67	17.6
보통이다	126	33.2
어려웠다	121	31.8
매우 어려웠다	34	8.9
계	380	100.0

## 2) 탈모 치료 정보 습득 경로

소비자들의 탈모 치료를 위한 정보 습득 경로에 대해 살펴본 결과는 <표 26>과 같다.

<표 26>에서 보는 바와 같이 탈모 치료를 위해 정보를 인터넷 검색을 통해 얻는 소비자가 42.1%로 가장 많았으며, 다음으로 친구나 가족의 추천 20.8%, 소셜 미디어 20.6%, 전문클리닉/병원 16.5% 순으로 나타났다. 따라서 소비자들은 탈모 치료를 위해 정보를 인터넷 검색을 통해 가장 많이 얻고 있음을 알 수 있다. 20세 이상 성인 남녀를 대상으로 한 김지현<sup>96)</sup>의 연구에서도 인터넷, 광고매체를 통해서 정보를 얻는 성인이 39.4%로 본 연구와 유사한 결과가 나타났다.

인터넷 마케팅은 현대 비즈니스 환경에서 매우 중요한 전략이다. 특히, 탈모 제품과 같은 특정 제품군에 대해 인식과 접근 방식을 바꾸는 데 큰 역할을 한다. 특정 시장에서는 효과적인 마케팅 전략이 소비자와 소통을 강화하고 브랜드 충성도를 구축하는 데 중요한 역할을 한다고 판단된다.

<표 26> 탈모 치료 정보 습득 경로 (복수 응답)

구분	빈도(N)	백분율(%)
인터넷 검색	235	42.1
소셜 미디어	115	20.6
친구나 가족의 추천	116	20.8
전문클리닉/병원	92	16.5
기타	-	-
계	558	100.0

96) 김지현 외(2021), 성인남녀의 두피·모발 상태와 생활습관 식습관 탈모 인식도에 따른 관리 행동에 관한 연구, 국제보건미용학회지. 15(1), pp. 5-15.

### 3) 탈모 치료의 접근성 제고를 위한 변화 부분

소비자들의 탈모 치료의 접근성 제고를 위한 변화 부분에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 27>과 같이 탈모 치료의 접근성 제고를 위해 가격 인하 변화가 필요하다고 인식하는 소비자가 35.1%로 가장 많았으며, 다음으로 치료 옵션 다양화 31.7%, 전문가 상담의 증가 20.3%, 온라인 상담 서비스 확대 12.4%, 기타 0.5% 순으로 나타났다.

따라서 소비자들은 탈모 치료의 접근성 제고를 위해 가격 인하 변화가 가장 많이 필요하다고 인식하고 있음을 알 수 있다.

<표 27> 탈모 치료의 접근성 제고를 위한 변화 부분 (복수 응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
가격 인하	209	35.1
치료 옵션 다양화	189	31.7
전문가 상담의 증가	121	20.3
온라인 상담 서비스 확대	74	12.4
기타	3	0.5
계	596	100.0

#### 4) 탈모 치료를 위한 여러 장소 방문

##### (1) 탈모 치료를 위한 여러 장소 방문 경험

소비자들이 탈모 치료를 위해 여러 장소를 방문해 본 경험이 있는지 살펴본 결과는 <표 28>과 같이 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 본 적이 없는 소비자가 61.3%로 방문한 적이 있는 소비자 38.7%보다 많은 것으로 나타났다.

성별로는 남성 소비자가 여성 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=15.31$ ,  $p<.001$ ). 본 연구에서는 유전적인 요인으로 인해 남성이 탈모가 더 많고 탈모의 시작 시기가 여성보다 빠르기 때문에 탈모 치료를 위해 일찍부터 여러 곳을 방문하는 것으로 사료된다.

연령별로는 30대 소비자가 20대 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았으나 유의미한 차이는 아니었다. 결혼 여부 별로는 기혼인 소비자가 미혼인 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=5.55$ ,  $p<.05$ ). 탈모 시작 시기별로는 탈모가 30~34살에 시작된 소비자가 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았고, 35~39살에 시작된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 더 없었으나 탈모 시작 시기에 따른 유의미한 차이는 없었다.

탈모 진행 기간별로는 1년 미만 된 소비자가 1~3년 미만 된 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 없었고, 3~5년 미만 된 소비자는 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았으며, 탈모 진행 기간에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=19.74$ ,  $p<.001$ ).

탈모로 인한 스트레스 경험 정도별로는 탈모로 인한 스트레스 경험이 매

우 많은 소비자일수록 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았으며, 탈모로 인한 스트레스 경험 정도에 따라 유의미한 차이를 보였다( $X^2=10.70$ ,  $p<.01$ ). 탈모가 장기화 되거나 스트레스가 심할수록 소비자는 효과적인 해결책을 찾기 위해 더 많은 치료 기관을 방문하여 치료 효과가 더 우수한 기관을 찾으려고 노력하는 것으로 판단된다.

