

安 洪 錫 教授指導

碩士學位 請求論文

피부 · 체형 관리기기의 사용  
실태와 선호도 연구

2005

誠信女子大學校 文化産業大學院  
文化産業學科 皮膚肥滿管理學專攻

韓 末 蘭

피부 · 체형 관리기기의 사용  
실태와 선호도 연구

安 洪 錫 教授指導

이 論文을 碩士學位論文으로 提出함

2005년 5월

誠信女子大學校 文化産業大學院  
文化産業學科 皮膚肥滿管理學專攻

韓 末 蘭

# 認 准 書

韓 末 蘭의 碩士學位 論文을 認准함.

審查委員 \_\_\_\_\_ 印

審查委員 \_\_\_\_\_ 印

審查委員 \_\_\_\_\_ 印

誠信女子大學校 文化産業大學院

## 논문개요

피부·체형관리실에서 과거에는 손을 주로 사용하였으나, 최근에는 피부 및 체형관리기기의 발달과 힘든 일을 싫어하는 시대적 변화로서, 관리기기를 사용하는 비중이 매우 증가 되었다. 따라서 피부·체형관리실의 운영에서 관리기기의 역할에 대한 중요성은 매우 높지만, 기기를 현장에서 직접 사용하고 있는 관리사들은 기기의 활용에 대하여 많은 어려움을 호소하고 있다.

본 연구는 이러한 관리실에서의 기기 활용에 대한 어려움을 해결하기 위하여, 현재 운영하고 있는 피부·체형관리실에서 관리기기의 사용실태를 조사하고, 다양한 측면에서의 선호도, 문제점 등에 대한 원인을 파악하여 그 방안을 제시함으로써, 피부·체형관리실 운영에서 기기사용에 따른 노동력 감소와 관리효과의 상승으로 수익성을 높이고, 기기사용에 대한 교육의 방향을 제시하여, 지속적이고 과학적인 기기관리로써, 피부·체형관리실의 성공적인 운영에 대한 기초 자료를 제시 하고자 한다.

이에 본 연구에서는 서울과 경기지역에 위치한 피부·체형관리실 86 업체를 대상으로 피부·체형기기의 사용실태(일반사항, 기기사용, 기기의 필요성, 기기 구입, 기기교육, 기기의 사용에 대한 문제점)를 2005년 2월 15일부터 4월 10일까지 설문지를 통하여 조사 한 후 분석하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상인 피부·체형관리실 책임자의 일반적 특성으로 연령은 40대 이상이 가장 많았고, 근무경력은 80%가 6년 이상 이었으며, 학력은 50%가 4년제 대졸 이었다.

둘째, 피부·체형관리기기의 보유현황을 보면 스티머, 석션기, 확대경, 비타민 투입기, 엔더몰로지의 보유율이 높았으며, 일부 관리실에서는 칼라테라피기, 스킨마스터, 등을 소유하고 있었다. 실제 사용 횟수가 많은 피부미용기기는 석션기와 스킨마스터였고, 체형관리기기로는 석션기와 엔더몰로지였다.

셋째, 사용실태에서 피부미용기기는 “자주 적용한다”가 45.3%이며, 체형관리기기는 “가끔 적용한다”가 50%로 나타났고, 특히, 피부미용기기의 학력에 따른 조사에서 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단은 “반드시 적용한다”가 43.8%로 가장 높게 나타났다. 주 고객층의 연령은 40대인 것으로 나타났고, 또한 관리기기의 사용을 가장 선호하는 고객의 연령도 40대로 조사되었다.

넷째, 피부·체형관리기기를 선호하는 주된 이유는 “관리의 효과가 뛰어나서”로 조사되었고, 기기관리 후 고객의 만족도는 피부미용 전문교육기관을 졸업한 관리사 집단에서 더 높게 나타났으며, 기기 사용에 대한 매출액 조사에서 서울지역이 경기지역 보다 매출액 증가가 높은 것으로 나타났다.

다섯째, 피부·체형관리기기의 사용에서 관리시에 나타나는 문제(피부 트러블)의 해결에 효과가 크다고 응답한 경우는 피부관리시 34.9%, 체형관리시 48.8%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 프로그램 매뉴얼화 작업에 유익하다고 조사 되었다.

여섯째, 피부·체형관리기기로 관리 했을때 효과가 뚜렷하게 나타난 부분은 피부관리 응답자의 52%가 탄력증대라고 하였고, 체형관리시 73.3%가 체지방 감소에 효과가 있다고 응답하였다.

일곱째, 전체 응답자들이 사용하고 있는 피부관리기기는 국내산 15.2%, 외국산 37.2%이고, 체형관리기기는 국내산 16.3%, 외국산 31.4%로 외국산의 선호도가 높게 조사 되었는데, 특히 학력이 높을수록 외국산을 더 선호하는 것으로 나타났다.

여덟째, 기기에 대한 교육 현황을 살펴보면 주로 사설 교육, 즉 개인 및 제품 회사의 특강이 주였으며, 교육 횟수는 구입 시 1회가 가장 많았다. 피험자의 82.6%는 정기적인 교육을 받지 않았으며, 재교육의 희망 분야는 기기의 전문사용법과 전문이론으로 조사 되었다.

아홉째, 기기 사용의 문제점과 불만의 원인으로 제기된 것은 불편한 사용법과 관리 시 그 효과가 미비한 점을 들었다. 또한 부작용의 경험이 가끔 있었던 것으로 나타났으며, 부작용의 주된 예로서 피부관리에서는 홍반현상이었고, 체형관리에서는 부종이었다. 그리고 보완점으로는 법적규제 해소의 문제를 높게 지적하였다. 기기의 가격은 응답자 모두가 비싸다고 응답하였다.

# 목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	4
II. 피부 및 체형관리기기에 대한 이론적 고찰	5
1. 피부 및 체형관리기기의 정의	5
2. 선행논문 고찰	11
III. 연구 방법	13
1. 연구대상과 자료수집	13
2. 자료분석	13
IV. 연구 결과	15
1. 피부미용기기 분야	15
2. 체형관리기기 분야	69
V. 결론 및 제언	114
참고문헌	120
ABSTRACT	122
부    록	127

## 표 목 차

<표 2-1> 품목별 등급과 사용목적(국내) .....	8
<표 2-2> 외국의 관리기기의 범위 .....	10
<표 4-1> 응답자의 일반적 특징 .....	16
<표 4-2> 피부미용기기의 보유현황 .....	17
<표 4-3> 일반 특성에 따른 피부미용기기 사용 여부 .....	19
<표 4-4> 주 고객층의 연령 .....	21
<표 4-5> 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층 .....	24
<표 4-6> 횟수에 따른 피부미용기기 관리의 효과 .....	26
<표 4-7> 피부미용기기를 선호하는 이유 .....	28
<표 4-8> 피부미용기기의 주관적 효과 .....	30
<표 4-9> 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도 .....	32
<표 4-10> 피부미용기기 사용으로 매출액 증가정도의 차이 .....	33
<표 4-11> 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소 .....	36
<표 4-12> 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리 .....	39
<표 4-13> 가장 많이 사용하는 피부미용기기 .....	42
<표 4-14> 사용하고 있는 피부미용기기의 제품 국적 .....	44
<표 4-15> 보유하고 싶은 피부미용기기 .....	47
<표 4-16> 기기교육 .....	52
<표 4-17> 피부미용기기를 사용하지 않는 이유 .....	54
<표 4-18> 피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유 .....	57
<표 4-19> 피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부 .....	59

<표 4-20> 피부미용기기 경험한 부작용의 종류 .....	62
<표 4-21> 피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점 .....	65
<표 4-22> 피부미용기기의 가격에 대한 생각 .....	67
<표 4-23> 체형관리기기의 보유현황 .....	70
<표 4-24> 일반 특성에 따른 체형관리기기 사용 여부 .....	72
<표 4-25> 체형관리기기 사용을 선호하는 연령층 .....	74
<표 4-26> 체형관리기기를 주로 사용하는 부위 .....	77
<표 4-27> 횟수에 따른 체형관리기기의 효과 .....	79
<표 4-28> 체형관리기기를 선택하는 이유 .....	81
<표 4-29> 체형관리기기의 효과 .....	82
<표 4-30> 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도 .....	84
<표 4-31> 체형관리기기 사용으로 매출액 증가정도의 차이 .....	85
<표 4-32> 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소 .....	87
<표 4-33> 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리 .....	89
<표 4-34> 가장 많이 사용하는 체형관리기기 .....	92
<표 4-35> 사용하고 있는 체형관리기기의 제품 국적 .....	94
<표 4-36> 보유하고 싶은 체형관리기기 .....	97
<표 4-37> 체형관리기기를 사용하지 않는 이유 .....	100
<표 4-38> 체형관리기기 구입 후 만족하지 못하는 이유 .....	103
<표 4-39> 체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부 .....	105
<표 4-40> 체형관리기기 경험한 부작용 종류 .....	107
<표 4-41> 체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점 .....	110
<표 4-42> 체형관리기기 가격에 대한 생각 .....	112

## 그 립 목 차

<그림 4-1> 피부미용실에서 피부미용기기의 사용 여부 .....	20
<그림 4-2> 주 고객층의 연령 .....	22
<그림 4-3> 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층 .....	23
<그림 4-4> 횟수에 따른 피부미용기기 관리의 효과 .....	26
<그림 4-5> 피부미용기기를 선호하는 이유 .....	29
<그림 4-6> 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소 .....	35
<그림 4-7> 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리 .....	38
<그림 4-8> 가장 많이 사용하는 피부미용기기 .....	41
<그림 4-9> 사용하고 있는 피부미용기기의 제품 국적 .....	44
<그림 4-10> 보유하고 싶은 피부미용기기 .....	46
<그림 4-11> 기기교육을 받은 경로 .....	48
<그림 4-12> 기기교육을 받은 횟수 .....	49
<그림 4-13> 정기적인 교육 여부 .....	50
<그림 4-14> 재교육 희망 여부 .....	50
<그림 4-15> 재교육 희망분야 .....	51
<그림 4-16> 피부미용기기를 사용하지 않는 이유 .....	55
<그림 4-17> 피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유 .....	58
<그림 4-18> 피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부 .....	60
<그림 4-19> 피부미용기기 경험한 부작용의 종류 .....	61
<그림 4-20> 피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점 .....	64
<그림 4-21> 피부미용기기의 가격에 대한 생각 .....	68

<그림 4-22> 체형관리기기의 보유현황 .....	70
<그림 4-23> 일반 특성에 따른 체형관리기기 사용 여부 .....	73
<그림 4-24> 체형관리기기 사용을 선호하는 연령층 .....	75
<그림 4-25> 체형관리기기를 주로 사용하는 부위 .....	76
<그림 4-26> 횟수에 따른 체형관리기기의 효과 .....	78
<그림 4-27> 체형관리기기를 선택하는 이유 .....	80
<그림 4-28> 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소 .....	88
<그림 4-29> 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리 .....	90
<그림 4-30> 가장 많이 사용하는 체형관리기기 .....	91
<그림 4-31> 사용하고 있는 체형관리기기의 제품 국적 .....	95
<그림 4-32> 보유하고 싶은 체형관리기기 .....	98
<그림 4-33> 체형관리기기를 사용하지 않는 이유 .....	101
<그림 4-34> 체형관리기기 구입 후 만족하지 못하는 이유 .....	102
<그림 4-35> 체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부 .....	106
<그림 4-36> 체형관리기기 경험한 부작용 종류 .....	108
<그림 4-37> 체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점 .....	109
<그림 4-38> 체형관리기기 가격에 대한 생각 .....	113

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

오늘날 선진국들은 자국민의 삶의 질을 향상시키고, 국민들의 물질적 욕구, 신체적 욕구, 정신적 욕구를 충족시키기 위하여 경제복지, 문화 복지를 포괄하는 국민복지 향상을 추구하고 있다. 우리나라도 국민복지와 관련하여 모든 국민은 문화적 생활의 모든 영역에 있어서 차별을 받지 아니하며 인간다운 생활을 할 권리를 헌법으로 규정(문화관광부, 1996)하고 있으며 즉, 인간은 지속적인 삶을 영위하기 위하여 필요로 하는 새로운 형태의 제품이나 물질에 대해 보다 많은 효용가치를 느끼게 된다는 것이다. 이러한 개념은 인간의 아름다움을 추구하기위한 욕구에서도 찾아 볼 수 있는데 얼굴을 포함한 인간의 피부에 관한 관심과 그에 따른 관련 산업의 발달이 그것이다. 이러한 미에 대한 욕구의 향상은 최근에 와서 하나의 독립된 산업으로 성장 발전되어 왔다. 특히, 여성들을 중심으로 국민 개개인의 여가에 대한 소비 여유와 21세기 외모지상주의(루키즘) 와 미적 요소심도가 높아지면서 피부미용산업이 선진유망직종으로 대두되고 있으며, 현재 전국적으로 약 10만 여명의 피부미용사가 피부미용산업에 종사하고 있다(김세욱, 2001). 과거 1980년대 피부 관리는 손을 주로 사용하는 피부관리에 치중해왔으나, 오늘날 IT산업의 발달에 힘입어 성능이 뛰어난 피부미용기기의 발달로 피부미용기기를 사용하는 관리의 비중이 증가 되었다.

이것은 과거에는 소극적인 관리방법에서 점차 적극적이고 전문적인 관리

방법으로 바뀌어 가고 있음을 나타내고 있다. 최근 많은 피부미용사들이 피부관리기와 체형관리기기에 대한 관심도가 증가하고 있으며, 이와 관련한 산업의 시장이 점차 확대 되어가고 있다. 이러한 산업이 확대 성장하는 것은 실제 현장에서 피부미용기기를 직접 사용하고 있는 피부미용사들이 피부미용기와 체형관리기기에 대한 선호도가 증가하기 때문이다. 또한, 최근에는 고객들에게 과학적인 관리에 대한 확신을 심어주고, 보다 효과적인 피부, 체형관리를 가능하게 할 수 있는 많은 새로운 피부체형 관리 기기들이 생산되고 있으며, 또한 관리기법도 핸드마사지테크닉에서 벗어나 다양한 기기를 활용한 관리 방법들이 연구되고 있다(장태수 외, 2000). 그러나 피부 및 체형관리에 있어서 관리기기의 중요성은 매우 높게 요구되고 있지만, 피부 및 체형관리기기의 사용자인 피부미용사가 주로 여성이며, 기기에 대한 전기, 전자 및 전기의 안전, 등의 기기에 대한 기초이론의 이해도가 낮고 사용에 어려움이 따르는 난점이 있다는 것이 피부 및 체형관리기기의 사용에 어려운 점으로 부각되고 있다. 이는 2000년 이전 대부분 기기들을 수입에 의존하여 사용하였기 때문에 어려운 용어사용과 기기에 대한 전문적이고 체계적인 교육 프로그램이나 기관이 없어, 판매를 위한 제품 설명서와 카탈로그에 의존하는 국내 수입업체들의 단순한 교육에 국한 되었다.

일반적으로 피부 및 체형관리기기의 구매동기와 관련하여, 피부 및 체형관리실의 원장과 피부미용사들은 박람회장 또는 관련 잡지의 광고나 다른 살롱에서 사용하고 있는 다양한 기기를 구입하는 것이 일반적이며, 기기의 구입을 통해 상상 못할 매출증가를 기대한다. 그러나 단순히 구매동기만으로 기기를 구입하면, 새로운 기기의 트리트먼트 효과와 안정성에 대한 부담, 고객의 반응 여부에 대한 불확실, 사용방법의 미숙, 부작용에 대한 대처방안의 부재, 등으로 구매된 기기를 100% 활용하는 것은 쉬운 일이 아니다.

기기와 관련된 구매제안 브로셔를 받았을 때, 샵의 매출증대, 트리트먼트의 효과, 관리의 효율성, 고객의 반응, 구입가격, 등의 여러 가지 고려 할 사항들을 심사숙고하고, 기기가 실제 갖고 있는 기능들과 관련하여 매출증대 방안과 이익 대비 트리트먼트 가격, 배송과 설치 또는 애프터서비스와 관련하여 회사의 담당자와 충분히 상담하여야 할 것이다(이윤정, 2005).

만일 그렇지 않다면, 기기를 들여놓은 후 시간이 지날수록 보상받을 수 없는 낡은 기기 하나를 갖고 있는 결과 밖에는 얻을 수 없다. 기기구입 결정을 하는 것은 충동적인 것이 아니라 현재 살롱 내 여건이나 주변상황을 충분히 반영한 후 실용성에 의한 구입 결정을 하여야 한다.

그러므로 기기 구입은 크게 살롱 창업 시, 혹은 기존 살롱을 운영하면서 구입하는 경우를 들 수 있다. 이때 주변이나 그동안 개인이 체험한 상황을 고려하되, 현재 살롱의 규모와 재정능력, 피부미용 관리 및 체형 관리의 방법을 정확하게 파악하여 기기선정을 하여야 한다.

본 연구는 피부 및 체형관리실에서 사용하고 있는 피부 및 체형관리기기의 현황파악과 사용실태, 선호도를 조사함으로써 피부 및 체형관리기기의 구매시 중요하게 고려되어야 할 가이드라인을 제시하고 피부 및 체형관리기기의 사용시 그 기능을 충분히 활용하는데 있어서 개선되어야 할 점들을 제공하고자 한다.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 피부 및 체형관리기기의 종류와 임상 및 적용의 범위가 다양해지고 있는 국제적인 흐름에 비해 많은 부분에서 제한적이고 폐쇄적인 한국 피부미용기기 시장의 활성화를 위하여 피부 및 체형관리기기의 사용 현황을 파악을 하고, 사용실태와 선호도 조사를 통하여 피부 및 체형관리기기의 발전 방향과 구입 및 활용에 대한 개선방향을 제시함을 목적으로 한다.

특히, 외부적인 규제에 의해 우리나라 피부 및 체형관리기기의 사용 현장은 급속히 기계화 되어 가고 있는 시대적 환경변화를 제대로 반영하지 못하고 답보 상태에 머무르고 있다. 이러한 안타까운 현실이지만 관리실의 효율적인 기기 사용과 발전을 위하여 피부 및 체형관리기기의 보유현황과 사용목적, 기기 사용자의 일반적 특성과 관련된 기기 선호도 경향, 적용 대상자의 범위, 사용 부문, 적용 시 발생하는 문제점, 구입경로, 구입동기 등을 파악함으로써 효율적인 미용기기의 사용을 위한 방안을 검토하고 미용기기의 발전을 위한 대안 마련의 기초 자료로 활용하고자 하며, 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 피부 및 체형 관리실에서 사용하고 있는 관리기기의 보유현황과 활용도와 선호도에 대하여 알아본다.
- 2) 피부 및 체형 관리실에서 사용하고 있는 관리기기의 국적과 장·단점 및 부작용, 안전성, 문제점에 대하여 파악한다.
- 3) 피부 및 체형 관리실에서 사용하고 있는 관리기기의 교육에 대한 필요성을 파악한다.
- 4) 구입 경로와 구입동기를 알아본다.
- 5) 미용기기 활성화를 위한 방안을 알아본다.

## Ⅱ. 피부 및 체형관리기기에 대한 이론적 고찰

### 1. 피부 및 체형관리기기의 정의

#### 1) 피부관리 및 피부미용기기의 정의

피부미용은 젊음을 유지하고 건강한 피부를 원하는 고객들이 주로 이용하고 있으며 머리미용 만큼은 폭넓은 고객을 두고 있지는 않지만 여성의 사회진출 증가, 소득수준의 증대로 인하여 점차 보편화되고 있는 추세이다(신순연, 2002).

공중위생법 제2조에서의 미용업이란 물리적, 화학적 기교를 행하는 것으로서 손님의 얼굴, 머리, 피부, 등을 손질하여 외모를 아름답게 꾸미는 영업이라고 정의하고 있다. 피부관리는 미용에 있어서 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 한 완전히 유지시켜 미용상의 문제점들을 방지하고 젊고도 아름다우며 깨끗한 피부를 가꾸게 해준다는 의미로 사용된다(김기연 외, 1997).

이에 보조적 기구로써, 적외선등, 고주파기기, 갈바닉 전류기, 패러딕 전류기, 석션, 리프팅기 등의 기기를 피부관리기기라 부르고, 기기를 이용하여 미용상의 문제성 피부를 개선하고 더 나은 용모를 가꾸기 위해 다양한 기술을 통하여 고객의 욕구를 만족시키는 서비스를 제공하여 피부를 관리하는 행동을 말하며(김기연외, 1997), 피부미용기기는 인체를 청결하고 아름답게 해주며 건강을 유지하거나 증진시키기 위한 기기라고 말한다(윤수영, 2005).

## 2) 체형관리 및 체형관리기기의 정의

18세기에만 해도 루벤스나 르노아르의 그림에 등장하는 여성들은 한결같이 풍만한 몸매를 자랑하고 있다. 당시에는 적당히 군살이 붙어 있는 체형이 매력있는 여성의 기준이 되었다.

고대 윌렌도르프의 비너스에서 보인 풍요와 미의 상징인 군살은 이제 몸에서 제거해야 하는 ‘미용의 적’이 되었고, 대중매체의 영향으로 현대 여성들은 마른 몸매를 추구한다(박용우, 2004).

현대 여성에게는 볼록 나온 아랫배나 승마복을 연상케 하는 허벅지 바깥쪽 군살은 빼야 하는 대상이 되어버렸다.

셀룰라이트는 군살, 즉 국소적으로 피하지방이 과다하게 쌓여 주머니처럼 뭉치면서 피부가 마치 ‘오렌지 껍질’처럼 울퉁불퉁해진 상태를 표현하는 말로서, 의학 용어는 아니며, 미용관련 업계에서 먼저 사용하기 시작하였다. 의학용어로는 hydrolipodystrophy, lipodystrophy, gynoid lipodystrophy, nodular liposclerosis, edemato-fibrosclerotic panniculopathy, 등으로 표현한다(박용우, 2004).

셀룰라이트는 95% 이상이 여성에게 나타나는 건강상의 문제이며, 사춘기 이후 여성의 90%에서 셀룰라이트가 생성된다. 그리고 셀룰라이트를 비만과 혼동하는 경우가 많은데 셀룰라이트는 의학적으로 비만과 다르다. 주로 성장곡선의 끝에 있는 10대 후반, 임신과 출산 시기, 폐경 후 과다한 체중 증가가 있을 때 잘 생긴다. 흔히 잘 생기는 부위는 여성들이 가장 빼고 싶어 하는 부위인 허벅지, 둔부, 복부, 팔뚝 등이다. 셀룰라이트는 특정 부위의 피하에 지방이 축적되면서 미세혈류 장애와 림프순환 장애를 일으키고 부종과 결절이 생성되면서 피부와 체형의 변화를 초래하는 미용상의 문

제와 건강상의 문제로 대두된다.

비만은 에너지섭취와 소비의 불균형으로 인해 여분의 에너지가 지방으로 축적되는 과정에서 지방세포의 비대와 증식으로 인해 체내 지방량이 생리적인 조절 수준을 넘어 전신에 대사 장애를 일으키고 당뇨병이나 심혈관질환 등의 합병증을 일으키는 만성질환의 원인이 된다(안홍석 외, 2002).

일부 학자들은 국소적으로 지방이 축적되어 있으나 전신 대사이상을 보이지 않고 피부에도 변화를 초래하지 않는 경우를 국소비만, 혹은 국소지방축적으로 표현하여 셀룰라이트와 구분하기도 한다. 흔히 셀룰라이트는 과체중이나 비만한 여성에게 생기는 문제라고 생각하는 경향이 있는데 일반인들의 생각과 달리 셀룰라이트는 뚱뚱하지 않은 여성들에게도 생기며 셀룰라이트의 경중도 역시 비만도와 반드시 일치하지 않는다. 다시말해 '균살'은 정상체중이나 저체중인 여성에게도 생길 수 있다는 뜻이다.

그러므로, 미용에서의 체형관리는 셀룰라이트 관리 및 비만관리, 국소비만관리(부분체형관리)를 함으로써, 균살을 제거하여 몸매를 균형 있게 잡아주는 것으로 정의 할 수 있고, 이러한 체형의 관리에서 효과를 높이기 위하여 사용되는 체형관리기기에는 엔드몰로지, 초음파기기, 고주파기기 및 열관리기기, 등이 있다.

### 3) 피부 및 체형관리기기의 범위

우리나라의 의료기기법시행규칙에 따르면 의료기기를 <표 2-1>과 같이 4개 등급으로 세분화하여 분류하여 정의하고 있는데, 이때 1등급은 인체에 직접 접촉되지 아니하거나 접촉이 되더라도 잠재적 위험성이 거의 없고, 고장이나 이상으로 인하여 인체에 미치는 영향이 경미로운 의료기기이다.

2등급은 사용 중 고장이나 이상으로 인한 인체에 대한 위험성은 있으나 생명의 위협 또는 중대한 기능장애에 직면할 위험성이 적어 잠재성 위험성이 낮은 의료기기로 정의하고 있다. 그러나 오래 전부터 피부 및 체형관리에 사용해 오고 있는 관리기기들이 바로 이들의 1등급과 2등급에 해당된다고 볼 수 있다(이현화, 2005).

의료용구의 효율적 관리방안에 대한 연구로써 2003년 실태조사에서 피부에 직·간접적인 치료 및 미용검사 등을 위하여 사용되는 기기로서 식품의약품 안전청의 8개 검토 요청 품목군과 이·미용업소와 병·의원 유통업체의 의약품관련 전문가의 의견으로 도출된 18개 의료기기를 대상으로 분석한 결과 이·미용업소에서 보유율이 가장 많은 것은 의료용 증기욕조이고, 다음은 의료용 흡인기, 초음파 자극기, 저주파 자극기, 적외선 조사기, 등의 순서로 조사된 것으로 밝히고 있다.

<표 2-1> 품목별 등급과 사용목적(국내)

품 명	등 급	사 용 목 적
의료용 증기욕조(A16120) Moist steam cabinet	2등급	인체에 가열된 증기를 공급하는 통이 있는 기구로서 국부적인 혈액 순환의 개선 등을 위하여 사용하는 기구
의료용 흡인기(A39010) Aspirator for medical use	1,2,3 등급	혈액, 체액, 피지 및 여드름 등을 흡인하는 의료용기구 (1등급) 수동식, (2등급) 전동식 및 외부 진공압을 이용하는 기구. (3등급) 확장, 확대 등 인체 구조에 영향을 줄 목적으로 사용하는 기구.
초음파 자극기(A16090) Ultrasonic diathermy	3등급	20KHz 이상의 초음파 에너지를 인체에 가하여 통증의 완화 등에 사용하는 기구
저주파 자극기(A16010) Electric Neuromuscular stimulator	2등급	근육통 완화 등의 목적으로 전극을 통하여 인체에 전류를 가하는 기구
적외선 조사기(A16050) Infrared radiator	2등급	약 700~50000nm의 적외선 에너지를 인체에 쬐어 근육통의 완화 등에 사용하는 기구

(인용자료: “의료용구 효율적 관리방안에 대한연구, 한국보건산업진흥원, 2003)

\* 위 예시된 기기들은 관리실에서 일반적으로 상용되고 있음.

이러한 기기들이 미용기기라는 품명으로 분류가 되거나 의료기기라는 항목으로 분류가 되더라도 위험성이 그렇게 크지 않은 것으로 기기활용에 대한 지식을 습득하고 인체생리에 대한 이해가 있는 사람이라면 사용해도 될 것으로 보인다.

대학의 피부미용과의 교과과정에서도 이러한 기기사용에 대한 학습이 필요한 것이고, 이는 현장에서의 활용도가 매우 높다. 교육부에서는 면허지정 교육시설에 대하여 이러한 기기를 구비 할 것을 지침하고, 이에 대한 국고 지원도 이루어지고 있다(강창대, bi, 2005년 5월호, 제64호).

선진 외국의 관리기기의 범위는 <표 2-2>와 같이 여러 가지의 기기가 미용기구로 분류되고 있다.

<표 2-2> 외국의 관리기기의 범위

품 목	사용 범위	사 용 원 리	기기분류	제조국
저주파	얼굴, 전신	미용이 필요한 부위에 도자를 부착하여 전기적 펄스를 이용하여 관리	미용기구 의료용구 아님	독일 스페인
초음파	얼굴, 전신	미용이 필요한 부위에 화장품을 바르고 마사지, 온열, 진동 작용	미용기구 의료용구 아님	독일 스페인 프랑스
석션기기	얼굴, 전신	오일을 바르고 컵을 이용하여 물리적 자극을 주어 마사지 효과를 주는 기기	의료용구 아님	독일
스티머 (종합미용)	얼굴, 전신	확대경 : 미용이 필요한 부위 확대 후리마돌, 석션 : 피부세척, 불순물이나 피지제거 스티머, 스프레이 : 스팀, 제품 분사	미용기구	독일 스페인
고주파	얼굴	두피, 피부에 고주파 유리봉을 스킨듯이 마사지	미용기구	독일 스페인
선텐기기	얼굴, 전신	인공 자외선을 이용한 피부미용기기	미용기구	독일
고주파온열	전신	미세 전류를 이용한 고주파 심부열 마사지 기기	미용기구	스페인
이온투입기	얼굴	미세 전극을 이용하여 영양성분의 침투를 도와주는 기기	미용기구	이탈리아
리프팅기	얼굴	미세전극을 이용한 탄력기기	미용기구	독일 스페인

(인용자료: “피부미용에 사용되는 기기의 범위”, 성환ENB, 장문석)

## 2. 선행논문 고찰

미용기기에 관한 논문은 국내에서 활발히 이루어지지 않고 있다. 최근 들어 국내 미용 학술지를 중심으로 활발히 발표되는 경향을 보이고 있다. 그동안 발표된 석사논문에서는 미용기기 소비자의 구매행동과 기기를 이용한 관리 효과, 미용기기의 원리와 활용 측면에서 연구되었다.

