

성인여성의 외모관리행동에 관한 연구

김성남 · 이경숙*

서경대학교 미용예술학과 교수 · 서경대학교 미용예술대학원*

I. 서론

현대 사회는 문화와 매스미디어의 급속한 발달로 미의 개념이 다양해지고 개성이 강한 미적 아름다움을 추구하고 있다. 또 사람을 평가하는 기준에 있어서도 내면적인 인품과 인성 보다 외모를 더 중요시 하는 사회적 분위기가 조성되고 있다. 이는 외모에 지나치게 집착하는 사회풍조에서 비롯된 결과로 현대인들은 더 이상 외모관리에 있어서 자유로울 수 없는 상태에 놓였으며, 외모관리는 이제 필수 조건이 되었다.

본 연구는 성인 20~40대 여성을 대상으로 외모에 대한 관심도와 그에 따른 외모관리행동의 실태를 미용외모관리행동의 관점으로 보다 세밀하게 알아보고자 한다. 이러한 연구내용은 현재의 외모관련 산업의 발전 방향에 도움을 주고, 외모관련 각 분야의 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 것이다.

II. 연구방법

1) 본 조사

예비조사에서 이해에 어려움이 있던 용어들을 적절하게 수정하여 측정개념을 보다 정확하게 응답할 수 있도록 설문내용을 일부 수정하고 2006년 10월 2일부터 2006년 11월 10일까지 20~40대 성인여성 492명을 대상으로 설문을 실시하였다. 이 중 무성의하고 불완전하게 작성한 4부를 제외하고 488부를 통계 처리하여 자료 분석에 이용하였다.

2) 설문지의 구성 및 내용

본 조사에 사용한 설문지는 표1과 같이 외모관심도에 관한 설문 24문항 외모관리행동에 관한 설문30문항, 인구 통계적 특성에 관한 6문항으로 구성하였다. 피부 관리는 일반적 피부 관리와 화장 정도에 관한 항목이 구분되지만 큰 의미에서 '피부 관리'라 명명하여 연구하였다.

3) 자료처리 및 분석방법

조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 사용하였고, 외모관심도에의 하위차원을 밝히기 위해 요인분석, 신뢰도분석을 실시하였다. 외모관심도의 하위차원에 따라 집단 분류하기 위하여 군집분석, 분산분석, 분산분석의 사후검정은 Scheffe'-test를 실시하였고, 외모관심도에 따른 외모관리행동의 차이를 알아보기 위하여 분산분석, 분산분석의 사후검정은 Scheffe'-test를 실시하였다.

III. 연구결과 및 결론

본 연구는 20~40대 성인 여성이 추구하는 외모관심도에 따른 세분화 된 외모관리행동의 차이를 파악하여 미용 산업의 각 분야에 마케팅 전략을 수립하는 데 도움을 줄 목적으로 연구가 수행되었으며 그 결과 여성들의 외모관리는 단지 여성의 순수한 본능에 의해서 뿐만 아니라 외모가 중요시 되는 현대 사회의 구조 속에서 행하여지고 있음을 알 수 있었다.

첫째, 본 연구에서는 외모관심도에 따른 하위차원으로 집단을 구분한 결과 외모무관심집단, 타인의식형 외모관심집단, 자기관리형 외모관심집단으로 분류하였다. 외모무관심집단에 속하는 사람들은 외모관리를 위해 사용하는 월평균 비용은 5만원 미만이 35.7.1%, 5~10만원 미만이 30.6%로 50% 이상이 10만원 미만인 것으로 보아 외모관리를 위해 사용하는 비용이 비교적 적은 편이었다. 타인의식형 외모관심집단은 20대 초반에 특히 많이 분포하고, 외출요인과 신체자신감의 값이 높게 나온 것은 화려한 겉모습과 유행에 많이 치중하고, 시기적으로 날씬한 몸매를 가지고 있는 젊은 여성들의 특성을 잘 나타내 준다. 자기관리형 외모관심집단은 20~30대에 걸쳐 고루 나타났고, 체형관리 값이 높게 나타났는데 이는 자기관리 중 체형관리를 중요하게 생각하고 있다는 것을 말해준다. 또한 이 집단은 외모관리를 위해 사용하는 월평균 비용은 5~10만원 미만이 27.3%, 10~20만원 미만이 26.7%, 20~30만원 미만이 28.4%로 외모관리비용이 다른 집단에 비해 높게 나타난 것으로 보아 자기개발 중 외모관리에 금전적으로 많은 노력을 하고 있는 것으로 판단된다.

둘째, 성인여성의 외모관심도에 따른 '모발관리'의 차이에서 집단 간의 차이를 살펴보면 3 집단의 값이 크게 차이가 나지 않았고, 특히, '외모관리를 위해 한 달에 한 번 이상 미용실에 간다. 의 설문 문항의 값은 3 집단의 값에 큰 차이가 없는 것으로 보아 외모에 관심이 많거나 적은 집단 모두가 미용실 사용횟수가 거의 일정함을 알 수 있다. 이는 성인 여성의 대부분이 헤어스타일을 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 성인여성의 외모관심도에 따른 일반적 피부관리 부분에서는 자기관리형 외모관심집단의 값이 각 항목마다 높게 나왔으며 이는 자기관리에 관심이 높은 집단일수록 피부 관리에 신경을 많이 쓰고 있다고 볼 수 있다.

넷째, 성인여성의 외모관심도에 따른 '의류이용'에 관한 차이는 3 집단 중 타인의식형 외모관심집단과 자기개발형 외모관심집단의 값에 큰 차이가 없었다. 이는 두 집단 모두 의류이용에 관심이 많다는 것을 의미한다.

다섯째, 성인여성의 외모관심도에 따른 '성형수술'의 차이는 자기개발형 외모관심집단의 값이 높게 나타나 자기관리의 관점에서 외모관심이 높은 집단일수록 성형수술이나 영구화장등에 관심이 많은 것을 볼 수 있다.

본 연구는 외모관련사업과 의류시장에 소비자의 일반적인 특성을 이해하고, 여러 가지 시사점을 제시하고 있으나, 그 대상이 한정적이고 지역적으로 국한되어 있어 일반화 하는 데에는 어려움이 있었다. 후속연구로 청소년, 남성, 실버세대 등 그 대상을 다각화 하여 보다 세부적인 외모관리행동에 관한 연구가 이루어져야 할 것이며, 외모관리행동의 범위를 규정함에 있어 보다 구체적이고 다각적인 시각에서의 후속연구가 있어야 할 것이다. 또한 겉으로 드러나는 외모뿐만 아니라 그에 상응하는 바람직한 정신적인 미(美)에 대한 연구도 같이 이루어져야 할 것이다.