이상과 같이 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 없는 소비자가 방문한 적이 있는 소비자보다 많았으며, 남성 소비자와 기혼인 소비자, 탈모가 진행된 지 3~5년 미만 된 소비자, 그리고 탈모로 인한 스트레스 경험이 매우 많은 소비자일수록 그렇지 않은 소비자보다 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 적이 많았다.

<표 28> 탈모 치료를 위한 여러 장소 방문 경험

구	분	예	아니오	계	X <sup>2</sup> (df)	p
성 별	남성	94 (48.2)	101 (51.8)	195 (51.3)	15.31*** (1)	0.000
	여성	53 (28.6)	132 (71.4)	185 (48.7)		
연 령	20대	55 (33.3)	110 (66.7)	165 (43.4)	3.52 (1)	0.061
	30대	92 (42.8)	123 (57.2)	215 (56.6)		
결혼여부	기혼	56 (47.5)	62 (52.5)	118 (31.1)	5.55* (1)	0.018
	미혼	91 (34.7)	171 (65.3)	262 (68.9)		
탈 모 시작시기	20~24살	40 (36.4)	70 (63.6)	110 (28.9)	1.33 (3)	0.722
	25~29살	53 (39.8)	80 (60.2)	133 (35.0)		
	30~34살	37 (42.5)	50 (57.5)	87 (22.9)		
	35~39살	17 (34.0)	33 (66.0)	50 (13.2)		
탈 모 진행기간	1년 미만	39 (25.5)	114 (74.5)	153 (40.3)	19.74*** (3)	0.000
	1~3년 미만	56 (45.2)	68 (54.8)	124 (32.6)		
	3~5년 미만	25 (53.2)	22 (46.8)	47 (12.4)		
	5년 이상	27 (48.2)	29 (51.8)	56 (14.7)		
탈 모 스트레스 경험정도	보통 이하	20 (28.2)	51 (71.8)	71 (18.6)	10.70** (2)	0.005
	그렇다	61 (34.9)	114 (65.1)	175 (46.1)		
	매우 그렇다	66 (49.3)	68 (50.7)	134 (35.3)		
전 체		147 (38.7)	233 (61.3)	380 (100.0)		

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

(2) 재방문 이유

소비자들이 탈모 치료를 위해 재방문한 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 29>와 같다.

<표 29>에서 보는 바와 같이 치료 효과의 차이 때문에 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 소비자가 34.0%로 가장 많았으며, 다음으로 가격 차이 30.6%, 서비스의 질 19.7%, 추천/정보의 차이 10.9%, 기타 4.8% 순으로 나타났다. 따라서 치료 효과가 소비자들이 탈모 치료를 위해 여러 곳을 방문한 가장 주된 이유임을 알 수 있다.

<표 29> 재방문 이유

구 분	빈도(N)	백분율(%)
가격 차이	45	30.6
치료 효과의 차이	50	34.0
서비스의 질	29	19.7
추천/정보의 차이	16	10.9
기타	7	4.8
계	147	100.0

## V. 결론 및 제언

### 1. 결론

본 연구는 20~30대 남성과 여성을 대상으로 탈모에 대한 인식과 관리 실태를 조사하여, 탈모 소비자들의 요구를 반영한 발전 방안을 도출하고, 탈모 시장의 지속적인 성장을 위한 기초 자료로 활용하고자 하였다.

첫째, 20~30 소비자들의 탈모에 대한 인식을 분석한 결과, 탈모에 대해 매우 자주 생각하며, 여성보다 남성이, 20대보다 30대가, 탈모에 대해 자주 생각하고 스트레스를 받는 것으로 알려졌다. 사회생활 중 외모에 대한 자신감 결여에 많은 영향을 미친다고 인식하는 소비자가 73.2%로 대부분을 차지하였다. 탈모로 인한 자존감 저하 및 스트레스 경험 정도는 그렇다에 46.1%로 가장 많았으며, 다음으로 매우 그렇다 35.3%로 대부분의 소비자들이 탈모로 인해 자존감이 저하되거나 스트레스를 경험하였음을 알 수 있다. 또한 스트레스가 탈모의 원인이라고 인식하는 소비자가 31%로 가장 큰 원인이라고 인식하고 있음을 알 수 있고, 사회적 인식으로 부정적으로 변화하고 있다에도 유사하게 30.0%로 가장 많은 응답을 하였다.

둘째, 탈모의 예방과 개선에 대해 분석한 결과, 예방을 위해 기능성 제품을 사용(샴푸, 토닉 등)하는 소비자가 26.3%로 가장 많았으며, 개선을 위해서도 기능성 제품을 사용(샴푸, 토닉 등)하는 소비자가 45.2%로 가장 많았다.