우선 미용기기 소비자의 구매 행동에 관한 연구로는 전태열(2002)의 피부 관리 기구 소비자의 구매행동에 관한 연구가 있다. 피부 관리 기구를 구입하는 소비자들의 구매행동과 라이프 스타일에 대한 실증적 접근을 목적으로 한 이 연구에서 피부 관리 기구와 관련한 소비자 유형을 사용자, 비사용자, 피부 관리 기구에 대해 알고 있는 집단과 모르는 집단을 구분하여 피부관리에 대한 관심도, 피부타입, 피부 관리 장소에 있어서 차이점이 있었고, 사용자 집단은 피부관리기구의 기능, 효과, 디자인, 사용과정, 구매 장소, 현재 사용하고 있는 상표제품, 등에 만족도가 높았고, 가격과 애프터서비스 측면에서 불만족이 높았다.

미용기기를 이용한 관리 효과에 관한 논문으로는 정성미(2003)의 저주파 요법이 여성의 체지방에 미치는 영향으로 체지방 감소, 상복부 둘레 감소, 하복부 둘레 감소에서 유의한 차이를 보여 저주파가 여성의 체지방과 체형 관리에 긍정적인 효과가 있다고 연구하였다. 한편 조운승(2000)의 비만자들에게 대한 진동과 육조법과 마사지요법이 지질변화와 호르몬 반응에 미치는 영향에서 안정시와 유수지동과 육조(스파)에서 목욕 30분, 스포츠 마사지 30분 후의 체지방량과 중성지방, 혈중 콜레스테롤을 비교하여 유의한 감소를 나타내었다.

이정숙(2000)은 경혈점에 대한 초음파 및 침전극 저주파 자극이 콜린에스

테라제의 활성화에 미치는 효과에서 초음파를 경혈점에 적용했을 때 콜린에스테라제 (중추신경계에서 분비하는 통증 전달물질인 아세틸콜린의 방출되는 양을 증가시켰고 이에 따라 아세틸콜린을 분해하는 톨린에스테라제의 양이 감소) 수치가 매우 유의하게 감소되었다.

미용기기의 원리와 활용에 관한 논문은 김령은(2000)의 초음파 원리와 피부조직에서의 활용효과를 연구하였는데 마이크로 마사지 작용, 온열작용, 세정작용, 투입작용에 있어서 효과적 이었음을 연구하였다. 차민석(2001)은 산소 압력과 초음파를 이용한 피부투과도 증대에 관한 연구에서 피부의 바깥층인 각질층의 장벽기능으로 인해 약물 전달능력의 향상을 위하여 산소 압력방법과 초음파 방법을 결합하는 방법에서 수분이 2.5배 정도 높은 흡수를 보였다고 연구하였다. 박경순(2003)은 아로마 오일과 초음파 치료가 경건부 통증에 미치는 영향에서 초음파와 아로마를 적용한 군으로 나누어 실험한 결과에서 모두 통증 감소를 보였다.

기존 선행 연구에서는 미용기기에 대한 일반소비자의 구매행동과 각각의 기기에 대한 관리효과 및 원리와 활용 측면을 다루는데 그쳤지만, 본 연구는 실질적이고, 전문적으로 관리기기를 활용하는 피부 및 체형관리실을 대상으로 기기의 사용실태와 선호도를 조사 연구함으로써 피부·체형관리기기의 발전과 활용에 기초 자료가 되도록 하였다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구대상과 자료수집

연구대상은 서울지역과 경기지역의 피부 및 체형관리실을 대상으로 하였으며, 설문지의 정확도를 높이기 위한 예비조사를 피부 및 체형관리실 각 10 곳을 직접 방문하여 면대면 면담으로 예비실험을 거친 후 본 연구에 맞게 수정 보완하여 최종 연구도구로 사용하였고, 설문조사는 2005년 2월 15일부터 4월 10일까지 연구 대상자들에게 연구취지를 설명한 후, 우편이나 통신(팩시밀리, 인터넷)수단으로 설문지 배포 또는 본 연구자가 직접 관리실을 방문하여 기입하게 한 후 회수하여, 회수된 102부 가운데 성실하게 응답된 설문지 86부 만 선택하여 연구자료로 활용 하였다.

#### 2. 자료분석

수집된 설문에 대한 분석은 SPSSWIN 12.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 변수별 자세한 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 일반적인 특성(연령, 근무경력, 지역, 학력)에 따른 피부 및 체형관리 기기의 효과와 만족, 매출 증가의 차이를 알아보기 위해 평균차이 검증인 t-test와 일원변량분석(One-way ANOVA)을 실시하였다.

셋째, 인구통계학적인 사항에 따른(연령, 근무경력, 지역, 학력) 피부 및 체형관리 기기의 사용실태, 문제점 등의 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하여 집단간의 차이를 살펴보았다.

넷째, 본 연구의 실증분석은 모두 유의수준  $p < .05$ ,  $p < .01$ ,  $p < .001$  에서 검증하였다.

## IV. 연구 결과

### 1. 피부미용기기 분야

#### 1) 일반사항

##### (1) 응답자의 일반적 특징

<표 4-1>은 설문지 응답자의 연령, 근무경력, 지역, 학력 등의 일반적 특징을 살펴 본 것이다. 응답자의 주 연령은 40대 이상이 52.3%로 가장 높게 나타났고, 30대-40대 미만이 36.0%, 30대 미만이 11.6% 순으로 나타났다. 다음으로 근무경력에 따라서는 6년 이상-11년 미만이 37.2%로 가장 높게 나타났고, 15년 이상이 32.6%, 6년 미만이 19.8% 으로 나타났다. 지역에 따른 분포도는 서울이 67.4%로 가장 많았고, 경기도가 32.6%이며, 학력에 따라서는 4년제 대학교 이상이 47.7%로 가장 많은 것으로 나타났고, 피부미용 전문교육기관이 33.7%로 나타나 피부미용업 종사자는 높은 교육수준을 가지고 있으며, 사회 경험이 많고 적극적으로 경제활동에 참여하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-1> 응답자의 일반적 특징

구 분		빈도(명)	백분율(%)
연령	30대 미만	10	11.6
	30대-40대미만	31	36.0
	40대 이상	45	52.3
근무 경력	6년 미만	17	19.8
	6년 이상-11년 미만	32	37.2
	11년 이상-15년 미만	9	10.5
	15년 이상	28	32.6
지역	서울	58	67.4
	경기	28	32.6
학력	피부미용 전문교육기관	29	33.7
	전문대학 미용관련학과	16	18.6
	4년제 대학교 이상	41	47.7
합계		86	100.0

## (2) 보유하고 있는 피부미용기기

현재 피부미용실에서 보유하고 있는 피부미용기기의 현황은 <표 4-2>와 같이 스티머가 11.1%로 가장 높게 나왔으며, 석션기가 10.3%, 확대경이 9.6% 순으로 나타나 아래의 기기들은 피부관리에 필수적 기기로 대부분의 피부미용실에 보유되어 있으며 활용도가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-2> 피부미용기기의 보유현황

기 기 명	빈 도	백분율(%)
우드 램프	39	5.4
확대경	70	9.6
스티머	81	11.1
각질제거기	50	6.9
석션기	75	10.3
갈바닉기기(이온토폴러)	38	5.2
리프팅기기	51	7.0
칼라테라피기기	12	1.6
비타민 투입기	57	7.8
스킨마스타	19	2.6
고주파기기	41	5.6
중주파기기	29	4.0
저주파기기	41	5.6
초음파기기	52	7.1
진동브러쉬	24	3.3
스킨스크러버	49	6.7
전체	728	100.0

## 2) 피부미용기기 사용 실태

### (1) 피부미용실에서 피부미용기기의 적용 여부

피부미용실에서 피부미용기기 사용 여부의 결과는 <그림 4-1>, <표

4-3>과 같다. 피부미용기기를 자주 적용한다는 응답이 45.3%로 가장 높게 나타났고, 가끔 적용한다는 응답이 27.9%, 관리 시 반드시 적용한다는 응답이 26.7% 순으로 나타났다.

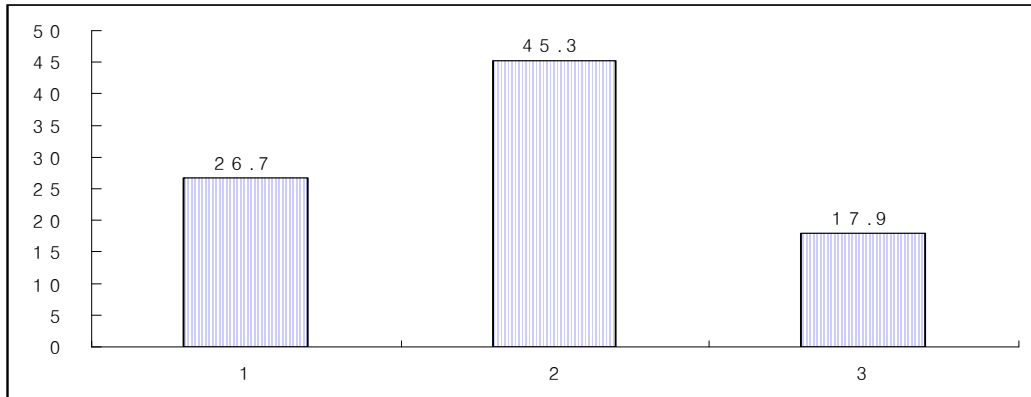
피부미용사의 연령에 따라 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 30대-40대 미만이 38.7%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답이 30대 미만이 70.0%로 가장 높게 나타났으며 가끔 적용한다는 응답은 40대 이상에서 35.6%로 가장 높게 나타났다. 또한, 경력에 따라 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 근무 경력이 11년 이상-15년 미만이 44.4%로 가장 높게 나타나 근무경력이 11년 이상-15년 미만 근무한 사람이 관리 시 피부미용기기를 반드시 적용하고 있는 것으로 나타났다. 자주 적용한다는 응답은 근무 경력이 6년 이상-11년 미만인 집단에서 53.1%로 가장 높게 나타났으며 가끔 적용한다는 응답은 근무경력이 6년 미만인 집단에서 35.3%로 가장 높게 나타났다. 학력에 따라 살펴보면 피부미용실에서 피부미용기기를 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 43.8%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답은 피부미용 전문교육기관에서 48.3%로 높게 나타났으나 유의한 차이를 나타내지 않았다. 이는 피부미용의 전문교육이 피부미용기기의 필요성과 활용도에 영향을 미친 결과라 생각된다.

지역에 따른 피부미용기기의 사용 여부를 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 경기지역에서 32.1%로 서울지역보다 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답은 서울지역에서 46.6%로 경기지역보다 높게 나타났다.

<표 4-3> 일반 특성에 따른 피부미용기기 사용 여부

구 분		관리 시 반드시 적용한다 (100%)	자주 적용한다 (60%이상)	가끔 적용한다 (30~40%)	전체
연령	30대 미만	1	7	2	10
		10.0%	70.0%	20.0%	100.0%
	30대-40대미 만	12	13	6	31
		38.7%	41.9%	19.4%	100.0%
	40대 이상	10	19	16	45
		22.2%	42.2%	35.6%	100.0%
근무 경력	6년 미만	4	7	6	17
		23.5%	41.2%	35.3%	100.0%
	6년- 11년 미만	7	17	8	32
		21.9%	53.1%	25.0%	100.0%
	11년- 15년 미만	4	2	3	9
		44.4%	22.2%	33.3%	100.0%
	15년 이상	8	13	7	28
		28.6%	46.4%	25.0%	100.0%
지역	서울	14	27	17	58
		24.1%	46.6%	29.3%	100.0%
	경기	9	12	7	28
		32.1%	42.9%	25.0%	100.0%
학력	피부미용 전문교육기관	5	14	10	29
		17.2%	48.3%	34.5%	100.0%
	전문대학 미용관련학과	7	6	3	16
		43.8%	37.5%	18.8%	100.0%
	4년제 대학교 이상	11	19	11	41
		26.8%	46.3%	26.8%	100.0%
전 체		23	39	24	86
		26.7%	45.3%	27.9%	100.0%

<그림 4-1> 피부미용실에서 피부미용기기의 사용 여부



1. 관리 시 반드시 적용한다 2. 자주 적용한다. 3. 가끔 적용한다.

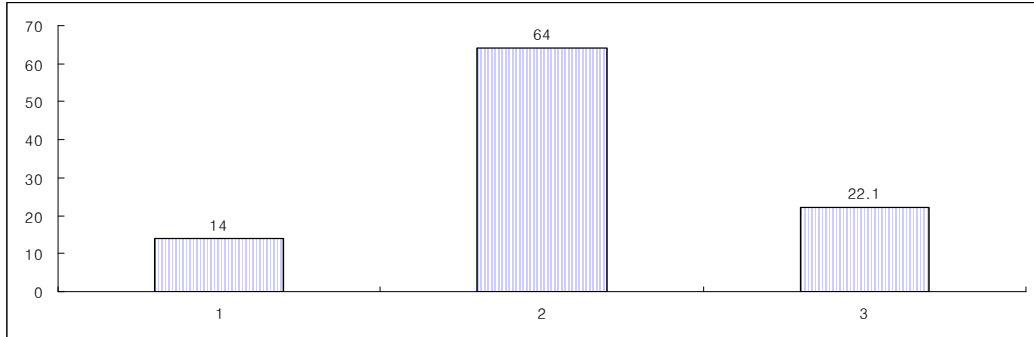
## (2) 주 고객층의 연령

피부미용실의 주 고객층의 연령은 <그림 4-2>, <표 4-4>와 같이 피부미용사의 나이와 경력, 지역, 학력에 따른 유의한 차이는 없었으나, 전체적으로 40-49세가 64.0%로 가장 높게 나타나 주 고객층은 40대인 것으로 나타났으며, 50대 이상이 22.1%, 40대 미만이 14.0% 순으로 나타났다.

<표 4-4> 주 고객층의 연령

구 분		40세 미만	40~49세	50세 이상	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	1	8	1	10	3.072 (.546)
		10.0%	80.0%	10.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	5	21	5	31	
		16.1%	67.7%	16.1%	100.0%	
	40대 이상	6	26	13	45	
		13.3%	57.8%	28.9%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	1	14	2	17	5.958 (.428)
		5.9%	82.4%	11.8%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	4	21	7	32	
		12.5%	65.6%	21.9%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	2	6	1	9	
		22.2%	66.7%	11.1%	100.0%	
15년 이상	5	14	9	28		
	17.9%	50.0%	32.1%	100.0%		
지역	서울	9	35	14	58	1.012 (.603)
		15.5%	60.3%	24.1%	100.0%	
	경기	3	20	5	28	
		10.7%	71.4%	17.9%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	3	21	5	29	5.936 (.430)
		10.3%	72.4%	17.2%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	1	10	5	16	
		6.3%	62.5%	31.3%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	8	24	9	41	
		19.5%	58.5%	22.0%	100.0%	
전 체		12	55	19	86	
		14.0%	64.0%	22.1%	100.0%	

<그림 4-2> 주 고객층의 연령



1. 40세 미만 2. 40~49세 3. 50세 이상

### (3) 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층

피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층은 <그림 4-3>, <표 4-5>와 같이 피부미용사의 나이와 경력, 지역, 학력에 따라서 유의한 차이는 없었으나, 전체적으로는 40-49세가 47.7%로 가장 높게 나타나 40대가 피부미용기기를 가장 선호하는 것으로 나타났고, 50세 이상이 37.2%, 40세 미만이 15.1% 순으로 나타났다.

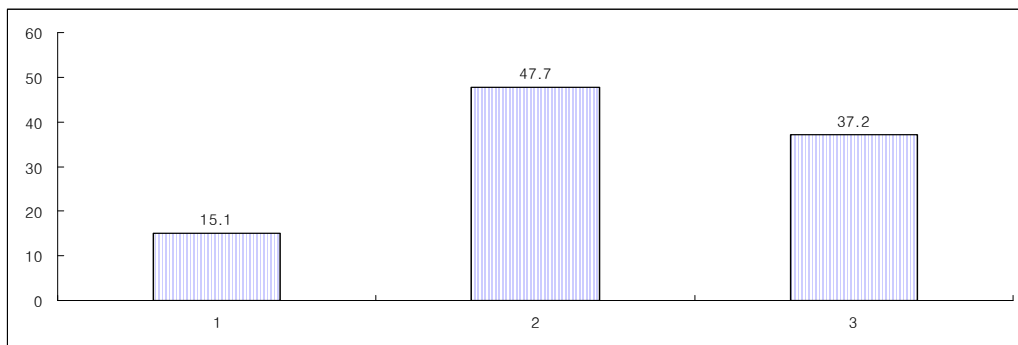
피부미용사의 연령에 따른 피부미용기기 사용을 선호한다는 고객의 연령층은 30대미만의 피부미용사는 50세 이상의 고객이 60%로 가장 높게 나타났고, 30대-40대 미만은 40-49세의 고객이 58.1%로 가장 높게 나타났으며, 40대 이상은 40-49세의 고객이 46.7%로 가장 높게 나타났다.

피부미용사의 근무경력과 지역에 따른 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층은 전체적으로 40-49세가 가장 선호하고 있다고 나타났다.

피부미용사의 학력에 따른 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층

은 따라 피부미용기기 사용을 선호하는 연령층은 피부미용 전문교육기관과 4년제 대학교 이상은 40-49세의 고객이 44.8%, 53.7%로 가장 높게 나타났지만, 전문대학 미용관련학과는 50세 이상의 고객이 50%로 가장 높게 나타났다.

<그림 4-3> 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층



1. 40세 미만 2. 40~49세 3. 50세 이상

<표 4-5> 피부미용기기 사용을 선호하는 고객의 연령층

구 분		40세 미만	40~49세	50세 이상	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	2	2	6	10	5.165 (.271)
		20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	5	18	8	31	
		16.1%	58.1%	25.8%	100.0%	
	40대 이상	6	21	18	45	
		13.3%	46.7%	40.0%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	1	10	6	17	5.897 (.435)
		5.9%	58.8%	35.3%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	3	16	13	32	
		9.4%	50.0%	40.6%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	2	5	2	9	
		22.2%	55.6%	22.2%	100.0%	
15년 이상	7	10	11	28		
	25.0%	35.7%	39.3%	100.0%		
지역	서울	11	27	20	58	2.149 (.341)
		19.0%	46.6%	34.5%	100.0%	
	경기	2	14	12	28	
		7.1%	50.0%	42.9%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	3	13	13	29	7.627 (.267)
		10.3%	44.8%	44.8%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	2	6	8	16	
		12.5%	37.5%	50.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	8	22	11	41	
		19.5%	53.7%	26.8%	100.0%	
전 체		13	41	32	86	
		15.1%	47.7%	37.2%	100.0%	

#### (4) 횟수에 따른 피부미용기기 관리의 효과

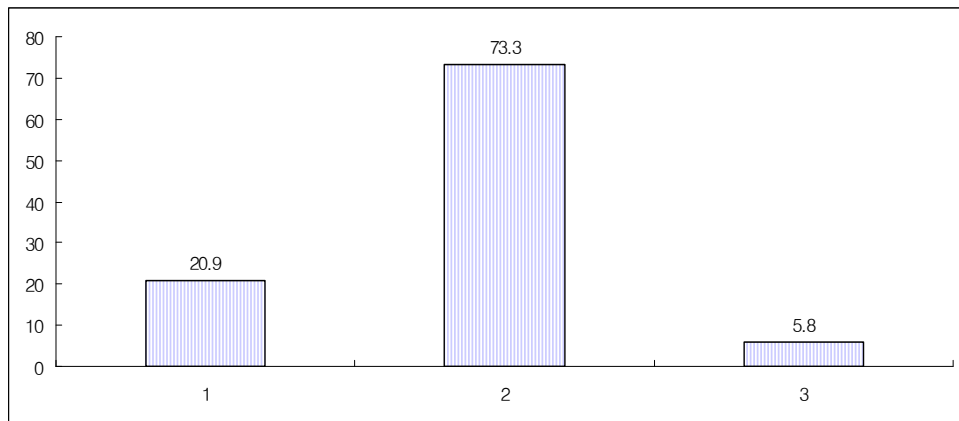
전체 응답자들의 피부미용기기 관리 시 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 <그림 4-4>, <표 4-6>과 같이 주 1회가 73.3%로 가장 높게 나타나 주 1회가 효과의 만족을 위해 실시하는 횟수로 적당하다는 인식이 높은 것으로 나타났고, 주 2-3회가 20.9%, 월 2-3회가 5.8% 순으로 나타났다.

피부미용사의 근무경력에 따라 피부미용기기 관리 시 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 주 2-3회가 적당하다는 응답은 근무 경력이 15년 이상이 32.1%로 가장 높게 나타났고, 6년 이상-11년 미만이 78.1%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라 피부미용기기 관리 시 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 주 2-3회가 적당하다는 응답은 4년제 대학교 이상이 26.8%로 가장 높게 나타났고, 주 1회가 가장 적당하다는 응답은 전문대학 미용 관련학과가 87.5%로 가장 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

<표 4-6> 횟수에 따른 피부미용기기 관리의 효과

구 분		주 2-3회	주 1회	월 2~3회	전체	$\chi^2(p)$
근무 경력	6년 미만	2	13	2	17	5.073 (.534)
		11.8%	76.5%	11.8%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	5	25	2	32	
		15.6%	78.1%	6.3%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	2	7	0	9	
22.2%		77.8%	.0%	100.0%		
15년 이상	9	18	1	28		
		32.1%	64.3%	3.6%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	5	22	2	29	3.338 (.503)
		17.2%	75.9%	6.9%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	2	14	0	16	
		12.5%	87.5%	.0%	100.0%	
4년제 대학교 이상	11	27	3	41		
	26.8%	65.9%	7.3%	100.0%		
전 체		18	63	5	86	
		20.9%	73.3%	5.8%	100.0%	

<그림 4-4> 횟수에 따른 피부미용기기 관리의 효과



1. 주 2-3회 2. 주 1회 3. 월 2~3회

### 3) 피부미용기기의 필요성

#### (1) 피부미용기기를 선호하는 주된 이유

전체 응답자들의 관리법 중 피부미용기기를 선호하는 이유는 전체적으로 <표 4-7>, <그림 4-5>와 같이 관리 효과가 뛰어나서라는 응답이 51.2%로 가장 높게 나타나 관리 효과가 뛰어나서 피부 미용 기기를 선택하고 있는 것으로 나타났고, 시간을 효율적으로 사용하기 위해서가 22.1%, 고객의 요구가 15.1% 순으로 나타났다.

피부미용사의 연령과 피부미용기기를 선호하는 이유는 유의한 관계가 없었다.

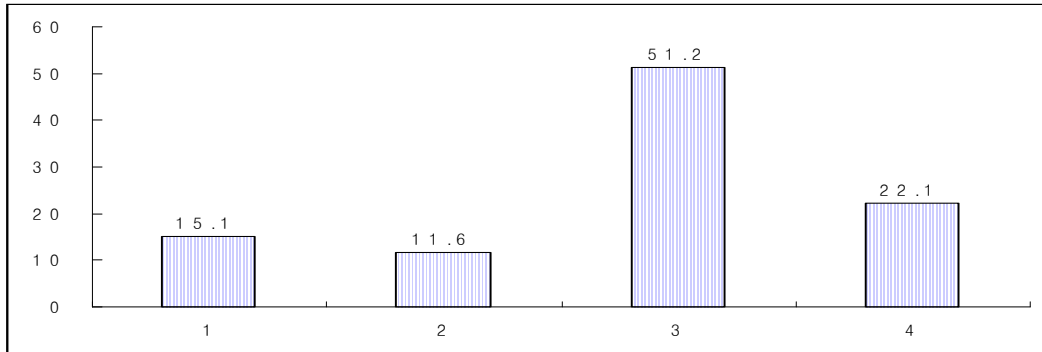
피부미용사의 학력에 따른 관리법 중 피부미용기기를 선호하는 이유는 고객의 요구에 따라 선택한다는 응답은 피부미용 전문교육기관 출신자에서 17.2%로 가장 높게 나타났으며, 시간을 효율적으로 사용하기 위해서라는 응답은 전문대학 미용관련학과 출신자에서 31.3%로 가장 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

지역에 따른 피부미용기기를 선호하는 이유는 서울 53.4%, 경기 46.4%로서 두 지역 모두 관리효과가 뛰어나서 선호한다는 응답이 가장 높게 나타났다.

<표 4-7> 피부미용기기를 선호하는 이유

구 분		고객의 요구	유행의 흐름을 고려해서	관리효과가 뛰어나서	시간을 효율적으로 사용하기 위해	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	3	0	5	2	10	3.007 (.808)
		30.0%	.0%	50.0%	20.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	4	4	16	7	31	
		12.9%	12.9%	51.6%	22.6%	100.0%	
	40대 이상	6	6	23	10	45	
		13.3%	13.3%	51.1%	22.2%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	1	2	9	5	17	3.842 (.922)
		5.9%	11.8%	52.9%	29.4%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	6	5	15	6	32	
		18.8%	15.6%	46.9%	18.8%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	2	1	5	1	9	
		22.2%	11.1%	55.6%	11.1%	100.0%	
15년 이상	4	2	15	7	28		
	14.3%	7.1%	53.6%	25.0%	100.0%		
지역	서울	10	4	31	13	58	4.152 (.246)
		17.2%	6.9%	53.4%	22.4%	100.0%	
	경기	3	6	13	6	28	
		10.7%	21.4%	46.4%	21.4%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	5	4	15	5	29	1.614 (.952)
		17.2%	13.8%	51.7%	17.2%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	2	1	8	5	16	
		12.5%	6.3%	50.0%	31.3%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	6	5	21	9	41	
14.6%		12.2%	51.2%	22.0%	100.0%		
전 체		13	10	44	19	86	
		15.1%	11.6%	51.2%	22.1%	100.0%	

<그림 4-5> 피부미용기기를 선호하는 이유



1. 고객의 요구 2. 유행의 흐름을 고려해서 3. 관리효과가 뛰어나서 4. 시간을 효율적으로 사용하기 위해

## (2) 피부미용기기의 주관적 효과

일반적 특성에 따라 피부미용기기의 효과는 <표 4-8>과 같다. 연령에 따른 차이는  $p < 0.05$  수준에서 유의한 차이가 있었다. 40대 에서 피부미용기기의 효과를 3.25점으로 가장 높게 인식하고 있었고, 30대 미만에서 3.12점으로 가장 낮게 나타나 피부미용기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다( $p < 0.05$ ).

피부미용사의 근무경력에 따른 피부미용기기의 효과는 유의한 차이가 없었으나 근무경력이 11년 이상-15년 미만에서 3.11점으로 가장 높게 나타나 피부미용기기의 효과를 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 근무경력이 6년 이상-11년 미만이 2.96점으로 가장 낮게 나타나 피부미용기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 학력에 따른 피부미용기기의 효과를 살펴보면 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 3.44점으로 가장 높게 나타나 효과를 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타

났고, 4년제 대학교 이상에서 2.90점으로 가장 낮게 나타나 피부미용기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다( $p<0.001$ ). 이는 전문교육으로 인한 효과라 생각된다.

지역에 따른 피부미용기기의 효과를 살펴보면 서울지역에서 3.13점으로 높게 나타나 경기 지역에 비해 피부미용기기의 효과를 가장 높게 인식하고 있었다( $p<0.05$ ).

<표 4-8> 피부미용기기의 주관적 효과

구 분		평균	표준편차	F/t	유의확률
연령	30대 미만	3.121	.41510	3.120*	0.046
	30대-40대미만	3.122	.44576		
	40대 이상	3.254	.43801		
근무 경력	6년 미만	3.059	.42875	.802	0.497
	6년 이상-11년 미만	2.969	.30946		
	11년 이상-15년 미만	3.111	.33333		
	15년 이상	3.107	.41627		
지역	서울	3.130	.36751	2.257*	0.042
	경기	2.997	.31670		
학력	피부미용 전문교육기관	3.444	.48583	13.187***	0.000
	전문대학 미용관련학과	3.321	.37235		
	4년제 대학교 이상	2.902	.61579		

\* $p<0.05$

\*\*\* $p<0.001$

### (3) 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도

피부미용기기 시행 후 고객의 만족도는 <표 4-9>과 같이 연령에 따라서는 30대 미만에서 3.20점으로 가장 높게 나타나 고객 시행 후 만족도가 가

장 높은 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났고, 30대-40대 미만에서 2.96점으로 가장 낮게 나타나 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났으나 유의하지 않았다.

피부미용사의 근무경력에 따른 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도는 근무경력이 6년 미만인 집단에서 3.11점으로 높게 나타나 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 근무경력이 6년 이상-11년 미만인 집단에서 3.00점으로 가장 낮게 나타나 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 이는 피부미용사의 근무경력에 따른 피부미용기기의 효과와 고객의 만족도가 일치하는 것을 보여주고 있다.

피부미용사의 학력에 따른 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도를 살펴보면 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 3.34점으로 피부미용 기기 시행 후 고객의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 4년제 대학교 이상의 집단에서 2.80점으로 시행 후 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다 ( $p < 0.001$ ).

지역에 따른 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도는 서울지역에서 3.55점으로 나타나 피부미용기기 시행 후 경기지역에 비해 고객의 만족도가 높은 것으로 나타났다 ( $p < 0.05$ ).