셋째, 탈모 치료를 경험하고 그에 따른 만족도에 대해 분석한 결과, 치료하였을 때 머리카락의 양이나 상태에 대해 만족하는 소비자가 38.1%로 가장 많았으며, 자존감이나 자신감 31.0%로 현재 이용 중인 치료 방법으로 인

해 가장 만족하고 있다고 응답하였다.

넷째, 탈모 치료를 경험하고 그에 따른 중요성에 대해 분석한 결과, 치료 방법을 선택할 때 효과를 중요하게 고려한 소비자가 49.5%로 가장 많았으며, 탈모에 진행 기간이 1년 미만 된 소비자는 비용을 중요하게 고려하였고, 3~5년 미만 된 소비자는 부작용과 사용 편리성, 5년 이상 된 소비자는 효과를 가장 중요하게 생각하였다.

다섯째, 탈모 시장의 향후 접근성에 대해 분석한 결과, 어려웠다가 31.8%로 병원 및 전문클리닉 접근 시 어려움을 겪은 소비자가 많음을 알 수 있었고 정보는 주로 인터넷 검색을 통해 얻는 소비자가 42.1%로 가장 높았으며, 가격 인하 변화 35.1%가 가장 많이 필요하다고 인식하고 있음을 알 수 있었다. 또한 치료를 위해 여러 곳을 방문한 이유에 대해서 효과의 차이와 34.0% 가격 차이 30.6%로 여러 곳을 방문한 가장 주된 이유임을 알 수 있다. 이는 향후 탈모 시장이 효과에 대한 신뢰성을 높이고 가격을 인하하게 시키면 소비자들의 만족도가 더욱 높아질 것으로 보이며, 탈모 시장의 성장세로 이어질 것으로 판단된다.

본 연구는 탈모 치료의 필요성 및 치료 선택 요소를 통해 탈모 소비자들의 인식과 요구를 파악함으로써 탈모 치료 산업의 발전에 필요한 방향을 제시하는 데 의의가 있다. 탈모는 외모와 자존감에 미치는 영향이 크기 때문에 소비자 맞춤형 치료 방안과 스트레스 완화를 위한 심리적 지원이 중요하다. 따라서 이에 관한 많은 연구가 이루어질 필요가 있다. 향후 연구에서는 탈모 치료 효과를 높이는 방안과 더불어 비용과 부작용을 줄이기 위한 기술 개발이 중요할 것이며, 성별, 연령, 탈모 진행 상황에 따른 세분화된 접근이 필요하다. 또한 탈모증 환자들이 가진 사회적인 상태와 심리상태를 밝혀 탈모 환자들의 사회적인 어려움을 이해하고 이들에게 적절한 기초 자료를 제공할 수 있을 것이다.

## 2. 한계점 및 제언

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구 설문조사 대상자가 국내 거주자 무작위로 진행되어 지역별 분포가 고르지 못해 다양한 표본 집단에 대한 의견을 충분히 반영하지 못하였다. 이에 본 연구 결과를 국내 2030 전체를 일반화시키기에 한계점을 가지고 있다. 따라서 향후 이루어지는 탈모에 대한 인식과 관리 실태에 관한 연구에서는 조사 지역을 폭넓게 하여 광범위한 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, 기존의 연구가 중장년층이나 남성을 대상으로 하는 선행연구는 많으나 2030 여성을 대상으로 하는 선행연구의 부족으로 비교 평가가 제대로 이루어지지 못한 한계성을 지니고 있다. 따라서 향후 이루어지는 연구에서는 젊은 층이 선호하는 인터넷 및 각종 언론 매체를 통한 정확한 정보의 전달과 소비자들이 효과에 대한 것을 충족시킬 수 있게 목적별로 세분화한 연구가 필요한 것으로 보인다.

본 연구의 제언은 다음과 같다.

첫째, 탈모 시장의 꾸준한 성장을 위해서는 효능 및 효과가 우수한 제품의 연구가 지속적으로 이루어져야 할 부분이며, 적극적이고 기술 개발이 필요한 것으로 보인다. 효능 극대화를 위해 탈모 치료는 꾸준히 해야 효과를 볼 수 있게 인식시키고 탈모의 효과를 느낄 수 있는 방안이 될 것으로 사료되며, 탈모 시장의 매출 증진에 도움이 될 것이라 기대한다.

둘째, 소비자들이 과거에 발생했던 부작용을 조사하고 치료과정이나 효과

등에 대한 실태를 조사하여 과정이나 치료 방법에 중요성에 대한 교육이 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 현재 사회에 외모가 끼치는 영향은 엄청난 것으로 탈모에 대한 인식이 본 연구를 통해 부정적으로 점점 올라가고 있는 걸 알 수 있다. 또한 자신감 및 자존감에도 영향을 미치며 삶의 질이 낮아지므로 탈모에 대한 올바른 인식과 조기 대응으로 탈모 초기 전문 의료기관의 조기 치료가 선행되어야 한다. 또한 소비자들은 탈모의 예방을 위한 지속적인 관리가 필요하며, 자존감 및 삶의 질을 향상시키기 위해 탈모에 대한 홍보 및 교육이 필요하다고 사료된다.