<표 4-9> 피부미용기기 시행 후 고객의 만족도

구 분		평균	표준편차	F/t	유의확률
연령	30대 미만	3.200	.42164	1.689	0.191
	30대-40대미만	2.968	.17961		
	40대 이상	3.089	.46818		
근무 경력	6년 미만	3.118	.48507	.434	0.729
	6년 이상-11년 미만	3.000	.35921		
	11년 이상-15년 미만	3.111	.33333		
	15년 이상	3.071	.37796		
지역	서울	3.554	.58339	2.126*	0.034
	경기	3.408	.52437		
학력	피부미용 전문교육기관	3.344	.47583	12.187***	0.000
	전문대학 미용관련학과	3.221	.36235		
	4년제 대학교 이상	2.802	.60579		

\*p<0.05

\*\*\*p<0.001

#### (4) 피부미용기기 사용에 의한 매출액의 변화

피부미용기기 사용에 의한 매출액의 변화를 살펴 본 것은 <표 4-10>과 같다. 연령에 따라서는 40대 이상에서 3.15점으로 가장 높게 나타나 40대 이상에서 피부미용기기 사용 후 매출액이 가장 크게 증가했던 것으로 나타났다, 30대 미만에서 3.00점으로 가장 낮은 매출액 증가를 보인 것으로 나타났다으나 유의하지 않았다.

피부미용사의 근무경력에 따라서는 근무경력이 15년 이상인 집단에서 피부미용기기 사용으로 매출액이 증가한 정도가 3.15점으로 가장 높은 것으로 나타났다, 15년 이상 근무한 집단에서 3.10점으로 가장 낮게 나타나 매출

증가가 가장 적었던 것으로 나타났다.

피부미용사의 학력에 따른 피부미용기기 사용에 의한 매출액의 증가를 살펴보면 4년제 대학교 이상에서 3.33점으로 피부미용기기 사용 후 매출액의 증가 정도가 컸던 것으로 나타났고, 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 2.93점으로 매출액 증가가 적은 것으로 나타났다.

지역에 따른 피부미용기기 사용으로 매출액 증가 정도의 차이를 살펴보면 서울 지역에서 3.07점으로 매출액이 증가하는 정도가 크게 나타나 경기 지역에 비해 높은 것으로 나타났다( $p < 0.05$ ).

<표 4-10> 피부미용기기 사용으로 매출액 증가정도의 차이

구 분		평균	표준편차	F	유의확률
연령	30대 미만	3.0000	0.66667	0.262	0.770
	30대-40대미만	3.1290	0.67042		
	40대 이상	3.1556	0.56228		
근무 경력	6년 미만	3.1176	0.69663	0.036	0.991
	6년 이상-11년 미만	3.1563	0.51490		
	11년 이상-15년 미만	3.1111	0.60093		
	15년 이상	3.1071	0.68526		
지역	서울	3.0702	0.56731	5.224*	0.024
	경기	2.8346	0.60721		
학력	피부미용 전문교육기관	3.1000	0.48066	1.356	0.262
	전문대학 미용관련학과	2.9333	0.70373		
	4년제 대학교 이상	3.3333	0.65828		

\* $p < 0.05$

## (5) 피부미용기기 사용 유무가 피부관리에 미치는 영향

전체 응답자들의 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 <그림 4-6 >, <표 4-11>과 같이 관리 시 문제 해결이 34.9%로 가장 높게 나타나 관리 시 문제해결에 큰 영향을 미치고 있으며, 프로그램의 매뉴얼화가 26.7%, 상담사가 19.8% 순으로 나타났다.

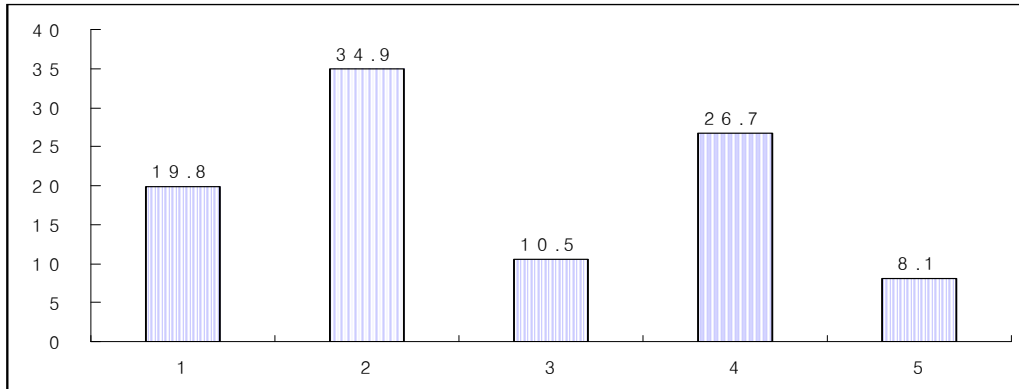
피부미용사의 연령에 따른 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소를 살펴보면 상담시 효과가 크게 미친다는 응답은 40대 이상에서 24.4%로 가장 높게 나타났고, 관리 시 문제 해결에 효과가 크게 미친다는 응답은 30대 미만에서 60.0%로 가장 높게 나타났으며, 프로그램의 매뉴얼화에 영향을 미친다는 응답은 30대 미만에서 40.0%로 가장 높게 나타났다.

학력에 따른 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소를 살펴보면 피부미용사의 상담시 영향을 미친다는 응답은 4년제 대학교 이상에서 26.8%로 가장 높게 나타났고, 프로그램의 매뉴얼화에 영향을 미친다는 응답은 전문대학 미용 관련학과를 졸업한 집단에서 56.3%로 가장 높게 나타났다. 또한, 근무경력에 따른 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소를 살펴보면 관리 시 문제 해결에 효과가 크게 미친다는 응답은 근무 경력이 11년 이상-15년 미만에서 44.4%로 가장 높게 나타났고, 프로그램의 매뉴얼화에 효과가 크게 미친다는 응답은 근무경력이 6년 이상-11년 미만에서 31.3%로 가장 높았다.

지역에 따라서 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소를 살펴보면 상담시 효과가 크게 미친다는 응답은 경기 지역이 25.0%로 가장 높게 나타나 효과가 크게 미치는 요소로 다른 집단에 비해 높게 인식하고 있었고, 프로그램 매뉴얼화에 큰 효과를 미쳤다는 응답은 서울에서 31.0%로

더 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

<그림 4-6> 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소



1. 상담 시 2. 관리 시 문제 해결 3. 매출 증대 4. 프로그램 메뉴얼화 5. 관리실의 시설과 분위기

<표 4-11> 피부미용기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소

구 분		상담시	관리시 문제 해결	매출 증대	프로그램 매뉴얼화	관리실의 시설과 분위기	전체	$\chi^2(p)$				
연령	30대 미만	0	6	0	4	0	10	8.749 (.364)				
		0.0%	60.0%	0.0%	40.0%	0.0%	100.0%					
	30대- 40대미만	6	9	3	10	3	31					
		19.4%	29.0%	9.7%	32.3%	9.7%	100.0%					
40대 이상	11	15	6	9	4	45						
	24.4%	33.3%	13.3%	20.0%	8.9%	100.0%						
근무 경력	6년 미만	3	6	2	5	1	17	3.987 (.984)				
		17.6%	35.3%	11.8%	29.4%	5.9%	100.0%					
	6년 이상- 11년 미만	6	9	3	10	4	32					
		18.8%	28.1%	9.4%	31.3%	12.5%	100.0%					
	11년 이상- 15년 미만	1	4	1	2	1	9					
11.1%		44.4%	11.1%	22.2%	11.1%	100.0%						
15년 이상	7	11	3	6	1	28						
		25.0%	39.3%	10.7%	21.4%	3.6%	100.0%					
지역	서울	10	19	6	18	5	58	2.085 (.720)				
		17.2%	32.8%	10.3%	31.0%	8.6%	100.0%					
	경기	7	11	3	5	2	28					
25.0%		39.3%	10.7%	17.9%	7.1%	100.0%						
학력	피부미용	4	11	4	6	4	29	13.111 (.108)				
	전문교육기관	13.8%	37.9%	13.8%	20.7%	13.8%	100.0%					
	전문대학	2	5	0	9	0	16					
	미용관련학과	12.5%	31.3%	.0%	56.3%	.0%	100.0%					
	4년제	11	14	5	8	3	41					
대학교 이상	26.8%	34.1%	12.2%	19.5%	7.3%	100.0%						
전 체	17	30	9	23	7	86	19.8%	34.9%	10.5%	26.7%	8.1%	100.0%

**(6) 피부미용기기 관리 시의 효과**

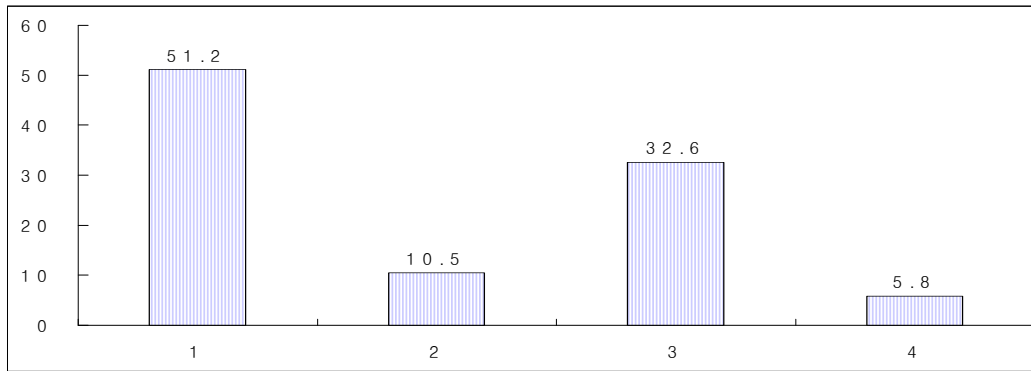
전체 응답자들의 피부미용기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리는 <그림 4-7>, <표 4-12>와 같이 탄력 증대에 효과가 있었다는 응답이

51.2%로 가장 높게 나타나 탄력증대에 가장 효과가 있는 것으로 나타났고, 미백효과가 32.6%, 유수분 바란스에 도움이 되었다가 10.5% 순으로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 효과가 나타난다는 응답은 40대 이상에서 57.8%로 가장 높게 나타났고, 유수분 바란스에 효과가 나타난다는 응답은 30대-40대 미만에서 16.1%로 가장 높게 나타났으며 미백 효과에 가장 효과가 나타난다는 응답도 30대-40대 미만에서 41.9%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따른 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 가장 효과가 나타난다는 응답은 근무경력이 6년 미만인 집단에서 58.8%로 가장 높게 나타났고, 미백효과에 가장 효과가 나타난다는 응답은 근무경력이 6년 미만에서 35.3%로 가장 높게 나타났고, 학력에 따른 피부 미용 기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 효과가 나타난다는 응답은 4년제 대학교 이상에서 58.5%로 가장 높게 나타났고, 유수분 바란스에 효과가 나타난다는 응답은 피부미용 전문 관련 기관에서 17.2%로 가장 높게 나타났으며 미백효과가 가장 효과가 있다는 응답은 전문대학 미용관련 학과에서 37.5%로 가장 높게 나타났다.

지역에 따라서 유의한 차이는 없었으나 피부미용기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 가장 효과가 나타난다는 응답은 경기에서 53.6%로 가장 높게 나타났고, 유수분 바란스가 가장 효과가 나타난다는 응답과 미백효과 효과가 있다는 응답은 서울이 각각 12.1%, 34.5%로 높게 나타났다.

<그림 4-7> 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리



1. 탄력증대 2. 유수분 밸런스 3. 미백효과 4. 주름 완화

<표 4-12> 피부미용기기 관리시 가장 효과가 나타나는 관리

구 분		탄력 증대	유수분 바란스	미백 효과	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	5	1	3	1	10	6.649 .355
		50.0%	10.0%	30.0%	10.0%	100.0%	
	30대-40대미만	13	5	13	0	31	
		41.9%	16.1%	41.9%	.0%	100.0%	
40대 이상	26	3	12	4	45		
	57.8%	6.7%	26.7%	8.9%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	10	1	6	0	17	11.192 (.263)
		58.8%	5.9%	35.3%	.0%	100.0%	
	6년 이상-11년 미만	14	3	11	4	32	
		43.8%	9.4%	34.4%	12.5%	100.0%	
	11년 이상-15년 미만	3	3	3	0	9	
		33.3%	33.3%	33.3%	.0%	100.0%	
15년 이상	17	2	8	1	28		
60.7%	7.1%	28.6%	3.6%	100.0%			
지역	서울	29	7	20	2	58	2.402 (.493)
		50.0%	12.1%	34.5%	3.4%	100.0%	
	경기	15	2	8	3	28	
53.6%		7.1%	28.6%	10.7%	100.0%		
학력	피부미용	12	5	9	3	29	5.707 (.457)
	전문교육기관	41.4%	17.2%	31.0%	10.3%	100.0%	
	전문대학	8	2	6	0	16	
	미용관련학과	50.0%	12.5%	37.5%	.0%	100.0%	
	4년제	24	2	13	2	41	
대학교 이상	58.5%	4.9%	31.7%	4.9%	100.0%		
전 체	44	9	28	5	86		
	51.2%	10.5%	32.6%	5.8%	100.0%		

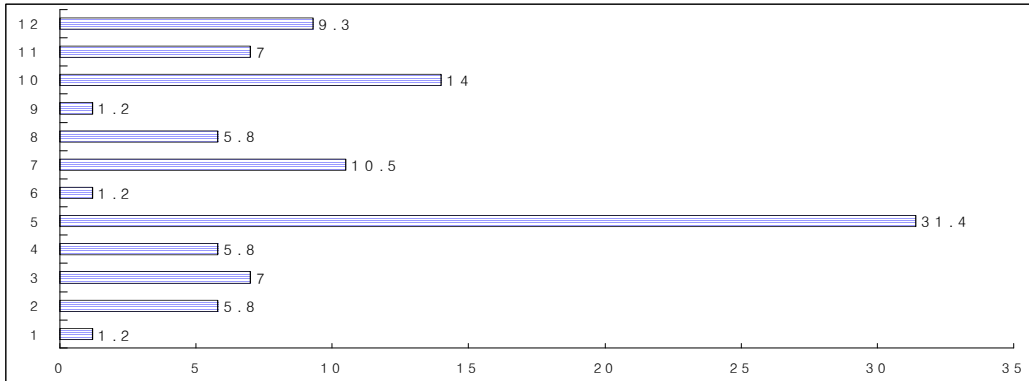
## (7) 가장 많이 사용하는 피부미용기기

<그림 4-8>, <표 4-13>과 같이 전체 응답자들의 가장 많이 사용하는 피부미용기기를 살펴보면 석션기가 31.4%로 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 리프팅 기기가 10.5% 순으로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따른 가장 많이 사용하는 피부미용기기를 살펴보면 석션기 사용은 30대 미만에서 50.0%로 가장 많이 사용하고 있었고, 비타민 투입기는 30대-40대 미만에서 12.9%로 가장 많이 사용하고 있으며, 근무경력에 따른 가장 많이 사용하는 피부미용기기를 살펴보면 석션기 사용은 6년 미만으로 근무한 집단에서 41.2%로 가장 많이 사용하고 있었고, 리프팅기는 11년-15년 미만에서 22.2%로 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 학력에 따른 가장 많이 사용하는 피부미용기기를 살펴보면 석션기 사용은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 37.5%로 가장 많이 사용하고 있었고, 고주파기기는 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 24.1%로 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다.

지역에 따라서 가장 많이 사용하는 피부미용기기를 살펴보면 석션기 사용은 경기에서 42.9%로 가장 높게 나타나 가장 많이 사용하고 있었고, 스티머는 서울에서 8.6%로 사용하고 있는 것으로 나타났으나 지역과 피부미용기기 사용은 유의한 관계가 없었다.

<그림 4-8> 가장 많이 사용하는 피부미용기기



\* 번호별 기기명

1. 우드 램프 2. 확대경 3. 스티머 4. 각질제거(필링기) 5. 석션기 6. 갈바닉기 7. 리프팅기 8. 칼라테라피기 9. 비타민투입기 10. 스킨마스타 11. 고주파기 12. 중주파기 13. 저주파기 14. 초음파기 15. 전동브러쉬 16. 스킨스크러버

<표 4-13> 가장 많이 사용하는 피부미용기기

구 분		1	2	3	4	5	6	7	9	10	11	14	16	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	0	1	1	0	5	0	0	0	0	2	0	1	10	13.309 (.924)
		.0%	10.0%	10.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	10.0%	100.0%	
	30대- 40대 미만	1	1	2	2	9	0	3	4	0	4	2	3	31	
		3.2%	3.2%	6.5%	6.5%	29.0%	.0%	9.7%	12.9%	.0%	12.9%	6.5%	9.7%	100.0%	
40대 이상	0	3	3	3	13	1	6	1	1	6	4	4	45	100.0%	
	.0%	6.7%	6.7%	6.7%	28.9%	2.2%	13.3%	2.2%	2.2%	13.3%	8.9%	8.9%	100.0%		
근무경력	6년 미만	0	2	1	1	7	0	0	0	0	2	1	3	17	31.459 (.544)
		.0%	11.8%	5.9%	5.9%	41.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	11.8%	5.9%	17.6%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	1	2	4	3	9	0	3	3	1	1	2	3	32	
		3.1%	6.3%	12.5%	9.4%	28.1%	.0%	9.4%	9.4%	3.1%	3.1%	6.3%	9.4%	100.0%	
11년 - 15년 미만	0	0	1	0	1	0	2	1	0	2	2	0	9	100.0%	
	.0%	.0%	11.1%	.0%	11.1%	.0%	22.2%	11.1%	.0%	22.2%	22.2%	.0%	100.0%		
15년 이상	0	1	0	1	10	1	4	1	0	7	1	2	28	100.0%	
	.0%	3.6%	.0%	3.6%	35.7%	3.6%	14.3%	3.6%	.0%	25.0%	3.6%	7.1%	100.0%		
지역	서울	1	4	5	5	15	0	6	4	1	8	5	4	58	10.400 (.495)
		1.7%	6.9%	8.6%	8.6%	25.9%	.0%	10.3%	6.9%	1.7%	13.8%	8.6%	6.9%	100.0%	
경기	0	1	1	0	12	1	3	1	0	4	1	4	28	100.0%	
	.0%	3.6%	3.6%	.0%	42.9%	3.6%	10.7%	3.6%	.0%	14.3%	3.6%	14.3%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육 기관	0	1	3	3	7	0	2	2	0	7	2	2	29	18.724 (.662)
		.0%	3.4%	10.3%	10.3%	24.1%	.0%	6.9%	6.9%	.0%	24.1%	6.9%	6.9%	100.0%	
	전문대학 미용관련 학과	0	0	0	1	6	0	3	2	0	2	0	2	16	
		.0%	.0%	.0%	6.3%	37.5%	.0%	18.8%	12.5%	.0%	12.5%	.0%	12.5%	100.0%	
4년제 대학교 이상	1	4	3	1	14	1	4	1	1	3	4	4	41	100.0%	
	2.4%	9.8%	7.3%	2.4%	34.1%	2.4%	9.8%	2.4%	2.4%	7.3%	9.8%	9.8%	100.0%		
전 체	1	5	6	5	27	1	9	5	1	12	6	8	86	100.0%	
	1.2%	5.8%	7.0%	5.8%	31.4%	1.2%	10.5%	5.8%	1.2%	14.0%	7.0%	9.3%	100.0%		

\* 번호별 기기명

1. 우드 램프 2. 확대경 3. 스티머 4. 각질제거(필링기) 5. 석션기 6. 갈바닉기기 7. 리프팅기기 8. 칼라테라피기기 9. 비타민투입기
10. 스킨마스타 11. 고주파기기 12. 중주파기 13. 저주파기기 14. 초음파기기 15. 진동브러쉬 16. 스킨스크리버

#### 4) 기기구입

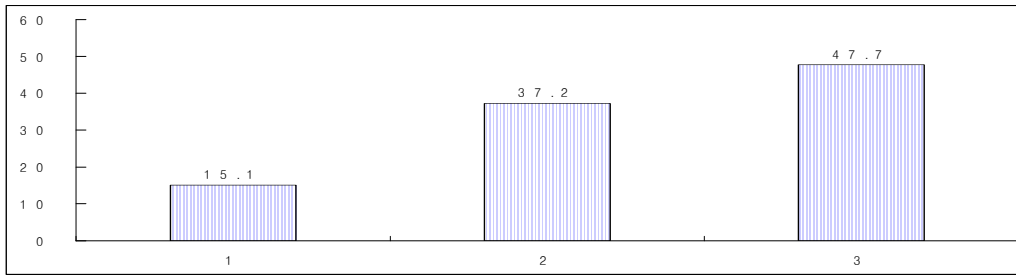
##### (1) 사용하고 있는 피부미용기기의 제품 국적

전체 응답자들의 사용하고 있는 피부미용기기는 <그림 4-9>, <표 4-14>와 같이 국내산+외국산이 47.7%로 가장 높게 나타나 국내산과 외국산을 혼합하여 사용하고 있는 것으로 나타났고, 외국산이 37.2%로 국내산의 15.1%보다 높게 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 30대 미만에서 20.0%로 가장 높게 나타나 30대 미만에서 국내산을 많이 사용하는 것으로 나타났고, 국내산과 외국산을 혼합하여 사용한다는 응답은 30대-40대 미만에서 51.6%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 근무경력이 6년 미만인 집단에서 23.5%로 가장 높게 나타났고, 국내산+외국산을 사용한다는 응답은 근무경력이 11년 이상-15년 미만에서 55.6%로 가장 높게 나타났고, 학력에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 20.7%로 가장 높게 나타났고, 외국산을 사용한다는 응답은 전문대학 미용관련학과에서 43.8%로 가장 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

지역에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 경기에서 33.3%로 가장 높게 나타났고, 외국산을 사용한다는 응답은 서울에서 31.0%로 가장 높게 나타난 것을 살펴 볼 수 있다( $p < 0.05$ ).

<그림 4-9> 사용하고 있는 피부미용기기의 제품 국적



1. 국내산 2. 외국산 3. 국내산+외국산

<표 4-14> 사용하고 있는 피부미용기기의 제품 국적

구분		국내산	외국산	국내산+외국산	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	2 20.0%	4 40.0%	4 40.0%	10 100.0%	.548 (.969)
	30대-40대미만	4 12.9%	11 35.5%	16 51.6%	31 100.0%	
	40대 이상	7 15.6%	17 37.8%	21 46.7%	45 100.0%	
근무 경력	6년 미만	4 23.5%	8 47.1%	5 29.4%	17 100.0%	5.296 (.506)
	6년 이상-11년 미만	5 15.6%	9 28.1%	18 56.3%	32 100.0%	
	11년 이상-15년 미만	0 .0%	4 44.4%	5 55.6%	9 100.0%	
	15년 이상	4 14.3%	11 39.3%	13 46.4%	28 100.0%	
지역	서울	11 19.0%	18 31.0%	29 50.0%	58 100.0%	14.044* (.029)
	경기	2 33.3%	14 22.2%	12 44.4%	28 100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	6 20.7%	9 31.0%	14 48.3%	29 100.0%	1.987 (.738)
	전문대학	1	7	8	16	
	미용관련학과	6.3%	43.8%	50.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	6 14.6%	16 39.0%	19 46.3%	41 100.0%	
전체		13 15.1%	32 37.2%	41 47.7%	86 100.0%	

\*p<0.05

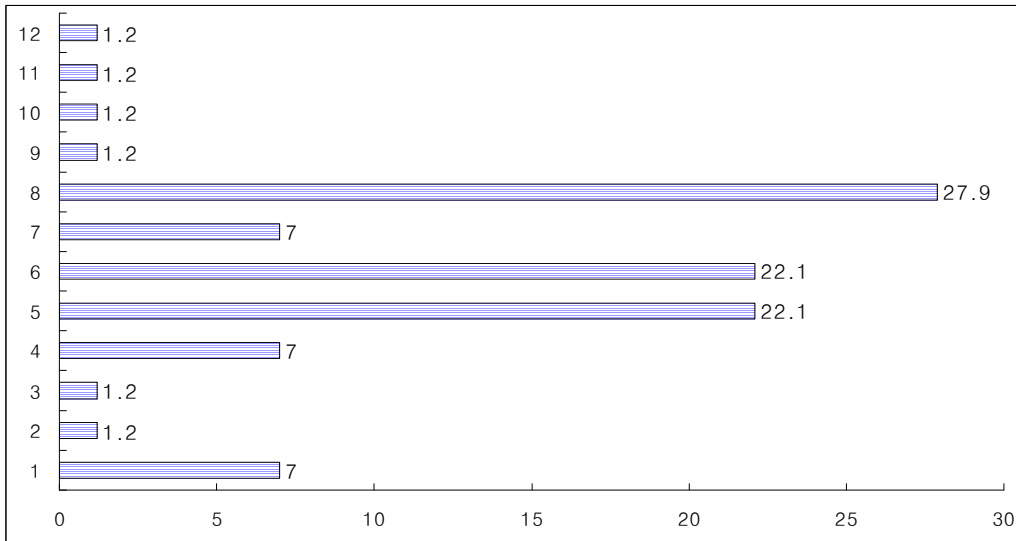
## (2) 보유하고 싶은 피부미용기기

전체 응답자들이 보유하고 싶은 피부미용기기는 <그림 4-10>, <표 4-15>와 같이 고주파기기가 27.9%로 가장 높게 나타나 고주파기를 가장 보유하고 싶어하는 것으로 나타났고, 칼라테라피기기가 22.1%, 리프팅기기가 22.1% 순으로 나타나 보유하고 싶은 기기로 고주파기와 칼라테라피기기, 리프팅기기를 선택하고 있는 것으로 살펴볼 수 있다.

피부미용사의 연령에 따라서는 고주파기기를 보유하고 싶다는 응답이 30대-40대 미만에서 35.5%로 가장 높게 나타났고, 칼라테라피기기를 보유하고 싶다는 응답은 30대 미만에서 50.0%로 가장 높게 나타났으며 리프팅 기기를 보유하고 싶다는 응답은 40대 이상에서 26.7%로 가장 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있으며, 근무경력에 따라서는 고주파기기를 보유하고 싶다는 응답이 근무경력이 6년-11년 미만인 집단에서 37.5%로 가장 높게 나타났고, 칼라테라피기기를 보유하고 싶다는 응답은 근무경력이 11년-15년 미만에서 33.3%로 가장 높게 나타났고, 학력에 따라서는 고주파기기를 보유하고 싶다는 응답이 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 31.3%로 다른 집단에 비해 높게 나타났고, 리프팅 기기를 보유하고 싶다는 응답은 4년제 대학교 이상의 집단에서 26.8%로 더 높게 나타났다.

지역에 따라서 보유하고 싶은 피부미용기기로서는 고주파기기를 보유하고 싶다는 응답은 서울지역이 31.0%로 경기지역에 비해 높게 나타났고, 칼라테라피기기를 보유하고 싶다는 응답은 경기지역이 28.6%로 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있으나 유의하지 않았다.