넷째, 탈모 시장이 전문시장으로 자리매김하기 위해서는 과학적이고 신뢰감을 더할 수 있는 기술 개발 연구가 지속적으로 이루어져야 하며, 고객과의 소통을 통해 효과 있는 서비스가 개발되어야 한다.

## 참 고 문 헌

### 국내 문헌

[단행본]

곽형심, 최현숙, 김순희, 전선정, 김세옥, 김태훈,···(2002), 모발 두피관리학, 청구문화사, p. 25.

권미윤(2004), 모발과학, 예림, p. 24.

권태신, 김계순, 김미선, 노영희, 박성희(2004), 미용학개론, 청구문화사, p. 41.

권태일, 김순경, 윤정희, 이수민, 임성희, 정지은,···(2022), 두피&헤어증모, 메디시언, pp. 39-40.

김영숙, 진태연, 강영숙, 오지영, 박선주(2013), 두피모발관리학, 대경, pp. 103-129.

김주덕, 김상진, 김한식, 박경환, 이화순, 진종언(2004), 신화장품학, 동화기술교역, p. 84.

대한모발학회(2008), 모난 사람이 되자, 무한, p. 12.

박영숙(2006), 두피모발관리학, 훈민서, p. 18.

박은준, 김우빈, 이선영, 임지현, 임윤경, 장용운,···(2021), 모발과 두피 관리학, 메디시언, pp. 28-29.

김영숙(2008), 두피모발관리방법론, 대경, p. 70.

이성옥, 이명숙, 김희야(2005), 두피관리학, 정담미디어, p. 98.

이향욱(2004), Hair Advantage, 창술, p. 246.

최근희(2001), 모발관리 이론 및 실습, 수문사, p. 10.

하병조(1999), 화장품학, 수문사, p. 140.

[학위논문 및 학술지]

- 강남순(2011), 대학생의 신체만족도가 외모관리행동 및 미용 소비행동에 미치는 영향, *대한피부미용학회지*, 9(1), p. 6.
- 고나현(2024), 확장된 계획행동이론을 적용한 미용실 이용 고객의 두피·모발 관리 제품 구매행동 분석, 서경대학교 대학원, 박사학위논문.
- 고희현(2016), 대학생들의 탈모 인식 및 탈모 경험에 관한 연구, 경기대학교 대체의학대학원, 석사학위논문.
- 곽정심(2012), 모발·두피관리의 실태와 자가 인식 요인 연구, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 구은주(2012), 성인 남·녀의 탈모와 스트레스 자가진단 및 스트레스 영향요인 분석, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 권오상(2022), 탈모증의 약물 비약물치료, *대한내과학회, 춘계학술대회*. 102(1), pp. 304-312.
- 김건아(2012), 남성의 두피 탈모 현황 및 모발이식에 관한 선호도 조사 연구, 건국대학교 산업대학원, 석사학위논문.
- 김남희(2014), 초기탈모환자들의 탈모증상 완화를 위한 행동유형분석, 대구한의대학교 보건대학원, 석사학위논문.
- 김다희(2011), 탈모경험여부에 따른 사회적 인상형성이 대인 및 상태불안에 미치는 영향, 서경대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김미영(2008), 두피,탈모관리 인식 및 실태에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.
- 김미정(2007), 20대와 30대의 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태, 고신대학교 보건대학원, 석사학위논문.
- 김미정, 정숙희, 심선녀(2012), 성인 남·녀 탈모 자가인식에 의한 두피관리실태 연구, *한국융합학회논문지*. 3(1), p. 13.

- 김수미(2007), *미용실 전용 두피 탈모 브랜드의 경쟁력 강화에 관한 연구*, 숙명여자대학교, 석사학위논문.
- 김여운(2014), *탈모자의 두피 및 탈모 개선효과에 관한 연구*, 남부대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 김영은(2005), 여성 탈모에 관한 연구, *한국뷰티아트학회지*3(1), pp. 65-80.
- 김은화, 강태경, 고민석(2007), 탈모증의 이해와 대응책에 관한 연구, *대한피부미용학회지*, 14(4), pp. 45-55.
- 김정임(2008), *두피·모발 관리 실태에 관한 연구*, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.
- 김지현, 함미영 (2021), 성인남녀의 두피·모발 상태와 생활습관 식습관 탈모 인식도에 따른 관리행동에 관한 연구, *국제보건미용학회지*, 15(1), pp. 5-15.
- 김창현(2016), *여성의 연령 및 외모관심도의 유형에 따른 두피·모발 관리태도와 관리행동*, 경성대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김형미(2016), *모발이식 자동화를 위한 마커기반 스테레오 시스템 구현*, 경북대학교 대학원, 석사학위논문.
- 나건연, 서무규(1992), 원형탈모증 환자의 스트레스 및 Neuroticism에 관한 조사, *대한피부학회지*, 30(4), pp. 478-484.
- 노도관, 이동원, 박철중, 이종욱, 조백기, 김정원, ... (1998), 남성형 탈모증에 대한 펜타데칸산글리세리드(모발력)의 임상 치료 효과, *임상약리학회지*, 6(2) p. 203.
- 문영란(2003), *직장인의 두피·모발관리에 대한 인식 및 태도*, 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.
- 박명순, 한진섭 (2012), 한국인 탈모자의 일반적 특성과 탈모증 유발요인 조사 연구, *대한미용학회지*, 8(2), pp. 135-140.