<그림 4-10> 보유하고 싶은 피부미용기기



\* 번호별 기기명

1. 우드 램프 2. 확대경 3. 스티머 4. 각질제거(필링기) 5. 석션기 6. 갈바닉기 7. 리프팅기 8. 칼라테라피기 9. 비타민투입기 10. 스킨마스타 11. 고주파기 12. 중주파기 13. 저주파기 14. 초음파기 15. 전동브러쉬 16. 스킨스크러버

<표 4-15> 보유하고 싶은 피부미용기기

구 분		3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	14	16	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	0	0	0	1	1	5	0	2	0	0	0	1	10	26.561 (.228)
		.0%	.0%	.0%	10.0%	10.0%	50.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	10.0%	100.0%	
	30대-40대 미만	2	1	1	2	6	3	4	11	0	1	0	0	31	
		6.5%	3.2%	3.2%	6.5%	19.4%	9.7%	12.9%	35.5%	.0%	3.2%	.0%	.0%	100.0%	
	40대 이상	4	0	0	3	12	11	2	11	1	0	1	0	45	
		8.9%	.0%	.0%	6.7%	26.7%	24.4%	4.4%	24.4%	2.2%	.0%	2.2%	.0%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	0	0	1	1	5	5	1	3	0	0	0	1	17	25.774 (.811)
		.0%	.0%	5.9%	5.9%	29.4%	29.4%	5.9%	17.6%	.0%	.0%	.0%	5.9%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	1	1	0	2	5	7	3	12	0	1	0	0	32	
		3.1%	3.1%	.0%	6.3%	15.6%	21.9%	9.4%	37.5%	.0%	3.1%	.0%	.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	1	0	0	1	2	3	0	2	0	0	0	0	9	
		11.1%	.0%	.0%	11.1%	22.2%	33.3%	.0%	22.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
15년 이상	4	0	0	2	7	4	2	7	1	0	1	0	28		
	14.3%	.0%	.0%	7.1%	25.0%	14.3%	7.1%	25.0%	3.6%	.0%	3.6%	.0%	100.0%		
지역	서울	4	1	0	5	13	11	6	18	0	0	0	0	58	15.850 (.147)
		6.9%	1.7%	.0%	8.6%	22.4%	19.0%	10.3%	31.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	경기	2	0	1	1	6	8	0	6	1	1	1	1	28	
		7.1%	.0%	3.6%	3.6%	21.4%	28.6%	.0%	21.4%	3.6%	3.6%	3.6%	3.6%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육 기관	4	1	0	3	5	6	2	7	0	0	0	1	29	19.260 (.629)
		13.8%	3.4%	.0%	10.3%	17.2%	20.7%	6.9%	24.1%	.0%	.0%	.0%	3.4%	100.0%	
	전문대학 미용관련 학과	0	0	1	0	3	5	2	5	0	0	0	0	16	
		.0%	.0%	6.3%	.0%	18.8%	31.3%	12.5%	31.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	2	0	0	3	11	8	2	12	1	1	1	0	41	
4.9%		.0%	.0%	7.3%	26.8%	19.5%	4.9%	29.3%	2.4%	2.4%	2.4%	.0%	100.0%		
전체	6	1	1	6	19	19	6	24	1	1	1	1	86		
	7.0%	1.2%	1.2%	7.0%	22.1%	22.1%	7.0%	27.9%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	100.0%		

\* 번호별 기기명

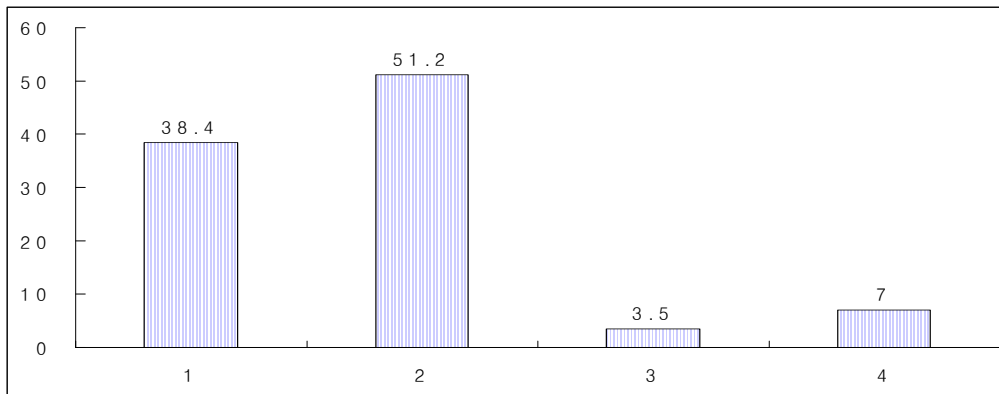
1. 우드 램프 2. 확대경 3. 스티머 4. 각질제거(필링기) 5. 석션기 6. 갈바닉기 7. 리프팅기 8. 칼라테라피기 9. 비타민투입기 10. 스킨마스타 11. 고주파기 12. 중주파기 13. 저주파기 14. 초음파기 15. 전동브러쉬 16. 스킨스크러버

## 5) 기기교육

### (1) 기기교육을 받은 경로

기기교육을 받은 경로를 살펴보면 <그림 4-11>과 같이 개인 특강이나 제품 회사 특강과 같은 사설교육을 통해 교육을 받았다는 응답이 51.2%로 가장 높게 나타나 대부분 사설 교육을 받고 있는 것으로 나타났고, 전문 교육기관을 통해 교육을 받고 있다는 응답은 38.4%로 나타났다.

<그림 4-11> 기기교육을 받은 경로

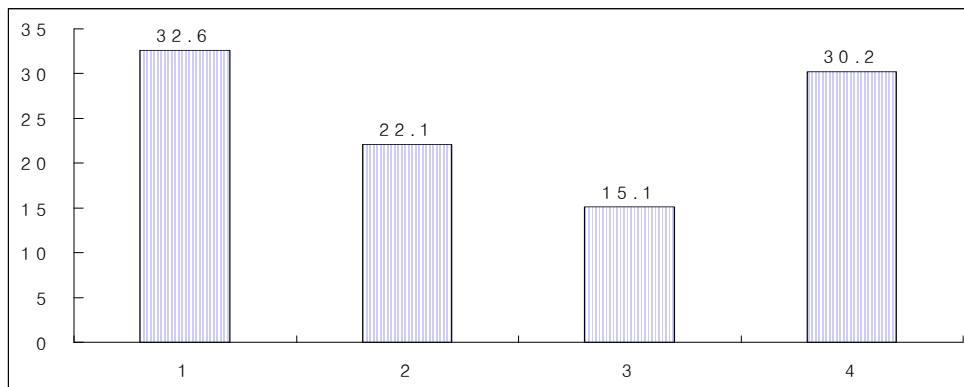


1. 전문 교육기관 2. 사설 교육 3. 다중 매체 4. 선배 또는 동료 관리자

## (2) 기기교육을 받은 횟수

기기교육을 받은 횟수를 살펴보면 <그림 4-12>와 같이 구입 시 1회가 32.6%로 가장 높게 나타나 기기교육의 횟수가 적은 것으로 나타났고, 4회 이상이 30.2%, 2회가 22.1%로 나타났다.

<그림 4-12> 기기교육을 받은 횟수

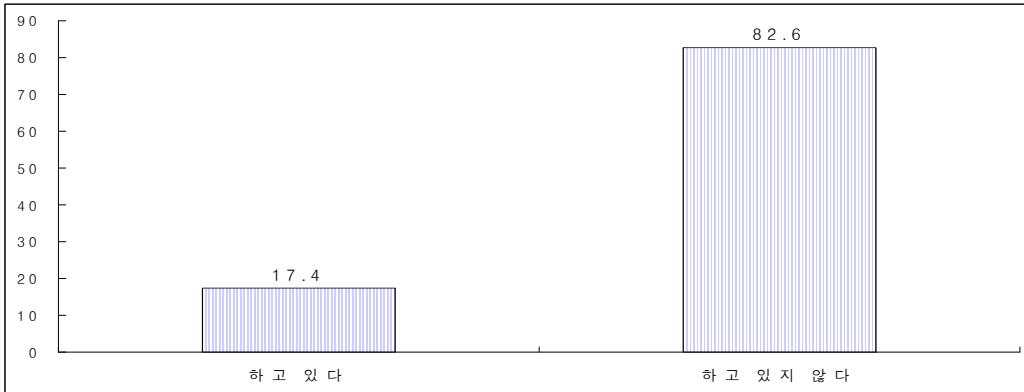


1. 구입 시 1회 2. 2회 3. 3회 4. 4회 이상

## (3) 정기적인 교육 여부

정기적인 기기 교육의 여부를 살펴보면 <그림 4-13>과 같이 하고 있지 않다가 82.6%로 하고 있다가 17.4%보다 높게 나타나 기기교육에 대한 정기적인 교육이 부족한 것으로 나타났고, 이는 정기적인 교육이 필요함을 시사한다.

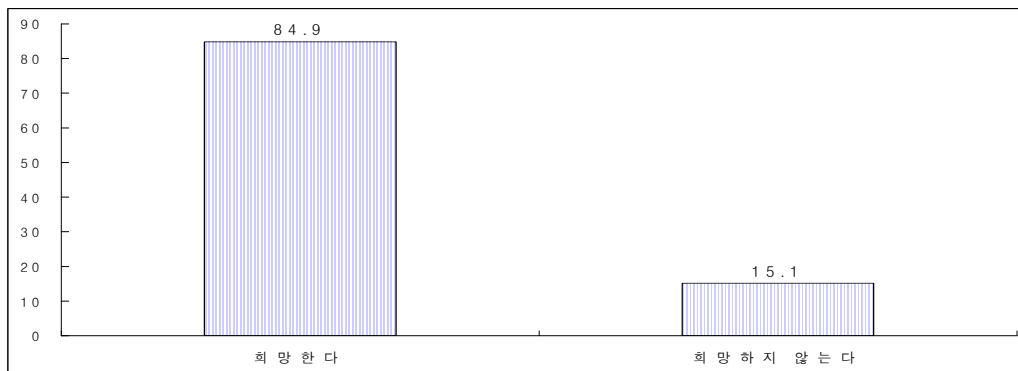
<그림 4-13> 정기적인 교육 여부



#### (4) 재교육 희망 여부

기기교육과 관련한 재교육의 희망 여부를 살펴보면 <그림 4-14>와 같이 희망한다는 응답이 84.9%로 나타나 희망하지 않는다는 15.1%에 비해 높게 나타나 재교육을 희망하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 기기에 대한 재교육이 이루어져야 함을 알 수 있다.

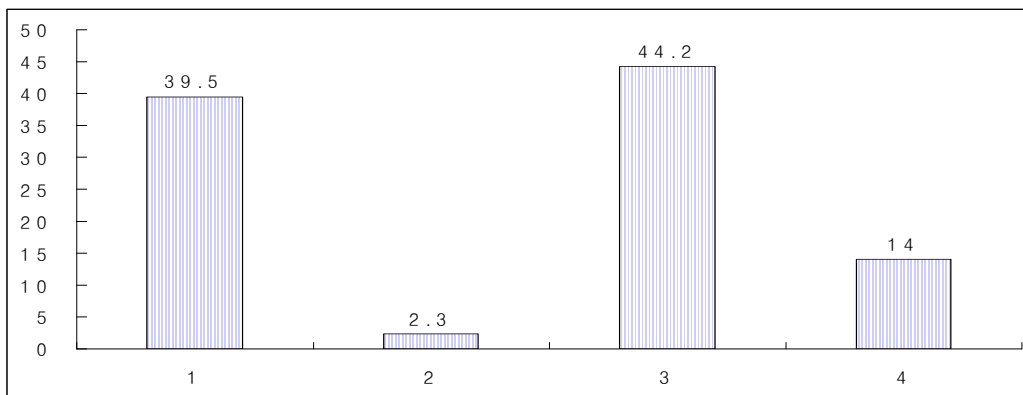
<그림 4-14> 재교육 희망 여부



### (5) 재교육 희망분야

재교육 희망분야를 살펴보면 <그림 4-15>, <표 4-16>와 같이 전문사용법이 44.2%로 가장 높게 나타났고, 전문이론이 39.5%로 나타나 재교육 희망분야로 현장에서 사용 할 수 있는 전문사용법이나 이론을 희망하고 있는 것을 살펴볼 수 있다.

<그림 4-15> 재교육 희망분야



1. 전문이론 2. 기초이론 3. 전문사용법 4. 부작용 해소

<표 4-16> 기기교육

구 분	내 용	빈도	백분율(%)
기기 교육 받은 경로	전문교육기관(학교, 학원 등)	33	38.4
	사설교육(개인특강, 제품회사 특강)	44	51.2
	대중매체 (방송, 인터넷, 신문) 또는 전문교육자료	3	3.5
	선배 또는 동료 관리자	6	7.0
교육 횟수	구입시 1회	28	32.6
	2회	19	22.1
	3회	13	15.1
	4회 이상	26	30.2
정기적인 교육 여부	하고 있다	15	17.4
	하고 있지 않다	71	82.6
재교육희망여부	희망한다	73	84.9
	희망하지 않는다	13	15.1
재교육 희망 분야	전문이론	34	39.5
	기초이론	2	2.3
	전문 사용법	38	44.2
	부작용 해소	12	14.0
합 계		86	100.0

## 6) 피부미용기기에 대한 문제점

### (1) 피부미용기기를 사용하지 않는 이유

피부미용기기를 사용하지 않는 이유로서는 <그림 4-16>, <표 4-17>과 같이 관리효과가 없어서와 사용하기 불편해서가 33.3%로 가장 높게 나타나

사용하지 않는 가장 큰 이유로 나타난 것을 살펴볼 수 있고, 법적 규제 때문이 12.5%로 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

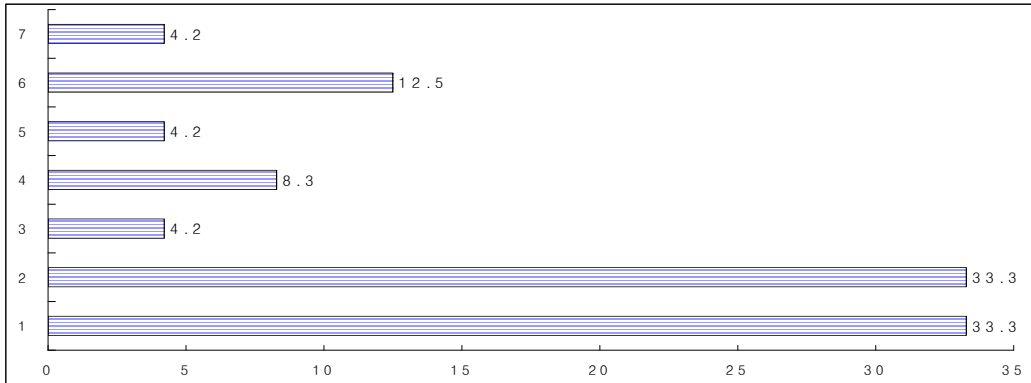
피부미용사의 연령에 따라서는 관리효과가 별로 없어서라는 응답은 30-40대 미만에서 50.0%로 가장 높게 나타났고, 정확한 사용법을 몰라서 사용하지 않는다는 응답은 30대 미만에서 50.0%로 나타내었으며( $p<0.05$ ), 근무경력에 따라서는 관리효과가 별로 없어서라는 응답이 6년-11년 미만에서 33.3%로 가장 높게 나타났고, 정확한 사용법을 몰라서 사용하지 않는다는 응답은 11년이상-15년 미만에서 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라 사용하지 않는 이유를 살펴보면 관리효과가 별로 없어서라는 응답이 피부미용 전문교육기관에서 50.0%로 가장 높게 나타났고, 사용하기 불편해서라는 응답은 전문대학 미용관련학과에서 33.3%로 가장 높게 나타났다.

지역에 따라서는 관리 효과가 별로 없어서 사용하지 않는다는 응답이 서울지역에서 35.3%로 경기지역에 비해 높게 나타났고, 고객이 싫어해서라는 응답은 14.3%로 경기지역에서 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다( $p<0.05$ ).

<표 4-17> 피부미용기기를 사용하지 않는 이유

구 분		관리효과가 별로 없어서	사용하기 불편해서	고객이 싫어해서	정확한 사용법을 몰라서	고장 나서	법적 규제 때문에	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	0	0	0	1	0	0	1	2	22.458* (.033)
		.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	3	1	0	0	1	1	0	6	
		50.0%	16.7%	.0%	.0%	16.7 %	16.7%	.0%	100.0%	
	40대 이상	5	7	1	1	0	2	0	16	
31.3%		43.8%	6.3%	6.3%	.0%	12.5%	.0%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	1	1	0	0	1	2	1	6	17.423 (.494)
		16.7%	16.7%	.0%	.0%	16.7 %	33.3%	16.7%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	4	3	0	0	0	1	0	8	
		50.0%	37.5%	.0%	.0%	.0%	12.5%	.0%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	1	1	0	1	0	0	0	3	
33.3%		33.3%	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%		
15년 이상	2	3	1	1	0	0	0	7		
	28.6%	42.9%	14.3%	14.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%		
지역	서울	6	8	0	1	1	0	1	17	14.319* (.026)
		35.3%	47.1%	.0%	5.9%	5.9%	.0%	5.9%	100.0%	
	경기	2	0	1	1	0	3	0	7	
28.6%		.0%	14.3%	14.3%	.0%	42.9%	.0%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기 관	5	3	0	1	1	0	0	10	15.073 (.237)
		50.0%	30.0%	.0%	10.0%	10.0 %	.0%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련학 과	1	1	0	0	0	0	1	3	
		33.3%	33.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	100.0%	
4년제 대학교 이상	2	4	1	1	0	3	0	11		
	18.2%	36.4%	9.1%	9.1%	.0%	27.3%	.0%	100.0%		
전 체		8	8	1	2	1	3	1	24	
		33.3%	33.3%	4.2%	8.3%	4.2%	12.5%	4.2%	100.0%	

<그림 4-16> 피부미용기기를 사용하지 않는 이유



1. 관리 효과가 별로 없어서 2. 사용하기 불편해서 3. 고객이 싫어해서 4. 정확한 사용법을 몰라서 5. 고장이 나서 6. 법적 규제 때문에 7. 기타

## (2) 피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유

피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유는 <그림 4-17>, <표 4-18>과 같이 관리효과가 떨어져서라는 응답이 44.2%로 가장 높게 나타나 만족하지 못하는 가장 큰 이유로 나타났고, 사후 서비스가 부족해서라는 응답이 23.3%, 작동법이 복잡해서라는 응답이 16.3%로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라서는 관리효과가 떨어져서 사용하지 않는다는 응답이 40대 이상에서 42.2%로 가장 높게 나타났고, 사후 서비스가 부족해서라는 응답은 30대 미만에서 30.0%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못한다는 응답이 근무경력이 6년 미만에서 52.9%로 가장 높게 나타났고, 사후 서비스가 부족해서라는 응답은 근무경력에 6년-11년 미만이 34.4%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라서

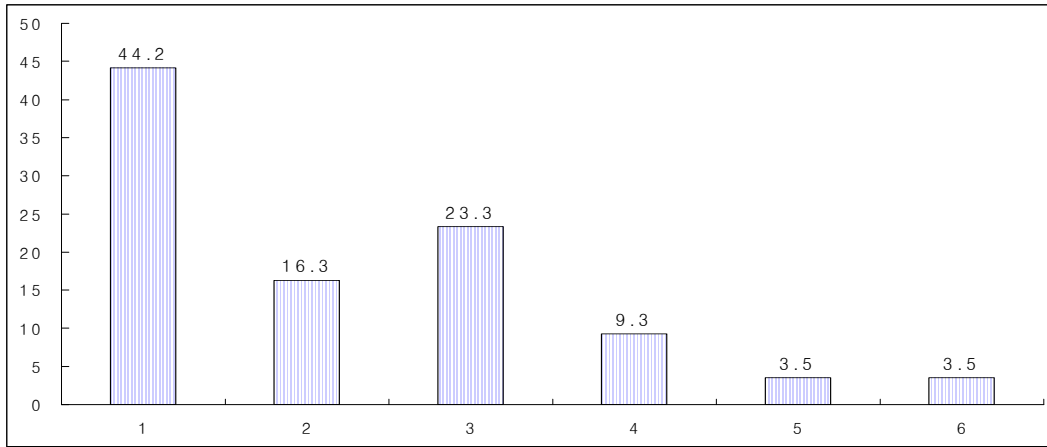
는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못한다는 응답은 전문대학미용관련 학과를 졸업한 집단에서 50.0%로 가장 높게 나타났고, 작동법이 복잡해서 만족하지 못한다는 응답은 피부미용 전문 교육기관에서 20.7%로 가장 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

지역에 따라서는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못하는 이유는 경기가 50.0%로 가장 높게 나타났고, 작동법이 복잡해서 만족하지 못한다는 응답은 서울이 17.2%로 경기도에 비해 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다( $p < 0.05$ ).

<표 4-18> 피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유

구 분		관리효과 떨어져서	작동법이 복잡해서	사후 서비스가 부족해서	관리 매뉴얼화 시킴이 어려워서	유행이 지나서	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	3 30.0%	2 20.0%	3 30.0%	1 10.0%	0 .0%	1 10.0%	10 100.0%	6.722 (.751)
	30대- 40대 미만	16 51.6%	3 9.7%	9 29.0%	2 6.5%	1 3.2%	0 .0%	31 100.0%	
	40대 이상	19 42.2%	9 20.0%	8 17.8%	5 11.1%	2 4.4%	2 4.4%	45 100.0%	
근무 경력	6년 미만	9 52.9%	4 23.5%	2 11.8%	0 .0%	0 .0%	2 11.8%	17 100.0%	15.515 (.415)
	6년 - 11년 미만	14 43.8%	4 12.5%	11 34.4%	2 6.3%	1 3.1%	0 .0%	32 100.0%	
	11년 - 15년 미만	4 44.4%	1 11.1%	2 22.2%	2 22.2%	0 .0%	0 .0%	9 100.0%	
	15년 이상	11 39.3%	5 17.9%	5 17.9%	4 14.3%	2 7.1%	1 3.6%	28 100.0%	
지역	서울	24 41.4%	10 17.2%	10 17.2%	8 13.8%	3 5.2%	3 5.2%	58 100.0%	9.948* (.047)
	경기	14 50.0%	4 14.3%	10 35.7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	28 100.0%	
학력	피부 미용 전문교육 기관	12 41.4%	6 20.7%	4 13.8%	2 6.9%	3 10.3%	2 6.9%	29 100.0%	14.075 (.170)
	전문 대학	8 50.0%	2 12.5%	5 31.3%	0 .0%	0 .0%	1 6.3%	16 100.0%	
	미용관련 학과								
	4년제 대학교 이상	18 43.9%	6 14.6%	11 26.8%	6 14.6%	0 .0%	0 .0%	41 100.0%	
전 체		38 44.2%	14 16.3%	20 23.3%	8 9.3%	3 3.5%	3 3.5%	86 100.0%	

<그림 4-17> 피부미용기기 구입 후 만족하지 못하는 이유



1. 관리 효과가 떨어져서 2. 작동법이 복잡해서 3. 사후 서비스가 부족해서 4. 관리 매뉴얼화 시키기 어려워서 5. 유행이 지나서 6. 디자인이 마음에 들지 않아서 7. 기타

### (3) 피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부

피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부를 살펴보면 <그림 4-18>, <표 4-19>와 같이 가끔 있었다는 응답이 61.6%로 가장 높게 나타났고, 전혀 없다는 응답이 3.6%, 자주 있었다는 응답이 2.3% 순으로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라서는 부작용 경험이 없었다는 응답이 30대-40대 미만에서 38.7%로 가장 높게 나타났고, 가끔 있었다라는 응답은 30대 미만에서 70.0%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 부작용이 전혀 없었다라는 응답은 11년-15년 미만에서 55.6%로 가장 높게 나타났고, 가끔 있었다는 응답은 6년-11년 미만에서 62.5%로 가장 높게 나타났고, 학력에 따라서는 부작용 경험이 없었다는 응답은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 43.8%로 가장 높게 나타나 부작용 경험이 가장 없는 것으로 나타

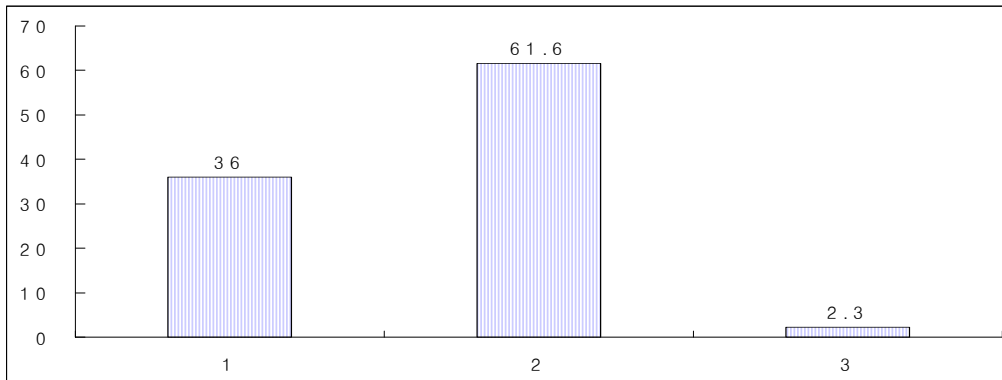
났고, 부작용을 경험한 적이 가끔 있었다는 응답은 피부미용 전문교육기관에서 65.5%로 가장 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

지역에 따라 살펴보면 부작용 경험이 없었다는 응답이 경기에서 50.0%로 서울에 비해 높게 나타났고, 부작용을 가끔 경험했다는 응답은 서울에서 69.0%로 경기도에 비해 높게 나타났다.

<표 4-19> 피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부

구 분		전혀 없다	가끔 있었다	자주 있었다	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	2	7	1	10	4.202 (.379)
		20.0%	70.0%	10.0%	100.0%	
	30대-40대미만	12	19	0	31	
		38.7%	61.3%	.0%	100.0%	
	40대 이상	17	27	1	45	
		37.8%	60.0%	2.2%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	7	9	1	17	5.186 (.520)
		41.2%	52.9%	5.9%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	12	20	0	32	
		37.5%	62.5%	.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	5	4	0	9	
		55.6%	44.4%	.0%	100.0%	
15년 이상	7	20	1	28		
	25.0%	71.4%	3.6%	100.0%		
지역	서울	17	40	1	58	4.076 (.130)
		29.3%	69.0%	1.7%	100.0%	
	경기	14	13	1	28	
		50.0%	46.4%	3.6%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	10	19	0	29	2.504 (.644)
		34.5%	65.5%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	7	8	1	16	
		43.8%	50.0%	6.3%	100.0%	
4년제 대학교 이상	14	26	1	41		
	34.1%	63.4%	2.4%	100.0%		
전 체		31	53	2	86	
		36.0%	61.6%	2.3%	100.0%	

<그림 4-18> 피부미용기기 사용 후 부작용 경험 여부



1. 전혀 없다 2. 가끔 있었다 3. 자주 있었다

#### (4) 피부미용기기의 사용에서 경험한 부작용의 종류

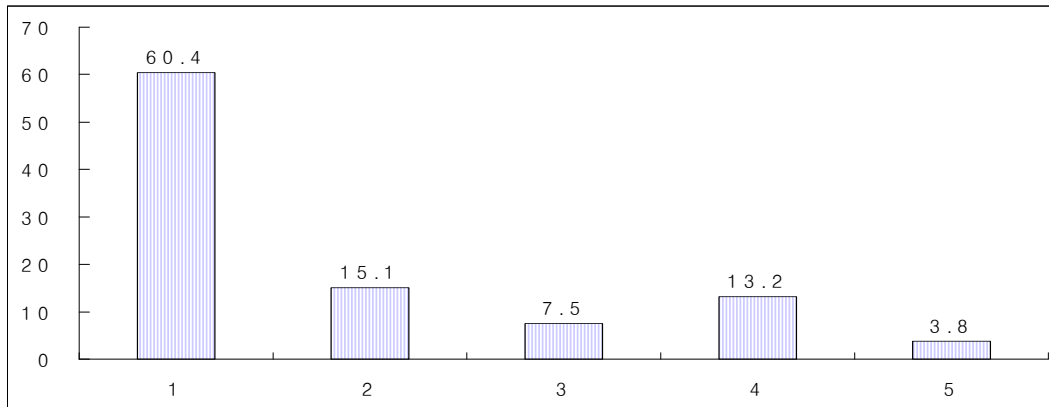
피부미용기기사용에서 경험한 부작용 종류를 살펴보면 <그림 4-19>, <표 4-20>와 같이 홍반이 60.4%로 가장 많은 것으로 나타났고, 찰과상이 15.1%, 번이 13.2% 순으로 나타나 홍반을 가장 많이 경험하고 있는 것으로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라서는 홍반은 30대-40대 미만에서 63.2%로 가장 많이 경험한 것으로 나타났고, 찰과상은 30대-40대 미만에서 26.3%로 높게 나타나 다른 집단에 비해 찰과상을 많이 경험한 것으로 나타났으며, 근무경력에 따라서 홍반은 경력이 11년-15년 미만인 집단에서 100%로 경험하고 있었고, 찰과상은 경력이 6년 미만인 집단에서 33.3%로 다른 집단에 비해 많이 경험하고 있었으며, 번은 경력이 6년-11년 미만의 집단에서 20.0%로 가장 많이 경험하고 있는 것으로 나타났고, 학력에 따라서는 홍반을 부작용으로 경험했다는 응답은 4년제 대학교 이상에서 69.2%로 가장 높게 나타나

홍반의 경험이 가장 많은 것으로 나타났고, 찰과상의 경험은 전문대학 미용 관련학과에서 25.0%로 가장 많이 경험한 것으로 나타났으나 유의하지 않았다.

지역에 따라서는 홍반은 경기에서 61.5%로 서울에 비해 많이 경험하고 있는 것으로 나타났고, 번은 경기에 비해 서울에서 17.5%로 더 높게 나타나 더 많이 경험하고 있는 것으로 나타났다.

<그림 4-19> 피부미용기기 경험한 부작용의 종류



1. 홍반 2. 찰과상(상처, 꺾질 벗겨짐) 3. 부종 4. 번(Burn) 5. 기타

<표 4-20> 피부미용기기 경험한 부작용의 종류

구 분		홍반	찰과상 (상처, 꺾질, 벗겨짐)	부종	번 (Burn)	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	5	1	1	0	0	7	9.094 (.334)
		71.4%	14.3%	14.3%	.0%	.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	12	5	0	1	1	19	
		63.2%	26.3%	.0%	5.3%	5.3%	100.0%	
	40대 이상	15	2	3	6	1	27	
		55.6%	7.4%	11.1%	22.2%	3.7%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	5	3	1	0	0	9	8.001 (.785)
		55.6%	33.3%	11.1%	.0%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	12	2	1	4	1	20	
		60.0%	10.0%	5.0%	20.0%	5.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	4	0	0	0	0	4	
		100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
15년 이상	11	3	2	3	1	20		
	55.0%	15.0%	10.0%	15.0%	5.0%	100.0%		
지역	서울	24	5	2	7	2	40	5.058 (.281)
		60.0%	12.5%	5.0%	17.5%	5.0%	100.0%	
	경기	8	3	2	0	0	13	
		61.5%	23.1%	15.4%	.0%	.0%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기 관	9	3	3	2	2	19	8.185 (.416)
		47.4%	15.8%	15.8%	10.5%	10.5%	100.0%	
	전문대학 미용관련학 과	5	2	0	1	0	8	
		62.5%	25.0%	.0%	12.5%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	18	3	1	4	0	26	
		69.2%	11.5%	3.8%	15.4%	.0%	100.0%	
전 체		32	8	4	7	2	53	
		60.4%	15.1%	7.5%	13.2%	3.8%	100.0%	

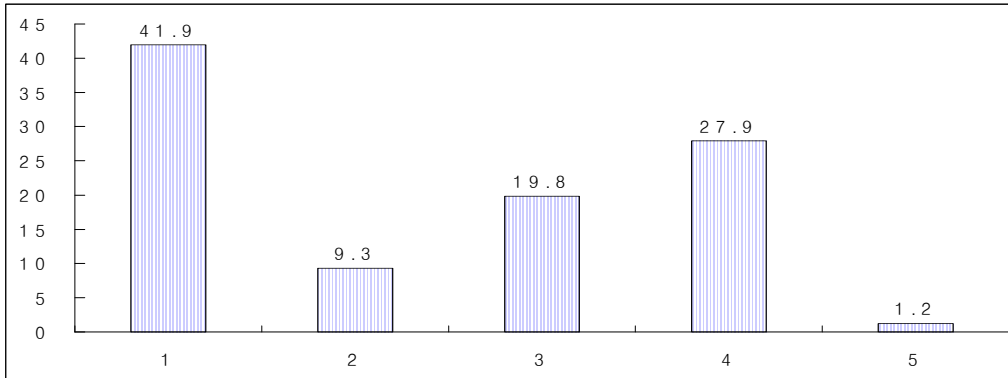
## (5) 피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점

피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점은 <그림 4-20>, <표 4-21>과 같이 법적규제해소가 41.9%로 가장 높게 나타나 가장 보완해야 할 점으로 인식하고 있는 것을 살펴볼 수 있고, 기기에 대한 충분한 교육이 27.9%로 나타나 기기에 대한 교육도 이루어져야 할 것으로 나타났다.

피부미용사의 연령에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답이 30대-40대 미만에서 54.8%로 가장 높게 나타나 30대-40대 미만에서 법적 규제해소에 대해 높게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 신속한 A/S는 30대 미만에서 30.0%로 가장 높게 나타났으며( $p<.05$ ), 근무경력에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답이 근무경력이 11년-15년 미만인 집단에서 55.6%로 가장 높게 나타났고, 기기에 대한 충분한 교육이 필요하다는 응답은 6년 미만의 집단에서 52.9%로 가장 높게 나타나 피부 미용 기기에 대해 보완 할 점으로 가장 높게 인식하고 있었고, 학력에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답이 전문대학 미용관련 학과를 졸업한 집단에서 43.8%로 가장 높게 나타나 보완해야 할 점으로 법적 규제 해소를 가장 높게 인식하고 있었고, 기기에 대한 충분한 교육은 피부 미용 전문 교육 기관을 졸업한 집단에서 31.0%로 가장 높게 인식하고 있었다.

지역에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답은 경기도가 50.0%로 서울에 비해 높게 나타났고, 사용의 편리성이 보완되어야 한다는 응답은 경기도에 비해 서울이 12.0%로 더 높게 나타났으나 유의하지 않았다.

<그림 4-20> 피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점



1. 법적 규제 해소 2. 사용의 편리성 3. 신속한 A/S 4. 기기에 대한 충분한 교육 5. 기타

<표 4-21> 피부미용기기에 대하여 보완해야 할 점

구 분		법적 규제 해소	사용의 편리성	신속한 A/S	기기에 대한 충분한 교육	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	0	0	3	7	0	10	18.980* (.015)
		.0%	.0%	30.0%	70.0%	.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	17	4	7	3	0	31	
		54.8%	12.9%	22.6%	9.7%	.0%	100.0%	
40대 이상	19	4	7	14	1	45		
	42.2%	8.9%	15.6%	31.1%	2.2%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	5	1	2	9	0	17	12.294 (.422)
		29.4%	5.9%	11.8%	52.9%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	11	4	9	8	0	32	
	34.4%	12.5%	28.1%	25.0%	.0%	100.0%		
	11년 - 15년 미만	5	1	1	2	0	9	
55.6%	11.1%	11.1%	22.2%	.0%	100.0%			
15년 이상	15	2	5	5	1	28		
	53.6%	7.1%	17.9%	17.9%	3.6%	100.0%		
지역	서울	22	7	12	17	0	58	4.397 (.355)
		37.9%	12.1%	20.7%	29.3%	.0%	100.0%	
	경기	14	1	5	7	1	28	
50.0%		3.6%	17.9%	25.0%	3.6%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육 기관	11	4	5	9	0	29	2.705 (.951)
		37.9%	13.8%	17.2%	31.0%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련 학과	7	1	4	4	0	16	
		43.8%	6.3%	25.0%	25.0%	.0%	100.0%	
4년제 대학교 이상	18	3	8	11	1	41		
	43.9%	7.3%	19.5%	26.8%	2.4%	100.0%		
전 체		36	8	17	24	1	86	
		41.9%	9.3%	19.8%	27.9%	1.2%	100.0%	

\*p<0.05

## (6) 피부미용기기의 가격에 대한 생각

피부미용기기의 가격에 대한 인식을 살펴보면 <그림 4-21>, <표 4-22>와 같이 비싸다는 응답이 74.4%, 아주 비싸다는 응답은 22.1%로 나타나 비싼 편이라는 인식이 과반수를 넘는 것으로 나타나 피부미용기기가 비싼 편이라는 인식이 높은 것을 알 수 있다.

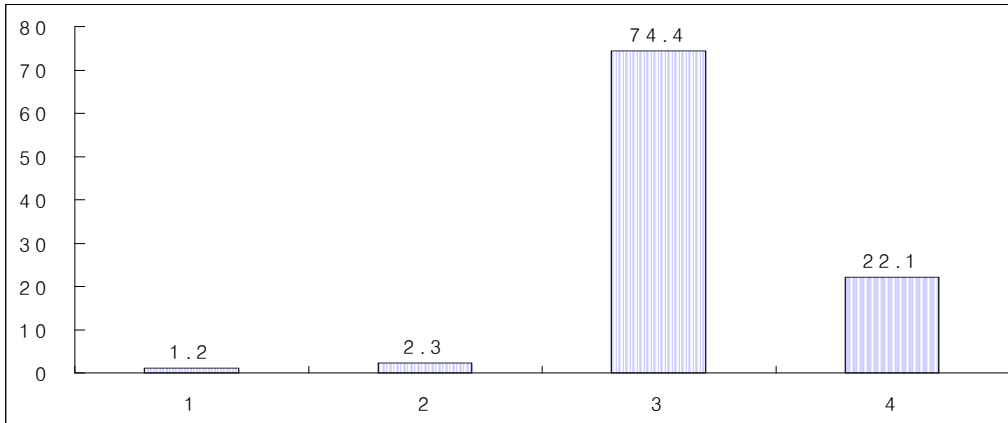
피부미용사의 연령에 따라서는 비싼 편이라는 응답이 30-40대 미만에서 100.0%로 가장 높게 나타나 다른 집단에 비해 피부미용기기가 비싼 편이라는 응답이 높게 나타났으며, 근무 경력에 따라서는 비싼 편이라는 응답이 근무경력이 15년 이상인 집단에서 100.0%로 높게 나타나 다른 집단에 비해 비싼 정도를 높게 인식하고 있었고, 학력에 따라서는 비싼 편이라는 응답이 4년제 대학교 이상을 졸업한 집단에서 97.6%로 가장 높게 나타나 다른 집단에 비해 피부미용기기가 비싼 편이라는 응답이 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있었으나 유의하지 않았다.

지역에 따라서는 비싼 편이라는 응답이 경기도에 비해 서울이 98.3%로 더 높게 나타나 경기도에 비해 서울에서 더 비싸다는 인식이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-22> 피부미용기기의 가격에 대한 생각

구 분		싸다	적정하다	비싸다	아주 비싸다	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	1	0	6	3	10	10.122 (.120)
		10.0%	.0%	60.0%	30.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	0	0	24	7	31	
		.0%	.0%	77.4%	22.6%	100.0%	
	40대 이상	0	2	34	9	45	
		.0%	4.4%	75.6%	20.0%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	0	1	11	5	17	6.418 (.697)
		.0%	5.9%	64.7%	29.4%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	1	1	26	4	32	
		3.1%	3.1%	81.3%	12.5%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	0	0	6	3	9	
		.0%	.0%	66.7%	33.3%	100.0%	
	15년 이상	0	0	21	7	28	
		.0%	.0%	75.0%	25.0%	100.0%	
지역	서울	0	1	46	11	58	3.710 (.295)
		.0%	1.7%	79.3%	19.0%	100.0%	
	경기	1	1	18	8	28	
		3.6%	3.6%	64.3%	28.6%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	0	1	22	6	29	6.049 (.418)
		.0%	3.4%	75.9%	20.7%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	1	0	10	5	16	
		6.3%	.0%	62.5%	31.3%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	0	1	32	8	41	
		.0%	2.4%	78.0%	19.5%	100.0%	
전 체		1	2	64	19	86	
		1.2%	2.3%	74.4%	22.1%	100.0%	

<그림 4-21> 피부미용기기의 가격에 대한 생각



1. 싸다 2. 적정하다 3. 비싸다 4. 아주 비싸다

## 2. 체형관리기기 분야

### 1) 일반사항

#### (1) 응답자의 일반적 특징

응답자의 일반적 특징은 체형관리기기 분야와 피부미용기기 분야의 설문조사를 동시에 진행하여 제 1장의 피부미용기기 분야의 <표 4-1>과 같이 동일하게 조사되었다.

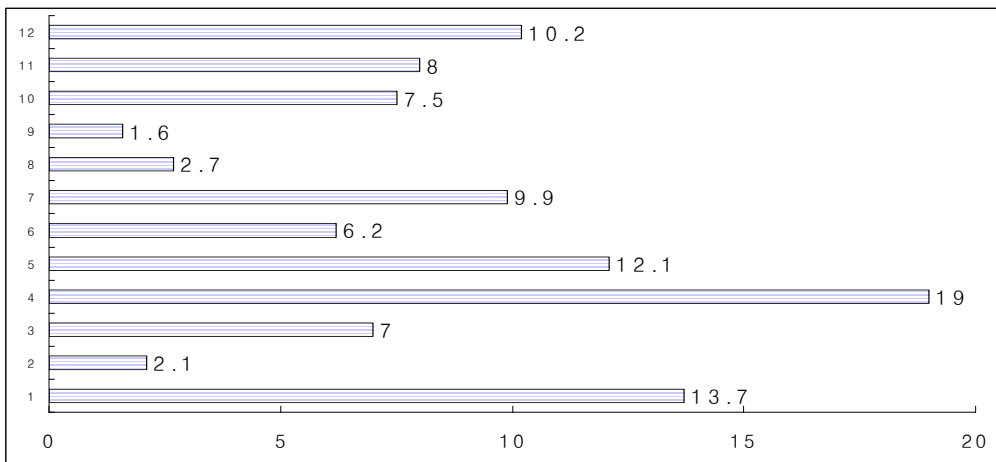
#### (2) 보유하고 있는 체형관리기기

현재 체형관리실에서 보유하고 있는 체형관리기기의 현황은 <표 4-22>와 같이 석션기가 19.0%로 가장 높게 났으며, 엔더몰로지 13.7%, 원적외선매트 12.1%의 순으로 나타나, 체형관리에 석션기와 엔더몰로지, 원적외선매트의 활용도가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-23> 체형관리기기의 보유현황

기 기 명	빈 도	백분율(%)
엔더몰로지	51	13.7
초음파기기	8	2.1
림프순환기	26	7.0
석션기	71	19.0
원적외선매트(열매트)	45	12.1
스파	23	6.2
사우나	37	9.9
체성분분석기	10	2.7
각종운동기	6	1.6
고주파기기	28	7.5
중주파기	30	8.0
저주파기	38	10.2
전체	373	100.0

<그림 4-22> 체형관리기기의 보유현황



1. 엔더몰로지 2. 초음파기기 3. 림프 순환기 4. 석션기 5. 원적외선매트(열매트) 6. 스파  
7. 사우나 8. 체성분분석기 9. 각종운동기 10. 고주파기기 11. 중주파기기 12. 저주파기기

## 2) 체형관리기기 사용 실태

### (1) 체형관리실에서 체형관리기기의 적용 여부

체형관리실에서 체형관리기기 사용 여부의 결과는 <그림 4-23>, <표 4-24>과 같다. 체형관리기기를 가끔 적용한다는 응답이 50.0%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답이 29.1%, 관리 시 반드시 적용한다는 응답이 20.9% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 30대 미만에서 40.0%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답도 30대 미만에서 40.0%로 가장 높게 나타났으며 가끔 적용한다는 응답이 40대 이상에서 55.6%로 가장 높게 나타났다. 이는 젊은 연령층의 관리사가 체형관리 시에 체형관리기기의 사용을 선호하고 있는 것으로 조사 되었다.

체형관리사의 근무경력에 따라 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 근무경력이 15년 이상에서 28.6%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답은 근무경력이 6년-11년 미만에서 37.5%로 가장 높게 나타나 대체적으로 많은 경력의 체형관리사가 체형관리기기의 사용을 선호하는 것으로 나타났다.

지역에 따른 체형관리기기의 사용 여부를 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 경기지역이 25.0%로 서울지역 19%보다 높게 나타났고, 가끔 적용한다는 응답은 서울지역과 경기지역에서 50.0%로 동일하게 나타났다.

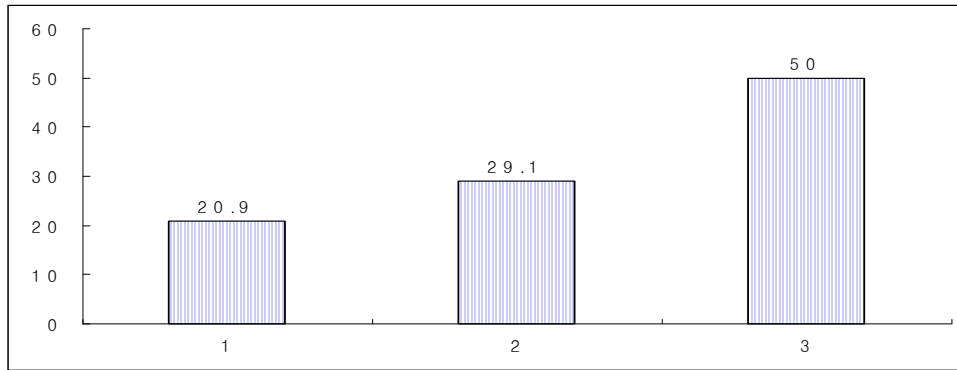
체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기의 사용 여부를 살펴보면 관리 시 반드시 적용한다는 응답은 4년제 대학교 이상에서 31.7%로 가장 높게 나타났고, 자주 적용한다는 응답이 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 31.3%로 나타났다. 이는 체형관리의 전문교육이 체형관리기기의 필요성과 활용도에

영향을 미친 결과라 생각된다.

<표 4-24> 일반 특성에 따른 체형관리기기 사용 여부

구 분		관리 시 반드시 적용한다 (100%)	자주 적용한다 (60%이상)	가끔 적용한다 (30~40%)	전체	x <sup>2</sup> (p)
연령	30대 미만	4	4	2	10	6.397 (.171)
		40.0%	40.0%	20.0%	100.0%	
	30대-40대 미만	4	11	16	31	
		12.9%	35.5%	51.6%	100.0%	
	40대 이상	10	10	25	45	
		22.2%	22.2%	55.6%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	4	6	7	17	4.945 (.551)
		23.5%	35.3%	41.2%	100.0%	
	6년- 11년 미만	5	12	15	32	
		15.6%	37.5%	46.9%	100.0%	
	11년- 15년미만	1	2	6	9	
		11.1%	22.2%	66.7%	100.0%	
	15년 이상	8	5	15	28	
		28.6%	17.9%	53.6%	100.0%	
지역	서울	11	18	29	58	.565 (.754)
		19.0%	31.0%	50.0%	100.0%	
	경기	7	7	14	28	
		25.0%	25.0%	50.0%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	3	9	17	29	5.660 (.226)
		10.3%	31.0%	58.6%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	2	5	9	16	
		12.5%	31.3%	56.3%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	13	11	17	41	
		31.7%	26.8%	41.5%	100.0%	
전체		18	25	43	86	
		20.9%	29.1%	50.0%	100.0%	

<그림 4-23> 일반 특성에 따른 체형관리기기 사용 여부



1. 관리 시 반드시 적용한다 2. 자주 적용한다 3. 가끔 적용한다

## (2) 체형관리기기 사용을 선호하는 고객의 연령층

체형관리기기 사용을 선호하는 고객의 연령층은 <그림 4-24>, <표 4-25>와 같이 체형관리사의 경력과 학력에 따라서 다소의 차이를 보였으나, 전체적으로 40-49세가 45.3%로 가장 높게 나타나 40 대가 체형관리기기를 가장 선호하는 것으로 나타났고, 40세 미만은 36.0%, 50세 이상이 18.6% 순으로 나타났다.

체형관리사의 근무경력에 따른 체형관리기기 사용을 선호 한다는 고객의 연령층은 경력 6년 미만과 6년 이상-11년 미만의 관리사 집단은 76.5%와 50%의 고객이 40-49세로 응답하였고, 11년 이상-15년 미만과 15년 이상의 관리사 집단은 44.4%와 57.1%의 고객이 40대 미만이라고 응답하여 관리사의 경력에 따른 기기선호 고객의 연령이 서로 반비례함을 나타내었다.( $p < .05$ ).

체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기 사용을 선호하는 고객의 연령층은

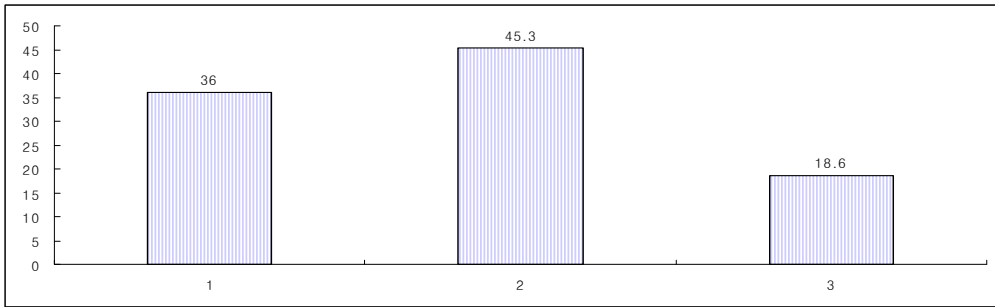
피부미용 전문교육기관을 수료한 집단은 55.2%의 고객이 40~49세로 응답하였고, 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단은 56.3%의 고객이 40세 미만으로 응답하였으며, 4년제 대학교 이상의 집단은 46.3%의 고객이 40~49세로 응답하여 40~49세의 고객이 체형관리기기 관리의 선호도가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-25> 체형관리기기 사용을 선호하는 연령층

구 분		40세 미만	40~49세	50세 이상	전체	$\chi^2(p)$
근무 경력	6년 미만	3 17.6%	13 76.5%	1 5.9%	17 100.0%	15.194* (.019)
	6년 이상- 11년 미만	8 25.0%	16 50.0%	8 25.0%	32 100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	4 44.4%	3 33.3%	2 22.2%	9 100.0%	
	15년 이상	16 57.1%	7 25.0%	5 17.9%	28 100.0%	
		9 31.0%	16 55.2%	4 13.8%	29 100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	9 31.0%	16 55.2%	4 13.8%	29 100.0%	4.923 (.295)
	전문대학 미용관련학과	9 56.3%	4 25.0%	3 18.8%	16 100.0%	
	4년제 대학교 이상	13 31.7%	19 46.3%	9 22.0%	41 100.0%	
		31 36.0%	39 45.3%	16 18.6%	86 100.0%	
전 체						

\*p<.05

<그림 4-24> 체형관리기기 사용을 선호하는 연령층



1. 40세 미만 2. 40~49세 3. 50세 이상

### (3) 체형관리기기를 주로 사용하는 부위

체형관리실에서 체형관리 시에 체형관리기기를 주로 사용하는 부위는 <그림 4-25>, <표 4-26>와 같이 복부가 47.7%로 가장 많은 것으로 나타나 주로 복부관리에 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 전신이 39.5%, 등이 9.3% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따른 체형관리기기를 주로 사용하는 부위를 살펴보면 복부를 주로 관리하고 있다는 응답은 40대 이상에서 48.9%로 가장 높게 나타나 40대 이상은 복부를 주로 관리하고 있었고, 전신을 관리하고 있다는 응답은 30대 미만에서 50.0%로 가장 높게 나타났다.

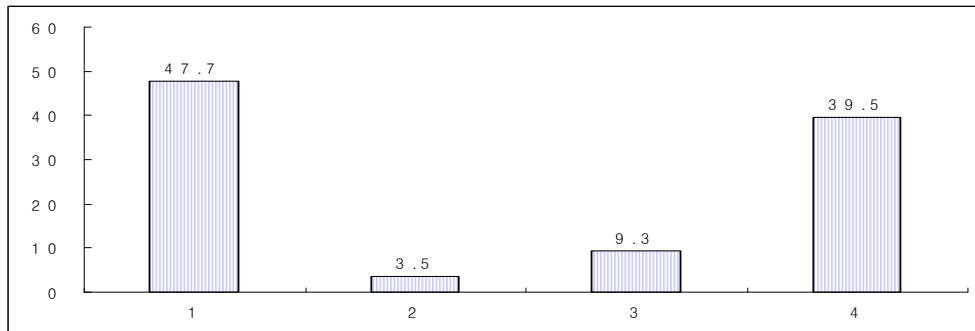
체형관리사의 근무경력에 따른 체형관리기기를 주로 사용하는 부위를 살펴보면 복부를 주로 관리하고 있다는 응답은 6년 미만의 집단에서 52.9%로 가장 높게 나타났고, 전신을 관리한다는 응답은 6년-11년 미만의 집단에서 50.0%로 가장 높게 나타났다.

체형관리실의 지역에 따른 체형관리기기를 주로 사용하는 부위를 살펴보면

복부관리에 사용한다는 응답은 경기지역이 53.6%로 서울지역에 비해 복부를 더 많이 관리하고 있는 것으로 나타났고, 전신을 관리한다는 응답은 서울지역이 43.1%로 경기지역에 비해 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

체형관리사의 학력에 따라서는 주로 복부에 사용한다는 응답이 4년제 대학교 이상의 집단에서 53.7%로서 다른 집단에 비해 복부관리를 위해 체형관리기기를 사용하고 있는 것으로 나타났고, 전신을 관리한다는 응답은 피부미용 전문기관을 졸업한 집단에서 55.2%로 가장 높게 나타났다.

<그림 4-25> 체형관리기기를 주로 사용하는 부위



1. 복부 2. 다리 3. 등 4. 전신

<표 4-26> 체형관리기기를 주로 사용하는 부위

구 분		복부	다리	등	전신	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	4	0	1	5	10	4.271 (.640)
		40.0%	.0%	10.0%	50.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	15	0	2	14	31	
		48.4%	.0%	6.5%	45.2%	100.0%	
40대 이상	22	3	5	15	45		
	48.9%	6.7%	11.1%	33.3%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	9	0	4	4	17	9.716 (.374)
		52.9%	.0%	23.5%	23.5%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	13	1	2	16	32	
		40.6%	3.1%	6.3%	50.0%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	5	0	0	4	9	
55.6%		.0%	.0%	44.4%	100.0%		
15년 이상	14	2	2	10	28		
50.0%	7.1%	7.1%	35.7%	100.0%			
지역	서울	26	3	4	25	58	3.433 (.330)
		44.8%	5.2%	6.9%	43.1%	100.0%	
	경기	15	0	4	9	28	
53.6%		.0%	14.3%	32.1%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기관	11	0	2	16	29	6.105 (.412)
		37.9%	.0%	6.9%	55.2%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	8	1	1	6	16	
		50.0%	6.3%	6.3%	37.5%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	22	2	5	12	41	
53.7%		4.9%	12.2%	29.3%	100.0%		
전 체		41	3	8	34	86	
		47.7%	3.5%	9.3%	39.5%	100.0%	

#### (4) 횟수에 따른 체형관리기기 관리의 효과

전체 응답자들의 체형관리기기 관리 시 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 <그림 4-26>, <표 4-27>과 같이 주 2-3회가 57.0%로 가장 높게 나타나 주 2-3회가 효과의 만족을 위해 실시하는 횟수로 적당하다는 인식이 높은 것으로 나타났고, 월 2-3회가 26.7%, 월 1회 이상이 16.3% 순

으로 나타났다.

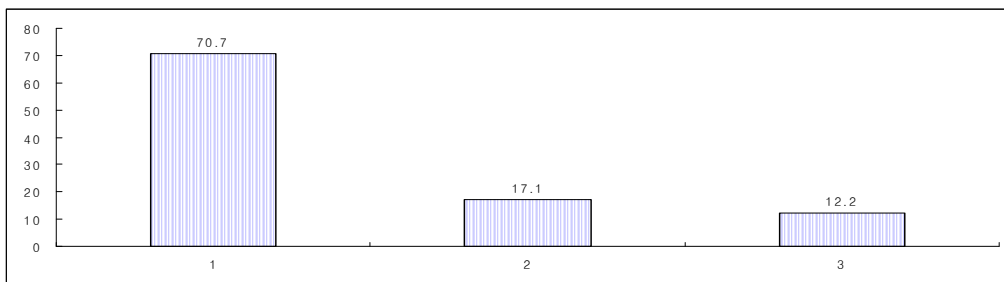
체형관리사의 연령에 따른 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 주 2-3회가 적당하다는 응답이 모든 연령층에서 가장 높게 나타났다.

체형관리사의 근무경력에 따른 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수는 대부분의 집단에서는 주 2-3회가 적당하다는 응답을 하였으나, 근무경력이 11년-15년 미만의 집단은 월 2-3회가 효과 만족을 위해 적당한 관리 횟수라는 응답이 44.4%로 가장 높게 나타났다( $p < .05$ ).

지역에 따른 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수를 살펴보면 주 2-3회가 적당하다는 응답은 경기지역이 67.9%로 서울지역에 비해 높게 나타났고, 월 2-3회가 적당하다는 응답은 서울지역이 31.0%로 경기지역에 비해 높게 나타났다.

체형관리사의 학력에 따른 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수로서 전문대학 미용관련학과 56.3%, 4년제 대학교 이상이 70.7%가 주 2-3회가 적당하다는 응답으로 가장 높게 나타났고, 월 2-3회가 적당하다는 응답은 피부미용전문교육기관을 졸업한 집단에서 41.0%로 가장 높게 나타났다. 이는 전문대학 미용관련학과와 4년제 대학교에서 체형관리기기에 대한 체계적인 교육의 효과로 볼 수 있다.

<그림 4-26> 횟수에 따른 체형관리기기의 효과



1. 주 2-3회 2. 월 2-3회 3. 월 1회 이상

<표 4-27> 횟수에 따른 체형관리기기의 효과

구 분		주 2-3회	월 2~3회	월 1회 이상	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	8	2	0	10	3.725 (.444)
		80.0%	20.0%	.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	16	10	5	31	
		51.6%	32.3%	16.1%	100.0%	
40대 이상	25	11	9	45		
	55.6%	24.4%	20.0%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	12	3	2	17	13.148* (.041)
		70.6%	17.6%	11.8%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	17	13	2	32	
		53.1%	40.6%	6.3%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	3	4	2	9	
33.3%		44.4%	22.2%	100.0%		
15년 이상	17	3	8	28		
		60.7%	10.7%	28.6%	100.0%	
지역	서울	30	18	10	58	2.190 (.335)
		51.7%	31.0%	17.2%	100.0%	
	경기	19	5	4	28	
67.9%		17.9%	14.3%	100.0%		
학력	피부미용	11	12	6	29	7.810 (.099)
	전문교육기관	37.9%	41.4%	20.7%	100.0%	
	전문대학	9	4	3	16	
	미용관련학과	56.3%	25.0%	18.8%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	29	7	5	41	
		70.7%	17.1%	12.2%	100.0%	
전 체		49	23	14	86	
		57.0%	26.7%	16.3%	100.0%	

\*p<.05

### 3) 체형관리기기의 필요성

#### (1) 체형관리기기를 선호하는 이유

전체 응답자들의 관리법 중 체형관리기기를 선호하는 이유는 전체적으로 <그림 4-26>, <표 4-27>과 같이 관리 효과가 뛰어나서라는 응답이 54.7%로

가장 높게 나타나 관리 효과가 뛰어나서 체형관리기기를 선택하고 있는 것으로 나타났고, 시간을 효율적으로 사용하기 위해서가 31.4%, 고객의 요구가 10.5% 순으로 나타났다.

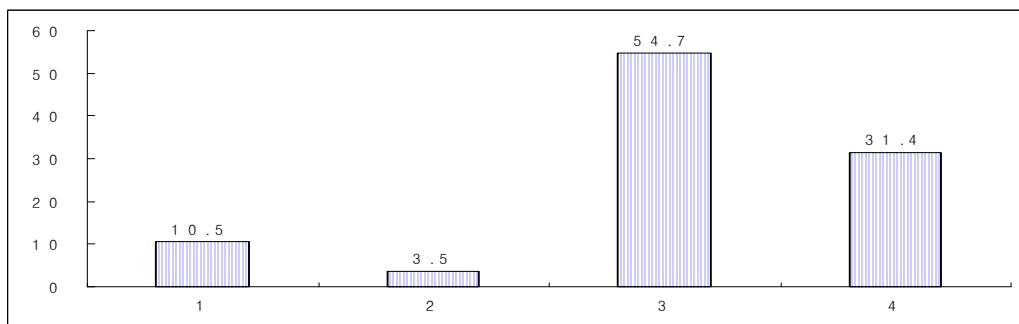
체형관리사의 연령에 따른 체형관리기기를 선호하는 이유는 고객의 요구에 의해 체형관리기기의 사용을 선택한다는 응답은 30대-40대 미만에서 12.9%로 가장 높게 나타났고, 관리효과가 뛰어나서라는 응답이 30대 미만에서 70.0%로 가장 나타났다.