- 박소애(2016), *외모관리행동이 외모만족도와 자아존중감에 미치는 영향*, 호남대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 박주연, 장창곡 (2013), *중년 여성의 탈모관련 요인 분석*, *한국미용학회지*, 19(6), pp. 1161-1165.
- 서현덕, 정병수, 최규철, 신봉석 (2009), *출산 후 휴지기 탈모증의 유병률에 대한 연구*, *대한피부과학회지*, 47(2), pp. 127-131.
- 소희령, 위수영, 임은진(2011), *성인의 성별에 따른 탈모관련 요인 비교 분석*, *한국미용학회지*, 17(2), pp. 286-296.
- 손유미(2024), *탈모유형에 따른 여성용 부분 가발 디자인*, 대구가톨릭대학교 예술대학원, 석사학위논문.
- 손이범, 이원수(2001), *심포지엄 5-모발(탈모증의 진단과 치료)*, *대한피부과학회*, 53(2), p. 77.
- 우진아(2017), *두피 및 피부 특징이 남성탈모에 미치는 영향*, 건국대학교 산업대학원, 석사학위논문.
- 윤채의(2020), *헤어 관심도에 따른 탈모 및 가발 인식 조사*, 창신대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이귀영, 장병수(2008), *인종 모발의 형태학적 차이에 관한 전자현미경적 연구*, 한서대학교 보건학부 피부미용학과, *한국현미경학회지*, 38(3), pp. 265-273.
- 이명재(2004), *남성 탈모증의 원인 및 대응책에 관한 연구*, 숙명여자대학교, 석사학위논문.
- 이재숙, 손지연, 어숙희(2008), *탈모인의 모발분석을 통한 연령별 증금속 오염도 비교*, *한국미용학회지*, 14(3), pp. 857-865.
- 이희경(2005), *탈모증에 대한 통계학적 고찰 및 관리 실태에 관한 연구*, 숙명여자대학교 향장산업대학원, 석사학위논문.

- 전선복(2006), *화학적으로 손상된 모발의 수용액과 SDS 용액에서의 단백질  
정량*, 원광대학교 대학원, 박사학위논문.
- 정인심(2015), *두피와 모발 건강증진행위 변화단계별 중재프로그램 개발 및  
효과검증 : 범이론적모형(Transtheoretical Model)을  
적용하여*. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 전정애(2007), *미용관련학과 학생들의 두피·모발관리에 대한 인식 및 실태*,  
숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문.
- 정지희, 김정은, 유박린, 심우영, 강훈 (2018), *두피질환과 탈모증에 대한  
우리나라 성인 남녀의 인식도와 치료법 선택 행동양식  
조사연구*, *대한피부과학회지*, 56(3), pp. 181-186.
- 정하나(2012), *탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구*, 남부대학교  
교육대학원, 석사학위논문.
- 조남춘(2005), *탈모자와 일반인의 두발상태 및 관리, 식습관, 스트레스 정도,  
가족력에 대한 비교분석*, 중앙대학교 의약식품대학원,  
석사학위논문.
- 조승연(2010), *여성들의 탈모 요인과 인식에 관한 연구*, 동덕여자대학교  
미용보건대학원, 석사학위논문.
- 지상기(2000), *탈모증 남성들의 스트레스와 우울에 관한 연구*, 중앙대학교  
사회개발대학원, 석사학위논문.
- 최광성(2012), *한국인의 두피모발 특성과 남성형 탈모증*, 인하대학교 의과대학,  
p. 46.
- 황경옥(2023), *탈모요인에 따른 조기대응 인식이 자아존중감 및 삶의 질에  
미치는 영향*, 한남대학교 사회문화행정복지대학원,  
석사논문학위.

## 국외문헌

Cash(1999), The psychological effects of androgenetic alopecia in men.

Hamilton (1951), Patterned loss of hair in man; types and incidence.

*Annals of the New York Academy of Sciences, 53(3).*

Healing hair care institute (2002), Hair care art, 현문사, p. 27

Kim, D. H. (2011). The influence of social impression formation based on the experience of hair loss on the interpersonal anxiety and state anxiety. Dept. of Beauty Arts The Graduate School of SeoKyeong University.