체형관리사의 경력에 따른 체형관리기기를 선호하는 이유는 고객의 요구에 의해 체형관리기기를 선택한다는 응답이 11년 이상-15년 미만에서 22.2%로 가장 높게 나타났고, 관리효과가 뛰어나서 체형관리기기를 선택한다는 응답은 근무경력이 6년 미만의 집단에서 64.7%로 가장 높게 나타났다.

지역에 따른 체형관리기기를 선호하는 이유는 를 살펴보면 관리효과가 뛰어나서 선호한다는 응답이 서울지역 53.4%, 경기지역 57.1%로서 두 지역 모두 관리효과가 뛰어나서 선호한다는 응답이 가장 높게 나타났다.

체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기를 선호하는 이유는 모든 집단에서 관리효과가 뛰어나서 선호한다는 응답이 가장 높게 나타났다. 이는 무엇보다도 체형관리기기의 효과가 가장 중요한 선호의 이유로 나타내었다.

<그림 4-27> 체형관리기기를 선택하는 이유



1. 고객의 요구 2. 유행의 흐름을 고려해서 3. 관리효과가 뛰어나서 4. 시간을 효율적으로 사용하기 위해

<표 4-28> 체형관리기기를 선택하는 이유

구 분		고객의 요구	유행의 흐름을 고려해서	관리효과가 뛰어나서	시간을 효율적으로 사용하기 위해	전체	x <sup>2</sup> (p)
연령	30대 미만	0	0	7	3	10	6.792 (.341)
		.0%	.0%	70.0%	30.0%	100.0%	
	30대-40대미만	4	0	14	13	31	
		12.9%	.0%	45.2%	41.9%	100.0%	
	40대 이상	5	3	26	11	45	
		11.1%	6.7%	57.8%	24.4%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	1	0	11	5	17	8.845 (.452)
		5.9%	.0%	64.7%	29.4%	100.0%	
	6년 이상-11년 미만	2	1	16	13	32	
		6.3%	3.1%	50.0%	40.6%	100.0%	
	11년 이상-15년 미만	2	0	3	4	9	
		22.2%	.0%	33.3%	44.4%	100.0%	
	15년 이상	4	2	17	5	28	
		14.3%	7.1%	60.7%	17.9%	100.0%	
지역	서울	6	2	31	19	58	.156 (.984)
		10.3%	3.4%	53.4%	32.8%	100.0%	
	경기	3	1	16	8	28	
		10.7%	3.6%	57.1%	28.6%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	3	3	13	10	29	7.656 (.264)
		10.3%	10.3%	44.8%	34.5%	100.0%	
	전문대학	1	0	9	6	16	
		6.3%	.0%	56.3%	37.5%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	5	0	25	11	41	
		12.2%	.0%	61.0%	26.8%	100.0%	
전체		9	3	47	27	86	
		10.5%	3.5%	54.7%	31.4%	100.0%	

## (2) 체형관리기기의 효과

일반적 특성에 따른 체형관리기기의 효과는 <표 4-29>와 같이 체형관리사의 연령에 따라서 40대 이상은 체형관리기기의 효과를 3.30점으로 가장 높게

인식하고 있었고, 30대-40대 미만에서 2.90점으로 가장 낮게 나타나 체형관리기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다( $p < .001$ ).

체형관리사의 근무경력에 따른 체형관리기기의 효과를 살펴보면 근무 경력이 15년 이상에서 3.07점으로 가장 높게 나타나 체형관리기기의 효과를 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 근무 경력이 6년 이상-11년 미만이 2.90점으로 가장 낮게 나타나 체형관리기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 학력에 따른 체형관리기기의 효과는 4년제 대학교 이상을 졸업한 집단에서 3.07점으로 가장 높게 나타나 효과를 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 전문대학 미용관련학과에서 2.81점으로 가장 낮게 나타나 체형관리기기의 효과를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

지역에 따른 체형관리기기의 효과를 살펴보면 서울지역에서 3.03점으로 높게 나타나 경기지역에 비해 체형관리기기의 효과를 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-29> 체형관리기기의 효과

구 분		평균	표준편차	F/t	유의확률
연령	30대 미만	3.1000	.31623	8.362***	.000
	30대-40대미만	2.9032	.47292		
	40대 이상	3.3000	.949		
근무 경력	6년 미만	3.0000	.35355	.607	.612
	6년 이상-11년 미만	2.9063	.29614		
	11년 이상-15년 미만	3.0000	.50000		
	15년 이상	3.0714	.66269		
지역	서울	3.0345	.45751	1.308	.195
	경기	2.8929	.49735		
학력	피부미용 전문교육기관	2.9655	.32544	1.837	.166
	전문대학 미용관련학과	2.8125	.65511		
	4년제 대학교 이상	3.0732	.46852		

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

### (3) 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도

체형관리기기 시행 후 고객의 만족도는 <표 4-30>와 같이 연령에 따라서는 30대 미만에서 3.20점으로 가장 높게 나타나 고객 시행 후 만족도가 가장 높은 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났고, 30대-40대 미만에서 2.83점으로 가장 낮게 나타나 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도를 가장 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다( $p<.05$ ).

체형관리사의 근무경력에 따른 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도는 근무경력이 6년 미만인 집단에서 3.05점으로 높게 나타나 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 근무경력이 6년 이상-11년 미만인 집단에서 2.87점으로 가장 낮게 나타나 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

체형관리사의 지역에 따른 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도는 서울지역에서 2.98점으로 나타나 체형관리기기 시행 후 경기지역에 비해 고객의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도는 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 3.06점으로 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 전문대학 미용관련 학과를 졸업한 집단에서 2.75점으로 시행 후 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다( $p<.05$ ).

<표 4-30> 체형관리기기 시행 후 고객의 만족도

구 분		평균	표준편차	F/t	유의확률
연령	30대 미만	3.2000	.42164	3.315*	.041
	30대-40대미만	2.8387	.45437		
	40대 이상	3.0000	.36927		
근무 경력	6년 미만	3.0588	.24254	1.149	.334
	6년 이상-11년 미만	2.8750	.49187		
	11년 이상-15년 미만	2.8889	.33333		
	15년 이상	3.0357	.42879		
지역	서울	2.9828	.39698	.560	.577
	경기	2.9286	.46576		
학력	피부미용 전문교육기관	3.0690	.25788	3.172*	.047
	전문대학 미용관련학과	2.7500	.68313		
	4년제 대학교 이상	2.9756	.35269		

\*p<.05

#### (4) 체형관리기기 사용에 의한 매출액의 변화

체형관리기기 사용에 의한 매출액의 변화를 살펴 본 것은 <표 4-31>과 같다. 체형관리사의 연령에 따라서는 40대 이상에서 3.17점으로 가장 높게 나타나 40대 이상에서 체형관리기기 사용 후 매출액이 가장 크게 증가했던 것으로 나타났고, 30대 미만에서 3.00점으로 가장 낮은 매출액 증가를 보인 것으로 나타났다.

체형관리사의 근무경력에 따라서는 근무경력이 15년 이상인 집단에서 체형

관리 기기 사용으로 매출액이 증가한 정도가 3.28점으로 가장 높은 것으로 나타났다, 6년-11년 미만과 11년-15년 미만의 집단에서 3.00점으로 매출액 증가가 가장 적었던 곳으로 나타났다.

체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기 사용으로 매출액의 증가는 4년제 대학교 이상에서 3.24점으로 체형관리기기 사용 후 매출액의 증가 정도가 가장 높았던 것으로 나타났고, 피부미용 전문교육기관과 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단은 3.00으로 나타나서 전반적으로 증가 한 것으로 나타났다.

지역에 따른 체형관리기기 사용으로 매출액 증가 정도의 차이는 서울지역에서 2.97점으로 매출액이 증가하는 정도가 경기지역에 비해 높은 것으로 나타났다( $p<.05$ ).

<표 4-31> 체형관리기기 사용으로 매출액 증가정도의 차이

구 분		평균	표준편차	F	유의확률
연령	30대 미만	3.000	.47140	.610	.546
	30대-40대미만	3.065	.57361		
	40대 이상	3.178	.57560		
근무 경력	6년 미만	3.118	.78121	1.457	.232
	6년 이상-11년 미만	3.000	.43994		
	11년 이상-15년 미만	3.000	.50000		
	15년 이상	3.286	.53452		
지역	서울	2.973	.74872	3.056*	.048
	경기	2.792	.61265		
학력	피부미용 전문교육기관	3.000	.53452	2.072	.132
	전문대학 미용관련학과	3.000	.63246		
	4년제 대학교 이상	3.244	.53761		

\* $p<.05$

## (5) 체형관리기기 사용 유무가 체형관리에 미치는 영향

전체 체형관리사들의 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 <그림 4-28>, <표 4-32>와 같이 관리 시 문제해결에 효과가 크다는 응답이 48.8%로 가장 높게 나타나 관리 시 문제해결에 큰 영향을 미치고 있으며, 프로그램 매뉴얼화가 20.9%, 상담 시가 15.1% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따른 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 상담 시 효과가 크게 미친다는 응답은 30-40대 미만에서 19.4%로 가장 높게 나타났고, 관리 시 문제 해결에 효과가 크게 미친다는 응답은 30대 미만에서 80.0%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따른 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 관리 시 문제 해결에 효과가 크게 미친다는 응답은 근무 경력이 6년 미만에서 58.8%로 가장 높게 나타났고, 프로그램의 매뉴얼화에 효과가 크게 미친다는 응답은 근무경력이 6년 이상-11년 미만에서 34.4%로 가장 높게 나타났다.

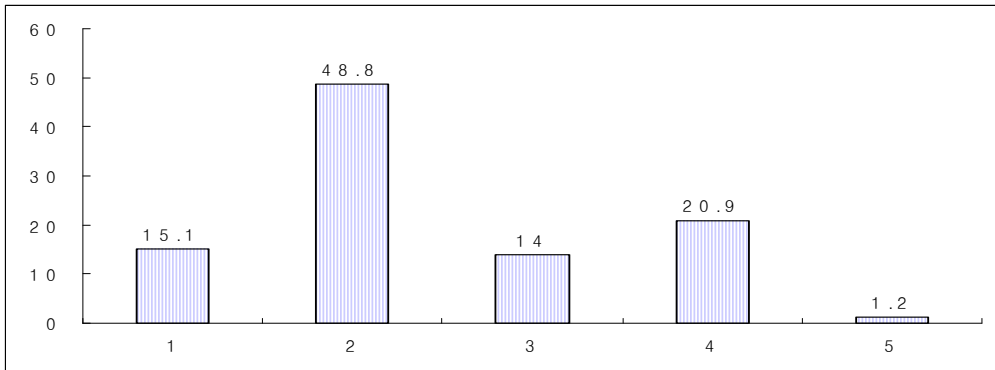
지역에 따른 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 상담 시 효과가 크게 미친다는 응답은 서울지역이 17.2%로 경기지역에 비해 상담 시 효과 인식을 높게 하고 있는 것으로 나타났고, 프로그램 매뉴얼화에 큰 효과를 미쳤다는 응답은 경기지역에서 28.6%로 더 높게 나타났다.

체형관리사의 학력에 따른 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소는 관리 시 문제 해결에 영향을 미친다는 응답은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 56.3%로 가장 높게 나타났고, 프로그램의 매뉴얼화에 영향을 미친다는 응답은 4년제 대학교 이상을 졸업한 집단에서 26.8%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-32> 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소

구 분		상담시	관리시 문제 해결	매출 증대	프로그램 매뉴얼화	관리실의 시설과 분위기	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	0	8	0	2	0	10	7.593 (.474)
		.0%	80.0%	.0%	20.0%	.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	6	13	4	8	0	31	
		19.4%	41.9%	12.9%	25.8%	.0%	100.0%	
	40대 이상	7	21	8	8	1	45	
		15.6%	46.7%	17.8%	17.8%	2.2%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	1	10	2	3	1	17	12.717 (.390)
		5.9%	58.8%	11.8%	17.6%	5.9%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	5	13	3	11	0	32	
		15.6%	40.6%	9.4%	34.4%	.0%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	2	5	1	1	0	9	
		22.2%	55.6%	11.1%	11.1%	.0%	100.0%	
15년 이상	5	14	6	3	0	28		
	17.9%	50.0%	21.4%	10.7%	.0%	100.0%		
지역	서울	10	29	8	10	1	58	2.226 (.694)
		17.2%	50.0%	13.8%	17.2%	1.7%	100.0%	
	경기	3	13	4	8	0	28	
		10.7%	46.4%	14.3%	28.6%	.0%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	4	16	5	3	1	29	6.330 (.610)
		13.8%	55.2%	17.2%	10.3%	3.4%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	2	9	1	4	0	16	
		12.5%	56.3%	6.3%	25.0%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	7	17	6	11	0	41	
		17.1%	41.5%	14.6%	26.8%	.0%	100.0%	
전 체		13	42	12	18	1	86	
		15.1%	48.8%	14.0%	20.9%	1.2%	100.0%	

<그림 4-28> 체형관리기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소



1. 상담 시 2. 관리 시 문제 해결 3. 매출 증대 4. 프로그램 메뉴얼화 5. 관리실의 시설과 분위기

## (6) 체형관리기기 관리 시의 효과

전체 응답자들의 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리는 <그림 4-29>, <표 4-33>과 같이 체지방 감소에 효과가 있었다는 응답이 73.3%로 가장 높게 나타나 체지방 감소에 가장 효과가 있는 것으로 나타났고, 탄력 증대가 16.3%, 요요현상 예방 및 감소가 7.0% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따른 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 효과가 나타난다는 응답은 30-40대 미만에서 25.8%로 가장 높게 나타났고, 체지방 감소에 효과가 나타난다는 응답은 30대 미만에서 90.0%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리로서 탄력증대에 가장 효과가 나타난다는 응답이 근무경력 11-15년 미만인 집단에서 22.2%로 가장 높게 나타났고, 체지방 감소에 가장 효과가 나타난다는 응답은 근무경력이 6년 미만에서 82.4%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라서는 전체적으로 체지방 감소에 효과가 나타

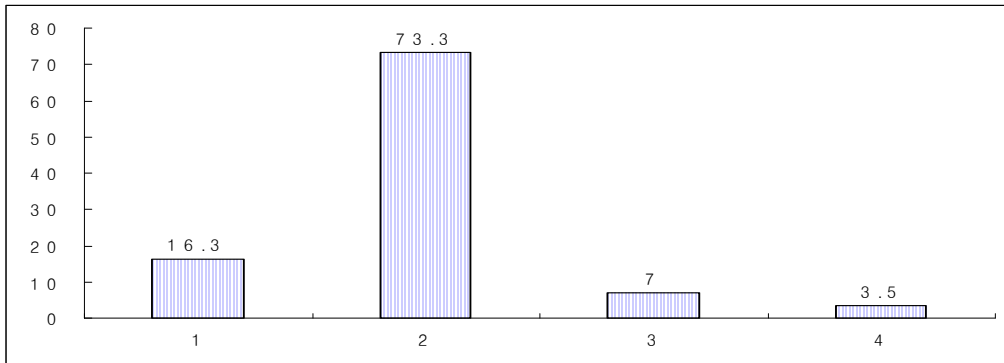
났다고 높게 응답하였고, 특히 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 81.3%로 체지방 감소 효과를 가장 높게 인식하고 있었다.

지역에 따른 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리를 살펴보면 탄력증대에 체형관리기기의 효과가 나타난다는 응답은 경기지역에서 28.6%로 서울지역에 비해 높게 나타났고, 체지방 감소가 가장 효과가 나타난다는 경기지역에 비해 서울지역이 77.6%로 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

<표 4-33> 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리

구 분		탄력 증대	체지방 감소	요요현상 예방 및 감소	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	1	9	0	0	10	9.029 (.172)
		10.0%	90.0%	.0%	.0%	100.0%	
	30대-40대미만	8	17	4	2	31	
		25.8%	54.8%	12.9%	6.5%	100.0%	
40대 이상	5	37	2	1	45	100.0%	
	11.1%	82.2%	4.4%	2.2%			
근무 경력	6년 미만	3	14	0	0	17	6.597 (.679)
		17.6%	82.4%	.0%	.0%	100.0%	
	6년 이상-11년 미만	7	20	3	2	32	
		21.9%	62.5%	9.4%	6.3%	100.0%	
	11년 이상-15년 미만	2	6	1	0	9	
22.2%		66.7%	11.1%	.0%	100.0%		
15년 이상	2	23	2	1	28	100.0%	
		7.1%	82.1%	7.1%	3.6%		
지역	서울	6	45	4	3	58	5.760 (.124)
		10.3%	77.6%	6.9%	5.2%	100.0%	
	경기	8	18	2	0	28	
28.6%		64.3%	7.1%	.0%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기관	5	21	2	1	29	2.678 (.848)
		17.2%	72.4%	6.9%	3.4%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	3	13	0	0	16	
		18.8%	81.3%	.0%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	6	29	4	2	41	
14.6%		70.7%	9.8%	4.9%	100.0%		
전 체	14	63	6	3	86	100.0%	
	16.3%	73.3%	7.0%	3.5%			

<그림 4-29> 체형관리기기 관리 시 가장 효과가 나타나는 관리



1. 탄력증대 2. 체지방 감소 3. 요요 현상 예방 및 감소 4. 기타

### (7) 가장 많이 사용하는 체형관리기기

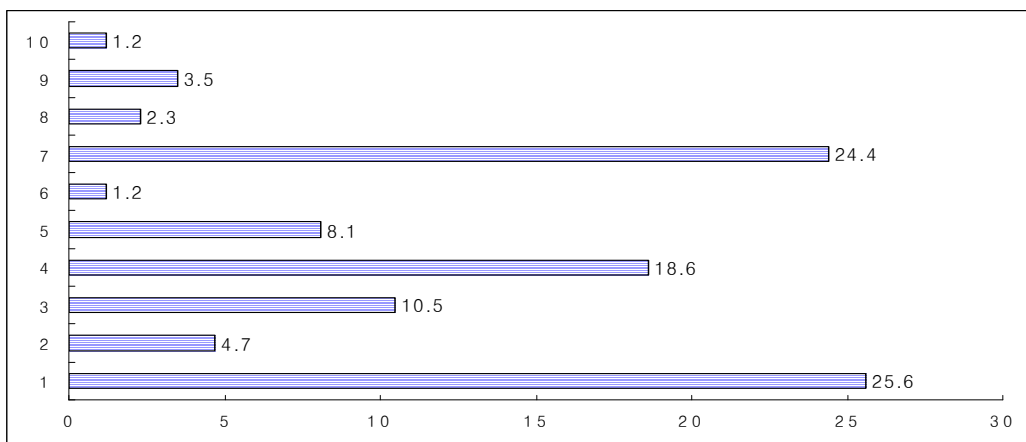
<그림 4-30>, <표 4-34>와 같이 전체 응답자들의 가장 많이 사용하는 체형관리기기를 살펴보면 엔더몰로지가 25.6%로 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 고주파기기가 24.4% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따른 가장 많이 사용하는 체형관리기기를 살펴보면 엔더몰로지 사용은 30대 미만에서 50.0%로 가장 많이 사용하고 있었고, 림프 순환기는 30대-40대 미만에서 12.9%로 가장 많이 사용하고 있으며, 근무경력에 따른 가장 많이 사용하는 체형관리기기를 살펴보면 엔더몰로지 사용은 6년 미만으로 근무한 집단에서 35.3%로 가장 많이 사용하고 있었고, 고주파기기는 11년-15년 미만에서 33.3%로 다른 집단에 비해 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 학력에 따른 가장 많이 사용하는 체형관리기기를 살펴보면 엔더몰로지 사용은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 43.8%로 가장 많이 사용하고 있었고, 원적외선 매트는 체형 관리 시 4년제 대학교 이상을 졸업한

집단에서 14.6%로 다른 집단에 비해 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다 ( $p < .05$ ).

지역에 따라 가장 많이 사용하는 체형관리기기를 살펴보면 엔더몰로지 사용은 서울지역에서 25.9%로 높게 나타나 경기지역에 비해 많이 사용하고 있었고, 석션기 사용은 경기지역에서 21.4%로 서울지역에 비해 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다.

<그림 4-30> 가장 많이 사용하는 체형관리기기



1. 엔더몰로지 2. 초음파기기 3. 림프순환기 4. 석션기 5. 원적외선매트(열매트) 6. 사우나  
7. 체성분분석기 8. 고주파기기 9. 중주파기기 10. 저주파기기

<표 4-34> 가장 많이 사용하는 체형관리기기

구 분		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	5	0	0	2	0	0	0	3	0	0	10	13.638 (.752)
		50%	.0%	.0%	20%	.0%	.0%	.0%	30%	.0%	.0%	100%	
	30대- 40대 미만	6	2	4	8	2	1	0	7	1	0	31	
		19.4%	6.5%	12.9%	25.8%	6.5%	3.2%	.0%	22.6%	3.2%	.0%	100.0%	
	40대 이상	11	2	5	6	5	0	1	11	1	3	45	
		24.4%	4.4%	11.1%	13.3%	11.1%	.0%	2.2%	24.4%	2.2%	6.7%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	6	1	3	4	0	0	0	3	0	0	17	35.634 (.124)
		35.3%	5.9%	17.6%	23.5%	.0%	.0%	.0%	17.6%	.0%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	8	0	1	11	2	1	0	8	1	0	32	
		25.0%	.0%	3.1%	34.4%	6.3%	3.1%	.0%	25.0%	3.1%	.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	1	1	2	0	0	0	0	3	1	1	9	
		11.1%	11.1%	22.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	11.1%	11.1%	100.0%	
	15년 이상	7	2	3	1	5	0	1	7	0	2	28	
		25.0%	7.1%	10.7%	3.6%	17.9%	.0%	3.6%	25.0%	.0%	7.1%	100.0%	
지역	서울	15	4	6	10	3	0	0	17	2	1	58	12.487 (.187)
		25.9%	6.9%	10.3%	17.2%	5.2%	.0%	.0%	29.3%	3.4%	1.7%	100.0%	
	경기	7	0	3	6	4	1	1	4	0	2	28	
		25.0%	.0%	10.7%	21.4%	14.3%	3.6%	3.6%	14.3%	.0%	7.1%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	5	0	5	7	1	0	1	10	0	0	29	32.752* (.018)
		17.2%	.0%	17.2%	24.1%	3.4%	.0%	3.4%	34.5%	.0%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	7	2	3	0	0	1	0	3	0	0	16	
		43.8%	12.5%	18.8%	.0%	.0%	6.3%	.0%	18.8%	.0%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	10	2	1	9	6	0	0	8	2	3	41	
		24.4%	4.9%	2.4%	22.0%	14.6%	.0%	.0%	19.5%	4.9%	7.3%	100.0%	
전 체		22	4	9	16	7	1	1	21	2	3	86	
		25.6%	4.7%	10.5%	18.6%	8.1%	1.2%	1.2%	24.4%	2.3%	3.5%	100.0%	

\*p<.05

#### 4) 기기구입

##### (1) 사용하고 있는 체형관리기기의 제품 국적

전체 응답자들의 사용하고 있는 체형관리기기는 <그림 4-31>, <표 4-35>와 같이 국내산+외국산이 52.3%로 가장 높게 나타나 국내산과 외국산을 혼합하여 사용하고 있는 것으로 나타났고, 외국산 31.4%, 국내산 16.3%의 순으로 나타났다.

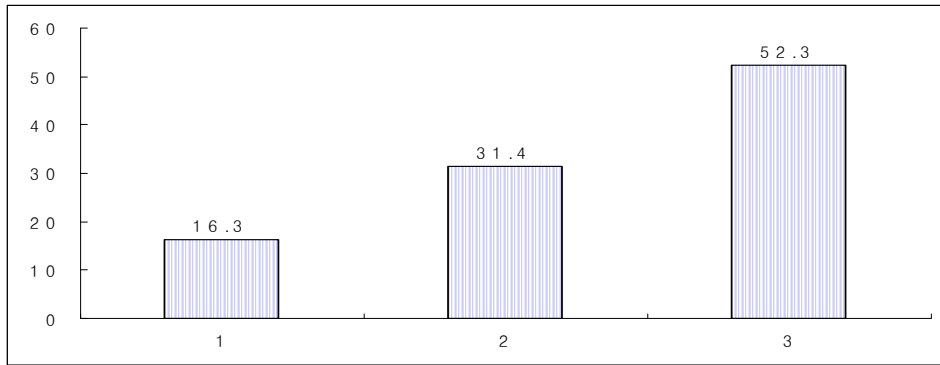
체형관리사의 연령에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 30대 미만에서 30.0%로 가장 높게 나타나 30대 미만에서 국내산을 많이 사용하는 것으로 나타났고, 국내산과 외국산을 혼합하여 사용한다는 응답은 30대-40대 미만에서 58.1%로 다른 집단에 비해 국내산과 외국산을 혼합하여 많이 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 근무경력에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 근무경력이 6년-11년 미만인 집단에서 28.1%로 가장 높게 나타났고, 국내산+외국산을 사용한다는 응답은 근무경력이 11년 이상-15년 미만에서 66.7%로 가장 높게 나타났고, 학력에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 피부미용 전문교육기관을 졸업한 집단에서 24.1%로 가장 높게 나타났고, 외국산을 사용한다는 응답은 전문대학 미용관련학과에서 43.8%로 나타나 외국산 체형관리기기를 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 이는 학력이 높을수록 외국산을 선호하는 것으로 볼 수 있다.

지역에 따라서는 국내산을 사용한다는 응답은 서울지역에서 17.2%로 높게 나타나 경기지역에 비해 국내산을 많이 사용하고 있는 것으로 나타났고, 외국산을 사용한다는 응답은 경기지역에서 27.6%로 서울지역에 비해 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

<표 4-35> 사용하고 있는 체형관리기기의 제품 국적

구 분		국내산	외국산	국내산+ 외국산	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	3	5	2	10	5.091 (.278)
		30.0%	50.0%	20.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	5	8	18	31	
		16.1%	25.8%	58.1%	100.0%	
40대 이상	6	14	25	45		
	13.3%	31.1%	55.6%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	2	7	8	17	6.948 (.326)
		11.8%	41.2%	47.1%	100.0%	
	6년 이상- 11년 미만	9	9	14	32	
		28.1%	28.1%	43.8%	100.0%	
	11년 이상- 15년 미만	0	3	6	9	
.0%		33.3%	66.7%	100.0%		
15년 이상	3	8	17	28		
	10.7%	28.6%	60.7%	100.0%		
지역	서울	10	16	32	58	1.201 (.549)
		17.2%	27.6%	55.2%	100.0%	
	경기	4	11	13	28	
14.3%		39.3%	46.4%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기관	7	7	15	29	3.455 (.485)
		24.1%	24.1%	51.7%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	1	7	8	16	
		6.3%	43.8%	50.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	6	13	22	41	
14.6%		31.7%	53.7%	100.0%		
전체		14	27	45	86	
		16.3%	31.4%	52.3%	100.0%	

<그림 4-31> 사용하고 있는 체형관리기기의 제품 국적



1. 국내산 2. 외국산 3. 국내산+외국산

## (2) 보유하고 싶은 체형관리기기

전체 응답자들의 보유하고 싶은 체형관리기기는 <그림 4-32>, <표 4-36>와 같이 엔더몰로지가 30.2%로 가장 높게 나타나 엔더몰로지 사용이 많아져 엔더몰로지를 많이 보유하고 싶어 하는 것으로 나타났고, 스파 19.8%, 체성분분석기 16.3%의 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라서는 엔더몰로지를 보유하고 싶다는 응답은 30대 미만에서 40.0%로 가장 보유하고 싶은 체형관리기기로 나타났으며, 체성분분석기를 보유하고 싶다는 응답은 30대-40대 미만에서 25.8%로 가장 높게 나타났고, 근무경력에 따라서는 엔더몰로지를 보유하고 싶다는 응답은 근무경력이 6년-11년 미만인 집단에서 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 림프 순환기를 보유하고 싶다는 응답은 근무경력이 15년 이상에서 10.7%로 가장 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있었다( $p < .05$ ). 학력에 따라서는 엔더몰로지를 보유하고 싶다는 응답이 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 43.8%로 다른 집단에

비해 높게 나타났고, 스파를 보유하고 싶다는 응답은 4년제 대학교 이상의 집단에서 26.8%로 다른 집단에 비해 높게 나타났다.

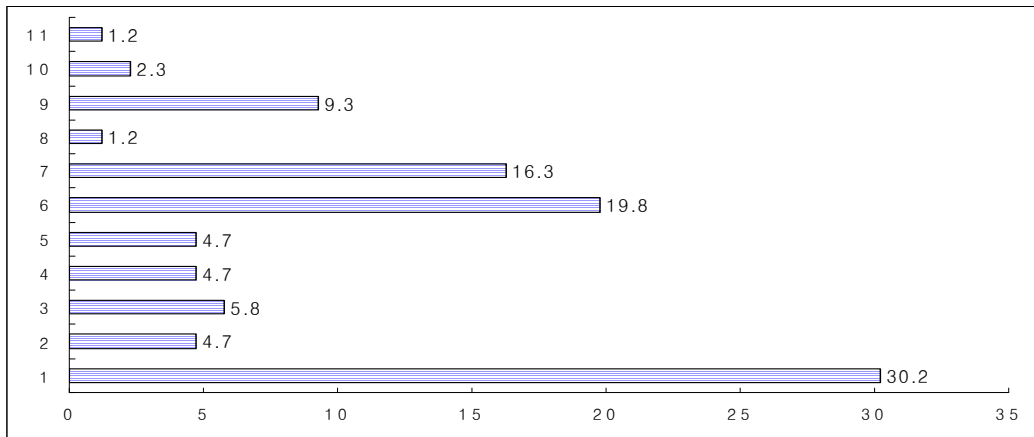
지역에 따른 보유하고 싶은 체형관리기기로서는 엔더몰로지를 보유하고 싶다는 응답이 경기지역에서 35.7%로 서울지역에 비해 높게 나타났고, 체성분분석기를 보유하고 싶다는 응답은 서울지역에서 20.7%로 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

<표 4-36> 보유하고 싶은 체형관리기기

구 분		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	4	0	0	1	0	2	0	0	3	0	0	10	21.314 (.379)
		40.0%	.0%	.0%	10%	.0%	20.0%	.0%	.0%	30.0%	.0%	.0%	100.0%	
	30대-40대미만	9	2	0	2	1	6	8	1	2	0	0	31	
		29.0%	6.5%	.0%	6.5%	3.2%	19.4%	25.8%	3.2%	6.5%	.0%	.0%	100.0%	
40대 이상	13	2	5	1	3	9	6	0	3	2	1	45	100.0%	
	28.9%	4.4%	11.1%	2.2%	6.7%	20.0%	13.3%	.0%	6.7%	4.4%	2.2%	100.0%		
근무경력	6년 미만	6	1	0	1	0	5	2	0	2	0	0	17	44.359* (.044)
		35.3%	5.9%	.0%	5.9%	.0%	29.4%	11.8%	.0%	11.8%	.0%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	13	1	2	1	4	2	6	0	3	0	0	32	
		40.6%	3.1%	6.3%	3.1%	12.5%	6.3%	18.8%	.0%	9.4%	.0%	.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	0	0	0	0	0	3	2	1	3	0	0	9	
	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	33.3%	22.2%	11.1%	33.3%	.0%	.0%	100.0%		
15년 이상	7	2	3	2	0	7	4	0	0	2	1	28	100.0%	
	25.0%	7.1%	10.7%	7.1%	.0%	25.0%	14.3%	.0%	.0%	7.1%	3.6%	100.0%		
지역	서울	16	3	4	4	2	9	12	1	6	1	0	58	10.157 (.427)
		27.6%	5.2%	6.9%	6.9%	3.4%	15.5%	20.7%	1.7%	10.3%	1.7%	.0%	100.0%	
경기	10	1	1	0	2	8	2	0	2	1	1	28	100.0%	
	35.7%	3.6%	3.6%	.0%	7.1%	28.6%	7.1%	.0%	7.1%	3.6%	3.6%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기관	7	3	2	1	3	4	6	1	2	0	0	29	19.954 (.461)
		24.1%	10.3%	6.9%	3.4%	10.3%	13.8%	20.7%	3.4%	6.9%	.0%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련 학과	7	0	0	2	0	2	3	0	2	0	0	16	
		43.8%	.0%	.0%	12.5%	.0%	12.5%	18.8%	.0%	12.5%	.0%	.0%	100.0%	
4년제 대학교 이상	12	1	3	1	1	11	5	0	4	2	1	41	100.0%	
	29.3%	2.4%	7.3%	2.4%	2.4%	26.8%	12.2%	.0%	9.8%	4.9%	2.4%	100.0%		
전체	26	4	5	4	4	17	14	1	8	2	1	86	100.0%	
	30.2%	4.7%	5.8%	4.7%	4.7%	19.8%	16.3%	1.2%	9.3%	2.3%	1.2%	100.0%		

\*p<.05

<그림 4-32> 보유하고 싶은 체형관리기기



1. 엔더몰로지 2. 초음파기기 3. 림프순환기 4. 석션기 5. 원적외선매트 6. 스파 7. 체성분분석기  
8. 각종운동기 9. 교주파기기 10. 중주파기기 11. 저주파기기

## 5) 기기교육

응답자의 기기교육에 대한 설문은 체형관리기기 분야와 피부미용기기 분야의 설문조사를 동시에 진행하여 제 1장의 피부미용기기 분야 기기교육의 내용과 동일하게 조사되었다.

## 6) 체형관리기기에 대한 문제점

### (1) 체형관리기기를 사용하지 않는 이유

체형관리기기를 사용하지 않는 이유로서는 <그림 4-33>, <표 4-37>과 같이 사용하기 불편해서가 37.2%로 가장 높게 나타나 사용하지 않는 가장 큰 이유로 사용하기 불편하기 때문인 것으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라서는 관리효과가 별로 없어서라는 응답은 40대 이상에서 24.0%로 가장 높게 나타났고, 정확한 사용법을 몰라서 사용하지 않는다는 응답은 30대 미만에서 50.0%로 나타났으며( $p < .05$ ), 근무경력에 따라서는 관리효과가 별로 없어서라는 응답이 15년 이상에서 33.3%로 가장 높게 나타났고, 정확한 사용법을 몰라서 사용하지 않는다는 응답은 11년 이상-15년 미만에서 16.7%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라서는 관리효과가 별로 없어서라는 응답이 피부미용 전문교육기관에서 35.3%로 가장 높게 나타났고, 사용하기 불편해서라는 응답은 4년제 대학교 이상에서 41.2%로 가장 높게 나타났다.

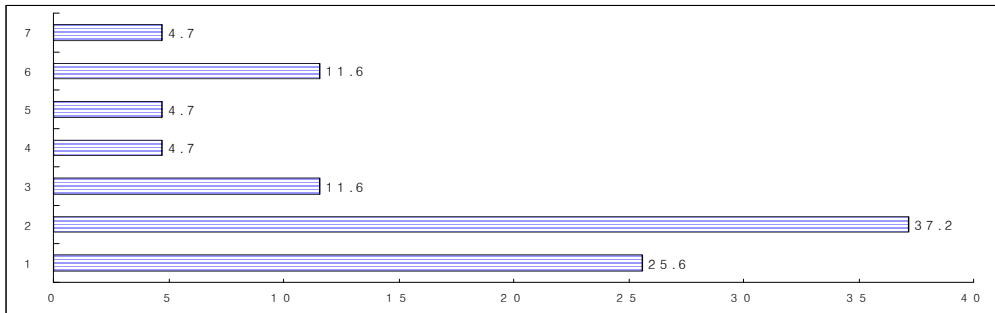
지역에 따라서는 관리효과가 별로 없어서 사용하지 않는다는 응답이 서울지역에서 27.6%로 나타나 경기지역에 비해 높게 나타났고, 법적 규제 때문에 사용하지 않는다는 응답은 경기지역에서 28.6%로 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

<표 4-37> 체형관리기기를 사용하지 않는 이유

구 분		관리 효과가 별로 없어서	사용하기 불편해서	고객이 싫어해서	정확한 사용법 몰라서	고장 나서	법적 규제 때문에	기타	전체	$\chi^2(p)$	
연 령	30대 미만	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 50.0%	0 .0%	0 .0%	1 50.0%	2 100.0%	24.272* (.019)	
	30대-40대미만	5 31.3%	4 25.0%	3 18.8%	0 .0%	1 6.3%	2 12.5%	1 6.3%	16 100.0%		
	40대 이상	6 24.0%	12 48.0%	2 8.0%	1 4.0%	1 4.0%	3 12.0%	0 .0%	25 100.0%		
		1 14.3%	3 42.9%	0 .0%	0 .0%	1 14.3%	1 14.3%	1 14.3%	7 100.0%		
근 무 경 력	6년 미만	4 26.7%	7 46.7%	1 6.7%	1 6.7%	0 .0%	1 6.7%	1 6.7%	15 100.0%	14.211 (.715)	
	6년 이상-11년 미만	1 16.7%	1 16.7%	2 33.3%	1 16.7%	0 .0%	1 16.7%	0 .0%	6 100.0%		
	11년 이상-15년 미만	5 33.3%	5 33.3%	2 13.3%	0 .0%	1 6.7%	2 13.3%	0 .0%	15 100.0%		
	15년 이상	8 27.6%	11 37.9%	4 13.8%	1 3.4%	2 6.9%	1 3.4%	2 6.9%	29 100.0%		7.845 (.250)
		경기	3 21.4%	5 35.7%	1 7.1%	1 7.1%	0 .0%	4 28.6%	0 .0%		
지 역	서울	6 35.3%	6 35.3%	1 5.9%	1 5.9%	2 11.8%	1 5.9%	0 .0%	17 100.0%	9.462 (.663)	
	전문교육기관	1 11.1%	3 33.3%	2 22.2%	0 .0%	0 .0%	2 22.2%	1 11.1%	9 100.0%		
	전문대학 미용관련 학과	4 23.5%	7 41.2%	2 11.8%	1 5.9%	0 .0%	2 11.8%	1 5.9%	17 100.0%		
	4년제 대학교 이상	11 25.6%	16 37.2%	5 11.6%	2 4.7%	2 4.7%	5 11.6%	2 4.7%	43 100.0%		
전 체											

\*p<.05

<그림 4-33> 체형관리기기를 사용하지 않는 이유



1. 관리 효과가 별로 없어서 2. 사용하기 불편해서 3. 고객이 싫어해서 4. 정확한 사용법을 몰라서  
5. 고장이 나서 6. 법적 규제 때문에 7. 기타

## (2) 체형관리기 구입 후 만족하지 못하는 이유

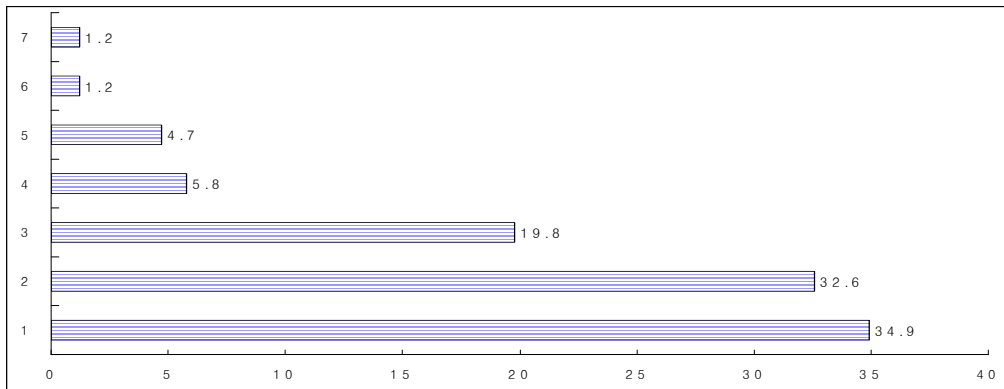
체형관리기기 구입 후 만족하지 못하는 이유는 <그림 4-34>, <표 4-38>과 같이 관리효과가 떨어져서라는 응답이 34.9%로 가장 높게 나타나 만족하지 못하는 가장 큰 이유로 나타났고, 작동법이 복잡해서라는 응답이 32.6%, 사후 서비스가 복잡해서라는 응답이 19.8%로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라서는 관리효과가 떨어져서 사용하지 않는다는 응답이 30대 미만에서 40.0%로 가장 높게 나타났고, 사후 서비스가 부족해서라는 응답은 30대-40대 미만에서 25.8%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못한다는 응답이 근무경력이 6년-11년 미만에서 37.5%로 가장 높게 나타났고, 작동법이 복잡해서라는 응답은 근무경력이 6년미만이 52.9%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라서는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못한다는 응답이 체형관리 전문교육기관을 졸업한 집단에서 48.3%로 가장 높게 나타났고, 작동법이 복잡해서 만족하지 못한다는 응답

은 전문대학 미용관련학과에서 50.0%로 가장 높게 나타났다.

지역에 따라서는 관리효과가 떨어져서 만족하지 못하는 이유는 서울지역이 37.9%로 경기지역에 비해 높게 나타났고, 사후 서비스가 부족해서 만족하지 못한다는 응답은 경기지역이 28.6%로 더 높게 나타났다.

<그림 4-34> 체형관리기기 구입 후 만족하지 못하는 이유



1. 관리 효과가 떨어져서 2. 작동법이 복잡해서 3. 사후 서비스가 부족해서  
4. 관리 메뉴얼화 시키기 어려워서 5. 유행이 지나서 6. 디자인이 마음에 들지 않아서 7. 기타

<표 4-38> 체형관리기기 구입 후 만족하지 못하는 이유

구 분		관리효과 떨어져서	작동법이 복잡해서	사후 서비스가 부족해서	관리 매뉴얼화 시키기 어려워서	유행이 지나서	디자인 마음에 들지 않아서	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	4	4	1	1	0	0	0	10	6.655 (.880)
		40.0%	40.0%	10.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	30대-40대 미만	12	8	8	1	1	0	1	31	
		38.7%	25.8%	25.8%	3.2%	3.2%	.0%	3.2%	100.0%	
40대 이상	14	16	8	3	3	1	0	45		
	31.1%	35.6%	17.8%	6.7%	6.7%	2.2%	.0%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	5	9	2	0	1	0	0	17	12.387 (.827)
		29.4%	52.9%	11.8%	.0%	5.9%	.0%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	12	6	9	2	1	1	1	32	
		37.5%	18.8%	28.1%	6.3%	3.1%	3.1%	3.1%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	3	3	2	1	0	0	0	9	
		33.3%	33.3%	22.2%	11.1%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
15년 이상	10	10	4	2	2	0	0	28		
35.7%	35.7%	14.3%	7.1%	7.1%	.0%	.0%	100.0%			
지역	서울	22	20	9	4	2	0	1	58	5.772 (.449)
		37.9%	34.5%	15.5%	6.9%	3.4%	.0%	1.7%	100.0%	
경기	8	8	8	1	2	1	0	28		
	28.6%	28.6%	28.6%	3.6%	7.1%	3.6%	.0%	100.0%		
학력	피부미용	14	9	3	1	1	0	1	29	13.161 (.357)
	전문교육기관	48.3%	31.0%	10.3%	3.4%	3.4%	.0%	3.4%	100.0%	
	전문대학	2	8	5	1	0	0	0	16	
	미용관련학과	12.5%	50.0%	31.3%	6.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	14	11	9	3	3	1	0	41	
34.1%	26.8%	22.0%	7.3%	7.3%	2.4%	.0%	100.0%			
전 체	30	28	17	5	4	1	1	86	34.9%	
	34.9%	32.6%	19.8%	5.8%	4.7%	1.2%	1.2%	100.0%		

### (3) 체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부

체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부를 살펴보면 <그림 4-35>, <표 4-39>와 같이 가끔 있었다는 응답이 60.5%로 가장 높게 나타났고, 전혀 없다

는 응답이 32.6%, 자주 있었다는 응답이 2.3% 순으로 나타났다. 이는 부주의한 사용이나 올바르지 못한 사용법에 의한 부작용의 발생 가능성이 매우 높은 것으로 예측된다.

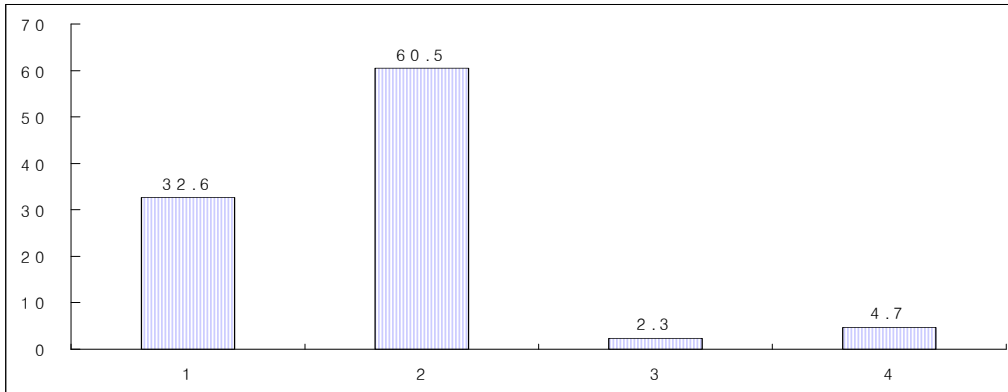
체형관리사의 연령에 따라서는 부작용 경험이 없었다는 응답이 30대 미만에서 40.0%로 가장 높게 나타났고, 가끔 있었다라는 응답은 30대-40대 미만에서 67.7%로 가장 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 부작용이 전혀 없었다라는 응답이 근무경력이 11년-15년 미만의 집단 33.3%로 가장 높게 나타났고, 가끔 있었다는 응답은 근무 경력이 6년 미만에서 65.6%로 가장 높게 나타났으며, 학력에 따라서는 부작용 경험이 없었다는 응답은 4년제 대학교 이상을 졸업한 집단에서 36.6%로 가장 높게 나타났고, 부작용을 경험한 적이 있다는 응답은 피부미용 전문교육기관에서 65.5%로 가장 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

지역에 따라 살펴보면 부작용 경험이 없었다는 응답이 경기지역에서 46.4%로 서울지역에 비해 높게 나타났고, 부작용을 가끔 경험했다는 응답은 서울지역에서 69.0%로 경기지역에 비해 높게 나타났다.

<표 4-39> 체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부

구 분		전혀 없다	가끔 있었다	자주 있었다	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	4	5	0	1	10	2.332 (.887)
		40.0%	50.0%	.0%	10.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	8	21	1	1	31	
		25.8%	67.7%	3.2%	3.2%	100.0%	
40대 이상	16	26	1	2	45		
	35.6%	57.8%	2.2%	4.4%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	6	9	1	1	17	6.710 (.667)
		35.3%	52.9%	5.9%	5.9%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	10	21	0	1	32	
		31.3%	65.6%	.0%	3.1%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	3	5	1	0	9	
33.3%		55.6%	11.1%	.0%	100.0%		
15년 이상	9	17	0	2	28		
32.1%	60.7%	.0%	7.1%	100.0%			
지역	서울	15	40	1	2	58	5.413 (.144)
		25.9%	69.0%	1.7%	3.4%	100.0%	
	경기	13	12	1	2	28	
46.4%		42.9%	3.6%	7.1%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육기관	10	19	0	0	29	12.250 (.057)
		34.5%	65.5%	.0%	.0%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	3	10	0	3	16	
		18.8%	62.5%	.0%	18.8%	100.0%	
4년제 대학교 이상	15	23	2	1	41		
	36.6%	56.1%	4.9%	2.4%	100.0%		
전 체		28	52	2	4	86	
		32.6%	60.5%	2.3%	4.7%	100.0%	

<그림 4-35> 체형관리기기 사용 후 부작용 경험 여부



1. 전혀 없다 2. 가끔 있었다 3. 자주 있었다 4. 기타

#### (4) 체형관리기기의 사용에서 경험한 부작용의 종류

체형관리기기 사용에서 경험한 부작용의 종류를 살펴보면 <그림 4-36>, <표 4-40>과 같이 부종이 42.1%로 가장 많은 것으로 나타났고, 홍반이 34.2%, 찰과상이 21.1%로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라서는 홍반이 30대 미만에서 40.0%로 가장 많이 경험한 것으로 나타났고, 찰과상은 40대 이상에서 25.0%로 높게 나타나 다른 집단에 비해 찰과상을 많이 경험한 것으로 나타났으며, 근무경력에 따라서는 홍반이 근무경력 11년-15년 미만인 집단에서 100%로 경험하고 있었고, 찰과상은 근무경력이 6년-11년 미만인 집단에서 43.8%로 다른 집단에 비해 많이 경험하고 있었으며, 찰과상은 근무경력이 15년 이상인 집단에서 33.3%로 가장 많이 경험하고 있는 것으로 나타났다. 학력에 따라서는 홍반을 부작용으로 경험했다는 응답은 전문대학 미용관련학과에서 42.9%로 가장 높게 나타났고, 부종의 경험 역시 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 57.1%로 높게 나

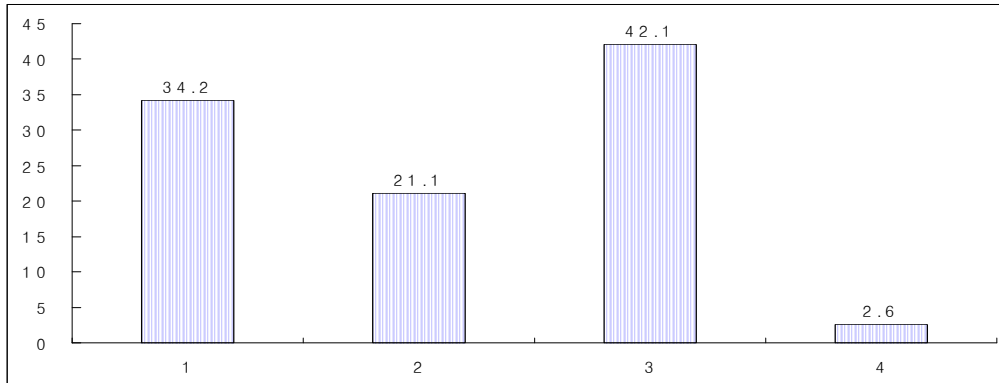
타난 것을 살펴볼 수 있다.

지역에 따라 체형관리기기 사용 시 경험한 부작용 종류를 살펴보면 홍반은 서울지역에서 44.4%로 경기지역에 비해 많이 경험하고 있는 것으로 나타났고, 부종은 경기지역에서 45.5%로 서울지역에 비해 많이 경험하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-40> 체형관리기기 경험한 부작용 종류

구 분		홍반	찰과상 (상처, 꺾질, 벗겨짐)	부종	기타	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	2	0	3	0	5	3.737 (.712)
		40.0%	.0%	60.0%	.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	5	4	8	0	17	
		29.4%	23.5%	47.1%	.0%	100.0%	
40대 이상	6	4	5	1	16		
	37.5%	25.0%	31.3%	6.3%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	3	2	4	0	9	6.945 (.643)
		33.3%	22.2%	44.4%	.0%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	7	3	6	0	16	
		43.8%	18.8%	37.5%	.0%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	1	0	3	0	4	
25.0%		.0%	75.0%	.0%	100.0%		
15년 이상	2	3	3	1	9		
22.2%	33.3%	33.3%	11.1%	100.0%			
지역	서울	12	4	11	0	27	7.075 (.070)
		44.4%	14.8%	40.7%	.0%	100.0%	
	경기	1	4	5	1	11	
9.1%		36.4%	45.5%	9.1%	100.0%		
학력	피부미용	4	2	5	0	11	4.094 (.664)
	전문교육기관	36.4%	18.2%	45.5%	.0%	100.0%	
	전문대학	3	0	4	0	7	
	미용관련학과	42.9%	.0%	57.1%	.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	6	6	7	1	20	
30.0%	30.0%	35.0%	5.0%	100.0%			
전 체	13	8	16	1	38		
	34.2%	21.1%	42.1%	2.6%	100.0%		

<그림 4-36> 체형관리기기 경험한 부작용 종류



1. 홍반 2. 찰과상(상처, 껍질 벗겨짐) 3. 부종 4. 기타

## 5) 체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점

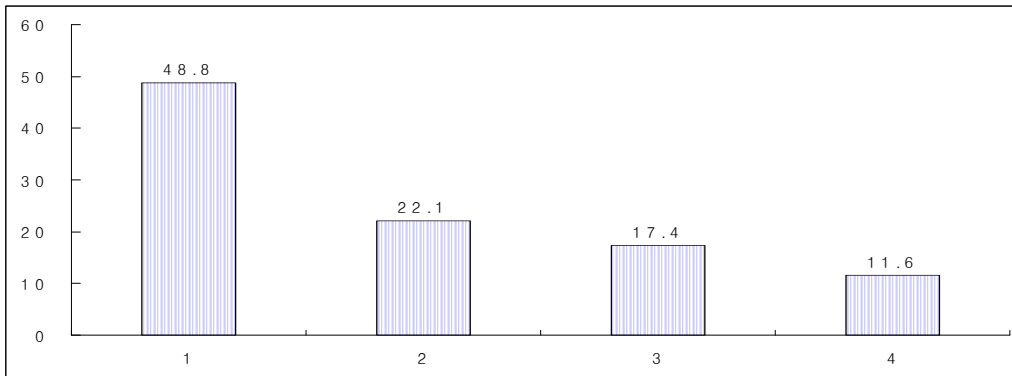
체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점은 <그림 4-37>, <표 4-41>과 같이 법적규제해소가 48.8%로 가장 높게 나타나 가장 보완해야 할 점으로 인식하고 있는 것을 살펴볼 수 있고, 사용의 편리성이 22.1%, 신속한 A/S가 17.4% 순으로 나타났다.

체형관리사의 연령에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답은 40대 이상에서 57.8%로 가장 높게 나타나 다른 집단에 비해 법적규제해소에 대한 필요성을 높게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 신속한 A/S는 30대 미만에서 30.0%로 가장 높게 나타났으며( $p < .05$ ), 근무경력에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답은 근무경력이 15년 이상인 집단에서 75.0%로 법적규제해소 필요성이 가장 높게 나타났고, 사용의 편리성을 보완해야 한다는 응답은 근무 경력이 6년-11년 미만의 집단에서 34.4%로 가장 높게 나타났으며( $p < .01$ ), 학력에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응

답은 체형관리 전문교육기관을 졸업한 집단에서 55.2%로 가장 높게 나타났고, 사용의 편리성을 보완해야 한다는 응답은 4년제 대학교 이상에서 24.4%로 다른 집단에 비해 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

지역에 따라서는 법적규제해소가 보완해야 할 점이라는 응답은 경기지역이 50.0%로 서울지역에 비해 높게 나타났고, 사용의 편리성이 보완되어야 한다는 응답은 경기지역에 비해 서울지역이 22.4%로 더 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있다.

<그림 4-37> 체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점



1. 법적 규제 해소 2. 사용의 편리성 3. 신속한 A/S 4. 기기에 대한 충분한 교육

<표 4-41> 체형관리기기에 대하여 보완해야 할 점

구 분		법적 규제 해소	사용의 편리성	신속한 A/S	기기에 대한 충분한 교육	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	1	2	3	4	10	14.151* (.028)
		10.0%	20.0%	30.0%	40.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	15	9	4	3	31	
		48.4%	29.0%	12.9%	9.7%	100.0%	
40대 이상	26	8	8	3	45		
	57.8%	17.8%	17.8%	6.7%	100.0%		
근무 경력	6년 미만	4	5	3	5	17	22.063* (.009)
		23.5%	29.4%	17.6%	29.4%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	14	11	5	2	32	
		43.8%	34.4%	15.6%	6.3%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	3	1	3	2	9	
33.3%		11.1%	33.3%	22.2%	100.0%		
15년 이상	21	2	4	1	28		
75.0%	7.1%	14.3%	3.6%	100.0%			
지역	서울	28	13	8	9	58	3.697 (.296)
		48.3%	22.4%	13.8%	15.5%	100.0%	
	경기	14	6	7	1	28	
50.0%		21.4%	25.0%	3.6%	100.0%		
학력	피부미용 전문교육 기관	16	6	4	3	29	2.475 (.871)
		55.2%	20.7%	13.8%	10.3%	100.0%	
	전문대학 미용관련 학과	6	3	4	3	16	
		37.5%	18.8%	25.0%	18.8%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	20	10	7	4	41	
48.8%		24.4%	17.1%	9.8%	100.0%		
전 체	42	19	15	10	86	48.8%	
	22.1%	17.4%	11.6%	100.0%			

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

## (6) 체형관리기기의 가격에 대한 생각

체형관리기기의 가격에 대한 인식을 살펴보면 <그림 4-38>, <표 4-42>과 같이 비싸다는 응답이 82.6%, 아주 비싸다는 응답이 17.4% 으로서 비싼 편이라는 인식이 100%로 나타나 체형관리기기의 가격이 적당하지 못한 것으로 나타났다.

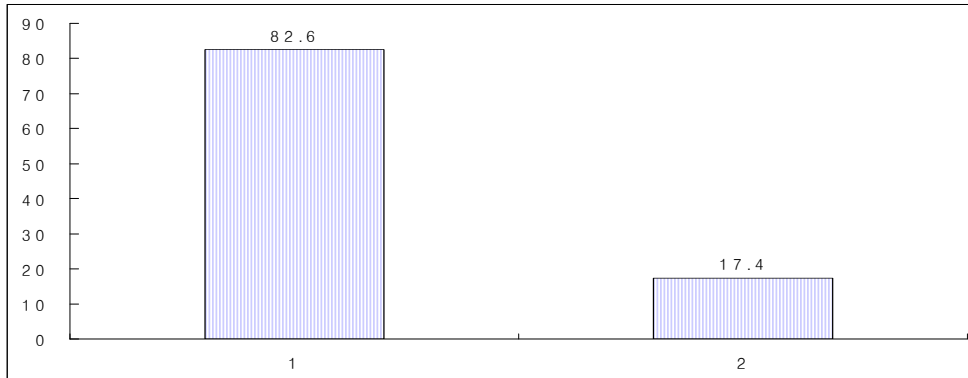
체형관리사의 연령에 따라서는 체형관리기기가 비싸다는 응답은 40대 이상에서 86.7%로 높게 나타났고, 아주 비싸다는 응답이 30대 미만에서 40.0%로 다른 집단에 비해 높게 나타났으며, 근무경력에 따라서는 비싸다는 응답이 근무경력이 6년 미만의 집단에서 88.2%로 가장 높게 나타났고, 아주 비싸다는 응답은 근무경력이 11년-15년 미만인 집단에서 33.3%로 높게 나타났으며, 학력에 따라서는 비싸다라는 응답이 4년제 대학교 이상을 졸업한 집단에서 87.8%로 가장 높게 나타나 다른 집단에 비해 비싸다라는 응답이 높게 나타난 것을 살펴볼 수 있었고, 아주 비싸다는 인식은 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단에서 가장 높은 것을 살펴볼 수 있다.