Kim YJ, Moon JB(2006), Yi TH. The Study of Literature on Meridians and Acupoints about Acupuncture Treatment of Alopecia, *J Korean Oriental Med, 27(3).*

Nicole(2008), Medical treatments for male and female pattern hair loss, *J.American Acad Dermatol, 59(4).*

Raus R(1999), The biology of hair follicles.

## 기타 자료

네이버 지식백과, 모발학사전, <https://url.kr/nlpdta> (검색일자 : 2024.09.15)

네이버 지식백과, 두피와 모발관리, <https://url.kr/ms16nm>,  
(검색일자 : 2024.09.19)

뉴스 1, 5년간 탈모로 병원 찾은 환자 110만명...44%는 여성,  
<https://lrl.kr/yGwf> (검색일자 : 2024.10.03)

두산백과사전, 샴푸, <http://www.doopedia.co.kr/index.do>  
(검색일자 : 2024.09.15)

두피 문신 smp에 대한 모든 것 2022 <https://url.kr/z1pvlz>,  
(검색일자 : 2024,08,1.)

모염의원 홈페이지, 저는 탈모 몇단계인가요? 여성형 탈모의 형태와 자가진단  
법, <https://url.kr/ejxr2o> (검색일자 : 2024.08.09)

식품의약품안전처(화장품정책과), 기능성화장품 기준 및 시험방법 식품의약  
품안전처고시, 제 2018-111호

식품의약품안전평가원, 건강기능식품 기능성 평가 가이드 -모발 건강-, p. 4.

탈모증(탈모), <https://url.kr/h1y8x3> (검색일자 : 2024,08,25)

헬스조선, 탈모는 유전이 가장 큰 원인? <https://url.kr/bjug47>,  
(검색일자 : 2024.08.09)

화장품법 법률 제 17250호 2조 2항, 2020.11.23.

allure 홈페이지-두피 클리닉 어디서 받아야 할지 모르겠다고?  
<https://url.kr/exxs7p> (검색일자 : 2024.08.13)

# ABSTRACT

## A Study on the Awareness and Management Status of Hair Loss

Kang so hee  
Cosmetics Major  
Graduate School of  
Sungshin University

This study aims to analyze the awareness and management practices of hair loss among young consumers to identify areas for improvement in current hair loss treatments. The findings are intended to serve as valuable resources for the future development of the hair loss industry.

The research was conducted via a survey targeting men and women in their 20s and 30s residing in South Korea. A total of 380 valid responses were included in the final analysis. The collected data were analyzed using the SPSS WIN 27.0 software. Analysis methods included frequencies and percentages to examine the demographic characteristics of the participants. Additionally, t-tests, one-way ANOVA, frequency analysis, and chi-square ( $\chi^2$ ) tests were used to assess consumer experiences with and perceptions of hair loss, the status of hair loss treatments and management practices, and accessibility to treatments.

First, an analysis of hair loss awareness among men and women revealed that the increasing number of young individuals experiencing hair loss has led to a growing interest in the issue. The highest proportion of respondents, at 50%, self-identified as having hair loss based on their personal judgment. Furthermore, 81.4% of respondents reported experiencing decreased self-esteem or stress due to hair loss, indicating that the majority have been affected in this way.

Second, an analysis of the impacts of hair loss showed that men, consumers in their 30s, those experiencing long-term hair loss, and those with significant stress due to hair loss tend to think about their hair loss more frequently compared to others. Additionally, they perceive hair loss as having a substantial influence on their social activities.

Third, an analysis of hair loss management practices revealed that consumers are willing to continue treatment for hair loss in the future. Among them, 26.3% use functional hair loss prevention products, while 45.2% use products aimed at improving hair loss, making them the largest groups of consumers.

Fourth, an analysis of the limitations of hair loss treatments revealed that 38.7% of consumers perceived the biggest limitation to be a lack of effectiveness, while 31.6% cited the cost burden as a major issue.

Fifth, when examining improvements needed in hair loss treatments, 35.1% of consumers believed that reducing prices would be the most important change. It is expected that if the hair loss market increases trust in the effectiveness of treatments and reduces prices, consumer satisfaction will rise, leading to further growth in the hair loss market.

Therefore, this study aims to identify the awareness and management practices related to hair loss and provide solutions for the continuous development of the hair loss market. It will play a key role in helping those suffering from hair loss achieve a better quality of life. Furthermore, by analyzing the perceptions and management behaviors regarding hair loss among individuals in their 20s and 30s, the study seeks to gain a deeper understanding of the realistic challenges and needs they face. This will contribute to alleviating the psychological and social burdens of individuals, improving accessibility to hair loss management, and ultimately fostering a change in social awareness of hair loss, as well as expanding policy support.

## 부 록 : 설 문 지

안녕하십니까?