지역에 따라서는 비싸다는 응답이 경기지역에 비해 서울지역이 86.2%로 더 높게 나타나 경기지역에 비해 서울지역에서 더 비싸다는 인식이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-42> 체형관리기기 가격에 대한 생각

구 분		비싸다	아주 비싸다	전체	$\chi^2(p)$
연령	30대 미만	6	4	10	4.099 (.129)
		60.0%	40.0%	100.0%	
	30대- 40대미만	26	5	31	
		83.9%	16.1%	100.0%	
	40대 이상	39	6	45	
		86.7%	13.3%	100.0%	
근무 경력	6년 미만	15	2	17	4.516 (.211)
		88.2%	11.8%	100.0%	
	6년 - 11년 미만	29	3	32	
		90.6%	9.4%	100.0%	
	11년 - 15년 미만	6	3	9	
		66.7%	33.3%	100.0%	
15년 이상	21	7	28		
	75.0%	25.0%	100.0%		
지역	서울	50	8	58	1.647 (.199)
		86.2%	13.8%	100.0%	
	경기	21	7	28	
		75.0%	25.0%	100.0%	
학력	피부미용 전문교육기관	23	6	29	1.631 (.442)
		79.3%	20.7%	100.0%	
	전문대학 미용관련학과	12	4	16	
		75.0%	25.0%	100.0%	
	4년제 대학교 이상	36	5	41	
		87.8%	12.2%	100.0%	
전 체		71	15	86	
		82.6%	17.4%	100.0%	

<그림 4-38> 체형관리기기 가격에 대한 생각



1. 비싸다 2. 아주 비싸다

## V. 결론 및 제언

본 연구는 피부미용실에서의 피부·체형관리기기의 사용실태를 조사 및 분석하여 다양한 측면에서의 선호도와 비선호도에 대한 원인을 파악하여 국내의 피부·체형관리실 운영에서 기기사용에 따른 피부미용실의 노동력 감소와 관리의 효과상승에 따른 수익성을 높이고, 피부미용사의 기기사용에 대한 교육의 방향을 도출하여 기기관리의 효과와 편리성에 대한 인식을 제고하여 국내 피부·체형관리기기의 발전에 기초 자료가 되고자 한다.

이에 본 연구의 설문은 피부·체형분야의 각 분야별 일반사항, 기기 사용 실태, 기기의 필요성, 기기구입, 기기교육, 기기의 사용에 대한 문제점의 6개 아이টে 24항목의 다양한 내용으로서 설문의 대상은 직접 관리실을 운영하고 있는 원장 및 관리사로서 전체 여성이었고, 서울과 경기지역에서 영업하고 있는 130개소의 관리실을 직접 설문조사하여 그 중에서 유효한 86개소의 설문응답을 분석하였으며, 통계적 분석결과를 토대로 연구 결과를 제시하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반적 특징을 살펴보면 연령은 40세 이상이 52.3%, 학력은 4년제 대학교 이상이 47.7%로 가장 높게 나타나 연구대상인 피부미용사들은 학력이 매우 높고, 가정적으로 안정된 나이에 여성으로서 왕성한 경제활동을 하고 있음을 나타내었고, 기기의 보유 현황으로 피부미용기기에서는 스티머, 석션기, 확대경의 보유가 높게 나타났다. 이는 피부관리에 필수적 기기로서 대부분의 피부미용실에 보유되어 있으며 활용도가 높은 것을 나타내었고, 체형관리기기에서는 석션기, 엔더몰로지, 원적외선매트의 보유가

높게 나타났다. 이로서 석션기는 피부 및 체형관리 모두에 활용도가 높다고 나타 낼 수 있고, 체형관리에서는 현재의 최신기기인 엔더몰로지의 보유도가 높은 것은 기기사용에 따른 피부미용실의 노동력 감소와 관리의 효과상승에 따른 매출증대를 고려한 것이라고 볼 수 있을 것이다.

2. 피부미용실에서 피부미용기기 사용 여부의 전체적인 응답으로 “피부미용기기를 자주 적용한다”와 는 “관리 시 반드시 적용한다”는 응답이 높게 나타났으나, 체형관리기기는 “가끔 적용한다”는 응답이 높게 나타났다. 이것은 체형관리시 보다 피부관리시에 기기의 사용을 더 선호하는 것으로 조사 되었는데, 특히 학력에 따른 조사에서 전문대학 미용관련학과를 졸업한 집단이 “관리 시 반드시 적용한다”는 응답이 피부 및 체형관리 모두에서 가장 높게 나타나 피부미용의 전문교육이 피부 및 체형관리기기의 필요성과 활용도에 영향을 미친 결과라 생각된다. 전체 응답자들의 기기관리시의 효과로서 피부관리에서 주 1회, 체형관리에서 주 2-3회가 효과의 만족을 위해 실시하는 횟수로 적당하다는 인식이 높은 것으로 나타나 피부 보다 체형관리시 더 높은 기기의 활용도를 나타내었다.

피부미용실의 주 고객층의 연령은 피부 및 체형관리사의 나이와 경력, 지역, 학력에 따른 다소의 차이를 보였으나, 전체적으로 40-49세가 가장 높게 나타나 주 고객층은 가정적, 경제적으로 안정되어 미용과 건강에 많은 관심을 갖고 있는 40대인 것으로 나타났고, 또한 관리시에 관리기기의 사용을 선호하는 고객의 연령층도 피부 및 체형분야 모두 40대의 고객이 선호도가 높은 것으로 조사되어 피부미용실의 운영에 관리기기의 적극적인 활용이 매우 중요함을 보여 준다고 볼 수 있다.

3. 피부 및 체형 관리 시 기기의 사용을 선호하는 이유로서 전체적으로 “관리 효과가 뛰어나서”라는 응답이 피부 및 체형관리 모두에서 가장 높게 나타났다. 이는 무엇보다도 관리기기의 효과가 가장 중요한 선호의 이유로써 기기 제작사는 무엇보다도 충분한 입상으로 기기의 성능 확보에 많은 노력이 요구 된다고 볼 수 있으며, 기기의 주관적 효과로서 피부 및 체형관리 모두에서 전체적으로 경력과 연령이 높은 집단에서 높게 나타났으나 유의한 차이를 보였고, 기기관리시의 고객의 만족도는 피부 및 체형관리 모두에서 전체적으로 경력과 연령이 낮은 집단에서 높게 나타나 서로 상반된 결과를 보였다.

기기 사용에 의한 매출액의 변화에서 매출액 증가에 대하여 피부 및 체형관리 모두에서 대체적으로 연령과 학력이 높은 집단에서 높게 나타났으나 유의한 차이를 보였고, 기기 사용 유·무의 효과가 크게 미치는 요소에 대한 응답으로 피부 및 체형관리 모두에서 “관리 시 문제 해결”이 가장 높게 나타나 관리 시 문제해결에 기기의 사용에 대한 큰 영향을 미치고 있으며, 다음으로 “프로그램의 매뉴얼화”로서 관리실의 과학적, 조직적인 운영에도 기기의 필요성을 나타내었다.

기기 관리 시 가장 많이 사용하는 피부미용기기는 석션기, 체형관리기기는 엔더몰로지로 응답하였고, 가장 효과가 나타나는 관리로서 피부에서는 “탄력 증대에 효과가 있었다”는 응답이 가장 높게 나타났고, 체형에서는 “체지방 감소에 효과가 있었다”는 응답이 가장 높게 나타나 일반사항의 체형관리에서는 현재의 최신기기인 엔더몰로지의 보유도가 높은 것은 엔더몰로지가 체지방 감소에 효과가 높은 것으로 볼 수 있다.

4. 전체 응답자들이 사용하고 있는 기기의 국적으로 피부 및 체형 모두에

서 “국내산+외국산”의 혼합과 “외국산”의 응답이 높게 나타났고, 특히 “외국산”을 사용한다는 응답은 전문대학 미용관련학과와 4년제 대학 이상에서 높게 나타나 학력이 높을수록 외국산을 선호하는 것으로 볼 수 있다. 이렇게 가격이 비싼 외국산의 선호는 본 조사의 여러 항목에서 나타난 효과와 활용측면에서의 경쟁력 확보를 위한 국내산 기기의 성능과 활용도, 고객의 인지도, 등. 재고 할 부분이 많은 것으로 말 할 수 있다. 앞으로 보유하고 싶은 기기로서 피부에서는 고주파기와 칼라테라피기기, 체형에서는 엔더몰로지와 스파를 높게 선호 하였다.

5. 기기교육을 받은 경로로서 대부분 “개인 특강이나 제품 회사 특강과 같은 사설교육”을 통해 교육을 받았으며, 교육을 받은 횟수를 살펴보면 “구입 시 1회”가 가장 높게 나타나 기기교육의 횟수가 적은 것으로 나타났으며, 정기적인 기기 교육의 여부를 살펴보면 “하고 있지 않다”가 82.6%로서 정기적인 교육이 거의 이루어지지 않고 있는 것으로 나타났고, 재교육의 희망 여부는 “희망한다”는 응답이 84.9%로 나타났으며, 재교육 희망분야를 살펴보면 “전문사용법”과 “전문이론”을 높게 희망하였다. 이는 기기에 대한 교육이 매우 부족함을 나타내어 기기의 효과적인 활용에 많은 어려움이 있을 것으로 판단되므로, 기기제품회사 이외의 전문기기에 대한 교육기관과 과정을 개설하여 현장에서 꼭 필요한 전문사용법이나 이론교육, 등의 정기적인 교육이 필요함을 시사한다.

6. 기기를 사용하지 않는 이유로서 전체적으로 볼 때 피부 및 체형 모두에서 “사용하기 불편해서”와 “법적 규제 때문에”를 높게 지적하였고, 만족하지 못하는 이유는 “관리효과가 떨어져서”, “작동법이 복잡해서”, “애프터서어

비스”라는 응답이 높게 나타났으며, 기기 사용 후 부작용의 경험 여부를 살펴보면 “가끔 있었다”는 응답이 61.6%로 높게 나타났고, 기기사용에서 경험한 부작용으로 피부에서는 홍반, 체형에서는 부종이 가장 많은 것으로 나타났으므로, 부주의한 사용이나 올바르지 못한 사용법에 의한 부작용의 발생 가능성이 매우 높은 것으로 예측되므로 기기사용에 세심한 주의가 요구된다. 또한, 기기에 대하여 보완해야 할 점으로 피부 및 체형 모두에서 “법적규제해소”가 가장 높게 나타나, 현재 우리나라에서 관리기기전체를 의료기기로 규정하고 있는 현실에서 피부미용사들의 정신적인 고통을 덜 볼 수 있다. 기기의 가격에 대한 인식으로 피부 및 체형 관리자 모두가 “비싸다”는 응답을 하고 있으므로, 국내의 기기제조업체들은 성능을 높이면서 가격을 낮추어야 하는 많은 어려움을 지니고 있다고 볼 수 있다.

본 연구의 결과는 현재 관리실을 운영하고 있는 원장과 피부미용사의 설문 응답을 기초로 하였으므로, 피부 및 체형관리실의 운영에서 요구되는 관리기기의 구입과 활용에 있어서 유용한 정보가 될 수 있으며, 기기의 판매 또는 제조업체의 마케팅 전략에도 유용하게 활용 될 수 있을 것이다. 특히 본 자료를 토대로 환경의 인지와 시장의 세분화 전략이 가능해질 것이다. 또한 연령별, 학력별, 경력별, 지역별로 구분되는 다양한 집단에 대한 접근 방법에는 차이를 두어야 한다.

예를 들면, 당사자의 다양한 환경과 능력, 지역적 측면 등을 충분히 고려되어야 하고, 기기의 효과, 교육, 가격, 애프터서비스 등의 내용을 상호 보완할 필요가 있다고 판단된다.

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 전국에 산재하는 다양한 형태의 피부관리실 과 체형관리실을 모두 연구대상으로 하지 않고, 얼굴과 체형관리를 동시에 하는 관리실에 국한하였기 때문에 연구의 결과를 일반화 하는 데는 한계점을 가지고 있다.

둘째, 연구대상의 지역을 서울지역과 경기지역으로 한정하고 있어서 연구의 결과를 일반화 하는데 다소 무리가 따를 수 있으므로, 보다 광범위한 지역을 대상으로 조사 할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

- 강창대(2005) 월간bi 5월호 제 64호
- 김기연, 고혜정, 김광욱, 김연주, 장문정(1997) 피부관리학, 수문사
- 김령은(2000) 초음파 원리와 피부조직에서의 활용효과 연구, 경원대학교 교육대학원 석사학위 논문
- 김인태(1998) 의료기기의 마케팅전략 평가에 관한 연구, 서강대학교 대학원 석사학위 논문
- 김세욱(2001) 미용사와 피부관리사의 직무스트레스 비교연구, 동덕여자대학교 산업대학원 석사논문
- 박경순(2003) 아로마오일과 초음파 치료가 경건부 통증에 미치는 영향, 대전대학교 보건스포츠대학원 석사논문
- 박용우(2004) 비만, [www.empas.com](http://www.empas.com)
- 정성미(2003) 저주파요법이 여성의 체지방에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 장태수, 김봉인, 최경임(2000) 피부관리기기학, 고문사
- 신순연(2002) 미용 서어비스 품질이 재이용 의도와 구전효과에 미치는 영향에 관한 연구, 창원대학교 대학원 석사학위논문
- 장문석(2005) 피부미용에 사용되는 기기의 범위, 피부미용사제도 신설을 위한 공청회 자료
- 안홍석, 배현숙, 이금주, 박진경(2002) 디지털시대 영양과 건강
- 윤수영(2005) 월간bi 5월호 제 64호

이현화(2005) 월간bi 5월호 제 64호

이윤정(2005) 피부미용신문 54호

이정숙(2000) 경혈점에 대한 초음파 및 침전극 저주파 자극이 콜린에스테라제의 활성에 미치는 효과, 용인대학교 물리치료과학대학원 석사학위논문  
의료용구 효율적 관리방안 연구(2003) 한국보건산업진흥원

차민석(2001) 산소압력과 초음파 이용한 피부투과도 증대에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문

전태열(2002) 피부관리기구 소비자의 구매행동에 관한 연구, 단국대학교 산업경영대학원 석사학위논문

조운승(2000) 비만자들에 대한 진동과 욱조법과 마사지 요법이 지질변화 및 호르몬반응에 미치는 영향, 용인대학교 체육과학대학원 석사학위논문

## **ABSTRACT**

### **A Study on the Use Realities and the Preference for the Skin and Body Shape Care Appliances**

**Han, Mal Ran**

**Major in Skincare and Obesity Management**

**Dept. of Cultural Industry**

**Graduate School of Culture Industry**

**Sungshin Women's University**

In the past, the skin and body shape care centers were emphasized the care that primarily uses hands, but in recent days, the weight of the care by the appliances, increased very much, as the development of appliances to care skin and body shape and as a historical change that dislikes a hard work. Accordingly, the importance for a role of the care appliances in the operation of the skin and body shape care centers, is very high, but managers, who are directly using care appliances at the field, are appealing for many difficulties against the utilization of care appliances.

Aiming to solve the difficulty about using care appliances in these care centers, the purpose of this study is to become basic data in the

successful operation of the skin and body shape care centers, with the continuous and scientific care of appliances, by increasing profitability due to a drop in workforce and a rise in the effect of care in accordance with using care appliances in the skin and body shape care centers, and by presenting a direction of education toward using care appliances, through researching and analyzing the realities of using the care appliances in the skin and body shape care centers that are now operating, through grasping the reasons for preference, non-preference, and problems in various aspects, and then through putting forward its plan.

Hence, this study analyzed after surveying the actual conditions (general matters, the use of care appliances, the necessity for care appliances, the purchase of care appliances, the education of care appliances, and the problems about the use of care appliances) of using the skin and body shape care appliances, targeting 86 skin and body shape care centers where are located in Seoul and Gyeonggi area, through questionnaire, from Feb. 15 to Apr. 10 in 2005, and the following are the results of its research and analysis.

First, as for the general characteristics of persons in charge of the skin and body shape care centers who are the subjects of a survey, the age level was most in their 40s, the working career accounted for 80% with being more than 6 years, and the academic background accounted for 50% with 4-year college graduates.

Second, given seeing the present status of having care appliances of care skin and body shape, it was high in the ratio of possessing steamer, suctioner, magnifying glass, vitamin injector, and Endermologie, and the general care centers are owning color-therapy care appliances, skin master, and so on. It was shown to be suctioner and skin master as for the skin care appliances that have lots of use frequency, and to be suctioner and Endermologie as for the body shape care appliances.

Third, as for the use realities, it was shown to be 45.3% with responding "apply frequently" in terms of the skin care appliances and to be 50% with responding "apply sometimes" in terms of the body shape care appliances. In particular, in a survey according to the academic background in the skin care appliances, it was indicated to be highest with 43.8% responding "surely apply" in terms of a group that graduated from the department related to beauty at junior college. It was shown to be in their 40s in terms of an age in the major customer brackets, and also to be in their 40s in terms of an age in the customers who most prefer the care appliances.

Fourth, as for the main reason for preferring the skin and body shape care appliances, it was surveyed to be the reason responding "because an effect of care is excellent," and the customer's satisfaction after the care by appliances, was indicated to be higher in a group of managers who

graduated from the educational institution only for skin beauty, and as for the survey on the sales for using care appliances, an increase in sales was indicated to be higher in Seoul area than in Gyeonggi area.

Fifth, as for responding that it is very effective in solving problems (skin troubles) that occur in case of care in the use of the skin and body shape care appliances, it was responded to be highest with 34.9% in case of skin care, and with 48.8% in case of body shape care, and next, it was surveyed to be conducive to the operation of manualizing a program.

Sixth, as for the skin care that had the best effect when having cared the skin and body shape care appliances, 52% of respondents answered as being an increase in elasticity, and as for the body shape care, 73.3% answered as having an effect on a reduction in body fat.

Seventh, as for the skin care appliances that the whole respondents use, the preference for the foreign-made was surveyed to be high, with 15.2% for the domestic-made and 37.2% for the foreign-made, and the body shape care appliances was shown to be 16.3% for the domestic-made and 31.4% for the foreign made, thus, in particular, the higher the academic background, it was indicated to prefer the foreign-made more.

Eighth, given examining the present status of education as to care

appliances, it was a private training, namely, a special lecture from individuals and manufacturers mainly, and the training frequency was most in one time in case of purchasing. The regular education was not carried out as for 82.6%, the field of desiring re-education was surveyed to be a professional handling method and a professional theory for care appliances.

Ninth, what was raised as the reasons for problems and complaints about using care appliances, involved an inconvenient handling method and a point of being insufficient in its effect in case of care. Also, it was shown that there was sometimes the experience of side effect, and as main examples of side effect, it was the erythema symptom in the skin care, and the edema in the body shape care. And, as a supplementary matter, it was highly pointed out the problem of cancelling the legal regulations, and as for a price of instruments, almost 100% of respondents answered as being expensive.

<부 록>

피부 · 체형 관리기기의 사용실태와 선호도 연구

안녕하십니까?

성신여자대학교 대학원 피부·비만관리학 전공 석사과정의 학생으로, “**피부·체형 관리기기의 사용실태와 선호도 연구**” 라는 주제로 학위논문을 준비하고 있는 학생입니다.

본 설문은 피부·체형관리실을 운영하시는 원장님, 관리사님을 대상으로 현재 사용하고 있는 관리기기에 대한 의견을 수렴하여, Well-being 시대를 맞이하여 빠르게 변화하는 피부·체형관리에서, 관리기기의 요구를 파악하여 세련되고, 좀 더 과학적인 관리실 운영을 파악하기 위한 연구 자료입니다.

본 설문에 응답해주신 내용은 무기명으로 처리되어, 단지 학위논문 자료용으로만 이용되며 본 연구 이외에는 어떠한 용도에도 사용되지 않을 것이므로 바른 연구를 위하여 솔직하고, 적극적인 답변을 바랍니다.

언제나 가정에 행복과 건강이 함께 하시기를 바랍니다.

대단히 감사합니다.

2005년 2월

성신여자대학교 대학원 피부비만전공

연구자 : 한 말 란

지도교수 : 안 홍 석

☞ 다음 쪽으로



9. 관리실의 전문 관리 분야는 ?

- ① 피부    ② 체형    ③ 발관리    ④ 수기경락    ⑤ 기타(                    )

10. 보유하고 있는 피부미용기기에 ( √ )표시하여 주세요.

\* 아래 표에 없는 보유기기는 추가하여 주세요.

번호	기 기 명	유	번호	기 기 명	유
1	우드램프		11	고주파기기	
2	확대경		12	중주파기기	
3	스티머		13	저주파기기	
4	각질제거기(필링기)		14	초음파기기	
5	석션기		15	전동브러쉬 (Frimator)	
6	갈바닉기기 (이온토롤러)		16	스킨스크러버	
7	리프팅기기		17		
8	칼라테라피기기		18		
9	비타민투입기		19		
10	스킨마스타		20		

☞ 다음 쪽으로

## II. 피부미용기기 사용 일반

### 1. 귀하의 관리실에서는 미용기기를 적용하고 있습니까 ?

- ① 관리 시 반드시 적용한다.
- ② 자주 적용한다.
- ③ 가끔 적용한다.
- ④ 전혀 사용하지 않는다.

### 2. 피부미용기기를 적용하지 않고 있다면, 이유는 ?

- ① 필요를 느끼지 못해서
- ② 수기요법과 제품으로 관리
- ③ 미용기기 가격이 높아서
- ④ 법적 규제 때문에
- ⑤ 사용하기 번거로워서

### 3. 귀하의 관리실에서 주 고객층의 연령은 ?

- ① 20세 미만
- ② 20~29세
- ③ 30~39세
- ④ 40~49세
- ⑤ 50세 이상
- ⑥ 60세 이상

### 4. 피부미용기기 사용을 가장 선호하는 연령층은 ?

- ① 20세 미만
- ② 20~29세
- ③ 30~39세
- ④ 40~49세
- ⑤ 50세 이상
- ⑥ 60세 이상

### 5. 피부미용기기 관리시 효과의 만족을 위해 행하는 적당한 관리 횟수는 ?

- ① 주 2~3회
- ② 주 1회
- ③ 월 2~3회
- ④ 월 1회 이하

☞ 다음 쪽으로





☞ **I. 일반사항**의 10번 문항의 표에 기기가 없으면 기기명을 적어주세요.  
( )

## V. 기기 교육

1. 피부미용기기 관리교육을 받았다면 어떤 경로로 교육을 받거나, 기술을 습득하였습니까?

- ① 전문교육기관 (학교, 학원 등)
- ② 사설 교육 (개인특강, 제품회사 특강)
- ③ 대중매체 (방송, 인터넷, 신문) 또는 전문교육자료 (전문서적, 관련 잡지)
- ④ 선배 또는 동료 관리자

2. 기기 구입 시 교육을 받았다면, 횟수는 ?

- ① 구입 시 1회                      ② 2회                      ③ 3회                      ④ 4회 이상

3. 기기 구입 후 업체에서 정기적으로 교육을 하고 있습니까 ?

- ① 하고 있다.                                      ② 하고 있지 않다.

4. 기기 구입 후 재교육을 희망 합니까 ?

- ① 희망한다.                                      ② 희망하지 않는다.

5. 기기 구입 후 어느 분야의 재교육을 희망 합니까 ?

- ① 전문이론              ② 기초이론              ③ 전문 사용법              ④ 부작용 해소

☞ 다음 쪽으로



6. 일반적으로 피부미용기기의 가격에 대하여 어떻게 생각 하십니까 ?

- ① 싸다                      ② 적정하다                      ③ 비싸다                      ④ 아주 비싸다

※ 바쁘신 중에도 설문에 대하여 답해 주심에 진심으로 깊은 감사를 드립니다.

※ 해당번호에 √ 표를 하시고, ( )안에는 기입을 요합니다.

## 【체형관리기기 분야】

### I. 일반사항

1. 연령 : ( )세      성별 : 남( ), 여( )

2. 체형관리에 종사한 경력 : ( )년

3. 관리실 소재지 : ( )시, 도 ( )구,

4. 관리실 평수 : ( )평

5. 관리자 인원 : ( )명

6. 1일 관리 고객 수(평균) : ( )명

### 7. 관리실에서의 직위

① 원장      ② 실장      ③ 경력 2년 이상      ④ 경력 2년 이하

### 8. 학력

① 체형관리 전문교육기관

② 전문대학 미용관련학과

③ 4년제 대학교

☞ 다음 쪽으로

9. 관리실의 전문 관리 분야는 ?

- ① 체형                      ② 피부                      ③ 발관리                      ④ 수기경락

10. 보유하고 있는 체형관리기기에 ( √ )표시하여 주세요.

\* 아래 표에 없는 보유기기는 추가하여 주세요.

번호	기 기 명	유	번호	기 기 명	유
1	엔더몰로지		10	고주파기기	
2	초음파기기		11	중주파기기	
3	림프순환기		12	저주파기기	
4	석션기		13		
5	원적외선매트 (열매트)		14		
6	스파		15		
7	사우나		16		
8	체성분분석기		17		
9	각종운동기		18		

II. 체형관리기기 사용 일반

1. 귀하의 관리실에서는 체형관리기기를 적용하고 있습니까 ?

- ① 관리 시 반드시 적용한다.                      ② 자주 적용한다.  
 ③ 가끔 적용한다.                                      ④ 사용하지 않는다.

☞ 다음 쪽으로





6. 체형관리기기 관리 시, 효과가 가장 크게 나타나는 관리는 ?

- ① 탄력증대 ② 체지방 감소 ③ 요요현상 예방 및 감소 ④ 기타( )

7. 귀하의 샵에서 가장 많이 사용하는 체형관리기기는 무엇입니까?( )

(※ I. 일반사항의 10번 문항에서 표의 번호를 적어주세요.)

☞ I. 일반사항의 10번 문항의 표에 기기가 없으면 기기명을 적어주세요.

( )

#### IV. 기기구입

1. 귀하께서 사용하고 있는 체형관리기기는 어느 나라 제품입니까 ?

- ① 국내산 ② 외국산 ③ 국내산 +외국산

2. 만약 귀하께서 사용하고 있는 체형관리기기가 국내산이라면 어떤 점을 제일 먼저 개선해야 된다고 생각하십니까?

( )

3. 체형관리기기를 구입 할 때 우선적으로 고려하는 선택 기준은 무엇입니까 ?

(※해당 기준에서 이중 선택 가능 합니다.)

- ① 가격대 ② 디자인, 외양 ③ 관리의 효과 ④ 품질 및 성능  
⑤ 기기회사(영업사원)의 권유 ⑥ 주변의 평판(다른 샵의 권유)  
⑦ 기기 회사의 지명도 ⑧ 고객의 요구 ⑨ A/S

4. 앞으로 보유하고 싶은 체형관리기기는 무엇입니까 ? ( )

(※ I. 일반사항의 10번 문항에서 표의 번호를 적어주세요.)

☞ 다음 쪽으로

☞ **I. 일반사항**의 10번 문항의 표에 기기가 없으면 기기명을 적어주세요.  
( )

## V. 기기 교육

1. 체형관리기기 관리교육을 받았다면 어떤 경로로 교육을 받거나, 기술을 습득하였습니까?

- ① 전문교육기관 (학교, 학원 등)
- ② 사설 교육 (개인특강, 제품회사 특강)
- ③ 대중매체 (방송, 인터넷, 신문) 또는 전문교육자료 (전문서적, 관련 잡지)
- ④ 선배 또는 동료 관리자

2. 기기 구입 시 교육을 받았다면, 횟수는 ?

- ① 구입 시 1회                      ② 2회                      ③ 3회                      ④ 4회 이상

3. 기기 구입 후 업체에서 정기적으로 교육을 하고 있습니까 ?

- ① 하고 있다.                                      ② 하고 있지 않다.

4. 기기 구입 후 재교육을 희망 합니까 ?

- ① 희망한다.                                      ② 희망하지 않는다.

5. 기기 구입 후 어느 분야의 재교육을 희망 합니까 ?

- ① 전문이론              ② 기초이론              ③ 전문 사용법              ④ 부작용 해소

☞ 다음 쪽으로



## 감사의 글

이 논문이 완성되기까지 많은 관심과 도움을 주신 분들에게 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

항상 깊은 사랑과 자상한 가르침으로 지도를 하여 주신 안홍석 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 또한 논문의 심사에서 세심한 관심과 많은 조언으로 이끌어 주신 문화산업대학원 이명희 원장님과 체육학과 최승욱 교수님께도 존경과 깊은 감사의 인사를 드립니다. 그리고 저를 지도해 주신 문화산업대학원 피부비만전공 모든 교수님들께도 감사드립니다.

아울러 언제나 깊은 관심과 격려를 아낌없이 베풀어 주시는 동원대학 채순님 교수님과 서경대학 김주연 교수님, 곽은희 선생님, 정영자 선생님, 김자애 선생님에게도 큰 고마움을 전합니다.

가장 가까이에서 따뜻한 마음으로 확실한 후원자가 되어준 남편과 아들 민우, 민철에게 고마움을 전하며, 기쁨을 함께 하고자 합니다.

감사합니다.