본 설문조사는" 「탈모에 대한 인식과 관리 실태에 대한 연구」에 관해 귀하의 의견을 알아보고자 합니다. 평소 생각과 경험을 토대로 성실히 답변을 해주신다면 본 연구 목적을 달성하는 데 있어 매우 귀중한 자료로 사용될 것입니다.

설문에 대해 궁금하신 사항이 있으시면 아래의 메일로 문의하여 주시기 바랍니다.

\* 통계법 제33조, 제34조에 의거하여 절대 비밀이 보장됨은 물론 무기명으로 처리되며 학문적인 통계자료로만 사용됩니다.

2024년 07월

성신여자대학교 뷰티융합대학원 화장품학과

지도교수 : 김주덕 교수님

연구자 : 강소희

E-mail : sohee960206@naver.com

I. 다음은 탈모 경험, 인식에 관하여 일반적 사항에 대한 질문입니다.  
다음 항목을 잘 읽어 보신 후 해당하는 곳에 V 표시를 해 주시기 바랍니다.

0. 귀하는 탈모 경험이 있으십니까?

① 예 ② 아니요(설문종료)

1. 귀하는 탈모에 대해 자주 생각해 보셨습니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

2. 귀하는 탈모가 본인의 외모에 영향을 미친다고 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

3. 귀하는 탈모가 사회적 활동에 영향을 미친다고 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

4. 귀하는 탈모에 대한 사회적 인식이 어떻게 변화하고 있다고 생각하십니까?

① 긍정적으로 변화하고 있다 ② 부정적으로 변화하고 있다 ③ 보통이다

④ 변화가 없었다 ⑤ 잘 모르겠다

5. 귀하의 탈모 시작 시기가 어떻게 되십니까?

① 20~24살 ② 25~29살 ③ 30~34살 ④ 35~39살

6. 귀하의 탈모가 진행된 기간은 얼마나 되었습니까?

- ① 1년미만 ② 1~3년미만 ③ 3~5미만 ④ 5년이상

7. 귀하는 탈모로 인해 자존감이 저하되거나 스트레스를 느낀 경험이 있으  
십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

8. 귀하는 탈모가 사회생활에 가장 많은 영향을 끼치는 측면은 무엇이라  
고 생각하십니까?

- ① 외모에 대한 자신감 결여 ② 연애/결혼을 위한 이성 선택의 영향  
③ 취업/대외활동 기회제한 ④ 인상악화 ⑤ 기타( )

**II. 다음은 탈모 치료 및 관리 실태에 관하여 일반적 사항에 대한  
질문입니다.**

9. 귀하는 탈모 예방을 위해 평소 실천하고 있는 방법이 있습니까?

(중복응답)

- ① 규칙적인 운동 ② 균형 잡힌 식사 ③스트레스 관리 ④ 적절한 수면  
⑤ 탈모 관리 제품(기능성 샴푸, 헤어 토닉등) ⑥ 없음 ⑦ 약 복용  
⑧ 기타( )

10. 귀하의 탈모 원인은 뭐라고 생각하십니까? (중복응답)

- ① 유전적인 요인 ② 환경적인 요인 ③ 염색/펌 미용시술 ④ 스트레스  
⑤ 다이어트 ⑥ 호르몬(출산/질병) ⑦ 기타( )

11. 귀하가 탈모라고 판단한 이유가 무엇입니까?

- ① 개인적인 생각 ② 병원/전문적인 진단 ③ 주변의견 ④ 기타( )

12. 귀하는 탈모 개선을 위해 어떻게 해결하고 있습니까? (중복응답)

- ① 모발이식 ② 타투 ③ 두피 전문클리닉 ④ 약 복용 (피나스테리드, 두타스테리드 등) ⑤ 탈모 관리 제품 (기능성 샴푸, 헤어 토닉등) ⑥ 기타( )

12-1. 귀하가 선택한 치료 방법의 주된 이유는 무엇인가요?

- ① 효과적인 결과를 기대해서 ② 비용이 적당해서 ③ 접근성이 좋아서  
④ 추천이나 정보에 의해 ⑤ 기타( )

13. 귀하는 탈모 치료가 필수적이라고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

14.귀하는 현재 사용중인 치료 방법에 대해 전반적인 만족도를 어떻게 평가하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

14-1. 위 문항에서 만족하였다면 어떤면에서 만족 하셨습니까? (중복응답)

- ① 머리카락의 양이나 상태 ② 자존감이나 자신감  
③ 사회적 관계나 대인 관계 ④ 전반적인 생활 만족도 ⑤ 해당 없음  
⑥ 기타 ( )

15. 귀하는 치료 방법을 선택할 때 가장 중요하게 고려한 요소는 무엇입니까?

- ① 효과 ② 비용 ③ 부작용 ④ 사용 편리성 ⑤ 전문가의 신뢰성
- ⑥ 기타 (     )

16. 귀하가 해당 치료를 하는 가장 중요한 이유는 무엇입니까?

- ① 개선된 외모 ② 자존감 향상 ③ 치료의 편리함 ④ 비용 효율성
- ⑤ 전문적인 상담

17. 귀하는 해당 치료의 한계점이 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 효과 부족 ② 비용 부담 ③ 부작용 ④ 불편한 시술/사용
- ⑤ 긴 치료 시간 ⑥ 기타

18. 치료를 시작하기 전, 귀하가 가장 걱정했던 점은 무엇입니까?

- ① 치료의 효과 ② 비용 ③ 부작용 ④ 시술의 안전성 ⑤ 사회적 인식
- ⑥ 기타

19. 귀하는 치료를 계속하기로 한 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 효과적인 결과를 보고 ② 기존 방법을 중단하기 어렵거나 비용이 들어서
- ③ 개선 가능성이 있다고 생각해서 ④ 전문가의 조언 ⑤ 기타(     )

20. 귀하는 치료 방법을 선택 하는데 있어 어떤 추가적인 정보가 도움이 될 것이라고 생각하십니까?

- ① 효과에 대한 연구 결과 ② 장기적인 부작용 정보
- ③ 비용 관련 상세 정보 ④ 사용자 리뷰 ⑤ 기타(     )

21. 귀하는 치료 중에 발생한 부작용이 있었습니까?

- ① 예 ② 아니오

21-1. 귀하가 경험한 부작용이 무엇입니까?

- ① 치료 효과가 오래 지속되지 않음 ② 두피가 가렵거나 따가움 ③ 알레르기 증상 발생 ④ 머리카락이 더 많이 빠짐 ⑤ 없음 ⑥ 기타( )

22. 귀하는 치료 방법을 바꿀 계획이 있으십니까?

- ① 예 (23번으로 이동) ② 아니오 (24번으로 이동)

23. 귀하는 어떤 치료 방법으로 변경할 계획이십니까?

(22번 문항에서 “①예” 선택한 경우)

- ① 모발이식 ② 타투 ③ 두피 전문클리닉 ④ 약 복용 (피나스테리드, 두타스테리드 등) ⑤ 탈모 관리 제품 (기능성 샴푸, 헤어 토닉등) ⑥ 기타( )

23-1. 귀하는 위 문항을 선택한 이유는 무엇입니까?

- ① 치료의 효과 ② 비용 ③ 부작용 ④ 사용자들의 경험담 ⑤ 기타( )

### Ⅲ. 다음은 탈모치료의 접근성에 관한 질문입니다.

24. 귀하는 탈모 치료를 위해 병원이나 전문클리닉에 접근하는데 어려움이 있었습니까?

- ① 매우 어려웠다 ② 어려웠다 ③ 보통이다 ④ 별로 어려움이 없었다  
⑤ 전혀 어려움이 없었다

25. 귀하는 탈모 치료에 대한 정보를 어디서 주로 얻으십니까? (중복응답)

- ① 인터넷 검색 ② 소셜 미디어 ③ 친구나 가족의 추천
- ④ 전문클리닉/병원 ⑤ 기타( )

26. 귀하는 탈모 치료의 접근성을 높이기 위해 어떤 변화가 필요하다고 생각하십니까? (중복응답)

- ① 가격 인하 ② 치료 옵션 다양화 ③ 전문가 상담의 증가
- ④ 온라인 상담 서비스 확대 ⑤ 기타( )

27. 귀하는 탈모 치료를 위해 여러곳을 방문 해 본 경험이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

28. 귀하가 여러곳을 방문한 이유는 무엇입니까?

- ① 가격 차이 ② 치료 효과의 차이 ③ 서비스의 질 ④ 추천/정보의 차이
- ⑤ 방문한적이 없다

29. 귀하는 탈모 치료를 위해 소요되는 시간과 비용에 대해 어떻게 느끼십니까?

- ① 매우 부담스럽다 ② 부담스럽다 ③ 보통이다 ④ 부담이 적다
- ⑤ 전혀 부담이 없다

**IV. 다음은 인구통계학적 질문입니다.**

30. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

31. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대

32. 귀하의 최종학력 어떻게 되십니까?

- ① 고등학교 졸업 ② 대학교졸업 (재학생포함) ③ 대학원졸업 (재학생포함)

33. 귀하의 결혼여부는 어떻게 되십니까?

- ① 기혼 ② 미혼

34. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

- ① 학생 ② 회사원 ③ 자영업 ④ 무직 ⑤ 기타

35. 귀하 가정의 월 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 200만원미만 ② 200~300만원미만 ③ 300~400만원미만  
④ 400~500만원미만 ⑤ 500~600만원미만 ⑦ 600만원이상

-바쁘신 가운데에도 귀한 시간을 할애해주셔서 대단히 감사합니다.-